

bioPress

Fachmagazin für Naturprodukte



**Akademie
Schloss Kirchberg**

**V. Öko-Marketingtage
V. World Organic Forum**

**Handel
Bio in die
Fläche tragen**

**Ausland
Ukraine, Schweiz**

**Messe
Biofach**

**Hersteller
Bio holt die
Zuckerbäckerei
heim**

**bioPress-Interviews
mit den Verbands-Chefs
Bioland: Jan Plagge
Naturland: Steffen Reese**



Bio-Sortimente: Cerealien

www.mestemacher.de

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
Josef-Umdasch-Str. 9 - 11
74933 Neidenstein
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. 113 / Oktober 2022:
20.000 Exemplare

Erscheinungsweise:

Januar / April / Juli / Oktober

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:

Maximilian Falkenberg, Peter Jossi,
Erich Margrander, Anne Mehring,
Bettina Pabel, Elke Reinecke, Lena
Renner

Redaktionsanschrift:

bioPress Magazin
(vormals bioFach Magazin)
Josef-Umdasch-Str. 9 - 11
74933 Neidenstein
Tel: +49 (0) 6226 95110

Redaktion + Termine

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

Titelbild:

Mestemacher GmbH
Am Anger 16
33332 Gütersloh
www.mestemacher.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.

Krisen, Krisen und nochmal Krisen. Und schon sollen erste Transformations-Erfolge zurückgedreht werden. Das ist die größte Krise! Seit zehn Jahren ist der Atom-Ausstiegstermin gesetzt. Jetzt soll der Weiterbetrieb von Kraftwerken vor dem Energienotstand retten. In der Landwirtschaft wird Bio zum Luxusgut erklärt und die Rückkehr zur Agrochemie-Bewirtschaftung verlangt, weil die mit höheren Erträgen vor Hungersnot bewahren würde. Kleingeister muss man nicht suchen, auf die kann man sich gerade in schwierigen Zeiten immer verlassen.

Biolandwirtschaft kann die Welt ernähren. Das sagt heute die Wissenschaft und steht so im Welt-Ernährungsbericht der UN. Und viele offizielle Studien bewerten die negative Wirkung des massenhaften Pestizideinsatzes auf die Gesundheit. Nicht so harmlos, wie ständig behauptet.

Ernährungspolitik entscheidet heute Wahlen mit. Also wird Bio über alle Parteigrenzen hinaus als wichtiges Thema genutzt. Ein Prozent Bio-Umsatzanteil vor 20 Jahren ist gestiegen auf fast zehn Prozent. Weitere Steigerungen auf 25 bis 30 Prozent sind politisch gewollt.

Dass Großkonzerne der Lebensmittelwirtschaft nicht einfach zuschauen, wie ihnen neues Ernährungs-Bewusstsein ins Handwerk zu pfeuschen droht, war abzusehen. Gentechnik in der Landwirtschaft hat sich bei uns wegen breiter Gegenwehr nicht durchsetzen können. Daraus hat der globale Ernährungs-Kapitalismus gelernt.

Sie steigen schneller in neue Geschäftsfelder ein. Vegetarische und vegane Lebensmittel waren Jahrzehnte lang nur im Reformhaus und in den Bioläden ein Thema. Lebensmittel-Konzerne haben sich der veganen Ernährung angenommen und die Supermarktregele besetzt, bevor die Plätze dort von noch mehr Bio erobert würden. Ein perfektes Ablenkungsmanöver. Erstaunlicherweise hat ausgerechnet die Billig-Fleischwirtschaft sich der Erfindung und Herstellung von Veganprodukten angenommen. Der Rückgang des Fleisch- und Wurstabsatzes scheint vollständig kompensiert.

Jetzt steht uns die Kunstfleisch-Invasion ins Haus. Da müssen die Konzerne den Wettbewerb mit Bio nicht fürchten. Billigfleisch aus dem Bioreaktor soll dem Tierwohl und auch dem Klima dienen, weil die Bioreaktoren dezentral in den Quartieren aufgestellt werden und Tiertransporte dann wegfallen. Vor allem die Jugend soll das Rottentfleisch nachfragen. Obwohl noch keiner auch nur ein Stück kaufen konnte! Sind wir so sehr im Griff der Marketingwirtschaft, dass die uns das einreden können? Es ist unerklärlich, warum nicht gleich alle mit Abscheu reagieren wie beim Kunstkäse auf der Pizza oder bei gentechnisch veränderten Lebensmitteln.

In der aktuellen multiplen Krise erlebt der Bioabsatz Einbrüche. Der Naturkostfachhandel leidet. Inflationsängste treiben Bio-Käufer in die Discounter. Eine interne Umfrage von bioPress im August hat im Bio-Absatz bei Nahversorgern und im SEH Aufwärtstendenzen gezeigt. Die Frage nach der Aufnahme neuer Produkte ergab Bestnoten beim SEH, abgeschlagen war der Fachhandel. Letzteres Phänomen ist eventuell gespeist durch den Sättigungsgrad der Bio-Vollsortimenter. Die Interpretationen aller Ergebnisse stehen auf unserer Internetplattform www.biopress.de.

In den letzten 40 Jahren hat keine der Krisen Bio aufgehalten. Es ging immer weiter bergauf. Wenn bei Lebensmitteln gespart werden muss, dürfte es die Kauflust der Biokunden nicht im gleichen Maße treffen. Nach den Absatzsteigerungen der letzten zwei Jahre setzt jetzt eine zeitweise Stagnation den Biomarkt unter Druck. Das bringt Schwächen und Stärken zum Vorschein. Es gibt erste Insolvenzen bei Biobäckern und Bioläden und auch ein Reformhaus-Filialbetrieb ist betroffen. Ob die Gründe für die Schließungen allein in den aktuellen Problemen zu suchen sind, ist eher fraglich.

Möglicherweise nimmt die schon über einen längeren Zeitraum sichtbare Verschiebung der Gewichte in den Absatzwegen durch den krisenbedingten Marktdruck an Fahrt auf. Die allgemeine Richtung in der Entwicklung des Essverhaltens bleibt davon unberührt. Das Bewusstsein für hochwertige, naturbelassene Bio-Lebensmittel wird sich weiter entwickeln, stark bleiben und auch diese Angstphase überleben.

Bio ist im Mainstream angekommen. Will die Branche Bio für alle, dann kann kein Vertriebsweg ausgegrenzt werden. Bio ist mehr als ‚frei von‘, so die Stimmen aus der Branche. Das geht von Biodiversität über Fairness und Nachhaltigkeit bis Wellness und weiter. Wo die Kunden sich ihre Bioprodukte einkaufen, bestimmen sie selbst. Service, Zuverlässigkeit und Vertrauen, Qualität und auch die Preiswürdigkeit wird darüber entscheiden. Die Kaufleute im SEH sind nicht zuletzt wegen ihrer Persönlichkeiten bestens aufgestellt. Ihre Outlets sind für Bio die zukunftsfähigsten Verbündeten und flächendeckend am Markt.

Dem SEH fehlt heute noch das umfangreiche Angebot für Bio-Vollsortimente. Die Sonderschau Meeting Point BIOimSEH lädt im kommenden Februar speziell die Kaufleute mit Informationen zur Biomarken-Vielfalt, Experten-Gesprächen, Beratungen und Schulungen zum Erfahrungsaustausch auf die Biofach ein.

Erich Margrander
Herausgeber



8

Handel

8 Bio in die Fläche tragen

Kongress

9 Ankündigung Öko-Marketingtage

10 Programm: V. Öko-Marketingtage

12 Nachhaltige Entwicklung mit Kooperation und Frauenpower

Beim V. World Organic Forum trafen sich Fachleute aus aller Welt, um über Bio und die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) zu diskutieren.



9

Hersteller

16 Bio holt die Zuckerbäckerei heim

agava, Lecker's, Biovegan und Ruf: Mit ihren umfangreichen Sortimenten sorgen Bio-Hersteller für eine reiche Auswahl am Backzutatenmarkt.

Ausland

20 Kriegen wir noch was raus?

Ein Online-Seminar vor der Biofach zeigte die kritische Lage und Lösungsmöglichkeiten für die ukrainische Bio-Landwirtschaft.

22 Bio Suisse und Naturland – Kooperation mit Zukunft

24 Vorbild Schweiz in der Orientierungskrise



12

Markt

26 Bio – das eindeutig resilientere System

Bioland-Chef Jan Plagge spricht mit bioPress über Rohstoffknappheit, die aktuelle Marktentwicklung und die Resilienz von Bio.

28 Äpfel aus Italien: Bio-Ernterekord in Sicht

28 Wir ernten, was wir gemeinsam säen

29 Mehr Landwirte und Lebensmittelhersteller stellen um

29 Für BiUno findet sich kein Investor

29 Faire Produkte bleiben stark gefragt



Ukraine: Arnika Organic

22

Ernährung/Ernährungsstil

30 Gesund (fast) ohne Kohlenhydrate

Bei einer ketogenen Diät holt sich der Körper seine Energie aus der Umwandlung von Fetten.

34 Klimafreundlicher Streichgenuss

Margarine ist nicht gleich Margarine: So setzen Bio-Hersteller auf Palm- und Kokosfett anstelle von raffinierten Ölen.

Forschung

36 Pestizidfolgen unter der Lupe

Eine französische Forschungseinrichtung hat den Zusammenhang zwischen Pestizidbelastung und bestimmten Krankheiten bestätigt.



Foto: Sonja Herpich

26

37 Faire Preise per Gesetz?

Preisbildung von unten nach oben und eine gerechtere Verteilung der Wertschöpfung: Das ÉGalim-2 in Frankreich und das Decreto-ley 5/2020 in Spanien wollen Landwirten dabei helfen, fairere Preise zu erzielen.

Recht



boonchok / stock.adobe.com

Fokus: AHV

38 Bio von Klein auf

Das Projekt ‚Bio für Kinder‘ aus München unterstützt Kitas und Schulen auf dem Weg zu 100 Prozent Bio.

Sortimente



www.birgithart.com

40 Von zart bis knusprig

Der Markt für Bio-Cerealien wächst und floriert.

Verband



46 Mehr Fokus auf Verbraucherschutz durch Green Claims & CSR

48 Bio-Mehrwert muss honoriert werden

Naturland-Chef Steffen Reese hat mit bioPress über den mühsamen Weg zum Fairen Handel, Bürokratie und das wachsende Nachhaltigkeitsinteresse in der Gesellschaft gesprochen.

Messe



50 Meeting Point: Bio im SEH

52 Streiflichter der Biofach 2022

Beim Wiedersehen in Nürnberg nach zwei Jahren Corona-Pause trafen 2.276 Aussteller aus 94 Ländern auf 24.000 Fachbesucher. Neben innovativen Verpackungen, Unverpackt und Fairtrade standen viele bio-vegane Neuheiten im Zentrum des Interesses.

58 Kunstfleisch, Fairness und Bio-Züchtung

Mit 123 Veranstaltungen hatte der Biofach-Kongress 2022 unter dem Motto ‚Bio.Klima.Resilienz.‘ einiges zu bieten. Über die Bio-Marktentwicklung, Gefahren durch neue Gentechnik, Ökologisches Fairplay und mehr konnten sich interessierte Besucher informieren.

64 Organic Ukraine: Wir halten die Stellung an der Wirtschaftsfront!



Foto: NuernbergMesse / Thomas Geiger

6

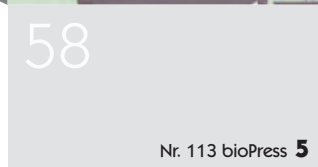
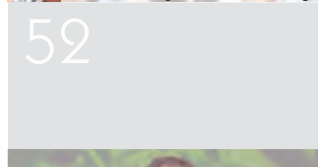
News

66

B2B Lieferantenverzeichnis

67

Produktvorstellung



ALB-GOLD

WIR PACKEN'S: SPÄTZLE IN PAPIER.

NEU



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



DE-ÖKO-006
Deutsche Landwirtschaft

Unternehmen verwenden weiter Futtermittel aus Regenwaldzerstörung

Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) hat zum dritten Mal abgefragt, welche Ziele für den Umstieg auf nachhaltige, entwaldungsfreie Palmöl- und Soja-Futtermittel Unternehmen in der Tierbranche verfolgen. Das Ergebnis ist ernüchternd: Nur vier der 68 befragten Betriebe setzen bereits auf entwaldungsfreie Palmöl- oder Soja-Futtermittel. Ein Großteil bleibe komplett tatenlos oder



La Lejau / stock.adobe.com

schiebe den Umstieg auf nachhaltigere Alternativen bis 2025

oder gar 2030 auf. Lichtblicke im diesjährigen Futtermittel-

Radar: Der Wiesenhof-Konzern will ab dem Frühjahr 2022 für in Deutschland produziertes Geflügel auf zertifiziertes Palmöl-Futter umsteigen. Die Schweinefleischproduzenten Tönnies und Westfleisch gaben an, sich im Austausch mit der Futtermittelindustrie für eine Branchenlösung zu nachhaltig zertifiziertem Palmöl und Soja ab 2023 einzusetzen.

Biokreis und VegOrganic kooperieren



Der Bioverband Bio-kreis e.V. und der Verein VegOrganic e.V.,

Herausgeber des Gütesiegels EcoVeg für vegane Lebensmittel in Bio-Qualität, haben auf der Biofach in Nürnberg eine Kooperation geschlossen, um ihre künftige Zusammen-

arbeit zu bekräftigen. Ihr gemeinsames Ziel ist es, mehr ökologisch, vegan und nachhaltig erzeugte Lebensmittel für Verbraucher verfügbar zu machen. Das EcoVeg-Siegel soll veganen Biokreis-Produkten mehr Sichtbarkeit verleihen.

Neue Hygge Glühweine von Voelkel



Als „reine Lehre in Rot und Weiß“ präsentiert Voelkel seine neuen Glühweine. Statt auf Zucker und Aromen setze die Naturkostafterei auf charaktervolle Bio-Weine und erlesene Gewürze wie Zimt, Nel-

ke und echte Orangenschalen und überzeuge so mit einem weniger süßen, dafür aber winterlich-facettenreichen Geschmacksbild. Die Neuheiten im Hygge-Sortiment beinhalten zehn Volumenprozent Alkohol.

Edeka stärkt seine Bio-Offensive mit Naturkind



EDEKA ZENTRALE Stiftung & Co. KG

Eine Produktmarke, Bio-Marktplätze innerhalb der Edeka-Märkte sowie eigenständige Fachmärkte vereint

Edeka unter seiner neuen Bio-Dachmarke Naturkind. Nicht nur den Vertriebslinie Marktkauf, Budni und

Netto, sondern auch interessierten Händlern im In- und Ausland stünde die Marke grundsätzlich zur Verfügung, so-

lange Nachhaltigkeit in der Unternehmensstrategie verankert sei. Bis Ende des Jahres soll das Naturkind-Sortiment rund 100 Produkte umfassen. Claas Meineke und Dr. Robert Poschacher führen ab dem 1. August 2022 als Geschäftsleiter die Naturkind Lebensmittelvertriebs GmbH.

Superbiomarkt beantragt Schutzschirmverfahren



höhungen bei vielen Produkten, die so nicht an den Endverbraucher weiter-

gegeben werden konnten, hätten diesen Schritt notwendig gemacht. In den kommenden Monaten wird nun gemeinsam weiter an dem in ersten Zügen vorbereiteten Sanierungsplan gearbeitet, mit dem der Superbiomarkt wieder in die schwarzen Zahlen geführt werden soll.

Der Vorstand der SuperBioMarkt AG hat Anfang August beim Amtsgericht Münster einen Antrag auf ein sogenanntes Schutzschirmverfahren, ein besonderes Insolvenzverfahren, gestellt und genehmigt bekommen. Die „massiven Kostenexplosionen“ bei Energie und Miete sowie die Preiser-

Lemonaid im Visier des Finanzamts



Lemonaid

Der Fairtrade-Hersteller Lemonaid finanziert mit dem Verkauf seiner Bio-Drinks Sozialprojekte in den Anbauländern. Bei jeder verkauften Flasche werden ein paar Cent an den gemeinnützigen Lemonaid

& ChariTea e.V. weitergegeben. Eine solche Art des Sponsoring für einen guten Zweck ist allerdings im deutschen Steuerrecht offensichtlich nicht vorgesehen. Um die Zahlungen als Sponsoring anzuerkennen,

fehlt es dem Hamburger Finanzamt an einer ‚Gegenleistung‘ des Vereins. Stattdessen sieht es darin eine „verdeckte Gewinnausschüttung“ und fordert nun existenzbedrohende Steuer-

nachzahlungen in Millionenhöhe. Mit der Kampagne „Amtlich was kippen“ will Lemonaid eine Änderung der aktuellen Rechtslage zugunsten moderner Sozialunternehmen erwirken.

Mangelernährung in Deutschland: unbeachtet, gefährlich und teuer

Mit Mangelernährung verbinden viele Menschen Zustände in Entwicklungsländern – tatsächlich aber ist sie auch in Deutschland weit verbreitet. Laut der Gesellschaft für Gastroenterologie,

Verdauungs- und Stoffwechselkrankheiten (DGVS) ist jede vierte bis fünfte Person, die hierzulande in eine Klinik aufgenommen wird, mangelernährt. Angesichts der seit langem unbeachteten Zu-

stände sprechen Experten der DGVS von einem Skandal und fordern wirksame Maßnahmen, darunter mehr ernährungsmedizinisch geschultes Personal und hochwertiges Klinikessen.

Rapunzel gründet Eine Welt Bio-Stiftung



Maya Claussen

Der Vorstand der neuen Stiftung: (v.l.n.r.) Margarethe Eppe, Joseph Wilhelm und Rosalie Dorn

Mit der Gründung der Rapunzel Eine Welt Bio-Stiftung will der Hersteller Rapunzel Naturkost die Bio-Landwirtschaft stärken und ökologische und soziale Projekte weltweit fördern. Rapunzel unterstützt die neue Stiftung mit jährlich annähernd einer Million Euro. Gleichzeitig verabschiedet sich das Unternehmen vom Hand in Hand-Fonds, der 1998 gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe ins Leben gerufen wurde.

Zivilgesellschaft fordert Ernährungswende in öffentlichen Einrichtungen

Das aktuelle Ernährungs- und Landwirtschaftssystem verursacht Schäden mit hohen gesellschaftlichen und ökologischen Folgekosten. Deswegen haben sich 41 zivilgesellschaftliche Orga-

nisationen an den Hamburger Senat gewendet und schnelle politische Maßnahmen gefordert. In ihrem Positionspapier und einer Online-Petition, die noch bis Ende November unterzeichnet wer-

den kann, verlangen sie eine zukunftsfähige Ernährung, darunter 100 Prozent Bio bis 2030, und faire Preise bei der Verpflegung in Kitas, Schulen und anderen öffentlich finanzierten Einrichtungen.

Bio-Nussmuse aus Kanada



Jure Zadavec

Der Hersteller Nurture aus Montreal ist auf der Suche nach neuen Vertriebspartnern. Seine Nussmuse werden ohne jegliche Zusatzstoffe aus natürlich gerösteten Nüssen hergestellt. Cashew-, Mandel-,

Mandel- und Cashew- sowie Erdnuss- und Haselnuss-Pralinen-Mus gibt es im Sortiment. Interessenten, die ihr Produktportfolio erweitern wollen, können sich wenden an export@nurture.bio.

Hochgefährliche Pestizide behalten EU-Zulassung

Die EU-Mitgliedstaaten haben sich mehrheitlich dafür ausgesprochen, dass die Zulassung von 14 Pestizidwirkstoffen verlängert wird. Laut dem Umweltinstitut München sind diese so gefährlich, dass sie eigentlich nach dem Substitutionsprinzip durch weniger giftige Stoffe ersetzt werden müssten. Auch die deutschen Vertreter der Grünen-geführten Ministerien für Umwelt und für Landwirtschaft haben der Verlängerung zugestimmt. In der EU sind derzeit mehr als 50 ver-

schiedene Pestizidwirkstoffe zugelassen, die als besonders problematisch für Gesundheit und Umwelt eingestuft sind. Darunter sind Wirkstoffe, deren Gefahreneinstufung von ‚kann das Kind im Mutterleib schädigen‘ (8-hydroxyquinoline) über ‚kann Säuglinge über die Muttermilch schädigen‘ (Etofenprox) bis hin zu ‚kann vermutlich Krebs erzeugen‘ (Chlorotoluron) reicht. Die Wirkstoffe sind nun für ein weiteres Jahr EU-weit zugelassen.

Bio in die Fläche tragen

Selbstständige Lebensmittelkaufleute sind die natürlichen Bio-Verbündeten



Die wahren Treiber von Bio sind heute die Verbraucher. Sie wollen gesunde und klimafreundliche Lebensmittel auf ihren Tellern. Selbstständige Kaufleute haben die Souveränität und Flexibilität, um darauf einzugehen und Bio-Vielfalt in die Fläche zu tragen. Was ihnen fehlt, sind die richtigen Kontakte. Neue bioPress-Projekte zielen jetzt darauf ab, über verkrustete zentrale Handelsstrukturen hinaus die Kaufleute durch Vernetzung und Bio-Expertise zu unterstützen.

Bio ist im Mainstream angekommen. Seit über 25 Jahren begleitet der bioPress-Verlag diese Entwicklung. Alle über 25 Bio-Absatzkanäle sind auf dem Weg zu 100 Prozent Bio gefragt: Hofläden, Bioläden, Bio-Supermärkte und Reformhäuser, Bäckereien, Metzgereien und Wochenmärkte, Spe-

zialitätengeschäfte, Supermärkte, Drogerien und Discounter sowie Außer-Haus-Verpflegungskanäle von Kindergärten, Schul- und Uni-Mensen über Kantinen in Unternehmen, Krankenhäusern und Pflegeheimen bis hin zur Gastronomie.

Kaufleute als Verbündete

Wichtige Verbündete werden in der nächsten Dekade die Selbstständigen Lebensmittelkaufleute sein. Sie nutzen ihre (zentrale) Vorstufe für die Grundversorgung und arbeiten darüber hinaus lokal und regional sowie bei Spezialsortimenten wie Bio direkt mit vielen verschiedenen Lieferanten zusammen. Ihre Outlets befinden sich nicht nur in den Kernzentren, den Städten, sondern sind flächendeckend über Deutschland verteilt. Sie erreichen auch eine weitaus höhere Flächenproduktivität als zentral gesteuerte Filialen, sind qualitätsorientiert und Vollversorger.

Wie viel Bio ist bereits im SEH?

Bei einer flächendeckenden bioPress-Studie über Bio im LEH lag der Bio-Anteil 2001

noch bei 0,8 Prozent. Heute könnte dieser Anteil bereits bei geschätzt rund zehn Prozent liegen. In einer Kooperation mit der Dualen Hochschule Baden-Württemberg Heilbronn (DHBW) soll im nächsten Jahr eine Studie BIOimSEH ausgerollt werden, die aktuelle Zahlen liefert. Dafür wird ein Fragebogen an selbstständige Kaufleute verteilt. Das Ergebnis kann ihnen als Entscheidungsgrundlage und als Ansporn für mehr Bio in den Regalen dienen. Vor allem der Frische-Bereich ist stark entwicklungsfähig und trägt zu mehr regionalen und lokalen Bezügen bei.

Unterstützung durch Vernetzung

Was den Kaufleuten für ihre Beschaffung fehlt, ist vernetzte Bio-Expertise. Zwei bioPress-Events sollen das ändern. Von 2004 bis 2008 wurde zusammen mit der CMA (Centrale Marketing-Gesellschaft der deutschen Agrarwirtschaft) und Koelnmesse bereits ein Bio Handels Forum veranstaltet, bei dem Lebensmittelmarkter aller Kategorien, von Naturkostfachhandel bis hin

zu Discountern, ins Gespräch kamen. Im Mai 2023 soll dieses Konzept mit dem vierten Bio Handels Forum, erstmals in der Akademie Schloss Kirchberg, wiederbelebt werden – jedoch dieses Mal mit Fokus auf die selbstständigen Kaufleute.

Bio im Mainstream

War damals das Ziel, Bio in den Mainstream zu tragen, geht es heute um Themen wie Bio-Vielfalt im Handel, flächendeckende Bio-Verfügbarkeit, Qualitätsbewusstsein in der Esskultur und Nachhaltigkeitsaspekte wie kurze Wege und Saisonalität und nicht zuletzt faire Handelsbeziehungen.

Bio-Vielfalt schaffen

Im Gegensatz zu den aktuell vorherrschenden zentralen Kräften können viele Beteiligte auch Vielfalt schaffen, mit vielen Anbietern und vielen hochwertigen Angeboten. Rund 10.000 Outlets von etwa 5.000 Kaufleuten können Bio in die Fläche tragen und so den Zentralismus überwinden helfen.

Schon vor dem Mai 2023 wird dafür auf der Biofach im Februar 23 die Plattform ‚Meeting Point BIOimSEH‘ etabliert. Lebensmittel-Kaufleute treffen direkt mit Bio-Experten aus allen Bereichen zusammen und diskutieren und informieren sich über lokale und regionale Beschaffung, ebenso wie über Sortimente und die Schulung in Bio-Kompetenz.

Teilnehmer-Anfragen können gerichtet werden an: BIOimSEH@biopress.de

Erich Margrander



Vor Ort und digital: Bei den Öko-Marketingtagen 2022 diskutierten (v.l.n.r.) Ernst Ulrich von Weizsäcker, Ehrenpräsident des Club of Rome, Sabine Zikeli, Geschäftsleitung des Zentrums Ökologischer Landbau an der Universität Hohenheim, Amelie Riedesel, Programm-Managerin bei der Innovationsplattform ProjectTogether, und Biokreis-Geschäftsführer Josef Brunnbauer über die Notwendigkeit einer pflanzlichen Ernährung.

Ankündigung Öko-Marketingtage

**V. Öko-Marketingtage auf Schloss Kirchberg
12. bis 13. Oktober 2022: ‚30 Prozent Bio und mehr
– die Marktentwicklung resilient gestalten‘**

Bereits zum fünften Mal trifft sich die Bio-Branche zum führenden Marketing-Branchen-Treff auf Schloss Kirchberg. Gemeinsam will die Akademie Schloss Kirchberg als Veranstalterin mit Partnern und Entscheidungsträgern aus Erzeugerorganisationen, Verarbeitung und Handel Gestaltungsräume, Strategien und Kommunikationskonzepte zur Erreichung des im Koalitionsvertrag festgelegten Ziels ‚30 Prozent Bio‘ diskutieren.

Tatsache ist: Angesichts weltweiter Krisen befinden wir uns inmitten einer Zeitenwende. Zunehmende Inflation, gefährdete Energie- und Ernährungssicherheit sowie unsichere Rohstoffverfügbarkeit haben Folgen für alle Wirtschaftsbereiche, insbesondere aber für

die globalen Agrarmärkte und die nationale Land- und Ernährungswirtschaft. Eine klimafreundliche, sozial und ökologisch verträgliche, resiliente Wirtschaftsweise ist erforderlich, um in solcher Herausforderung bestehen zu können. Im aktuellen Koalitionsvertrag ‚Mehr Fortschritt wagen‘ hat die Bundesregierung das Ziel vorgegeben, durch Ökologischen Landbau die Landwirtschaft in ihrer Vielfalt an den Zielen Umwelt- und Ressourcenschutz auszurichten – das Ziel sind 30 Prozent Ökolandbau bis zum Jahr 2030. Aktuell sparen aber viele Konsumenten wegen der Teuerung besonders im Bio-Einkaufskorb. Doch Bio darf kein Luxus sein, Bio ist Notwendigkeit! In jedem Fall steht fest: Die Bio-

Lebensmittelwirtschaft hat große Aufgaben zu lösen.

Zu Beginn der Tagung spricht Dr. Alexander Beck, Geschäftsführender Vorstand Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AöL) darüber, warum und wie wir ‚Mehr ökologisch-soziale Marktwirtschaften wagen‘ können. Anschließend zeigt Diana Schaack, Marktanalytikerin für die Ökolandbau Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI), mit aktuellen Zahlen auf, wo wir in Blick auf Märkte – Preise – Entwicklungen und das Ziel 30 Prozent Bio derzeit stehen. Neben Impulsbeiträgen und Diskussionen von namhaften Vertretern aus Erzeugung, Verarbeitung und Handel, die die aktuelle Situation, erfolgreiche Konzepte und Heraus-

forderungen in diesen Bereichen herausarbeiten, bietet das Programm ein Gespräch zur Bio-Marktentwicklung unter Beteiligung von Dr. Alexander Gerber, Vorstand Demeter e.V.

In fünf parallelen Workshops tauschen sich die Teilnehmer aktiv zu Themen aus wie Resilienz von Mehrwertsicherungssystemen, Wert von Labeln und Kampagnen, Kommunikation des Mehrwerts von Prozessqualitäten in Landwirtschaft und Lebensmittelhandwerk, Abgrenzung zu Greenwashing und der Frage danach, wo die öko-soziale Agrarkultur bleibt. Zudem arbeiten sie an Kommunikationskonzepten zum Mehrwert von Bio.

Neue Zahlen und Erkenntnisse aus der Forschung werden im Themenblock ‚Entwicklung von Preisen, Werten und Leistungen im Bio-Markt‘ vorgestellt – unter anderem noch nicht veröffentlichte Ergebnisse einer Expertenbefragung durch Prof. Dr. Stephan Rüsch, Professor für Lebensmittelhandel/Food Retail & Studiengangsleiter Handel DHBW Heilbronn. ➤

Um Bio in die Breite zu bringen, ist es wichtig, auch die Potenziale und Herausforderungen der Außer-Haus-Verpfleger/Versorger als Bio-Großabnehmer in den Blick zu nehmen. Hier berichten Dinah Hoffmann, stellvertretende Projektleiterin Kantine Zukunft, Kurt Stümpfig, Head of Catering Services, FMCA Linde AG, und Denis Florschütz, Betriebsleiter bei apetito catering B.V. & Co. KG. i.Hs. Allianz Trade, über funktionierende Konzepte und Entwicklungsbedarf.

„Bio ist eine Antwort auf unsere planetaren Krisen, denn Bio steht für ein besonders widerstandsfähiges, ressourcenschonendes und umweltverträgliches Agrar- und Ernährungssystem. Deswegen halten wir am 30-Prozent-Ziel fest“, meint Dr.

Burkhard Schmied, Abteilungsleiter Landwirtschaftliche Erzeugung, Gartenbau, Agrarsozialpolitik, Steuern, Agrarstatistik beim Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. Er wird eine Key-Note zum Thema Voraussetzungen/Rahmenbedingungen für 30 Prozent Bio geben, gefolgt von einer Diskussion mit Liane Maxion, AÖL-Vorstand, Jürgen Mäder, Vorstand Edeka Südwest, sowie Hubert Heigl, Präsident Naturland e.V. Die Diskutierenden tauschen sich darüber aus, welche Rahmenbedingungen erforderlich sind, um 30 Prozent des Warenkorbs auf Bio umzustellen. Wie ist dies für die Landwirte umsetzbar? Was ist in Blick auf Inflation, steigende Kosten und Preise auch für die Verbraucher vertretbar?

Jan Plagge, Präsident Bioland e.V. und IFOAM Organics Europe, und Theresia Kübler, Landesvorständin Demeter Baden-Württemberg, werden abschließend die diskutierten Punkte der Tagung zusammenfassen und einen Ausblick geben.

Danach besteht die Möglichkeit, an einer Exkursion in die Region zum Thema ‚kurze regionale Wertschöpfungsketten – Beispiele für regionale Partnerschaften zwischen LEH und bäuerlichen Erzeugerstrukturen‘ oder am Bio-Frauen-Netzwerk treffen teilzunehmen.

Neben der Teilnahme an der gesamten Tagung ist es auch möglich, nur zum Netzwerktreffen auf Schloss Kirchberg zu kommen.

Während der zwei Tage stehen

diese Fragen im Mittelpunkt: Wie erreichen wir 30 Prozent Bio und mehr? Wie werden zukünftige Marktstrukturen gestaltet? Es geht um Strategien für koordiniertes Handeln aller Marktpartner hin zu 30 Prozent Bio und mehr, Maßnahmen zum Ankurbeln der Nachfrage, die Schaffung von institutionellen Märkten und um die Nutzung der Expertise der Anbauverbände.

