



bioPress

Fachmagazin für Naturprodukte

Handel
Bio-Vielfalt
hinterm
Deich

Grünen-Gesprächsreihe
Gutes Essen für alle

Messe
Biofach

Umfrage
Kaufleute
auf dem Weg
zu mehr Bio

Ausland
Estland, Frankreich,
Pakistan

Akademie Schloss Kirchberg
V. Öko-Marketingtage



Bio-Sortiment: Dauerbackwaren



Besuchen Sie uns auf der
BIOFACH2023
 into organic **Halle 2 - Stand 2-412**

Unser Bio Sortiment

Natürliche Süßungsmittel

- Braun Reis Sirup
- Klar Reis Sirup
- Tapioka Sirup
- Hi-Maltose Sirup
- Zuckerreduziert Sirup

Pflanzliche Drink Pulver

- Reisdrink Pulver
- Tapiokadrink Pulver

Bio Maltodextrine & Sirup Pulver

- Reis Maltodextrin
- Tapioka Maltodextrin
- Reissirup Pulver
- Tapiokasirup Pulver

Vegane Proteine (Food & Feed)

- Reisprotein 80%
- Reisprotein 70%
- Reisprotein 65%
- Reisprotein 50%



Weitere Informationen



sales.glucochem.com
www.glucochem.com

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. 114 / Januar 2023:
20.000 Exemplare

Erscheinungsweise:

April / Juli / Oktober / Januar

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:

Matthias Beuger, Lisa Mann, Erich
Margrander, Bettina Pabel, 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:

TAJ Food (PVT) Ltd
Khiali Bypass, Sheikhpura Road
52250 Gujranwala, Pakistan
www.tajfoodpk.com

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.

Der Herbst entlaubt die Bäume und macht den Blick hinter die Kulissen sichtbar. Krise und Chaos bringt Gewinner und ein Vielfaches an Verlierern hervor. Gewinne müssen ja bezahlt werden. Die einen schämen sich für die Preissprünge, andere können nicht schnell genug noch mehr davon kriegen. Schön, dass es einen gibt, der als Auslöser und Schuldiger herhalten muss: Putin. Dabei hat die Preisbewegung schon vor Kriegsausbruch begonnen. Im üblichen Turnus, könnte man sagen. Eine Billion mehr in den Kriegskassen der Kapitalisten und Konzerne ist heute nur noch eine Kleinigkeit. Das muss mehr werden.

Deutschland setzt zum großen Sprung in die Transformation an. Ein Schalk, der glaubt, der Krieg habe nichts damit zu tun und auch nicht die Preistreiberei. Einmal waren es die überhitzten Aktienmärkte, dann ein groß angelegter Immobiliencrash oder die Terroristen. Mit dem Knall der Russen erleben wir wieder einen groß angelegten Generalangriff auf alles.

Energie für die Mobilität und Versorgung der Industrie und Haushalte, Lebensmittelpreise und selbst Toilettenpapier, alles ist gleichermaßen betroffen. Wen wundert es da, dass Stillstand die Antwort ist?

Monatelang wollte es keiner aussprechen. Alle Preise gerieten ins Rutschen, allerdings in Richtung aufwärts. Da ist die Biobranche keine Ausnahme. Auch wenn die sich vielleicht nicht so aggressiv betroffen zeigt. Umsatzeinbrüche durch Kaufzurückhaltung machen Schlagzeile. Untergangsstimmung schüren gar die Großen in der Biobranche, weil sie nach 15 Prozent Wachstumssprung jetzt drei Prozent einbüßen müssen.

Da dürfen dann alle auch etwas kürzer treten bei der Leistung. Schließlich muss ja ein Ausgleich her. Gefühlt ist die Wirtschaft um rund drei Monate hinterher. Der Winteranfang signalisierte dann endlich eine positivere Stimmung in den Auftragsbüchern. Also doch kein Weltenende. Auch wenn man sich das für manche Auswüchse dringend wünschen sollte.

Dann können wir uns ja jetzt wieder dem Transformieren widmen. Ein hoffnungsvolles Wort nach Begriffen wie Nachhaltigkeit und Resilienz.

Mehr Bio in den Regalen wird dringend notwendig bei dem 30 Prozent ausgerufenen

Ziel für Bio. Wer da alles aufspringt. Herkömmliche Hersteller entdecken Bio. Und der Fachhandel erkennt jetzt auch, dass Bio-Marken im LEH nicht schaden, sondern, im Gegenteil, dem Fachhandel nützen, wegen der höheren Bekanntheit im Verbrauchermarkt. Und noch wichtiger: Wo sie nicht stehen, kommen andere. Der Mainstream wartet nicht.

Na, da fehlt ja nur noch die Klärung, wie damit umgehen. Hier die Speerspitze, dort die Massenverbringer! Ganz vergessen? Nur zwei dicke Fische machen zwei Drittel des Umsatzes im Naturkostfachhandel. Das nenn ich Masse(nverdrängung).

Wir sammeln jetzt die Top 100 Kaufleute mit Bio. Und dann die nächsten 1.000 Outlets. Dort schauen wir, was die gut machen und was denen fehlt, um zu sehen, wie sie unterstützt werden können. Ohne Ausgrenzung durch Ideologie. Damit ist nicht gemeint, dass die Branche Werte aufgibt. Fairness im Austausch miteinander, ökologisches Denken als Attribut an die Natur, Zurückhaltung beim Ressourcenverbrauch für den Klimaschutz und einiges mehr ist in vielen Köpfen angekommen und haftet nicht mehr nur an wenig Händen.

Was fehlt, sind neue Ideen und der notwendige Glaube an Veränderungen. Wir wissen doch, dass beispielsweise das Plastikproblem nur mit der Schließung der Plastikfabriken bei BASF und Konsorten zu machen ist. Nicht mit Recycling. Warum trauen wir uns nicht? Ich kaufe ein mit einer von Tunesien vor 15 Jahren geschenkten großen Siltasche. Ich kämpfe eher mit dem Problem, wie ich mein unverpacktes Obst und Gemüse von der Auslage zur Kasse bringe.

Neu denken heißt, alte Hüte ablegen, den Talar entstauben und Platz für Neues schaffen. Beispielsweise nicht Nachhaltigkeit kopieren, sondern einfach Bio-Angebote schaffen. Ist Neues passiert, wird die Wissenschaft das danach wieder aufgreifen, in Statistiken quetschen und Marketing aus dem dann neuen Zustand generieren. Oder leistet sie mehr Folgenabschätzung? Ohne Zwänge, frei im Denken, mehr Teilhabe? Vielleicht dürfen wir uns trauen und die Brücken bauen vom Acker auf die Teller, von denen so viele reden.

