

111/April

2022

€€ 7,50 €

13611 Postvertriebsstück, Gebühr bezahlt.
bioPress, Schulstr. 10, 74927 Eschelbronn

bioPress

Fachmagazin für Naturprodukte

Handel
Bio-Anteil
wächst und floriert

Tagung

**Nukleus des Ökolandbaus
in Deutschland**

Hersteller

Behr AG, Agasaat

Ausland

USA, Schweiz

Rohstoffe

**Faire Bio-Rohstoffe
im Direkthandel**

Messe

Biofach, ISM, Fruit Logistica

Bio-Sortimente: Limonade

30
JAHRE
aga®
SAAT

DAS GLEICHE IN GRÜN.



**JETZT
WECHSELN!**

**NUSSNOUGAT IN NEU:
BIO, FAIR UND VEGAN.**

Herausgeber:

Erich Margrander

Sie finden unsere
Internet-Seiten unter:
www.biopress.de

Verlag:

bioPress Verlag KG
Schulstr. 10, 74927 Eschelbronn
Tel. +49 (0) 6226 95110
Fax +49 (0) 6226 40047
e-mail: redaktion@biopress.de

Anzeigen:

Marita Sentz, ms@biopress.de
Tel. +49 (0) 6226-95110, Fax -40047

Es gelten die Preislisten
Nr. 16 vom 01.01.2020

Auflage

Nr. 111 /April 2022:
20.000 Exemplare

Erscheinungsweise:

Juli / Oktober / Januar / April

Jahresbezugspreis:

30,- € incl. MwSt./Versand für vier
Ausgaben (Inland),
Auslandsabos (außerhalb EU zzgl.
Bankgebühren 10,- €) + Versand
Porto 8,- €, Luftpost 25,- €.
Abonnements sind mit einer Frist
von 6 Wochen zum Ende des
Kalenderjahres kündbar.

Redaktion + Layout:

Erich Margrander, Lena Renner,
Marita Sentz, Leonie Thomas

AutorInnen dieser Ausgabe:

Brunhard Kehl, Peter Jossi, Bettina
Pabel, Lena Renner

Redaktionsanschrift:

bioPress Magazin
(vormals bioFach Magazin)
Schulstr. 10, 74927 Eschelbronn
Tel: +49 (0) 6226 95110

Redaktion + Termine

+49 (0) 6226 400 47
redaktion@biopress.de

Titelbild:

agaSaar GmbH
Kelvinstraße 2
47506 Neukirchen-Vluyn
www.agaSaar.de

Für unverlangt eingesandte
Manuskripte/Bilder übernehmen
Verlag und Redaktion keine Haftung.
Veröffentlichte Manuskripte gehen
in das Eigentum des Verlages über.
Vervielfältigung und Nachdruck nur
mit ausdrücklicher Genehmigung
durch den Verlag.
Erfüllungsort und Gerichtsstand ist
Heidelberg.

Liebe Leserinnen, liebe Leser.

In Corona-Quarantäne versetzte Millionenstädte in China und geschlossene Häfen blockieren seit Pandemie-Beginn den globalen Warenfluss derart, dass Rohstoffknappheit und Preisexplosionen die Folge sind. Jetzt kommt die Putin'sche Politik dazu. Sie bringt für Millionen von Menschen in Europa lange überwunden geglaubtes Leid und blockiert den Zugang zur Kornkammer Europas und der Welt. Die Schwarzerderegion ist gerade für den Bioanbau eine große Hoffnung. Die von der EU vorgegebene Transformation der Lebensmittelproduktion zu natürlichen, besseren Qualitäten hat durch die Reaktion der Bevölkerung angesichts der Pandemie enorm an Fahrt zugelegt. Jetzt poppt die Knappheit an allen Ecken zum großen Geschäft auf. Im Umfeld von steigenden Lebensmittelpreisen wird auch die Bio-Preispolitik durcheinander gewirbelt. Hält die resilientere Struktur der Bioproduktion den Verlockungen des schnellen Geldes eher stand als der offene Markt? Noch ist es zu früh für zukunftsfähige Aussagen. Bis zur Biofach im Juli – und sie kommt in diesem Jahr doch zur genau rechten Zeit – dürften erste Erkenntnisse aufkeimen.

Der bioPress-Verlag arbeitet seit fast drei Jahrzehnten an der Biomarktentwicklung auf allen Vertriebswegen. Vor 20 Jahren noch undenkbar oder bestenfalls in den allerersten Anfängen sind heute bei vereinzelt Lebensmittelkaufleuten Bio-Angebote von bis zu 15.000 Bio-Artikeln inklusive Naturdrogeriewaren zu finden. Vor einem Jahr in Rostock kennengelernt und darüber berichtet, schreiben wir in dieser Ausgabe über die Entwicklung seither und wo das hinführen soll. Machbar mit der herkömmlichen Vorstufe? Nicht so recht. Und, wäre ein Shop-in-Shop-System, wie es Edeka Hamburg forcieren will, eine alternative Lösung? Wie wäre es denn mit Eigeninitiative – das, was erfolgreiche Kaufleute auszeichnet? Die Kirche im Dorf lassen und die Vorstufe nutzen, wofür sie gedacht ist: Industrieware organisieren. Parallel die Eigenentwicklung der Sortimente über den Standard hinaus forcieren und das auf die vorhandene Kundschaft angepasst, könnte die Dynamik der Bio-Marktentwicklung in Netzwerken aufstellen und nicht wieder zentralistisch.

In der Retrospektive wissen wir, dass Zentralismus als Stärke der Kaufleute gegenüber der Lebensmittelindustrie gedacht war. Doch die Zeiten haben sich verändert. Zentralen sind zum Selbstzweck geworden. IT-Netzwerke können heute die Kraft von Zentralen übertreffen. Die Systeme müssen nur neu gedacht werden, alte Zöpfe abgeschnitten und Machtpositionen zu Gunsten dezentraler Strukturen aufgegeben werden. So die Gedanken auf den Öko-Marketingtagen auf Schloss Kirchberg.

Der Handel lebt heute ja auch nicht mehr wie in Zeiten der Piraterie. Erneuerung und Neuverteilung, Stärken verbinden durch strategische Partnerschaften, regionale kurze Wege oder direkte Lieferkontakte ohne Umwege, um nur einige zukunftsorientierte Faktoren zu nennen. Eine Sendung Orangen direkt vom Erzeuger in Südspanien für 14 Euro Fracht lohnt sich, wenn die Mengen stimmen. Da kommt dann mehr Geld direkt beim Erzeuger an. Und der liefert frisch geerntet beispielsweise ein Kilo Avocados für 7,20 Euro, nicht 1,80 das Stück. Das lohnt sich für beide Seiten. Bei Orangen ist die Preis/Leistung etwas differenzierter zu sehen. Aber: Die Frische stimmt allemal!

Ein Ergebnis der modernen Kommunikation, die auch Lebensmittel-Erzeuger näher zum Verbraucher bringen kann oder umgekehrt: den Verbraucher näher aufs Feld. Wie das Volkert Engelsmann bei Eosta seit vielen Jahren praktiziert. Ein Code auf dem Produkt zeigt den Kunden mithilfe des Internets die Produktion überall auf der Welt. Da stimmen dann auch die Versprechen der Produktionsbedingungen, deren Aufwand bisher nur bei wenig Einkäufern auf Gegenliebe stößt.

Aber auch konventionelle Produzenten machen gute Erfahrungen mit Bioanbau und Öko-Fleischverarbeitung. Beim Gemüsespezialisten Behr AG kennt man sein Gemüse genau: Was bei der Ausspflanzung nicht an Nährstoffen schon im Boden ist, braucht man dann auch nicht mehr 'nachdüngen'. Wer Pflanzen kennt, weiß, sie richten ihr Wachstum auf die Ausgangssituation aus und lassen sich später nicht mehr beeinflussen.

Der ehemalige Bioland-Präsident Thomas Dosch, von den Grünen ins Landwirtschaftsministerium Niedersachsen geholt, ist jetzt bei Tönnies für Nachhaltigkeit zuständig. Eine bessere Tierhaltung ist für Produzenten in Deutschland unumgänglich. Dosch hat sich in die Höhle des Löwen gewagt. Trotz vieler Anfeindungen muss Tönnies die Transformation zugehört werden. Wie sonst sollte die Welt mit dem Kochtopf gerettet werden?

Während ein Bodenentdeckungspfad der IG Gesunder Boden das Fundament der Öko-Lebensmittelherstellung thematisiert, haben wir im bioPress-Verlag ein 120 Quadratmeter großes Hochbeet fertig gestellt: Endlich sind 25 Zentimeter schwarze Erde nach dem Terra Preta-Prinzip verfüllt. Das Experiment mit dem Perpetuum mobile im Gemüse-Eigenanbau kann nach 18 Monaten Plan- und Bauzeit beginnen.

Erich Margrander
Herausgeber



8

Handel

8 Bio-Anteil wächst und floriert

15.000 Öko-Artikel, eine 600 Quadratmeter-Bio-Welt und viele grüne Metalltore als Eyecatcher für Bio: Der selbstständige Kaufmann Stephan Cunäus zeigt Wege für die Sichtbarkeit von Bio im Mainstream auf.



Akademie Schloss Kirchberg

15

Tagungen

15 Nukleus des Ökolandbaus in Deutschland

World Organic Forum, Sommerschule Future of Foods und Öko-Marketingtage: Seit 2016 stellt die Akademie Schloss Kirchberg ein vielfältiges Jahresprogramm rund um die ökologische Land- und Ernährungswirtschaft auf die Beine und hat sich zu einem Treffpunkt der Bio-Branche entwickelt.

Hersteller

18 Behr AG: Gemüse-Spezialist bringt Bio in den LEH

600 Hektar Bio-Gemüse mit Raum für mehr, 27 verschiedene Sorten für den Handel und technisches Know-How bietet der norddeutsche Lieferant Behr AG.

21 Agasaat: Dampfmoohn, Goldstern und Kürbiskerne

Das Familienunternehmen Agasaat feiert 30 Jahre Jubiläum. Sein neuer Logistikstandort für 25.000 Tonnen Bio-Saaten soll CO2-neutral werden

Ausland

24 USA: Make America graze again

Ist das Ende von kleinen und mittleren Familienfarmen nah? Im Symposium des Real Organic Projects wehren sich Landwirte gegen die Aufweichung des Bio-Standards durch riesige Tiernastbetriebe und machen sich für Weidehaltung stark.

28 Neugründung mit 30 Jahren Erfahrung

Die Biodina SA vereint Kompetenz aus der Schweiz, Deutschland und Italien für den Bio-Rohstoff-Großhandel.



18

Marketing

30 Eosta: Bio-Importeur und Robin Food für den Erzeuger

Nachhaltigkeitsblume, Guerilla-Marketing und Aufklärung: Der Obst- und Gemüse-Importeur Eosta schafft auf kreative Weise Bewusstsein für die Vorteile von Bio und fairem Handel.



Rohstoffe

33 Faire Bio-Rohstoffe im Direkthandel

Eine B2B-Plattform für die direkte Beschaffung von Bio-Rohstoffen will das Startup betterEco GmbH aus Berlin etablieren.

21

- 34** Biofläche in der EU bei fast 15 Millionen Hektar
- 34** Naturkosmetik ist Mainstream geworden
- 35** Weltweit Bio-Rekordwachstum im Jahr 2020

Markt



Sortimente

30

- 36** Bio-Limonaden bringen spritzigen Wind ins Regal
Alkoholfreie Erfrischungsgetränke mit weniger Zucker, intensivem Geschmack und innovativen Rezepturen finden sich im Sommer-Sortiment von Bio-Limonaden-Herstellern.

Nachhaltigkeit

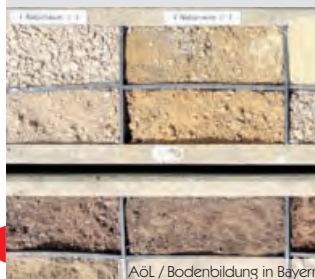


40

- 40** Tönnies vergürnen?!
Vom Bioland-Chef zum Nachhaltigkeitsbeauftragten bei Tönnies: Thomas Dosch will die Schweinefleischbranche von der Industrie aus verändern. Ein Blick auf die Nachhaltigkeits- und Tierwohl-Debatte aus Sicht des Branchenführers.

Verband

- 44** Gesunder Boden – Gesunde Lebensmittel
Auf dem Bodenentdeckungspfad bei Regensburg hat die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AöL) das Fundament von Bio-Lebensmitteln untersucht.



44

Messe

- 46** Biofach im Sommer: treffen, vernetzen und Lust auf Neues
Im Juli trifft sich die Bio-Branche in Nürnberg: gemeinsam vor Ort und mit digitalen Zusatzangeboten.
- 49** Fruit Logistica: Nachhaltigkeit in der Obstbranche
- 49** ISM 2022: 150 Aussteller bieten süße Bio-Produkte



46

News

6

Produktvorstellung

51

B2B Lieferantenverzeichnis

50

Nürnberg/Messe / Thomas Geiger



ALB·GOLD



WIR
PACKEN'S:
NUDELN
IN PAPIER.



#PLASTIKFREI

ALB-GOLD Nudeln im umweltfreundlichen Papierbeutel. Entdecken Sie alle Nudeln & Spätzle im Bio-Fachhandel oder online unter alb-gold-shop.de





Erzeugergemeinschaft Bio-Kräuter

Bio-Kräuter und -Gewürze aus Hohenlohe

Um auf die gestiegene Nachfrage nach Bio-Hülsenfrüchten zu reagieren, wurde bei Schwäbisch Hall die neue Erzeugergemeinschaft Bio-Kräuter und -Gewürze Hohenlohe w.V. gegründet. Vorstandsvorsitzender ist Sebastian Bühler. Verarbeitet und vermarktet werden die Bio-Gewürze von der Sonnenhof-Gewürzmanufaktur Ecoland Herbs & Spices.

EU-Lieferkettengesetz auf dem Weg

Am 23. Februar hat die EU-Kommission ihren Entwurf für ein europäisches Lieferkettengesetz vorgestellt. Große Unternehmen sollen danach über die komplette Wertschöpfungskette hinweg effektive Maßnahmen zur Achtung von Umwelt und Menschenrechten ergreifen. Beim Verstoß drohen Bußgelder und zivilrechtliche Haftung. Der Entwurf geht über den Geltungsbereich des deutschen Lieferkettengesetzes hinaus, die Europagrünen sehen jedoch Schlupflochrisiken durch die Ausnahme von KMUs und die Schwierigkeit für Betroffene, eine Verletzung der Sorgfaltspflichten nachzuweisen.

Deutscher Bio-Markt wächst um knapp sechs Prozent

Nach dem Bio-Boom im ersten Corona-Jahr konnte der Bio-Markt sein Wachstumsniveau von 2021 nicht halten. Mit 5,8 Prozent ist der Umsatz dennoch weiter gestiegen. Während der Naturkostfachhandel leichte Einbußen verzeichnete, legten Lebensmitteleinzelhandel und insbesondere Discounter weiter zu. Der Anteil des LEHs am Bio-Gesamtmarkt liegt mittlerweile bei 62 Prozent.

Riedenburger verbucht Zuwachs von 13 Prozent

Während der deutsche Bierabsatz 2021 erneut gesunken ist, konnte das Riedenburger Brauhaus im vergangenen Jahr um 13 Prozent zulegen. Das größte Wachs-

tum habe es bei den klassischen Biersorten wie Helles, Pils und Festbier gegeben. Doch auch die alkoholfreien Biere hätten sich mit einem Plus von 16 Prozent positiv entwickelt.



Riedenburger Brauhaus

Gepa-Absatz wächst um 20,1 Prozent



Faire Bio-Schokolade bleibt im Trend: 15,8 Millionen Gepa-Schokoladenprodukte haben Verbraucher 2021 verzehrt, das sind 20,1 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Schokoladen des Fair-Trade-Pioniers waren zu 90,6 Prozent Bio-zertifiziert, meist nach Naturland-Standard. Der 2021 neu eingeführte Kakao-Plus-Preis lag mit 3.500 US-Dollar pro Tonne Bio-Kakao um 44,2 Prozent

über dem Weltmarktdurchschnitt und um 19 Prozent über dem Fairtrade-Preis. Durchschnittlich habe die Gepa mit 3.700 US-Dollar sogar 52,5 Prozent mehr als der Weltmarkt gezahlt.

Pennys Bio-Helden sind gefragt

Seit 2016 verkauft der Discounter Penny unter seiner Bio-Eigenmarke Naturgut Obst und Gemüse mit Formfehlern: die 'Bio-Helden'. Bei den Konsumenten kommen die Produkte an, im vergangenen Jahr gab es laut Angaben des Discounters



Penny

einen Umsatzsprung von über 27 Prozent. Der Umsatzanteil der Bio-Helden am gesamten Obst- und Gemüse-Umsatz liege damit nun bei zwölf Prozent.

Bivano übernimmt lehmann natur

Friedrich Lehmann regelt seine Nachfolge: Das Bio-Logistikzentrum Bivano mit Olaf Kleinlein als Geschäftsführer übernimmt die Lehmann Natur GmbH sowie die

dazugehörigen Tochterunternehmen Biofrusan und Tesoribio. Gründer und Permakultur-Visionär Friedrich Lehmann bleibt alleiniger Geschäftsführer.

DANK fordert Steuerbefreiung von Obst und Gemüse



Die Deutsche Allianz Nichtübertragbare Krankheiten (DANK) ruft die Bundesregierung dazu auf, die Mehrwertsteuer für frisches Obst, Gemüse und Hülsenfrüchte komplett zu streichen. Laut Angaben des Statistischen Bundesamts sind die Lebensmittelpreise im Februar um 5,3 Prozent und im Januar um 5,0 Prozent im Ver-

gleich zum jeweiligen Vorjahresmonat gestiegen. Frisches Gemüse war besonders betroffen. Es gelte daher, die neuen rechtlichen Spielräume zu nutzen: Im Dezember 2021 haben sich die Finanzminister der EU darauf geeinigt, dass Mehrwertsteuersätze von null Prozent rechtlich möglich sein sollen.

Alnatura-Bio-Produkte in Märkten von Bunting



Bio-Produkte von Alnatura sollen ab Mitte April in über 200 familia-, Combi- und Markt-Märkten der Bunting-Unternehmensgruppe erhältlich sein. Abhängig von der

Größe der Ladenfläche würden rund 600 Alnatura-Produkte angeboten: zunächst 400 Artikel aus dem Trockensortiment, 110 Frische- und 30 TK-Produkte. Mit rund



12.500 Mitarbeitern ist die Bunting AG aus Ostfriesland einer der größten Arbeitgeber im Nordwesten.

Anbauverbände pushen Ökolandbau in Deutschland

1,78 Millionen Hektar oder 10,8 Prozent der landwirtschaftlich genutzten Fläche in Deutschland wurden 2021 biologisch bewirtschaftet. Die Ökolandbau-Fläche wuchs damit insgesamt um 4,8 Prozent. Dabei trugen die drei großen Bio-Anbauverbände überproportional zum Wachstum bei. Bioland erweiterte seine Fläche um 6,9 Prozent, Demeter um 8 Prozent und Naturland in Deutschland gar um 9,9 Prozent. 64 Prozent aller Bio-Flächen werden nach den Regeln von Anbau-



verbänden bewirtschaftet. Der größte Verband Bioland liegt nun bei einem Ökolandbau-Gebiet von 500.204 Hektar, Naturland bei 290.000 Hektar und Demeter bei 106.486 Hektar.

Schluss mit optisch perfektem Obst und Gemüse



Die Vorgaben des Handels für Aussehen und Größe von Obst und Gemüse befeuern den Einsatz von Pestiziden und Düngemitteln und führen zu unnötigen Lebensmittelverlusten, wie das Umweltbundesamt (UBA) in einer neuen Veröffentlichung erklärt. Das Angebot von O + G Klasse II ist nach dem bundesweiten Marktcheck der Verbraucherzentralen jedoch gering. Gemeinsam mit dem UBA fordern sie den Handel daher auf, Obst und Gemüse in jeder Größe und Optik zu verkaufen.

in jeder Größe und Optik zu verkaufen.

Edeka und Bioland wollen Kooperation ausbauen

Vor zehn Jahren hat Bioland entschieden, seine Beziehungen zum qualitätsorientierten

LEH auszubauen, und erste Partnerschaftsverträge mit Edeka-Regionalgesellschaften

unterzeichnet. Durch 70 Artikel mit Bioland-Zertifikat im Edeka-Sortiment bis Ende 2022

wollen die beiden Partner ihre Zusammenarbeit nun vertiefen.

IFOAM besorgt über GAP-Strategiepläne

Anfang März hat der Bio-Dachverband IFOAM Organics Europe eine neue Analyse über die nationalen Strategiepläne zur Umsetzung der Gemeinsamen Agrarpolitik der EU (GAP) veröffent-

licht. Das Ergebnis ist besorgniserregend: In großen Agrarländern wie Spanien, Österreich und Frankreich sollen die Mittel zum Ausbau des Ökolandbaus gekürzt werden. Auch in Deutschland sei

die nötige Finanzierung, um das ehrgeizige 30-Prozent-Ziel zu erreichen, bisher nicht gewährleistet. Die Europäische Kommission müsse dafür sorgen, dass die Mitgliedstaaten über bessere Maßnahmen und Budgets zur Entwicklung des Ökolandbaus verfügen.

Anzeige




**BIO
DEKOR
DRAGÉES**

glutenfrei + vegan



**Hanns G. Werner
GmbH + Co. KG**

Werner's

Hafenstr. 9 · 25436 Tornesch
☎ +49(0)4122/9576-0
info@hgw-tornesch.de
www.werners.de

02-22



Bio-Anteil wächst und floriert

Rostocker E-Center bringt Bio in den Blick und die Regale

30 Prozent Bio in Deutschland: Das politische Ziel geht nur mit einem hohen Bio-Marktanteil. Fast zwei Drittel des Bio-Umsatzes wird in herkömmlichen Supermärkten erzielt. Kaufleute können durch ihr Engagement entscheidend zur Lösung beitragen. Mit einer beeindruckenden Bio-Welt und innovativen Zuordnungsideen vereint Stephan Cunäus (re.) mittlerweile 15.000 Öko-Artikel unter einem Dach.





In der letzten Oktoberausgabe (109/2021) berichtete die bioPress bereits über den ambitionierten Bio-Ausbau des jungen selbstständigen Kaufmanns Stephan Cunäus im E-Center im Rostocker Einkaufszentrum Warnow Park.

Von insgesamt 105.000 Artikeln werden dort mittlerweile bis zu 15.000 in Bio-Qualität verkauft – also über 14 Prozent. Im Lebensmittelbereich sind es sogar 21,42 Prozent von ca. 70.000 Produkten. Der Umsatzanteil von Bio lag im letzten Jahr bei 5,87 Prozent. „Jetzt haben wir das Ziel, uns zwischen acht und zehn Prozent einzupendeln“, kündigt Cunäus an.

Umfasste die eigene Bio-Abteilung am Ende des Marktes vor wenigen Monaten noch 325 Quadratmeter, so wurde jetzt die geplante Verdopplung auf stolze 600 Quadratmeter vollzogen. „Das ist die größte Shop-in-Shop-Bio-Welt im Bun- ➤





desland“, freut sich Cunäus. Über die auffällige Mooswand, welche die Welt umschließt, und die neu positionierten Leuchtwürfel an der Decke sei der Bereich jetzt von jeder Ecke der Einkaufsfläche aus zu sehen. Durch die Vergrößerung befindet sich die Bio-Welt außerdem im Fokus der beiden Hauptgänge. Zwei ausgebildete Bio-Fachbeauftragte hätten den Überblick über alle Bio-Angebote und könnten auch Kundenfragen kompetent beantworten.