Die Teilnehmer der Tagung erarbeiten gemeinsam zukunftsfähige Kommunikationskonzepte und bilden in den Pausen und beim Dinner wertvolle neue Partnerschaften. Den passenden gastronomischen Rahmen bildet die beliebte Bio-Verpflegung der Bäuerlichen Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall mit saisonalen und regionalen Köstlichkeiten.

V. Öko-Marketingtage

PROGRAMM

**Mittwoch,
12. Oktober 2022**

9:00 Uhr Anmeldung und Begrüßungskaffee
9.45 Uhr Begrüßung und Impulsreferat zur Tagung
Rudolf Bühler
Vorsitzender Stiftung Haus der Bauern

30 Prozent Bio: kein Luxus, sondern Notwendigkeit!

10.00 Uhr Impulsreferat
Mehr ökologisch-soziale Marktwirtschaften wagen
Dr. Alexander Beck
Geschäftsführender Vorstand Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL)

30 Prozent Bio?! Status quo: Märkte – Preise – Entwicklungen

10.20 Uhr Impulsreferat
Diana Schaack
Marktanalystin für den Ökolandbau Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI)

Nachgefragt: Beobachtungen zur Bio-Marktentwicklung

10.40 Uhr Gespräch
Leo Frühschütz
Journalistenbüro biotext
Annette C. Müller
Redakteurin Lebensmittelzeitung, Deutscher Fachverlag
Moderation:
Dr. Alexander Gerber
Vorstand Demeter e. V.
11.10 Uhr Kaffeepause/Networking

Jetzt erst recht: 30 Prozent Bio und mehr in Erzeugung und Verarbeitung

11.35 Uhr Impulsreferate
Johannes Ehrnsperger
Inhaber, Geschäftsleitung Neumarkter Lammsbräu, Gebr. Ehrnsperger KG
Tankred Kauf
Geschäftsführer Campo Verde GmbH
Johannes Huober
Geschäftsführer ErdmannHAUSER Getreideprodukte GmbH
Marion Hoffmann
Mitglied der Geschäftsleitung lehmann natur GmbH
Oliver Freidler
Geschäftsleitung / COO ALB-GOLD Teigwaren GmbH
Diskussion mit den Referierenden
Friedemann Vogt
Geschäftsführer Schrozberger Milchbauern

Moderation:

Prof. Dr. Carolyn Hutter
Studiengangsleiterin BWL-Food Management Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Heilbronn
13.00 Uhr Mittagspause/Networking

Nachfrage durch Angebot: 30 Prozent Bio und mehr in den Regalen

14.15 Uhr Impulsreferate
Bio! – Jetzt erst recht!
Thomas Gutberlet
Geschäftsführer tegut... gute Lebensmittel GmbH & Co. KG
Das Naturkind-Konzept für die Bio-Welt von Morgen – Strategie und Pilotprojekt?
Dr. Robert Poschacher
Geschäftsführer Naturkind Lebensmittelvertriebs-GmbH
Steffen Ueltzhöfer
Inhaber & Geschäftsführer

EDEKA Ueltzhöfer, Ueltzhöfer LEH HN-Sonthelm KG

Bio-Lebensmittel bei dm-drogerie markt – Status und Ausblick

Inga Haubold

Bereichsverantwortliche Nachhaltigkeit dm-drogerie markt GmbH + Co KG

Bio bei Kaufland

Artur Findling

Geschäftsführer Einkauf Bio-Lebensmittel Kaufland Dienstleistung GmbH & Co. KG

REWE Bio – Führung und Verantwortung übernehmen

Marcus Wewer

Leitung Strategische Qualitätssicherung Bio-Eigenmarken Rewe Group

Diskussion mit den Referierenden

Kathrin Jäckel

Geschäftsführerin Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V.

Josef Brunnbauer

Geschäftsführung Biokreis e. V.

Moderation:

Prof. Dr. Peter Breunig

Fakultät Landwirtschaft, Lebensmittel und Ernährung Hochschule Weihenstephan-Triesdorf

15.45 Uhr Pause/Wechsel in die Workshops

Wie knacken wir die 30 Prozent? – Worte, Taten, Wirkungen

Parallele Workshops

Workshop 1

Resilienz durch Mehrwertsicherungssysteme

Moderation:

Gabriela Fiebinger

Koordination Bio-Milch Süd, Bioland e. V.

Workshop 2

Mehrwert und Gemeinwohlleistungen von Bio kommunizieren – der Wert von Labeln und Kampagnen

Moderation:

Matthias Beuger

Politik und Ernährung AöL

Impuls:

Jörg Reuter

Geschäftsführer Artprojekt Nature & Nutrition

Marie Krähling

Du bist hier der Chef! Die Verbrauchermarkte

Philip Luthardt

Leitung Nachhaltigkeitsmanagement Bohlsener Mühle GmbH & Co. KG

Workshop 3

Wie können wir die Prozessqualitäten in Landwirtschaft und Lebensmittelhandel kommunizieren und deren Mehrwert herausstellen?

Moderation:

Prof. Dr. Wilhelm Pflanz

Dekan Fakultät Landwirtschaft, Lebensmittel und Ernährung Hochschule Weihenstephan-Triesdorf

Workshop 4

Original Eco – Abgrenzung zu Greenwashing in der Kommunikation

Moderation:

Sina Gütter

Kommunikation & Marketing bei der Druckerei Lokay e. K.

Workshop 5

Bei so viel Wachstum – wo bleibt die öko-soziale Agrarkultur?

Moderation:

Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald

Leiter Akademie Schloss Kirchberg

18.00 Uhr Pause/Networking

18.30 Uhr Impuls von außen

Eine andere Zukunft ist möglich. Megatrends als Hebel für enkelfähiges Wirtschaften.

Stephan Grabmeier

FutureDesigner – Planet Centric Design – TEDx Speaker – Autor

19.00 Uhr Pause/Networking

19.45 Uhr Bio-Konferenzdinner „Get together“

Donnerstag, 13. Oktober 2022

8.45 Uhr Präsentation der Workshop-Ergebnisse

Entwicklung von Preisen, Werten und Leistungen im Bio-Markt

9.15 Uhr Impulsreferate

Ist Bio zu teuer?

Prof. Dr. Katrin Zander

Fachgebietsleiterin Agrar- und Lebensmittelmarketing Universität Kassel

„Bio – Quo vadis?“ – Ergebnisse einer Expertenbefragung

Prof. Dr. Stephan Rüschen

Professor für Lebensmittelhandel/Food Retail & Studiengangsleiter Handel DHBW Heilbronn

Bezahlmodelle für Nachhaltigkeitsleistungen landwirtschaftlicher Betriebe

Christian Hiß

Geschäftsführer Regionalwert Leistungen GmbH

Was ist der Mehrwert von Digital Empathy für das Öko-Marketing?

Prof. Dr. Alexander Hahn

Professur für Emotion AI und User Experience Research, Fak. BW, TH Nürnberg

Moderation:

Prof. Dr. Jan Niessen

Studiengangsleitung „Management in der Ökobranche“ BA, TH Nürnberg, Standort Neumarkt OPf.

Potenziale und Herausforderungen der Außer-Haus-Verpfleger / Versorger als Bio-Großabnehmer

10.25 Uhr Impulsreferate

Dinah Hoffmann

Stellvertretende Projektleiterin Kantine Zukunft

Kurt Stümpfig

Head of Catering Services, FMCA Linde AG

Denis Florschütz

Apetitio AG/Catering bei Allianz in Hamburg

Moderation:

Johanna Böll

Regionalmanagerin Bio-Musterregion Heidenheim plus

11.05 Uhr Pause/Networking

Voraussetzungen/Rahmenbedingungen für 30 Prozent Bio

11.25 Uhr Key-Note

Dr. Burkhard Schmied

Abteilungsleiter „Landwirtschaftliche Erzeugung, Gartenbau, Agrarsozialpolitik, Steuern, Agrarstatistik“ BMEL

Diskussion mit:

Liane Maxion

Vorstand Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AöL)

Jürgen Mäder

Geschäftsführer EDEKA Handelsgesellschaft Südwest mbH

Hubert Heigl

Präsident Naturland e.V.

Moderation:

Daniela Siebert

13.00 Uhr Abschluss/Ausblick

Jan Plagge

Präsident Bioland e.V., Präsident IFOAM Organics Europe

Theresia Kübler

Landesvorständin Demeter Baden-Württemberg

13.30 Uhr Mittagessen

14.30 Uhr Exkursionen

(1) Bio-Frauen Netzwerktreffen

(2) Kurze regionale Wertschöpfungsketten – Beispiele für regionale Partnerschaften zwischen LEH und bäuerlichen Erzeugerstrukturen

18.30 Uhr Ende des Programms

Programmänderungen vorbehalten Stand: 26.09.2022

www.akademie-schloss-kirchberg.de/marketing



Geballte Frauenpower traf sich beim Podiumsgespräch ‚Die SDGs, Landwirtschaft und regenerative Agrarkultur – nicht ohne starke Frauen!‘: (v.l.n.r.) Christine von Weizsäcker, Präsidentin des europäischen Netzwerks Ecoropa; Janet Maro Wostry, Geschäftsführerin von ‚Sustainable Agriculture Tanzania‘ (SAT); Ana Digón, Koordinatorin der Vereinigung für regenerative Landwirtschaft in Spanien und Portugal; Vandana Shiva, Bio-Ikone und Gründungsmitglied des World Future Councils, und Moderatorin Josefine Herz, Bildungsreferentin an der Akademie Schloss Kirchberg

Nachhaltige Entwicklung mit Kooperation und Frauenpower

V. World Organic Forum versammelt internationale Bio-Gemeinschaft

Unter dem Motto ‚Localizing SDGs‘ trafen sich vom 27. bis 30. Juni 150 Teilnehmer in der Akademie Schloss Kirchberg, weiteres Publikum verfolgte die Konferenz via Livestream. Wie sich die Ziele zur nachhaltigen Entwicklung der Vereinten Nationen (SDGs) in die Praxis überführen lassen, wie sich die Abhängigkeit von Düngemitteln umgehen lässt und wieso Bio in der DNA der SDGs verankert ist, beleuchteten hochkarätige Referenten aus Ghana, Tansania, Indien, Spanien, Italien, Norwegen oder Deutschland.

„Wir müssen die Dinge auf den Boden bringen“, sagte Rudolf Bühler, Vorsitzender der Stiftung Haus der Bauern und Gastgeber des Forums, in der Begrüßung, „die Erde in bäuerlichen Gemeinschaften ökologisch bewirtschaften, statt sie industriell zu verwirtschaften“. Für dieses Ziel wurde vor vier Jahren von den Vereinten Nationen die Erklärung für die Rechte von Kleinbauern ver-

abschiedet. Seither hat sich das World Organic Forum als jährliches Treffen etabliert, mit dem die nachhaltigen Entwicklungsziele und der Ökolandbau weltweit vorangetrieben werden sollen. Im nächsten Schritt soll eine Online-Plattform etabliert werden, um das globale Netzwerk zu erleichtern und Kontakte zu knüpfen mit den Leuten vor Ort und ihrer Expertise.



Der Bio-Anbau gehört seit Jahrhunderten zum traditionellen Wissen der Landwirte in Ghana, erzählte Osagyefuo Nana Amoatia Ofori Panin Okyenhene, König der historisch gewachsenen Region Akyem Abuakwa in Ghana.

Zu einem internationalen Netzwerk der SDG-Regionen

Mit 29 Regionen sei Kirchberg bis dato im Gespräch, berichtete Akademie-Leiter Franz-Theo Gottwald. Bis die geplante Netzwerkplattform wirklich realisiert ist, rechnet er noch mit einer Dauer von fünf Jahren. Neben der Region Hohenlohe selbst sind andere Öko-Modellregionen in Deutschland dabei, daneben gibt es internationale Partner in Serbien, Rumänien, Portugal, Peru, Indien, Tansania oder Ghana. Die Akademie Schloss Kirchberg soll als Plattformbetreiber für die Moderation, Dokumentation und Auswertung der Lernprozesse bei der Umsetzung der SDGs verantwortlich sein.

Bio als der bessere Landbau

Seit dem Kriegsausbruch in der Ukraine am 24. Februar wird die Systemfrage wieder neu gestellt. Für die Referenten des Forums ist keine in-

tensivere Landwirtschaft, sondern mehr Ökolandbau die Lösung, um mehr Unabhängigkeit in der Lebensmittelversorgung zu erreichen: durch regionale Kreislaufwirtschaft, gesunde Böden und mehr Unabhängigkeit von Düngemitteln. Die höheren Preise für Stickstoffdünger könnte man über den Anbau von Leguminosen wie Kichererbsen oder Bohnen, durch die man Stickstoff auf natürliche Art und Weise im Boden bindet, vermeiden, erklärte Bühler. Die Bio-Landwirtschaft sei um den Faktor vier ressourceneffizienter als die konventionelle.

„Die artenreichsten Ökosysteme entstehen in der Kombination von Landwirtschaft und Umweltschutz“, betonte Jan Plagge, Präsident des internationalen Bio-Dachverbands IFOAM Organics Europe. Dafür sei es aber nötig, mit der entsprechenden Expertise in Landnutzung und Naturschutz über die Vorschriften der EU-Öko-Verordnung noch hinauszugehen.

Bio kommt in den freiwilligen Berichten der Länder zur Umsetzung der SDGs nicht vor, bemängelte Gabor Figeczky, Senior Policy Manager bei IFOAM International. Dabei trage es zur Bekämpfung des Welthungers bei (SDG 2), zur Versorgung mit sauberem (Trink-) Wasser (SDG 6), zum verantwortlichen Konsum und der verantwortlichen Produktion (SDG 12), zum Klimaschutz (SDG 13) und zur Bewahrung des Landlebens, der Biodiversität (SDG 15). „Bio hat die SDGs in seiner DNA“, fasste Figeczky zusammen.

Wirtschaftswachstum bringt Klimaschäden

Einen Exkurs, der eindringlich verdeutlichte, weshalb die baldige Agrarwende essentiell ist, unternahm Club of Rome-Ehrenpräsident Ernst Ulrich von Weizsäcker. „1,3 Milliarden Menschen leben direkt an der Meeresküste“, schilderte er. Mit 200 Millionen zu erwartenden Flüchtlingen sei der

Anstieg des Meeresspiegels die größte Katastrophe in Folge des Klimawandels. Über die Korrelation von CO₂-Emissionen und dem Bruttoinlandsprodukt pro Kopf zeigte Weizsäcker, dass das Wirtschaftswachstum von Klimaschäden entkoppelt werden muss. Die Lösung liegt für ihn in einer Revolution der Effizienz und im Ausbau der Sonnenenergie. Wurden die Energiepreise in den letzten 40 Jahren billiger und billiger, so sei die Industrie jetzt angesichts der Verteuerung aufgrund des Ukrainekriegs gezwungen, sich nach effizienten Möglichkeiten der Energiegewinnung umzusehen.

Stärkung der Erzeuger vor Ort

„Wir haben mit unserer Kultur die Welt zerstört“, sagte König Osagyefuo Amoatia Ofori Panin aus Ghana. „Wir können sie retten, indem wir unsere Kultur ändern. Dazu müssen wir anerkennen, dass wir ein Teil der Natur sind.“ Die Grundlagen des Bio-An- ➤

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



baus gehörten seit Jahrhunderten zum traditionellen Wissen der Landwirte in Ghana. Für 60 bis 80 Prozent der landwirtschaftlichen Produktion seien Frauen verantwortlich – jedoch nicht als Eigentümer, sondern vielfach als ausgebeutete Arbeitskräfte. Bio sei elementar dafür, sie zu stärken.

Was zur Unterstützung der Erzeuger weltweit bereits in der Praxis geschieht, war Thema eines Podiums mit verschiedenen international tätigen Bio-Anbauverbänden. „Wenn man eine Frau ausbildet, bildet man eine ganze Gemeinschaft aus“, sagte Janet Maro Wostry, Geschäftsführerin von ‚Sustainable Agriculture Tanzania‘ (SAT) und Gewinnerin des Rapunzel One World Awards 2021. Mit ihrer Hilfe konnte mittlerweile ein Master in Agrarökologie etabliert werden, der von der tansanischen Regierung genehmigt wurde. Über 1.000 Leute werden jährlich im ‚Farmer Training Center‘ ausgebildet. Insgesamt arbeitet SAT mit über 27.000 Landwirten aus 150 Dörfern zusammen, die sie entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Produktion bis Vermarktung unterstützt. Nach einer externen Evaluation von 2017 konnten dadurch 97 Prozent ihre Situation verbessern.

Vom Engagement der ‚Naturland Academy‘, die bereits in 60 Ländern aktiv ist, erzählte Geschäftsführer Steffen Reese. „Wir müssen weltweit Bio-Inseln aufbauen, die dann zu-

sammenwachsen“, so der Naturland-Chef. Das gelingt am besten über Bottom-up-Ansätze und den Fokus auf die spezifischen Kontexte vor Ort, erklärte Felix Hübner von Demeter International. „Wir sollten nicht versuchen, Standards top-down zu etablieren, sondern mit den Erzeugern zusammenarbeiten.“

Boden verbessern statt verdüngen

Geballte Frauenpower traf sich bei einem Podium zu den SDGs und regenerativer Landwirtschaft. „Localizing SDGs bedeutet, zurück zu den Wurzeln von Bio zu kommen“, meinte die indische Physikerin und Ikone der Agrarwende Vandana Shiva. „Monokulturen sind ein System, das Armut erzeugt.“ Durch Chemie in der Landwirtschaft würden 70 bis 90 Prozent der Nährstoffe im Boden zerstört. Patente auf Saatgut führten die Farmer in Verschuldung und Selbstmord. Mit einem Verlust an Sortenvielfalt gehe auch der Verlust von gutem Essen einher. „Wir sollten den Nährwert und die Qualität von Lebensmitteln messen, anstatt die Quantität“, betont Shiva. Wie verwirtschafteter Boden wieder fruchtbar gemacht werden kann, zeigte Ana Digón, Koordinatorin der Vereinigung für regenerative Landwirtschaft in Spanien und Portugal. Viele Gebiete auf der iberischen Halbinsel seien von Wüstenbildung bedroht. Essentiell,

um dem entgegenzuwirken, seien die richtig geplante Weidhaltungstechnik und intelligentes Wassermanagement nach dem ‚Keyline Design‘ (Schlüssellinienkultur).

„Warum verbessern wir nicht den Boden?“, fragte Janet Maro, angesichts von steigenden Düngerpreisen und Diskussionen über subventionierte Dünger für afrikanische Länder. Das Konzept von mehr und mehr Dünger funktioniere nicht. Stattdessen brauche es mehr Kompost und mehr Leguminosen für eine wirklich nachhaltige Entwicklung. „Kompostieren ist Regeneration“, stimmte Vandana Shiva zu. „Machen wir uns die SDGs zu eigen und verwandeln sie in guten lebendigen Boden!“

Entwicklung statt Wachstum

Einen kritischen Blick auf die SDGs bot Christine von Weizsäcker, Biologin und Präsidentin des europäischen Netzwerks Ecoropa. Sie seien ein unfertiges Unterfangen und ein Kompromiss. Durch ihren Ursprung in vielen verschiedenen Sektoren und ihre Verteilung auf verschiedene Ministerien gebe es Widersprüche zwischen den einzelnen Zielen, die nicht miteinander abgestimmt wurden. „Die Harmonisierung bleibt unsere Aufgabe“, schlussfolgerte sie. „Wir müssen die Verbindung zwischen den verschiedenen Problemen sehen und brauchen einen transdisziplinären Ansatz“, meinte auch Ove D. Jakobsen, Professor für Ökologische Ökonomie an der Universität Nordland in Norwegen. Nachhaltiges Wirtschaftswachstum habe keine konkrete Definition in den SDGs. Sie lieferten zwar eine gute Beschreibung der zu lösenden Probleme, aber keine Anleitung dafür, wie wir zur Lösung

kommen. Sein Vorschlag ist, das Wachstumsziel mit dem Ziel einer guten Gesellschaft zu ersetzen. Statt Wachstum gebe es dann Entwicklung, statt Wettbewerb Zusammenarbeit und anstelle von beobachtenden Konsumenten teilnehmende Bürger, die sich verantwortlich gegenüber Gesellschaft und Natur verhalten. „Wir brauchen einen viel tieferen Systemwandel, als wir ihn bisher angestoßen haben“, so Jakobsen.

Ein Beispiel für kooperatives Netzwerken mitsamt dem Ausbau von lokalen Lebensmittelmärkten sind die Bio-Bezirke, die von Salvatore Basile und Jostein Hertwig vorgestellt wurden. Nach Vorbild des ersten und größten europäischen Bio-Bezirks Cilento (Italien) gibt es mittlerweile 66 Bio-Bezirke in Europa – weltweit sind es 1.300 auf fünf Kontinenten. Als Kompetenzzentren sollen sie wichtige Vorbilder für andere Regionen werden, gemeinsamer Rahmen ist der Bottom-up-Ansatz und die Beteiligung der gesamten Gemeinschaft.

„Wir haben Impulse aus ganz verschiedenen lokalen Kontexten erlebt: starke Frauen mit der Vielfalt ihrer persönlichen Hintergründe, bäuerliche Erfolgsmodelle aus der ganzen Welt, die Möglichkeiten von Nichtregierungsorganisationen und – auf Regierungsebene – den politischen Einsatz des Königs Osagyefuo aus Ghana“, fasste Organisator Frederik Schulze-Hamann den Mehrwert des V. World Organic Forums zusammen. Abschließend dankte er dem Verbundpartner IFOAM - Organics International, der auf dem Forum sein 50-jähriges Jubiläum gefeiert und den Kongress auch konzeptuell unterstützt hat.

Lena Renner



Wacholder, Grüner Pfeffer, Rosmarin oder Muskatnuss? Ganz, gemahlen oder gemischt? In Bio-Qualität? Mit **über 5.800 rein pflanzlichen Rohstoffen** sowie modernsten Technologien der **Verarbeitung** bietet Galke ein umfangreiches Sortiment. Zum Beispiel für **Großverbraucher von Gewürzen und Mischungen**. Einfach und jederzeit online bestellen.*

Bio holt die Zuckerbäckerei heim

Was tut sich auf dem Bio-Backzutatenmarkt?



Biovegan

Bitte gesund: also möglichst wenig süß und am liebsten zuckerfrei! War das Bio der Reformhäuser einst zu sehr von Askese statt Genuss geprägt, um auch Tortenguss, Schokokuvertüre und bunte Zuckerstreusel zu vermarkten, hat sich die süße Bäckerei mittlerweile längst auch in Bio-Küchen etabliert. Konventionelle Neueinsteiger und echte Bio-Urgesteine sorgen für eine große Produktvielfalt am Markt. Wer mischt mit und was wird geboten?

Eine noch brandneue Marke finden Bio-Süßgebäck-Liebhaber bei agava von Sonnentracht. Erst seit Oktober 2021 stehen ihre Backzutaten-Produkte in den Regalen von Bio-Fachhandelsgeschäften. „Wir haben die Coronazeit genutzt, um neue Wege zu gehen“, erzählt die Sonnentracht-Chefin Karin Lang.

Ihr Vater ist Gründer der bekannten Bio-Marke Allos aus Bremen, sie selbst stieg 2001 als Produktentwicklerin in den Betrieb ein. 2012 hat sie sich mit ihrem Mann Gerrit Lang selbstständig gemacht und die Sonnentracht GmbH aufgebaut. Neben vielerlei Honig aus der eigenen Imkerei gab es im Sortiment bald andere Süßungsmittel, ob Kokosblütensirup, Reissirup oder Apfel-Dicksaft. „Von Agave bis Zucker gibt es bei uns alles“, so Lang. Auch eine Private Label-Option wird angeboten.

Dass das Thema Zucker von der Bio-Branche lange so stiefmütterlich behandelt wurde, kann die Unternehmerin nicht nachvollziehen. Ein Löffel Honig morgens im Müsli liefere wertvolle Energie zum Wachwerden und bringe den Hirnstoffwechsel in Gang. Verantwortlich am schlechten Image sei die Industrie, die es mit dem Zuckern übertrieben hat. „Wir müssen wieder zu einem normalen Umgang mit Süßungsmitteln zurückfinden“, meint Lang.

agava: moderne Marke liefert Vielfalt

Mit dem neuen Backzutatenassortiment ist für die studierte Bäckereitechnologin nun ein Herzenswunsch in Erfüllung gegangen. Der Zeitpunkt dafür war günstig: Während der Pandemie hätten die Ver-



braucher das Selberbacken wieder mehr schätzen gelernt – auch als Möglichkeit zum Runterfahren und Entspannen. Außerdem seien sie kreativer geworden und offen für Neues.

Im Produkt-Portfolio von agava finden sie jetzt Mandelkrokant, Mangoflocken, Kakaonibs oder Bio-Lebensmittelfarben, geriebene Zitronenschale, Orangeat und pflanzlichen Ei-Ersatz, Zimtextrakt, Tortenguss und Sahnesteif. Über 40 verschiedene Produkte kommen für den süßen Backzutaten-Markt zusammen. In der nächsten Saison soll die Auswahl um Kuchenglasuren erweitert werden, außerdem soll die Dekomittel-Range mit originellen Alternativen weiter wachsen: etwa tropischen Früchten mit Dekoeigenschaft. Bis auf einige Ausnahmen werden alle Produkte von der Firma selbst entwickelt und auch vor Ort hergestellt und verpackt.

Fürs Erste bleibt die neue Marke dem Fachhandel vorbehalten, für mehr sei das Budget aktuell noch nicht ausreichend. Zunächst wolle man sich darauf konzentrieren, die Verbraucher weiter für agava zu begeistern – mit Hilfe von Online-Marketing, Gewinnspiel-Aktionen, Sampling und Displays. Zu einer Öffnung für den LEH sage man nicht komplett nein, wolle aber erst einmal abwarten, was kommt. „Es wird sich viel

tun in der nächsten Zeit – ich bin gespannt!“, blickt Lang optimistisch in die Zukunft.

Lecker's: Urgestein für Backpulver

Ein wahres Urgestein des Backzutatenmarkts verbirgt sich hinter der Lecker's Bio Manufaktur GmbH aus dem rheinhessischen Wörrstadt. Bereits 1935 stellte die Familie Lecker im bayrischen Furth im Wald unter ihrem Namen Backpulver – und anfangs auch Gewürze – her. Im Jahre 1997 verkaufte der damalige Firmeninhaber Konrad Lecker mangels Nachfolge den Betrieb an die Wörrstädter BioThek, Tochter der UD Chemie. Am bekanntesten und der Verkaufsschlager des Unternehmens bleibt das Reinweinstein Backpulver. Dazu kommt inzwischen ein Sortiment von rund 20 Produkten, das Vanillezucker, Geliermittel, Sahnestark, Tortenguss, Orangen- und Zitronenschale, Lebkuchengewürz, Schoko-Kuvertüren, Mandarinen- und Pfefferminzöl umfasst. Eine Neuheit aus diesem Jahr ist der Vanillezucker mit deutschem Bioland-Rübenzucker, der kurze Transportwege und einen geringeren Umwelfußabdruck als Rohrohrzucker aus Südamerika garantiert. Über Bio-Großhändler gelangen die Produkte in den Naturkostfachhandel in ganz Deutschland. Mittlerweile wer- ➤



NEU

LIEBE IST ... EIN DICKER HIBIS-KUSS!

♥ 100% bio und vegan

♥ Unsere Ruby-Alternative: natürlich-rosa durch Hibiskus

♥ süß als kleines Geschenk

Sag "Alles Liebe" mit unserer lieblich-rosa Lovechoc mit knackigen rohen Kakaonibs und frisch-fruchtigem Hibiskus.

WWW.LOVECHOCK.COM

den sie etwa auch in Australien, Jordanien oder Polen vertrieben. Wachsende Märkte seien Italien und Osteuropa.

Biovegan: Backzutaten im Aufwind

Auch die Biovegan GmbH kann bereits auf eine lange Geschichte zurückblicken: 1986 wurde sie von Käthe und Claus Henneke im rheinland-pfälzischen Ransbach-Baumbach gegründet. Nach dem Tod des Vaters im Jahr 2003 übernahm die Tochter und studierte Betriebswirtin Nicol Gärtner den Betrieb und baute mit ihrem Mann Matthias A. Gärtner im ökologischen Gewerbepark in Bonefeld ein Verwaltungs-, Lager- und Produktionsgebäude aus Holz, das im Jahr 2015 mit dem Umweltpreis des Landes Rheinland-Pfalz ausgezeichnet wurde.

Fast 50 Artikel in den Kategorien Backdekoration und Backzutaten umfasst das Sortiment des Produzenten heute. Auf konventionelle Einkäufe muss bei dieser Auswahl nicht mehr zurückgegriffen werden. Bunte Zuckerstreusel im Glas, backfeste Puddingcreme, Sahnesteif, Gelierzucker und natürliche Lebensmittelfarbstoffe gibt es alle in Bio-Qualität. Wie der Name ver-



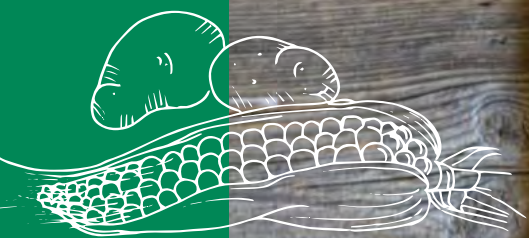
spricht, sind alle Produkte vegan und es finden sich auch Ei- und Eiweiß-Ersatz sowie etwa pflanzliche Geliermittel aus Agar Agar im Portfolio. Jährlich entwickelt das Unternehmen nach eigenen Angaben bis zu zehn Neuprodukte.

Engagement mit Auszeichnung

2020 wurde die Biovegan GmbH von der Oskar-Patzelt-Stiftung (unter dem Motto „Meilensteine setzen“) mit dem



BIO-Stärke auf höchstem Niveau – „Made in Austria“



www.agrana.com



AGRANA, Vorreiter in der nachhaltigen Produktion von Bio-Stärkeprodukten, fokussiert sich auf die Weiterentwicklung des Sortiments auf Basis von Kartoffel, Mais und Weizen und nutzt dazu modernste Technologien gepaart mit umweltschonenden Methoden.



„Großen Preis des Mittelstandes“ für ihre Innovationen und ihr besonderes ökologisches und soziales Engagement ausgezeichnet. Im selben Jahr hat sie das Onlineportal Statista in Kooperation mit dem Wirtschaftsmagazin Capital in der Kategorie „Lebensmittel & Kosmetik“ zu einem von Deutschlands innovativsten Unternehmen gekürt.

Parallel dazu wurden 100 Prozent der Anteile Biovegans von der Stuttgarter Beteiligungsgesellschaft Finexx übernommen, die den strategischen Aufbau des Backzutaten-Herstellers weiter vorantreiben soll. Als neuer Geschäftsführer wurde Marc Oliver Dittrich eingesetzt. Ein Herzensprojekt der Firma ist die Kooperative „VanillAMI“, die den nachhaltigen Anbau von Bourbon-Vanille auf Madagaskar garantiert. Rund 500 kleinbäuerliche Familien erhalten durch die direkte Abnahmegarantie Biovegans ein faires und gesichertes Einkommen. Seit

2020 ist die Bio-Bourbon-Vanille zudem als erste und bisher einzige mit dem Siegel der Rainforest Alliance zertifiziert. Im Zuge seines Nachhaltigkeitsengagements verfolgt der Betrieb das Ziel, komplett plastikfrei zu werden. Dafür werden bereits für einige Produkte kompostierbare Verpackungen verwendet, die innerhalb von sechs bis zwölf Monaten verrotten. Paletten-Hauben und Versandtaschen, die früher aus Kunststoff bestanden, wurden durch nachhaltigere Alternativen aus Pappe oder Papier ersetzt. War Biovegan früher dem Fachhandel vorbehalten, werden heute auch alle namhaften Drogerieketten und der klassische Lebensmitteleinzelhandel beliefert.

Konventionelle erweitern die Auswahl

Dass der Bio-Backzutatenmarkt floriert, zeigt sich auch im Einstieg der konventionellen Branche. Der bekannte niedersächsische Hersteller Ruf hat die Nachfrage erkannt und sein Sortiment um eine Bio-Range erweitert, die inzwischen in puncto Vielfalt an das Angebot der traditionellen Bios heranreicht. Es gibt Kakaonibs, Dekor und Schokostreusel, Mohnfüllung, Orangen- und Zitronenschale, Agartine und Speisestärke, Hefe und Backpul-

ver, Vanilleschoten und veganen Ei-Ersatz, dazu Besonderheiten wie Agavenzucker mit Ingwer und Kokosblütenzucker mit Tonka. Insgesamt sind 25 Bio-Zutaten auf der Homepage gelistet, ein gebündeltes Bio-Sortiment wurde bislang noch nicht zusammengestellt.