Erich Margrander
Herausgeber



8

Handel

8 Bio-Vielfalt hinterm Deich

Immer mehr Edeka-Kaufleute richten eine Naturkind-Welt ein, um ihr Bio-Angebot auszubauen – so auch Marco Cohrt im niedersächsischen Cadenberge.

16 Kaufleute auf dem Weg zu mehr Bio

Welche Bio-Sortimente entwickeln sich am stärksten? Und was wird getan, um den Bio-Absatz voranzutreiben? BWL-Studierende der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Heilbronn haben Kaufleute nach ihrem Bio-Angebot befragt.



Taj Food

26

Kongress

18 Grünen-Gesprächsreihe: Gutes Essen für alle

In fünf Online-Fachgesprächen haben die Grünen sich mit dem Ernährungssystem der Zukunft auseinandergesetzt.

21 V. Öko-Marketingtage: Transformation trotz Gegenwind

200 Gäste aus ganz Deutschland trafen sich im Herbst auf Schloss Kirchberg und diskutierten über die Fachhandelskrise, Bio im Mainstream und den Weg zum 30-Prozent-Ziel.

Hersteller

26 Bio-Produzent trotz dem Hochwasser in Pakistan

Trotz Ernteverlusten durch Überschwemmungen versorgt Taj Food, der größte Bio-Lieferant Pakistans, Europa und die USA mit großen Mengen an Reis.

28 Bio ohne Anbau

Wildsammler, die eine Bio-Zertifizierung wollen, müssen ein paar Richtlinien beachten.

30 Wilder Fisch aus Küstenfischerei

Mit der Marke Wild Ocean will die Erzeugergemeinschaft Demeter-Felderzeugnisse eine Bio-Alternative für Fisch aus Wildfang etablieren.



Demeter-Felderzeugnisse

30

Ausland

32 Unverhoffter Mitstreiter aus Frankreich

Der Französische Rechnungshof hat ein Plädoyer für mehr Bio veröffentlicht.

34 Bio-Boom im Baltikum

Estnische Bio-Hersteller liefern Kama, Buchweizen und Erbsenmehl nach Europa.

Markt

36 Bio-Apfelernte legt um neun Prozent zu

36 Mühlenwirtschaft: Vermahlung deutlich gestiegen

37 Umstellungsrekord in Niedersachsen

37 Gepa veröffentlicht Geschäftsbericht 2021



Organic Estonia

34

Nachhaltigkeit

38 Gesunder Boden, gesunder Darm

41 Paradigmenwechsel fleischlos

42 Frei von Backmitteln und Abhängigkeit

45 Taifun-Tofu will Sojaanbau revolutionieren

45 Projekt GanzTierStark bietet kostenlose Online-Beratungsmodule

Ernährung

46 Vegan, aber richtig!

Eine gesunde vegane Ernährung geht auch ohne fleisch-ähnliche Fertigprodukte: mit Vollkorngetreide, Hülsenfrüchten und Nüssen.



46

Sortimente

48 Bio-Dauergebäck

Kekse, Zwieback, Cracker und Snacks: Bio-Hersteller bieten Knabber-Genuss für jeden Geschmack.



HUOBER BREZEL GmbH & Co. KG

56

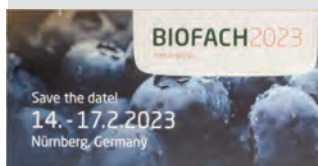
Verband

54 Gemeinsam in eine bio-vegane Zukunft

Die Verbände Biokreis und VegOrganic bündeln ihre Kräfte für mehr pflanzliche Ernährung in Bio-Qualität.

56 Wo Werte und Menschen zählen

Warum Bio-Unternehmen ideale Arbeitgeber für die Generation Z sind, erklärt die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL).



NürnbergMesse/Thomas Geiger

59

Messe

59 Biofach 2023:

Weg frei für die ökologische Transformation

Rund 2.700 Aussteller werden im Februar zur Nürnberger Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel erwartet.

60 Meeting Point BIOimSEH

Offenen Austausch für Kaufleute, Handwerker und Gastronomen bietet eine neue Biofach-Sonderschau.



60

64 Bio-Vollsortiment:

digitale Beschaffung bringt Vielfalt

Mit einem innovativen Beschaffungskonzept geht die Plattform Bio-Vollsortiment an den Start.

65 La Dolce Vita auf der Biofach

Francesco Alfonsi, Geschäftsführer der Italienischen Agentur für Außenhandel, verrät die Highlights am italienischen Gemeinschaftsstand.



65

News

6

67 B2B Lieferantenverzeichnis

BIOFACH 2023
Halle 6 Stand 118

www.de:organicsweden.se

**Der Sammelplatz
schwedischer
Bio-Produkte**



**Organic
Sweden**

This ad is financed with aid from
the Swedish Board of Agriculture

Verbände übergeben Gentech-Petition



Vor dem Bundeskanzleramt wurden am 1. Dezember 420.757 Unterschriften der Petition ‚Nicht hinter unserem Rücken – kein Freifahrtsschein für neue Gentechnik in unserem Essen!‘ an die Parlamentarischen Staatssekretärinnen Bettina Hoffmann

(Bundesumweltministerium) und Manuela Rottmann (Bundeslandwirtschaftsministerium) übergeben. Die Petition wird EU-weit von über 50 Organisationen aus Umwelt- und Verbraucherschutz sowie Land- und Lebensmittelwirtschaft getragen.

Offener Brief: Kinder vor Junkfood-Werbung schützen



Gemeinsam mit Jugendlichen vor Werbung für Lebensmittel mit viel Zucker, Fett oder Salz zu schützen. Das im Koalitionsvertrag angekündigte Gesetz müsse

etwa Junkfood-Werbung in TV, Radio und Streamingdiensten tagsüber von 6 bis 23 Uhr untersagen. Influencer sollen ausschließlich Werbung für gesunde Lebensmittel machen dürfen. Und für Plakatwerbung solle eine 100-Meter-Bannmeile im Umkreis von Kitas, Schulen und Spielplätzen gelten.

Vorhang auf für das Besucherzentrum Rapunzel Welt



Nach fast drei Jahren Bauzeit hat Rapunzel Naturkost im November in Legau im Unterallgäu ein Besucherzentrum eröffnet:

die Rapunzel Welt. Sie will Bio mit allen Sinnen erlebbar machen. Herzstück ist ein Museum, das interaktive Stationen zu Bio-Anbau, fai-

rem Handel, der Rapunzel-Produktherstellung, aber auch zu vollwertiger Ernährung und der Vermeidung von Lebensmittelverschwendung bietet. Daneben gibt es eine Kaffee-Rösterei, eine Bio-Bäckerei, ein Bioland-zertifiziertes Bistro, einen Bio-Markt, Yoga- und Kochstudio.