Die Produktfülle steht der eines Bioladens derselben Größe in nichts nach und hat mit der Fläche weiter zugenommen. So lässt eine reiche Auswahl an Voelkel-Fruchtsäften den Besuchern im Getränkebereich die Qual der Wahl; für den ausgefalleneren

Geschmack gibt es Säfte aus Gemüse, Karotten, Zitronen, Sauerkraut, Rote Bete oder Tomaten von Alnatura. Bei den Konserven kann man sich zwischen Apfelmus von Campo Verde, Bauckhof und mehr entscheiden. Und auch bei Mais, Erbsen und Rote Bete bietet das E-Center jetzt Markenvielfalt. Im 100-Prozent-Bio-Kühlregal sind die Themen glutenfrei, laktosefrei und vegan besonders hervorgehoben.

Bio-Anlaufpunkte erwecken Aufmerksamkeit

Auch im restlichen Markt wurde die Bio-Präsenz ausgebaut: In Frühstückswelt, Getränkewelt und Drogerie ist nun jeweils eine Achse mit einem kompletten Laufmeter für Bio reserviert. Grüne Metalllauf-

steller vor dem gebündelten Bio-Sortiment stechen direkt ins Auge und erleichtern nachhaltigkeitsbewussten Kunden die Suche. So treffen sie nun etwa in der Drogerie-Abteilung auf eine große abgegrenzte Auswahl von Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln von sodasan. Per Magnet sollen über den Produkten Plakate angebracht werden – als Eye-Catcher und um den Kunden Hintergründe und Informationen über den Wert der Bio-Warengruppen zu vermitteln, beispielsweise zum Thema Babynahrung.

In jeder konventionellen Warengruppe erwecken Bio-Anlaufpunkte Aufmerksamkeit: die Nussbar im Frischetheater, die Obst- und Gemüse-Auslagen gleich am Eingang, Kaffee und Tee in der Früh-



stückswelt, eine Bio-Auswahl bei Weinen und Einweggetränken, Fleisch und Geflügel, Wasch- und Spülmitteln und bei den Kosmetika. In der Tee-Abteilung eingerahmt sind etwa die Bio-Sorten von Stick & Lembke, Bünting und Twinings. Beim Bio-Kaffee sorgt die regionale Hamburger Kaffeerösterei Speicherstadt für Originalität.

Grell Naturkost als wichtiger Partner

Kernlieferant für Bio bleibt im Warnow Park der norddeutsche Bio-Großhändler Grell Naturkost, dessen umfangreiches Sortiment das E-Center nun komplett abbilden könne. Seit dem Sommer sei das vorhandene Grell-Angebot in allen Produktgruppen um 50 Prozent aufgestockt

worden: Es gibt nun Wein vom Weingut Zwölberich oder den Rieslingexperten Moselland, Eintöpfe, Suppen und Saucen von Nabio, ein asiatisches Sortiment von Sydney und Frances, Gewürze von Kotanyi und Hartkorn oder Müsliriegel von Pam Naturally.

Zu Grell habe der Rostocker Markt inzwischen eine sehr gute Geschäftsbeziehung aufgebaut: Die Lieferanten wüssten die Pilotplatzierung zu schätzen und unter den aktuellen Rohstoffproblemen habe der Edeka kaum zu leiden.

Erlebniseinkauf bio-regional

Etwas schwieriger sei die Beschaffung in der mittlerweile etablierten Regional- ➤





welt, wo fast alles über direkten Kontakt laufe, mit Folge einer aufwendigen Kommunikation. 64 Lieferanten von Klein bis Groß versorgten die neue 150 Quadratmeter große Fläche mit den besten Produkten aus Mecklenburg-Vorpommern – einiges davon in Bio-Qualität.

„Das Thema Bio wird 2022 wirklich Fahrt aufnehmen.“

Bald einziehen könne in den Markt die regionale Bio-Kaffeerösterei Brack aus Rostock. Kaffee und Tee sollen in der geplanten Bio-Bar in Vollbedienung verkauft und ausgeschenkt werden, zusammen mit frisch gebackenen Croissants. Ein Lieferant für den Bio-Backshop sei bereits an der Hand und soll voraussichtlich ab Anfang April im E-Center seine Ware anbieten.

Drei neue Bio-Lieferanten seien in der TK-Abteilung zu finden: Gia Pizza, Followfood und Alnatura. Durch eine besondere Optik mit Echtholz-Buche verkleidet soll als Kontrast zu den Eisschränken eine einladende, warme Umgebung geschaffen werden. Geplant ist, den TK-Bereich noch um drei Truhenelemente zu erweitern: ein regiona-





ler Teil, eine Bio-Reihe und eine Kleinkind-Truhe, mit Eis, aber auch gesunden Ernährungsideen.

Käse und Wurst im Aufwind

In der Käsetheke wurde inzwischen ebenfalls ein ganzer Laufmeter mit Bio-Artikeln ausgestattet, räumlich separiert von der konventionellen Ware und unübersehbar deklariert und hervorgehoben. Vier verschiedenfarbige Schilder der Bioland-Marke ‚Wiese 7‘ des Herstellers Gläserne Molkerei präsentieren einzelne Sorten der individuell zuschneidbaren Laibe: der Cremige, Bockshornklee, Heumilchkäse und rosa Pfeffer. Über zehn verschiedene Käsevarianten gibt es jetzt im Bio-Thekensortiment. Laktosefreie Produkte und die unterschiedlichen Herkunftsländer sollen für die Kunden dabei leicht erkennbar sein.

War im Sommer das Bio-Angebot in der Fleisch- und Wursttheke noch ein schwarzer Fleck, soll in den nächsten Wochen ein neuer regionaler Lieferant aus Lübeck Abhilfe schaffen. Auch im SB-Bereich hat eine neue Marke Einzug gehalten: die ‚Mecklenburger Landpute‘ mit Hähnchenfleischprodukten. Daneben bleibt das Fleischwerk Edeka mit der Eigenmarke ‚Natur Pur‘ die Haupteinzugsquelle.

„Es schlagen eigentlich zwei Herzen in meiner Brust“, meint Cunäus. Als gebürtiger Berliner sei der Fokus auf bio-regional für ihn seit langem eine persönliche Überzeugung. Dazu komme das kaufmännische Interesse: „Toll ist es, wenn es auch unternehmerisch klappt!“

Industrie und Vertrieb haben aus Cunäus' Sicht eine Verantwortung gegenüber den Kunden, ihren Part zur Ernährungswende beizutragen. Durch die Ladenstruktur ➤



Grüne Metalltore ziehen Kunden zum Bio-Angebot in den Regalen (oben).

Auffällige Bio-Waren-Präsentationen tun ihr Übriges (unten).





will der Kaufmann dafür sorgen, dass die Besucher sich intensiver und überlegter mit den Produkten beschäftigen. „Bio-Kunden werden bei uns wirklich wertgeschätzt“ – so sein Anspruch, der sich in der aufwendigen Marktaufmachung widerspiegelt.

E Center Warnow Park

Rigaer Str. 5,
18107 Rostock
Neueröffnung nach Umbau 2019

Mitarbeiter	in Vollzeit	40
	in Summe	85
Verkaufsfläche	qm	9.500
Artikellanzahl		
Lebensmittel	ca.	70.000
Bio-Artikel	ca.	13.500
Naturdrogerie/-Kosmetik		1.500
Kassen		16
Öffnungszeiten Mo.-Mi.	8 - 20 Uhr	
Do.-Sa.	8 - 21 Uhr	

Je mehr man das Bio-Sortiment ausbaue, desto riskanter werde allerdings aus kaufmännischer Sicht die Preisstruktur. Aktuell habe das E-Center ein gesund kalkuliertes Angebot. „600 Quadratmeter von 9.500 Fläche sind noch nicht zu riskant“, schätzt Cunäus und ist von der Nachhaltigkeit seines Unterfangens überzeugt.

Über Shop-in-Shop in die Regale

Das Nachhaltigkeitsinteresse bei der Kaufmannschaft werde inzwischen auch von der Edeka bemerkt. Hatte das Naturkind-Konzept – unter dem Namen startete die Einzelhandelskette 2019 erste reine Bio-Filialen – vielleicht noch nicht den nötigen Fokus, so werde mit dem jetzt angebotenen Shop-in-Shop-System auch eine echte Lösung für interessierte Kaufleute präsentiert. „Das Thema wird 2022 wirklich Fahrt aufnehmen“, glaubt der Unternehmer.

Bei Edeka sieht er Bereitschaft zur Veränderung. In vielen Bereichen wie Obst und Gemüse, Nüsse oder Kaffee sei es für den Edeka-Großhandel bereits überhaupt kein Problem mehr, seine Filialen mit Bio zu bedienen. Für das Fleisch-Angebot müsse allerdings noch eine Lösung gefunden werden.

Was ist in Rostock als nächstes geplant? „600 Quadratmeter reichen für unsere Bio-Produkte schon nicht mehr aus“, erklärt Cunäus. „Wir wollen die Bio-Welt aber nicht unbedingt noch weiter in der Fläche ausbauen.“ Stattdessen sei das nächste Ziel, Bio-Waren in den Sortimenten einzuordnen und in den Regalen weiterzuentwickeln. Die Blockplatzierung habe man bereits größtmöglich umgesetzt und erwecke damit bestmöglich Aufmerksamkeit für Bio. Die Themen bio-regional und Erlebniseinkauf bieten noch viele weitere Chancen. Im letzten Jahr besuchten 1.423.000 Kunden das E-Center im Warnow Park, das sind über 27.000 pro Woche.

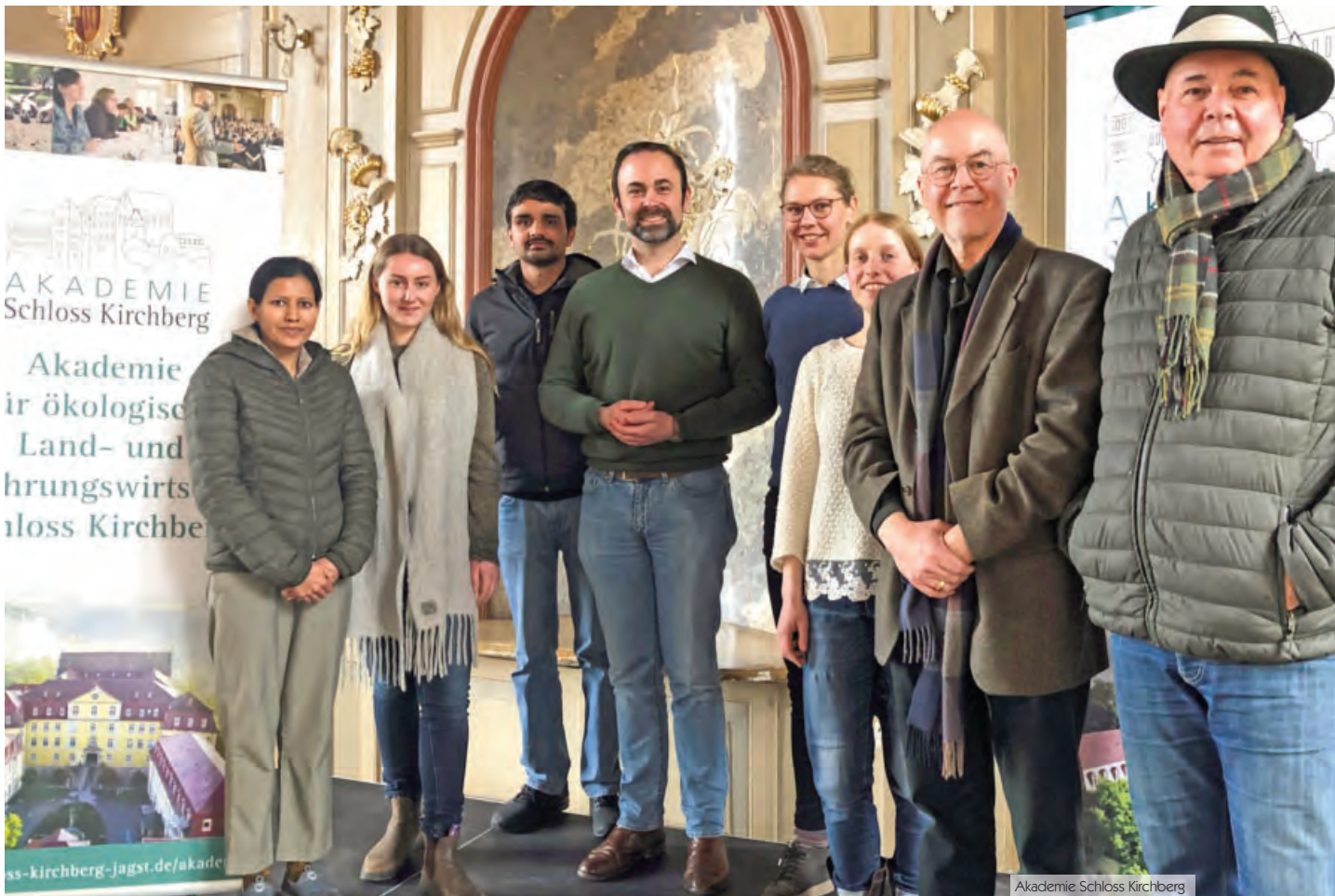
Lena Renner

**BIETEN SIE IHREN KUNDEN
BIO-QUALITÄT!**

- Sortimentserweiterung auf insgesamt 82 BIO-Saatgut-Sorten (Gemüse, Kräuter & Blumen)
- Für nachhaltiges, naturnahes Gärtnern
- Zusätzliche Aufmerksamkeit durch die SPERLI-BIO-Insel! (Rollständer, 1- oder 2-seitig)

NEU

Weitere Informationen & Kontaktaufnahme unter: www.sperli.de



Das Team der Akademie Schloss Kirchberg: (v.l.n.r.) Dr. Panma Yankit, Josefine Herz, Ajay Kumar, Frederik Schulze-Hamann, Anna-Lena Buchholz, Miriam Kaiser, Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald, Rudolf Bühler

Nukleus des Ökolandbaus in Deutschland

Akademie Schloss Kirchberg vernetzt Akteure einer ökologischen Land- und Ernährungswirtschaft

Seit 2016 die ersten Tagungen an den Start gingen, hat sich die ‚Akademie für ökologische Land- und Ernährungswirtschaft Schloss Kirchberg‘ zum wichtigen Treff- und Weiterbildungspunkt für die Bio-Branche und alle Interessenten an einem global fairen und nachhaltigen Ernährungssystem entwickelt. Als Plattform des ‚Haus der Bauern‘, der soziopolitischen Stiftung der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall, will sie ihre Aktivitäten mit einem jungen Team im Hintergrund weiter ausbauen.

1.560 Bauernhöfe aus der Region Hohenlohe in Baden-Württemberg sind in der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (BESH) vereint. Ursprünglich eine bäuerliche Selbsthilfeorganisation, ist sie heute eine erfolgreiche bäuerliche Unternehmensgruppe, mit eigenem Schlachthof, Fleisch- und Wurstmanufaktur, Heumilchkäserei und regionalen Marktzentren. 2012 hat ihr Gründer Rudolf Bühler >

die gemeinnützige Stiftung ‚Haus der Bauern‘ ins Leben gerufen – zum Einsatz für mehr Freiheit, kulturelle Selbstbestimmung und soziale Gerechtigkeit für landwirtschaftliche Erzeuger in der Region, Europa und darüber hinaus. Drei Jahre später erwarb die Stiftung das Schloss Kirchberg, größte Schlossanlage Nord-Württembergs, von der Evangelischen Heimstiftung. Nach Sanierungsarbeiten, die heute weitgehend abgeschlossen sind, konnte die Akademie für ökologische Land- und Ernährungswirtschaft darin ihre ersten Kurse und Tagungen starten. Das Ziel: Wissensvermittlung rund um Ökolandbau und nachhaltige Landwirtschaft, Vernetzung und globale Zusammenarbeit im Lebensmittelsektor.

„Die ökologische Bewegung soll mit Schloss Kirchberg einen Kraftplatz erhalten“, so Rudolf Bühler. „Sie ist der Nukleus für die Weiterentwicklung des ökologischen Landbaus in Deutschland.“ Wichtige Impulse für die Agrarwende, für internationale solidarische Wirtschaftsformen und Projekte für die nachhaltige regionale Entwicklung sollen von dem historischen Anwesen in Hohenlohe in die Welt hinausgetragen werden. Dabei hat sich die Akademie Schloss Kirchberg in den letzten Jahren zum Treffpunkt von Führungspersönlichkeiten der Lebensmittelwirtschaft entlang der gesamten Wertschöpfungskette entwickelt, als wichtige Plattform für Kooperationen und gegenseitige Inspiration.

Bauernrechte, Nachhaltige Entwicklung und Klimaschutz

Die Entwicklungsziele der Vereinten Nationen (Sustainable Development Goals, SDGs) und das Thema klimafreundliche Land- und Ernährungswirtschaft stehen im Mittelpunkt des Kongressprogramms. Weltweit macht sich die Stiftung Haus der Bauern für die demokratischen Rechte indigener Bevölkerungen stark. Im Rahmen des 1. World Organic Forums 2017, verbunden mit dem Kongress ‚Global Peasants‘ Rights‘ (deutsch: Bauernrechte weltweit) versammelte sie Landwirte und Interessenvertreter aus der ganzen Welt und trug so zur 2018 ver-

Das Team der Akademie Schloss Kirchberg

□ Rudolf Bühler (Gründer): Seit gut 40 Jahren setzt sich der Agraringenieur, Agrarsoziologe und Tropenlandwirt für Projekte der ländlichen Regionalentwicklung im In- und Ausland ein. Nach vielen Jahren als Entwicklungshelfer übernahm er 1984 in seiner Heimatregion Hohenlohe den bäuerlichen Familienbetrieb Sonnenhof seiner Vorfahren in Wolpertshausen und eröffnete ein Büro für Ländliche Regionalentwicklung. Bekanntheit erlangte er durch die Rettung der alten Landrasse Schwäbisch-Hällisches Schwein sowie Gründung und Aufbau der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (BESH), des Bioverbands Ecoland und der Akademie Schloss Kirchberg. Mit diversen Projekten in Afrika und Indien setzt er sich weltweit für die Rechte von Kleinbauern ein.

□ Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald (Leiter): Der studierte Theologe, Philosoph und Soziologe war von 1988 bis 2020 als Vorstand der Schweisfurth Stiftung tätig, die sich für eine zukunftsfähige Land- und Lebensmittelwirtschaft engagiert. Er forscht und lehrt als Honorarprofessor für Agrar-, Ernährungs- und Umweltethik an der Humboldt-Universität Berlin. Seit Dezember 2021 hat er die Leitung der Akademie Schloss Kirchberg inne.

□ Anna-Lena Buchholz (Geschäftstellenleitung, Bildungsreferentin):

Seit 2019 ist die Ernährungswissenschaftlerin für das Jahresprogramm, Seminarangebote und Tagungen, verantwortlich. Gemeinsam mit Christoph Zimmer, der am Aufbau der Akademie maßgeblich beteiligt war, hat sie über die letzten Jahre das Konzept für die Öko-Marketingtage weiterentwickelt.

□ Frederik Schulze-Hamann (Strategische Entwicklung/Politik, Bildungsreferent): Nach Studien in Staatswissenschaften und Global History war Schulze-Hamann unter anderem als Vorstand von Slow Food Deutschland tätig. Neben Veranstaltungen zu Climate Farming konzipiert er 2022 das World Organic Forum.

□ Miriam Kaiser (Bildungsreferentin): Mit Hintergrundwissen im Bereich von politischer Bildung, Internationalen Beziehungen sowie Friedens- und Konfliktforschung bringt sich Kaiser seit Dezember 2021 für die Akademie Schloss Kirchberg ein und ist in diesem Jahr für die Sommerschule Future of Foods zuständig.

□ Josefine Herz (Bildungsreferentin): Als Masterstudentin in ‚Transformation Design‘, mit Erfahrungen in Regionalentwicklungsprojekten und mit eigenem landwirtschaftlichen Hintergrund, arbeitet Herz schwerpunktmäßig für Akademie-Veranstaltungen der klimafreundlichen Land- und Ernährungswirtschaft.

abschiedeten UN-Erklärung für die Rechte von Kleinbauern bei. Im Wirtschafts- und Sozialrat der Vereinten Nationen hat die BESH für ihr Engagement offiziellen Beraterstatus erhalten. Das **World Organic Forum** hat sich inzwischen als jährliches Treffen etabliert, mit dem die nachhaltigen Entwicklungsziele und der Ökolandbau weltweit vorangetrieben werden sollen.

Kompetenz und Kooperation in der Bio-Lebensmittelbranche

Ein führender Bio-Branchentreff zum Be-feuern einer nachhaltigen Wertschöpfungskette sind die **Öko-Marketingtage**

geworden, die 2018 erstmals organisiert wurden. Alle Aspekte der Vermarktung von Bio-Produkten, vom Erreichen der Konsumenten über Hürden und Best-Practices der herstellenden Unternehmen bis hin zu notwendigen Reformen in Politik und Handel finden hier eine Bühne. Durch die Präsenz von Entscheidern wird der Aufbau von bedeutsamen Partnerschaften ermöglicht. Bioanbauverbände und führende Branchenvertreter aus Produktion, Handel und Wissenschaft unterstützen die Öko-Marketingtage.

Ganz in den Bereich der Praxis bewegt sich die Fortbildung zur **Fachkraft für Bio-Lebensmittel im Handel**, die von der IHK zertifiziert ist. Sie richtet sich vor



Akademie Schloss Kirchberg

allen an Mitarbeiter im Lebensmitteleinzelhandel, die im Zuge von mehreren Unterrichtseinheiten Wissen rund um Bio und Kompetenz für die Vermarktung von Bio-Produkten erwerben sollen.

Die **Sommerschule** der Akademie Schloss Kirchberg lädt junge Leute, Interessierte und Beschäftigte der Lebensmittelbranche zur Diskussion über das Ernährungssystem der Zukunft ein. Vorträge, Exkursionen und der Austausch mit Experten sollen den Teilnehmern neue Einblicke in die Wertschöpfungskette vermitteln.

Beim **1st Climate Farming Congress** kamen im vergangenen Herbst rund 60 Pioniere der regenerativen Landwirtschaft aus 16 europäischen Ländern zusammen, um sich über ökologische und ökonomische Mehrwerte auszutauschen und gemeinsame Ziele zu definieren. Erstmals im Jahr 2022 ist die Akademie an der **Qualifizierung Bauernhofpädagogik** beteiligt. In Kooperation mit Bio-Anbauverbänden will sie Landwirte dazu befähigen, ihre Höfe für erlebnispädagogische Angebote zu öffnen, um eine Brücke zu Verbrauchern zu bauen und einen zusätzlichen Einkommensbeitrag zu erwirtschaften.

Ein umfassendes Jahresprogramm mit rund 35 Fortbildungen, Vorträgen und Tagungen ist heute auf Schloss Kirchberg Standard. Neben Freiwilligendienstlern und Praktikanten sind nur wenige Hauptamtliche dafür verantwortlich. Nach dem Rückzug von Christoph Zimmer, der die Akademie maßgeblich mitaufgebaut hat,

Termine 2022

□ 4.5.-5.5.: Seminar für Führungskräfte 'Führung als Schlüssel zum Erfolg der Zukunft'

□ 28.6.-30.6.: V. World Organic Forum – Localizing SDGs

Im 50. Jubiläumsjahr des Bio-Dachverbands IFOAM – Organics International werden die UN-Ziele für nachhaltige Entwicklung zusammen mit der ökologischen Land- und Ernährungswirtschaft weltweit in den Mittelpunkt gerückt. Prominente Protagonisten wie Vandana Shiva, Christine und Ernst-Ulrich von Weizsäcker sowie Franz-Josef Radermacher werden erwartet.