Ob andere konventionelle Hersteller mitziehen werden, bleibt abzuwarten. Beim Konkurrenten Pickerd sind als erste Bio-Entwicklungen bisher nur Fruchtpasten zu finden, die zum Verfeinern von Kuchen, Desserts und Eis verwendet werden können. Die neue Bio Bourbon Vanille-Mühle wurde von der Lebensmittelpraxis in der Kategorie Gewürze zum „Produkt des Jahres 2022“ gekürt.

Beim Marktführer Dr. Oetker wurde bereits 2007 ein erstes Bio-Sortiment gestartet, das mittlerweile jedoch wieder eingeschlafen ist. Bis auf „Streusel-Spass“ in Bio-Qualität müssen nachhaltigkeitsbewusste Kunden sich bei anderen Marken und Herstellern bedienen.

Lena Renner



Online-Seminar:

Kriegen wir noch was raus?

Wie groß die Auswirkungen des Ukraine-Krieges genau sind und welche Lösungsmöglichkeiten es gibt, zeigte vor der Biofach ein gemeinsames Online-Seminar der Gesellschaft für Ressourcenschutz (GfRS), des Forschungsinstituts für Biologischen Landbau (FiBL) im Rahmen des vom Schweizer Staatssekretariat für Wirtschaft SECO finanzierten Programms OT4D und des Büros Lebensmittelkunde und Qualität GmbH (BLQ) am 19. Juli 2022.



Ukraine Arnika Organic

Die drei referierenden Fachleute aus der ukrainischen Agrarwirtschaft gaben sehr konkrete und praxisnahe Einschätzungen zur aktuellen Situation und den Entwicklungsszenarien. Alle gehen von einer weiteren Verschärfung der Situation aus, je länger der Krieg andauert. BLQ, FiBL und GfRS planen daher im Winter 2022/23 ein Update zur Lage in der Ukraine.

Große Herausforderungen: Bio-Qualitätssicherung und Logistik

Wie kaum anders zu erwarten, verursacht die Kriegssituation zusätzliche Herausforderungen bei der Qualitätssicherung und Zertifizierung von Bioprodukten. Unterstützend wirke, dass die EU die Zertifizierung von Bioprodukten aus der Ukraine vorübergehend vereinfacht hat, ohne dass damit bisher ein wesentlicher Qualitätsverlust der Kontrollen verbunden war, so Sergiy Galashevskyy, Geschäftsführer der größten ukrainischen Zertifizierungsstelle „Organic

Standard‘. In den Gebieten der Ukraine, die durch Kriegshandlungen unmittelbar betroffen sind, können nur unter großen Schwierigkeiten Vor-Ort-Kontrollen durchgeführt werden.



Ukraine Arnika Organic

Anastasiia Bilych zeigte die Praxis des Großunternehmens Arnika Organic bei der logistischen Unterstützung und über verschiedene Logistikwege. LKWs seien derzeit genauso rar wie das Fachpersonal. Die Auslieferung über den Schienengüterverkehr sei grundsätzlich eine interessante Ergänzung zum Seeweg, die Bahnwaggons sind in der Ukraine derzeit jedoch sehr knapp geworden. „Je nach Lieferziel haben sich die Logistikkosten für Arnika mehr als verdoppelt. Importeure können unterstützend wirken, wenn sie eigene Waggons oder LKWs an die Grenze zur Ukraine schicken!“

Bilych berichtete, dass Waren von Arnika, die in Kherson gelagert wurden, von den russischen Besatzern blockiert wurden und deren Verbleib völlig ungewiss ist. Sie appelliert deshalb, dass Importeure von Bioware aus Osteuropa besonders genau auf die Lieferscheine und Herkünfte bis zurück zum Feld schauen sollen, damit gestohlene Bioprodukte aus der Ukraine keinen Markt finden.



Ukraine Arnika Organic

Sichere Seewege und Investitionen in die Versorgungssicherheit

„Ohne die Wiederöffnung und den Wiederaufbau der Seehäfen funktioniert der Export nicht!“, stellte Dr. Alexander Lissitsa, Präsident des wichtigsten Vereins der Ukrainischen Agrarindustrie, des ‚Ukrainian Agribusiness Club‘ (UCAB), in seinen Ausführungen klar und unterlegte diese mit eindrücklichen Zahlen: „Vor dem russischen Angriffskrieg seit Februar 2022 und der Blockade oder Zerstörung fast aller Hafenanlagen konnten jährlich rund 140 Millionen Tonnen Agrarprodukte über die ukrainischen Häfen umgeschlagen werden. Aktuell sind es nur noch 25 Millionen Tonnen, die über nur noch einen offenen Hafen, über LKW und über die Bahn exportiert werden müssen.“

Diese Situation werde dazu führen, dass die Betriebe die Restmengen aus der Ernte 2021 nicht vermarkten können und zusätzlich noch die Ernte 2022 eingelagert werden müsste. Lagermöglichkeiten stehen den meisten Betrieben jedoch kaum zur Verfügung. Die Probleme seien der EU bekannt, eine Lösung und finanzielle Unterstützung aber noch nicht in Sicht. „Erst 2023 werden wir die wirklichen Konsequenzen erfahren“, warnte Lissitsa mit Blick auf die Auswirkungen des russischen Angriffskriegs auf die ukrainische Produktion, Logistik und damit die Exportkapazitäten sowohl in Bio- wie konventioneller Qualität. Die Erntemengen bei Mais, Sojabohnen, Sonnenblumen und Weizen, den wichtigsten landwirtschaftlichen Exportprodukten der Ukraine, werden nach Schätzung von Lissitsa 2022 zwischen 20 bis 40 Prozent niedriger liegen. „Dank Liquiditätsreserven aufgrund der außerordentlich guten Ernte 2021 schaffen es die meisten landwirtschaftlichen Betriebe derzeit noch, operativ bleiben zu können.“

Peter Jossi



Ukraine Arnika Organic



Ukraine Arnika Organic

Das Gute liegt so nah!



AUS DER LÜNEBURGER HEIDE

- ★ Aus frischen BIO-Kartoffeln
- ★ Vorgebacken in hochwertigem Bio-Rapsöl





Balz Strasser (Bio Suisse, links) und Steffen Reese (Naturland) bekräftigen die Zusammenarbeit der beiden Verbände.

Bio Suisse und Naturland — Kooperation mit Zukunft

Die Bio Suisse-Anforderungen dienen seit Jahrzehnten als Referenzstandard für die Vermarktung, auch ohne Auszeichnung mit dem Knospe-Label. Die vertiefte Kooperation mit Naturland stärkt die anspruchsvollen Import-Anerkennungsverfahren.

In der Schweizer Biovermarktung ist das Knospe-Label keineswegs omnipräsent. Im klassischen Biofachhandel und im Sortiment des wichtigsten Großhandels-Unternehmen Bio Partner ist eine große Vielfalt an Bio-Qualitäten verschiedenster Standards erhältlich. Seit Jahren bieten nahezu alle Detailhandelskanäle (LEH) von der Warenhaus-Kette Manor bis zu den auch in der Schweiz verankerten Lidl- und Aldi-Ketten umfassende Bio-Sortimente an. In den genannten Formaten erfolgt die Bio-Vermarktung

mit eigenständigen Bio-Auszeichnungen. Als Beschaffungs- und Orientierungsstandard bilden die Bio Suisse-Richtlinien jedoch auch hier eine wichtige Grundlage.

Langjährige Kooperation vertiefen

Mit der so genannten ‚Direktanerkennung‘ erleichtert Bio Suisse seit vielen Jahren Bioimporte mit Zertifizierungen gemäß Biostandards wie Naturland, Bioland und einigen weiteren Traditions-

Labels namentlich aus Deutschland und Österreich. Für entsprechende Importprodukte gelten vereinfachte Abläufe im teilweise sehr aufwändigen Importprüfverfahren durch die Bio Suisse-Administration.

Anfang Oktober 2021 kündigten die beiden Organisationen nun eine strategische Verstärkung der Zusammenarbeit an, die mit der Zielsetzung ‚gemeinsam für einen starken internationalen Biolandbau‘ weit darüber hinausgeht. Im Mittelpunkt der Kooperation stehen mit den Themen nachhaltiges Wassermanagement und soziale Verantwortung zwei zentrale Aspekte eines umfassenden Verständnisses von Nachhaltigkeit, die über die gesetzlichen Regelungen zum Biolandbau hinausgehen. Naturland und Bio Suisse sind Inhaber und Garanten von hochwertigen Bio-Standards (Naturland/Naturland Fair und Knospe), die weit über die Gesetzgebung zur ökologischen Produktion hinausgehen und beispielsweise auch in den Bereichen Biodiversität und Tierwohl zu den Vorreitern gehören. Naturland und Bio Suisse arbeiten international mit mehreren tausend Produzenten zusammen und fördern auf diesem Weg den Biolandbau weit über die eigenen Landesgrenzen hinaus.

Sozial Verantwortung sicherstellen

Bei der sozialen Verantwortung leistet Naturland seit bald 20 Jahren Pionierarbeit, indem der Verband auch die Arbeitsbedingungen aller Mitarbeiter auf den zertifizierten Betrieben nach eigenen Richtlinien kontrolliert. Im Rahmen der Kooperation wird Bio Suisse in dieses von Naturland entwickelte Kontrollsystem einsteigen und damit die eigenen Kontrollmechanismen substanziell verbessern. Die beiden Verbände planen darüber hinaus eine gemeinsame, eng koordinierte Weiterentwicklung der Aktivitäten und Richtlinien.

Da Naturland über ausgeprägte Kenntnisse in der Verbindung von Bio- und Fairtrade-Qualität einerseits und viel Know How in Fragen der Bio-Aquakultur verfügt, birgt die vertiefte Kooperation zumindest das Potential für konkrete Fortschritte und Synergien in diesen Bereichen.

Kommentar

Bio-Importe: Bio Suisse regelt den Marktzugang

Die Stärkung des Bio Suisse-Standards bleibt trotz der für die Schweiz marktbestimmenden im globalen Vergleich letztlich dennoch bescheidenen Einkaufsmacht des traditionellen Partners Coop und dem verstärkten Engagement Migros eine große Herausforderung. Bereits jetzt zeigt sich: Die Beschaffung von Knospe-Qualität wird für kleinere Akteure der Biovermarktung nun noch anspruchsvoller.

Mit der Direktanerkennung erleichtert Bio Suisse seit vielen Jahren den Import von Biostandards wie Naturland, Bioland und einigen weiteren Traditions-Labels aus Deutschland und Österreich. Die positiven Auswirkungen auf die Vereinfachung der Anerkennungsverfahren blieben bisher jedoch beschränkt. Zu hoffen ist, dass die vertiefte Kooperation mit Naturland konkrete Fortschritte schafft, sowohl mit Blick auf die verfügbaren

Sortimente und Mengen als auch die Entwicklung zukunftsfähiger sozial-ökologischer Wertschöpfungs-Kooperationen.

Eine wenig beachtete Tatsache bleibt jedoch bestehen: Bio Suisse behält die Zügel in der Hand und regelt den Zugang zum vom Knospe-Standard bestimmten Schweizer Biomarkt. Als wichtigstes Instrument dient dabei die 100%-Tochtergesellschaft ‚International Certification Bio Suisse AG‘ (ICB AG). Zwar musste der Schweizer Biobauernverband die Biozertifizierung auf der Ebene der Bio-Grundanforderungen (CH-Bio/ EU-Bio) aus akkreditierungsrechtlichen Gründen bereits vor vielen Jahren an eigenständige Zertifizierungsstellen wie bio.inspecta auslagern. Die privatrechtliche Bio Suisse-Anerkennung der Importe erfolgt jedoch nach wie vor unter voller Bio Suisse-Kontrolle.

Migros besiegelt Partnerschaft mit Bio Suisse

Die Partnerschaft von Migros mit Bio Suisse wurde am 11. Mai 2022 mit der Vertragsunterzeichnung der beiden Parteien bestätigt. Damit bekennt sich die Migros zu stärkeren Bio-Richtlinien nicht nur auf rohen Lebensmitteln, sondern auch für verarbeitete und importierte Migros Bio-Produkte. Bereits im Sommer 2022 wurde über die geplante Partnerschaft mit Bio Suisse berichtet. Nun ist die Tinte getrocknet und die Zusammenarbeit bestätigt. Im passenden Setting auf dem Hof Bleichenberg des Bio Suisse-Landwirtes Urs Zuber in Zuchwil SO fand die Vertragsunterzeichnung von Migros mit Bio Suisse statt.

Dieser Schritt verstärkt die bereits bestehende Zusammenarbeit von Bio Suisse und Migros und ist insofern eine gemeinsame Weiterentwicklung des Biolandbaus. Ab Herbst dieses Jahres wird die ‚Knospe‘ von Bio Suisse auch auf den Produkten von Migros Bio abgebildet sein. „Dass Migros bei Bio auf die Knospe setzt, wird dem Biolandbau

in der Schweiz einen Schub geben und die Sichtbarkeit der Knospe deutlich steigern. Die Konsumentinnen und Konsumenten erhalten bei Knospe-Produkten hohe Verlässlichkeit, Transparenz und Rückverfolgbarkeit“, so Urs Brändli, Präsident von Bio Suisse. „Wir freuen uns, mit einem kompetenten Partner an unserer Seite die bereits sehr gute Zusammenarbeit weiter zu intensivieren und so nachhaltig die Schweizer Biolandwirtschaft mitzugestalten“, sagt Matthias Wunderlin, Leiter Department Marketing im Migros-Genossenschafts-Bund.

2023 – 30 Jahre Coop Naturaplan

Angesichts der Schlagzeilen zur Bio Suisse-Migros-Kooperation gilt es eines nicht zu vergessen: Für die Coop-Einkaufsverantwortlichen ist die enge Zusammenarbeit mit der Bio Suisse über die Beschaffung aus der Schweiz hinaus auch beim Import seit bald drei Jahrzehnten eine gut eingespielte Selbstverständlichkeit.

Peter Jossi

Schnitzer

gluten-free



NEU

WIE FRISCH GEBACKEN

- Glutenfrei, auch ohne glutenfreie Weizenstärke
- Laktosefrei
- Palmölfrei



WAFFLES



PANCAKES

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



Vorbild Schweiz in der Orientierungskrise

Die starken eidgenössischen Mitbestimmungsrechte werden in Deutschland oft als vorbildlich-wünschenswert dargestellt. Aus der Nähe besehen sieht der bunte Schweizer Polit-Blumenstrauß nicht immer so hübsch aus wie aus sicherer Distanz.

„Reform oder Revolution?“ – so der Tagungstitel des ‚Schweizer Agrarpolitik Forums‘ Anfang September 2022. Die Fragestellung der Tagung zeigte auf ernüchternde Art auf, wie orientierungslos sich die Agrar- und Ernährungspolitik derzeit darstellt: „Wo kommen wir her, wo wollen wir hin? Welche Agrarpolitik braucht es in Zukunft, um die ökonomischen, ökologischen und sozialen Herausforderungen der Landwirtschaft ganzheitlich anzugehen?“

Blick in die Vergangenheit...

Bezeichnenderweise stand zu Beginn des Forums der Blick rund 30 Jahre in die Vergangenheit: ‚Rückblick auf die Agrarreform der 1990er-Jahre und Situation heute‘ lautete der bescheidene Titel des Referats von Hansjörg Walter. Dass die Meinung des längst pensionierten ehemaligen Präsidenten des Schweizer Bauernverbands derzeit in Fachkreisen wieder gefragt ist, hat gute Gründe. Als langjähriger Nationalrat (Parlamentsskammer

analog Bundestag) prägte er die Schweizer Landwirtschaftspolitik wesentlich mit. Ein Highlight bildete der Abstimmungserfolg der ‚Gentechnikfrei-Initiative‘, die 2004 auch dank Unterstützung des Bauernverbands nicht nur ein ‚Volksmehr‘ (Mehrheit aller Stimmen) erreichte, sondern sogar historisch einzigartig von allen Kantonen angenommen wurde. Bis heute bildet dieser Erfolg die Grundlage für den noch immer verbotenen Gentechnik-Anbau in der Schweiz.

Der Rückblick zeigt: Wirksam ist das Schweizer System dann, wenn ein politischer Minimalkonsens bezüglich der politischen Zielsetzungen besteht. Mitte der 1990er Jahre hatte eine Reihe von Volksabstimmungen die langfristigen Zielsetzungen geklärt. Staatliche Zahlungen an Landwirtschaft und Tierhaltung wurden an die Erfüllung gemeinnütziger sozial-ökologischer Leistungen geknüpft. Dieser klare und langfristig ausgerichtete Zielauftrag löste eine Bio-Umstellwelle aus, führte jedoch auch zu einem Wachstum anderer Label-Programme wie ‚IP Suisse‘, eine auf der ‚integrierten Produktion‘ basierende Methode, die aber mittlerweile viele Elemente und Anreizsysteme aus der Biolandwirtschaft in die Anforderungen mit aufnahm.

Als Langzeiterfolg dieser Richtungsweisung vor bald 30 Jahren arbeitet heute ein Großteil der Schweizer Landwirtschaft und Tierhaltung nach Labelprogrammen, die in der einen oder anderen Form über die bezüglich Umwelt- und Tierschutz bereits anspruchsvollen rechtlichen Grundanforderungen hinausge-

Bio-Umsatz knackt Viermilliardengrenze

Trotz des pandemiebedingt außerordentlich starken Wachstums im Vorjahr kauften die Schweizerinnen und Schweizer auch 2021 nochmals mehr Bio-Lebensmittel (+ 150 Millionen CHF). Insgesamt setzten Detailhandel und Direktvermarktung erstmals mehr als vier Milliarden Franken mit Bio-Produkten um. Damit stieg der Umsatz seit 2016 um 1,5 Milliarden Franken. Der Marktanteil stieg 2021 um 0,6 Prozent und beträgt neu 10,9 Prozent. Die beliebtesten Produkte sind wie schon in den Vorjahren Eier (29,2 Prozent Marktanteil), Brot (26,3 Prozent) und Gemüse (23,8 Prozent). Das schlechte Wetter im letzten Sommer führte zeitweise zu Engpässen bei Gemüse und Salat, weshalb die Umsätze in diesem Segment sanken.

hen. Namentlich durch den Erfolg des IP Suisse-Programms blieb der Bioanteil mit rund elf Prozent jedoch trotz stetigem Wachstum bisher noch immer bescheiden. Wichtige Treiber für diese Entwicklung war neben den politischen Vorgaben und staatlichen ‚Direktzahlungen‘ selbstverständlich auch die starke Marktnachfrage seitens der beiden Grossgenossenschaften Coop und Migros.

... als Orientierung für die Zukunft?

Der gesellschaftliche und parteipolitisch breit abgestützte Erfolg der Agrarreform der 1990er ermöglichte über rund 20 Jahre eine pragmatische Weiterentwicklung der Schweizer Agrarpolitik. In mehreren Reformrunden wurden die rechtlichen Rahmenbedingungen und Anreize mit dem klassischen Mittel der Schweizer Politik, dem ‚Vernehmlassungsverfahren‘, weiterentwickelt. Dabei werden die Anliegen und Forderungen aller Beteiligten frühzeitig abgefragt, so dass die eigentlichen Gesetzesvorlagen dann bereits auf der Grundlage bestehender Kompromisse erstellt werden. Das Ziel ist, durchaus ernst gemeint, „ein Zustand allgemeiner mittlerer Unzufriedenheit“. Seit mehreren Jahren geriet dieses evolu-

tionäre Politsystem ins Stocken. Die Gründe liegen einerseits im zunehmenden Druck zur schlagzeilenträchtigen Polarisierung des Politbetriebs und die entsprechende Abnahme der klassisch schweizerischen Konsensorientierung. Gleichzeitig zeigten wissenschaftliche Untersuchungen auf: Trotz vieler Milliarden Schweizer Franken an Direktzahlungen ist das Anreizsystem mit Blick auf zeitgemäße Messkriterien wie Gewässerqualität, Biodiversität sowie klimapolitischen Zielsetzungen gar nicht so wirksam, wie jahrelang proklamiert. Das parlamentarisch geprägte Politsystem zeigte sich als unfähig, auf den erwiesenen Reformbedarf eigenständig zu reagieren und wirksame Optimierungen proaktiv anzugehen. Mehrere vom Bundesrat (Regierung) vorgelegte Reformprogramme wurden von einer rechtsbürgerlichen Parlamentsmehrheit blockiert. Der seit den 1990er Jahren grundsätzlich gut etablierte Reformprozess geriet dadurch ins Stocken.

Abstimmungsmarathon ohne absehbare Ziellinie

Politisch blockierte Situationen führen in der Schweiz zu einer Aktivierung der basisdemokratischen Volksrechte. Seit mehreren Jahren befindet sich die Schweiz daher in einem agrarpolitischen Dauermarathon: ‚Fairfood‘, ‚Trinkwasser‘, ‚Pestizid‘, ‚nachhaltige Importe‘, ‚Versorgungssicherheit‘, ‚Massentierhaltung‘, ‚Biodiversität‘ – an dieser Stelle seien nur die politischen Leitbegriffe der verschiedenen Vorlagen aufgeführt.

Aufgrund der politischen Verhärtung wurden all diese Vorlagen ohne in der Regel erfolgreiche parlamentarische Gegenvorschläge zur Abstimmung gebracht. Der heutige SBV-Präsident Markus Ritter, notabene ein Biobauer, bekämpfte diese Vorlagen als „extrem und unnötig“; ein Erfolgsrezept, das in der Schweiz fast immer funktioniert.

Zukunftsgerichtet stellt sich die Frage, ob die Strategie des Politprofis Markus Ritter langfristig ‚aufgeht‘. Denn das Schweizer Stimmvolk ist durchaus für Überraschungen gut – wie Mitte der 1990er Jahre, als die Eckpunkte für die Agrarreform ebenfalls in einer Serie agrarpolitischer Volksentscheide festgelegt wurden.

Peter Jossi

Schon probiert?

DAS lebendige WASSER



lebendiges Wasser

6 QUELLEN. 9 SORTEN.

WASSER IST NICHT GLEICH WASSER

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



ST. LEONHARDS
Quellen

BIO das eindeutig resilientere System

Bioland-Chef Jan Plagge im Gespräch mit bioPress



Foto: Sonja Herpich

Wie begeistert man Verbraucher für das Thema Bio? Warum leiden Bio-Landwirte weniger unter der Rohstoffknappheit? Und welche Rolle spielen Fachhandel und Discounter auf dem Weg zu Bio für alle? Bioland-Chef Jan Plagge sprach mit bioPress über die Bio-Marktentwicklung, die Resilienz von Bio in der Krise, den Nutzen von Discountern und Verbraucherkommunikation.

bioPress: Herr Plagge, der Bio-Markt ist im Umbruch: Keiner weiß so recht, wo's langgeht. Ist das bei Ihnen anders?

Jan Plagge: Ein Markt ist wie ein ganz komplexes Mobile mit hunderten oder tausenden Akteuren: Wenn man an einem zupft, weiß man nicht, wie viele andere auch noch wackeln. Deshalb weiß gerade keiner, wo wir in ein paar Monaten oder Jahren stehen werden. Wir warten aber nicht ab, sondern bleiben ein aktiver Akteur – mit einer

Agenda, wie wir für ein nachhaltiges Bio-Wachstum sorgen wollen, das fair ist für alle Beteiligten.

bioPress: Was steht ganz oben auf dieser Agenda?

Plagge: Unser Hauptanliegen auf der Agenda ist aktuell, den Verbraucher als Partner zu gewinnen. Bio soll kein Wohlstandsthema sein, das nur in guten Zeiten Relevanz hat. Schon seit den 70er Jahren erkennen Bios an, dass wir begrenzte Ressourcen haben und sparsam mit ihnen umgehen müssen. Wir sollten deshalb geschlossen als Branche, wo es nur geht, kommunizieren, dass eine Bio-Umstellung in Anbau und Konsum gerade in Zeiten von Krisen und Knappheit vernünftig ist. Mit IFOAM Europa haben wir das in der Debatte um den Green Deal auf europäischer Ebene bereits ganz gut geschafft.

Bio ist eben kein Umweltschutzluxus, sondern im Gegenteil die Antwort auf Düngemittelknappheit und Energiepreisexplosion – ein eindeutig resilienteres System, das nicht nur den Kreislaufgedanken und Ressourcenschutz abbildet, sondern gleichzeitig einen Zusatznutzen für Biodiversität und Klimaschutz mit sich bringt.

Wir sind nicht abhängig von Düngemitteln aus knappem

Erdgas und Erdöl. Bioland arbeitet zudem seit Jahren daran, eine heimische Versorgung mit Eiweißpflanzen und Ölsaaten wie Soja und Sonnenblumen sicherzustellen. Das sind zwei Vorteile gegenüber der konventionellen Landwirtschaft. So gibt es dadurch momentan keine existenziellen Knappheiten im Kraftfutterbereich und wir haben eine viel bessere Versorgungs- und Planungssicherheit.

bioPress: Wie sieht es mit der Absatzentwicklung aus?

Plagge: Die ist aktuell angespannt, auch durch den Einfluss konventioneller Rohstoffmärkte. Dass sich konventionelle und Bio-Rohstoff-Preise so annähern, ist für alle eine neue Situation. So entwickelt sich der konventionelle Milch-Exportmarkt zum Beispiel gerade erfolgreich, weil die Nachfrage nach Milcherzeugnissen in Asien gestiegen ist. Dadurch ist auch der konventionelle Milcherzeugerpreis stark gestiegen und liegt teilweise bereits auf Bio-Niveau. Allerdings: Sollten die Exportmärkte sich wieder drehen, wovon wir ausgehen, sinken automatisch auch wieder die konventionellen Erzeugerpreise.

Die Bio-Milcherzeugerpreise steigen hingegen seit Jahren kontinuierlich, ohne Aus-

schläge. Bio-Landwirte können mit dieser stabilen Preisentwicklung besser planen. Ich denke, dass wir auf der Erzeugerseite sehr verantwortungsvoll mit den Kostensteigerungen umgegangen sind – auch, um die Brücke zum Verbraucher stabil zu halten. Vom Handel kann man das nicht in allen Bereichen so behaupten. Mit 1,69 Euro pro Liter Bio-Frischmilch hat der Marktführer im Discount die Schwelle einfach überzogen. Der Fachhandel hat da größtenteils nicht mitgemacht und bietet aktuell seine Trinkmilch günstiger an als der Discount im Preiseinstieg. Zu hohe Ladenpreise dämpfen den Absatz. Auch wenn die hohen Energiekosten bereits jetzt eine ähnliche Wirkung haben, wie wir sie unter dem Stichwort ‚wahre Preise‘ seit Jahren anstreben, bleibt die Internalisierung der hohen Umweltfolgekosten der konventionellen Landwirtschaft Aufgabe der Politik.

bioPress: Dieses Jahr musste der Fachhandel einen unvorhergesehenen Umsatzeinbruch hinnehmen. Wie spüren Sie das als Verband?

Plagge: Wir spüren das, weil viele unserer Hofläden und Lieferdienste auch Fachhändler sind. Vor allem bei Produkten wie Eiern oder Kartoff-

feln ist es bemerkbar. Das hat wohl auch mit der Aufweichung der Corona-Beschränkungen zu tun. Die Leute essen wieder außer Haus und kochen weniger selbst. Wir beschäftigen uns intensiv damit, wie wir die Direktvermarkter weiter unterstützen können.

bioPress: Wie hat sich demgegenüber die Zusammenarbeit Biolands mit dem Discount gestaltet?

Plagge: Es zeigt sich, dass die Zusammenarbeit mit Lidl die richtige Entscheidung war. Gerade in der Krise ist es wichtig für viele Betriebe, dass wir auch diesen Absatzkanal haben. Denn die Nachfrage nach Bio im Discount steigt auch 2022 weiter – im Juli war sie laut GfK um 13,8 Prozent höher als im Vorjahresmonat. Dagegen gibt es im Fachhandel immer noch einen zweistelligen Umsatzeinbruch – das ist schon dramatisch.

bioPress: Wir sagen schon seit 20 Jahren, dass der Naturkostfachhandel langfristig nicht die tragende Säule der Bio-Vermarktung sein kann. Mit 2.000 bis 3.000 Outlets ganz Deutschland zu bedienen, ist schlicht unmöglich. Wie ist dieser Punkt in Ihrer Strategie verankert?

Plagge: Unsere Überzeugung ist, dass es für eine flächendeckende Bio-Versorgung auch alle Kanäle braucht. Direktvermarktung und Fachhandel haben dabei eine ganz wichtige Rolle als Innovatoren und als Kontaktpunkt von 100 Prozent Bio. Darin und in der Nähe zum Verbraucher und Landwirt liegt ihr großer Vorteil, den sie gegenüber großen Handelsketten ausspielen müssen. Vollsortimenter und Discount braucht es für die flächendeckende Versorgung aber genauso – auch, um die Leute abzuholen, die Bio noch

als etwas Elitäres für Besserverdiener betrachten. Dabei, Bio im Alltag eines jeden zu etablieren, liegt noch ein weiter Weg vor uns.

bioPress: Vor zwei Jahren wurde ein Bioland-Partner-Verein für Hersteller, Verarbeiter und Händler gegründet. Wäre das nicht die richtige Anlaufstelle, um Herstellermarken mit ihrer Vielfalt in den LEH und die Outlets der Kaufleute zu bringen?

Plagge: Die meisten größeren Hersteller machen ja beides: Private Label, um Investitionen und Maschinen auszulasten, und ihre eigene Marke. Damit beschäftigt sich der Partner-Verein aber nicht, sondern damit, eine Vernetzung zwischen individuellen und gesellschaftspolitischen Interessen unserer Partner:innen herzustellen und sich gemeinsam zu positionieren. Zum Beispiel haben wir in den letzten Monaten über die Initiative der EU-Kommission zu einem Nachhaltigkeits-Label für Lebensmittel diskutiert, um eine gemeinsame Position zu entwickeln.

Die Hersteller stehen vor der Herausforderung, ihre Herstellermarken im Handel zu platzieren, und zwar gegen den Trend, dass Handelsketten lieber ihre Eigenmarken pushen.

bioPress: Zurück zum Thema Verbraucherkommunikation: In welcher Richtung ist Bioland da unterwegs?

Plagge: Der Job unserer Mitglieder und Partner ist es, den Verbrauchern den Mehrwert von Bioland zu vermitteln: mehr Artenvielfalt und Tierwohl, Verzicht auf chemisch-synthetische Pestizide und Düngemittel – das ist ja alles nicht trivial! Hilfreich sind dabei echte Bio-Erlebnisse auf den Betrieben. Dabei unterstützen wir als Verband.

RACHELLI

1935

PRODOTTO ITALIANO

by Gildo Rachelli

Das neue Tiramisu Eis

Das köstliche Tiramisu-Eis von Gildo 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. In bester Bio-Qualität, frei von künstlichen Aromen und Gluten, fairtrade.



www.bio-eis.de

Lucas Rehn steigt in Alnatura Geschäftsführung ein

Seit dem 1. Juli ist Lucas Rehn als Zuständiger für den Bereich Vertrieb Märkte & Alnatura Super Natur Markt Online Teil der Geschäftsführung des Bio-Filialisten. Der 36-Jährige ist bereits seit einem Jahr für den Vertrieb Märkte bei Alnatura verantwortlich. Zuvor war er zwei Jahre als Sortimentsmanager bei Globus und sechs Jahre als Gebietsverantwortlicher bei dm-Drogeriemarkt tätig.

Neue Einkaufsleitung bei Henry Lamotte Food

Seit dem 15. August 2022 ist Florian Friedemann neuer Head of Purchasing & Supply Chain bei dem Bremer Lebensmittellieferant Henry Lamotte Food. Friedemann ist Teil der neuen Führungsriege, die mit dem im Oktober 2021 einberufenen Geschäftsführer Sebastian Drewes sowie dem langjährigen Verkaufsleiter Frank Neitzel für frischen Wind sorgt.