Kompostierbares Bioplastik ist dreiste Lüge

Als kompostierbar beworbene Bioplastik-Verpackungen und -Produkte halten nicht, was sie versprechen, und sind laut der Deutschen Um-

welthilfe (DUH) eine „dreiste Lüge“. Die in einer repräsentativen Kompostierungsanlage im Rhein-Sieg-Kreis getesteten Kaffeekapseln,

Wegwerfeller oder Riegelverpackungen sahen nach der Kompostierung nahezu unverändert aus. Andere Produkte wie Bioabfallsammelbeutel waren in Stücke zerfallen, die die Kompostqualität beeinträchtigen können. Die DUH fordert daher von Verbraucherschutzministerin Steffi Lemke ein Werbeverbot.



Nach drei Wochen Kompostierung sind die getesteten Bioabfallsammelbeutel in Stücke zerfallen, die aufwendig aussortiert werden müssen.

EU-Kommission verschiebt Green Claims-Richtlinie

Bis Ende 2023 will die EU-Kommission konkrete Vorgaben für ein einheitliches Nachhaltigkeitslabel entwickeln. Damit soll Greenwashing verhindert und die Entscheidung für nachhaltige Lebensmittel erleichtert werden. Ein Entwurf für die ‚Green Claims‘-Richtlinie sollte ursprünglich Ende November veröffentlicht werden – mit dem ‚Product Environmental

Footprint‘ (PEF) als Rahmen für die neue Kennzeichnungspolitik. Die Veröffentlichung wurde allerdings verschoben. Da die Bio-Branche dem PEF kritisch gegenübersteht, begrüßt sie die Entscheidung. Die Verschiebung biete die Chance, die Sinnhaftigkeit des PEF als Basis für die Bewertung der Nachhaltigkeit von Lebensmitteln nochmals zu überprüfen.

Neue Richtlinie fördert Bio in der Außer-Haus-Verpflegung

Anfang November 2022 wurde die ‚Richtlinie zur Förderung der Beratung von Unternehmen der Außer-Haus-Verpflegung zum vermehrten Einsatz von Produkten des ökologischen Landbaus (RIBE)‘ im Bundesanzeiger veröffentlicht. Unternehmen,

die mit Bio in ihren Küchen starten oder den Öko-Anteil auf mindestens 30 Prozent des monetären Wareneinsatzes erhöhen wollen, können damit finanzielle Unterstützung bei der Beratung und Mitarbeiterschulung beantragen.

Heißer Sommer, nasser Herbst: Ecovin vermeldet guten Jahrgang 2022

Gute Traubenqualitäten bei unerwartet großer Erntemenge – dieses Fazit ziehen die deutschen Weingüter des Bioweinbauverbands Ecovin aus dem Jahr 2022. Die Trockenheit von Mai bis August und ergiebige Regenfälle im September bestimmten



in allen Anbaugebieten das Geschehen. Moderate Mostgewichte und

Säurewerte ließen auf aromatische, filigrane Weine hoffen.

Bioland gründet Insektenlobby



Mit einer Insektenmaske verdeutlichten die Bioland-Vertreter bei einem Presse-termin die Notlage der Insekten.

Bioland hat am 23. November 2022 in Berlin eine Insektenlobby gegründet. Ihr Ziel ist es, Verbraucher und politische Akteure sowie

Kommunen hinsichtlich des Insektensterbens nachhaltig zu sensibilisieren und zum wirksamen Insektenschutz zu aktivieren. Mit gezielten

Forderungen will sie im Namen aller 11.200.000.000.000.000 Insekten des Landes Politik und Landwirtschaft zum Handeln aufrufen.

Fleischersatzprodukte haben niedrige Nährwertqualität

Immer mehr Menschen entscheiden sich für eine pflanzliche Ernährung und greifen dabei auf Fleischersatzprodukte auf Basis pflanzlicher Proteine zurück. Eine Studie der Chalmers University of Technology in Schweden zeigt nun, dass viele der in Schwe-

den verkauften Fleischersatzprodukten einen hohen Eisengehalt aufweisen – allerdings in einer Form, die vom Körper nicht aufgenommen werden kann. Schuld daran sind die enthaltenen Antinährstoffe Phytate, die die Aufnahme von Mineralien hemmen.

Allos gewinnt Deutschen Nachhaltigkeitspreis

In Anwesenheit von Bundeskanzler Olaf Scholz wurde Anfang Dezember der 15. Deutsche Nachhaltigkeitspreis in Düsseldorf übergeben. Der Bio-Hersteller Allos Hof-Manufaktur

GmbH gewann in diesem Jahr im Transformationsfeld Biodiversität. Beim Thema Ressourcen setzte sich der Naturkosmetikhersteller Laverana GmbH & Co. KG durch.

FIAN gewinnt Prozess gegen KfW-Förderbank

Das Verwaltungsgericht Frankfurt am Main hat im November einer Auskunfts-klage der Menschenrechtsorganisation FIAN gegen die Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) stattgegeben. Die KfW hatte jahrelang eine Einsichtnahme in die Umwelt- und Sozialpläne des in Paraguay aktiven Agrarinvestors Payco verweigert, an dem die

KfW-Tochter Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) einen Anteil von 15,8 Prozent hält. Das Gericht urteilte, dass die KfW als Behörde nach dem Informationsfreiheitsgesetz (IFG) informationspflichtig ist und die im öffentlichen Interesse stehenden Informationen von der DEG beschaffen muss.

Gepa und followfood gewinnen Sustainable Impact Award

Beim Sustainable Impact Award (SIA) 2022, der vom Magazin Wirtschaftswoche, dem Bundesverband Mittelständische Wirtschaft und der Versicherungsgruppe Generali vergeben wird, hat der Fairtrade-Pionier Gepa in der Sonderkategorie ‚Generali SME Enter-Prize‘ das Rennen gemacht. Der Bio-Hersteller Followfood ging in der Kategorie ‚Impact of Product‘ als Sieger hervor. Insgesamt hat die Jury die Gewinner aus über 70 Unternehmen aus-ge-sucht.



Per Video-Botschaft bedankte sich Gepa-Geschäftsführer Peter Schaumberger für die Auszeichnung.



An die 60 Artikel Bio-Obst und -Gemüse umfasst die Naturkind-Auslage gleich am Eingang des Edekas. In der Naturkind-Welt (r.u.) finden Kunden gebündelte Bio-Kompetenz.