□ 27.8.-3.9.: Sommerschule Future of Foods – zukunftsfähige Ernährungssysteme

Studenten, Erzeuger und alle Beschäftigten der Lebensmittelbranche sind eingeladen, sich über die Ernährung der Zukunft auszutauschen.

□ 12.-13.10.: Öko-Marketingtage

sowie Dr. Astrid Heid, die zuletzt die Programmleitung innehatte, ist seit kurzem der Nachhaltigkeitsexperte Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald für die Leitung zuständig – unterstützt von Geschäftsstellenleiterin Anna-Lena Buchholz und einem jungen Team von Akademikern.

Lena Renner

DIE DICKSTE LIMO DER STADT

BIO & VEGAN



GUA LIMO

Ausschließlich mit Agavendicksaft gesüßt und ordentlich viel Fruchtanteil. Lecker, Geil, GUA!

Die vegane Bio-Fruchtlimonade!

Guave mit Lemongras
Guave mit Ingwer und Kurkuma
Guave mit Holunder und Minze



GUA
taste matters.

www.gua-drinks.com



Behr AG:

Gemüse-Spezialist bringt Bio in den LEH

Norddeutscher Lieferant mit viel Potenzial in der Fläche

Die Behr AG gehört als traditionsreiches Familienunternehmen zu den wichtigsten Gemüsebaubetrieben in Deutschland. Mit einem Bio-Umsatz von 15 Millionen Euro, rund 600 Hektar Bio-Gemüse und 27 Sorten ist der Produzent heute auch im Bio-Markt vorne mit dabei. Über technisches Know-How und humusreiche Böden kann er seinen Bio-Anbau noch um ein Vielfaches erweitern – wenn die Nachfrage mitmacht.

„Wir sind in erster Linie Bauern“, erklärt Rudolf Behr, der das Familienunternehmen heute in vierter Generation leitet. Von der Jungpflanze bis zur Ernte sei die Firma Behr noch selbst für den Gemüseanbau verantwortlich.

Um das Jahr 1882 ging das Unternehmen mit einem kleinen Gemüseanbau in Rosenweide, südlich von Hamburg, an den Markt. Mit weiteren Standorten in Deutschland und einem Ableger bei Murcia, im Südosten von Spanien, wurde die Fläche im Laufe der Jahre vergrößert. 1998 startete Behr in Mecklenburg-Vorpommern, 50 Kilometer östlich von Hamburg, erstmals mit der Produktion von Bio-Gemüse. Heute wird auch in Rosenweide und Spanien Ökolandbau betrieben.

600 Hektar Bio-Gemüse – weiterer Ausbau geplant

Zirka 20 Prozent seiner Ware baut Behr inzwischen in Spanien an, den Rest in Deutschland – „im Winter liefern wir etwas weniger als im Sommer.“ Zu über 3.000 Hektar Freilandgemüse, die der Betrieb heute konventionell bewirtschaftet, kommen rund 600 Hektar Bio-Gemüse. Bei steigender Nachfrage könne man die jederzeit erweitern:

800 Hektar Rohfläche würden momentan bereits landwirtschaftlich genutzt und seien bereit für zusätzlichen Bio-Gemüseanbau. Zusätzlich zum EU-Bio-Standard ist die

Behr AG nach den Richtli-



nien des norddeutschen Anbauverbands Biopark zertifiziert.

Das Portfolio für den Bio-Handel umfasst 27 verschiedene Gemüse-Sorten: Salate, Broccoli, Kürbisse, Sellerie, Bohnen, Rote Bete, Ingwer und Topinambur. Das Meiste wird per Stück verkauft – und nach Behrs Wünschen soll das auch so bleiben. Von den Plänen des Umweltbundesamts, den Gemüseverkauf mehr auf Gewicht umzustellen, ist der Unternehmer alles andere als begeistert. „Je größer der Salat ist, desto geschmacklich schlechter!“, betont er. Auch die Vorstellung, mit kleinen Größen Dünger einsparen zu können, sei realitätsfern. „Eine Pflanze entscheidet schon ganz am Anfang, wie groß sie mit den verfügbaren Nährstoffen werden kann“, erklärt Behr. Sind nicht genug Nährstoffe vorhanden, geht die Pflanze sofort in die Vermehrungsphase über, um noch Nachkommen zu zeugen. Zusätzlicher Dünger werde dann gar nicht mehr registriert und ermögliche keine Umplanungen mehr.

Bio-Gemüse im LEH: Neue Nachfrage, alte Strukturen

Vor gut 20 Jahren wurde der Gemüseproduzent von der Rewe angesprochen, ob auch die Lieferung von Bio-Ware möglich wäre. „Mehrere Jahre haben wir damit nur Verluste gemacht“, erinnert sich Behr. Im Fachhandel waren seine Artikel nie vertreten und der LEH war anfangs noch weniger stark im Verkauf von Bio-Gemüse. Dann aber wurde das Geschäft zunehmend lukrativ.

„Aktuell machen wir einen Bio-Umsatz von rund 15 Millionen Euro“, so Behr. Alle seine konventionellen Kunden werden inzwischen auch mit Bio beliefert. Das sind alle deutschen Einzelhandelsketten (mit Ausnahme von Lidl). Trotzdem sieht der Unternehmer beim Blick auf die flächendeckende Versorgung der Deutschen mit Bio-Gemüse Probleme. „Die Bio-Anbaustruktur lebt von vielen kleinen Betrieben“, meint Behr. Das passe aber nicht zum Konzept des Lebensmitteleinzelhandels, der für größere Käuferschichten auch preislich günstigere Produkte anbieten

müsse. „Deutsche Kunden achten sehr genau auf das Preis-Leistungsverhältnis.“ Bei den aktuellen Gegebenheiten griffen trotz des nach Umfragen gestiegenen Nachhaltigkeitsbewusstseins noch zu wenige Konsumenten nach Bio-Gemüse. Wenn man die politischen Ziele des Ökolandbau-Ausbaus erreichen wolle, müsse sich da etwas ändern.

Technische Innovation erleichtert den Bio-Anbau

Momentan liege die preisliche Differenz von Bio und konventionell bei rund 30 Prozent. „Manche Erzeuger kommen damit aus, für andere ist es zu wenig“, schätzt der Großunternehmer ein. Der Bio-Markt habe sich zwar aus der Nische befreit, die Betriebe seien aber nicht ausreichend mitgewachsen.

Manche Innovationen, welche die Arbeit für Bio-Gemüse-Produzenten vereinfachen würden, lohnten sich erst ab einer gewissen Größe: zum Beispiel kamera-gesteuerte Hackmaschinen zur mechanischen Unkrautbekämpfung oder eine Freiland-Dämpfanlage. Beides hat die Behr AG mittlerweile im Bio-Anbau in Betrieb. Außerdem habe man 2016 die Bewirtschaftung auf ein breiteres 12-Meter-Beetsystem umgestellt. Hierdurch lasse sich die Anzahl der Felddurchfahrten reduzieren, die Bodenerosion verringern sowie die Dünger- und Wassermenge minimieren.

Auf Augenhöhe mit dem Handel

Die meisten Bio-Gemüse-Betriebe verkauften ihre Ware über Hofläden, den selbstständigen Einzelhändler nebenan sowie die Belieferung von Bio-Fachhändlern. In den Vertrieb des übrigen Lebensmitteleinzelhandels gelangten sie nur gebündelt über Verbände, ohne direkten Kontakt zu den Händlern. Das ist bei einem Großbetrieb wie Behr anders, der schon über die konventionelle Ware seine Verbindungen zum LEH pflegt und außerdem große Mengen liefern kann.

„Unsere Ware verfaut – das ist ein großes Glück“, meint Behr. Die Konkurrenz aus Übersee, etwa China, ist damit auch für den profitorientierten LEH außen vor. Außerdem kann er sich für Entscheidungen nicht ewig Zeit lassen, weil er sonst keine frischen Artikel mehr bekommt ➤

Schon probiert?

DAS lebendige WASSER



lebendiges Wasser

6 QUELLEN. 9 SORTEN.

WASSER IST NICHT GLEICH WASSER

Was macht die lebendigen Wasser von St. Leonhards so einzigartig?
Erfahre mehr: st-leonhards-quellen.de



ST. LEONHARDS
Quellen

– ein Verhandlungsvorteil für Gemüselieferanten. Die Preise würden, wie im Gemüsemarkt üblich, jede Woche neu verhandelt, was ebenfalls einen engeren Kontakt mit sich bringe, als es in anderen Teilen der Lebensmittelbranche der Fall ist.

Die größten Kosten im Bio-Bereich entstünden Behr durch die Bezahlung der Arbeitskräfte. Auch in puncto Verpackung müsse man einen höheren Aufschlag einrechnen als im konventionellen Bereich, weil auf dem Bio-Markt kleinere Verpackungseinheiten erwünscht sind.

Dünger ist nicht gleich Humus

Bei der Düngung legt die Behr AG viel Wert auf Kompost und Grünschnitt. Auch Kuhmist und Haarmehlpellets werden von den Landwirten verwendet. Der Vorstandsvorsitzende warnt jedoch davor, organische Dünger in Bezug auf den Nährstoffgehalt zu hoch zu bewerten. „Das Wort Bodenfruchtbarkeit ist vielen gar nicht mehr bekannt“, so Behr. Das Bodenleben brauche Bakterien für seinen Stoffwechsel und Humus bleibe der beste CO₂-Speicher.

„Jeder, der etwas isst, betreibt damit erstmal Raubbau – er bringt nichts zurück auf den Acker.“ Früher hätten die Leute in den Städten ihre Exkremente noch auf die umliegenden Gemüsefelder getragen. Wer heute vom Kreislauf der Natur spreche und dann mineralisch gedüngte Masse für den Bio-Anbau verwende, belüge sich damit selbst. Jedes Reh sei in seiner Lebensweise umweltfreundlicher als der Mensch.

Die Wende braucht viel Know-How

„Wir brauchen intensive Landwirtschaft und gleichzeitig intensiven Naturschutz“, meint der Unternehmenschef. „Die Natur schafft das nicht von alleine, nachdem wir schon so stark eingegriffen haben.“ Toter Boden, der über Jahre ausgebeutet wurde, brauche eine sehr lange Zeit, bis er sich erholt hat und wieder eine gesunde Grund-



lage zum Pflanzenwachstum biete. Auf der anderen Seite stünde die stetig wachsende Weltbevölkerung, für die eine nachhaltige Lebensmittelproduktion sichergestellt werden müsse. Viel Wissen und Know-How sei nötig, um das zu schaffen. Die Bio-Bewegung könne die Wende nicht alleine bewerkstelligen und brauche Unterstützung von anderen Teilen der Gesellschaft.

In puncto Natur- und Landschaftsschutz ist die Behr AG in Norddeutschland bereits divers engagiert. Über 150 Hektar an Blühstreifen und -wiesen unterhält das Unternehmen mittlerweile in Zusammenarbeit mit ortsan-

sässigen Imkern. Dazu kommen 1,5 Hektar Wald sowie aus der Produktion genommene Ackerflächen als natürliche Rückzugsräume für Vögel und Insekten. Zwei Hektar Fläche wurden nach UNESCO-Richtlinien als Biosphärenreservat angelegt. Trotz seines kritischen Blicks auf die Krisenlage von Umwelt und Landwirtschaft bleibt Behr optimistisch: „Wenn das Wasser bis zum Hals steht, kann man besser plantschen.“ Das sei für den Menschen der optimale Zustand, um ins Handeln zu kommen und schnelle Veränderungen umzusetzen.

Lena Renner





Dampfmohn, Goldstern und Kürbiskerne

Agasaat liefert Bio-Saaten mit hohem Qualitätsanspruch

In Neukirchen-Vluyn bei Duisburg verarbeitet und verpackt der Importeur Agasaat Back-, Gewürz- und Keimsaaten in Fülle. Fast die Hälfte des Umsatzes wird über Bio-Saaten erzielt. Durch Qualität und Niveau im Anbau und als fairer Marktbegleiter der Erzeuger will der Familienbetrieb sich von Großkonzernen im Bio-Markt abheben. Dabei helfen technisches Know-How und Innovationsfreude.

Vor 30 Jahren, im Jahre 1992, gründete Werner Arts die agaSAAT GmbH. Heute hat sich der Betrieb zum reinen Familienunternehmen entwickelt: Neben Senior-Chef Werner Arts sind auch die Söhne Fabian und Tobias-Werner Arts in führende Positionen der Geschäftsleitung eingestiegen.

Seit Unternehmensstart hat sich Agasaat auch mit Bio beschäftigt und war somit Marktbegleiter der ersten Stunde. Bereits seit mehreren Jahren gibt es Produkte mit Naturland-Siegel im Sortiment. Seit 2006

verfügt der Familienbetrieb über ein IFS-Zertifikat auf gehobenem Niveau. Und seit 2016 garantiert auch ein QS-Prüfzeichen die Qualität der Produkte. „Gesicherte Lebensmittel zu produzieren und zu verkaufen war die Firmenvision von Beginn an“, meint der Senior-Geschäftsführer Werner Arts. ➤

Fabian Arts ist für Agasaat als Geschäftsführer im Bereich der Produktion tätig.





Der neue Logistik-Standort mit 12.000 Palettenstellplätzen soll komplett CO₂-neutral werden. (o.) Kürbisse in Bio-Qualität bezieht Agasaat neu von einem Anbauprojekt am Niederrhein. (u.)

Mit 25.000 Tonnen Saaten, die pro Jahr gehandelt werden, erzielt Agasaat aktuell einen Umsatz im mittleren zweistelligen Millionenbetrag. 45 Prozent davon wird über Ware in Bio-Qualität erzielt, manches davon mit Naturland-Zertifikat. 55 Mitarbeiter sind heute von der Beschaffung bis zum Abtransport der Produkte für den Importeur und Rohstoffveredler aktiv.

Portfolio von eigenem Dampfmohn bis Bio-Senf

Produktfokus und Stärke des Unternehmens liegen im Bereich von Back- und Ölsaaten: Leinsaat, Kürbiskerne, Sonnenblumenkerne und Sesam. Ein wichtiges Geschäftsfeld ist der Import von Kümmel, Schwarzkümmel, Koriander und Senf. Dazu kommen Keimsamen wie Sprossen, Radieschen und Kresse. Die Haupt-Rohstoffquellen für die Bio-Abteilung sind eigene Anbauprojekte in der ganzen Welt, die von Agasaat direkt begleitet werden. 33 auditierte Landwirtschaftsbetriebe auf fünf Kontinenten versorgen den Importeur mit ihrer Ware. Es gibt Bio-Blaumohn aus Deutschland, Frankreich oder Belgien, Bio-Sesam aus einem Eigenanbauprojekt in Uganda, Bio-Leinsaat aus Deutschland, Ungarn, Kasachstan und Rumänien und vieles mehr. Insgesamt umfasst das Portfolio inzwi-

schen über 50 verschiedene Bio-Produkte. Eigene Produkt-Sorten des Unternehmens sind Agadampfmohn und Agagoldstern, beide DLG-prämiert und auch in Bio-Qualität erhältlich. Für den Dampfmohn wird Blaumohn mit einem kontrolliert niedrigen Morphingehalt von maximal vier Milligramm pro Kilo in einem schonenden Kristallmahlverfahren bearbeitet, bedämpft und stabilisiert. Dadurch sollen Bäcker eine naturbelassene Zutat mit mildem und nicht-bitterem Aroma sowie einer Mindesthaltbarkeit von sechs Monaten für ihre Kuchen und Stollen erhalten.

Der Agagoldstern ist eine eigens für Agasaat gezüchtete Leinölsaart, mit hohem Quellvermögen und hoher Tausendkornmasse (TKM). Das glutenfreie Leinmehl aus Agagoldstern soll über eine besonders gute Quell- und Klebefähigkeit verfügen, einen hohen Schleimstoffgehalt und viele Eiweiß- und Ballaststoffe.

Besonders stolz sind die Geschäftsführer auf ihre neuen Kürbiskernprodukte, Typ Steiermark. Aus einer Anbaufläche direkt am Niederrhein können jetzt Kürbiskerne in Bio-Qualität und wenn gewünscht auch in Naturland-Qualität geliefert werden – „aus der Region für die Region“. Die Bodenverhältnisse seien fruchtbar und das Projekt bisher vielversprechend.



Sichere Qualität durch Labortests und Besuche vor Ort

Agasaat-Vertreter aus Qualitätssicherung und Geschäftsführung machen selbst Besuche bei den Landwirten, um Anbau und Ware gut im Blick zu haben. Durch die Pandemie sei die Möglichkeit dazu zwar momentan eingeschränkt, der Kontakt werde aber durch den regelmäßigen Austausch via Videokonferenz bestmöglich aufrechterhalten.

In Laboratorien in Deutschland werden Bodenproben der Farmen untersucht. „Normalerweise werden sie dort auch freigeprüft“, meint Tobias-Werner Arts, der seit mittlerweile drei Jahren in der Geschäftsführung für Verkauf, Qualitätssicherung und Logistik verantwortlich ist. Nur wenn die Kriterien nicht eingehalten werden, etwa bei Pestizidrückständen, müsse die Firma ein Veto einlegen.

Der Ukraine-Krieg machte sich zum Zeitpunkt des bioPress-Gesprächs Anfang März bereits bemerkbar. Die Lieferungen von Weizen, Soja und Raps aus der betroffenen Region müssten nun anderweitig ausgeglichen werden, berichtet Senior-Geschäftsführer Werner Arts. „In der Kürze der Zeit ist es schwierig umzuswitchen.“ „Allgemein werden die Lieferketten aktuell mehr und mehr gestört“, ergänzt Sohn Tobias. Sowohl beim Transport über See als auch Land werde das Importgeschäft zunehmend schwieriger und zeitaufwendiger.

Wareneinfuhr, Veredlung und Mischung

Agasaat kümmert sich bei der Einfuhr der Ware um den gesamten Transport inklusive der Zollformalitäten. Über 1.000 Container pro Jahr werden zum Produktionsstandort



am Niederrhein verschifft. Von dort aus wird die Fracht auf Paletten gepackt und in 25-Kilogramm-Säcke oder Big Bags mit einem Fassungsvermögen von bis zu 1.000 Kilogramm abgefüllt. Erst nach eingehender Prüfung durch die QS-Abteilung werde sie entspert und für den europäischen Markt freigegeben. Der Agadampfmohn des Importeurs wird auch direkt vermarktet. Alles andere dient als Rohstoffkomponente zur Weiterverarbeitung. Agasaat beliefert den Großhandel und Verarbeiter: Müslihersteller, Backbetriebe, Gewürzmühlen oder Teehersteller in ganz Europa. Die Rohstoffkomponenten Saaten und Haferflocken können schon in der eigenen Produktionsanlage für die Lebensmittelindustrie vorgemischt werden. Auch Rösten als Veredelungsprozess, um die Aromastoffe hervorzuheben ist Teil des Angebotsportfolios. Gerne gehe man bei den Mischungen auf individuelle Kundenwünsche ein.

Hoher Technikaufwand zur Qualitätssicherung

Vier verschiedene Reinigungslinien garantieren laut Unternehmensangaben eine besondere Produktqualität: Staubabsaugung, Groß- und Feinaussiebung und Steinauslesung; die Magnetprüfung auf metallische Fremdkörper; die Trommelsiebung über eine patentierte Keimreduzierungsanlage mit UV-C-Licht; und zu guter Letzt die Sortex-Farbsortierung mit Infrarottechnik. „Das ist gesünder, als eine Technik mit Röntgenstrahlen zu verwenden“, erklärt Fabian Arts, Geschäftsführer im Bereich der Produktion. Beim Rösten bestehe aufgrund des hohen Ölanteils der Rohstoffe die Gefahr, dass sie durch Oxidation ranzig werden. Mit einem selbstentwickelten Verfahren habe das Unternehmen

sichergestellt, dass dennoch eine möglichst lange Mindesthaltbarkeit garantiert werden kann.

Vor zwei Jahren hat Agasaat außerdem eine CO₂-Druckentwesungsanlage installiert, um die absolute Freiheit von Schädlingen zu gewährleisten. Via Hochdruck werden dabei eventuelle Eiablagen von Motten und Insekten abgetötet. „Die Container stehen gerade ja teils länger im Hafen – das birgt ein erhöhtes Risiko für den Befall der Ware“, so Fabian Arts.

In puncto Technikaufwand sei das Unternehmen einzigartig in Europa und immer auf dem modernsten Stand, meint der Seniorchef. Jedes Jahr gebe es neue Investitionen. „Wir kennen keinen Weg zurück – nur nach vorne schauen.“

Neuer Logistik-Standort: Ziel CO₂-Neutralität

Die bestehenden Kapazitäten der aktuell zwei Standorte der Agasaat am Firmensitz in Neukirchen-Vluyn reichten bald für die mittlerweile erreichte Größenordnung des Betriebs nicht mehr. Daher wurde 2021 ein Neubauprojekt gestartet, das spätestens Ende des Jahres fertiggestellt werden soll, vielleicht schon im Sommer. Im neuen Hochregallager stehen dann 12.000 Palettenstellplätze in Aussicht.

Über Photovoltaik-Anlagen auf dem Dach, mit denen auch die Akkus der Elektrostapler geladen werden können, und eine Wärmepumpe zur Heizung ist das Gebäude komplett CO₂-neutral geplant. Die Produktionsfläche von 1.200 Quadratmeter verbleibt am Stammsitz in Neukirchen-Vluyn und bietet 7.000 weitere Palettenstellplätze im Hochregal – viel Raum für die zukunftssträchtige Bio-Saaten-Branche.

Lena Renner

Im Einklang mit der Natur.



Seit 30 Jahren stehen die Emil Trinkflaschen aus Glas für Nachhaltigkeit: Lokal produziert, mit Bio-Stoffen und endlos wiederbefüllbar schonen sie wertvolle Ressourcen.

Gleich im Emil Händlerportal bestellen:
www.emil-die-flasche.de

Emil

Die Flasche zum Anziehen



Make America graze again

Symposium des Real Organic Projects warnt vor dem Verschwinden von echtem Bio in den USA

Riesige Tierfabriken statt Weidehaltung, ein Machtkampf von Wenigen statt konstruktiver Wettbewerb und eine tatenlose Politik: Mit Fokus auf dem Thema Milchwirtschaft zeigte ein Online-Symposium an zwei Wintersonntagen die drängenden Probleme der Bio-Branche in den USA. Zahlreiche Verfechter von echtem Bio, die sich gegen das Aufweichen von Standards aufgrund von Profitinteresse und das drohende Höfesterben wehren, schilderten ihre Sichtweise und forderten die Rückkehr zu grasenden Kühen in Amerika.

Bis zu 15.000 Kühe auf einmal werden in den Vereinigten Staaten in sogenannten CAFOs, „Concentrated Animal Feeding Operations“, gehalten. Im Jahr 2016 gab es laut den Veranstaltern knapp 20.000 dieser konzentrierten Tiermastbetriebe im ganzen Land. Eigentlich sind Tierfabriken, in denen mehr als 1.000 Kühe über 45 Tage im Jahr eingesperrt sind, dem amerikanischen Gesetz nach von der Bio-Zertifizierung ausgeschlossen.