Thorsten Kaliwoda übernimmt Einkaufsleitung bei Edeka Nord

Thorsten Kaliwoda (44) hat zum 1. Juli 2022 die Stelle des Geschäftsbereichsleiters Einkauf bei Edeka Nord übernommen. Er folgt damit auf David Ott, der neue Herausforderungen innerhalb von Edeka Nord ergreift und seinen langfristig geplanten Weg in die Selbstständigkeit als Edeka-Kaufmann geht.

Vion-Geschäftsführer wird Vorstand im Verband der Fleischwirtschaft

Auf der jährlichen Mitgliederversammlung des Verbands der Fleischwirtschaft (VDF) wurde David De Camp, COO Beef bei der Vion Food Group, einstimmig in den Vorstand gewählt. Er folgt damit auf Bernd Stange, dessen Amtszeit am 8. September endete.

Äpfel aus Italien: Bio-Ernterekord in Sicht

World Apple and Pear Association (WAPA) veröffentlicht positive Prognosen



Im Rahmen der Prognosfruit, der jährlichen Konferenz für den Apfel- und Birnensektor, hat die World Apple and Pear Association (WAPA) im August ihre Ernteprognosen für ganz Europa veröffentlicht. Die Apfelerzeugung in Europa wird

demnach im Vergleich zum Vorjahr voraussichtlich um ein Prozent auf 12.168.000 Tonnen ansteigen. Erwartet werden ein Aufschwung für Polen, stabile Ernten in Italien – und eine sehr gute Bio-Apfelernte. Auf Polen entfällt mit 4,495

Millionen Tonnen (+5 Prozent) der größte Ernteanteil, gefolgt von Italien mit 2,15 Millionen Tonnen (ebenso +5 Prozent gegenüber 2021). Innerhalb Italiens wird die Apfelernte in Südtirol, dem führenden Apfelanbaugebiet, mit voraussichtlich 912.803 Tonnen leicht zurückgehen (-3 Prozent). Ähnlich ist die Lage im Trentino (-1 Prozent) mit einer geschätzten Ernte von 507.360 Tonnen. Im übrigen Europa liegt Frankreich mit 1,468 Millionen Tonnen (+6 Prozent) an dritter Stelle, dicht gefolgt von Deutschland mit 1,067 Millionen Tonnen (+6 Prozent).

Immer stärker zeichnet sich als Trend in Italien die Bio-Ernte ab, die laut Prognose mit fast 200.000 Tonnen (+4 Prozent im Vergleich zu 2021) einen neuen Rekord aufstellen und mehr als neun Prozent des Gesamtangebots ausmachen wird.

Wir ernten, was wir gemeinsam säen

Kommentar der Bohlsener Mühle zum Getreidemarkt

Mathias Kollmann, Geschäftsführer des niedersächsischen Bio-Getreidespezialisten Bohlsener Mühle, kommentiert die am 23. August vom Deutschen Bauernverband in Berlin vorgestellte Getreideernte-Bilanz 2022. Neben den konkreten Ernte-Ergebnissen wird zwischen den Zeilen auch die enorme Volatilität im Getreidemarkt angesprochen und der daraus entstehende Druck auf die Landwirte – etwas, was sich durch langjährige Kontrakte eigentlich gut lösen ließe.

„Herausfordernd für alle Beteiligten sind die regionalen Unterschiede bei Menge und Qualität. Denn die Überschüsse bei der diesjährigen Bio-Dinkelernte werden zu Schwankungen in Marktpreis und Ange-

botsmenge in den Folgejahren führen (der so genannte Schweinezyklus). Als direkte Reaktion darauf lagern wir einen Teil des Ernte-Überschusses

ein, um Preisspekulationen und -schwankungen nach unseren Möglichkeiten vorzubeugen. Damit wollen wir Planungssicherheit für alle Beteiligten schaffen. In unsicheren Zeiten können wir alle gemeinsam an vielen Stellschrauben drehen, um den Druck aus dem Getreidemarkt zu nehmen.

Zu unserer Einkaufsphilosophie gehören neben einer regionalen Beschaffung auch insbeson-



dere die langfristigen Partnerschaften zu Bio-Landwirtinnen und Bio-Landwirten. Denn als Verarbeiter sehen wir uns als Einheit mit ihnen. Gemeinsam gestalten wir ein nachhaltiges Angebot. In der Diskussion von Abhängigkeiten zwischen Handel und Erzeuger werden vermehrt die Verarbeiter ausgeklammert; dabei haben sie eine enorme Kraft, für Sicherheit zu sorgen.“

Mehr Landwirte und Lebensmittelhersteller stellen um

Strukturdaten 2021 bestätigen positiven Öko-Trend

Die neuen Strukturdaten für den ökologischen Anbau, die das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft Ende Juni veröffentlicht hat, bestätigen einen positiven Trend: 2021 entschieden sich weitere 911 Höfe für den Ökolandbau, die über 100.000 Hektar auf ökologische Bewirtschaftung umstellten. Auch in der Lebensmittelherstellung nutzten weitere 2.222 Unternehmen die Chance für den Einstieg in die ökologische Produktion. Insgesamt gab es im Vorjahr 36.307 Bio-Höfe in Deutschland. Das ist ein Zuwachs von 2,6 Prozent oder 911 Betrieben. 14 Prozent aller Höfe in Deutschland waren 2021



demnach Bio-Betriebe. Die deutsche Bio-Fläche legte um 5,9 Prozent oder 100.336 Hektar zu. Damit wurden 2021 insgesamt 1.802.231 Hektar ökologisch bewirtschaftet, was einen Anteil von

10,9 Prozent an der gesamten Landwirtschaftsfläche Deutschlands ausmachte. 19.572 Unternehmen stellten im Vorjahr Bio-Lebensmittel her, ein Plus von 2.222 Unternehmen oder 12,8 Prozent.

Für BiUno findet sich kein Investor

Betrieb musste Ende Juli eingestellt werden

Ohne Investor ist eine wirtschaftliche Fortführung von BiUno nicht machbar, auflaufende Verluste machen den Weiterbetrieb ab Ende Juli unmöglich. Intensive Verhandlungen gab es bis zuletzt. Unterschiedliche Faktoren seien ausschlaggebend dafür

gewesen, dass die potentiellen Investoren von einem Übernahmeangebot abgesehen hätten. Der Insolvenzverwalter Dr. Michael Lojowsky von Schulze & Braun bedauert die Einstellung des Betriebes, der ohne Übernehmer mit einem tragbaren Konzept und neuen

Aufträgen für das Logistikzentrum unausweichlich sei. „Die Interessenten haben sich in den vergangenen Tagen kurz nacheinander aus dem Investorenprozess zurückgezogen“, sagt Dr. Lojowsky. „Ich hätte mir ein anderes Ergebnis für BiUno gewünscht.“

Faire Produkte bleiben stark gefragt



Auch in herausfordernden Zeiten setzen Verbraucher weiter auf fairen Handel: Wie Fairtrade Deutschland meldet, stieg die Menge fair gehandelter Produkte, die in Deutschland abgesetzt wurde, im ersten Halbjahr 2022 um gut fünf Prozent. Positiv entwickelten sich die Absätze unter anderem von Bananen, Kakao, Tee und Kaffee. Besonders in der

zuletzt von Corona gebeutelten Gastronomie nimmt Fairtrade-Kaffee wieder volle Fahrt auf. Nur bei den Rosen ist der Absatz im ersten Halbjahr zurückgegangen. Angesichts von massiven Kostensteigerungen und Klimakrise, die in den Anbauländern Asiens, Afrikas und Lateinamerikas Existenzen gefährden, sei Fairer Handel aktuell wichtiger denn je.

Henry Lamotte stärkt Geschäftsführung

Die Bremer Henry Lamotte Food GmbH hat ihre Geschäftsführung erweitert. Seit Oktober 2021 leitet Managing Director Sebastian Drewes das Unternehmen gemeinsam mit dem langjährigen Geschäftsführer Henry Lamotte. Davon verspricht sich der Traditionsbetrieb frische Impulse bei den Themen Nachhaltigkeit, Marketing und Vertrieb sowie Digitalisierung und bereitet den Generationswechsel vor.

Wechsel in der Geschäftsleitung am FiBL Schweiz

Für 32 Jahre war Paul Mäder am Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) Schweiz in leitender Funktion bei den Bodenkundlichen tätig sowie seit 2013 Mitglied der Geschäftsleitung. Zum 1. September 2022 wurde sein Posten nun in neue Hände übergeben: Elise Bünemann-König ist neue Leiterin des Departements für Bodenkundlichen und neues Mitglied der Geschäftsleitung.

Bio Company besetzt Einkaufsleitung neu

Seit Juli 2022 verantwortet Andreas Penkov die Leitung Einkauf & Sortiment bei der Bio Company. Penkov war zuvor acht Jahre als Head of Buying & Business Development Food bei der KaDeWe Group tätig, zu der auch das Alsterhaus in Hamburg und der Oberpollinger in München gehören. Davor war er bei der Galeria Karstadt Kaufhof AG als Bereichsleiter Strategie & Innovation beschäftigt.

Geschäftsführerwechsel bei der LVÖ Bayern

Nach gut fünf Jahren beendet Cordula Rutz Ende September ihre Tätigkeit als Geschäftsführerin der Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern e.V. (LVÖ Bayern). Sie wurde im Rahmen einer Vorstandssitzung am 20. September verabschiedet. Ihre Nachfolge tritt ab November Maria Lena Hohenester an.

Gesund (fast) ohne Kohlenhydrate

Zucker ist ungesund – das ist hinreichend bekannt. Keine Ernährung reduziert Zucker bzw. Kohlenhydrate so konsequent wie die ketogene Diät.

Eine kohlenhydratarme Ernährung wird von vielen Seiten gepriesen: Gesund und auch schlank soll sie machen. Die Diätwege unterscheiden sich danach, wie viele Kohlenhydrate in der täglichen Nahrung erlaubt sind. Wenn es weniger als 30 bis 50 Gramm sind, dann sprechen die Ernährungsexperten von ketogener Diät. In ihr stellt sich unser Körper auf einen ganz anderen Energiestoffwechsel ein.

Hierzulande wird ‚Diät‘ meist gleichgesetzt mit reduzierter Kalorienzufuhr, doch grundsätzlich ist eigentlich nur die Zusammensetzung der täglich zu sich genommenen Lebensmittel gemeint. Bei der ketogenen Diät in ihrer Grundform ist nur der Kohlenhydratanteil auf ein Minimum reduziert – Kalorien gibt es theoretisch – durch den hohen Fettanteil – in Hülle und Fülle.

Energie aus Fett – der ketogene Stoffwechsel

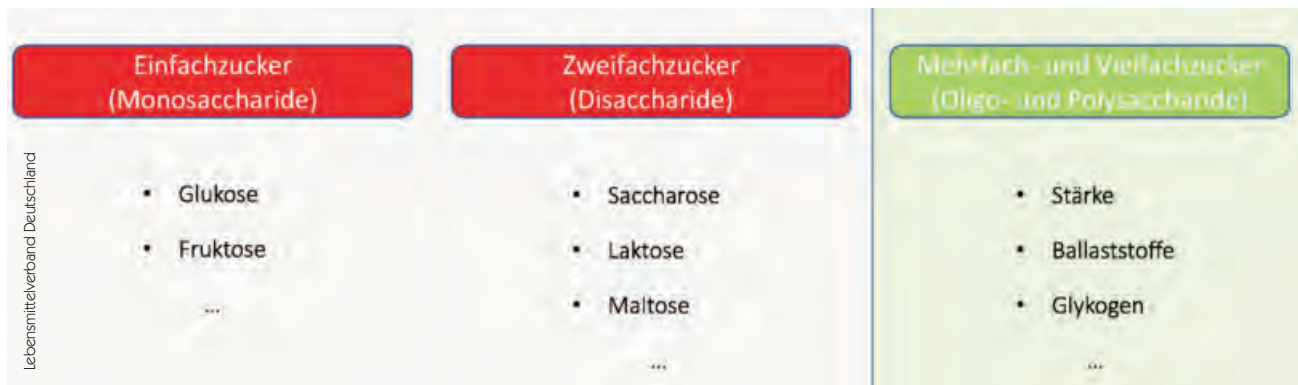
Wenn ein Mensch nur noch sehr wenig bis keine Kohlenhydrate zu sich nimmt, dann wechselt sein Organismus in den sogenannten ketogenen



Stoffwechsel, die Ketose. Das heißt, er holt sich seine Energie statt aus den sonst dafür bevorzugten Kohlenhydraten aus

der Umwandlung von Fetten. Um in diesen Zustand der Ketose zu kommen und darin zu bleiben, sollte die Nah-

Aufteilung der verschiedenen Kohlenhydrate



rung mindestens zu Dreivierteln aus Fett, zu 15 bis 20 Prozent aus Proteinen und höchstens zu fünf Prozent aus Kohlenhydraten zusammengesetzt sein. Wer an Gewicht verlieren will, muss zusätzlich ein Kaloriendefizit einplanen.

Die Ketose erreichen und erkennen

Um den Stoffwechselzustand der Ketose zu erreichen, darf die tägliche Kohlenhydratzufuhr 30 bis 50 Gramm nicht überschreiten und Hauptenergie müssen Fette sein. Sobald der Körper feststellt, dass alle Kohlenhydratspeicher geleert sind, beginnt die Umstellung zur Ketose. Diese dauert im Schnitt vier bis sieben Tage. Um festzustellen, ob die Ketose erreicht wurde, gibt es verschiedene Methoden:

■ Mit Keto-Sticks lässt sich der Gehalt an Ketonkörpern

damit den Zielen der Keto-Diät.

Beim Abbau von Fettsäuren entstehen dagegen Ketonkörper, aus denen der Körper dann seine Energie gewinnen kann. Ketonkörper sind wasserlöslich und über das Blut transportabel. So überwinden

im Urin messen. Sie sind in der Apotheke erhältlich und eine einfache, allerdings nicht hundertprozentig genaue Methode zur Ketose-Messung.

■ Ein Atemmessgerät misst die bei der Ketose erhöhte Acetonkonzentration in der Ausatemluft.

■ Am präzisesten ist die Messung der Ketonkörperkonzentration im Blut. Dafür gibt es spezielle Ketonkörpermessgeräte, die nach einem kleinen Piks die ganz genauen Werte abgeben.

Was ist Ketose genau?

Wir gewinnen unsere Energie bevorzugt aus Kohlenhydraten, also Zuckern. Doch wenn für einen längeren Zeitraum keine Kohlenhydrate zur Verfügung stehen, dann sucht unser Körper nach alternativen Energielieferanten – und findet sie in Fetten und Proteinen. Sind die im Körper zur Verfügung stehenden Kohlenhydrate aufgebraucht, also alle Glukosespeicher vollständig geleert, beginnt in der Leber die Ketogenese, in der Fette und Proteine als Energielieferanten dienen. Damit vor allem auf Fette zurückgegriffen wird, darf in der ketogenen Ernährung der Eiweißanteil nicht zu hoch sein. Denn Eiweiß wird zu Glukose abgebaut und widerspricht

sie die Blut-Hirn-Schranke und stehen auch dem Gehirn als Energieversorgung zur Verfügung.

Vorteile ketogener Diät

Vielen Studien nach lässt innerhalb der Ketose das Hungergefühl nach, was das Abnehmen leichter macht. Plötzliche Leistungstiefs sollen nach einer Umstellungsphase ausbleiben.

Die konsequente Vermeidung von Zucker hat positive gesundheitliche Folgen: Ein hoher Zuckerkonsum kann entzündliche Prozesse im Körper begünstigen und dadurch die Entstehung von Autoimmunerkrankheiten fördern. Die starke Reduzierung von Zucker in der ketogenen Ernährung tritt dem entgegen. Zudem sollen Ketonkörper selbst das Auftre-



Bastiaansen: Bio und so viel mehr!

Bei Bastiaansen verfolgen wir weitergehende Bio-Standards. Dadurch bietet Bastiaansen Biokäse so viel mehr, dass es eigentlich als Bio-Plus Sortiment zu bezeichnen ist. So grasen unsere Kühen mehr und länger auf kräuterreichen Wiesen (jährlich 180 Tagen – 8 Std/Tag). Außerdem sind die Ställe geräumiger und verfügen über extra Massagebürsten und besonders dicke Kuh-Matratzen. Zusätzliches Plus: unsere Bauern haben sich einem aktiven Biodiversitäts-Programm verschrieben, womit die Anzahl und Diversität an Pflanzen, Insekten und Weidevögeln vergrößert wird.



Auch unser Bastiaansen Sortiment bietet mehr: Die größte Vielfalt an hochwertigen, holländischen Käse aus biologischer Kuh-, Ziegen- oder Schafsmilch, mit immer wieder neuen Varianten, die das Sortiment höchst attraktiv machen. Ferner sind wir schon viele Jahre mit holländischen Blauschimmel- und Rotschmieriäse führend. Das vielfältige Sortiment ist standardmäßig für Vegetarier geeignet. Ob unser Bastiaansen Spezialitäten „frisch vom Laib“ oder attraktiv verpackt sind, sie Schmecken den Unterschied!



Sie schmecken den Unterschied!

www.bastiaansen-bio.com/de

Kohlenhydrate und Blutzuckerspiegel

Viel Zucker ist ungesund – eine oft gehörte Weisheit. Und alle Zucker zählen zu den Kohlenhydraten. Einfachzucker aus nur einem einzigen Zuckermolekül sind Glukose (Traubenzucker) oder Fruktose (Fruchtzucker). Glukose und Fruktose gibt der Darm direkt in das Blut ab. Aus zwei Molekülen zusammengesetzte Zweifachzucker wie Saccharose (Haushaltszucker), Maltose (Malzzucker) oder Laktose (Milchzucker) müssen im Darm zunächst chemisch in Glukose und Fruktose gespalten werden, aber dies funktioniert sehr schnell. Beide Zuckerarten lassen den Blutzuckerspiegel sehr schlagartig ansteigen. Komplexe Mehrfach-

zucker wie Stärke verursachen dagegen keine so heftigen Schwankungen im Blutzuckerspiegel und halten am längsten satt. Ballaststoffe, wie die Zellulose, aus denen die Zellwand von Pflanzen besteht, sind sogar teilweise oder vollständig unverdaulich. Steigt der Blutzuckerspiegel, wird das Hormon Insulin ausgeschüttet. Gelangt viel Glukose auf einmal ins Blut, reagiert der Körper mit einem heftigen Insulin-Ausstoß, um die Spitze auszugleichen. Fällt der Blutzucker deswegen schlagartig ab, tritt Heißhunger auf. Und wird dann wieder zuckerhaltig gegessen, beginnt das Ganze von vorn.

ten entzündungsfördernder Enzyme verringern. In der Medizin wird die ketogene Diät sogar als Therapieform eingesetzt. Ärzte wenden sie bei bestimmten Formen der Epilepsie sowie bei einigen seltenen Stoffwechselerkrankungen an.

Ketogener Ernährungsfahrplan

Die schlechte Nachricht: Verzicht ist geboten bei Getreideprodukten, Knollen- und Wurzelgemüse, Hülsenfrüchten, zuckerreichen Obstsorten, Backwaren und Süßigkeiten sowie Softdrinks und Fruchtsäften.

Was bleibt dann noch? Eine ganze Menge gesunder und wohlschmeckender Alternativen, die allerdings von hoher Qualität sein sollten. Wer sich ketogen ernähren möchte, der kommt um Bio-Produkte mit ihrem besonders hohen Ge-

halt an wertvollen Nährstoffen nicht herum!

■ Gesunde Fette

Fette sollten etwa 75 Prozent der gesamten Energiezufuhr ausmachen. Geeignet sind vor allem Kokosöl, Leinöl, Rapsöl oder Olivenöl – nativ und am besten in Bio-Qualität. Auch geklärte Butter (Ghee bzw. Butterschmalz) passt gut in eine ketogene Diät. Als pflanzliche Fettlieferanten bieten sich ansonsten die fettreiche Avocado oder Nüsse und Samen wie Mandeln, Haselnüsse, Macadamianüsse, Pecannüsse, Walnüsse, Cashewkerne, Pinienkerne, Pistazien, Kürbiskerne, Sesam, Sonnenblumenkerne, Leinsamen, Hanfsamen, Nüsse oder Saaten an. Chia Samen sind eine gute Wahl aufgrund ihres guten Verhältnisses von Omega-3- zu Omega-6-Fettsäuren.

Der hohe Gehalt an Omega-3-Fettsäuren macht auch fetten Seefisch zu einem besonders tauglichen Lebensmittel. Gerade bei Fisch ist aber eine ökologische Herkunft wichtig, nicht nur aus Tier- und Artenschutzgründen, sondern auch, weil bei vielen Fischarten die Belastung mit Schadstoffen hoch ist. Fettreiche Lebensmittel tierischer Herkunft sind etwa Käse oder Speck.

■ Reichlich Gemüse und Obst auf dem Tisch

Auch in der ketogenen Ernährung ist Gemüse ein Grundnahrungsmittel, doch viele Sorten fallen wegen ihres hohen Stärkegehaltes weg, etwa (Süß-)Kartoffeln, Kürbis und Karotten. Der Fokus beim Gemüse sollte auf Salaten, grünem Blattgemüse und Spinat liegen. Auch Kohlgemüse wie Brokkoli, Blumenkohl, Grünkohl und Kohlrabi ist erlaubt. Bei Obst ist häufig der hohe Anteil an Fruchtzucker ein Problem. Doch zum Beispiel Avocados, Papaya und Beeren (Brombeeren, Himbeeren, Johannisbeeren und Erdbeeren) enthalten relativ wenig Zucker.

■ Proteine

Nüsse, Avocados und fettreicher Fisch liefern neben Fett auch hochwertige Proteine. Auch Lupinenprodukte und Tempeh enthalten bei geringem Kohlenhydratanteil relativ viel Protein.

Bei Milchprodukten sind fettreiche Varianten geeignet, etwa griechischer Joghurt. Vegetarier und Veganer, die auf Protein aus tierischen Lebensmitteln wie Eiern, Milchprodukten oder Fleisch verzichten, können auf proteinreiche Ersatzprodukte und Protein-Shakes zurückgreifen.

■ Die Rettung für Brotliebhaber

Gerade der Verzicht auf Brot und Backwaren fällt vielen schwer. Doch es gibt auch hier kohlenhydratarme Varianten der gewohnten Lebensmittel. Brote oder Teige mit der Kennzeichnung LowCarb sind immer häufiger zu finden. Oder Sie folgen den inzwischen zahlreichen Rezepten, in denen kohlenhydratarne Alternativen wie Mandelmehl, Kokosmehl oder Leinsamenmehl eingesetzt sind. Mandelmehl zum Beispiel enthält nur zirka sechs Gramm Kohlenhydrate pro 100 Gramm.

■ Getränke

Es wurde schon erwähnt: Alle gesüßten Getränke und Fruchtsäfte sind tabu. Ein hoher Zuckergehalt macht auch Milch und viele pflanzliche Milchalternativen ungeeignet. Damit sind Wasser, infused Water, ungesüßter Tee oder Kaffee die idealen Durstlöcher. Wer auf ein bisschen Süße nicht verzichten möchte, kann zum Beispiel seinen Tee mit kalorienfreiem und meist gut verträglichem Erythrit trinken.

Elke Reinecke



PROBIEREN SIE UNSERE EINZIGARTIGEN GETREIDEEXTRAKTE



DIE BESTE LÖSUNG FÜR NATÜRLICHE, VERSTÄNDLICHE & KURZE AUSZEICHNUNG

Als Pionier seit 30 Jahren auf dem Bio-Markt tätig, hat Meurens Natural ein natürliches Herstellungsverfahren entwickelt, das **natürliche, verständliche & kurze Auszeichnung** sicherstellt.

SORTIMENT :

✓ Reissirup

✓ Dinkelsirup

✓ Gemälzter Gerstensirup

✓ Manioksirup

✓ Hafersirup

✓ Maissirup

✓ Weizensirup

✓ Dattelsirup

→ LÖSUNGEN NACH WUNSCH AUF ANFRAGE



Experte für biologische und natürliche Lösungen auf Getreidebasis.
meurensnatural.com | info@meurensnatural.com | +32/87693340

Klimafreundlicher Streichgenuss



Pixel-Shot_stock.adobe.com

Ein französischer Chemiker entwickelte im Jahr 1869 die erste Butteralternative. Rund 150 Jahre später wurde sie aufgrund des günstigen Preises und der guten Streichfähigkeit als Margarine bekannt. Der ursprüngliche Buttersatz aus Rindertalg, Milch, Wasser und zerkleinertem Kuheuter hat allerdings nur noch wenig mit dem heutigen Produkt gemein.

Tierische Fette erlaubt

Die Europäische Verordnung definiert Margarine als ein bei einer Temperatur von 20 °C festbleibendes, streichfähiges Erzeugnis, das als formbare Emulsion aus festen und flüssigen pflanzlichen und/oder tierischen Fetten besteht. In dem vermeintlich pflanzlichen Produkt dürfen bis zu drei Prozent tierische Fette wie MilCHFett enthalten sein. Ist eine Margarine mit ‚pflanzlich‘ gekennzeichnet, sind höchstens zwei Prozent zulässig. Als tierische Zusätze werden zum Beispiel Omega-3-Fettsäuren aus Fischöl oder Vitamin D aus tierischem Wollwachs (Lanolin) eingesetzt. Ebenso sind Milcherzeugnisse als Säuerungs-

mittel erlaubt. Der Emulgator E471, der aus Fettbausteinen wie Mono- und Diglyceriden besteht, kann tierischen oder pflanzlichen Ursprungs sein. Auf der Verpackung wird dies nicht angegeben. Das Vegan-Siegel verspricht dagegen ein Streichfett ohne tierische Zusätze.

Wasser-in-Öl-Mischung

Für das lang haltbare Endprodukt aus Pflanzenölen wie Raps- und Sonnenblumenöl kommen vor der eigentlichen Herstellung chemische Prozesse wie die Fetthärtung zum Einsatz. Dieser Vorgang reduziert die mehrfach ungesättigten Fettsäuren auf ein Minimum. Auf der Zutatenliste sind diese Fette als ‚gehärtet‘ oder ‚teilweise gehärtet‘ ausgewiesen.

Die folgende Emulgierung verbindet die pflanzlichen Fette (Öl-Phase) mit der wässrigen Phase, die Wasser, gesäuerte Milch wie Sauermilch und Molke und/oder Zitronensäure sowie Salz enthält. Emulgatoren wie Lecithin aus Hühnereigelb oder aus Sojabohnen sorgen für die feine Verteilung der Wassertropfen im Öl. Auch das in dem Milcherzeugnis enthaltene Kasein unterstützt die Emulgierung. Um unerwünschte Keime zu entfernen, wird das Gemisch anschließend pasteurisiert, das heißt bei circa 80 °C erhitzt. Für das cremige Mundgefühl erfolgt nach Kühlung der Masse die Kristallisation. Ziel ist es, die Fettkristalle zu zerkleinern, die bei der Herstellung und Kühlung entstehen.

Anschließendes Kneten trägt zur Streichfähigkeit bei. Eine Ruhephase fördert die gewünschte Konsistenz.

Bio bevorzugen

Während konventionelle Produzenten raffinierte Öle verwenden, ist dies für Biomargarinen nicht erlaubt. Auch auf chemische Prozesse wie die Fetthärtung verzichten Biohersteller. Für die halbfeste Konsistenz setzen sie auf die von Natur aus festen Fette wie Palm- und Kokosfett. Die verwendeten Emulgatoren sind pflanzlicher Herkunft und zur Färbung dient Karottensaft. Um ein Plus an natürlichen Vitaminen zu erzielen, nutzen manche Biofirmen den Zusatz von Walnuss- und Olivenöl.

Konventionelle Hersteller reichern ihre Margarinen dagegen oft mit den Vitaminen A, D und E an, um die in der Butter vorkommenden Vitamine A und D zu ergänzen. Ihre Höchstmengen setzt die Diätverordnung fest. Pro Kilogramm Margarine dürfen maximal 25 Milligramm (mg) Vitamin D und 10 mg Vitamin A zugesetzt werden, für Vitamin E gibt es keine Obergrenze. Beta-Carotin sorgt für die gelbliche Farbe im Endprodukt. Eine Anreicherung mit Vitaminen muss im Zutatenverzeichnis angegeben sein.

Kritisches Palmfett

Wegen der besseren Streichfestigkeit werden nicht nur in Bioprodukten häufig feste Fette wie Palm- und Kokosfett beigegeben. Ihre schlechte Umweltbilanz steht schon lange in der Kritik. Im Falle des Palmöls sorgt die RSPO Zertifizierung (Roundtable on Sustainable Palmoil) für nachhaltigeres Palmöl. Der Zusatz ‚IP‘ (Identity Preserved) oder ‚SG‘ (Segregation) verspricht ein Produkt aus 100 Prozent zertifiziertem

Variable Fettstufen

Margarine / Vollfettmargarine

Fettgehalt von mindestens 80 % und weniger als 90 %

Dreiviertelfettmargarine

Fettgehalt von mind. 60 % und höchstens 62 %
(Hinweis ‚fettreduziert‘)

Halbfettmargarine

Fettgehalt von mind. 39 % und höchstens 41 %
(Hinweise ‚fettarm‘, ‚light‘ und ‚leicht‘)

Der Fettgehalt von ‚**Streichfett**‘ genannten Margarinen variiert:

- ☐ weniger als 39 %
- ☐ mehr als 41 % und weniger als 60 %
- ☐ mehr als 62 % und weniger als 80 %

Palmöl. Margarinen mit Kokosöl sind nicht per se nachhaltiger. Denn Kokospflanzen benötigen im Vergleich zu Palmölpflanzen viel mehr Fläche bei weniger Ertrag. Mittlerweile nutzen einige Hersteller auch Sheaöl aus den Samen des Afrikanischen Butterbaums, der als wildwachsende Pflanze in puncto Nachhaltigkeit besser abschneidet.

Stark in der Kritik steht die Mineralölbilastung (MOSH) der Margarinen. Laboruntersuchungen des Öko-Test-Magazins entdeckten 2021 in jedem der 20 getesteten Produkte – darunter fünf Biomarken – unterschiedlich hohe Belastungen mit dem krebserregenden Stoff. Er gelangt über industrielle Prozesse in die Margarine. Auch die möglicherweise krebserre-

genden Glycidyl-Ester und 3-MCPD-Ester, die bei der Raffination der Pflanzenfette entstehen, wurden nachgewiesen. Dagegen waren gesundheitsgefährdende Transfette nur noch in Spuren vorhanden.

Neben den herkömmlichen Margarinen sind im Einkaufsregal auch solche für besondere Ernährungszwecke zu finden, beispielsweise für eine blutfettsenkende Wirkung. Diese Diätmargarinen besitzen einen reduzierten Fettgehalt und von der Diätverordnung vorgegebene Gehalte an Vitamin E, Natrium und ungesättigten Fettsäuren. Zugewetzte Pflanzensterine können bei Menschen mit erhöhten Cholesterinspiegeln sinnvoll sein; für Gesunde sind die Produkte nicht geeignet.

Halbfettmargarinen weisen einen niedrigen Fettgehalt von höchstens 41 Prozent auf (siehe Kasten). Dabei kommen allerdings aufgrund des hohen Wasseranteils vermehrt Verdickungsmittel und Konservierungsstoffe zum Einsatz. Sie eignen sich daher auch nicht zum Braten und Backen.

Positive Klimabilanz

Aufgrund der geringeren Verarbeitung wird ungehärtete Pflanzenmargarine mit einem hohen Anteil an Kaltpressölen aus Sicht der Vollwert-Ernährung wie Butter eingestuft. Bei einem Blick auf die Klimabilanz punkten jedoch die pflanzlichen Fette. Nach Einschätzung von Klimaexperten kommt Vollfettmargarine pro Kilogramm (kg) auf einen Ausstoß von 2,8 kg CO₂-Äquivalenten, eine Halbfettmargarine auf 1,7 kg; ein Kilogramm Butter verursacht dagegen 9 kg CO₂-Äquivalente. Wer zu Bioprodukten greift, profitiert zudem von der schonenderen Verarbeitung.

Anne Mehring, UGB



africa-studio.com (Olga Yastremska and Leonid Yastremskiy)

Wir stellen Ihr Private Label her.

Quinoa, Chia,
Flohsamen,
Hanf,
Amaranth

Linsen,
Bohnen,
Kichererbsen,
Erbsen



Sesam,
Leinsamen,
Flohsamen

Ihr starker
Partner für
Bio-Rohstoffe

- ☒ Private Label
- ☒ Nachhaltige Papierbeutel



Glutenfreie
Cerealien und
Mehle



www.ziegler-organic.de

sicher. nachhaltig. fair.
safe. sustainable. fair.