Bio-Vielfalt hinterm Deich

Naturkind-Welt bündelt Bio im Edeka Cohrt

Eigenständige Fachmärkte, ein Bio-Shop-in-Shop-System sowie eine Produktmarke: Das vereint die Handelskette Edeka mittlerweile unter dem Namen Naturkind. Immer mehr Edeka-Kaufleute greifen auf das Konzept zurück, um ihr Bio-Angebot auszubauen – mit Marken, die bisher teils nur dem Fachhandel vorbehalten waren. So auch der Kaufmann Marco Cohrt, der die Landbevölkerung im hohen Norden mit Bio versorgt.

Erst Ende 2019 wurde der Edeka-Markt im niedersächsischen Cadenberge, Landkreis Cuxhaven, nur wenige Kilometer entfernt vom Nordsee-Deich eröffnet. Der Marktleiter Marco Cohrt (42) hat sich bereits mit 33 Jahren als Edeka-Kaufmann selbstständig gemacht. 2013 hat er seinen ersten Markt bei Hamburg übernommen. „Dort gab es damals kaum Bio“, erinnert er sich. Nachdem er sich der Sortimentsgestaltung angenommen hat, waren es 14 Regalmeter. Der neu gebaute Markt in Cadenberge bot mit seinen rund 3.000 Quadratmetern Fläche noch mehr Gestaltungsmöglichkeiten und wurde von Cohrt von Anfang an mit einer eigenen Bio-Welt konzipiert. Von Naturkind habe er zufällig auf einem Seminar gehört und anschlie-

ßend Kontakt aufgenommen. Am 23. Mai 2022 konnte das Shop-in-Shop-System unter der Flagge Naturkinds schließlich eröffnet werden.

Insgesamt schätzt der Kaufmann sein Bio-Sortiment auf etwa 3.000 Artikel von den insgesamt 40.000 ein. Zu 2.300 Markenprodukten kämen etwa 500 Eigenmarken-Artikel, ergänzt von Obst und Gemüse. Die Zehn-Prozent-Marke konnte damit noch nicht ganz geknackt werden.

Wohlfühl-Oase und konzentrierte Bio-Kompetenz

„Die Naturkind-Welt soll eine Wohlfühl-Oase sein, durch die man gerne flanirt – ein Ort der Entspannung und eine Zone des Respekts, aber zugleich eine



konzentrierte Form der Bio-Kompetenz“, beschreibt Naturkind-Geschäftsführer Robert Poschacher das neue Edeka-Konzept. Sie wolle eine Brücke bauen zwischen Bauern, Herstellern und Kunden und das ganze Jahr über hochwertige Bio-Produkte bieten. Gerade im ländlichen Raum sei es wichtig, die Lücke zu den Kunden zu schließen, und Aufgabe des Handels, ihnen Produkte leicht verfügbar zu machen. Dabei dürfe man die Kunden aber nicht bedrängen oder belehren. Stattdessen gehe es darum, sie objektiv aufzuklären und zu informieren.

„Für die Bio-Multiplikation brauchen wir Leidenschaft“, meint Poschacher und nennt als positive Beispiele den Kaufmann Marco Cohrt und die Cadenberger Bio-Expertin Andrea Kraschewski. Letztere hat bei der Industrie- und Handelskammer (IHK) Schleswig-Holstein eine Ausbildung zur Bio-Fachfrau absolviert. Dabei habe sie ein umfassendes Grundlagenwissen über Bio von der Düngung bis zur Verarbeitung erworben und im Zuge von Exkursionen verschiedene Bio-Höfe und -Hersteller besucht. Beim Cadenberger Edeka hat sie die Waren-

gruppe Bio mitentwickelt und ist jetzt auch für die Weiterentwicklung zuständig, sowie fürs Beantworten von Kundenfragen. „Wir gehen gerne auf individuelle Kundenwünsche ein“, sagt die Expertin. So bestelle der Edeka etwa regelmäßig Bio-Wasser für einen Kunden, der 50 Kisten davon abnimmt. Auch die sieben Azubis des Marktes

durchlaufen als eine Ausbildungsstation die Naturkind-Welt und sollen dabei ein grundsätzliches Verständnis von Bio vermittelt bekommen. Weil der Markt kurz vor der Pandemie eröffnet wurde, gab es bisher nicht viele Gelegenheiten, um Bio-Verkostungen anzubieten. Das solle sich in den nächsten Monaten aber ändern. >





Die Bio-Fleisch- und Wurst-Auswahl im SB-Regal kann sich durchaus mit konventionellen Sortimenten messen.



Markenvielfalt in der Naturkind-Welt

Insgesamt gibt es aktuell deutschlandweit 28 Naturkind-Welten – darunter vier eigene Märkte und 24 integrierte Shop-in-Shop-Systeme in Edeka-Märkten, die über alle Edeka-Regionalgesellschaften verteilt sind. „Dazu haben wir momentan an die 100 Aufträge“, erzählt Poschacher. „Die Nachfrage ist sehr groß!“ Stehe Bio gerade allgemein unter Druck, sei das Naturkind-Konzept bisher ein Selbstläufer.

Die Naturkind-Welt hat eine profilgebende Lage im Markt, erläutert Poschacher. Im Cadenberger Edeka wurde diese Vorgabe bestmöglich umgesetzt. Gleich am Eingang empfängt die Kunden eine eigene Naturkind-Obst-und-Gemüse-Auslage mit an die 60 Bio-Artikeln. Verschiedene Apfelsorten, Bananen, Orangen, Clementinen, Zitronen, Trauben, Kiwis, Avocados und Mangos sind hier zu finden, aber auch Kokosnüsse, Granatäpfel und Erdnüsse. Auch das Bio-Gemüse-Sortiment lässt keine Wünsche offen: mit dreierlei Tomatensorten, braunen und weißen Champi-



gnons, Weiß-, Rot- und Spitzkohl, Eisbergsalat, Staudensellerie, Petersilienwurzel, Paprika, Mais, Roter Bete, Porree, Broccoli, Möhren, Gurken und Zucchini, verschiedenen Kürbissen, Schalotten, Knoblauch und Zwiebeln, Süßkartoffeln und Kartoffeln in Bio- und Demeter-Qualität bis hin zu Bobbybohnen, Auberginen, Ingwer und Kurkuma. Direkt angrenzend an den O+G-Bereich bietet eine grüne Mooswand einen Eyecatcher für ausgewählte Naturkind-Produkte, die jeweils durch ein individuelles Wimmelbild-Design erkennbar sind, und geleitet die Besucher zu drei Naturkind-Regalreihen voller



Das kleine Bio-Sortiment in der Käse-Theke ist noch ausbaufähig; vielerlei Geschmacksrichtungen gibt es dagegen beim Speiseeis, Marke Nomoo.