Die Realität sieht anders aus: Riesige „Bio“-Milchviehbetriebe mit niedrigen Produktionskosten weiten ihr Geschäft aus, drücken die Preise auf dem Bio-Milch-Markt und überschwemmen die Supermärkte mit qualitativ fragwürdigen Produkten aus problematischen Haltungsbedingungen. Gleichzeitig kämpfen authentische Bio-Landwirte, die sich noch tatsächlich für Umwelt, Tierwohl und gesunde Lebensmittel engagieren, ums Überleben.

Billigmilch ruiniert Familienfarmen

War die Bio-Landwirtschaft in den USA einst die Rettung der kleinen und mittleren Familienbetriebe, so zeichnet sich jetzt die gleiche Entwicklung wie in der konventionellen Landwirtschaft ab. Für die Gesamtgesellschaft kann weiteres Höfesterben nicht nur mit Blick auf die regionale Ernährungsgrundlage und Landschaftspflege problematisch werden, sondern auch über das Verschwinden von Grün- und Ackerflächen zugunsten von Versiegelung und Neubauten.

„Die Führer der Bio-Bewegung schweigen darüber“, kritisierte Linley Dixon, stellvertretende Direktorin des Real Organic Projects (ROP), in der Begrüßung. „Wir wollen den Farmern heute eine Stimme geben.“

Fast 40 verschiedene Landwirte und andere Experten aus der Branche kamen

dann auch in den jeweils gut zweistündigen Sessions des Symposiums zu Wort, die am 30. Januar und 6. Februar stattfanden. Der Ernst der Lage wurde dem Publikum aus Perspektive der Betroffenen drastisch vor Augen geführt.

„Ist das Land einmal weg, ist es für immer weg“, stellte Rosie Burroughs klar, die selbst als Bio-Bäuerin in ihrem seit über 100 Jahren bestehenden Familienbetrieb arbeitet. Solche Farmen, die seit vielen Generationen Landwirtschaft betreiben, stehen durch die aktuelle Entwicklung in der Gefahr, unwiederbringlich ihre Lebensgrundlage zu verlieren. Zwar sei das System schon lange so, dass Milchbauern von ihren Abnehmern abhängig sind und aufgrund fehlender Handelsmacht nicht selbst entscheiden können, zu welchem Preis die Milch verkauft wird – erst in den letzten fünf Jahren habe sich der Preis aber so entwickelt, dass es nicht mehr zum Überleben reicht.

„Echte Bio-Landwirte sind Weidehalter.“

Im August 2021 wurden 89 kleine bis mittelgroße Bio-Farmen im Nordosten der Vereinigten Staaten von Horizon Organic benachrichtigt, dass ihr Vertrag nicht verlängert wird. Horizon Organic ist Tochter des Lebensmittelkonzerns Danone und der größte Anbieter von Bio-Milch in Nordamerika. Das Unternehmen bezieht seine Rohmilch von mehr als 700 Molkereien in 23 Staaten. Jetzt sollen die langjährigen Verträge der Farmer im August 2022 auslaufen, zugunsten etwa von größeren Erzeugern im Westen der USA, die aufgrund ihrer Produktionsmenge und Kostenvorteilen besser zum Profil von Danone passten.

Danone lässt Milchbauern fallen

Die Zertifizierung von Danone Nordamerika als weltweit größter ‚B Corporation‘ steht für die Aktivisten des ROP ob dieser Entscheidung in Frage. Vorgehen von der Non-Profit-Organisation B Lab, soll der Titel die Benefits, also den öffentlichen Nutzen – die soziale, öko-

logische und ökonomische Gesamtleistung – eines Unternehmens auszeichnen. In einer Beschwerde-Petition hat sich die ‚Organic Farmers Association‘ an B Lab gewandt, um Danone aufgrund seines reinen Profitdenkens zu Lasten einer ganzen Region, herabzustufen.

Vertrauensverlust durch Greenwashing

„Die Konsumenten wären bereit, den Preis für bessere Milch zu zahlen“, ist Dave Chapman, Geschäftsführer des Real Organic Projects, überzeugt. „Aber die Marken sind nicht dazu bereit!“ Durch die Bilder von grasenden Kühen auf Milchprodukten aus CAFOs würden Kunden schlicht betrogen. Wer Bio kauft, habe die berechnete Erwartung, dass die Erzeugnisse aus Weidehaltung stammen. Ohne verlässliche Standards aber ist auch das Vertrauen der Konsumenten in Bio in Gefahr – zu Lasten derer, die sich daran halten.

„Wir sind keine Greenwasher!“, betonen die Landwirte des ROP. Je mehr Bio von profitorientierten Großkonzernen vereinnahmt und im Bewusstsein der Konsumenten mit Betrugsfällen und Kompromissen in Verbindung gebracht wird, desto schwerer haben es die Farmer, die viel Zeit und Herzblut in regelkonforme Bio-Landwirtschaft und mehr gesteckt haben, den Wert ihrer Produkte zu kommunizieren. Eine Entwicklung, die Panik und Existenzangst auslöst.

Mindestens 120 Tage im Jahr müssen Kühe laut der amerikanischen Bio-Gesetzgebung eigentlich auf der Weide gehalten werden. Bei den Größenordnungen der Giganten der Milchindustrie ist dieser gebotene Weidegang aber überhaupt nicht realisierbar.

„Echte Bio-Landwirte sind Weidehalter!“, meint Linley Dixon. Viele Farmer hielten mit viel Überzeugung an der Weideregeln fest und ermöglichten ihren Kühen so viel Auslauf und Grasens wie möglich, „am besten das ganze Jahr über“. Gras sei die eigentliche Arbeitsgrundlage von Milchbauern und Farmer hätten ihre gesellschaftliche Funktion auch als Hüter der Landschaft. Aber wer diese Aufgabe ernst nehme, könne nicht mit einer industriellen Denkweise konkurrieren.

Politischer Stillstand und wenige Marktgiganten

Als Wurzel des Problems sehen die Referenten das Profitinteresse der Großunternehmen – gepaart mit Fahrlässigkeit und Untätigkeit seitens des amerikanischen Landwirtschaftsministeriums USDA (United States Department of Agriculture). „Das USDA war einverstanden mit jeder Form des biologischen Anbaus – egal, was drin ist!“, stellt Mark Kastel, Leiter der NGO ‚OrganicEye‘, fest. Die Gefährdung des Bio-Standards durch die profitinteressierte Industrie lasse sich prinzipiell nicht aus der Welt schaffen. „Auch Zertifizierer können sich irren, machen Kompromisse und wollen größer werden“, warnt Bio-Landwirt Paul Muller.

Die Verfechter wirksamer Bio-Standards sehen sich einer mächtigen Agrar- und Wirtschaftslobby gegenüber, für die aufgeweichte Regeln und lasche Kontrollen von Vorteil sind. Der Landwirtschaftsminister Tom Vilsack hätte zwar die Macht, etwas zu verändern, „aber es passiert nichts!“

„Es ist Aufgabe der Regierung, dafür zu sorgen, dass die richtigen Regeln existieren und eingehalten werden“, betont Senatorin Chellie Pingree. Die Abgeordnete aus dem US-Bundesstaat Maine ist besorgt um die Gesundheit der Demokratie und sieht angesichts der immer weiter voranschreitenden Machtkonzentration auf dem Markt auch das Kartellamt in der Pflicht.

„Aus ökonomischer Perspektive macht es keinen Sinn!“, so John Ikerd, emeritierter Professor für Land- und Wirtschaftswissenschaften an der University of Missouri. Wenige Großunternehmen kontrollierten die Milchwirtschaft, in der eigentlich viele verschiedene Produzenten miteinander konkurrieren sollten, um die Konsumenten mit möglichst hochwertiger Ware versorgen zu können. „Das ist kein freier Markt.“ Was auf Herstellerseite geschieht, lässt sich auch im verdichteten Handel beobachten. „Vier große Lebensmittelhändler kontrollieren 60 Prozent des Markts“, so Amanda Starbuck, Forschungsleiterin der NGO ‚Food & Water Watch‘. Selbst die Großen würden wieder von Größeren wie Amazon und Costco aufgekauft. Neueinsteiger hätten unter diesen Bedingungen in der Lebensmittelindustrie kaum eine Chance.



„Essen kontrollieren heißt Menschen kontrollieren“, meint Jon Tester, Farmer und Senator in Montana. „Die industrielle Landwirtschaft war unglaublich in der Leistung, uns billiges Fleisch zu verschaffen“, so Michael Pollan, Journalist und Autor des Werks ‚Das Omnivoren-Dilemma‘. Viele sähen darin auch einen Segen, „aber hinter dem Vorhang ist es ganz schön schrecklich.“ Billiges Essen sei in einer Art Teufelskreis in einem Wirtschaftssystem mit niedrigen Löhnen fixiert. „Das Ernährungssystem zu reparieren bedeutet, alles zu reparieren.“

Raubtierkapitalismus zerstört Ernährungsgrundlage

Als Problemursache machten die Referenten daher auch das Wirtschaftssystem an sich aus und übten scharfe Kritik am Raubtierkapitalismus der Vereinigten Staaten. „Falls die unsichtbare Hand existiert, führt sie uns ins Aussterben“, meint der Umweltschützer und Bestseller-Autor Paul Hawken. Kapital sei zum Selbstzweck geworden – auf Kosten von allem anderen. Er kritisiert auch die „industrielle Bildung“, die vorrangig darauf abziele, die Produktivität zu steigern und einen immer höheren Output zu generieren – was nicht notwendigerweise bedeute, dass die Menschen etwas davon zurückbekommen.

„Der Kapitalismus basiert auf einer ausbeuterischen Mentalität“, erklärte auch Leah Penniman, landwirtschaftliche Direktorin der ‚Soul Fire Farm‘, und warnte davor, die natürlichen Ressourcen zu verbrauchen, bis sie unwiederbringlich ver-

schwunden sind. „Wir opfern viel im Namen der Unabhängigkeit“, glaubt Bio-Landwirt Doug Crabtree. „Chancen für Gemeinschaft und gegenseitige Unterstützung.“ Dabei sollten Farmen als Lieferanten der Ernährungsgrundlage eigentlich die pulsierenden Zentren einer Gesellschaft sein. Stadt-Farmer Chanowk Yisrael rief dazu auf, Kapital mit echten Werten neu zu definieren: über Ideen, Beziehungen, Familie und lokale Landwirtschaftserzeugnisse.

Add-On-Label Real Organic

Um Landwirten die Chance zu geben, die Ware zu vermarkten, die nach ursprünglichen Bio-Prinzipien erzeugt wurde, und den Konsumenten dabei Mehraufwand und Mehrwert zu kommunizieren, hat das Real Organic Project ein eigenes Zusatzlabel entwickelt, als ‚Add-On‘ zum offiziellen Bio-Standard. Über 850 Farmen sind damit mittlerweile zertifiziert.

Dafür sehen die Amerikaner die Bioanbauverbände in Deutschland als Vorbild und Inspiration. Nora Taleb, Nordamerika-Koordinatorin und Leiterin Soziale Verantwortung bei Naturland, erzählte von der Wichtigkeit, den Handel auf dem Weg zu einem faireren Markt zu involvieren. Wenn Händler das Anliegen der Erzeuger teilten, sich ihrer Macht bewusst würden und anfangen, Verantwortung zu übernehmen, ließe sich etwas bewegen. Beim Standard Naturland Fair nimmt der Verband daher auch den Handel in die Pflicht, der langfristige Verträge garantieren muss und die Landwirte bei der Ver-

besserung ihres Produktionssystems unterstützen soll. Außerdem ist das Konzept der fairen Bezahlung inkludiert, was vielen Konsumenten am Herzen liege, aber bei vielen Bio-Standards fehlt.

„Essen kontrollieren heißt Menschen kontrollieren.“

„Davon sind wir in der USA noch weit entfernt“, bedauerte Dixon. Der Markt sei nicht fair und die Erzeuger hätten absolut keine Kontrolle über das Verhalten der Giganten. Die Konsumenten würden die echten Bio-Produkte vielleicht bevorzugen, aber viele hätten keine ROP-Milch in ihrem Supermarkt und bekämen nicht die Chance, sich dafür zu entscheiden.

Inspiration global: Politischer Wille wirkt

Bernward Geier, langjähriger Direktor des internationalen Bio-Dachverbands IFOAM, der an der Gestaltung des EU-Bio-Standards beteiligt war, ist von der Zuverlässigkeit von EU-Bio überzeugt. Es gebe grundlegende Unterschiede zur Entwicklung in den USA und die Anerkennung der Äquivalenz hätte daher gestrichen werden sollen. Der amerikanische Standard müsse vor dem Kollaps bewahrt werden und solle sich am europäischen Maßstab orientieren. Zur Inspiration erzählte der Experte vom indischen Bundesstaat Sikkim, der die Vision von 100 Prozent Bio bereits verwirklicht hat: über landwirtschaftliche Trai-

AlmaWin
NATÜRLICH SAUBER

NACHFÜLLEN UND PLASTIK SPAREN!

80% VERPACKUNG GESPART*

* im Vgl. zur Sprühflasche

Natürlich kraftvoll - für den nachhaltigen Frühjahrsputz!
www.almawin.de

The advertisement features a green background with a smiling leaf character on the left, a butterfly and flower illustration at the top, and several AlmaWin cleaning products (Badreiniger, Drenk, Glas & Fenster) on the right. A green circular badge highlights the 80% packaging savings claim.

ningsprogramme, viel Aufklärungs- und Bildungsarbeit und ein Importverbot von Produkten aus konventionellem Anbau. „Bio hat den Landwirten ermöglicht, wieder gut mit der Landwirtschaft zu überleben“, so Geier begeistert. Zwar könne man das Konzept einer kleinen Region mit 7.000 Quadratkilometer Fläche nicht eins zu eins auf die USA kopieren, dennoch brauche es für eine erfolgreiche Agrarwende in erster Linie den Willen und die Unterstützung der Politik.

Auch im Bio-Vorzeigeland Dänemark war das klare Bekenntnis der Regierung zur Bio-Förderung zusätzlich zur guten Kooperation der Interessengruppen für den Erfolg ausschlaggebend. Paul Holmbeck, früherer Direktor der NGO Organic Denmark, erzählte von der Wichtigkeit, Bio den Konsumenten nahe zu bringen: etwa über die Erklärung, dass ihr Trinkwasser direkt von Bio-Landwirten geschützt wird. Außerdem von der Ziehkraft von Bio in der Gastronomie, wo in Dänemark ein eigenes Label zur Auszeichnung des verwendeten Bio-Anteils eingeführt wurde.

Vernetzung, Aufklärung und Solidarität

Was kann in den Vereinigten Staaten getan werden, um das Sterben der Familienhöfe und die Verwässerung des Bio-Standards aufzuhalten? „Wir müssen die Giganten bekämpfen“, ruft Severine Von Tscharnier Fleming von der Nationalen Koalition der Junglandwirte, auf. „Wir müssen CAFOs an den Rand drängen und als konventionell kennzeichnen“, so auch ROP-Chef Chapman. „Betonen, dass es nicht dieselbe Bio-Milch ist.“

Dafür brauche es eine gute Vernetzung und Zusammenarbeit zwischen den Landwirten, die Hilfe der Zivilgesellschaft und eine effektive Kommunikation an die Konsumenten. „Viele Stimmen und viele Vorbilder“ müssten als Missionare für die Ideen einer regenerativen Landwirtschaft werben und Aufklärung leisten. Das Real Organic Project wird zwar von Landwirten geführt, lebe aber auch von der Unterstützung der Zivilgesellschaft. „Nichts ist mächtiger als eine aufgeklärte Gemeinschaft“, so Dixon.

Eine „Koalition mit Konsumenten, Gastronomie und allen, die am Ernährungssystem beteiligt sind“ wünscht sich Bernward Geier. Paul Muller hält eine „kritische

Masse der Konsumenten und Landwirte“ für nötig, um bessere Kontrollen durchzusetzen. Und der Bio-Produzent Earl Ransom schlägt vor, die geringe Macht gegenüber dem Handel durch Hersteller-Zusammenschlüsse auszugleichen.

„Die Landwirte haben nicht die Kapazität, neben ihrer Erzeugertätigkeit auch noch alleine am Wandel des Systems zu arbeiten“, stellte Senator Jon Tester fest. Außerdem seien sie nicht in der Lage, das Fördersystem um sie herum zu verändern. „Das ist unsere Aufgabe!“

Die Konsumenten müssten ihr eigenes Ernährungssystem mitgestalten und die richtige Wahl treffen. Wo möglich sollten sie von Bio-Landwirten aus der Nachbarschaft kaufen, Bauernmärkte besuchen und die lokale Infrastruktur unterstützen. „Dann hat man auch eine 99-Prozent-Garantie, dass man gutes Essen bekommt“, so Autor und Bio-Landwirt Eliot Coleman.

Kampf für echtes Bio

„Fragen wir die Unternehmen, wo ihre Bio-Produkte herkommen!“, rief Chapman auf. Von Familienfarmen und Weidehaltung oder aus Tierfabriken? Wenn

genügend Konsumenten Transparenz forderten, seien die Konzerne auch gezwungen, darauf zu reagieren. „Wir müssen nicht nur mit unserem Geld wählen, sondern auch mit unserer Stimme.“

„Bio wurde beschädigt – das ist einfach die Wahrheit“, stellte Autor Michael Pollan fest. „Aber es kann noch gerettet werden!“ Das zu versuchen, ist Kern der Arbeit des Real Organic Projects. Nicht um das offizielle Bio-Zertifikat zu bekämpfen, sondern um seine Ursprungswerte hervorzuheben und zu verwirklichen – am besten irgendwann mit Unterstützung des Landwirtschaftsministeriums. „Es mag Generationen dauern, bis wir Erfolg haben – aber wenn wir nicht jetzt handeln, werden wir keine Generationen haben“, entließ Chapman das Publikum aus einer turbulenten und aufrüttelnden Veranstaltung.

Mit jedem der Referenten wurde für das Real Organic Symposium ein einstündiges Interview geführt. Alle Interviews wurden im Nachgang auch in ganzer Länge veröffentlicht und stehen auf dem YouTube-Kanal des Real Organic Projects weiterhin zum Abruf bereit.

Lena Renner



**BÄUERLICHE
ERZEUGERGEMEINSCHAFT
SCHWÄBISCH HALL**

Einfach himmlisch...

diese neue Rohwurst-Range von der
Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall



Handwerklich und nach traditionellem Rezept hergestellt – nur mit wertigen Zutaten und eigenen Naturgewürzen, naturgereift – ein unvergleichbar utes Geschmackserlebnis!





Ansprechpartner: Werner Vogelmann
(0791) 9 32 90-42, werner.vogelmann@besh.de



Die Geschäftsleitung der Biodina: Erol Bay (Einkauf), Sebastian Apfelstädt (Vertrieb) und Daniel von Meißner (Vorsitzender)

Neugründung mit 30 Jahren Erfahrung

Biodina SA: ein neuer Akteur im Bio-Rohstoff-Großhandel mit Kompetenz aus der Schweiz, Deutschland und Italien

Aus den bisherigen Rohwaren-abteilungen der traditionellen Handelsunternehmen Bio Partner AG (Schweiz), Pakka Group (Schweiz) und EcorNaturaSi (Italien) in Zusammenarbeit mit der Bio Development AG (Schweiz) entstand per 01.01.2022 das neue Rohstoff-Handelsunternehmen mit dem Namen Biodina SA. Der Schweizer Hauptsitz in Schlieren bei Zürich wird mit der deutschen Vertretung Biodina GmbH in Konstanz ergänzt.

„Letztlich ist Biodina der konsequente nächste Schritt der partnerschaftlichen Zusammenarbeit unterschiedlicher Händler der Bio-Bewegung, welche bereits über die Bio Development AG miteinander verbunden sind“, erläutert Daniel von Meißner als Vorsitzender der Geschäftsleitung (CEO).

Kraftvolles Bio-Rohstoffunternehmen

Biodina steht mit seinem Slogan *origins at heart* für über 30 Jahre Erfahrung in der Beschaffung und im Handel global verfügbarer Rohstoffe aus biologischer Produktion. Eigene Projekte sowie enge Partnerschaften im Ursprung sorgen für starke Leistungen in Bezug auf Preis, Qualität und Fairness. „Unser Ziel ist die

langfristige Sicherung von qualitativ hochwertigen Rohstoffen. Die Wertschätzung und Sicherstellung fairer Bedingungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette bildet dabei ein wichtiges Element“, betont Daniel von Meißner.

Mit der Ausgliederung in ein gemeinsames Unternehmen bündelt Biodina seine Kompetenzen und stärkt dadurch die weltweiten Projekte der beteiligten Firmen im Ursprung. Biodina sieht sich dabei als Brückenbauer zwischen den Absatzmärkten in Europa und den Bauern und Bäuerinnen im Ursprung der Rohwaren. Diese werden noch direkter unterstützt und profitieren von einer hohen und verantwortungsbewussten Wertschöpfung vor Ort. Für die Kunden von Biodina entsteht dadurch noch

mehr Authentizität und Differenzierung. Zudem wird die Verfügbarkeit der qualitativ hochwertigen Rohwaren langfristig gesichert.

Globale Beschaffung, regionale Strukturen fördern

Die Biodina-Eigentümer, vor allem die Bio Partner AG (Schweiz) und EcorNaturaSi (Italien), sind führend in dem aktiven Bestreben, in den jeweiligen Herkunftsländern regionale Strukturen zu fördern und zu nutzen. Naturbedingt gäbe es bekanntermaßen Rohstoffe, die maßgeblich aus Europa-fernen Gebieten stammen, stellt Erol Bay, Geschäftsleiter Einkauf, fest und ergänzt: „Uns ist wichtig, auch hier Wege zu gehen, um eng, vertrauensvoll und fair mit dem Ursprung zusammenzuarbeiten.“ Wichtig seien bei der Beschaffung zudem Erfahrung und Beschaffungskontakte mit Blick auf die vielfältigen Biostandards. Se-

Schweizer Biomarkt den Anforderungen der Labelorganisationen eine große Bedeutung zu. Bereits seit dem Einstieg in die Biovermarktung verlangt Coop Schweiz als führender Biovermarkter auch bei Importen den Bio Suisse/ Knospe-Standard. Als Hauptkonkurrent hat 2021 auch die Migros-Genossenschaft angekündigt, diesen Importstandard übernehmen zu wollen. Bei der Umsetzung in der Beschaffungspraxis werden sich mit Sicherheit noch größere Herausforderungen stellen, nicht zuletzt aufgrund der erforderlichen Zusatzmengen.

Bio und Fairtrade als Ziel

Bio und Fairtrade gehören zusammen! Dieses jahrzehntealte Ziel erweist sich in der Praxis als Herausforderung, wie Erol Bay bestätigt: „Branchenweit ist das Thema weiterhin schwierig, zu oft fehlt beim biologisch hergestellten Rohstoff noch der soziale Unterbau.“ Die Umsetzung sei immer dann schwierig, wenn sich die Details

BIODINA

bastian Apfelstädt, Geschäftsleiter Vertrieb, fasst die Herausforderung so zusammen: „Das Spannungsfeld Rohstoffnachfrage zu -angebot ist sicherlich ein maßgebliches. Auf einem konzentrierten Markt wie der Schweiz samt eigenem Bio-Standard ist das Angebot an Rohstoffen sehr ausdifferenziert und nicht leicht skalierbar.“ Neben den gesetzlichen Basisstandards EU- und CH-Bio kommt insbesondere im

dem eigenen Sichtfeld entziehen, etwa bei Rohstoffen aus dem globalen Süden. Die Unternehmensphilosophie decke sich jedoch grundsätzlich mit dem Ziel, Bio und Fairtrade zu verbinden. „Für unseren Aktionär Pakka AG bildete der faire Umgang im Ursprung den eigentlichen Gründungsimpuls und die Pakka-Produkte tragen entsprechend das Fairtrade-Siegel“, erklärt Bay.