Pestizidfolgen unter der Lupe

Ein Expertenbericht bestätigt den Zusammenhang zwischen Pestizidbelastung und bestimmten Krankheiten

Krebs, Parkinson und kognitive Störungen: Die französische Forschungseinrichtung **INSERM** (Institut national de la santé et de la recherche médicale) hat Ende Juni einen neuen Expertenbericht über die gesundheitlichen Auswirkungen von Pestiziden veröffentlicht. Über 5.300 Dokumente aus der jüngsten wissenschaftlichen Literatur hat eine multidisziplinäre Forschergruppe für den 'Collective Expert Review 2021' analysiert.

Der Expertenbericht bestätigt, dass beim beruflichen Kontakt mit Pestiziden ein starker Zusammenhang mit folgenden Krankheiten vermutet wird: Non-Hodgkin-Lymphome (NHL, Krebserkrankungen des lymphatischen Systems), Multiples Myelom (Knochenmark-Erkrankung), Prostatakrebs und Parkinson-Krankheit; sowie kognitive Störungen und chronische Bronchitis. Hoch ist auch der vermutete Zusammenhang zwischen einer Pestizid-Exposition der Mutter während der Schwangerschaft und akuter Leukämie sowie Tumoren des zentralen Nervensystems beim Kind,

außerdem neuropsychologischen und motorischen Entwicklungsstörungen. Ein mäßiger Zusammenhang wurde zwischen der Pestizidbelastung und der Alzheimer-Krankheit, Angstzuständen, Depressionen, bestimmten Krebsarten (zentrales Nervensystem, Blase, Niere, Leukämie, Weichteilsarkome), Asthma und Schilddrüsenerkrankungen festgestellt.

Risiken von Chlordecon bis Glyphosat

Mit Blick auf einzelne Pestizide greifen die Experten den Fall des mittlerweile verbotenen Pestizids Chlordecon auf, das zwischen 1973 und 1993 in großen Mengen auf den Bananenplantagen der Französischen Antillen eingesetzt wurde. Der Verzehr der damit

kontaminierten Lebensmittel habe zu einer erheblichen Vergiftung der gesamten Bevölkerung geführt. Ein kausaler Zusammenhang zwischen der Chlordecon-Belastung und dem Risiko für Prostatakrebs wird als wahrscheinlich angesehen.

Mäßig wahrscheinlich wird der Zusammenhang zwischen Glyphosat und Non-Hodgkin-Lymphomen bewertet. Weniger eindeutig stellten sich mögliche Zusammenhänge für das Multiple Myelom und Leukämie dar. In Versuchen traten übermäßige Fälle von Tumoren nur bei sehr hohen Glyphosatdosen und nur bei bestimmten Nagerstämmen auf.

Für die umstrittenen SDHI-Fungizide, die seit 30 Jahren eingesetzt werden und die Zellatmung der Zielarten hemmen, gibt es praktisch noch keine epidemiologischen Daten über die gesundheitlichen Auswirkungen für Landwirte oder die Allgemeinbevölkerung. Eine krebserregende Wirkung bei Ratten oder Mäusen konnte bei einigen Studien jedoch bereits festgestellt werden.

Die Autoren des Expertenberichts fordern, dass die Erkenntnisse über die gesundheitlichen Risiken von Pestiziden von den Behörden besser berücksichtigt werden. Auch die indirekten Folgen für die menschliche Gesundheit über die Schäden in Ökosystemen durch Pestizide sollten von Entscheidungsträgern stärker gewichtet werden.

Lena Renner



Faire Preise per Gesetz?

ÉGalim-2 in Frankreich und Decreto-ley 5/2020 in Spanien

Können Gesetze den Landwirten dabei helfen, fairere Erzeugerpreise zu erzielen? Vorstöße in Frankreich und Spanien haben das versucht. Die neuen Gesetzesinitiativen verfolgen das Ziel, den Wert eines Lebensmittels vom Anfang der Kette aufzubauen: von der landwirtschaftlichen Produktion bis zum Verbraucher – und nicht umgekehrt.

Das Gesetz ÉGalim (für États Généraux de l'alimentation) wurde in Frankreich im Oktober 2018 verabschiedet. Sein Ziel war, ein besseres Gleichgewicht der Wertschöpfung in den Lebensmittelketten zu erreichen und die Vergütung der Landwirte durch die Zahlung fairerer Preise zu verbessern. Von zahlreichen Beobachtern wurde es allerdings als unzureichend beurteilt – die Maßnahmen seien zu leicht zu umgehen.

Daher wurde das Gesetz im Oktober 2021 durch ÉGalim-2 ergänzt, das eine Reihe von neuen Vorschriften beinhaltet:

- ❑ So müssen Kaufverträge in schriftlicher Form geschlossen werden und mindestens für drei Jahre ausgelegt sein.
- ❑ Der Vorschlag des Erzeugers ist Grundlage der Vertragsverhandlungen.
- ❑ Klauseln, die eine Neuverhandlung oder automatische Änderung der Preise bewirken, wenn die Konkurrenz zu niedrigeren Preisen verkauft, sind verboten.

rigen Preisen verkauft, sind verboten.

- ❑ Erzeuger und Erstkäufer können Mindest- und Höchstgrenzen vereinbaren, zwischen denen der vereinbarte Preis variieren kann.



- ❑ Nach dem Transparenzgrundsatz muss ein Lieferant in seinen Allgemeinen Verkaufsbedingungen den Anteil der Agrarrohstoffe (und der verarbeiteten Produkte, die zu mehr als 50 Prozent aus Agrarrohstoffen bestehen) angeben. Der Agrarrohstoffpreis ist nicht Teil der Handelsgespräche, was den Preis zugunsten des Agrarproduzenten absichern soll.

- ❑ Der Vertrag muss eine Klausel enthalten, die eine automatische Preisanpassung entsprechend den steigenden oder sinkenden Kosten der Agrarrohstoffe vorsieht, aus denen das Lebensmittel besteht.

Kein Einkauf unterhalb der Produktionskosten

In Spanien wurde 2020 eine neue Verordnung erlassen, die den Einkauf unterhalb der Produktionskosten verbietet. Das Decreto-ley 5/2020 ist eine Konkretisierung des Lebensmittelliefergesetzes und gilt für alle Handelsgeschäfte mit einem

Umfang von mehr als 2.500 Euro. Es schreibt erstmals verpflichtend vor, dass die Produktionskosten im Vertrag aufgeführt werden. Bei Verstößen drohen Geldstrafen in Höhe von 3.000 bis 100.000 Euro,

bei wiederholten Verstößen sogar Strafen von 100.000 bis zu einer Million Euro.

Das Ministerium wird Indizes veröffentlichen, die zur Ermittlung der Produktionskosten in Verträgen verwendet werden können. Es verpflichtet sich, die Preisbeobachtungsstelle zu erneuern und die Berechnung von Margen bei den wichtigsten Produkten zu aktualisieren. Die Bauernorganisation COAG, die kleine und mittlere landwirtschaftliche Betriebe vertritt, begrüßt das Gesetz als Paradigmenwechsel. Auch die Bauernorganisation UPA, die kleine Landwirte repräsentiert, sprach von einem „historischen Erfolg“. Das neue Gesetz helfe Landwirten dabei, in Zukunft gerechte Preise für ihre Produkte zu erzielen. Es biete Rechtssicherheit, weil es klar festlegt, dass die Käufer für die Zahlung eines gerechten Preises verantwortlich sind.

Fazit für Deutschland

Welche Schlussfolgerungen

können für die Debatte um faire Preise in Deutschland gezogen werden? Marita Wiggerthale, Referentin für Welternährung und globale Agrarfragen bei Oxfam Deutschland e.V., hat einige Aspekte zusammengefasst, die in einem erfolgreichen Gesetz berücksichtigt werden müssten:

- ❑ Preisbildung von unten nach oben: Sie sei eine Voraussetzung dafür, dass Landwirte gerechte Preise erzielen können.

- ❑ Gerechte Verteilung der Wertschöpfung: Um dieses Ziel zu erreichen, ist eine Erhebung von Margen innerhalb der Lebensmittellieferkette notwendig. Sie werden in Frankreich bereits von der Preisbeobachtungsstelle erhoben, in Spanien ist dies geplant.

- ❑ Definition der Produktionskosten: Die neue, unabhängige Preisbeobachtungsstelle sollte auf Basis der Produktionskosten das Spektrum von Referenzerzeugerpreisen ermitteln.

- ❑ Soziale und ökologische Kosten: Die Preisbeobachtungsstelle sollte für wichtige Produkte die Preise ermitteln, welche die externalisierten sozialen und ökologischen Kosten in der Lebensmittellieferkette berücksichtigen.

- ❑ Marktungleichgewicht: Es müssen Lösungen für Märkte identifiziert werden, in denen strukturelle Überschüsse bestehen.

„Wer als Politiker:in faire Preise will, kann den gesetzlichen Rahmen dafür schaffen“, resümiert Wiggerthale. „Faire Preise gibt es nicht ohne faire Marktbedingungen und faire Lieferbeziehungen.“

Lena Renner



Ziemann's Kochschule 2006: Bio-Gourmetkoch Alexander Maus bereitet mit Kindern der allerersten ‚Bio für Kinder‘-Einrichtung ein leckeres Bio-Buffer zu.

Bio von Klein auf

Das Projekt ‚Bio für Kinder‘ hilft Kitas und Schulen bei der Umstellung

Gesunde Ernährung ist wichtig – vor allem für junge Menschen. Wie die Küchen in Schulen und Kitas auf gesunde Bio-Ernährung umgestellt werden können, ist für viele Einrichtungen jedoch eine Herausforderung. Mit ‚Bio für Kinder‘ hat Daniela Schmid, Projektleiterin beim Tollwood-Festival und Mitglied des Münchner Ernährungsrats, einen Vorreiter für funktionierende Bio-Projekte in der Außer-Haus-Verpflegung auf die Beine gestellt.

Bereits 2006 wurde das Pilotprojekt vom damaligen Referat für Gesundheit und Umwelt der Biostadt München gemeinsam mit Tollwood gestartet. Bis 2012 konnten 32 verschiedene Kinderbetreuungseinrichtungen bei der Umstellung auf 100 Prozent Bio-Kost begleitet werden. Ein Online-Bildungstool, der kostenlose Bio-Speiseplaner, werde inzwischen von gut 1.500 Nutzern in ganz Deutschland verwendet.

Speisepläne, Handbuch und Coaching

Der Speiseplaner (verfügbar unter biospeiseplan.de) bietet ernährungsphysiologisch ausgewogene und saisonal abgestimmte Sechs-Wochen-Speisepläne, die entsprechend des Alters und der Anzahl der Gäste berechnet werden. Sie sind mit

praxiserprobten Rezepten hinterlegt und automatisch mit Einkaufslisten verknüpft, welche die durchschnittlichen Einkaufspreise von Bio-Großhändlern im Großraum München umfassen.

Mit einem Aktionshandbuch wird eine ausführliche Anleitung für die Umstellung des Küchenmanagements auf Bio geboten. Zur weiteren Unterstützung können Einrichtungen einen ‚Bio für Kinder‘-Mentor erhalten, der sie in einem mehrstündigen Coaching individuell berät. Dreiviertel der Kosten dafür werden von ‚Bio für Kinder‘ übernommen, ein Restbetrag von 50 Euro muss von der Einrichtung bezahlt werden. Außerdem lädt das Projekt regelmäßig zu Praxis Schulungen und themenspezifischen Workshops ein.

Zielgruppe von ‚Bio für Kinder‘ sind Schulen, Kindergärten und Kindertagesstätten jeder Größe. Bei den Kitas sind Einrichtungen mit nur 25 Kindern dabei, bei den Schulen sind es 500 aufwärts. Das Projektteam, das neben Daniela Schmid noch eine festangestellte Kollegin und rund zehn Honorarkräfte umfasst, setzt sich ganz vielfältig zusammen: aus Köchen, Ernährungswissenschaftlern und Leuten mit Kita-Praxiserfahrung.

Besseres Küchenmanagement für leistbares Bio

„Mehrkosten sind zwar die größte Befürchtung, aber nicht das eigentliche Problem!“, stellt Schmid klar. Am Anfang habe man den Einrichtungen in Zusammenarbeit mit der Stadt München versprochen,



In der Mensa der Ludwig-Thoma-Realschule in München geben Küchenkräfte Bio-Mahlzeiten aus. Der Bio-Anteil der Mensa lag im Dezember 2018 bei nahezu 100 Prozent.

die Bio-Mehrkosten zu übernehmen, dann aber gemerkt, dass die Umstellung eigentlich keine Kostenfrage ist. Durchschnittlich liege der finanzielle Zusatzaufwand pro warmer Hauptmahlzeit bei 30 Cent oder 16,5 Prozent mehr als im Vergleich zur konventionellen Verpflegung vor Projektstart. Die meisten Einsparungen ließen sich durch Verbesserungen im Küchenmanagement erzielen: weniger Fleisch, weniger vorverarbeitete Produkte und mehr regional und saisonal verfügbare Zutaten. Bei manchen Lebensmittelgruppen, wie etwa Hülsenfrüchten und Getreide, gebe es gar keinen großen Unterschied zu den Kosten der konventionellen Ware. Seien Küchenkräfte anfangs aufgrund der engen finanziellen Spielräume in der Regel eher kritisch eingestellt, ließen auch sie sich erfahrungsgemäß vom Mehrwert von Bio begeistern, wenn ihre Schulungszeit als Arbeitszeit aner-

kannt würde. „Wir gehen aber nur auf Einrichtungen zu, wo auch der Wunsch nach einer Bio-Umstellung besteht“, so Schmid.

Aufklärung wirkt

Am Anfang sei oft viel Unwissen über Bio da. „Viele Einrichtungen denken, sie haben schon hauptsächlich Bio – dabei sind in Wahrheit nur die wenigsten Produkte gesiegelt.“ Auch bei den Eltern sei manchmal noch viel Aufklärungsarbeit nötig: zum Beispiel, wenn die Meinung vorherrscht, dass Kinder, um zu wachsen und leistungsfähig zu sein, eine hohe Energiezufuhr und daher möglichst viel Fleisch benötigen. Bei vielen Schulen werde das Thema Bio parallel zur Mensa-Umstellung in den Unterricht mit reingenommen und von verschiedenen Seiten aus betrachtet: in Biologie, Erdkunde oder auch im Ethik-Unterricht. „Unsere Motivation ist auch,

den Ökolandbau voranzutreiben“, so Schmid.

Für die Beschaffung empfiehlt sie die Zusammenarbeit mit einem Hauptpartner, am besten einem Bio-Großhändler. Damit haben die Kitas und Schulen einen Ansprechpartner, der ihnen mitteilt, was gerade im Angebot ist und abverkauft werden muss. Die Umstellung in Städten sei allerdings deutlich einfacher als auf dem Land, wo es nur einen Supermarkt gibt. Der werde zwar teilweise von konventionellen Großhändlern beliefert, die auch Bio im Programm haben – das jedoch oft zu nicht nachvollziehbar teureren Preisen. Bei Einrichtungen in anderen Regionen fehlten dem Projektteam zudem Daten über Großhändler vor Ort, die sie empfehlen können.

Über die Region hinaus

Aktuell werden von ‚Bio für Kinder‘ rund 40 Kitas und

Schulen betreut. Die Umstellung dauere in der Regel etwa ein Jahr lang – danach liege der Bio-Anteil normalerweise bei über 90 Prozent. Seit letztem Jahr wird ‚Bio für Kinder‘ vom Bundesministerium für Bildung und Forschung für eine Dauer von drei Jahren gefördert. Davon abgesehen finanziert sich das Projekt über verschiedene Paten, zum Beispiel das Tollwood-Festival, die Stadtsparkasse München und mehrere Bio-Großhändler.

Der Speiseplaner, der bereits seit 2014 angeboten wird, soll mit den neuen Mitteln auf ein höheres Niveau gehoben werden. Auch an der deutschlandweiten Vernetzung über den Großraum München hinaus wird gearbeitet. Wenn alles nach Plan geht, wird das Ergebnis den Besuchern der nächsten Bio-fach im Februar 2023 präsentiert.

Lena Renner



Von zart bis knusprig

Erwachsene als neue Zielgruppe für Bio-Frühstückscerealien

Das beeindruckend große Marktangebot an Bio-Produkten reicht von Basisprodukten aus unterschiedlichen Getreidesorten bis zu Kompositionen für Feinschmecker, Menschen mit speziellen Ernährungsansprüchen oder Kinder. Produkte regionaler Herkunft, mit Hafer, mit weniger Zucker

und mit Crunchy-Texturen kommen derzeit besonders gut an.

Die aktuelle Marktforschung zeigt, dass rund 80 Prozent der Deutschen regelmäßig Müsli, Cornflakes, Porridge und Co. essen. Einer Statista-Umfrage von 2021 zufolge stehen Haferflocken, Müsli und Flakes bei der Beliebtheitskala auf den ersten drei Plätzen. Ausgewiesene Bio-Qualität und eine regionale Herkunft gehören dabei zu den wichtigsten Auswahlkriterien.

Dass das Angebot an Bio-Cerealien als Zielgruppe inzwischen zwar nicht nur, so aber doch vor allem Menschen ab 18 Jahren anspricht und erreicht, hat gute Gründe. So punkten die naturbelassenen Cerealien mit ihrer Nährstoffzusammensetzung aus reichlich gesunden Ballaststoffen, lange sättigenden komplexen Kohlenhydraten, Mineralstoffen und Vitaminen. Und: Anders als bei konventionellen Produkten leider immer noch der Fall, sind bei Bio keine Pestizidcocktails zu befürchten. Was aber noch mehr zählt, ist das Genussserlebnis bei Geschmack und Biss.

Die Auswahl an Sorten und Geschmacksrichtungen auf dem deutschen Markt ist inzwischen äußerst vielfältig, wie der Blick auf das Sortiment zeigt:

- ❑ Flocken: Monogetreide & Mischungen, kernig & fein, naturbelassen & geröstet
- ❑ Flakes: Corn-, Dinkel- & andere
- ❑ Müsli: Basismischungen (Getreide) & Mischungen mit weiteren Zutaten (Nüsse, Früchte getrocknet / gefriergetrocknet, Kakaostücke, Saaten)
- ❑ Gepoppte & gepuffte Cerealien

- ❑ Crunchys & Granolas
- ❑ Frühstücksbreie / Porridges
- ❑ funktionelle Cerealien mit Gesundheitsplus

Auswahl gibt es auch bei der Verpackung, wo sich haushaltsübliche Kleingebinde und Vorratspackungen finden. Je nach Produktkategorie kommen sie mal im Papier- und mal im Folienbeutel ins Regal, wobei viele Hersteller mit Blick auf den Ressourcenschutz auf 100 Prozent recycelbare Materialien umgestiegen sind und auf einen Clipverschluss verzichten. Die passende Ergänzung bilden lose Cerealien und Zutaten für Unverpackt-Stationen beziehungsweise Produkte im Schraubglas.

Das Design gestaltet sich mal schlicht oder öko-betont und mal peppig-farbenfroh. Nicht selten kommt das Siegel eines Bio-Verbands wie Bio-kreis, Bioland oder Demeter dazu. Vermehrt können die Anbieter außerdem ein Nachhaltigkeitsiegel aufdrucken, etwa WeCare oder planet score.

Obwohl viele der bekannten Bio-Hersteller und Anbieter diesmal nicht als Aussteller auf der Biofach-Messe waren,

gab der Gang durch die Hallen einen umfassenden Eindruck von der äußerst vielseitigen Auswahl an Bio-Cerealien.

Flocken: Die gute Basis macht's

Das Bio-Flockensortiment zeichnet sich durch eine einzigartige Vielfalt aus. Zugleich punktet es mit dem Mehrwert, dass Hafer, Dinkel und, wo möglich, andere Getreidesorten aus Deutschland oder zumindest Österreich stammen. Teilweise wachsen sie sogar direkt in der Region des jeweiligen Mühlenbetriebes. Flocken stecken zudem voller Ballaststoffe; in Form von Vollkornprodukten kommen wertvolle Nährstoffe aus dem Keimling und den Randschichten hinzu.

Bekannt für eine äußerst breite Auswahl ist die Spielberger-Mühle, wozu auch Flocken aus Pseudogetreide beitragen. Die Range für den Bio-Fachhandel reicht von Haferflocken – kernig, Kleinblatt, zart schmelzend – über Roggen und Urgetreide bis hin zu Hirse- und auffällig großen Kamutflocken. Ausgebaut wird derzeit zudem die Linie an glutenfreien Basics. Die meisten Produkte tragen das demeter-Siegel.

Für weitere Abwechslung im Flockenregal sorgen Mehrkornmischungen, wie sie unter anderem die Minderleinsmühle, der Bauckhof und die Antersdorfer-Mühle anbieten. Letztere verwendet ihre 5-Kornmischung aus den klassischen Getreidesorten auch für ihr Basis-Müsli, das daneben zehn Prozent Ölsaaten enthält. Barnhouse wiederum hat aparte, leicht getoastete Hafer- und Dinkelflocken entwickelt, die schon trocken genossen aromatisch-knusprig schmecken. ➤



BODE NATURKOST

BEREIT FÜR DIE REVOLUTION IM MARKT?

IHRE KUNDEN SIND ES SCHON JETZT!

MEHR INFOS:

UNSERE PACKUNG IST PLASTIKFREI! UND IM GARTEN KOMPOSTIERBAR.

www.bode.bio

Qualität und Vertrauen

Würzige Zutaten erfolgreicher Partnerschaft

**Gewürze
Gewürzmischungen
Kräuter
Backsaaten**

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



Nicht zu vergessen sind die Bio-Großhändler wie Bode, Grell oder Naturkost Elckertshausen und reine B2B-Versorger, die zumeist über ein Cerealien-Vollsortiment verfügen. Oft stellen sie daneben für Kunden bestimmte Mischungen her oder füllen für Private Label ab.

Müsli mit und ohne Crunch

Fertig gemischte Müslis gehören ebenso wie Flocken zu den Must-haves im Regal bei Bio-Frühstückscerealien. Es liegt auf der Hand, dass sie von Großhändlern, Marken-

herstellern und Handelsmarken angeboten werden und das in den verschiedensten Varianten.

Wie eine Stichproben-Umfrage der bioPress unter den Anbietern zeigt, greifen die Verbraucher am liebsten zu den Klassikern: zum einen kernige Basis-Müslis mit Sonnenblumenkernen oder Leinsaat, aber meist ohne Nüsse und Rosinen, zum anderen Schoko- und Früchte-Müslis. Was Früchte-Müslis betrifft, arbeiten Bio-Hersteller gern mit getrockneten Fruchtstücken sowie farbkräftigen gefriergetrockneten Beeren. In die gleiche, klassische Richtung gehen Birchermüslis und Hofmischungen.

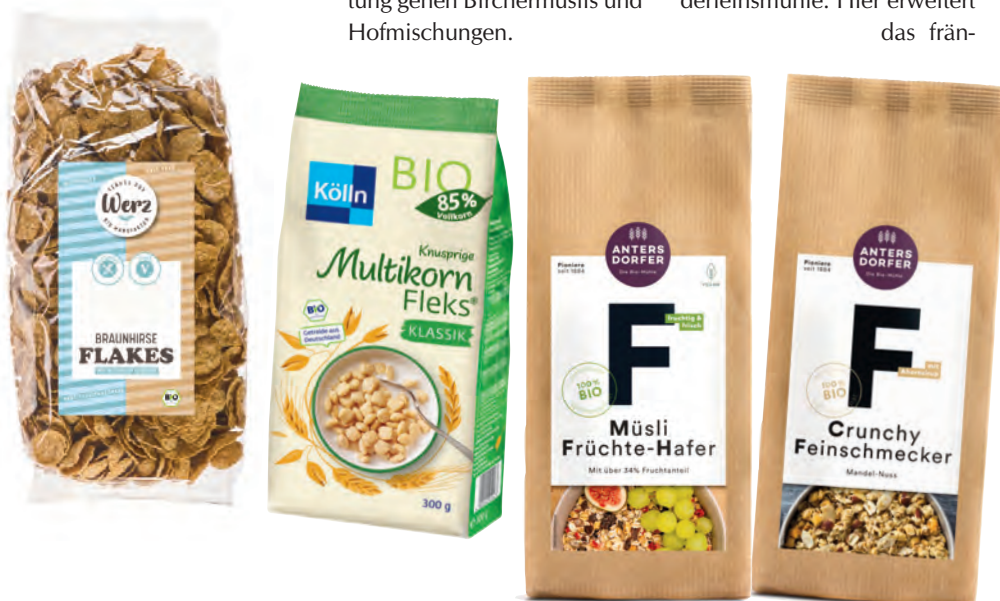
Aus welchen Cerealien könnten Kaufleute ein Standard-Sortiment in Bio-Qualität zusammenstellen? Dafür ist die Auswahl von Campo Verde ein gutes Beispiel. Hafer- und Vierkornflocken sowie Dinkelflakes werden bei dem demeter-Unternehmen mit Basis-, Schoko- und Früchte-müsli ergänzt.

Wer mehr Abwechslung ins Regal bringen möchte, findet bei anderen Herstellern Mischungen mit Gewürzen, mit Amaranth, Kokosstreifen und mehr. In diesen Zusammenhang passen die zahlreichen Müslis von Rosengarten, der Naturkost-Marke von der Minderleinsmühle. Hier erweitert das frän-

kische Unternehmen die traditionellen Varianten durch Premiumsorten mit Superfoods.

Deutlicher beworben werden seit einiger Zeit Knuspermüslis beziehungsweise Crunchys und Granolas. Der Clou dabei sind gebackene, ungleichmäßige ‚Cluster‘ aus Getreideflocken, Süßungsmitteln und Fett. Während Hersteller konventioneller Crunchys zum Backen oft einfaches Palmfett verwenden, sind Bio-Hersteller in der Regel längst auf Sonnenblumen-, Raps- oder auch Kokosöl umgestiegen. Ihre Süße verdanken die Bio-Stückchen mal Agaven-, Reis- oder anderem Sirup und mal heimischem Rübenzucker – der wie alles andere ebenfalls deutlich teurer geworden ist. Angesagt sind freilich Knuspermüslis ohne zugesetzten Zucker, zuckerreduzierte und von Natur aus zuckerarme Sorten. Eine gezielte Auswahl an Zutaten mit einem von Natur aus intensiven Aroma macht es möglich. Der Erfolg dürfte nicht zuletzt daran liegen, dass vor allem Erwachsene das Knuspererlebnis suchen und sich trotzdem nicht ungesund ernähren möchten. Die neuen sommerlichen Hafer-Granolas der Bohlsener Mühle enthalten dem Verbraucherwunsch entsprechend mit rund zwölf statt der üblichen 20 Prozent weniger Zucker als vergleichbare Knuspermüslis. Mal mit Himbeeren, mal mit Bananenchips und Schokolade verfeinert, bilden sie eine stimmige Ergänzung des Cerealienassortiments.

Zu diesem zählen neben 5-Korn Aktivmüslis weitere Knuspermüslis und pure Hafer- oder Dinkel-Crunchys. Je nach Produkt wollte man die passende Verpa-



ohne Gewähr auf Vollständigkeit

Anbieter Cerealien	Homepage
Antersdorfer Mühle GmbH & Co Vertriebs KG	www.antersdorfer.bio
Barnhouse Naturprodukte GmbH	www.barnhouse.de
Bauck GmbH	www.bauckhof.de
Bio-Zentrale Naturprodukte GmbH	www.biozentrale.de
Horst Bode Import-Export GmbH	www.bode.bio
Bohlsener Mühle GmbH & Co. KG	www.bohlsener-muehle.de
Campo Verde GmbH	www.campo-verde.de
Canah International	www.canah.ro
C.F. Grell Nachf. Naturkost GmbH & Co. KG	www.grell.de
Haferkater GmbH	www.haferkater.com
Hammermühle GmbH	www.hammermuehle.de
HEYHO GmbH	www.goheyho.com
Minderleinsmühle GmbH & Co. KG	www.minderleinsmuehle.de
Peter Kölln GmbH & Co. KGaA	www.koelln.com
Spielberger GmbH	www.spielberger.de
Unikornis GmbH	www.unikornis.de
Verival Bio GmbH	www.verival.at
Werz Naturkornmühle GmbH & Co. KG	www.werz.bio
Wholey / Green Grizzly GmbH	wholeyorganics.com

ckung wählen, ergänzt die Bohlsener Mühle. Die fettfreien Müsli- und Porridge-Basisprodukte könnten daher in Papier verpackt werden, wofür sich Crunchys weniger eignen.

Ein Crunchy ist kein Crunchy...

Barnhouse Naturprodukte gilt nicht nur als Pionier für Crunchys, sondern in der Kategorie zugleich als Marktführer im Fachhandel. Dazu tragen regelmäßig

neue Ideen bei: so wie 2021 der ‚Krunchy Oat to the Max‘ komplett aus Hafer-Zutaten oder ein Low Sugar-Krunchy mit gerade mal 3,5 Prozent Zucker.

Genuss steht bei den Frühstückscerealien aber weiterhin an erster Stelle, betont Andreas Bentlage, Marketingleiter bei Barnhouse. Als Beispiel nennt er die Sorte Chocolate-Chunks, ein keksiges Krunchy mit Mini-Cornflakes und Schokostückchen, das genauso zum Frühstück wie als ➤



WILD OCEAN

Aus nachhaltiger Küstenfischerei



MEER BEWUSST SEIN

ARTENVIELFALT ERHALTEN
MEERESGRUND SCHONEN
KLEINFISCHEREI UNTERSTÜTZEN

www.wild-ocean.de

Snack gegen das Nachmittagstief oder den Corona-Blues in die Schale komme. Auf der Biofach präsentierte das Unternehmen nicht nur den aktuellen Verpackungsrelaunch, sondern auch die seit September erhältliche Linie mit Zusatznutzen: für das Immunsystem, als Energiebringer oder Proteinquelle. Bereits im Frühjahr herausgekommen sind XL-Krunchys, die beliebtesten Sorten alternativ im praktischen 1,25-kg-Beutel, womit Barnhouse vielen Verbrauchern entgegengekommen dürfte.

Bode Naturkost gehört zu den Bio-Großhändlern, die die Cerealien für Handels- und Industriepartner mit einer Auswahl an handelsüblichen Kleinverpackungen für Endverbraucher ergänzen. Zusätzlich zu Hafer- und Dinkelcrunchys gibt es die Better Crunchy-Serie nur mit getrockneten Datteln als alternativem Süßungsmittel und je nach Sorte mit gefriergetrockneten Früchten oder anderem verfeinert. Neu sind zugleich deren gartenkompostierbare Folienbeutel.

Startups ergänzen die Anbieterliste, etwa Wholey mit Granolas und Porridges, oder Heyho mit täglich frisch zubereiteten Hafergranolas. Bei beiden deuten die bunte Gestaltung und/oder englische Namen vor allem auf eine jüngere, weltoffene Zielgruppe hin.

Von Flakes bis Puffies

Ein hörbar knuspriger Biss ist auf der anderen Seite charakteristisch für Flakes. Egal ob wie ursprünglich aus

Tipps für das Regal

■ Bei den Frühstückscerealien kommt es auf die Vielfalt der Produkte an. Jeder Kunde hat einen anderen Geschmack. Hier verzichtet man lieber auf zwei Reihen, sondern geht auf eine Reihe pro Produkt. Alle Zonen sollten im Regal bestückt sein – ideal ist es, mit Monoprodukten in der oberen ‚Reckzone‘ zu beginnen und dann mit den Mischungen in der Greif- beziehungsweise Blickzone fortzufahren. (Bode Naturkost)

■ Unseren Kunden empfehlen wir, ein breites Spektrum an Produkten abzubilden, um auf die vielseitigen Wünsche der Kundschaft eingehen zu können. So sollten neben dem Grundsortiment an Flocken und Müslimischungen auch Krunchy-Müsli, Porridge oder Müslis für bestimmte Zielgruppen, wie proteinreiche Müslis für Sportler sowie glutenfreie Varianten einen Platz haben. Und Dinkel als Alternative zu Hafer wird bei Endverbrauchern immer beliebter. (Grell)

Mais, sprich Corn, aus Dinkel, Hafer oder – wie bei Werz – glutenfreiem, dunklem Buchweizen, spricht das Bio-Siegel für sich: Gentechnik und künstliche Aromastoffe sind tabu. Dazu kommen besondere Herstellungskriterien. Manche Hersteller heben hervor, dass ihre Flakes traditionell gewalzt werden, andere bieten alternativ eine ungesüßte Variante oder Miniflakes an.