Bio. „Naturkind ist als Fachhandels-Marke konzipiert“, erklärt Poschacher. Mittlerweile gibt es mehr als 50 Artikel „und es werden fast täglich mehr.“ Langfristig sollen die Produkte auch für den Drittvertrieb zugelassen sein, „wir sind offen für Gespräche!“

Müsli-Markenvielfalt liefern am Eingang der Welt die Hersteller barnhouse, Bauck, Hammermühle, Campo Verde, Alnatura und Davert. Passend daneben

ist eine große Auswahl von veganen Milchalternativen von Provamel, Natumi, Voelkel, Allos und Alnatura platziert, darunter auch Besonderheiten wie der ‚Hafer Golden Kurkuma‘ von Voelkel oder ein Buchweizen-Drink von Natumi. „Früher haben wir die Produkte nach Lieferanten sortiert, heute sind sie nach Sortimenten geordnet“, erklärt Cohrt. Über Naturkind-Aufsteller an den Regalenden wird der Mehrwert von Bio,

Demeter oder Fairtrade kommuniziert. Ans Müsli- grenzt das Nüsse-und-Trockenfrüchte-Sortiment. Ganz oben thronen dort die Mehrweg-Pfandgläser des jungen Bio-Unternehmens Gutding aus Schleswig-Holstein, gefüllt mit Walnüssen, Cashewkernen, Bananenchips, Rosinen und mehr. Prominent platziert folgen Produkte von Biofarm und Clasen Bio, ergänzt durchs Nuss-Sortiment von Flores Farm und Alnatura. ➤



GRÜNHOF
BIO FEINKOST

Biofach,
Halle 9,
Stand 341

**VOM MARKTFÜHRER*.
GEWOHNT LECKER.
FÜR MEHR UMSATZ.**



• Gluten- und
laktosefrei
• Nachhaltige
Verpackung

Die Genießer-Marke für frische Bio-Feinkost www.gruenhof.bio

*Grünhof - Marktführer in der Kategorie Feinkostsalate im Bio-Fachhandel, Quelle: bioVista MAT 07.2022



V.l.n.r.: Edeka-Kaufmann Marco Cohrt, Bio-Fachfrau Andrea Kraschewski und Naturkind-Geschäftsführer Robert Poschacher

Bewährte Marken und unbekannte Startups

Bei den süßen Aufstrichen stechen Sorten von Gepa, Vivani, Eisblümel und Alnatura hervor, Marmeladen gibt es von Allos, den Beerenbauern, Annes Feinste, Ostseeliebe, Fior di frutta oder dem Hamburger Startup Smiling Fruits. „Wir wollen bei Naturkind auch einen Marktplatz für junge Unternehmen bieten“, so Poschacher. „Ziel ist eine Mischung von bewährten Bio-Marken mit Erfahrung und noch weniger bekannten Startups.“ Auch die Auswahl an veganen Aufstrichen kann sich sehen lassen, mit Marken wie Tartex, Nabio, Rettergut, Allos und Hedi Natur.

Im Backwaren-Regal reiht sich Zwieback von Sommer an Knäcke von Le Pain des Fleurs und Naturata sowie ein glutenfreies Brot-Sortiment von Alnavit und Schnitzer. Daneben stehen Reiswaffeln von Alnatura und Tortilla Wraps von Amaizin. Ein Alnavit-Weihnachtsaufsteller offeriert Spekulatius, Zimtsterne, Dominosteine, Elisenlebkuchen und Baumkuchen für Zöliakie-Betroffene.

Beim Tee setzt die Naturkind-Insel auf Lebensbaum, Yogi-Tea und Pukka, die zusammen zwei komplette Regalreihen füllen. Dazu gibt es einen separaten Weihnachtsaufsteller mit winterlichen Spezialitäten von Yogi-Tea. Prominente Kaffee-Marken sind neben Lebensbaum die Gepa und Mount Hagen von Wertform. Im Schokoladen-Regal winkt eine Feinschmecker-Auswahl von Naturata, Gepa und Vivani oder eine Fairtrade-Na-

turkind-Schokolade, neben anderen Süßwaren wie Keksen von der Bohlsener Mühle, der Hammermühle, Sommer und La Selva.

Auch beim Nudel-Angebot hat der Kunde die Qual der Wahl: von Alnatura-Spaghetti im Einstiegsbereich über grüne Tagliatelle von Byodo, Dinkel-Spirelli von Naturata oder Rote-Linsen-Nudeln von Govinda bis hin zu Vollkornpenne von Felicia und Bio Idea. Dazu gibt es

passierte Tomaten und Saucengrundlagen von Bio Idea, La Selva, Alnatura oder Ppura, angrenzend an Konserven von Marschland, Bauckhof oder Amaizin. „Die klassische Convenience läuft auch im Bio-Bereich nicht schlecht“, berichtet Poschacher. Kleine Fertiggerichte von Davert seien im letzten Jahr ein Bestseller gewesen.

Reis, Flohsamenschalen oder Weizenkörner können Einkäufer von Davert,



Einen Eyecatcher bietet die grüne Mooswand am Eingang der Naturkind-Welt, wo ausgewählte Produkte der Marke Naturkind präsentiert werden.



Edeka Cohrt

Am Markt 4,
21781 Cadenberge
Eröffnung: 2019
Mitarbeiter in Vollzeit: 50
Verkaufsfläche: 3.000 Quadratmeter
Artikellanzahl
(Lebensmittel): 40.000
Bio-Artikel: ca. 3.000
Kassen: 6 Normale, 4 SB-Kassen
Öffnungszeiten:
Mo. – Sa. 8 – 20 Uhr

Campo Verde, der Bohlsener Mühle, Clasen Bio oder Govinda erwerben. Mehl und Backmischungen stellen Bauck, Govinda, Campo Verde oder Bio-vegan. Letzterer ist auch für einen Großteil der Backzutaten verantwortlich, gemeinsam mit Bio Vita und Alnatura. Dazwischen versteckt sich ein Naturkind-Back-Kakao in Naturland-Qualität. Das Gewürzregal ist wiederum vor allem von Lebensbaum bestückt, neben Salzen von Naturata und Ernteseigen.

Das Suppen-Sortiment bietet Marken wie Natur Compagnie, Beltane, Cenovis, Gut Krauscha, Swema und Ernteseigen, Oliven gibt es von Mani Bläuel und La Selva. Beim Olivenöl kommen noch Bio Planète, Byodo und Franz & Co dazu, beim Essig Voelkel und bei den Dressings etwa die Emils Bio-Manufaktur.