Die Domestic Fairtrade-Debatte für einheimische beziehungsweise europäische Erzeugnisse gewinne insofern an Bedeutung, dass die Schere zwischen Wertschöpfung und Wertschätzung aufgrund des teils überhitzten Marktes weiter auseinandergehe. Daniel von Meißner konkretisiert: „Dort wo Bio als reiner Margenbringer in einem Wachstumsmarkt angesehen wird und der ethische Impuls der Bio-Bewegung fehlt, besteht die Gefahr der Ausnutzung und Verantwortungslosigkeit. Insofern ist die Diskussion notwendig und wichtig, um solche Misswirtschaft zu verhindern oder zumindest zu erschweren.“

Peter Jossi

Vielfältige Bioqualität

Biodina SA ist spezialisiert auf biologisch und biodynamisch produzierte und fair gehandelte Rohwaren in den folgenden Bereichen:

- ☐ Nüsse, Hülsenfrüchte und Saaten
 - ☐ Trockenfrüchte
 - ☐ gefrorene Früchte und Gemüse
 - ☐ verarbeitete Früchte und Gemüse
 - ☐ Kräuter und Gewürze
 - ☐ Süßungsmittel
- www.biodina.ch

JETZT BESTELLEN

Topseller Display



- Große Produktvielfalt mit langem MHD
- Einfaches Handling
- 1/4 Chep Paletten System
- Aufmerksamkeitsstarkes Design

Schnitzer GmbH & Co. KG
 Marlene Str. 9 - D-77656 Offenburg
 +49 781 50475-00
 www.schnitzer.eu



Eosta: Bio-Importeur und Robin Food für den Erzeuger

Niederländischer Obst- und Gemüse-Spezialist rüttelt Handel und Verbraucher auf



Mit provokantem Guerilla-Marketing will Volkert Engelsman den Obst- und Gemüse-Handel aufmischen.

Seit über 30 Jahren ist der Importeur von Bio-Obst und -Gemüse Eosta im europäischen Markt aktiv. Vom Sitz nahe Den Haag und Rotterdam aus unterhält er Beziehungen zu zahlreichen Erzeugern weltweit, um ihre Ware in Europa zu vermarkten. Dabei ist er Vorreiter für Transparenz, fairen Handel und wahre Preise, erreicht bei Kunden durch kreative Marketing-Kampagnen Aufmerksamkeit und kann mit seiner weiten Vernet-

zung und unkonventionellen Herangehensweise frischen Wind in die Bio-Branche bringen.

Das Kerngeschäft von Eosta: Bio-Obst aus der südlichen Hemisphäre in den europäischen Handel bringen. Rund 35 Prozent gehen nach Deutschland, Österreich und in die Schweiz. Der Rest wird in den Benelux-Ländern, Skandinavien, Frankreich, Großbritannien und Italien vermarktet. Mit einem Umsatz von aktuell rund 100 Millionen Euro, 300 Handelskunden und 1.000 Lieferanten aus allen Teilen der Welt ist das niederländische Unternehmen heute einer der führenden Bio-Importeure von Obst und Gemüse.

Transparenz für den Kunden, fairer Lohn für Erzeuger

Eosta steht aber für mehr. „Nachhaltigkeit geht nicht ohne Transparenz“, ist Volkert Engelsman überzeugt, der das Unternehmen im Jahr 1990 zusammen mit einem Studienfreund gegründet hat. Angesichts des Machtungleichgewichts zwischen Handel und Erzeugern auf dem globalen Lebensmittelmarkt hält es der Importeur für seine Pflicht, im Tagesgeschäft für Landwirte einzutreten: „Damit Mensch und Natur nicht verlieren im Wettbewerb um Niedrigpreise.“ Seit Jahren garantiert Eosta mit seiner Marke ‚Nature & More‘ die Rückverfolgbarkeit der Ware zu den Erzeugern. Kunden können online einen bei den Früchten vermerkten Code

eingeben, der sie zu einem Porträt der jeweiligen Obst- oder Gemüse-Produzenten führt. Dazu hat der Distributeur die Nachhaltigkeitsblume in die Praxis überführt, die 2009 von einer Gruppe globaler Bio-Pioniere entwickelt wurde und als Navigationsinstrument die ganze Wertschöpfungskette erfassen soll. Als relevante Parameter (oder Blütenblätter) wurden die Themen Klima, Biodiversität, Boden, Wasser, Wirtschaft, Gesellschaft und Individuum definiert. Auf Grundlage davon soll eine Annäherung an die Leistungen der Landwirte in puncto Nachhaltigkeit geschehen: um ihr Engagement zu verbessern, zu vermarkten und finanziell zu belohnen. Eosta hat diese Schritte als vier M's veranschaulicht: Monitoring, Management, Marketing und Monetarisierung.

Die vier M's von Eosta

1) Monitoring – die Leistungen messen: Was trägt ein Erzeuger zur Fruchtbarkeit und Wasserspeicherfähigkeit des Bodens bei? Was zur Biodiversität? Wie viele Treibhausgase werden verursacht oder eingespart? Und welche sozialen Leistungen werden für die Arbeiter erbracht? Gibt es geregelte Arbeitszeiten, gute Löhne und Angebote für Weiterbildung und Entwicklung?

2) Management. Der zweite Schritt besteht darin, einen Plan aufzustellen, um die gemessenen Leistungen nach und nach zu verbessern – „immer individuell abgestimmt mit den jeweiligen Erzeugern.“

3) Als drittes M hat Eosta das Marketing definiert: „Man muss die Ökoleistungen vermarkten – nicht nur das Produkt.“ Mit kreativen Kampagnen will der Obstspezialist Bewusstsein beim Verbraucher schaffen. So soll im Endeffekt eine Prämie erwirtschaftet werden, mit welcher der Erzeuger sein Engagement finanzieren kann, eine Art von positiven Externalitäten.

4) Monetarisieren. „Der Wert eines gesunden Bodens lässt sich nicht bepreisen, aber den Schaden, den die konventionelle Wirtschaft verursacht, kann man feststellen“, erklärt Engelsman. Zur Berechnung der wahren Kosten verwendet der Importeur ein Modell, das von der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) aufgestellt wurde.

Guerilla-Marketing – kreativ, frech und effektiv

Besonders beim Stichpunkt Marketing kann Eosta mit zahlreichen verschiedenen Kampagnen-Ideen als kreativer Vorrei-

ter fungieren. Das Geheimnis des Erfolgs liegt dabei vielleicht auch in der holländischen Mentalität begründet: „Wir machen, worauf wir Lust haben.“ Da stecke zunächst mal nicht so viel Wissenschaft dahinter. „Unser Motto ist umsetzen und ausprobieren!“, so Engelsman. Politische Konferenzen und Forschung seien wichtig – im „einfach mal machen“ wiederum sieht der Eosta-Chef die Kaufmannsaufgabe.

Dabei kooperiere das Unternehmen mit denjenigen Supermarktketten, die aufrichtig daran interessiert seien, wie Nachhaltigkeitsleistungen besser vermarktet werden können. Auch mit großen Wirtschaftsprüfern, Banken und der Weltgesundheitsorganisation (WHO) gebe es Partnerschaften. „Ko-kreative Zusammenarbeit mit Vielen“ sei das Erfolgsmodell.

Aufklärung leisten – über Gesundheit, Lohnstrukturen und Bio-Böden

Die Kampagnen reichen von Wissensvermittlung über Bio bis zur Lohnsicherung beim Erzeuger. Als Dr. Goodfood ist seit 2018 eine erfahrene Allgemeinmedizinerin darin aktiv, für Eosta den Gesundheitswert des Bio-Obst und -Gemüses hervorzuheben. Auf sozialen Netzwerken und einer eigens dafür ins Leben gerufenen Homepage leistet sie Aufklärungsarbeit und gibt auf niedrigschwellige Art und Weise Ernährungstipps oder stellt Rezepte zur Verfügung. In Kooperation mit der niederländischen Naturkosthandelskette Ekoplaza finden auch Aktionen am Point of Sale statt.

Über ‚Living Wage‘ Initiativen will Eosta existenzsichernde Löhne garantieren und für eine ehrlichere Wohlstandsver- ➤

demeter

RACHELLI

1935

PRODOTTO ITALIANO

by Gilda Rachelli

Seit 1935 steht der Name Rachelli für außergewöhnlichen Eisgenuss mit natürlichen Zutaten. Ein Eis wie aus Kindheitstagen, traditionell mit viel Liebe zum Produkt hergestellt. Vor 25 Jahren startete die erste Bio-Eisproduktion in Demeter-Qualität. Seither besteht das Eis von Rachelli ausschließlich aus natürlich reinen Demeter- und Bio-Zutaten.



Fünfzehn köstliche Sorten
Natürlicher Genuss pur

www.bio-eis.de

teilung innerhalb der Wertschöpfungskette sorgen. Mit Gutachten in verschiedenen Ländern fand das Unternehmen heraus, welchen Ernteaufschlag Obstproduzenten zum Leben benötigen. Kunden wird dann etwa die Möglichkeit angeboten, einen Mehrpreis für Mangos aus Burkina Faso zu zahlen und so die Lohnlücke zu schließen.

Bereits seit fast zehn Jahren läuft die Kampagne ‚Save our soils‘ – ‚Rettet unsere Böden‘, die gemeinsam mit der FAO gestartet wurde. Mit über 200 Partnern von Bio-Unternehmen über Fachhandelsketten bis hin zu Verbänden – viele davon in Deutschland angesiedelt – macht sich Eosta auch heute noch dafür stark, Bewusstsein für die essenzielle Rolle gesünder Böden und ihre Gefährdung durch industrielle Landwirtschaft zu schaffen: ob per Musikvideo, vor-Ort-Aktionen oder durch das Teilen wissenschaftlicher Hintergrundartikel. „Bio ist auch eine Investition in den Boden“, erklärt Engelsman. Am Beispiel der Avocado, die mehr und mehr nachgefragt wird, aber auch durch den Wasserverbrauch beim Anbau in Verruf steht, könne man Kunden etwa gut das Wassersparpotenzial von Bio-Plantagen vor Augen führen.

„Natürlich müssen wir auch auf Kosteneffizienz achten“, meint Engelsman. Die Gewinnspanne komme aber bei Eosta als Unternehmensvorgabe nicht vor. Stattdessen stehe die Wertschätzung der Erzeuger im Vordergrund. Die Marktführerschaft in diversen Produktsegmenten ergebe sich eher als „Kollateralgewinn“. Sie sei nicht das Ziel, sondern geschehe auf der Fahrt zur Nachhaltigkeit im „Rückspiegel der Wirklichkeit“.

Ausschlaggebend für den Erfolg ist für Engelsman auch das



Team, das unter der Flagge Eostas beschäftigt ist. Seine Mitarbeiter beschreibt er als nüchtern, aktivistisch, unternehmerisch und idealistisch. „Die Talente melden sich bei uns!“ Es seien Leute, die die Welt nicht so akzeptieren, wie sie ist, und den Wunsch nach Veränderung mitbrächten – aber mit der nötigen Erdung in der Realität. Mit ihnen rangiere Eosta auf seine Weise zwischen Wirtschaftlichkeit und Ökologie. Deutsche Geradlinigkeit trägt sich weniger mit dem Erfahrungshorizont des Vermarktungskünstlers. „Wo ein Wille

ist, ist ein Umweg“, so gehe ein holländisches Sprichwort. Anstelle von ideologischem oder regelgerichtetem Vorpreschen bestimmen wechselnde Signale den Unternehmenskurs.

Handel und Nachhaltigkeit: gefangen zwischen Vision und Preisdruck

Eosta liefert seine Ware ausschließlich an Supermärkten, im konventionellen und Naturkostfachhandel. Dabei sieht Engelsman große Unter-

schiede zwischen den verschiedenen Lebensmitteleinzelhändlern. Während die Führungsschicht die Nachhaltigkeitsvision oftmals aufrichtig teile, seien viele Einkäufer weiterhin im Wettlauf um den niedrigsten Preis gefangen. Als Folge davon entsteht ein schizophrones Geschäftsmodell, in dem die Leitung sich um Nachhaltigkeit kümmern soll, während die Einkäufer ihr Handeln ausschließlich an Umsatz und kurzfristigem Gewinndenken orientieren.

„Aber die Kluft wird kleiner – es gibt schon große Bewegungen“, so Engelsmans optimistische Einschätzung. Erfolgreich seien die Geschäftsführer, die Nachhaltigkeit als Teil der Erfolgskriterien definieren, das Warengruppenmanagement direkt damit betrauen und die Einkäufer in einem ko-kreativen Dialog auf die Reise mitzunehmen wissen.

„Wo ein Wille ist, ist ein Umweg.“

Eostas Devise auf dem Weg: Nicht an verschlossene Türen klopfen. Veränderung gehe nie von der Mehrheit aus, sondern immer von trendsetzenden Minderheiten, die von sich aus Offenheit und Interesse zeigen. Das sei bei allen Teilen der Wertschöpfungskette so: bei Verbrauchern, Herstellern und im Handel. „Innovation lässt sich nur schwer zentralistisch durchführen“, ist Engelsman überzeugt. „Die Energie geht von Trendsettern aus.“ Darin, an den Zentralen vorbei direkt zu den Einzelhändlern zu gelangen, sieht er eine Möglichkeit für die Zukunft, um das menschliche Maß wieder mehr in den Blick zu bekommen.

Lena Renner

Faire Bio-Rohstoffe im Direkthandel

Die betterEco GmbH aus Berlin bietet eine B2B-Plattform für Erzeuger und Verarbeiter

Bessere Preise bei fairem Lohn für die Erzeuger, eine umfassende Produktdatenbank und die Rückverfolgung bis zum Ursprung landwirtschaftlicher Rohstoffe: Das verspricht das Startup betterEco mit seinem digitalen Beschaffungssystem. So soll Lebensmittelbezug schon im Vorfeld unterbunden und eine nachhaltige und sozialverträgliche Landwirtschaft gefördert werden.

Ab 2023 gilt in Deutschland das neue Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz. Auch EU-weit soll bald ein Lieferkettengesetz mit noch strengeren Regelungen in Kraft treten. Eine fälschungssichere Rückverfolgbarkeit bis zum Ursprung der verwendeten Rohstoffe ist damit für Lebensmittelverarbeiter wichtiger denn je.

Zwischenhandel vermeiden und Transparenz sichern

Milliardenverluste für die EU werden jährlich durch Lebensmittelbetrug verursacht. Und: „Lebensmittelbetrug beginnt auf dem Feld“, erklärt die betterEco GmbH in ihrem Imagefilm. Über eine Blockchain-basierte Technologie, die bereits zum Patent angemeldet wurde,



Die Gründer

Vor fünf Jahren, im März 2017, haben Stephan und Simone Andrae die betterEco GmbH ins Leben gerufen. Simone Andrae hat 20 Jahre lang in der internationalen Investmentbanking-Branche gearbeitet und ist auf Projektfinanzierung, Investitionsschutz und Risikominimierung spe-

zialisiert. Stephan Andrae ist Agrar- und Umweltingenieur und bringt viel Erfahrung aus der Ökolandbau-Branche mit. Nach der Ausbildung arbeitete er über zehn Jahre als Betriebsleiter großer Fincas auf Mallorca. Acht Jahre lang war er Vizepräsident der BCS Öko-Garantie GmbH, der ersten staatlich anerkannten Bio-Kontrollstelle in Deutschland.

will das Startup für Einkäufer zuverlässige Informationen über alle auf ihrer Plattform angebotenen Rohstoffe zur Verfügung stellen. Auch bei Produktmischungen oder Umverpackungen sollen Verunreinigungen bis zum Verursacher zurückverfolgt werden können. Zugleich kann die Plattform für Verarbeitungsunternehmen den Zugang zu vielen neuen Bio-Lebensmittelressourcen bedeuten, in der Regel abgesichert durch Zertifikate wie EU-Bio, Naturland, Demeter, NOP und Bio Suisse; Rainforest Alliance und Fairtrade; HACCP und IFS. „Das globale B2B-Handelssystem mit seinen vielen Kosten-

verursachenden Zwischenstellen und der fehlenden Transparenz ist heute nicht mehr zeitgemäß“, erklärt Gründer Stephan Andrae. BetterEco will daher die Chancen der Digitalisierung nutzen und den direkten Handel zwischen lokalen Anbaukooperativen und Verarbeitern ermöglichen. „Better economy makes better ecology – eine bessere Wirtschaft schafft eine bessere Umwelt“, so Gründerin und Geschäftsführerin Simone Andrae über das Motto des Unternehmens. „Wir wollen beweisen, dass Fairtrade und Nachhaltigkeit mit Wirtschaftlichkeit zusammengeht.“

Großabnehmer und Genossenschaften vernetzen

Zielgruppe sind Großabnehmer der Lebensmittel-, Kosmetik- und Phytopharmaindustrie und Erzeuger ab einer gewissen Größenordnung. Mindestens eine Containerladung voll sollen die Lieferanten stellen können, bei besonderen Produkten wie Safran und Vanille seien auch kleinere Mengen ausreichend. Genossenschaften mit mindestens 200 Landwirten oder große Einzelprojekte mit mindestens 200 Hektar Land, die seit zwei Jahren rechtsgültig registriert sind, können sich auf der Plattform ein Profil anlegen.

Sowohl Käufer als auch Verkäufer müssen für Transaktionen eine geringe Gebühr zahlen und einen niedrigen jährlichen Mitgliedsbeitrag entrichten. Bis jetzt werden Zahlungen noch außerhalb der Plattform abgewickelt, man arbeite aber daran, in Kooperation mit verschiedenen Banken bald eine direkte Zahlungsfunktion zu ermöglichen. Über die Plattform geschlossene Verträge seien rechtlich bindend. Ein komplexer Kundenidentifikationsprozess stelle sicher, dass die Nutzer vertrauenswürdig und Risiken ausgeschlossen sind.

Laut den Gründern soll die Plattform zunächst in Deutschland und Europa getestet und ab 2023 schrittweise international ausgeweitet werden. Alle Nationalitäten seien willkommen. Bereits 80 Anfragen aus 40 Ländern seien eingegangen. Die betterEco GmbH wurde als Finalist für den Innovationspreis Berlin Brandenburg und für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2022 ausgewählt.

Lena Renner

Alfons Graf verlässt Taifun-Geschäftsführung

Zum 1. Januar hat Alfons Graf die Geschäftsführung der Taifun Tofu GmbH abgegeben. Damit bekomme er den Freiraum und die Verantwortung, um den Ausbau der technischen Produktionskapazität voranzutreiben. Die weiteren Geschäftsführer, Elisabeth Huber und Wolfgang Heck, bleiben zu zweit im Amt. Während seiner bisherigen über 25-jährigen Unternehmenszugehörigkeit hat Alfons Graf Bereiche wie die Qualitätssicherung, Energietechnik und Nachhaltigkeit bei Taifun maßgeblich mitaufgebaut. Dieses Wissen diene ihm nun für die zukünftige Aufgabe.

Neue Direktorin bei der FiBL Schweiz

Seit 2020 ist Beate Huber als Präsidentin des FiBL Europe tätig, von 2017 bis 2020 war sie bereits stellvertretende Direktorin des FiBL Schweiz. Ab April 2022 wird sie nun Teil der Dreierdirektion des Schweizer Forschungsinstituts für Biologischen Landbau. Lucius Tamm, der im Leitungsgremium für Kooperationen zuständig war, übergibt seinen Staffelstab. Mit im Amt bleiben Knut Schmidtke, der die Bereiche Forschung, Extension und Innovation verantwortet, und Marc Schärer für Finanzen, Ressourcen und Administration.

Christian Paul ist neuer Vertriebsleiter bei Egesun

Die EgeSun GmbH, Bio-Lieferant von Nüssen und Trockenfrüchten aus Oyten, hat einen neuen Vertriebsleiter. Christian Paul, der bisher im deutschen Vertrieb des Fairtrade-Pioniers Gepa arbeitete, wird fortan den Verkauf unter den Egesun-Marken Morgenland und One Organic Nature verantworten. Seit 40 Jahren vertreibt Egesun im Naturkostfachhandel die Marke ►

Biofläche in der EU bei fast 15 Millionen Hektar



Im Jahr 2020 wurden in der Europäischen Union 14,9 Millionen Hektar Land biologisch bewirtschaftet. Innerhalb der Union ist Frankreich mit fast 2,5 Millionen Hektar der neue

Spitzenreiter, gefolgt von Spanien (2,4 Millionen Hektar) und Italien (2,1 Millionen Hektar). Von 2019 auf 2020 nahm die Biofläche in der EU um über 0,7 Millionen Hektar zu,

was einem Zuwachs von 5,3 Prozent entspricht. Insgesamt werden aktuell 9,2 Prozent der landwirtschaftlichen Fläche in der EU ökologisch bewirtschaftet.

Naturkosmetik ist Mainstream geworden Deutscher Naturkosmetikmarkt erreicht Umsatzanteil von fast elf Prozent



1,48 Milliarden Euro hat der Naturkosmetikmarkt 2021 in Deutschland umgesetzt – das ist ein Anteil von fast elf Prozent am gesamten Kosmetikmarkt. Nach Mirja Eckert, Herausgeberin des Naturkosmetik-Branchenmonitors und Geschäftsführerin des Beratungsunternehmens The New,

ist die Sparte damit im Mainstream angekommen.

Während der Umsatz in der naturnahen und konventionellen Kosmetik im letzten Jahr zurückging (um 5,3 bzw. 3,3 Prozent), konnte der Naturkosmetikmarkt in Deutschland ein leichtes Wachstum von 1,8 Prozent verbuchen. 2021 gewann der weiterhin größte Naturkosmetikmarkt Europas

1,6 Millionen neue Kunden dazu, berichtete Eckert. „So einen Zuwachs gab es noch nie!“ Jeder dritte Kunde entscheide sich inzwischen für Naturkosmetik.

Mit einem größeren Angebot und einer kontinuierlich steigenden Sortimentsbreite hätten die Produkte heute eine neue Sichtbarkeit erlangt. Dazu habe sich das Vertriebsnetz verbessert und Naturkosmetik sei inzwischen in jedem Abverkaufskanal vorhan- ►

Weltweit Bio-Rekordwachstum im Jahr 2020

Umsatz im Einzelhandel steigt auf 121 Milliarden Euro



Mit einem Plus von 14 Milliarden Euro und über zehn Prozent hat der globale Biomarkt 2020 seinen bislang höchsten Zuwachs erlebt. 3,4 Millionen Bio-Produzenten wurden weltweit erfasst, das sind 7,6 Prozent mehr als im Vorjahr. Fast 75 Millionen Hektar wurden ökologisch bewirtschaftet. Die neuesten Zahlen haben das Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) und IFOAM – Organics International auf der Bio-fach-Branchenkonferenz Mitte Februar präsentiert.

Im von IFOAM und FiBL herausgegebenen statistischen Jahrbuch 'The World of Organic Agriculture 2022', das in der 23. Ausgabe erschienen ist, sind inzwischen Daten aus inzwischen 190 Ländern erfasst. Helga Willer, die die Publikation von Seiten des FiBLs verantwortet, gab einen Überblick über die wichtigsten Zahlen.