Vergleichsweise hochmodern sind gepuffte Cerealien, die sich sowohl einzeln als auch in vielen Müslis finden. Deren luftige Textur und vergrößertes Volumen erzielen die Bio-Hersteller durch ein kurzes Dampferhitzen unter Druck.

Prädestiniert für das Verfahren sind die normalerweise sehr kleinen Amaranth- und Quinoasamen. Werz, bekannt für Vollwert und

Glutenfreies, hat den Trend in Form von gepuffter Hirse aufgegriffen und ergänzt damit die Auswahl an reinen Cerealien ohne weitere Geschmackszutaten.

Viele der knusprigen Bio-Cerealien landen nicht nur im Müsli oder Joghurt, sondern werden einfach pur zwischen durch geknabbert, macht auch Kölln die Erfahrung. Die Bio-Multikorn Fleks des Flockenexperten präsentieren sich jetzt mit mehr Vollkorn, weniger Salz und Zucker – letzterer ebenso wie die verwendeten Getreide aus Deutschland.

Haferbrei gewinnt als Porridge

Bio-Getreidebreie oder -Porridges im Handel machen es einfach und schnell, mit einem gesunden Frühstück zu starten. Bereits fertig vorbereitete, zerkleinerte Flocken, Schrot oder Kleie mit Geschmackszutaten müssen dazu nur mit warmer Milch oder anderer Flüssigkeit aufgegossen werden. Marketingleiter der Spielberger-Mühle Axel Frerks hebt die Konsistenz ihrer Porridges, die dem schottischen Vorbild entspre-

che, hervor. Diese verdanken sie der Mischung aus Großblatt-, Kleinblatt- und Zartblatt-Flocken mit gemahlenden Flocken.

Für Nachschub sorgen Porridges unter anderem von Bauck, Rapunzel, Rosengarten und Spielberger sowie Verival bio oder Wholey. Gefragt sind die schnellen Breie durchaus nicht nur in der kalten Jahreszeit. Ideen für den Sommer hat Verival in der umfassenden Auswahl an Cerealien fürs Frühstück: Porridge Erdbeer-Chia kann ganzjährig Appetit machen, genauso wie die sogenannten Sport-Porridges mit Frucht.

Wholey will ernährungsbewusste Personen erreichen, indem die Basiszutaten der veganen, dattel-gesüßten Porridges gekeimt sind. Reisflocken oder Dinkelgrieß ergeben die sogenannten Hot Bowls, die bereits Haferdrinkpulver enthalten und für ein cremiges Ergebnis nur kurz mit Wasser aufgekocht werden müssen.

Ein zweites Beispiel für ein Startup ist Haferkater aus Berlin. Das Unternehmen setzt auf milchfreie ready-to-eat Porridges. Die kühlpflichtigen Becher gibt es in den eigenen Stores an Bahnhöfen und ähnlichen Anlaufpunkten sowie auch für den Einzelhandel.

Zusatznutzen für die Ernährung

Vermehrt werden auch bei Bio-Cerealien funktionale Mehrwerte betont. Neben zuckerärmeren Produkten zählen dazu die vielen glutenfreien Sorten aus kontrolliertem Hafer oder Pseudo-Cerealien. Die Hammelmühle zeigt mit Crunchys, Cornflakes, Buchweizenflocken und Haferporridges, dass sämtliche Kategorien möglich sind.



Barnhouse Naturprodukte GmbH



Baukholz-Sprecher Daniel Bieling stellt fest, dass bei den Basisprodukten vor allem die klassischen glutenfreien Haferflocken sowie die Haferflocken in demeter-Qualität gefragt seien. Nicht von ungefähr kündigt auch die Spielberger Mühle einen Ausbau der glutenfreien Produkte im Herbst um gleich fünf weitere Sorten an.

Protein-Müslis stellen eine weitere derzeit populäre Gruppe dar. Statt Molken-Protein verarbeiten Bio-Anbieter pflanzliche Alternativen. Die zuletzt neu ins Regal gekommenen Protein-Müslis der BioZentrale verdanken ihre über 30 Prozent Eiweiß Sonnenblumenkernen und Sojaflocken. Barnhouse setzt im Plus Protein-Müsli rote Linsen ein, wobei Erdbeere und Vanille für fruchtig-süßen Geschmack sorgen.

Als wiederentdecktes heimisches Superfood steht Hafer an erster Stelle, was das Korn besonders dem hohen Gehalt am Ballaststoff beta-Glucan verdankt. Nach und nach spricht sich herum, dass Gers-

te beim Gehalt quasi gleichauf steht.

Beim Hanf, der ebenfalls zum Superfood gezählt wird, verfügen die nussigen Samen über hochwertiges Eiweiß und wichtige ungesättigte Fettsäuren. Auf der Messe präsentierten Hanf Natur und Canah aus Rumänien Cerealien aus und mit Hanf. Canah greift mit bisher drei Sorten Hafer-Hanf-Granola mal den Trend nach weiteren gesundheitlichen Mehrwerten (low sugar oder Protein) und mal nach mehr Geschmack (Kakao) auf. Der verwendete Hanf stammt aus

Europa, die Haferflocken sind glutenfrei.

Die Tatsache, dass durch ein Ankeimen der Nährstoffgehalt von Getreide steigt, kommt nicht nur bei Wholey zum Tragen. Gekeimte Körner und Crunchys sind auch das Spezialgebiet von Unikornis aus Bayern. Unter der Marke Dr. Sprout gibt es Crunchys aus gekeimten Dinkelflocken oder Buchweizen und fein gemahlene Hafer, abgeschmeckt mit Früchten, Kakao, fermentierter Reiskleie oder Leinöl und Bifidokulturen.

Die Technologie aus kontrol-

lierter Keimung und schneller, schonender Trocknung unter 40 Grad Celsius sorgt für eine hohe Bioverfügbarkeit und den Erhalt der Nährstoffe, betont Firmenchef Andreas von Kornis. Dank des reduzierten Feuchtigkeitsgehalts wiesen die Produkte eine lange Haltbarkeit auf, wozu auch die Abfüllung in luftdicht verschlossenen Dosen beiträgt. Zu den Abnehmern gehören zum einen MyMuesli, Seitenbacher und andere Weiterverarbeiter, zum anderen der Einzelhandel.

Bettina Pabel



Mehr Fokus auf Verbraucherschutz durch Green Claims & CSR

VerbraucherInnen stehen beim Wocheneinkauf vor der Wahl zwischen Produkten, die mit vielerlei Umweltaussagen, sogenannten Green Claims, werben. Der eine Joghurt ist ‚nachhaltiger‘, der andere ‚klimaneutral‘ und ein dritter ‚umweltgerecht‘. Aber was bedeutet das konkret? Und wie wird das gemessen? Diese Fragen bleiben meist offen.

Green Claims belastbar machen

Die EU-Kommission greift dieses Problem nun auf und veröffentlichte im März dieses Jahres einen Änderungsvorschlag der Richtlinien 2005/29/EG und 2011/83/EG. Darin legt sie eine Vielzahl von Maßnahmen vor, mit denen die EU-Wirtschaft grüner werden soll und die Verbraucher bei ihrer Kaufentscheidung unterstützt werden können. Das Ziel der Maßnahmen ist unter anderen die Stärkung des Verbraucherschutzes in Bezug auf unlautere Praktiken durch bessere und klarere Informationen auf

den Produkten. Allgemeine Umweltaussagen, wie ‚ökologisch‘, ‚umweltgerecht‘ oder ‚klimaneutral‘ sollen daher verboten werden, wenn sie nicht mit Hilfe von Belegen nachgewiesen werden können, bzw. auf dem Produkt selbst konkretisiert werden. Die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL) begrüßt, dass Nachhaltigkeit dadurch gefördert und die Transparenz auf dem Produkt erhöht werden soll. Denn wir gehen, wie auch die EU-Kommission, davon aus, dass die Verbraucher eher in der Lage sein werden, für die Umwelt förderliche Produkte zu wählen, wenn sichergestellt ist, dass die Umweltaussagen auf dem Produkt präzise und zutreffend sind. Dies fördert im Sinne des Nudging-Ansatzes die Entscheidung hin zu nachhaltigeren Produkten durch veränderte Rahmenbedingungen. Gleichzeitig wird mit Hilfe der neuen Green Claims-Richtlinie verhindert, dass Aussagen beliebig auf einem Produkt angegeben werden können, wenn sie nicht konkretisiert und umfassend belegt werden.

Orientierung bieten durch etablierte Siegel

Zu bedenken ist aber die Gefahr, dass durch das Verbot des Begriffs ‚ökologisch‘ das Bio-



AÖL / Romolo Tavani

Siegel, insbesondere der Artikel 30 und Anhang IV, ad absurdum geführt werden. Denn nur im englischen Sprachgebrauch werden die Begrifflichkeiten ‚organic‘ und ‚ecological‘ klar unterschieden, was unter anderem im Deutschen nicht möglich ist. Synonyme wie ‚Eko‘, ‚Eco‘, ‚Öko‘, usw. sind in der Bio-Verordnung VO (EU) 2018/848 verankert und dadurch als Synonym für

‚Bio‘ und ‚organic‘ geschützt. Dies würde ein Begriffsverbot der Aussage ‚ökologisch‘ konterkarieren. Die vorgestellten Änderungsvorschläge in Bezug auf ‚Green Claims‘ können auch Auswirkungen auf den Product Environmental Footprint (PEF), ein Nachhaltigkeitslabel, haben, an dem die EU-Kommission bereits seit über zehn Jahren arbeitet.



sarayu_tsy / stock.adobe.com

Auf Grund der weitreichenden Auswirkungen auf die gesamte Branche und der Widersprüche zwischen dem Bio-Siegel und der Green Claims-Verordnung empfiehlt die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller erneut, dass die EU-Kommission das bereits etablierte EU-Bio-Siegel weiterentwickelt und künftige Umweltaussagen darauf aufbaut. Gleichzeitig bilden privatwirtschaftliche Zertifizierungen wie ‚WeCare‘ und ‚ZNU‘ positive Beispiele, wie ganzheitliche Nachhaltigkeitsmanagementsysteme aussehen können. Daher sind sie ebenfalls ein Beispiel, an dem die EU-Kommission sich orientieren könnte.



Unternehmensverantwortung im gesellschaftlichen Kontext stärken

Ein weiteres Thema, das dem Verbraucherschutz dienen soll und momentan in Brüssel behandelt wird, ist die neue CSR-Richtlinie (Corporate Social Responsibility) der Europäischen Union. Auch dazu gab

es eine Änderung, die Richtlinien 2013/34/EU, 2004/109/EG und 2006/43/EG, sowie die Verordnung (EU) Nr. 537/2014 betreffend. Mit Hilfe dieser Änderung möchte die Kommission Berichtspflichten über ökologische und soziale Nachhaltigkeit der betroffenen Unternehmen einführen. Zusätzlich wächst auch die Anzahl der von der Richtlinie betroffenen Unternehmen. Waren bisher nur „Unternehmen von öffentlichem Interesse“ und solche mit mehr als 500 Mitarbeitern betroffen, gelten die Berichtspflichten demnächst für alle Unternehmen ab 250 Mitarbeitern, unabhängig von einer Börsennotierung. Des Weiteren gilt die Berichtspflicht, wenn eine Bilanzsumme von 20 Millionen Euro oder ein Umsatz von 40 Millionen Euro überschritten werden.

Diese Ausweitung der CSR-Richtlinie birgt die Chance, dass die Verbraucher besser über die Auswirkungen der

Unternehmenstätigkeiten im Bereich von Umwelt und Menschenrechten informiert werden. Die EU setzt hiermit ein deutliches Signal gegen Greenwashing und für Menschenrechte und die Natur. Gleichzeitig entsteht durch die CSR-Richtlinie eine Vergleichbarkeit durch einheitliche Standards im Bereich der Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Begrüßenswert ist auch die längere Übergangsfrist für kleine und mittelständische Unternehmen und die Möglichkeit, sich bei der Berichterstattung an anderen Standards auszurichten, welche „in einem angemessenen Verhältnis zu den Kapazitäten und Ressourcen“ stehen. Gerade für betroffene Unternehmen, die meist im Tagesgeschäft mit begrenzten personellen und finanziellen Kapazitäten auskommen müssen, ist dieses Vorgehen positiv.

Der weitere Fahrplan der EU sieht vor, dass im Herbst 2022 EU-Standards für die Nachhaltigkeitsberichterstattung vorgelegt werden, die CSR-Richtlinie konkretisiert und schlussendlich verabschiedet wird. Zusätzlich soll bis Ende Oktober 2022 ein Sektor-übergreifender Standard im Entwurf verabschiedet werden.

Maximilian Falkenberg

Green Claims:

Als Green Claims werden Angaben bezeichnet, welche den Verbrauchern zeigen sollen, welchen Umwelteinfluss ein(e) Produkt/Dienstleistung/Marke/Unternehmen hat. Viele Unternehmen nutzen solche Green Claims, um ihre Produkte hervorzuheben und besser zu vermarkten. Dies geschieht meist mit Hilfe von Logos oder Emblemen.

Corporate Social Responsibility (CSR):

Corporate Social Responsibility, kurz CSR, beschreibt die soziale Verantwortung der Unternehmen. Die CSR-Richtlinie ist bislang die Offenlegungsverordnung für nachhaltige Finanzen und die Taxonomieverordnung und somit ein zentrales Element des Nachhaltigkeitsberichterstattungssystems der EU. Ziel ist es, einen konsistenten und kohärenten Fluss von Nachhaltigkeitsinformationen entlang der finanziellen Wertschöpfungskette zu schaffen. Gleichzeitig soll auch mehr Transparenz in die Lieferkette und in die Vorstandsetage gebracht werden. So bezieht sich die unternehmerische Sorgfaltspflicht nicht mehr nur auf die soziale, sondern auch auf die ökologische Notwendigkeit.

Product Environmental Footprint (PEF):

Der PEF ist eine politische Initiative der EU-Kommission, die zum Ziel hat, eine Nachhaltigkeitskennzeichnung zu entwickeln und für Lebensmittel einzuführen. Die Berechnung wird mit Hilfe einer Lebenszyklusanalyse durchgeführt. Ziel des PEF soll sein, den Verbrauchern die Entscheidung für ein nachhaltiges Produkt zu vereinfachen. Kritisch ist zu sehen, dass viele Bio-Aspekte, wie beispielsweise Biodiversität, nicht betrachtet werden und die konventionellen Hersteller bei den Berechnungen bevorzugt werden könnten, da die PEF-Kennzeichnung vor allem auf die Effizienz eines Unternehmens abzielt.



Bio-Mehrwert muss honoriert werden

Naturland-Chef Steffen Reese im Gespräch mit bioPress

Über 140.000 landwirtschaftliche Mitglieder weltweit, ein eigenes Naturland Fair-Siegel und gleichzeitig Partnerschaften mit den Händlern Aldi und Rewe: Das sind Charakterzüge des größten internationalen Bio-Anbauverbands aus Deutschland. Der Naturland-Geschäftsführer Steffen Reese sprach mit bioPress über die jüngsten Schritte auf dem Weg zum Fairen Handel, die Notwendigkeit, mit konventionellen Strukturen zusammenzuarbeiten und das wachsende Bewusstsein für den Mehrwert von Bio in der Gesellschaft.

bioPress: Herr Reese, was ist die wichtigste Aufgabe von Naturland?

Steffen Reese: Unser Grundziel ist der Umweltschutz und der Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen, verbunden mit allem, was dazugehört: von der Ökolandbau-Forschung bis hin zur Fortbildung und Öffentlichkeitsarbeit.

Was uns von anderen Verbänden differenziert, ist die Thematik der Entwicklungszusammenarbeit und die Verbesserung der sozialen Verhältnisse in der Landwirtschaft, was auch in unserer Satzung verankert ist. Dafür Richtlinien aufzustellen und ihre Umsetzung zu überwachen, ist ebenfalls Aufgabe von Naturland. Die Landwirte können sich nur leisten, gesellschaftliche Mehrwerte zu erbringen, wenn diese auch in Verarbeitung, Handel und in der Gesellschaft anerkannt und finanziell honoriert werden.

bioPress: Kommt denn genug vom Bio-Mehrprijs beim Landwirt an?

Reese: Es ist eine Herausforderung zu gewährleisten, dass alle in der Wertschöpfungskette bekommen, was sie verdient haben. Insgesamt gibt es aktuell rund 265.000 Landwirte in Deutschland. Im Jahr 2000 waren es wahrscheinlich noch 460.000 und 1980 über 800.000. Alle 20 Jahre wird ihre Anzahl halbiert. Das weist ausdrücklich auf ein Ungleichgewicht in der finanziellen Honorierung hin. Der Ökolandbau ist zwar im Gegensatz dazu in den letzten Jahren gewachsen – trotzdem befindet er sich im gleichen System, mit denselben Risiken.

bioPress: Seit 2010 arbeiten Sie mit der Rewe zusammen. Wie hat sich diese Partnerschaft entwickelt?



Foto: Christoph Assmann

Reese: Auch vorher gab es schon ein paar Naturland-Produkte bei Rewe, aber 2010 haben wir uns gemeinsam das Ziel gesetzt, dass möglichst alle Produkte der Rewe-Eigenmarke mit Naturland zertifiziert sein sollen. Die Zusammenarbeit war natürlich ein Prozess, in dem man sich zunächst finden musste. Immer wieder gibt es Diskussionen, in denen Naturland die Mehrwerte seiner Produkte neu darstellen muss. Der Mehrwert wird aber von den Kunden gut angenommen und zunehmend nachgefragt. Wir können von einer positiven Erfahrung sprechen.

bioPress: Und wie sieht es mit der neuen Zusammenarbeit mit Aldi aus?

Reese: Die ist noch in der Vor-

bereitungsphase und wird erst im nächsten Jahr konkret werden. Unser Ziel dabei ist, noch mehr Verbraucher für Bio zu gewinnen und in der Breite schneller etwas zu verändern. Die Erfahrung von unseren bisherigen Partnerschaften mit dem Handel ist, dass sie dabei helfen, den Mehrwert von Bio in der Gesellschaft zu honorieren.

Ich denke, der Handel hat erkannt, dass es nicht nur um den günstigsten Preis geht, sondern auch um die beste Nachhaltigkeit. Zumindest werden die eigenen Nachhaltigkeitsbestrebungen sehr eifrig kommuniziert. Handelsunternehmen sind dabei teils schon weiter gegangen, als die Politik sich getraut hat – zum Beispiel beim Vorha-

ben der Discounter, nur noch Fleisch aus den höheren Tierhaltungsstufen zu verkaufen.

In der Politik basieren immer noch zu viele Übereinkünfte, wie etwa die Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen, auf Freiwilligkeit. Wenn keine politischen Rahmenbedingungen gesetzt werden, wird aber der ungehemmte Kapitalismus letzten Endes auch nicht gebremst. Das hat uns dazu gebracht, zu schauen, ob wir gemeinsam mit dem Handel unsere Ziele besser erreichen können.

Um die Zusammenarbeit mit dem Handel zu verbessern, haben wir übrigens vor kurzem eine Allianz gegründet, für eine ‚Faire und Ökologische Marktwirtschaft‘ (FÖM). Mitglieder sind unter anderen die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller, der Bundesverband Naturkost Naturwaren, die Gepa, Demeter und Bioland. Zusammen haben wir fünf grundsätzliche Handelspraktiken (fair trade practices) für einen fairen Umgang erarbeitet und setzen nun darauf, dass diese Absichtserklärung von den Handels-Unternehmen unterzeichnet wird und auf dieser Grundlage ein regelmäßiger Austausch stattfindet.

bioPress: Der Handel agiert zentralistisch und macht es den Kaufleuten nicht leicht, ein breites Bio-Vollsortiment zu entwickeln. Gibt es bei Naturland Strategien dafür, Bio besser in die Fläche zu bringen? Und sehen Sie Chancen dafür, eine dritte Schiene für Bio zu etablieren – neben Fachhandel und Zentralen?

Reese: Ich glaube, dass ein Filialist künftig viel lokaler denken und arbeiten muss, um mehr Regionalität für den Kunden vor Ort erlebbar zu

machen. Eine kapitalistische Optimierungsfabrik kann nicht die Zukunft des Handels sein. Der Einkaufsgenuss wird einen neuen Stellenwert bekommen und dazu gehört auch Transparenz über die Herkunft. Wir brauchen eine Regionalisierung des Einkaufs, aber dieser Wandel wird nicht von heute auf morgen passieren. Aktuell läuft eben noch das meiste über die Zentralen und deshalb erreichen wir nur eine Verbesserung, wenn wir auch mit zentralen Strukturen zusammenarbeiten.

bioPress: Um Fairen Handel zu gewährleisten, hat Naturland ein eigenes Naturland Fair-Siegel entwickelt. Was können Sie uns darüber erzählen?

Reese: 2005 haben wir damit begonnen, auch soziale Richtlinien in die Naturland-Zertifizierung mitaufzunehmen. Dann sind wir noch einen Schritt weiter gegangen und haben eine eigene Zertifizierung für den Fair-Bereich entwickelt. Diese wurde einerseits von unseren Mitgliedern im globalen Süden gewünscht. Andererseits wollten wir damit auch die nördliche Hemisphäre miteinbeziehen und das Bauernsterben in Deutschland bremsen.

Eine der Herausforderungen besteht in der Thematik der Mindestpreise hinsichtlich der sozialen Gerechtigkeit. Dabei Nord und Süd zu verbinden, ist so schwierig wie zwingend. Das muss auch berücksichtigt werden, wenn aktuell Orientierungspreise in Deutschland für ökologische Mehrwerte diskutiert werden.

bioPress: Das internationale Engagement unterscheidet

Naturland von anderen deutschen Anbauverbänden. Auf wie viele Mitglieder kommen Sie aktuell weltweit?

Reese: Aktuell haben wir 4.800 Mitglieder in Deutschland, 1.000 in Österreich und 135.000 Bäuerinnen und Bauern im Rest der Welt, die nach Naturland-Standards arbeiten. Die meisten von ihnen sind in Kooperativen organisiert, zum Beispiel im Tee-, Kakao-, Kaffee- oder Bananen-Anbau. Früher waren wir international nur im Pflanzenbau tätig. Heute haben wir etwa mit einem Feta-

Produzenten in Griechenland auch den Bereich der Tierhaltung dabei, was eine zusätzliche Herausforderung darstellt.

bioPress: Früher war die Umstellung auf Bio ja noch viel einfacher, weil mit den Jahren immer neue und strengere Regeln dazugekommen sind. Wäre es nicht besser, die Einstiegsschwelle niedriger zu setzen und anschließend die Qualität weiter zu steigern?

Reese: Ich bin sehr froh über unseren heutigen Naturland-Standard. Ein Ärgernis ist aber der ständig wachsende bürokratische Aufwand. Waren beispielsweise unsere Naturland-Gärtner früher einen Tag in der Woche mit Büroarbeit beschäftigt, so müssen sie heute quasi täglich ins Büro, um alle Anforderungen aus Brüssel oder Berlin zu erfüllen. Und für die eigentliche Arbeit im Feld brauchen sie dann angestelltes Personal. Die gesetzlichen Anforderungen sind zwar teilweise sinnvoll, teilweise aber auch kontraproduktiv. Gleichzeitig

sind die Anforderungen in Bezug auf die Anstellung von Arbeitskräften gestiegen. Einerseits richtig, andererseits Puzzlestein des Strukturwandels.

Früher war dafür die Vermarktung von Bio-Produkten viel schwerer – die Betriebe mussten einen Großteil ihrer Ware als konventionell verkaufen. Heute stellen sie um und können sofort fast alles als Bio vermarkten.

bioPress: Wie sieht es mit Ihrer Beziehung zu den Verbrauchern aus?

Reese: Vor 20 Jahren haben die Verbraucher noch wenige Detailnachfragen gestellt. Das hat sich grundlegend geändert. Heute ist im Zeitalter von Klimakrise, Wasserknappheit und sozialer Ungerechtigkeit viel mehr gesellschaftliches Interesse da, vor allem von der jungen Generation. Das heißt, die Kommunikation mit den Verbrauchern über Öko- und Sozial-Themen wird immer besser und tiefergründiger.

Auf der anderen Seite gibt es auch eine Entfremdung – vor allem von der städtischen Schicht – von den Anstrengungen und Nöten der Landwirte. Hier brauchen wir wieder ein gemeinsames Verständnis. Wir arbeiten deshalb mit Stiftungen zusammen, die versuchen, schon bei Kindern ein Bewusstsein für Landwirtschaft und Ökolandbau zu schaffen.

bioPress: Haben Sie noch ein Schlusswort für unsere Leser?

Reese: Wir arbeiten hart daran, die Gesellschaft für den Einkauf der attraktivsten Nachhaltigkeit zu gewinnen. Dazu benötigen wir Unterstützung aus allen Bereichen: den Medien, der Politik, Verarbeitung und Handel und selbstverständlich von der Gesellschaft, von jedem Einzelnen!



Meeting Point BIOimSEH

– supported by Biofach

Erste Sonderschau zum Thema Bio bei Selbstständigen Lebensmittelkaufleuten im Februar 2023

Die Verbraucher sind die aktivsten Treiber von immer mehr Bio. In der aktuellen Krise drängen sie mit ihren Biokäufen bevorzugt in die Discounter, weniger in den Fachhandel. Die Verbände unterstützen mit ihren Labels die Bio-Vermarktung in den großen Verbänden mit ihren Eigenmarken von Rewe und Edeka bis Lidl, demnächst auch Aldi. Das sorgt für Menge. Bio-Markenhersteller sind eher im Naturkostfachhandel zu finden. Diese Markenvielfalt wünscht sich der Selbstständige Lebensmittelhandel (SEH) in seinen Regalen.

Der Naturkostfachhandel ist bisher der Garant für Bio-Vollsortimente. Die Fachhandelsstruktur zeigt sich in der Krisen-Zeit als weniger resilient. Die Verbraucher flüchten in andere Absatzwege. Irrtümlich glauben sie, dort preiswertere Bioprodukte zu finden. Die Angebote im Lebensmittelhandel können die Vielfalt des

Fachhandels heute noch nicht abbilden. Obwohl sich viele der Outlets als Vollsortimenter aufstellen, sind ihre Bio-Sortimente flächendeckend noch weit vom Anspruch Bio-Vollsortiment entfernt. Und ihre Preisstruktur liegt oftmals noch über der im Bio-Supermarkt! Also keine wirkliche Alternative für Bio-Einkäufe.

Bio-Beschaffung

Die herkömmliche Handels-Vorstufe beschäftigt sich nicht wie die Bio-Großhändler ausschließlich mit Bio. Sie scheitert am Spagat zwischen 90 Prozent Beschaffung herkömmlicher Lebensmittel und ihrem relativ kleinen Bioanteil. Ihre Strukturen sind andere, schon das Denken an sich ist völlig unterschiedlich, die Kontakte fehlen und – warum auch anders – das Interesse der Einkäufer ist geprägt von ihrem Alltag. Bio ist da die Ausnahme. Mit ein paar Bio-Beauftragten lässt sich die Struktur nicht auf Bio umbiegen, allenfalls kleine Erfolge erzielen.

Ganz anders die Bio-Großhändler. Sie schaffen das, sie organisieren den Absatz der regionalen Produzenten und Hersteller.

Ein Blick auf die Hersteller zeigt, dass nicht nur die standhaften Bio-Pioniere den Markt versorgen. Viele herkömmliche Produzenten sind heute

biozertifiziert und bieten dem Markt Teilsortimente in Bioqualität. Sie verfügen über die Produktionskapazitäten und wollen nicht still zuschauen, wie Bioproduzenten ihnen Marktanteile wegnehmen. Zudem drängen Start-ups mit modernen Angeboten ins Geschehen und auch viele Anbieter aus dem Ausland. Die Statistik weist 2022 rund 6.600 Unternehmen aus, die sich im Biomarkt tummeln. Rund 100.000 Produkte sind aktuell mit dem Bio-Siegel zertifiziert.

Bio-Absatzmärkte heute

Derweil ist der Bio-Absatz im Mainstream auf annähernd 70 Prozent Umsatzanteil geklettert. Der Naturkostfachhandel nähert sich der 20-Prozent-Marke, das waren vor zehn Jahren noch über 30 Prozent. Obwohl der reale Umsatz dort auch immer weiter steigt, wird die Spreizung immer breiter. Verständlich, wenn man die Zahlen sprechen lässt.

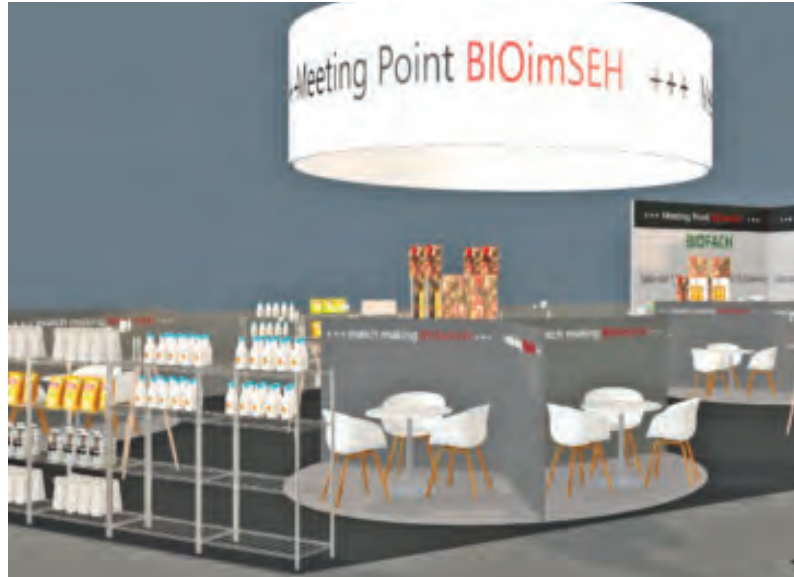
Der herkömmliche Lebensmittelhandel hat sich in den letzten 20 Jahren gewaltig verändert. War um die Jahrtausendwende von den top 100 die Rede, sind es jetzt allenfalls noch die top 50, eher die top 30 oder gar top 20, die den Markt bestimmen. Der Marktanteil der Discounter schwankt zwischen 40 und 50

Prozent. Bio-Angebote sind flächendeckend verfügbar.

Wie heben sich die Vollsortimenter mit ihren Bioangeboten vom Discounter ab? Mit ihren Bio-Eigenmarken, die bevorzugt in ihren Outlets zu finden sind? Oder mit der größeren Zahl an Dachmarken, die aus dem Angebot ein Viel vom Gleichen machen? Das ist, was der Einkauf der Vorstufen zustande bringt. Aus Sicht der Verbraucher nicht ausreichend. Für sie braucht es Bio-Vollsortimente.

Gute Lebensmittelkaufleute nutzen ihre Selbstständigkeit und beschaffen sich in Eigenregie, was nicht im automatisierten Ordersatz zur Verfügung steht. Ein sehr bekannter Lebensmittelkaufmann hat bioPress vor 20 Jahren erklärt, dass er mit seiner Bio-Sortimentsentwicklung nicht auf seine Vorstufe warten könne. Schließlich unterscheide er sich vom Wettbewerb durch Eigenständigkeit mit „angeschlossener Flexibilität“.

Seither hat der SEH viele unterschiedliche Bio-Integrationen ins Gesamtangebot entwickelt. Bioblöcke, je größer desto besser. Für die Anbieter vielleicht, weil ihre Marke so am besten sichtbar wird. Shop in Shop, weil dann der Naturkost-Großhändler liefern darf, was das Herz begehrt. Man kann sich dann als Teil des Fachhandels erklären und weg





Infos für Teilnehmer und Besucher anfordern unter biofach@BIOimSEH.de mehr: www.BIOimSEH.de

sind die Lieferrestriktionen. Und die Belieferung und das Einräumen werden einfacher. Im Grunde genommen steht das Biosortiment dann jedoch im Markt wie ein nobles Ghetto.

Breite und tiefe Bio-Sortimente?