Erfrischende Getränke in Fülle finden Kunden mit dem Bio Zisch-Limonaden-Sortiment von Voelkel, das mit einer now-Cola-Range und Eistee von Yogi-Tea ergänzt wird. Eine komplette Regalreihe ist für das bunte Voelkel-Saft-Angebot reserviert. Bio-Biere liefern Neumarkter Lammsbräu, Riedenburger und die Münsteraner Brauerei Pinkus Müller, Bio-Wasser die Hersteller Viva con >



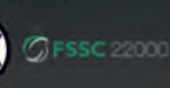
**PREMIUM QUALITÄT
SEIT 1930**

**IHR PARTNER FÜR
HOCHWERTIGE
GEWÜRZE,
KRÄUTER,
GEWÜRZMISCHUNGEN
UND
LOHNDIENSTLEISTUNGEN!**

**ENTDECKEN SIE UNSERE
VIELFALT UNTER
www.hgm Spice.de**

BIOFACH 2023, HALLE 7A-STAND 643.

HAMBURGER GEWÜRZ-MÜHLE
Hermann Schulz GmbH
D-20539 Hamburg • Tel. +49 40 78 97 01-0
www.hgm Spice.de • info@hgm Spice.de





Erleben Sie
BIO-Genuss

✓ Qualität aus Bayern

BIOFACH2023

into organic

Halle 6

Stand 6-357 D



**BiO-Frische
Teigwaren**

**BiO-Wurst-
spezialitäten**

**BiO-Suppen
& Eintöpfe**

www.fleischwerke-zimmermann.de



Agua, St. Leonhards und Lauretana. Weine sucht man in der Bio-Welt vergeblich, sie sind im konventionellen Bereich einsortiert. Hier findet man die Marken Landlust, Studier, Camino Los Robles, La Mancha und mehr.

Luft nach oben bei Thekenware

Auch um gekühlte Bio-Ware zu kaufen, muss man den Naturkind-Bereich verlassen und sich ans konventionelle Kühlregal wagen. Hier bietet neben Schwarzwaldmilch und Alnatura auch die regionale

Bauerngemeinschaft Hamfelder Hof ihre Bio-Milch zum Verkauf. Je zwei bis drei Sorten Joghurts gibt es von Paul Söbbeke, Andechser Natur und Alnatura. Spar-same Bio-Kunden kommen zudem mit dem 1-Kilogramm-Joghurt-Eimer von Weideglück für 2,45 Euro auf ihre Kosten. Zwischen dem Facing der herkömmlichen Joghurts geht dieses Angebot bisher noch etwas unter.

Frisches Brot gibt es bislang nicht in Bio-Qualität. „Wir haben versucht, regionale Lieferanten zu finden, aber sie konnten die benötigte Menge nicht zur Verfügung stellen“, erklärt Cohrt. Dafür gibt es





Auf-
backware
von Herzberger,
die über die Zentrale
bezogen werden kann.
Auch das Angebot in der Fleisch-
Theke ist noch ein schwarzes Loch.
„Wir haben damit angefangen, aber
konnten es nicht an den Kunden brin-
gen“, so Cohrt. Eine Fleisch- und Wurst-
Auswahl finden Kunden im SB-Regal.
Unter den Eigenmarken ‚Edeka Bio‘ und
‚Natur Pur‘ sind verschiedene Schinken
und Lyoner, Jagdwurst, Kasseler Braten,
Wiener Würstchen und mehr geboten.
In Kürze sei ein Besuch bei einem Bio-
Hof geplant, mit dessen Hilfe das
Fleisch-Sortiment weiter aufgepeppt
werden könne.

Die Käse-Theke ist schon etwas weiter
und kann ein kleines Bio-Sortiment bie-
ten: Altbierkäse, Uriger Hannes und
Wilder Bernd von Söbbecke, ein Rosa-
Pfeffer-Käse von der Gläsernen Molke-
rei, holsteinischer Bio Fiete aus dem
Haus Johannsen oder ein spanischer
Bio-Manchego. Weitere Sorten gibt es
auch hier beim Aufschnitt von der Ei-
genmarke oder Alnatura: Butter- und
Bergkäse, Gouda, Mozzarella, Emmen-
taler, Cheddar, Chili- und Ziegenkäse.
In der TK-Abteilung findet man Gemüse
von Frosta und Alnatura. Letzterer stellt
auch ein paar Bio-Pizzen, gemeinsam
mit Followfood. Der schwedische Pro-
duzent Daffgärds bietet Rinder-Kötbullar
und vegetarische Gemüsebullar in Bio-
Qualität. Darüber hinaus gibt es zahl-

reiche
Speiseeissorten
vom Bio-Hersteller
Nomoo: ob Bratapfel, Him-
beere, Kakao, Vanille, Limette-Minze,
Banane-Schoko, schwarze Johannis-
beere oder Kokosnuss.
Allgemein unterhält der Markt noch
keine direkten Kontakte zu Bio-Liefe-
ranten in der Region. Hauptlieferant fürs

Bio-Seg-
ment ist
der norddeut-
sche Großhändler Grell,
der auch die Frische-Abteilung be-
stückt. Dabei hätten Bio-Produkte von
lokalen Landwirten und Herstellern
grundsätzlich Platz bei Naturkind, wie
Poschacher betont. Die Edeka-Regio-
nalgesellschaften könnten den Markt
auch bei der Suche danach unterstüt-
zen. „Wir wollen Individualität und
Vielfalt bieten“, so der Geschäftsführer.
„Vereinheitlichung ist langweilig.“ Mit
diesem Credo ist die junge Bewegung
auf einem guten Weg.

Lena Renner





stock.adobe.com_Serhii

Kaufleute auf dem Weg zu mehr Bio

Umfrage im selbstständigen Lebensmitteleinzelhandel

Kaufleute sind die natürlichen Verbündeten bei mehr Bio im Mainstream. Aber wie ist der Status Quo im selbstständigen Einzelhandel? Welche Bio-Sortimente entwickeln sich am stärksten? Worauf legen Kaufleute bei der Lieferantenauswahl und Beschaffung Wert? Und was tun sie, um den Bio-Absatz weiter voranzutreiben? Rund 20 BWL-Studierende der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) in Heilbronn aus dem Fachbereich Handel haben selbstständige Kaufleute nach ihrem Bio-Angebot befragt.