Die größten Bio-Märkte sind die Vereinigten Staaten (49,5 Milliarden Euro), gefolgt von Deutschland (15 Milliarden Euro) und Frankreich (12,7 Milliarden Euro). Mit 418 Euro pro Kopf gaben die Schweizer am meisten für Biolebensmittel aus. Den höchsten Biomarktanteil hält Dänemark mit 13 Prozent. In Indien wurden mit einer Anzahl von 1,6 Millionen die meisten Bioproduzenten erfasst. Das Marktwachstum war in Kanada mit 26,1 Prozent am stärksten.

Was die weltweite Bio-Fläche angeht, so hat Australien etwas an Bedeutung abgenommen, liegt aber mit 35,7 Millionen Hektar immer noch weit in Führung. Die nächsten Plätze belegen die südamerikanischen Länder Argentinien (4,5 Millionen Hektar) und Uruguay (2,7 Millionen Hektar). Dabei wird ein Großteil der Fläche von Grünland eingenommen. Der Kontinent Ozeanien beherbergt die Hälfte der globalen Bio-Fläche.

1,6 Prozent der Landwirtschaftsfläche wurde 2020 biologisch bewirtschaftet. Die Länder mit dem höchsten Bioanteil waren Liechtenstein (41,6 Prozent), Österreich (26,5 Prozent) und Estland (22,4 Prozent). In 18 Ländern wurde die zehn-Prozent-Marke beim Anteil der biologisch bewirtschafteten Fläche bereits geknackt.

... Fortsetzung von Seite 34

den. Während der Fachhandel verliert, nimmt die Bedeutung des Verkaufs über Lebensmitteleinzelhandel und Discounter zu. „Viele Verbrauchermärkte haben inzwischen eine sehr kompetente Drogerieabteilung“, so Eckert. Außerdem

ist eine starke Verlagerung zum Online-Handel zu beobachten, besonders bei Apothekenprodukten.

Verteilt sich die Kundschaft auch relativ gleichmäßig über alle Altersgruppen hinweg, so lässt sich im Vergleich zum

konventionellen Kosmetikmarkt eine Verjüngung feststellen: Ein Drittel der Käufer seien heute Millennials oder noch jüngere Generationen. Damit ist zu erwarten, dass sich der Trend weiter fortsetzen wird.

Morgenland. Für den LEH hat der Bio-Hersteller im Bereich von Früchten, Nüssen, Kokosprodukten und Hülsenfrüchten die Marke One Nature Organic konzipiert, die derzeit überwiegend im Norden verkauft wird.

Christinen-Hersteller hat neue Vertriebsstruktur

Die Gehring-Bunte Getränkeindustrie GmbH & Co. KG, Hersteller des Bio-Mineralwassers Christinen, hat eine neue Vertriebsstruktur. Neuer Leiter ist ab März Marc Liborius (40), der direkt an den neuen Geschäftsführer Daniel Einhäuser berichtet wird. Sie werden unterstützt von den Key Account-Managern Axel Niedermark und Jürgen Fleer.

Neuer Geschäftsführer bei GSE Vertrieb

Karim Chaouch, der seit Juni 2021 den Bereich Vertrieb und Marketing bei GSE verantwortet, ist ab sofort auch Teil der Geschäftsführung. Zusammen mit Anja Binger wird er die operative Leitung und markenstrategische Ausrichtung verantworten. Seit Januar 2022 ist er zudem für die Geschäftsführung des Schwesterunternehmens Fitne Health Care zuständig.

Josef Wetzstein scheidet aus dem Vorstand des LVÖ Bayern aus

Bei der Mitgliederversammlung der Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern (LVÖ Bayern) ist Mitbegründer Josef Wetzstein aus dem Vorstand ausgeschieden. Sein Nachfolger wird Thomas Lang, der Wetzstein auch im Amt des Co-Landesvorsitzenden im Bioland-Landesverband Bayern ablöste. Neues beratendes Vorstandsmitglied ist Dr. Ute Haimerl, Geschäftsführerin von Demeter Bayern.



Bio-Limonaden bringen spritzigen Wind ins Regal



Erfrischungsgetränke von Hollerblüten-Limo bis Cola mit Guarana

Für die Bestückung der Regale mit Erfrischungsgetränken gilt es, drei Trends zu berücksichtigen: Ange-sagt sind Bio-Pro-dukte, weniger süße und alkoholfreie Alternativen sowie Mehrwegflaschen. Originelle Designs, intensiver Geschmack und innovative Rezepturen zeichnen Bio-Limonaden-Hersteller besonders aus.

Frisch, modern, kultig und trotzdem mit Anspruch – so lassen sich Bio-Limonaden zusammenfassend beschreiben. Varianten mit Szene-Charakter gehen dabei mit klassisch geprägten einher. Dieses Bild zeigt sich bereits bei den Flaschen, bei denen viele Bio-Hersteller auf 0,33 Liter-Longneck mit Kronkorken setzen. Vereinzelt ergänzen mittlerweile wiederverschließbare größere Flaschen das Angebot. Typisch Bio: In der Regel handelt es sich um Mehrwegflaschen und -kisten. Was den Inhalt betrifft, sind auch Bio-Limonaden gesüßte Mischungen aus Frucht und

kohlensäurehaltigem Mineralwasser. Im Unterschied zu konventioneller Massenware stammt der Fruchtanteil aus hochwertigen Bio-Fruchtsäften und liegt oft über dem konventionellen Durchschnitt. Teilweise unterstützen echte Kräuter- oder Gewürzauszüge und nur gelegentlich natürliche Aromen den Geschmack. Für den stabilen frischen Charakter sorgt natürliche Zitronensäure. Und die süße Note – gemäß den Leitsätzen für Erfrischungsgetränke müssten Limonaden immer noch mindestens sieben Prozent Zucker enthalten –

bringen bei Bio-Produkten gern Rohrohrzucker und Agaven- oder Fruchtsirup in die Flaschen. Andere Hersteller sind mit Blick auf kurze Beschaffungswege auf Bio-Rübenzucker umgestiegen. Generell geht der Trend dabei hin zu weniger Zucker. Statt Limonade wählen Bio-Anbieter mit entsprechenden dem-



zufolge als Produktbezeichnung den Oberbegriff Erfrischungsgetränk.

Jede Menge Abwechslung

In puncto Sorten bietet die Bio-Auswahl für jeden Geschmack etwas. Mal basieren sie auf einer einzigen Fruchtsorte, wobei es sich primär um aromaintensivere Sorten wie Orange oder Zitrone handelt. Größeren Spielraum haben die Produktentwickler bei den Mischungen, zumal dabei zusätzlich die eventuell ergänzenden Gewürze und Kräuter zum Tragen kommen. Nochmals vergrößert wird die Auswahl dadurch, dass es sowohl klare als auch naturtrübe Bio-Erfrischungsgetränke gibt.

Besonders umfassend gestaltet sich das Angebot der Brauerei Neumarkter Lammsbräu, der Saftkellereien Voelkel und Beutelsbacher sowie Bionade. Die now-Serie der Neumarkter Lammsbräu umfasst rund ein Dutzend Sorten, darunter ein jährlich neu entwickeltes Seasonal und die in diesem Jahr eingeführten drei neuen Light-Sorten mit 30 Prozent weniger Zucker als üblich.

Allesamt werden die now-Erfrischungsgetränke aus rein natürlichen Zutaten hergestellt, betont Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsführer der Bio-Brauerei. Bei Zitronen und anderen hier nicht wachsenden Sorten soll die Kooperation mit Naturland die nachhaltige und soziale Integrität garantieren. Bevorzugt werden aber wie beim gesamten Sortiment Zutaten aus regionalem Öko-Anbau. Für den Zucker hat die Neumarkter Lammsbräu extra eine regionale Liefergemeinschaft für Bio-Zuckerrüben gegründet.

Um das Mehrwegsystem weiter zu optimieren, gibt es die besonders beliebten Sorten wie

Bio-Cola für alle

Cola und Bio ist kein unüberwindlicher Widerspruch mehr. Um dem anregenden Original nahe zu kommen, schlagen Anbieter wie Fritz Kulturgüter, die Neumarkter Lammsbräu, Beutelsbacher, Voelkel oder IMS Höllinger unterschiedliche Wege ein. Tabu sind bei den Biovarianten dabei stets die aggressive Phosphorsäure, künstliche Süßstoffe und ebensolche Aromen.

Die Fritz-Kola verdankt ihren Wachmacherkick 25 Milligramm Coffein aus Arabica

Kaffee. Voelkel bietet dagegen neben einer Sorte mit natürlichem Coffein auch eine Cola mit belebendem Guarana-Extrakt aus ökologischem Anbau, ergänzt durch Kräuter und Gewürze. Auch Beutelsbacher und now verwenden die anregenden Guarana-Kirschen aus dem Amazonas, dazu eine ausgefüllte Kombination verschiedener aromatischer Pflanzenauszüge und Karamellzuckersirup. IMS Höllingers schwarze Limo ist völlig frei von Coffein.

ohne Gewähr auf Vollständigkeit

Anbieter Limonade	Homepage
Ände GmbH	www.aende.eu
Beutelsbacher Fruchtsaftkellerei GmbH	www.beutelsbacher.de
Bionade GmbH	www.bionade.de
Fritz-Kulturgüter GmbH	www.fritz-kola.de
Gua – Widerker Beverages GmbH	www.GUA-drinks.com
IMS Höllinger GmbH	www.hoellinger-juice.at
JAMU GmbH	www.jamu.de
Lemonaid Beverages GmbH	www.lemon-aid.de
Neumarkter Lammsbräu / now	www.lammsbraeu.de
Voelkel GmbH Fruchtsäfte Gemüsesäfte	www.voelkeljuice.de

unter anderem Fresh Lemon, Sunny Orange oder Hollerblüte nicht nur in den modernen Longneckflaschen (0,33 Liter). Vielmehr stehen diese jetzt zusätzlich in 0,5-Liter-Poolflaschen zur Verfügung. Damit werde die Rückgabe nun noch unkomplizierter und man komme Kundenwünschen entgegen, heißt es von Unternehmensseite.

Voelkel bietet neben den kleineren Flaschen seit einiger Zeit ebenfalls größere Gebinde an, in diesem Fall 0,7-Liter-VdF Glasmehrweg-Flaschen. Diese seien besonders im Naturkostfachhandel beliebt, stellt Ole Müggenburg vom Marketing fest.

Mit inzwischen schon 18 Sorten der Marke BioZisch will Voelkel den Durst wecken, von Klassikern bis zu Ausgefallenem wie Rosenblüte oder Mate. Bei der Basis der Limonaden sitzt die Bio-Kellerei an der Quelle: Frucht- und Gemüsesäfte in Bio- oder Demeter-Qualität. Dazu kommen Bio-Mineralwasser aus der eigenen Naturquelle im nahen Biosphärenreservat, Kräuter- und Gewürzauszüge sowie neben der fruchteigenen Süße Rohrohrzucker zur Abrundung des Geschmacks.

Voelkel nennt als Top 5 bei den BioZisch Rhabarber, Matcha, Mate, Himbeer Cassis und Zitrone Naturtrüb. So

bunt wie die Auswahl scheinen also tatsächlich die Geschmacksvorlieben der Verbraucher zu sein.

Gefragt nach einer sinnvollen Regalgestaltung empfiehlt der Hersteller die Anordnung in Blocks sortiert nach Flaschengrößen. Stünden Geschmacksrichtungen mit ähnlichen Farben dabei nebeneinander, entstehe fast schon ein Regeneffekt. Unabhängig davon könne der Handel die kleineren Flaschen gut in Kühlschränken präsentieren und so zum Mitnehmen einladen.

Aus der Reihe tanzen

Andere Anbieter fallen bei ihren Erfrischungsgetränken optisch aus der Reihe. Von der mystisch-anmutenden Cola bis zu den verspielt-farbenfrohen Frizantes mit Fruchtabbildung stehen die isis bio-Etiketten der Fruchtsaftkellerei Beutelsbacher ins Auge. Die 0,33-Liter-Longneckflaschen sind per Schraubverschluss wiederverschließbar und gewährleisten den Kunden so Auslaufsicherheit auch nach dem ersten Öffnen.

Als Beispiel für den hohen Qualitätsanspruch verweist Beutelsbacher auf die Verwendung von frischen Direktsäften und den Verzicht auf Chinin oder ähnliche Zutaten. Außerdem gelinge es durch die Kombination von Abfüllung, Entgasung und gleichzeitiger Aromarückgewinnung, energiesparend und weitgehend ohne Verlust von Geschmacksstoffen zu produzieren. >



Eos Bio

Reich an fruchteigenem Vitamin C!

Neu

Eos Getränke GmbH · 71384 Weinstadt · www.eos-bio.de

Dass das Bewusstsein der Verbraucher für gesundheitlich wertvolle und nachhaltige Lebensmittel zunimmt, spiegelt sich im gewachsenen Gastronomieangebot an alkoholfreien Bio-Getränken wider. Als positiver Rückkopplungseffekt erhöht ein größeres Angebot an Bio im Außer-Haus-Markt ganz allgemein die Bekanntheit der verfügbaren Marken.

Kevin Witzorek, Gründer von Jamu, betont dagegen direkt, dass seine Erfrischungsgetränke als Wellness-Drinks konzipiert seien. Die Grundlage bilden Kräuter, Wurzeln und Gewürze

aus der indonesischen Tradition. Je nach Rezeptur sollen sie in den höherpreisigen Jamu-Sorten einen bestimmten Wirkereffekt haben. Jüngste Kreation im kleinen Sortiment ist ein Cannabis Drink mit dem nach wie vor angesagten deutschen Hanf, Ingwer und Kurkuma. Natürlich süße Frucht- und Gemüsesäfte sowie kohlenstoffhaltiges Mineralwasser sorgen aber auch hier für den frisch-fruchtigen Geschmackseindruck.

Mal grün, mal braun

Ebenso wie Lemon Aid, die ihre Limonaden in auffälligen grünen Flaschen anbieten und mit dem Verkauf soziale Projekte fördern, hebt sich das Sortiment von

Ände gleich auf den ersten Blick durch ihre Angebotsform vom Gros ab. Das junge Unternehmen setzt auf kleine braune Dickbauchflaschen, die denen von Bier ähneln.

Sortenmäßig will Ände in verschiedenen Regionen der Welt Getränkeklassiker aufspüren und daraus erfrischende Kompositionen kreieren, beschreibt Geschäftsführerin Andrea Stenz den Ansatz. So kam in diesem Jahr die Sorte Maracuja & Vanille auf den Markt – auf Grundlage der hawaiianischen Maracuja-Art Lilikoi. Die Kohlensäure habe man wie gewohnt so eingestellt, dass sie sich am besten gut gekühlt direkt aus der Flasche genießen lasse, sagt Andrea Stenz.

Ebenso wie Neumarkter Lammsbräu hat Ände das neue Jahr daneben mit der Einführung einer neuen Linie begrüßt: alkoholfreie Bio-Biermix-Getränke. Mit diesen möchte das Unternehmen künftig auch denen entgegenkommen, die einen leicht herberen Geschmack suchen. Bei einer Familienbrauerei als Abfüllpartner habe diese Innovation nahegelegt. Zur leichten Unterscheidbarkeit werden die neuen ‚Summer Brews‘, einmal mit Ingwer- und einmal mit Mandarinengeschmack, in braunen Mehrweg-Longneckflaschen verkauft.

Vom Pionier zum Klassiker

Bionade ist der Pionier für gebraute Bio-Limonaden – eingeführt im Jahr 1994 – und gilt heute unter dem Dach von Hassia Mineralwasser als Markt-

führer im Segment. Der Herstellungsprozess beruht wie beim Brauen von Bier auf einer Vergärung von Malz mit Hefe. Im Unterschied dazu bildet sich aber kein Alkohol. Vielmehr fermentieren Milchsäurebakterien den Sud teilweise weiter zu mildsaurer Gluconsäure, die zum typischen Charakter der Erfrischungen beiträgt.

Die Bionade-Range umfasst inzwischen zehn Sorten, vom roten Sortenliebbling Holunder über Streuobst bis hin zu den neueren Produkten naturtrübe Zitrone und Orange. Mit drei kohlenstoffhaltigen Erfrischungsgetränken aus belebendem Matetee hat Bionade schon zuvor als ein weiterer Bio-Hersteller den Trend zu leicht herben Geschmacksnuancen aufgegriffen.

Mit maximal fünf Prozent Zucker sei das Sortiment auch weniger süß als herkömmliche Limonaden, ergänzt das Unternehmen. Für Mai kündigt Bionade zudem eine Sonderedition an, die Sorte Zitrone-Bergamotte. Von jeder verkauften Flasche, mit denen auf die Bedrohung von Schmetterlingen aufmerksam gemacht werden soll, fließt ein Teil an die Biodiversity Foundation.

Es liegt nahe, dass Brauereien den Ansatz der Fermentation ebenfalls aufgegriffen haben, zum Beispiel die Riedenburger Bio-Brauerei mit herb-fruchtigen Limonaden unter der Marke Pure. Hergestellt werden die vier Sorten auf Basis von fermentiertem Dinkelmalz mit Fruchtsäften und -auszügen, Agavensüße und reinem Brauwasser.

0,5l

HALBES LITER VOLLER GENUSS

-30% SUGAR!



Ayurvedisch leicht,
biodynamisch gut

Steigende Rohstoff- und Energiekosten

Hersteller unterschiedlichster Branchen sehen sich mit massiven Kostensteigerungen konfrontiert, beispielsweise für Energie, Logistik (Frachträume, Paletten etc.), Rohstoffe oder Verpackungsmaterialien. Diese lassen sich nicht mehr über interne Gegenmaßnahmen ausgleichen, zumal davon auszugehen ist, dass vieles Bestand haben wird – so zumindest die Einschätzung von Bionade. Andrea Stenz von Ände stimmt dem zu und sagt, man nehme die Preise der Partner an und wolle sie nicht drücken. „Wir versuchen, diese Preissteigerungen durch weitere eigene Prozessoptimierung und gesundes

Wachstum abzufedern. Doch am Ende bleibt eine Steigerung, die letztlich beim Kunden ankommen wird“, so die Geschäftsführerin. Es seien schlichtweg die wahren Kosten, mit denen alle mehr und mehr umzugehen lernen werden müssen.

Trotzdem und trotz Corona wurden laut dem Branchenverband für Erfrischungsgetränke wafig im vergangenen Jahr 2021 im Vergleich zum schwachen Niveau des Vorjahres in Deutschland wieder mehr Erfrischungsgetränke konsumiert. Vorläufige Berechnungen schätzen den Pro-Kopf-Verbrauch auf 118,6 Liter, ein Plus von 3,4 Prozent.

Trotz der Fülle Platz für Neues

Die Auswahl an hochwertigen Bio-Erfrischungsgetränken ist also groß. Trotzdem lässt sich mit spannenden neuen Ideen Aufmerksamkeit wecken. Die exotische Gua Limo aus dem Hause Widerker Beverages ist ein gutes Beispiel dafür. Ihre Konsistenz wirkt dicker und sämiger – das Mundgefühl unterscheidet sich damit deutlich von üblichen kohlenensäurehaltigen Limonaden. Tatsächlich bildet Püree aus weißer Bio-Guave (bis zu 15 Prozent) die Grundlage für das noch überschaubare Sortiment. Nach der Kombination mit Holunder und Minze, Lemongras oder Ingwer und Kurkuma steht mit der intensiv-aromatischen Yuzu-Frucht eine weitere Variante in den Startlöchern. Zum Vertrieb hat sich Widerkehr bewusst für den Kistenpool-Weg mit Logipack-Mehrwegkisten entschieden,

da dies durch die vier Sortierzentren einen nachhaltigen Service ohne unnötiges Herumfahren von Leerkisten garantiert. Auch hat man sich Gedanken gemacht, wie interessierte Abnehmer die Gua-Linie während des Lockdowns persönlich kennen könnten. Der Ansatz, Probierboxen zusammen mit Videos zur Marke, Geschichte und Markteinführung zu verschicken, dürfte weiterhin zum Service gehören.

Glas und Mehrweg ist für Bio erste Wahl, aber nicht nur. Wer seinen Kunden alternativ Limonaden in leichten PET Flaschen anbieten will, kann das Sortiment von IMS Höllinger aus Österreich aufnehmen. Seit kurzem bestehen die Flaschen aus recyceltem rePET. Neben Eistee auf Bio-Früchteteebasis gibt es Sprizz-Getränke von Holunderblüte bis Johannisbeere, mit reduziertem Zuckergehalt als Bonus.

Bettina Pabel



Mit fairem Ingwer aus Peru



Tönnies: Zerlegung nach Corona-Stillstand

Tönnies vergrünen?

Nachhaltigkeit in der Fleisch-Branche auf dem Prüfstand

Der Global Player Tönnies ist der mit weitem Abstand größte Schlachtbetrieb in Deutschland und nach eigenen Angaben mittlerweile auch Marktführer im Bio-Markt. Seit Oktober 2020 soll der Ex-Bioland-Chef Thomas Dosch für mehr Nachhaltigkeit in den Strukturen sorgen. Seine Einschätzung: Eine bessere Tierhaltung ist für Produzenten in Deutschland unumgänglich. Und sie funktioniert nur im Schulterschluss von Wirtschaft und Politik.

Spätestens seit einem Corona-Ausbruch im Juni 2020, bei dem die schlechten Arbeitsbedingungen ausländischer Werkvertragsarbeiter ins Schlaglicht gerieten, gilt der Konzern Tönnies mit Hauptsitz im nordrhein-westfälischen Rheda-Wiedenbrück bei vielen als Symbol für alles, was in der Fleischbranche schief läuft.

Der langjährige Konzernchef Clemens Tönnies stand schon zuvor vielfach in der Kritik, wegen Preisabsprachen, Involviertheit in Cum-Ex-Geschäfte

und einer rassistischen Äußerung. Sein Neffe Robert Tönnies, der mittlerweile 50 Prozent der Unternehmensanteile hält, profiliert sich dagegen eher als Gegenpol und macht sich für mehr Tierwohl in der Schlachtbranche stark.

Im Oktober 2020 hat der Beitritt von Thomas Dosch zum größten Schlachtbetrieb Deutschlands für Aufsehen gesorgt. Als Koordinator für die Entwicklung im Sinne einer nachhaltigeren Agrar- und Ernährungswirtschaft soll er frischen Wind in die

Nachhaltigkeitsbemühungen bei Tönnies bringen. Dosch stammt aus Hohenlohe, hat selbst Landwirtschaft studiert und verfügt über praktische Erfahrungen aus einem eigenen Bio-Betrieb mit Mastschweinen sowie dem Lebensmittelhandwerk. Von 2002 bis 2014 war er Chef des Bioanbauverbands Bioland. Danach saß er sechs Jahre lang für die Grünen im Landwirtschaftsministerium von Niedersachsen, wo er laut Weser-Kurier aufgrund von Streitigkeiten mit der CDU-Ministerin ausschied. „Vom Ökobauern zum Tönnies-Oberlobbyisten“ titelte die WirtschaftsWoche im Zuge des erwartbaren Shitstorms, der auf den rabiat erscheinenden Umstieg des Ex-Bioländ-

„Wir wollen die Transformation der Tierhaltung.“

lers folgte. Dosch selbst sieht sich nach wie vor als Brückenbauer für Tierschutz und eine umweltgerechte Landwirtschaft. Einen tatsächlichen Wandel von Seiten der Wirtschaft anstelle von Worten seitens der Politik beschreibt er als Motivation für seinen Berufswechsel. Ende März gab der frühere Bioland-Präsident auf Einladung des Verbands Deutscher Agrarjournalisten (VDAJ) aus dem Hauptstadtbüro Auskunft über die weitere Entwicklung des Unternehmens – und einen Blick auf Nachhaltigkeit und Tierwohl aus Sicht des Branchenführers. Die wirtschaftliche Situation für die Fleischbranche in Deutschland ist laut Dosch alles andere als rosig. Die Preise für Rindfleisch etwa entwickelten sich rasant nach

oben. Sei Deutschland vor 20 Jahren tatsächlich noch ein Gunststandort für billige Schweinefleischproduktion mit Exportfokus gewesen, habe sich das aufgrund der Kostenstruktur im Vergleich zum europäischen Maßstab schon vor langem geändert. Ein Mindestlohn von momentan elf Euro und andere hohe Produktionskosten ließen den deutschen Wettbewerbern überhaupt keine Wahl, als sich jetzt im heimischen Markt durch Qualität zu profilieren. „Wir wollen die Transformation der Tierhaltung!“, betonte der Tönnies-Nachhaltigkeitskoordinator. Der Konzern stehe hinter der Umsetzung der Empfehlungen der Borchert-Kommission. Außerdem propagiere man die Idee von 5xD: also geboren, aufgezogen, gemästet, geschlachtet und verarbeitet in Deutschland, sowie eine verpflichtende Haltungskennzeichnung im Handel. Bestenfalls könne es dadurch mit Hilfe der Konsumenten eine Entwicklung wie bei den Schalen-eiern geben: Das absolut günstigste Produkt kommt nicht mehr vor.