Selbstbewusste Kaufleute gehen den Weg durch alle ihre Sortimente und schaffen eine breite Auswahl zwischen herkömmlichem Angebot und Bio. Großhändler sollten ihren Grundbedarf decken, wozu sich auch immer mehr bereit zeigen. Dann muss noch jeder Widerspruch einzelner Hersteller bzw. Markenanbieter überwunden werden, die sich dem Fachhandel verpflichtet fühlen. Demeter beispielsweise hat das zum Programm gemacht. Wer die Verbands-Vorgaben einhält und einen Vertrag unterzeichnet, wird zum Fachhandels-Partner erklärt und darf beliefert werden.

Kaufleute haben einen weiteren Vorteil. Sie sind sehr stark lokal und regional eingebunden. Da finden sich auch Bio-Lieferanten und der Flickenteppich solcher kleinstrukturierten Bauer/Anbieter-Einzelhandels-Beziehungen schließt

sich immer weiter. Viele Teillösungen ergeben ein großes Ganzes. Fleisch vom Biometzger, Brot vom Biobäcker, Obst + Gemüse von regionalen Biobauern und Biogärtnern, Käse von der Bio-Käserei aus der Region oder Artikel von einem der vielen Spezialgroßhändler, ob Mopro, O + G, TK, Getränke oder Fisch, die Bio ins Programm genommen haben, machen Vielfalt aus. Das gelingt Kaufleuten mit mehreren Filialen besser als anderen, kleineren mit weniger Freiraum für eine eigene zentrale Organisationsstruktur.

Die Rolle der Handels-Zentralen

Der kapitalistisch aufgestellte Lebensmittelhandel zielt auf Zentralismus, weil so der Profit am besten organisiert, kontrolliert und optimiert werden kann. Heute driftet jedoch selbst die Politik weg von den zentral beherrschten Systemen, die den Verbrauchern als übergestülpt erscheinen.

Auch die Handels-Zentralen versuchen, Regionalität und sogar lokale Angebote in den Griff zu bekommen. Aldi Nord trennt sich aber gerade wieder von der Regionalbeschaffung. In den Vorstufen gibt es Unterstützung für Start-ups und kleinere Lieferanten, die mit handwerklicher Qualität und dabei dann auch oft mit Bio-Qualität in die Regale drängen.

Solche Entwicklungen werden den Weg von Bio in den Mainstream weiter begünstigen. Regionale Netzwerke entwickeln sich überall.

Gemeinsame Vorstufen, die für größere Gruppen von Kaufleuten einkaufen, waren vor einigen Jahrzehnten, als Orders und Buchhaltung noch mit Karteikarten erledigt werden mussten, die genialste Lösung. Große Organisationen

konnten den Einkauf besser bewältigen als jeder Einzelne für sich. Heute erscheinen die so entwickelten Strukturen als überkommen. Die Vorstufen existieren jedoch unverändert. Sie verhalten sich noch wie in jenen Zeiten, obwohl die Informationsverarbeitung digitalisiert und um ein Vielfaches schneller geworden ist. Was mehr zählt, ist die Gewinnoptimierung, die auf Zentralismus aufbaut. Das kann sich durch direkte Beziehungen zwischen Erzeugern und Verarbeitern und dem Handel grundlegend verändern.

Bio-Vorstufen

Bleiben Aufgaben übrig und zu bedenken, die den Kaufleuten vor Ort die Arbeit erleichtern, ähnlich den Banken im Geldverkehr. Dazu zählen Beschaffung aus einer Hand oder Abrechnung vieler Lieferungen über eine Stelle. Die Klassiker der Vorstufen.

Doch müssen zentrale Einkäufer auch darüber bestimmen, was gehandelt und angeboten wird? Oder sollte das nicht den Kaufleuten mit ihren direkten Beziehungen zu ihren Kunden überlassen bleiben, weil so die vielfältigen Kundenwünsche besser bedient werden können. Dabei werden digitale Lösungen eine Rolle spielen.

Die Neuorientierung und Transformation der Landwirtschaft, die Bewusstseinsänderung der Verbraucher und die modernen Techniken bieten die Gelegenheit, die Macht des hemmungslosen Zentralismus zu überwinden. 30 Prozent Bio-Anteil im Mainstream wird eine enorme Verschiebung der Beziehungen mit sich bringen. Die Gesellschaft entscheidet sich für andere Lebensmittel. Im Zuge dieser Umwälzung können sich auch die Machtverhältnisse ändern.

Bio-Handel neu denken

Die großen Filialketten sind dabei, weiter zu verschwinden. Die Lust der Jugend auf selbstständige Arbeit wächst. Sich darauf einzustellen wird zur Überlebensfrage. Kreativität statt Unterordnung entscheidet über die Zukunft. Zukunftsfähige Grundlagen sind Lernen und neu Denken, ständige Veränderung, Offenheit, Beziehungen knüpfen und Verständnis entwickeln, nicht mehr Egoismus und friss oder stirb. Abhängigkeiten, Intransparenz als Machtfaktor – alles kalter Kaffee von gestern.

Mit dem Biomarkt steht eine Entwicklung vor uns, die sich nicht weiter bei Eigenmarken und Ausgrenzungen aufhalten darf. Vielfalt im Lebensmittelangebot, handwerkliche Qualität, produktiv gestaltet mit technischer Unterstützung, kurze und direkte Wege, Verbindungen über die eigenen Grenzen hinaus, faire Handelsbeziehungen und Verantwortung für die Produkte korrespondieren schon heute und zukünftig noch mehr mit den Kundenwünschen, anstatt der Illusion von immer mehr, immer besser, immer billiger.

Treffpunkt Biofach

Auf der 1. Sonderschau Meeting Point BIOimSEH auf der Biofach 2023 werden viele anstehende Fragen zur Biovermarktung mit Experten ausgetauscht. Die Sonderschau zeigt auf einen Blick die Bio-Marken-Vielfalt für die Vollsortimenter. Die Bühne im Forum ist offen für Themen der Biovermarktung im SEH, die Experten-Lounge bietet Fachinformationen in Einzelgesprächen und matchmaking-Plätze bringen Lieferanten und Kaufleute zusammen.

Erich Margrander



Streiflichter der Biofach 2022

Qualität statt Quantität: Weniger ist mehr

Nach über zwei Jahren Präsenzpause gab es für die Bio-Branche vom 26. bis 29. Juli endlich ein Wiedersehen in Nürnberg. Mit 2.276 Ausstellern und 24.000 Fachbesuchern war die pandemiebedingt in den Sommer verschobene Ausgabe etwas kleiner als gewohnt. Bei 94 ausstellenden Ländern und 70 Prozent internationaler Beteiligung konnte die Biofach auch in dieser außergewöhnlichen Situation ihren Titel als Weltleitmesse für Bio-Produkte behaupten.

„Der Termin ist nicht ideal, aber der bestmögliche“, sagte Petra Wolf aus der Geschäftsleitung der Messe Nürnberg in der Eröffnungs-Pressekonferenz. Durch die Pandemie seien die Teilnehmerzahlen bei allen Messen zurückgegangen, man wolle das aber positiv nutzen und künftig mehr auf Qualität statt auf Quantität setzen – ohne zwingend jedes Mal neue Besucherzahlrekorde aufzustellen.

Nach der rein digitalen Messe-Ausgabe 2021 sollte die Biofach 2022 im hybriden Format, mit Schwerpunkt vor Ort und einer intelligenten Verzahnung zum digitalen Bereich stattfinden. So wurden Teile des Kongresses live gestreamt und standen anschließend noch als on-demand-Videos zur Verfügung. Ob die Matchmaking-Funktion der Online-Plattform talque für Besucher wirklich einen ersichtlichen Zusatznutzen brachte, ist dagegen fraglich. Viele Tref-

fen wurden wie gewohnt per Mail vereinbart. Der analoge Kontakt und Austausch stand für Besucher und Aussteller im Vordergrund. Negativ fiel die fehlende Möglichkeit auf, die Aussteller nach Warengruppen, Ursprungsland

**„Wir sind sehr stolz
auf unsere
Produzenten.“**

oder Sonstigem in Listen zu sortieren, was einen echten Zusatznutzen durch das digitale Format bedeutet hätte und in der Vergangenheit noch üblich war. Als Messe-Trends wurden dieses Jahr die Kategorien ‚Klimabewusste Produkte‘, ‚Nachhaltige Verpackungskonzepte‘, ‚Heimische Rohstoffe‘ und ‚Authentisches Tierwohl‘ identifiziert, passend zum Oberthema Klimaschutz.

Jetzt erst recht: Bio aus der Ukraine

Während russische Aussteller auf der diesjährigen Biofach nicht zugelassen waren, war das ukrainische Pavillon mit seinen 27 Ausstellern gut besucht. Honig von U'Bee, Beeren von der Ukrainian Berries Association, Walnüsse, Getreidevielfalt, Leguminosen oder Sonnenblumensaaten konnten die Einkäufer dort erkunden. Noch 2020 war die Ukraine der viertwichtigste Bio-Importeur für die Europäische Union, ein Großteil der landwirtschaftlichen Erzeugnisse wird normalerweise exportiert. Schon seit 2014 sind ukrainische Produzenten auf der Biofach vertreten.

Zum Zeitpunkt der Messe waren 20 Prozent der Ukraine von russischen Gruppen besetzt. Die Kriegsschäden in der Landwirtschaft beziffert Andrii Remizov, amtierender Direktor des ukrainischen Exportbüros, auf 4,29 Milliarden Dollar. Knapp 70 Prozent der Betriebe operieren trotz der zerstörten Infrastruktur, dem Treibstoffmangel und unterbrochenen Logistikstrukturen weiter und 42 Prozent konnten ihren Bio-Status behalten. „Wir sind sehr stolz auf unsere Produzenten“, sagte Olena Deineko, Koordinatorin der Organic Initiative Ukraine. Nach dem ersten Schock hat die ukrainische Bio-Plattform bereits im März begonnen, die am meisten betroffenen Erzeuger zu unterstützen. „Alle leiden, aber die Kleinen sind besonders oft in ihrer Existenz bedroht.“ 30 Prozent werden den Markt vielleicht verlassen, schätzt Deineko. Mit Hilfe von Fundraising konnte ihre Organisation über 100 Unternehmen mit einer Summe von 180.000 Euro unter die Arme



Am italienischen Gemeinschaftsstand präsentierten 60 Aussteller ihre kulinarischen Spezialitäten.

greifen, in der zweiten Phase des Hilfsprogramms wurden schon weitere 150.000 Euro gesammelt.

Bio aus Bella Italia

Auf dem Gemeinschaftsstand der Italian Trade Agency (ITA) präsentierten 60 Aussteller aus ganz Italien den Biofach-Besuchern ihre Spezialitäten: erlesene Olivenöle und Aceto Balsamico, frische und getrocknete Nudeln, Kaffee, Backwaren, Trüffel, Pasta-Saucen, Weine und Tomatenprodukte.

„Die Stimmung in den Hallen war beeindruckend und alle unsere Aussteller haben sich sehr glücklich geschätzt, ihre Geschäftspartner wieder persönlich zu treffen und neue Kontakte zu knüpfen. Aufgrund des hohen Stellenwerts des Biosektors in Italien, bleibt für uns die Biofach als Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel eine unabdingbare Plattform für den persönlichen Austausch und das Networking“, resümierte Francesco Alfonsi, Direktor des Berliner Büros der ITA.

Laut den Daten vom Sinab (Nationales Informationssystem für ökologischen Land-

bau) hat die Bio-Anbaufläche in Italien im letzten Jahr um 4,4 Prozent zugenommen und Ende 2021 die Marke von fast 2,2 Millionen Hektar geknackt. Wenn diese Wachstumsrate in den kommenden Jahren anhält, könnte im Jahr 2027, dem letzten Jahr der GAP, ein Wert von 2,7 Millionen Hektar und im Jahr 2030 von drei Millionen Hektar erreicht werden. Bei den Bio-Betrieben wird dank 4.413 Neuzugängen im Zertifizierungssystem ein Zuwachs von mehr als fünf Prozent im Vergleich zu 2020 geschätzt, wodurch sich die Gesamtzahl der Bio-Erzeuger, -Verarbeiter und -Importeure auf 86.144 erhöht.

Qualität aus Peru, Dänemark und Belgien

Eine breite Palette von Produkten – sowohl was pflanzli-

che, als auch tierische Lebensmittel angeht – zeigte der dänische Gemeinschaftsstand, gestaltet von „Bio aus Dänemark“, dem Verband Organic Denmark und 26 ausstellenden Unternehmen. Flüssige Gewürze von Northern Greens, Holunderblütenextrakt von Berrifine, Vollmondkäse von Thise oder täuschend echten Fleischerersatz aus Erbsen und Ackerbohnen von Organic Plant Protein konnten Besucher hier bewundern.

30 Aussteller aus Peru präsentierten Superfood, Rohstoffe und Trockenfrüchte aus Südamerika: ob Ingwerpulver und -saft, Quinoa und Amaranth, gelierte Maca oder Öl und Pulver aus der Pflanze Sacha Inchi. Eine große Vielfalt an Pulvern von Zimt bis Kurkuma aus Indien und China bündelt auch der zwei Jahre junge Großhändler 



20 Prozent der Ukraine waren zum Zeitpunkt der Messe von russischen Gruppen besetzt.

aakansha mit Sitz in Hamburg. Die CO₂-neutrale Herstellung von kaltgepressten Pflanzenölen wird mit der neuen Solar-Ölpressen der Anton Fries Maschinenbau GmbH möglich: besonders interessant für Unternehmen in Entwicklungsländern, die nicht über eine zuverlässige Energieversorgung, aber dafür über viel Sonne verfügen. Handwerklich verarbeitete Chips aus Bio-Kartoffeln der Region boten die wallonischen Unternehmen ‚Les Chips de Lucien‘ und ‚Chips Rebel‘. Beim Schlemmen auf Belgisch helfen auch die Bio-Fairtrade-Schokolade von Belvas oder Biere von der ‚Brasserie des Legendes‘ und ‚SuperfoodBeers‘. Eine spannende Produktneuheit stellte dazu der wallonische Brüh-Hersteller Belfond mit ‚Brothway‘ – einer Brühe zum Trinken aus der Flasche – vor.

Bio-Apfel-Vielfalt aus Südtirol

Der Verband der Südtiroler Obstgenossenschaften (VOG) – gegründet 1945 und mit 4.600 Bauern die größte Vermarktungsorganisation für

Äpfel in Europa – war ebenfalls auf der Biofach vertreten. Sortierung, Verpackung und Vermarktung werden von seinen zwölf zugehörigen Genossenschaften übernommen. Vor 30 Jahren wurde der Bio-Anbau koordiniert gestartet. Werner Castiglioni, Geschäftsführer der Bio-Genos-



senschaft (Biosüdtirol), erwartet dieses Jahr eine sehr gute Ernte mit rund 42.000 Tonnen Äpfeln. Die Ware der 300 zugehörigen Bio-Bauern mit durchschnittlich drei Hektar Anbaufläche sei durchweg verbandszertifiziert, 30 bis 40 Millionen Euro Umsatz werden damit jährlich erzielt. Geliefert wird nach ganz Deutschland, in den Fachhandel, aber auch den LEH – teil-

weise mit verschiedenen Sorten. Wichtig seien langfristige Partnerschaften, um etwa bei Hagelschäden abgesichert zu sein. Insgesamt reicht das Sortiment von Royal Gala bis zu Gold Rush und umfasst 20 Sorten mit unterschiedlichen Erntezeiten, die über das ganze Jahr verteilt sind. Auch

Urlaub auf dem Bauernhof an. Aktuell werde es aber immer schwieriger, Mitarbeiter zu finden. „Familienbetriebe haben es noch leichter – da ist das Personal schon im Haus.“ Positiv sei auch, dass in den letzten Jahren immer mehr Jungbäuerinnen ins Geschäft eingestiegen sind.

Schokolade made in Ghana

Eine Bio-Schokolade, die von der Bohne bis zur Verpackung in Ghana entsteht, hat das Startup fairafic etabliert und ist damit ein Vorzeigeunternehmen für die Wertschöpfung im Ursprungsland geworden. Bislang gibt es noch kein anderes Schokoladenunternehmen, das komplett in Westafrika produziert.

2020 hat das Startup seine eigene, solarbetriebene Fabrik in Ghana gebaut, die erste Produktion konnte bereits Ende des Jahres im November starten. Heute erzeugen 861 Bio-Bauern ihren Kakao exklusiv für das Unternehmen, in der Fabrik sind 88 Mitarbeiter inklusive Management angestellt. Sie bekommen das Vierfache des ghanaischen Mindestlohns, sind kranken-



Pur, auf Brot, zum Kochen und Backen.

Wer Landkrone wählt, genießt Bio, lecker und gut! Denn alle schonend hergestellten Produkte enthalten nur sorgfältig ausgewählte Zutaten aus kontrolliert biologischem Anbau und von bester Güte.

www.landkrone.de

Abwechslungsreicher Streichgenuss.



DE-ÖKO-013

und rentenversichert. Mit 600 US-Dollar pro Tonne Kakao bezahlt fairafric den Landwirten die höchste Kakaoprämie in Westafrika.

Für Milkschokolade wird aktuell Magermilchpulver von Schrozberger verwendet, eine vegane Tafel mit Cashewmilch steht gerade in den Startlöchern. Zusatzstoffe sind auf der Zutatenliste tabu. Eine lange Conchierzeit von 28 Stunden garantiert ein besonders zartes Schmelzergebnis. Die fertigen Tafeln werden unverpackt nach Deutschland transportiert – die Papierverpackungen in Ghana bedrucken zu lassen, sei aktuell noch ein Traum.

„Während Covid haben wir eine Sondereinreisegenehmigung bekommen“, erzählt Melanie Frassen, Sales Managerin von fairafric. Als größtem Lebensmittelverarbeiter der Region ist dem Unternehmen die Unterstützung der Regierung sicher.

In einer Chocolaterie-Schule, die an die Fabrik angegliedert ist, lernen fünf Auszubildende das Schokoladen-Handwerk kennen und bekommen so eine berufliche Perspektive außerhalb der Landwirtschaft.

Gleichzeitig wird dort an neuen Produkten gearbeitet, wodurch bereits Mango- und Ananas-Kugeln mit Früchten aus Ghana entstanden sind. „Über Pralinen lassen sich gut Reste der Schokoladenproduktion verwerten“, erklärt Frassen.

Den Verkauf hat fairafric über die Weltläden in Deutschland gestartet. Heute läuft viel über einen eigenen Webshop und die Produkte sind auch in Österreich, Frankreich, Tschechien, Italien und Ghana verfügbar. Vereinzelt gibt es die Tafeln bereits im deutschen LEH: in ausgewählten Edeka-Filialen und seit kurzem auch bei tegut. Darüber hinaus arbeitet fairafric mit über 100 Unverpackt-Läden zusammen.

Innovation in der Verpackung

Eine nachhaltige Alternative zu Styropor hat das Unternehmen Landpack mit seiner Isolierverpackung aus Stroh geschaffen. Seit 2020 arbeitet es

dafür mit dem Versandhändler ratioform zusammen, wodurch auch die Belieferung von kleinen und mittleren Unternehmen sichergestellt werden könne.

Globale Strukturen in der Beschaffung gebe es bei Landpack nicht. Das Gerstenstroh, das sowohl aus Bio- als auch konventionellen Resten stammt, werde als lokaler Rohstoff aus dem Umkreis von Alling bei München bezogen, wo die Verpackungen gefertigt werden. In der Herstellung wird es entstaubt, von größeren Körnern gereinigt und unter Druck mit Wasser-

dampf desinfiziert. Nur zwei Prozent des Energieaufwands, der für die Herstellung von Styropor vonnöten ist, werde für die Produktion gebraucht. „Stroh ist formstabil und stoßdämmend“, erklärt Thea Hintermeier, Senior Sales Managerin bei Landpack. Die Isolierungswirkung komme auf natürliche Weise durch die im Halm eingeschlossene Luft zustande. Auch ein natürlicher UV-Schutz ist durch die Strohverpackung gewährleistet. Mit der ökologischen Thermobox will das Unternehmen zur Lösung des globalen Plastikproblems beitragen. ➤



Pia Dittmers

Eine Styropor-Alternative aus Stroh präsentierte der Verpackungshersteller Landpack aus Alling bei München.



FLAVEX[®]
Naturextrakte
www.flavex.com • Germany

since 1986



Entdecken Sie die Vorteile unserer CO₂-Extrakte

- ✓ 100% natürliche Pflanzenextrakte
- ✓ Frei von Konservierungsmitteln
- ✓ Einfache „Clean Label“ Deklaration
- ✓ Sparsame Dosierung
- ✓ Hohe Stabilität







Experience the essence of nature



Ob zum Selbstabfüllen aus dem Spender oder rationiert im Mehrweg-Glas – die Themen Unverpackt und nachhaltige Verpackung werden immer wichtiger.

Plastikfrei und Unverpackt

Mit der Vermeidung von Plastik beschäftigten sich viele Unternehmen auf der diesjährigen Biofach. Jürgen Eberle aus Bodnegg bei Ravensburg präsentierte als Messe-Neuling erstmals seine RolliCoats – nachhaltige Ummantelungen von Rollcontainern aus einem wiederverwendbaren, zu 100 Prozent recyceltem Textilgewebe. Im Unverpackt-Bereich in Halle 8 zeigten di-

verse Anbieter, dass die junge Branche trotz Corona nicht stillsteht. Der Großhändler und Bio-Produzent Bananeira liefert sein Sortiment, das von veganer Passata über gefriergetrocknete Himbeeren bis hin zu Bio-Fruchtgummi reicht, in Mehrweg-Pfandsystemen aus. Die Ökofrost GmbH hat eine Tiefkühlpizza ohne Verpackung auf den Markt gebracht. Und in die Breite trägt das Thema Unverpackt das Unternehmen Eco Terra, das mit seinem Tro-

ckensortiment als Lieferant von großen Einzelhandelsketten wie Kaufland, Rewe, Edeka und tegut fungiert.

Neuheiten mit viel bio-vegan

Am Neuheitenstand mit 364 Innovationen machte sich der Trend zu vegan weiter bemerkbar, dem auch ein eigener Ausstellungsbereich gewidmet war. Die Züger Frischkäse AG hat jetzt mit Bio-MozzaVella auf Basis von Mandel und Hafer oder vega-

nen Cottage Drops auch Käsealternativen im Sortiment. Brinkers präsentierte seine neuen ‚So Vegan So Fein‘ Nusscremes in den Geschmacksrichtungen Crunchy Cashew, Haselnuss und Mandel. Die mit Datteln gesüßten Cremes verfügen über einen hohen Nussanteil von 85 Prozent und wurden in Gläsern mit 180 Gramm Inhalt und Metaldeckeln vorgestellt.

Innovationen aus der Käsewelt gab es mit dem Senf Rebelle der Käse Rebellen, der ‚Herzigen Marie‘ – einem würzigen Gouda der Molkerei Söbbeke – oder den Produkt-Neuheiten von Baldauf: Pfeffertrio (mit grünem, rosa und schwarzem Pfeffer), Gartenkräuter, einem cremig-milden ‚Käse für Kids‘ oder dem Käse ‚Kalb & Kuh‘ mit Heumilch aus kuhgebundener Kälberaufzucht. Ab Oktober launcht die Wertform GmbH nicht nur einen neuen Kaffee ‚Barista‘ Crema (ganze Bohnen im 500-Gramm-Pack), sondern auch zwei vegane Cappuccini auf Haferbasis, einmal mit Schokogeschmack, einmal pur (in der 225-Gramm-Dose). Der beliebte konventionelle Hersteller Lavazza bietet derweil auch seine ersten drei Bio-Kaffees an: mit Arabica-Bohnen

**GEGEN
SCHWEIß-
GERUCH!
MIT
MEMBRAN-
SCHUTZ!**

WERDE AKTIV
FÜR DEINE GESUNDHEIT
UND UNSER KLIMA!

**KLIMANEUTRALES
PRODUKT**
certified by fokus-zukunft.com/11221
Klimaneutral durch Kompensation
mit Klimaschutzzertifikaten



Wie jedes Jahr konnten Besucher ihre Favoriten aus dem Neuheitenstand wählen: in den Kategorien Frischeprodukte, Tiefkühlprodukte, drei Mal Trockenprodukte, Getränke und Non-Food.

aus Mittel- und Südamerika sowie aus Ostafrika.

Schwäbische Knöpfle aus Dinkel und glutenfreie Bio-Hafer-Fusilli hat der Hersteller Alb-Gold neu im Gepäck. Nudel-Neuheiten gibt es auch von byodo, mit Cellentani aus grüner Erbse, Spirelli auf Kichererbsenbasis sowie den glutenfreien Varianten Sedani und Casarecce aus Reis-Mais. Dabei, Kindern mehr Gemüse unterzumogeln, hilft die Wiener Rebel Meat GmbH, die in ihren (Rind-) Fleischbällchen und Hühnernuggets unauffällig auch hohe Anteile an Blumenkohl versteckt – ohne Geschmacksverstärker und Zuckerzusatz.

Eine große Auswahl an Demeter- und Bio-Tiefkühlkost verspricht die hessische Erzeugergemeinschaft Demeter-Felderzeugnisse mit ihrer Marke Natural Cool: ob Reibekuchen, Holzofen-Pizza oder eine Fülle an gartenfrisch eingefrorenem TK-Gemüse. Von der Qualität der Demeter-Eismarke Rachelli konnten sich Biofach-Besucher durch Verkostung am Stand selbst überzeugen.

Innovative Publikumsbeliebte

Auch bei den Gewinnern des New Product Awards war das Thema vegan vorherrschend. Wie jedes Jahr konnten die Besucher dafür ihre Lieblinge vom Neuheitenstand auswählen. In der Kategorie der Frischeprodukte gewann Beetgold mit einem knall-orangen Vollgemüse-Pizzaboden. Bei den Tiefkühlprodukten machten tiefgekühlte Eis-Törtchen auf pflanzlicher Basis von NaschNatur das Rennen. Und im Bereich der ‚Trockenprodukte, Kochen und Backen‘ konnte sich die Firma BioVegan mit ihren süßen Backmischungen durchsetzen.

Hans Brainfood wurde gleich zwei Mal ausgezeichnet: einmal für seinen Bio-Schoko-Riegel White Nougat als bester Snack und einmal für die Schoko Protein Creme in der Kategorie ‚Weitere Trockenprodukte‘. Für ihren innovativen Spirit belohnt wurde auch die österreichische Kern Tec GmbH. Aus dem (vermeintlichen) Abfallprodukt Apriko-

senkerne hat das Startup einen – vom giftigen Amygdalin bereinigten – ‚Kern Drink‘ kreiert, der erst im Juli 2022 seinen Markteintritt gefeiert hat und nun in der Kategorie Getränke gewann, gemeinsam mit dem Kikari Bio-Eierlikör der Erzeugerzusammenschluss Fürstenhof GmbH.

Dass Bio nicht Enthaltsamkeit bedeuten muss, zeigt auch der Händler und Importeur Dschinn, der ein breites Angebot von Bio-Spirituosen bündelt, ob Gin, Whisky oder Amaretto. Die renommierte Brennerei Schladerer aus dem Schwarzwald hat mit ihrem Naturschnaps in den Geschmacksrichtungen Birne, Blutorange und Aprikose ebenfalls eine erste Bio-Range gestartet. Für die gesundheitsbewusste Bio-Kundschaft habe man den gewohnten Alkoholgehalt dabei von 40 Prozent auf 30 Prozent gesenkt. Wer es lieber ganz ohne Alkohol mag, kommt mit dem neuen alkoholfreien Sekt von Furore auf seine Kosten.

Die nächste Biofach findet vom 14. bis 17. Februar 2023

statt. Während der Juli-Ausgabe hat die Messeleitung mit dem bioPress Verlag dafür die neue Sonderschau auf der Biofach ‚Meeting Point: Bio im SEH‘ vereinbart. Schon im Februar 2023 soll es rund 300 Quadratmeter Fläche neben der kleinsten Biofach-Bühne geben: mit Programm rund um Bio-Anliegen der selbstständigen Lebensmittelkaufleute, einer Bio Lounge, Beratungstischen und matchmaking-Blöcken sowie einer Präsentation von Markenlogos. Teilnehmen können alle Bio-Anbieter, die den SEH als Zielgruppe nicht scheuen.

Kaufleute aller Verbünde treffen direkt mit Bio-Experten aus allen Bereichen zusammen und diskutieren und informieren sich über lokale und regionale Beschaffung ebenso wie über Sortimente und die Schulung von Bio-Fachverkäufern.

Teilnehmer-Anfragen können ab sofort gerichtet werden an: BioImSEH@biopress.de

Lena Renner



Wie kann die Agrarwende mit 30 Prozent Ökolandbau bis 2030 gelingen? Bei der vollbesetzten Eröffnungsveranstaltung der Biofach kamen hierzu hochkarätige Referenten zu Wort: (v.l.n.r.) Tina Andres, Vorstandsvorsitzende des Bundes Ökologische Lebensmittelwirtschaft e.V. (BÖLW); Cem Özdemir, Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft, und Karen Mapusua, Präsidentin von IFOAM - Organics International.

Kunstfleisch, Fairness und Bio-Züchtung

Der Biofach-Kongress 2022 zeigte Branchen-Herausforderungen in Gegenwart und Zukunft

Bio.Klima.Resilienz.: Unter diesem Motto versammelte die Biofach ihr diesjähriges Kongressprogramm. 123 Veranstaltungen, verteilt auf sieben Foren – darunter Politik, Nachhaltigkeit und ein neues Forum Landwirtschaft – ließen den Besuchern die Qual der Wahl. Von aktuellen Entwicklungen am deutschen Bio-Markt über die Notwendigkeit von mehr Fairness im Handel bis hin zur Brisanz von Bio-Züchtung angesichts der drohenden Deregulierung von Gentechnik gab es viel zu diskutieren und zu erfahren.

„Für 25 Prozent der globalen CO2-Emissionen ist die Landwirtschaft verantwortlich“, zitierte Louise Lutikholt, Chefin des Bio-Dachverbands IFOAM – Organics International, in der Eröffnungs-Pressekonferenz eine Greenpeace-Studie. „Abermals 25 Prozent davon werden durch Kunstdünger verursacht.“ Die Notwendigkeit von Agrarökologie für das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele stehe damit außer Frage – auch um angesichts der steigenden Stickstoffdünger-Prei-

se mehr Unabhängigkeit zu gewährleisten. Der Ukraine-Krieg sei kein Grund, jetzt auf konventionelle Landwirtschaft umzuschwenken. „Jetzt erst recht“ lautet auch die Devise für Tina Andres, Vorstandsvorsitzende des Bundes Ökologische Lebensmittelwirtschaft e.V. (BÖLW). „Die Klimakrise wartet nicht auf das Kriegsende“ und die Bio-Landwirtschaft biete Antworten auf die Klimakrise. Damit die Agrarwende mit dem Ziel von 30 Prozent



NürnbergMesse / Thomas Geiger

Trotz des Online-Angebots von Livestream und Aufzeichnung der meisten Programmpunkte, nahmen viele Biofach-Besucher die Kongress-Veranstaltungen vor Ort wahr.

Ökolandbau bis 2030 in Deutschland gelingen kann, brauche es allerdings noch mehr Rückenwind von der Politik.

„Wer 30 Prozent will, muss mit 30 Prozent mehr Power fördern, als es aktuell der Fall ist“, so die BÖLW-Chefin. 90 Milliarden Euro Schaden würden momentan nach Angaben der Boston Consultant Group jährlich durch die Ernährungsbranche verursacht – „eine volkswirtschaftliche Katastrophe.“ Um das zu ändern, sei ein Ausbau des Etats für Bio-Forschung nötig, es müsse Ernährungsbildung schon im Kleinkindalter angeboten werden, günstigere Bio-Lebensmittel, deren Preise die ökologische Wahrheit sagen, sollten eine gesunde Versorgung ohne soziale Hürden ermöglichen, nicht zuletzt in der Außer-Haus-Verpflegung, und klein-strukturierte Bio-Betriebe bräuchten entsprechende Absatzkanäle.

Regionale Wertschöpfung stärken

„Stadt und Land müssen sich wieder stärker vernetzen“, betonte Marcus König, Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg, in seiner Eröffnungsrede. Landwirtschaft und Ernährung seien eine kommunale Aufgabe und die Bio-Metropolregion Nürnberg mache sich dafür stark, die regionale Wertschöpfung zu fördern und das Lebensmittel-Handwerk attraktiver zu gestalten.