Die für die Studie ausgewählten Märkte verfügen mit zehn bis zu 40 Prozent bereits über einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Bio-Produkten. Mit Blick auf die verschiedenen Warengruppen entwickelten sich in den letzten Jahren vor allem die Milchprodukte positiv. Ein Händler führte dies auf den vergleichsweise geringen Preisunterschied zum konventionellen Angebot und die Existenz vieler Traditionsbetriebe in der Branche zurück. Nahrungsmittel in Bio-Qualität sind ebenfalls gefragt und wurden von einem Kaufmann „fast schon als Standard“ betrachtet. Auch der Backwarenbereich scheint auf dem aufsteigenden Ast und entwickelt sich positiv.

Mopro floriert, Fisch und Fleisch schwächeln

Im Segment Obst & Gemüse variierte die Entwicklung bei den verschiedenen untersuchten Märkten. Erzielte der eine Händler seinen größten Umsatz damit

und will das Angebot entsprechend weiter ausbauen, musste ein anderer einen Rückgang um sieben Prozent während Corona verzeichnen. Die Warengruppe Getränke wurde allgemein als positiv eingestuft. Dabei würden Bio-Mineralwasser nur wenig verkauft, im Gegensatz zu Bio-Limonaden. Ein Kaufmann berichtete zudem von einem Trend zu immer mehr Bio-Wein.

Von den meisten Händlern wurde der Absatz von Fleisch und Fisch im Bio-Bereich aufgrund des großen Preisunterschieds zu konventionellen Produkten als schwierig eingestuft. Gleichzeitig gehe der Fleischkonsum insgesamt zurück. Auch der Süßwaren-Bereich werde von konventionellen Marken beherrscht und entwickle sich in puncto Bio nur schwach.

Bio: angekommen im Mainstream, aber zu teuer

Bei allen befragten Kaufleuten wurde eine intrinsische Motivation dafür, Bio

weiter nach vorne zu bringen, deutlich. „Mein Traum wäre, dass in einigen Jahren nicht mehr die Bio-Artikel mit einem besonderen Label gekennzeichnet sein werden, sondern dass Bio der neue Standard ist“, meinte gar ein Rewe-Kaufmann. Als fester Bestandteil und Selbstverständlichkeit bei der Anpassung an Kundenbedürfnisse sieht es eine Händlerin. Bio sei in der Gesellschaft angekommen und werde gerade von jungen Leuten als normal betrachtet. Ausschlaggebend für die gestiegene Nachfrage seien einmal gesundheitliche Gründe, einmal aber auch Umwelt- und Ressourcenschutz. Besonders das Thema artgerechte Tierhaltung liege vielen Kunden am Herzen.

Als größtes Hindernis am Ausbau von Bio wurden einheitlich die hohen Preise bewertet, die sich nicht alle leisten könnten bzw. wollten. Dazu kämen als aktuelle Herausforderung Lieferschwierigkeiten, Rohstoffmangel, steigende Energiekosten und die Inflation.

Als Antwort darauf, wie der Bio-Ausbau erfolgreicher sein kann, wurden politische Maßnahmen genannt. Aufklärung sei sowohl auf der Produktionsseite bei den Landwirten nötig als auch bei den Kunden, die schon als Kinder im Schulunterricht für die Thematik sensibilisiert werden könnten. Der Nutzen für Umwelt und Gesundheit werde immer noch nicht transparent genug kommuniziert.

Die Händler selbst versuchen den Verkauf durch Aufbauten, Doppelplatzierungen, Verkostungsaktionen und regelmäßige Werbemaßnahmen anzukurbeln. Kundennähe, Vertrauen und Kommunikation seien das A und O in der Verkaufsförderung, erklärte eine Rewe-Kauffrau, und empfahl zudem „Mut zum großflächigen Ausprobieren.“ Auch die gemeinsame Kommunikation mit lokalen Erzeugern wurde als Erfolgsrezept genannt. Und regelmäßige Bio-Neuheiten, auf die besonders aufmerksam gemacht wird, könnten die Neuherde erhalten.

Extra ausgebildete Biofachkräfte, die für das ganze Sortiment zuständig sind, werden bisher erst von wenigen der Befragten eingesetzt. Dafür gibt es in der Regel ein Angebot für regelmäßige Bio-Schulungen der Mitarbeiter.

Beschaffung und Platzierung

Für die Listung neuer Produkte informieren sich die befragten Kaufleute vorzugsweise auf Messen, über Besuche bei Herstellern und über persönliche Kontakte. Bei der Lieferantenauswahl stehen die Zuverlässigkeit und das Einhalten von Lieferterminen an oberster Stelle. Neben einem guten Preis werden auch langjährige Partnerschaften geschätzt. Innovationen und Preisführerschaft wurden dagegen von verschiedenen Händlern als unwichtig eingestuft. Ein Händler bemängelte die Logistikleistung der Bio-Lieferanten als ausbaufähig. Bei der Beschaffung sind Siegel für die meisten Befragten ein wichtiges Entscheidungskriterium. Darüber hinaus wurden Verfügbarkeit, Preis und Geschmack sowie Herkunft und Regionalität als wichtige Produktattribute genannt.

Was die Platzierung angeht, so werden sowohl die Zuordnung zu den Warengruppen als auch Blockplatzierungen praktiziert. Eine Tendenz zur Bevorzu-

gung einer der beiden Varianten konnte in der Befragung nicht erkannt werden, die meisten Kaufleute setzen auf eine Kombination beider Platzierungsarten. Obst und Gemüse sowie Fleisch wurden beispielsweise als Sortimente genannt, die im Block platziert werden. Eine Kauffrau verfolgt das Konzept, Markenartikel zuzuordnen und unbekannte oder spezielle Bio-Artikel im Block hervorzuheben.

Für die Zukunft wollen die meisten befragten Händler ihr Bio-Angebot weiter ausbauen und ihren Kunden möglichst in allen Bereichen eine ökologische Alternative bieten. Speziell suchen die Kaufleute nach weiteren regionalen Bio-Lieferanten, nach mehr Verbandsartikeln, mehr Fachhandelsmarken und mehr vegetarischen und veganen Bio-Produkten. Auch Downgrading, also das Angebot von mehr günstiger Bio-Ware, wurde für die nächsten zwei Jahre als Strategie genannt. Neben dem Lebensmittelbereich wird eine große Chance für den Bio-Ausbau im Bereich von Drogerie und Naturkosmetik gesehen.

Lena Renner

NEU: Bio-Salami Snacks von

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-Entwicklungshilfeprojekten in Indien und Afrika: 100% Bio und Fair!