Kein Wandel ohne die Landwirte

Die für Dosch notwendige Bedingung: „Wir müssen auch die Betriebe mitnehmen. Landwirtschaft ist kein Industriegut!“ Ein zu schneller Wandel könne zu einer Notlage führen und die Landwirte in der Region gefährden. Auch Wohlstandssicherung müsse ein Teil der Überlegung sein. Die Zukunftskommission Landwirtschaft (ZKL) habe gezeigt, dass ein aufeinander Zugehen der verschiedenen Interessengruppen möglich ist. Nun sei es an der Politik, die entsprechenden Folgen daraus abzuleiten und die Finanzierung der Transformation, den Einkommens- ➤



Von Natur aus erfrischend ...

Bei Galke verbinden sich über hundert Jahre Erfahrung mit neuester Technologie. Wir vertreiben ab Lager 5.800 Kräuter, Heilkräuter, Gewürze, Tees, Früchte und weitere pflanzliche Rohstoffe – davon über 1.000 in Bio-Qualität. Schneiden, Rebellen, Schrotten, Mahlen etc. erfolgen in-house. **Einfach und jederzeit auf galke.com bestellen.***

ausgleich für die Landwirte sicherzustellen.

„Wenn der Handel unter Druck gerät, schwimmt er sich auf Kosten der Landwirte frei“, warnte Dosch und plädierte daher für ein realistisches und pragmatisches Vorgehen. Mit den ‚Philosophen‘ in den Führungsetagen des Handels gebe es tolle Gespräche, die aber keine sichtbare Wirkung auf die Einkäufer hätten: Die drückten weiter die Preise, wo es nur geht.

Erst der Konsum, dann die Erzeugung

In puncto Strukturwandel wies Dosch auf die Gefahr von Leakage-Effekten hin. Solange die Fleisch-Nachfrage nicht so stark zurückginge, wie es der Eindruck sei, führte weniger Tierhaltung in Deutschland nur zur Abwanderung der Produktion ins Ausland – ohne positiven Nutzen fürs Klima. Kapazitäten, die in Deutschland abgebaut würden, entstünden dann in gleichem Maße neu in Spanien. Renate Künasts Ziel, den Tierbestand bis 2030 zu halbieren, hält der Tönnies-Vertreter aus seinem Blickwinkel nicht für realistisch. Dennoch sei eine flächengebundene Reduktion des Tierbestands im Sinne einer artgerechteren Haltung und mehr Klimafreundlichkeit zu begrüßen.

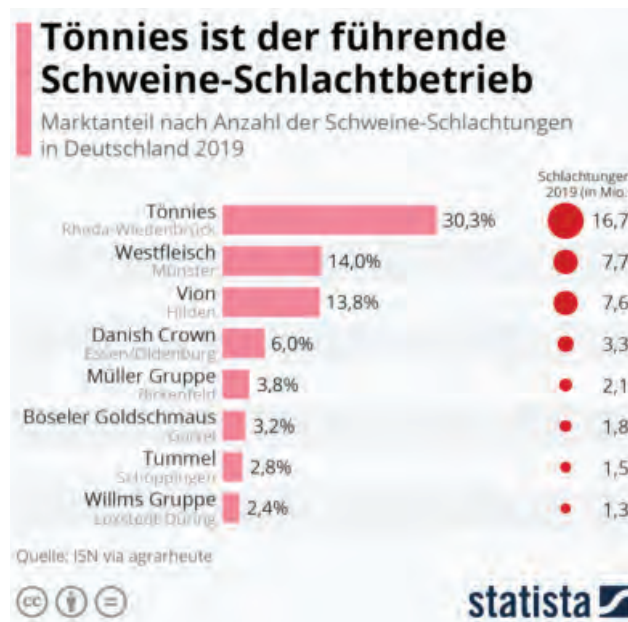
Aktuell reduziere sich die Tierhaltung nicht in den ‚Schweinehochburgen‘, sondern in Bayern, Baden-Württemberg, Thüringen und Sachsen-Anhalt. In den Tierhaltungszentren Nordrheinwestfalen, Niedersachsen und Schleswig-Holstein gebe es dagegen weiterhin auf engem Raum kurze Wertschöpfungsketten.

Regenwaldrodung verhindern

Bisher verarbeitet Tönnies auch Fleisch aus Südamerika.



Thomas Dosch, Leiter des Hauptstadtbüros der Tönnies-Unternehmensgruppe



Gerade zu den Stoßzeiten vor Weihnachten sei dies nötig, um die Nachfrage zu decken. Dass die Ware nicht aus Regenwaldgebieten stammen darf, habe man zwar eigentlich vertraglich festgelegt – die Regel wurde aber umgangen. Ein Grund mehr für das Unternehmen sei dies, um auf regionale Produktion zu setzen. Auch auf Soja-Futter aus Rodungsregionen will der Konzern künftig verzichten. Alle großen Futtermittelanbieter, mit denen Tönnies zusammenarbeitet, hätten sich dazu bereit erklärt. WWF und Greenpeace sollen die Infos dazu beitragen, auf welche Zertifizierer für ‚regenwaldfreies Soja‘ man sich verlassen kann. Gleichzeitig wolle man die Versorgung mit

heimischen Eiweiß-Futtermitteln stärken, etwa den Soja-Anbau in Süddeutschland.

Finanzierung sicherstellen

Die Kosten für die Transformation sind für Dosch keine unüberwindbare Hürde. Nach Berechnung des wissenschaftlichen Beirats des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) müsste jeder Bürger pro Woche 70 Cent mehr Ausgaben einplanen, damit der Umbau der Tierhaltung finanziert werden kann – das sind 36 Euro pro Jahr.

„Wir appellieren auch an die FDP mitzuziehen“, so der Ex-Biolandchef. Viele Landwirte hätten die Liberalen gewählt

und bauten nun auf ihre Unterstützung. Die Fleischindustrie sei bereit, auf die Subvention von tierischen Lebensmitteln über den verminderten Mehrwertsteuersatz zu verzichten. Nach Tönnies’ Ermessen wäre das die einfachste Finanzierungsoption – ohne großen Bürokratieaufwand. Die FDP aber sehe bereits in dieser Erhöhung der Mehrwertsteuer einen vermeintlichen Bruch des Koalitionsvertrags.

Laut BMEL-Machbarkeitsstudie aus dem vergangenen Jahr kann die Finanzierung auch über Solidaritätszuschlag und Tierwohlabgabe bewerkstelligt werden. Auch die Kostendeckung über den neu geschaffenen Klima- und Transformationsfonds mit 60 Milliarden Euro im Topf sei eine Option. Wären die Grünen dazu bereit, bleibe die FDP-Position noch abzuwarten. Wie die Entscheidung auch fällt: „Die Bundesregierung steht zur Finanzierung in der Pflicht“, betonte Dosch.

Tierwohl als Wettbewerbsvorteil in Deutschland

„Deutschland ist im Bereich der Tierwohl-Diskussion einmalig“, meint der Fleischmarktexperte. Der Mehrpreis für Tierwohl müsse daher in Deutschland verdient werden. Die Produzenten könnten sich darüber nur im heimischen Markt profilieren. Auf dem Weltmarkt lasse sich höherpreisiges Schweinefleisch nicht vermarkten. Dosch hält es für eine Notwendigkeit für deutsche Hersteller, sich gegenüber spanischen und dänischen Produkten im Handel durch Qualität abzugrenzen. Ohne Tierwohl gehe in Deutschland außerdem die gesellschaftliche Akzeptanz der Landwirte verloren und

Tönnies

Die Tönnies Holding ApS & Co. KG wurde 1971 gegründet und hat mittlerweile über 9.000 Mitarbeiter. Der Umsatz lag 2020 bei rund sieben Milliarden Euro. In Deutschland hält das Unternehmen 16,3 Millionen Schweine und 420.000 Rinder. Dazu kommen 4,5 Millionen Schweine in Dänemark, Großbritannien, Spanien und Polen. Etwa die Hälfte der Produktion geht in den Export, mit Hauptabnehmern in der EU, Ostasien und Mittelamerika. Zur Marke Tillman's beliefert Tönnies in Deutschland die Eigenmarken von Lidl, Aldi, Rewe, Edeka und Kaufland.

damit der Erhalt der regionalen Produktion.

Das Ausfuhrverbot von Schweinefleisch in Drittländer aufgrund der Afrikanischen Schweinepest verhindere aktuell, dass man hier verschmähte Teilstücke des Schweins als Delikatesse nach China verkaufen könnte. Stattdessen würden sie in Tierfutter oder Fettschmelzen verarbeitet. Je weniger Teile des Schweins aber den Mehrpreis verdienen müssten, desto teurer würden auch die Produkte. Von diesem Blickwinkel aus ist es wichtig, dass auch Wurstprodukte aus guten Haltungsbedingungen verkauft werden können. Mit dem LEH sei man bereits in Diskussionen über die bessere Ganztierverswertung in Deutschland. Sie könne ein weiteres Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb werden.

Bio-Fleisch-Lieferant Tönnies: hohe Nachfrage, wenig Angebot

Seine Meinung zur Wichtigkeit von Ökolandbau hat der langjährige Bioland-Chef Dosch laut eigenem Bekunden nicht geändert. Bio stehe nicht nur für Umweltvorteile, sondern spiegle auch den Wunsch der Gesellschaft wieder. „Bio-Märkte haben sich in den letzten Jahren trotz der Politik entwickelt“, stellt er mit Blick auf den langjährigen Stillstand im CDU-Agrarministerium fest.

Der Nachhaltigkeits-Koordinator versuche seit Monaten, neue Bio-Schweinefleisch-Betriebe in Deutschland zu gewinnen, dabei sei aber noch viel Luft nach oben. Um die Nachfrage zu decken, müsse

Tönnies weiterhin auf Lieferanten aus Dänemark, Frankreich und Holland, teils auch aus Spanien und Portugal zurückgreifen. Der LEH wolle eigentlich mehr Bio-Fleisch und lasse sich am Ende wegen des zu knappen Angebots mit Tierwohlstufe 3 trösten.

Die Hoffnung liege in einem Wandel durch die neue Regierung. Dem grünen Landwirtschaftsminister Cem Özdemir wirft Dosch nach den ersten Monaten im Amt noch zu viel Populismus und Selbstdarstellung vor. Ohne das Know-How der Wirtschaft und mehr Gesprächsbereitschaft mit den Akteuren werde es nicht gehen. Aufgabe der Obrigkeit sei es, transparent die Ergebnisse aus partizipativen bottom-up-Prozessen zu realisieren. „So funktioniert Demokratie.“

Lena Renner



AGRANA.COM

MAISITA® Bio-Maisstärke

Perfekt für die Zubereitung Ihrer

- Puddings & Gummwaren
- Fertiggerichte
- Saucen & Tiefkühlprodukte

Bei weiteren Fragen kontaktieren Sie bitte
organic.starch@agrana.com

Gesunder Boden – Gesunde Lebensmittel

Fundament der Ernährungssicherheit unter der Lupe

Viele der drängenden Umweltprobleme unserer Zeit lassen sich nur im Zusammenwirken mit einer guten, vollwertigen Ernährung lösen. Diese kann wiederum nur auf Grundlage gesunder Böden gewährleistet werden. Das Thema ‚gesunder Boden‘ ist daher in der AöL unter Berücksichtigung der Aspekte Ernährungssicherheit und Qualität der Lebensmittel ein ganz Entscheidendes: Der Boden ist das wortwörtliche ‚Fundament‘ der (Öko-)Lebensmittelherstellung.

Spannende Einblicke in die Welt unter unseren Füßen liefert Interessierten der Bodenentdeckungspfad der Interessengemeinschaft Gesunder Boden (IG Gesunder Boden). Diesen geologischen Lehrpfad unter dem Motto ‚Mensch trifft Boden‘ besuchte eine Gruppe der Öko-Lebensmittelhersteller, um sich mit der Entwicklung der Böden, dem menschlichen Einwirken und den Folgen des Klimawandels auf die Bodengesundheit auseinanderzusetzen.



Allein der optische Vergleich zweier Bodenproben, die mit einem Spaten zuvor von verschiedenen Böden ausgehoben wurden, zeigt Unterschiede in der Bodenstruktur. Die tiefergehende Betrachtung der Böden macht das eindrucksvolle Zusammenwirken zwischen Pflanzenwurzeln und dem Mikrobiom, das die Gesamtheit der Mikroorganismen, zum Beispiel Bodenpilze (Mykorrhiza-Pilze) und Bakterien, beschreibt, noch deutlicher. In diesem Zusammenspiel gehen viele Pflanzen über ihr Wurzelsystem eine Symbiose mit den Mykorrhiza-Pilzen und Bakterien ein.

Der oberirdische Teil der Pflanze bildet mittels Photosynthese aus Sonnenenergie und CO₂ energiereiche, kohlenstoffhaltige Assimilate. Sie dienen zum Aufbau der oberirdischen Pflanzenteile, der Fruchtbildung und zum Aufbau des Pflanzenwurzelsystems. Von den bis zu 40 Prozent der gebildeten Assimilate, die in den Boden ausgeschieden werden, ernähren sich die Mykorrhiza-Pilze und Bakterien. Diese wiederum transportieren im Gegenzug Mineralien und Nährstoffe, die sie aus dem Humus und Bodengestein lösen, zur Pflanze für deren weitere Entwicklung.

Bodenentdeckungspfad in Regensburg veranschaulicht wichtige Funktionen

Über 19 verschiedene Stationen des Bodenentdeckungspfades zeigen diese und weitere Funktionen des Bodens und gehen auf den essentiellen Zusammenhang zwischen der Bodengesundheit und der Gesundheit von Pflanzen und Tieren als Grundlage für die Lebensmittelherstellung ein. Böden sind Lebensraum, haben eine Filter-, Puffer-, Speicher und Transformationsfunktion für Wasser, organische und anorganische Stoffe und dienen zudem der Erzeugung von Lebens- und Futtermitteln sowie von nachwachsenden Rohstoffen. Nur wenn alle Funktionen erfüllt sind, sprechen wir von einem gesunden Boden.

Eines der Charakteristika eines solchen gesunden Bodens zeigt die Station Wurzelfenster im Bodenentdeckungspfad. Dort können die unterschiedlichen Wurzelbilder von verschiedenen Grünlandpflanzen betrachtet werden – ein unterirdisches Wunder. Ebenso beeindruckend ist der Blick auf die vier in Bayern vorherrschenden Gesteins- und Bodentypen, den eine der interaktiven Stationen ermöglicht. In mehreren Stufen wird hier von oben nach unten die Bodenbildung, beginnend beim

Ausgangsgestein, deutlich. Böden werden mithilfe von Pflanzengesellschaften wie Wald, Gehölzen und Grünlandpflanzen erst fruchtbar und zeigen in der letzten Entwicklungsstufe eine Degeneration, da die Humusgehalte sinken. Ausreichende Humusgehalte sind in Mineralböden ein weiteres, wichtiges Charakteristikum gesunder Böden, das Auswirkungen auf das Bodengefüge, die Wasseraufnahme, Wasserhaltefähigkeit und Wasserneubildung der Böden hat. In Böden mit niedrigen Humusgehalten ändert sich die Vielfalt des Mikrobioms und der Bodenlebewesen; das heißt, die Wahrscheinlichkeit schwindet, dass wir von diesen Böden gesunde Lebensmittel erwarten dürfen. Das ist ein eindrückliches Bild dafür, wie wichtig es ist, den Boden und die gesamte damit zusammenhängende Schöpfung wahrzunehmen und sich für eine bodenaufbauende Bewirtschaftung zu engagieren. Schon im Alten Testament der Bibel von vor über 2.500 Jahren gibt es Hinweise darauf, wie fruchtbare Böden entstehen können: „Ich will in der Wüste wachsen lassen Zedern, Akazien, Myrten und Ölbäume; ich will in der Steppe pflanzen miteinander Zypressen, Buchsbaum und Kiefern.“ (Jesaja, 41, 19)

Humuszertifikate als Anreiz für Landwirte?

Untersucht man den Humusgehalt, so werden die gravierenden Folgen der Landwirtschaft für den Boden deutlich. Eine Studie von Sanderman et. al aus dem Jahr 2017 wies insgesamt um 40 bis 60 Prozent verringerte Humusgehalte in den Böden im Vergleich zu vor 200 Jahren nach – ausgelöst durch Landnutzungsände-

rungen von Wald/Grünland zu Ackerfläche. Dies sollten wir aktiv ändern, so sind sich IG Gesunder Boden und AÖL-Mitglieder einig. In letzter Zeit haben sich bereits einige Institutionen und Verbände zur Festlegung von Kohlenstoffgehalten in Böden und einer Honorierung hoher Gehalte mittels CO₂-Zertifikaten positioniert. Die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller diskutiert diesen Handel mit ‚Humuszertifikaten‘ aktuell intensiv und entwickelt ihre Position dazu. Denn besonders die ökologische Landwirtschaft ist dafür geeignet, die Humusgehalte in den Böden zu erhöhen. Allerdings sind dazu Maßnahmen nötig, die bisher nur wenige landwirtschaftliche Betriebe mit gutem Erfolg praktizieren: Es braucht zusätzliche Anreize, um mehr Landwirte zu motivieren, sich mit der humusaufbauenden Landwirtschaft zu beschäftigen. Hierbei könnten auch Humuszertifikate unter bestimmten Bedingungen hilfreich sein, wenn auch der Nutzen des Humusaufbaus für die Böden weit über die reine Speicherung von Kohlenstoff hinausgeht. Gesundere, humusreichere Bodenverhältnisse wirken positiv auf die Qualität der Lebensmittel, auf die natürliche Bodenfruchtbarkeit, auf eine ausgewogene Nährstoffversorgung der Pflanzen, auf die Bodenstruktur, den Wasserhaushalt und die Biodiversität. Nur durch einen sorgfältigen Umgang mit unseren Böden können wir sie bewahren und die Ernährung der Menschen mit hochwertigen Lebensmitteln langfristig sichern – ganz nach dem Grundsatz: Gesunder Boden, gesunde Pflanze, gesundes Tier, gesunder Mensch.

Brunhard Kehl



BODE NATURKOST

BEREIT FÜR DIE REVOLUTION IM MARKT?
IHRE KUNDEN SIND ES SCHON JETZT!

MEHR INFOS:

ICH BIN KOMPOSTIERBAR
BODE NATURKOST

UNSERE PACKUNG IST PLASTIKFREI! UND IM GARTEN KOMPOSTIERBAR.

www.bode.bio



Qualität und Vertrauen
Würzige Zutaten erfolgreicher Partnerschaft

**Gewürze
Gewürzmischungen
Kräuter
Backsaaten**

Seyma
seit 1857

Ph. Seyfried Gewürzmühle GmbH & Co. KG
Lagerstraße 11 • 68169 Mannheim • Telefon 0621 32898990
info@seyma.de • www.seyma.de



NürnbergMesse / Thomas Geiger

Riechen, fühlen, schmecken und Zufallsbegegnungen: Durch die Verschiebung in den Sommer erhofft sich die Biofach eine Rückkehr zur Normalität mit den gewohnten Besucherströmen.

Biofach im Sommer: treffen, vernetzen und Lust auf Neues

Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel in Präsenz und digital

Vom 26. bis 29. Juli wird die erste Summer Edition der Biofach in Nürnberg stattfinden. Aufgrund der kritischen Pandemielage haben sich die Veranstalter entschieden, das normalerweise im Februar abgehaltene Bio-Branchentreffen zu verschieben. Jetzt herrscht Vorfreude auf eine Präsenzmesse mit digitaler Unterstützung: eine verbesserte App für Smartphones, Streaming-Angebote im Kongress und Klimaschutz in Aktion mit den Themen Unverpackt und Bio-Vegan.

„Egal ob es uns schwer oder leicht gefallen ist – die Verschiebung war erforderlich“, erklärt Biofach-Direktorin Daniela Brunner. Die Pandemie bestimme nach wie vor das Messeleben und aufgrund der Omikron-Variante habe es im Dezember viel Verunsicherung und Skepsis gegeben. Durch die überwiegende Zustimmung der Aussteller im Rahmen eines Votings im Vorfeld sehen sich die Veranstalter

in ihrer Entscheidung bestätigt. Vom neuen Termin im Juli erhofft man sich nun mehr Planungssicherheit.

War die Biofach 2021 eine erste rein digitale Ausgabe – mit neuen technischen Chancen, aber auch den verbundenen Tücken – soll das nächste Branchentreffen sich wieder durch alles auszeichnen, was eine Präsenzmesse ausmacht: riechen, fühlen, schmecken und Zufallsbegegnungen. „Das kann eine digitale Messe nicht ersetzen!“, meint Brunner.

Internationales Klassentreffen

Um die 2.500 Aussteller aus über 80 Ländern würden zur Biofach erwartet. Darunter sind die üblichen Top 5: Deutschland, Italien, Frankreich, Spanien und Belgien, aber auch Länder wie Uganda, Honduras, Nepal, Sambia, Tunesien, Ghana, Taiwan oder Südkorea.

BIOFACH2022

into organic

Viele Interessenten stünden momentan noch in den Startlöchern. Eine aktuelle Ausstellerliste kann bereits online eingesehen werden.

Erwartet werden wieder Akteure aus der gesamten Wertschöpfungskette der Bio-Lebensmittelbranche: Lieferanten von Rohwaren, Verarbeiter, LEH, Großhandel und Fachhandel, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung.

Präsenz-Neustart mit digitaler Ergänzung

Zur 2021 erstmals verwendeten Digital-Plattform talque habe es von den Nutzern sehr unterschiedliches Feedback gegeben, meint Danila Brunner. Viele Einkäufer hätten das digitale Angebot im Vorfeld verwendet. Etwa fünf bis zehn Arbeitstage vor Messestart befassten sich Interessierte mit der Planung ihres Besuchs.

Nach den Erfahrungen der ersten digitalen Ausgabe soll es dieses Jahr zahlreiche Optimierungen geben: Gut funktionierende Filteroptionen nach Produktgruppen, vegan/koscher/halal oder Lieferkanälen zum Beispiel. Das Problem, bei einer Suche mit dem Zurückbutton wieder auf Start zu landen, sei von den Programmierern behoben worden. Auch die teils aufgetretenen Schwierigkeiten beim digitalen Onboarding und Ticketerwerb sollen nicht mehr vorkommen.