„Bio-Landwirtschaft ist progressive Landwirtschaft.“

Dafür, zielgerichtet Daten über Bio-Verarbeiter zu erheben, sprach sich ein Panel zur Bio-Herstellung in Deutschland aus. Denn: Ohne Datengrundlage auch keine Förderungen. Bohlsener Mühle-Chef

Volker Krause beklagte die Destruktion ländlicher Räume, auch mit ihrer sozialen Komponente. Die Mühlen würden immer weniger und könnten so auch Diversität immer weniger abbilden. Für Sorten wie Hirse, Buchweizen und Leinsaat fehle es den Landwirten an Abnehmern und Verarbeitungsmöglichkeiten.

Mit Nachhaltigen Ernährungssystemen in Stadt und Land setzt sich Burkhard Kape von der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen des sogenannten ‚Nationalen Dialogs‘ auseinander. Zur Förderung des Handwerks gelte es dafür neben der Erhebung von mehr Marktdaten, bürokratische Hürden abzubauen und mehr Fachausbildungsplätze anzubieten. Ernährungsinitiativen wie die Ernährungsräte, die als zivilgesellschaftliche Zusammenschlüsse zukunftsfähige Ernährungssysteme auf lokaler Ebene etablieren wollen, sollten staatlich unterstützt und der Austausch zwi-

schen regionalen Treibern wie Bio-Städten und Öko-Modellregionen vorangebracht werden. Die Unterstützung der EU-Kommission für den Ausbau von Bio sicherte Agrarkommissar Janusz Wojciechowski auf der Biofach zu. „Bio-Landwirtschaft ist progressive Landwirtschaft“, betonte er und bedankte sich bei allen Bio-Landwirten, -Verarbeitern und -Händlern für ihren Beitrag zur Ernährungssicherheit nach zwei Krisenjahren. Um Bio weiter voranzutreiben, sollten 30 Prozent des Agrar-Forschungsbudgets der EU sich künftig auf die Förderung des Bio-Sektors konzentrieren.

Öffentliche Gelder für öffentliche Güter

Ein ebenso hohes Forschungsbudget in Deutschland – statt den aktuell gerade mal zwei Prozent – kündigte auch der neue Grünen-Landwirtschaftsminister Cem Özdemir in ➤



Foto: NuernbergMesse / Thomas Geiger

seiner mit Spannung erwarteten Ansprache an. Damit solle vor allem der Bereich der Pflanzenzüchtung und die Steigerung der Ertragspotenziale im Ökolandbau gefördert werden.

175 Millionen Euro seien im nächsten Jahr für einen Sonderrahmenplan der GAK (Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes) 'Ökolandbau und biologische Vielfalt' vorgesehen, mit dem sowohl Umstellungen als auch Beibehaltungen unterstützt werden sollen. Damit es mit der nächsten Reform der gemeinsamen europäischen Agrarpolitik (GAP) besser läuft, arbeite das Ministerium außerdem schon jetzt an einem Konzept, mit dem die Direktzahlungen nach 2027 durch eine Honorierung von Klima- und Umweltleistungen ersetzt werden sollen: „öffentliche Gelder für öffentliche Güter!“

„Es geht nicht nur um einen Ast, an dem wir sägen – heute geht es um die Wurzel des Baumes selbst, der uns ernährt“, verdeutlichte der Minister den Ernst der Lage. „Lasst uns Naturschutz so erzählen, dass er die Leute berührt!“ Werde Bio von Gegnern als Bremsklotz der Ernährungssicherung diffamiert,

sei es in Wirklichkeit ein wichtiges Vorbild – mit 90 Prozent weniger Ausgaben für Düngemittel und einer besse-

„Jetzt essen wir nur noch Zusatzstoffe.“

ren Krisenresilienz. In puncto Effizienz rief Özdemir dazu auf, auch über „Tank, Trog und Tonne“ zu sprechen: Damit was wir ernten auf dem Teller landet, anstatt in Kraftstoff, Futtertrögen und der Bio-Tonne.

Der Discount boomt, der Fachhandel schwächelt

Nach dem Riesensprung 2020 und dem anhaltenden Wachstum 2021 musste der Bio-Markt in Deutschland in den ersten beiden Quartalen von 2022 erstmals wieder Einbußen verzeichnen. Insgesamt belief sich die Umsatzänderung verglichen mit dem Vorjahreszeitraum von Januar bis Juli nach Angaben der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI) auf minus 5,4 Prozent. Während der

Verkauf bei den Vollsortimenten nur um 1,6 Prozent zurückging, mussten die sonstigen Einkaufsstätten ein Minus von 19 Prozent und der Naturkostfachhandel gar einen Rückgang von 22 Prozent einstecken. Freuen können sich dagegen die Discounter mit einem Bio-Umsatzplus von 11,5 Prozent – die Preisexplosion der letzten Monate scheint sich bereits im Gang zu günstigeren Einkaufsstätten bemerkbar gemacht zu haben.

Vegan weiter im Trend

Gestiegen sind im letzten halben Jahr weiterhin die Einkaufsmengen für pflanzliche Drinks in Bio-Qualität (+7,4 Prozent), für Bio-Fleischersatzprodukte (+5,2 Prozent) und für Speiseöl (4,5 Prozent). Beim Milch- und Fleischersatz fällt auf, dass besonders viele Junge nach den veganen Alternativen greifen. Wenn man die saisonalen Bio-Anteile in der Frische mit dem Jahr 2019 vergleicht, ist selbst im Juni noch ein deutliches Plus auszumachen. Auch weltweit stellt sich das Bio-Marktwachstum aktuell ähnlich wie vor der Pandemie dar.

Mit Blick auf die Bio-Anteile in den verschiedenen Bundesländern stach nach dem Stadtstaat Hamburg mit 13,3 Prozent das Land Hessen mit einem Anteil von 12,9 Prozent hervor. Als Erklärung wies Hans-Christoph Behr, Bereichsleiter ökologischer Landbau und Verbraucherforschung bei der AMI, auf die wichtige Wirkung der in Fulda beheimateten Einzelhandelskette tegut hin. Die nächsten Plätze belegen die Stadtstaaten Berlin und Bremen, gefolgt von den Ländern Baden-Württemberg (10,3 Prozent) und Bayern.

Kunstfleisch: Grauen 4.0

Herausforderungen für das Bio der Zukunft standen auf dem Plan der diesjährigen bioPress-Panels. Kunstfleisch aus der Retorte als neuester „Auswuchs der gegenwärtigen Industrialisierung der Landwirtschaft“, wie der Agrarwissenschaftler Hardy Vogtmann es nannte, bedroht die Existenzen von Millionen Kleinbauern zugunsten einer Produktion in der Hand weniger. „Der wissenschaftliche Erfolg ist schon da, die Frage ist: muss man auch?“, so Vogtmann.

Als „Grauen 4.0“ titulierte die Grünen-Europaabgeordnete Sarah Wiener die Entwicklung „von der Natürlichkeit zur Künstlichkeit“. Seit Jahren nehme der Trend zu hochverarbeiteten Lebensmitteln zu – „und jetzt essen wir nur noch die Zusatzstoffe?“ Dass aber „minderwertige Surrogate aus Bioreaktoren“ keine Lösung des Problems der Massentierhaltung darstellen, steht für sie außer Frage.

Tierhaltung und Pflanzenbau in der Landwirtschaft wieder zu verbinden und einer Entfremdung der Konsumenten von der Produktion entgegenzuwirken, hält Thomas Dosch für den richtigen Weg. Der langjährige Bioland-Chef und jetzige Leiter des Hauptstadtbüros der Tönnies-Unternehmensgruppe wünscht sich eine differenzierte Auseinandersetzung mit der Landwirtschaft und eine Stabilisierung der Herstellung in Deutschland, anstatt mit Schwarz-Weiß-Denken und der Berufung auf Tierleid die Machtkonzentration weniger weiter voranzutreiben.

Dass genau die Tierwohl-Rhetorik jedoch durchaus verfängt, zeigte sich in kritischen Publikumsstimmen, denen das „Kunstfleisch-Bashing“ der Veranstaltung zu weit ging. „Wir haben Gentechnik bis heute erfolgreich bekämpft“, stellte bioPress-Herausgeber Erich Margrander fest. „Kunstfleisch braucht jetzt genauso eine Antibewegung!“

Bio, angekommen im Mainstream

Weiteren Antrieb kann dagegen Bio im selbstständigen Lebensmitteleinzelhandel brauchen. Von seiner inzwischen 600 Quadratmeter großen Bio-Themenwelt in Rostock, die nun stückweise durch Ein-

ordnung in die Regale erweitert wird, erzählte der junge selbstständige Edeka-Kaufmann Stephan Cunäus. Seine Grundsatzentscheidung: Wenn Flächen frei werden, werden die mit bio-regional gefüllt. So will er den Handel revolutionieren und auf die Zukunft vorbereiten.

Für Erzeuger sei die Einlistung bei Edeka gar nicht weiter schwierig, meint er: „einfach die Kaufleute anschreiben oder anrufen!“ Beim Aufbau seiner 250 Meter großen Regionalwelt habe er alle Lieferanten-Gespräche selbst geführt. Allgemein würden die Kaufleute aktuell immer hellhöriger für Bio – auch aus Image-Gründen und aus kaufmännischem Interesse.

„Nur mit Bioläden schaffen wir 100 Prozent Bio nicht.“

„Nur mit Bioläden schaffen wir 100 Prozent Bio nicht“, gesteht Harald Rinklin, Geschäftsführer des baden-württembergischen Bio-Großhändlers Rinklin Naturkost, ein. „Die Frage ist nur, wer es macht.“ Rinklin selbst beliefert hauptsächlich den Naturkostfachhandel, arbeitet aber auch mit wenigen Edekas zusammen – „solche, die nicht zu sehr den Preis drücken, sodass genug für die Erzeuger bleibt.“ Der Fokus liege auf der direkten Zusammenarbeit mit regionalen Händlern vor Ort und festen Partnerschaften. Rinklin kann sich zwar vorstellen, noch et-was mehr im LEH mitzuspielen, will aber andererseits „Kollateralschäden der Masse“ vermeiden und nicht von den großen Marktplayern abhängig sein. „Schnuppern ohne Stress“ sei momentan die Devise.



Die Lieferantenseite des Podiums verkörperte Albert Fuhs, der als Geschäftsführer der Landgard Bio GmbH bereits seit 1997 den LEH mit Bio-Obst und -Gemüse beliefert und mittlerweile bundesweit tätig ist. Sein Ansporn: Bio für die Menschen zugänglich machen, für die normalen Bürger. Die Schwierigkeit für Lieferanten, die in den LEH wollen, sieht er vor allem in der großen Machtkonzentration der Abnehmer. In den 90ern habe es noch um die 100 namhafte Handelshäuser gegeben, jetzt beherrschten sechs große Ketten den Markt, was die Situation für Lieferanten deutlich erschwere. Die kleinen Erzeuger müssten sich mehr zusammentun, um besser verhandeln zu können.

Ökologisches Fairplay

Für mehr Fairness auf dem Markt – sowohl in Deutschland, als auch international – will sich die neu gegründete Allianz ‚Faire und Ökologische Marktwirtschaft‘ (FÖM) stark machen. Ihre Mitglieder sind die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AöL), der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN), die Bioanbauverbände Bioland,

Naturland und Demeter, das Forum Fairer Handel, die Gepa und die Kloth & Köhnken Teehandel GmbH. Ihre Vision ist ein Faires Miteinander im Handel, der Weg von UTPs (unfair trade practices) zu FTPs (fair trade practices).

Dafür haben sie fünf grundsätzliche Handelspraktiken für einen fairen Umgang erarbeitet:

1. Die Konditionen der Verträge sind klar und verständlich formuliert und werden auf Augenhöhe und partnerschaftlich vereinbart.
2. Hersteller und Handel sind beide gleichermaßen an den Kosten für Nachhaltigkeitsstandards beteiligt, die als Grundlage für die gemeinsame Geschäftstätigkeit dienen.
3. Jedes Unternehmen trägt das wirtschaftliche Risiko für seinen Geschäftsbereich.
4. Investitionen werden von jedem Unternehmen selbst getragen, Zuschüsse werden nur in beiderseitigem Interesse vereinbart.
5. Die Verträge enthalten keine Formulierungen, die zu einseitigen finanziellen Belastungen einer der Parteien führen.

Als „ersten Schritt auf der Reise“ erklärte Gepa-Chef Peter Schaumberger die ➤



Über den Wert und Herausforderungen der Bio-Züchtung sprachen (v.l.n.r.) Niklaus Bolliger, Gründer des Bio-Äpfelzüchtung-Vereins Poma Culta; Sabine Kabath, Vizepräsidentin von Bioland; Sascha Damaschun, Geschäftsführer von Bodan Naturkost; Monika Messmer, Gruppenleiterin für Pflanzenzüchtung beim Forschungsinstitut für biologischen Landbau Schweiz (FiBL), und Markus Johann, Geschäftsführer von bioverita.

Absichtserklärung der Allianz, für deren Kommunikation nach außen auf der Biofach der Startschuss fiel. In der weiteren Entwicklung ist geplant, eine Beschwerdestelle für Verstöße gegen die Handelsgrundsätze einzurichten. Der Handel soll außerdem im nächsten Schritt in die Diskussion und zu einer Weiterent-

wicklung der Grundsätze mit einbezogen werden.

Gentechnik: Wahl-freiheit in Gefahr

Neben künstlicher Ernährung und fehlender Fairness am Markt bleibt die drohende De-regulierung der Gentechnik eine der drängendsten Herausforderungen für die Bio-

Branche. Als „Kampfansage an das System Öko“ bezeichnete Tina Andres den für die neue Gentechnik CRISPR/Cas in Aussicht stehenden Wegfall der Kennzeichnungspflicht, und als nicht im Sinne der Verbraucher, von denen über 80 Prozent keine Gentechnik auf ihrem Teller wollen. „Solange Gentechnik drauf-

steht, kauft es keiner“, erklärte Daniela Wannemacher vom Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND). Deshalb sei es den großen Playern ein Anliegen, dass die Kennzeichnung verschwindet. „Die Kommission wird die neue Verordnung als nachhaltig verkaufen und nicht als De-regulierung“, befürchtet Tho-

Die einen nennen es

ZEITVERSCHWENDUNG, wir *Sorgfalt.*

Man braucht viel, ganz viel Geduld, um Bio-Kaffee anzubauen. Ihn von Hand zu pflücken, zu verlesen. Und ganz sanft 11 Minuten zu rösten. Aber es lohnt sich: feinste Arabicas, Espresso oder Single Origins – unversäumt lecker und Fairtrade zertifiziert.

MOUNT HAGEN.
Kaffee für Fortgeschrittene.





Wie gelangen Bio-Hersteller in die Regale des Mainstreams? Darüber diskutierten (v.l.n.r.) Harald Rinklin, Geschäftsführer von Rinklin Naturkost; bioPress-Herausgeber Erich Margrander; Stephan Cunäus, selbstständiger Edeka-Kaufmann, und Albert Fuhs, Geschäftsführer der Landgard Bio GmbH.

mas Graner vom Bundesamt für Naturschutz (BfN).

Aktuell läuft zur Regulierung neuer Gentechnik ein ordentliches Gesetzgebungsverfahren, mit dem die Mitgliedstaaten die EU-Kommission beauftragt haben, wie Martin Sommer von IFOAM Europa berichtete. Eine öffentliche Konsultation, bei der Landwirte, Verarbeiter und andere Bürger nach ihrer Meinung zum Thema befragt wurden, wurde in der Woche vor der Biofach abgeschlossen. Die Mitgliedstaaten und Parlamentarier werden nun im kommenden Jahr ihre Position zu einem Gesetzesvorschlag erarbeiten. Es sei jetzt an der Zeit, das Gespräch mit den zuständigen Vertretern zu suchen. In Deutschland sind sowohl das Ministerium für Landwirtschaft als auch das Umweltministerium und das Ministerium für Bildung und Forschung an der Positionsfindung Deutschlands beteiligt. „Wir brauchen eine konzertierte Aktion und müssen alle aktivieren, an die wir herankommen“, rief Andres auf. Der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) hat zur Durchsetzung des Vorsorgeprinzips und weiteren Kennzeichnung von Gentechnik eine Petition gestartet, die online unterzeichnet werden kann.

Bio von Anfang an

Sollte der schlimmste Fall eintreten und die Kennzeichnungspflicht neuer Gentechnik ausgesetzt werden, liegt ein Ausweg für die weitere Garantie für Gentechnik-Freiheit in der Bio-Züchtung. Bisher stammen noch über 90 Prozent der im Ökolandbau verwendeten Pflanzen aus konventioneller Züchtung.

„Kampfansage an das System Öko.“

Der Schweizer Verein bioverita möchte das ändern und ‚Bio von Anfang an‘ voranbringen. Bereits 131 Gemüsesorten hat er mit seinem Label für Bio-Züchtung zertifiziert. Insgesamt sind über 100 Initiativen in ganz Europa in dem Bereich aktiv, viele davon in Deutschland. Die Unterschiede zur konventionellen Züchtung erläuterte Niklaus Bolliger, der seit rund 20 Jahren in der biologisch-dynamischen Apfelzüchtung aktiv ist. Die Arbeit geschehe nicht in Laboren und hinter Bildschirmen, sondern in enger Zusammenarbeit mit der Praxis. Sie sei auch nicht auf einzelne

Probleme fokussiert, sondern integriert im Bio-System und darum bemüht, neue Pflanzen zu entwickeln, die tauglicher für den Ökolandbau sind.

„Die wissenschaftliche Anerkennung der Bio-Züchtung fehlt oft“, bemängelte Monika Messmer, Gruppenleiterin für Pflanzenzüchtung beim Forschungsinstitut für biologischen Landbau Schweiz (FiBL). Dabei sei es sehr innovative Arbeit, in die etwa auch Big Data Analysen miteinfließen – nur eben ohne technischen Eingriff ins Genom. Anstatt die CRISPR/Cas-Forschung zu fördern, könnten öffentliche Gelder auch in die Bio-Züchtung gehen.

Kommunikation für mehr Kundenakzeptanz

Eine Honorierung des Mehraufwands fehlt auch Sabine Kabath, Bio-Gärtnerin und Vizepräsidentin von Bioland. Von Kunden wünscht sie sich mehr Toleranz mit Blick auf optische Defizite. „Im Handel ist bei Äpfeln aktuell kaum mehr ein Fleckchen tolerabel“, stimmte Bolliger zu. Es müsse daher der Wert der verschiedenen Sorten mit ihren verschiedenen Erntezeitpunkten besser kommuniziert werden.

Die Konsumenten sollten als aktive Partner des Wandels mitgenommen werden, wünscht sich Sascha Damaschun, Geschäftsführer des Bio-Großhändlers Bodan Naturkost. Dafür brauche es eine klare und deutliche Kommunikation. Ideal wären Leuchttürme auf Verarbeitungsebene, da Markenprodukte im Regal eine höhere Standzeit als Obst und Gemüse und eine größere Produktidentifikation mit sich bringen. „Eine Bäckerei mit bioverita-Auslobung wäre super!“, spann bioverita-Geschäftsleiter Markus Johann den Gedanken fort.

„Wir denken an morgen, wirtschaften aber im Heute“, so Damaschun. In einem System, das auf Produktivität ausgelegt ist, gelte es, wieder mehr Platz für Sortenvielfalt im Anbau zu schaffen und der Nische einen Raum freizuräumen. Für die Biofach 2023 steht der gemeinsam mit IFOAM und BÖLW gestaltete Kongressschwerpunkt bereits fest. Vom 14. bis 17. Februar wird dann die Leitfrage ‚Öko-Landwirtschaft, Klimaschutz, Gesundheit: Gesunder Boden – gesunder Mensch – wie hängt das zusammen?‘ in den Blick genommen.

Lena Renner



NürnbergMesse / Frank Boxler

Janusz Wojciechowski, EU-Kommissar für Landwirtschaft und ländliche Entwicklung, und Cem Özdemir, Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft, besuchten das ukrainische Pavillon bei ihrem Messe-Rundgang.

Organic Ukraine: Wir halten die Stellung an der Wirtschaftsfront!

**Die ukrainische Bio-
branche ist seit Jahren
bekannt für ihre star-
ken Auftritte auf der
Weltleitmesse Biofach.
Mehr als 20 Unterneh-
men zeigten auch bei
der ‚Summer Edition‘
vom 26. bis 29. Juli
2022 Präsenz.**

Trotz der Schrecken des Krie-
ges und der vielen widrigen
Umstände zeigte eine zahlrei-
che Delegation des ukrai-
nischen Bio-Sektors in Nürnberg

ihr vielfältiges Angebot. In-
folge des noch immer blo-
ckierten zivilen Flugverkehrs ent-
wickelten sich die Hin- und
Rückreise für viele zu mehrtä-
gigen Roadtrips durch den eu-
ropäischen Hitzesommer. Ge-
treu dem aktuellen Claim
„We need orders – not regrets!“
nutzte die ukrainische Dele-
gation die vier Messetage für den
aktiven Austausch mit Ge-
schäftspartnern und Fachleuten
aus der weltweiten Bio-Ernäh-
rungsbranche. Hochrangige po-
litische Vertretungen wie der
EU-Agrarkommissar Janusz
Wojciechowski sowie der deut-
sche Minister für Ernährung und

Landwirtschaft, Cem Özdemir,
zollten mit ihrem Besuch am
nationalen Pavillon der Ukraine
Interesse und Respekt.

**„Wir brauchen
Aufträge,
kein Bedauern.“**

Zusammen mit Biofachleuten
engagierten sich zudem offi-
zielle ukrainische Vertreter
wie Andrii Remizov, Acting
Director des ‚Entrepreneurship
and Export Promotion Office‘
im Kongressprogramm. Sie
schilderten auf eindruckliche

Weise die Auswirkungen des
russischen Angriffskriegs. ‚Bio-
Ziele im Schatten des Krie-
ges: Wie wirkt sich der mili-
tärliche Konflikt auf die
Agrarpolitik in der MOE-Re-
gion aus?‘ und ‚Ökologischer
Landbau in der Ukraine fünf
Monate nach Beginn des
Krieges – Status Quo und
Ausblick‘ waren die Titel
zweier Highlights. Vernet-
zungsanlässe wie ‚Die Ent-
wicklung des Bio-Sektors in
Osteuropa beschleunigen‘
zeigten Perspektiven für zu-
kunftsorientierte Kooperati-
onen trotz schwieriger Rah-
menbedingungen auf.

Verantwortung und Kooperationsbereitschaft zeigen

Zum Zeitpunkt der Biofach sorgte die Ankündigung sicherer Exportkorridore ab dem Hafen Odessa für Schlagzeilen, unmittelbar gefolgt von russischen Angriffen auf denselben Hafen. Kaum zur Überraschung der ukrainischen Ernährungsbranche, wie Anastasiia Bilych bestätigt. Die Fachfrau mit einem PhD in ‚Nachhaltige Entwicklung im Agrarsektor‘ kennt als Marketingverantwortliche der Bio-Agroindustrial Group Arnika Organic die Herausforderungen aus erster Hand. Den Handlungsbedarf bringt sie mit Winston Churchill auf den Punkt: „It is useless to say: We are doing everything we can. It is necessary to do what is necessary! (Es ist sinnlos zu sagen: Wir tun alles, was wir können. Es muss getan werden, was notwendig ist!)“ und ergänzt das historische Statement mit aktuellem Bezug: „We, at Arnika, do what we have to do and what needs to be done. We are holding our ground on the economic front. (Wir bei Arnika tun, was wir tun müssen und was getan werden muss. Wir halten die Stellung an der Wirtschaftsfrent.)“

Als eines der größten Bio-Agrarunternehmen Europas unterstützt Arnika Organic die Partnerunternehmen der ukrainischen Biobranche auf tatkräftige Weise, etwa mit logistischer Unterstützung bei der Suche nach funktionsfähigen Exportalternativen. Wichtig sei jetzt jedoch weit über die Ukraine hinaus die solidarische Kooperation aller Akteure, betont Anastasiia Bilych: „Jemand muss Verantwortung zeigen und die Führung übernehmen!“

Ukraine-Logistik: Starke Kooperationen und Verantwortungsbewusstsein

Zum Abschlusszeitpunkt dieses Artikels konnten erstmals nach langen Monaten wieder ukrainische Getreidelieferungen ab dem Hafen Odessa über den Seeweg exportiert werden. Das Ende Juli 2022 unter Vermittlung der UNO und der Türkei zustande gekommene Abkommen mit dem anspruchsvollen Ziel ‚sichere Lieferkorridore‘ stellt eine zaghaft positive, aber äußerst fragile Entwicklung dar. Ob und wann sich der Seeweg auch für



Bioprodukte wieder normalisiert, muss sich noch weisen. Kurzfristig sind die Lieferslots und Lagerkapazitäten an den Häfen durch große ukrainische konventionelle Agrarholdings ausgebucht. Gleichzeitig sorgt die Suche nach alternativen Lieferwegen namentlich via verstärkte Nutzung der Bahn- und Flussinfrastruktur für Schlagzeilen. Zumindest für den europäischen Zielmarkt bieten diese Optionen gerade für die Biovermarktung tatsächlich gewisse Zukunftsperspektiven. Dazu ist jedoch der Aus-

bau der Infrastruktur und eine entsprechende Investitionsbereitschaft – sowohl auf politischer wie privatwirtschaftlicher Ebene – der westlichen Kooperationspartner notwendig. Die Fachleute sind sich jedoch einig (siehe Online-Seminar: ‚Kriegen wir noch was raus?‘): Den bewährten und gut ausgebauten Seeweg ab den ukrainischen Seehäfen können diese Alternativen bestenfalls ergänzen, jedoch keineswegs ersetzen.

Peter Jossi

NEU: Bio-Salami Snacks von



ECO-FAIR





DE-ÖKO-005
EU-Landwirtschaft

Das wertvolle ökologisch erzeugte Fleisch dieser Bio-Salami Snacks stammt von Ecoland Bauernhöfen. Die Tiere wurden nach den strengen Richtlinien des Bioverbandes Ecoland artgerecht und liebevoll aufgezogen und mit ökologischem Futter versorgt. Die aromatischen Naturgewürze für diese Bio-Salami Snacks stammen aus ökologischem Anbau von Ecoland-Entwicklungshilfsprojekten in Indien und Afrika: 100% Bio und Fair!








**BÄUERLICHE
ERZEUGERGEMEINSCH
SCHWÄBISCH HALL**

Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall AG
Vertriebsbüro: Raiffeisenstraße 12 • 74523 Schwäbisch Hall
Telefon (0791) 93290 42 • werner.vogelmann@besh.de

B2B Lieferantenverzeichnis

Backwaren



**Mestemacher -
The lifestyle bakery**
Am Anger 16
33332 Gütersloh
www.mestemacher.de

Roggenvollkornbrote und Westfälischer Pumpnickel 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 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 Rohwarenbeschaffung bis hin zur Entwicklung moderner und individueller Produktkonzepte.

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. Anlagentechnik 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.



Ökotopia GmbH
10365 Berlin
Tel.: 030 6980983
info@oekotopia.de
www.oekotopia.org

Fair gehandelte Bio-Rohstoffe: Tee in Premiumqualität, Roh-Kaffee und Kräuter. Fairtrade, Bioland, Gaa, Naturland und Naturland Fair.



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.

Suppe

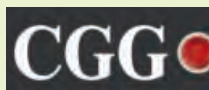


WDM Bio-Fertigprodukte GmbH

Wasserstrasse 10,
15374 Müncheberg
Tel.: 033432 999 684
kontakt@wdm.bio
https://wdm.bio

Veganer Hersteller von Suppen, Eintöpfen, Grillsaucen, Pestos und Aufstrichen für private label und Gastro

Tee



Tea Goetz GmbH

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

B2B-Lieferantenverzeichnis

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

Preise pro Ausgabe

4,80 Euro pro mm bei 32mm Spaltenbreite, 16 Euro pro Zeile,
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.

Anzeigen

Schnitzer



Glutenfreie Black Quinoa Schnitten

Öfter mal was Neues! Dank der Black Quinoa Schnitten von Schnitzer freut man sich schon beim Aufstehen auf die Mittagspause.

13% gemahlener schwarzer Quinoa sowie Kürbis- und Sonnenblumenkerne reichern die Schnitten mit Ballaststoffen, Magnesium, Folsäure und Eiweiß an und machen jedes Essen zum echten Geschmackserlebnis.

Insbesondere wenn es mal schnell gehen muss und man viel unterwegs ist, sind die glutenfreien Black Quinoa Schnitten der perfekte Begleiter. Besonders wertvoll – besonders saftig – besonders lecker.

www.schnitzer.eu

Voelkel



Hygge Glühweine: Natürlicher Genuss für Herbst und Winter

Die neuen Glühweine aus der beliebten Hygge Reihe sorgen auch an kalten Tagen für wohlige Wärme und Gemütlichkeit.

Echter Glühweingenuss, unwiderstehlich lecker – dank erlesener Trauben aus Spanien, winterlicher Gewürze wie Nelken, Zimt und Sternanis und einem Alkoholgehalt von 10 % Vol. Natürlich in Mehrweg.

www.voelkeljuice.de

AlmaWin



Werde aktiv – für deine Gesundheit und unser Klima!

Das klimaneutrale AlmaWin Sport&Outdoor Waschmittel macht Funktionstextilien nicht nur kraftvoll sauber, es befreit Textilien auch wirksam von Schweißgeruch und schützt die Membranfunktion auf natürliche Weise.

Für unser Klima kompensiert AlmaWin den CO²-Fußabdruck des Spezial-Waschmittels entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Damit wir die Bewegung in der Natur auch morgen noch genießen können!

www.almawin.de

Ökotopia



Drachenbrunnentee

China Lung Ching 50g von Ökotopia wird im Teegarten Beishan, in der Provinz Zhjejiang, in liebevoller Handarbeit erzeugt.

Dieser Grüntee ist feinherrlich-duftig, hat ein grünes, lang gezogenes, flaches Blatt in absoluter Spitzenqualität.

Sein kristallklarer Aufguss von jadegrüner Farbe ergibt einen feinen Geschmack und sein delikates Aroma machen ihn für jede Tageszeit geeignet.

www.oekotopia.de

Sommer



Für den gewissen Crunch

Die knusprigen Croûtons von Sommer sind das perfekte Topping für Suppen und Salate. In die rechteckige Form geschnitten, werden die Croûtons ein zweites Mal goldbraun geröstet. Mit nativem Olivenöl. Erhältlich in den beiden Sorten Natur und Kräuter.

Weiteres Plus: Mit jedem verkauften Sommer Bio-Produkt wird nicht nur die biologische Vielfalt auf dem Acker unterstützt, sondern auch der Green Forest Fund e.V. für mehr Artenvielfalt im Wald.

Demeter & vegan
100 g, VE 5, UVP 1,99 Euro

www.sommer-backkunst.de

Yogi Tea



Weihnachts-Tee, der Gutes tut

Yogi Tea® Christmas Tea ist der Tee für alle, die in der Adventszeit Danke sagen wollen. Seit vielen Jahren unterstützt Yogi Tea® den gemeinnützigen Verein „Nevandra“, der unter dem Motto „Bildung schenken – Zukunft lenken“ Kindern in Indien Bildungsmöglichkeiten und ein Dach über dem Kopf bietet.

Der Christmas Tea ist diesem Herzensprojekt gewidmet und verzaubert mit einer ayurvedischen Teekomposition aus aromatischem Honeybush und weihnachtlichen Gewürzen wie Zimt und Sternanis.

UVP: 3,29 Euro

www.yogitea.com/de

Nürnberg, Germany

14.-17.2.2023

BIOFACH2023

into organic

Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel

BIOFACH Paving the path

Der Weg ist das Ziel. Und das Ziel ist die BIOFACH 2023. Weg steht in diesem Fall für ehrliche Werte, echte Begegnungen und für gemeinschaftliches Genießen. Die internationale Bio-Community trifft sich auch 2023 wieder in Nürnberg, um zusammen neue Wege zu gehen, zu erschaffen und sie mit allen Sinnen zu erfahren. Gehen Sie mit?

#intoorganic



Zutritt nur
für Fachbesucher

Im Verbund mit **VIVANESS2023**
Internationale Fachmesse für Naturkosmetik