Die Online-Suche verspricht den Besuchern, verschiedene Querschnittsthemen nach individuellen Präferenzen zu kom-



„Als Erweiterung im Verständnis des Zusatznutzens“ sieht Biofach-Direktorin Danila Brunner die digitale Plattform, welche die Sommer-Messe ergänzt.

binieren. Als Excel-Datei exportieren ließe sich das Ergebnis zwar nicht, an der Möglichkeit einer persönlichen Laufliste werde aber gearbeitet. Ob die Option rechtzeitig bis Juli realisiert werden kann, sei momentan noch nicht abzusehen.

Der Messekatalog im Print-Format ist für die Biofach passé. Er sei nicht nachhaltig genug, meint die Presseleitung. Dafür soll eine explizit für Smartphones gestaltete App den Besuchern den Zugang zu talque auch unterwegs ermöglichen und die Orientierung in den Hallen erleichtern.

Die Profile aus 2021 können Aussteller nicht übernehmen. Seit Dezember hätten sie jedoch bereits die Möglichkeit, ihre Inhalte neu einzupflegen. Allen Teilnehmern soll über die Matchmaking-Funktion der Plattform die direkte Kontaktaufnahme und das Netzwerken mit Kunden, Geschäftspartnern oder neuen interessanten Unternehmen erleichtert werden. Die Onboarding-Termine sind für den Juni festgesetzt:

- ☐ Aussteller: 22. Juni 2022
- ☐ Medienvertreter: 28. Juni 2022
- ☐ Besucher: 29. Juni 2022

Kongress vor Ort – erweitert durch Streaming und Aufzeichnungen

Was den Kongress angeht, so soll auch hier der Fokus dieses Jahr wieder auf den Aktivitäten vor Ort liegen. 70 bis 90 Prozent der Veranstaltungen sollen zumindest im Nachhinein als on-demand-Angebot zum Nachschauen zur Verfügung stehen. So können Besucher Überschneidungen im Programm umgehen. Einige ausgewählte Events werden im Livestream übertragen. Dazu seien auch rein digitale Veranstaltungen nicht ausgeschlossen: Aussteller hätten dann die Wahlfreiheit, ob sie wie bei früheren Ausgaben einen Raum für Präsentationen vor Ort mieten, ein Livestreaming dazubuchen oder wie 2021 zu einem rein digitalen Roundtable einladen. Für alle Variationen sollen Räumlichkeiten auf dem Messegelände zur Verfügung stehen, die bei Bedarf von den Ausstellern angemietet werden können.

„Digital als Erweiterung im Verständnis des Zusatznut->

STYX
NATURCOSMETIC

MOHN
süchtig



✓ zertifizierte Naturkosmetik

✓ CO₂-neutrale Produktion in Österreich

✓ vegan

✓ Tube aus nachwachsendem Rohstoff

styx.at

zens – und nicht als Alternative“, so erklärt Danila Brunner die Devise des hybriden Biofach-Angebots. Dass man in der technischen Umsetzung noch keine Perfektion erreicht habe, sei den Veranstaltern bewusst: „Die Ärmel bleiben hochgekrempelt.“

Brennpunkt Klimaresilienz

Als Schwerpunktthema des diesjährigen Branchentreffens haben der Biofach-Schirmherr IFOAM – Organics International und der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft, (BÖLW), die Bedeutung von Bio für ein resilientes Landwirtschafts- und Ernährungssystem bestimmt. Unter dem Motto ‚Organic.Climate.Resilience‘ soll ein vielfältiges Kongressprogramm aufgestellt werden, das sowohl Konsumentenerwartungen als auch

Inspirationen für Hersteller und Handel sowie politische Rahmenbedingungen in den Blick nimmt.

Die Kombination von Bio und pflanzlicher Ernährung bleibt für die Messe eine bedeutende Entwicklung. In den letzten Ausgaben hätten bereits 30 bis 50 Prozent der Aussteller auch vegane Produkte im Sortiment präsentiert. Mit der Erlebniswelt vegan, Kochshows und begleitenden Vorträgen will man dem Trend zu bio-vegan Rechnung tragen.

Der Weg zur eigenen Unverpackt-Station

Mit dem Thema Verpackung und Abfallvermeidung im Blick wollen die Veranstalter der Nachhaltigkeitsdebatte auch über reine Produktvor-

stellungen hinaus gerecht werden. In Kooperation mit dem Verein Unverpackt e.V. wird es erstmals einen gebündelten Themenbereich rund um Zero Waste geben, auf dem Anbieter ihre verschiedenen Unverpackt-Lösungen präsentieren können. Gestützt durch Vorträge und Präsentationen soll es dem Handel ermöglicht werden, sich einen Überblick zu verschaffen und praktische Fragen zur Installation des eigenen Unverpackt-Bereichs zu klären.

Bio kommunal und im Blick der Politik

Beim Kongress StadtLandBio, veranstaltet zusammen mit der gastgebenden Stadt und Europäischen Metropolregion Nürnberg, wird in diesem Jahr ebenfalls der Klimaschutz im Fokus stehen. Wie kann Bio auf kommunaler Ebene dazu

beitragen? Wie schafft man mehr Bewusstsein beim Verbraucher? Welche Wege gibt es zu einer regionalen Lebensmittelstrategie und welche Best Practices werden von den Akteuren bereits umgesetzt? Bio-Städte aus ganz Deutschland sind eingeladen, ins Gespräch zu kommen und praktische Leitlinien für die Gemeinschaftsverpflegung auszuarbeiten.

Zur Biofach-Eröffnung kann sich die Branche über die Zusage der höchsten politischen Ebene freuen: Landwirtschaftsminister Cem Özdemir und Janusz Wojciechowski, EU-Kommissar für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung, wollen Begrüßungsansprachen halten und das Messegelände in medial begleiteten Rundgängen durchqueren.

Lena Renner



Dieses Gefühl von Leben

steckt in unseren natürlichen getrockneten Lebensmittelrohstoffen

Köstlich oder gesund? Warum nicht beides. Bei Backwaren, Müslis und Snacks kommt es auf die richtige Zutatenmischung an. Verwenden Sie z. B. getrocknete Früchte, Nussmischungen, Samen oder hochwertige Fruchtpulver und -granulate, um den vielfältigen Ansprüchen heutiger Konsumenten gerecht zu werden. In unserem Sortiment finden sich unzählige Möglichkeiten und Rohstoff-Kombinationen, um Ihren Produkten eine natürliche Süße, Farbe oder Aromanote zu verleihen.

Fruit Logistica: Nachhaltigkeit in der Obstbranche



Messe Berlin GmbH

Vom 5. bis 7. April findet die internationale Leitmesse des Fruchthandels Fruit Logistica in Berlin statt. Aufgrund der Pandemielage wurde die für Februar geplante Messe in den Frühling verschoben. 72.000

Fachbesucher werden erwartet und treffen auf 3.300 Aussteller aus über 80 Ländern. Inspiration bieten der Kongressschwerpunkt Nachhaltigkeit und verschiedene Bio-Lieferanten. Die Messeleitung verspricht ein

umfangreiches fachliches Begleitprogramm rund um Nachhaltigkeit in Anbau, Verpackung und Transport. Wie können Erzeuger den Auswirkungen der Klimakrise begegnen? Welche Chancen bietet die Digitalisierung der Landwirtschaft? Und welche Herausforderungen muss der internationale Fruchthandel angesichts der Probleme in den weltweiten Lieferketten bewältigen? Vom Klima- und Biodiversitätsschutz beim Bananananbau im ‚Fresh Produce Forum‘ zur Überwachung und Sicherung der Qualität von Bio-Lebensmitteln im ‚Future Lab‘

gibt es viele Möglichkeiten zur Inspiration und Weiterbildung. Über die vom Messteam extra ausgeschilderte Bio-Route können Besucher ihre eigene Tour entlang der Aussteller von zertifizierten Qualitätsprodukten gestalten. 74 Obst- und Gemüselieferanten sind unter dieser Kennzeichnung bereits online registriert: von der Behr AG bis zu WeGrowOrganic aus den Niederlanden.

Aufgrund der Corona-Lockerungen ab April sollen die 3G-Zugangsbeschränkungen sowie die meisten Coronamaßnahmen auf der Fruit Logistica nicht mehr gelten. Die Messe Berlin empfiehlt trotzdem allen Messteilnehmern, eine Mund-Nasenbedeckung zu tragen und sich an Hygienemaßnahmen zum Schutz vor Infektion zu halten.

ISM 2022: 150 Aussteller bieten süße Bio-Produkte

Rund 15.000 Fachbesucher aus 96 Ländern trafen sich vom 30. Januar bis zum 2. Februar zur 51. Ausgabe der Internationalen Süßwarenmesse (ISM) in Köln. Nachdem das Branchenevent 2021 coronabedingt ausfallen musste, konnte die Messe in diesem Jahr unter Hygienemaßnahmen und mit hybrider Ergänzung realisiert werden. Etwa 150 der knapp 1.000 teilnehmenden Aussteller hatten Bio-Artikel im Sortiment.

„Natürlich haben wir keine Messe der Superlative und neuen Rekorde erwartet“, erklärte der Vorsitzende der Koelnmesse-Geschäftsführung Gerald Böse. Dass die Messe in Präsenz stattfinden konnte, sei aber ein wichtiges Signal in puncto Optimismus und Zuversicht an die gesamte Messewirtschaft gewesen. Auch der internationale Zuspruch mit einer



Koelnmesse GmbH, Harald Fleissner

ausländischen Fachbesucherbeteiligung von 78 Prozent habe zur positiven Stimmung beigetragen.

Über eine neue digitale Plattform konnten Aussteller, Besucher und Medienvertreter ab dem dritten Messtag auch online in Kontakt treten, netzwerken und Expertenvorträge oder Präsentationen im Rahmen des Kongressprogramms im Livestream ansehen. Jeder physische Aussteller bekam einen digitalen Showroom zur Verfügung.

Rund 150 Aussteller präsentierten auf der ISM ihre Bio-Produkte, darunter auch viele Neuheiten. Die Popularität pflanzenbasierter Waren und Inhaltsstoffe machte sich etwa in der veganen Proteincrème von der Principessa's München GmbH bemerkbar – geeignet als Brotaufstrich, zum Backen, für Müslis oder als pure Nascherei zwischendurch. Vegane Bio-Zartbitter-Crunchies und Mandel- und Quinoa-Blaubeer-Crunchies gab es von CMM

Gartmann, eine neue vegane Schokolade mit 72 Prozent Kakaoanteil von Foodies Planet. Gesunde Snack-Innovationen boten die Limbua Deutschland GmbH mit ihren neuen gerösteten Bio-Macadamia mit Honig, Chili oder BBQ und die Principessa's München GmbH mit Bio-Maisbällchen – glutenfrei, laktosefrei und nur mit Agave gesüßt. ‚Genuss mit Biss‘ und Quellen von Protein, Omega-3 und Ballaststoffen verspricht Dr. Karg KG mit seinen Super-Saaten-Crackern. Dazu liefert er seit Januar 2022 glutenfreie Hafer-Minis ‚Porridge-Style‘ in den Varianten Hafer, Apfel-Zimt und Kakao-Sahne. Mit ihrer süßen Note konnten auch die neuen papierverpackten Bio-Grüntees von Loyd in Geschmacksrichtungen wie Schoko-Zimt, Zitrone oder Minze auf der ISM vorgestellt werden.

Die nächste Internationale Süßwarenmesse findet vom 29.01.2023 bis 01.02.2023 statt.

B₂B Lieferantenverzeichnis

Backwaren



Herzberger Bäckerei GmbH
Hermann-Muth Straße
36039 Fulda
Tel: 0661 104700
www.herzberger.com



Mestemacher - The lifestyle bakery
Am Anger 16
33332 Gütersloh
www.mestemacher.de
Roggenvollkornbrote und Westfälischer Pumpernickel von Mestemacher sind ballaststoffreich, aus dem vollen Korn gebacken und ein wertvoller Energieträger ohne Konservierungsstoffe. Mestemacher engagiert sich seit 2001 mit sozialen Engagements für die Gleichstellung von Frau und Mann und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Brotspécialitäten

LEIMER

LEIMER KG
83278 Traunstein
Tel: 0861 7091-0
mailbox@leimer.de
Semmelbrösel und -würfel, Croutons uvm. auch in Naturland- und Bioland-Qualität.

Fruchtverarbeitung



Lienig Wildfruchtverarbeitung GmbH
Märkische Str. 66
15806 Zossen
Tel: 03377 328-0
Fax: 03377 328-115
www.Lienig.com

Gewürze/Kräuter

Galke

Alfred Galke GmbH
37539 Bad Grund
Tel.: 053 2786810
info@galke.com
www.galke.com
Kräuter, Gewürze, pflanzliche Rohstoffe



Ph. Seyfried Gewürzmühle GmbH & Co. KG
Lagerstrasse 11
68169 Mannheim
Tel: 0621/32898 99-0
Fax: 0621/317753
E-Mail: info@seyma.de
www.seyma.de

Hochwertige Gewürzkomponenten und komplette Würzsysteme – von der Rohwarebeschaffung bis hin zur Entwicklung moderner und individueller Produktkonzepte.



Kreuzweg 6
92557 Weiding
Tel: 09674 1376
Fax: 09674 8675
info@wurdies.de
www.wurdies.de

Kräuter und Gewürze auch viele Mischungen auf Wunsch nach Ihrer Rezeptur.

Mühlen



Gebrüder JEHLICH GmbH
01683 Nossen
Tel: 07951/9193-0
Fax: 07951/9193-30
www.jehlich.info

Mühlen und Feinmahlsysteme für Superfoods, Ölpresskuchen, Zuckerarten, Salze, Gewürze. Anlagen in GMP-Ausführung.

Nüsse/Trockenfrüchte



Herbert Kluth GmbH & Co. KG
24558 Henstedt-Ulzburg
info@kluth.com
www.kluth.com
Tel: 04193 966 20

Das BIOFARM-Sortiment umfasst neben Nusskernen, Trockenfrüchten u. Saaten auch sechs Snack-Produkte wie den „Cashew Cranberry Mix 150g“ sowie veredelte Knabbereien wie den „Salz Nuss Mix 150 g“. Mit diesem Angebot empfiehlt sich BIOFARM dem Handel auch als Bio-Ergänzung im Snack-Regal. BIOFARM ist die Bio-Marke von KLUTH, dem norddeutschen Spezialisten für hochwertige Naturkost.

pflanzliche Rohstoffe

Galke

Alfred Galke GmbH
37539 Bad Grund
Tel.: 053 2786810
info@galke.com
www.galke.com
Pflanzliche Rohstoffe seit 1920.



Kräuter Mix GmbH
Wiesentheider Str. 4
97355 Abtswind
Tel: 09383 2040
info@kraeuter-mix.de
www.kraeuter-mix.de
Luftgetrocknete Kräuter, Gemüse und Gewürze für Lebensmittel, Arzneien, Tee, Extrakte, Spirituosen und Tiernahrung.



Kündig Bio Agrarprodukte GmbH
Gradestraße 44
D-12347 Berlin
Tel. 030 609 020 70
Fax 030 609 020 760
info.de@kuendig.bio
Die Kündig Gruppe ist ein über 100-jähriges Produktions- und Handelsunternehmen im Familienbesitz mit Hauptsitz in Zürich (Schweiz). Kündig ist spezialisiert auf hochwertiges getrocknetes Gemüse, Kräuter, Gewürze und Pilze sowie auf Getreide, Ölsaaten und Tiefkühlprodukte.



Worlée NaturProdukte GmbH
Grusonstraße 26
22113 Hamburg
Tel: +49 40 733 33 0
naturprodukte@worlee.de
www.worlee.de

Erstklassige natürliche Trockenrohstoffe (Kräuter, Gemüse, Früchte, Saaten oder Gewürze) aus der ganzen Welt für Lebensmittel, Tee, Getränke, Tiernahrung und Arzneien sowie Rezeptentwicklung durch modernes FuE-Team.

Schokolade



TrustFood GmbH
Hansastraße 44
80686 München
Tel.: 089 5404246-0
www.CHOCQLATE.com

Chocqlate, so natürlich wie Schokolade sein kann mit virgin cacao & Kokosblütensüße

Tee



Tea Goetz GmbH
Kabelkamp 11
30179 Hannover
vertrieb@teagoetz.com
www.teagoetz.com
Bio und Fairtrade

vegane Rohstoffe



Lemberona Handels GmbH
Vorgartenstr. 129-143
Stiege 1/EG/G1
1020 Wien
Tel.: +43 18972999
M.: +43676846827160
office@lemberona.at
www.lemberona.at
Ihr zuverlässiger Partner für Bio Rohstoffe in Premiumqualität.

Schnitzer



Hafer-Brötchen von Schnitzer Kein Gluten, voller Geschmack

Mit kernigen Hafer-Brötchen in den Tag starten!
Dank 27% Bio-Hafer sind die Panini Active Oat schmackhaft und zusätzlich reich an Ballaststoffen.

- Glutenfrei
- Weizenfrei
- Sojafrei
- Nussfrei
- Eifrei
- Laktosefrei
- Palmölfrei

2,49 Euro / 3 Brötchen / 180 g

www.schnitzer.eu

Voelkel



Erfrischend fruchtig: BioZisch Kirsche und Maracuja Orange

Die beliebte BioZisch von Voelkel gibt es auf vielfachen Kundenwunsch jetzt endlich in den sommerlichen Geschmacksrichtungen Kirsche und Maracuja Orange.

Dank extra hohem Fruchtgehalt von 8 % bzw. 10 % und in der Mehrwegflasche mit praktischem Schraubverschluss sind die neuen Sorten im Handumdrehen weggezischt.

www.voelkeljuice.de

AlmaWin



Nachfüllen und Plastik sparen leicht gemacht!

Einen wichtigen Schritt in Richtung Plastikmüllvermeidung macht AlmaWin mit zwei Nachfüllbeuteln für den AlmaWin Badreiniger und Glas&Fenster Reiniger.

Mit den Nachfüllbeuteln lassen sich über 80% Verpackungsmaterial, im Vergleich zur 500ml-Sprühflasche, einsparen.

Der AlmaWin Glas&Fenster Reiniger in der Sprühflasche wurde 04/2021 von Ökotest mit „sehr gut“ bewertet.

www.almawin.de

B2B-Lieferantenverzeichnis

Ordern Sie für vier Ausgaben pro Jahr zum günstigen Preis.
Auflage mind. 20 TSD Expl.

Preise pro Ausgabe

4,80 Euro pro mm bei 32mm Spaltenbreite
Grundeintrag bis 6 Zeilen = 96 Euro

Beispiele:

Grundeintrag + Signet 10mm = 144 Euro
Grundeintrag + Signet 20mm = 192 Euro
Grundeintrag + Signet 10mm + Texteintrag 15mm = 216 Euro
Grundeintrag + Signet 10mm + Texteintrag 30mm = 288 Euro

Kleinanzeigen:

Spaltenbreite 32 mm
90mm Höhe=432 Euro
75mm Höhe=360 Euro
65mm Höhe=312 Euro
alle Preise zzgl. 19% MwSt.

Sichern Sie sich ihr persönliches Angebot:

Marita Sentz:
E-Mail: ms@biopress.de
Tel.: 06226-9511-0

Demeter



Tiramisu Eis, jetzt neu

Das köstliche Tiramisu-Eis von Gillo Rachelli vereint alle geschmacklichen Komponenten des beliebten italienischen Desserts zu einer cremigen Eiskomposition.

Die zarte Mascarponecreme, eine feine Kaffeenote und pudriger Kakao verbinden sich zu einem himmlischen Geschmackserlebnis.

- beste Bio-Qualität
- frei von künstlichen Aromen und Gluten
- fairtrade

Erhältlich in 500 ml und 125 ml.

Funfact:
Tiramisu bedeutet „Zieh mich hoch“

www.felderzeugnisse.de/nc/de/bio-eis/rachelli

Yogi Tea



Yogi Tea® - Bee Happy

Die Basis des Tees bilden Pflanzen, die als Nahrungsquelle bei Wildbienen besonders beliebt sind und nach der Blüte ihren Weg in diese florale Mischung gefunden haben.

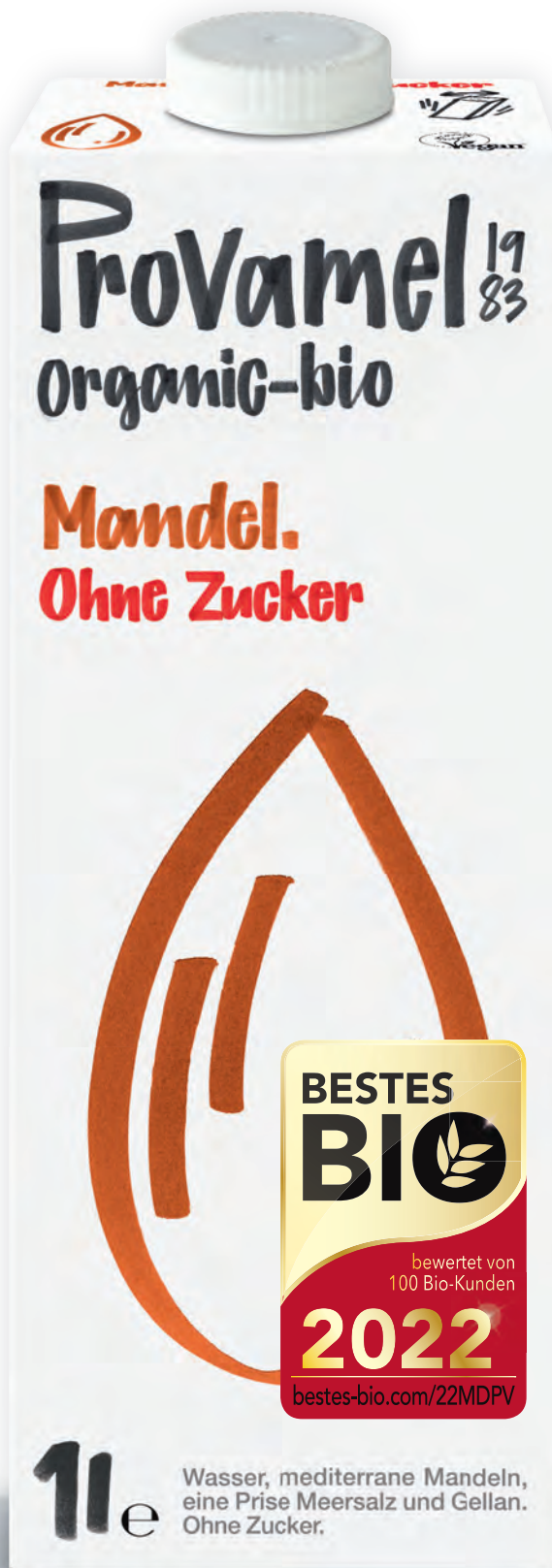
Als Hersteller von Bio-Tees setzt sich Yogi Tea für bedrohte Wildbienen und somit für eine intakte Natur ein. Bee Happy unterstützt gezielt die Deutsche Wildtier Stiftung und stützt ausgewählte Anbauer mit Nisthilfen aus.

Zutaten:

Pfefferminze (30%), Apfel, Kamillenblüten (14%), Süßholz, weißer Hibiskus, Rosmarin, Salbei, Lavendelblüten (2,5%), Thymian, Schafgarbe, Oregano

UVP: 3,29 Euro

www.yogitea.com/de/



mandeln
ohne jetlag,
das ist doch
bio-logisch!

**100 % Mandeln aus Europa,
90 % Regenbewässerung.**

#TrustYourFood

ProVamel¹⁹⁸³
organic-bio