ECO-FAIR




DE-ÖKO-005
EU-Landwirtschaft








**BÄUERLICHE
ERZUEUGERGEMEINSCH
SCHWÄBISCH HALL**

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



Gutes Essen für alle

Gesprächsreihe der grünen Bundestagsfraktion

Wie lässt sich die Welt-ernährung durch eine zukunftsfähige Landwirtschaft nachhaltig sichern? Wie kann der Umbau der Tierhaltung funktionieren? Und wie kommen wir wieder zu mehr regionaler Verarbeitung? In fünf Online-Fachgesprächen der Grünen befassten sich Experten aus Politik, Wissenschaft und Praxis unter dem Motto ‚Gutes und umweltgerechtes Essen für alle‘ mit dem Ernährungssystem der Zukunft. Rund 150 Interessierte nahmen an der Veranstaltungsreihe teil.

„Seit dem zweiten Weltkrieg hatten wir kontinuierlich sinkende Hungerzahlen“, erklärte Martin Frick, Direktor des Berliner Büros des UN World Food Programmes (WFP) und Mitorganisator des Food Systems Summit 2021. Noch 2015 habe man optimistisch auf das UN-Nachhaltigkeitsziel ‚kein Hunger‘ geschaut.

Von 2019 bis heute gab es dann allerdings wieder einen dramatischen Anstieg. Im Dezember 2021 litten 276 Millionen Menschen an Hunger – „die größte humanitäre Krise seit dem zweiten Weltkrieg.“ Mit dem Krieg in der Ukraine, der Kornkammer Europas, habe sich die Lage inzwischen nochmal verschlimmert. Der Dreiklang aus ‚Klima, Konflikt und Covid‘ Sorge dafür, dass sich Menschen immer weniger Lebensmittel leisten können.

Aufbauende Landwirtschaft als Lösung

„Eigentlich gibt es genügend Lebensmittel auf der Welt – wir haben nur ein Verteilungsproblem“, meinte Renate Künast, Grünen-Sprecherin für Ernährung und Landwirtschaft. Für Frick gilt es zur Abhilfe, regionale Märkte zu entwickeln und viel mehr in den Ländern vor Ort zu produzieren, anstatt auf Billigimporte zurückzugreifen. Gleichzeitig müsse man mehr diversifizieren und an lokale Gegebenheiten angepasste Sorten anbauen. Gefragt sei eine Landwirtschaft, die mit möglichst wenig Inputs auskommt – am besten eine

naturpositive Landwirtschaft, die natürliches Kapital aufbaut, anstatt es abzubauen. Das Grundnarrativ, dass Landwirtschaft möglichst wenig arbeitsintensiv sein sollte, stellte Frick dagegen infrage. „In vielen Ländern sind Arbeitskräfte in Fülle da!“, betonte er. Es seien Kleinbauern, die unser Lebensmittelsystem in Gang halten – insbesondere Frauen.

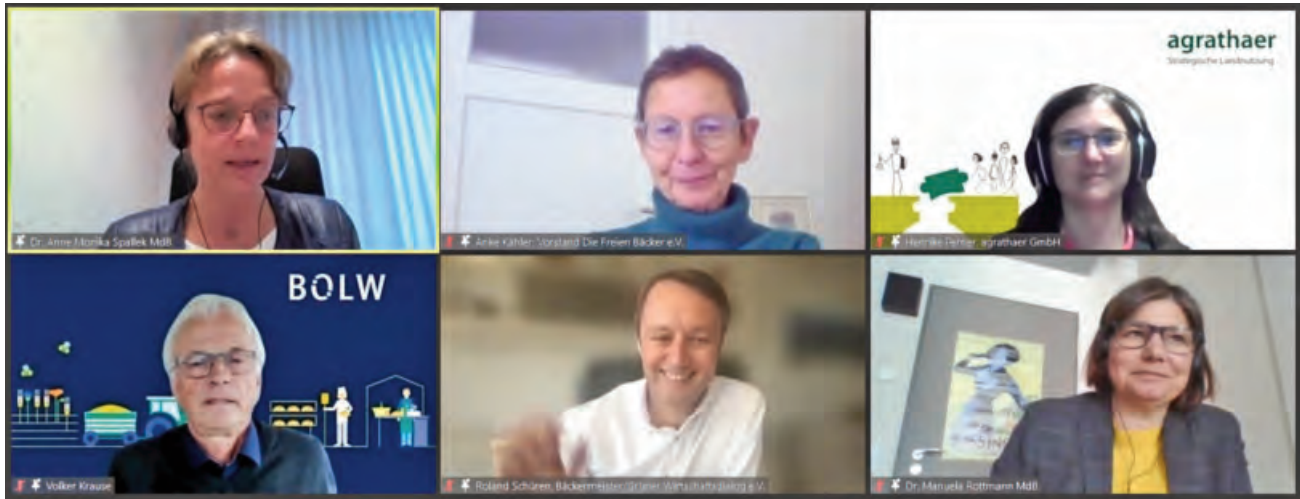
Engagement belohnen und Kleinbauern stärken

„Die EU erlaubt sehr viel mehr Nachhaltigkeit, als wir gerade umsetzen“, meinte Harald Grethe, Direktor des Think Tanks Agora Agrar. Der Flaschenhals sei dabei nicht das Wissen, sondern das Fehlen von politischen Mehrheiten, um die richtigen Schritte zu tun. Dabei schaffe Krisenerfahrung auch die Bereitschaft, ein Verhalten zu ändern.

„Solange alle reich werden, die sich schlecht benehmen, klappt es nicht“, stellte Antje Boetius, Direktorin des Alfred-Wegener-Instituts, fest. Die Frage müsse also sein, wie man gutes Verhalten fördert. Auch um zu erreichen, dass wieder mehr junge Leute sich für den Beruf des Landwirts

entscheiden. Um das Mehren-gagement der Bauern zu belohnen und die ‚wahren Kosten‘ sichtbar zu machen, schlägt SEKEM-Geschäftsführer Helmy Abouleish Kohlenstoff-Zertifikate vor.

Für Sofia Monsalve besteht die Krux darin, die starke Machtkonzentration des Agrobusiness zurückzudrängen und durch Regulierung sicherzustellen, dass Umweltschutz und Arbeitsrechte eingehalten werden. Die kleine bäuerliche Landwirtschaft sei es, die die Menschen ernährt, aber das Landgrabbing-Problem werde immer noch schlimmer. „Wir müssen ein neues Handelssystem aufbauen und die Rechte von indigenen Völkern stärken“, meint die Generalsekretärin von FIAN International. Als großer Hebel, um die landwirtschaftlichen Emissionen runterzubekommen, wurde der Moorschutz identifiziert. „Eine Moorschutzstrategie wäre eine Riesenleistung“, meinte Grethe. „Die Entwässerung von Moorflächen war mit gigantischen CO2-Emissionen verbunden“, stimmte Harald Ebner, Vorsitzender des Ausschusses für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz, zu. Die Ernährungssicherung



Die Grünen-Abgeordnete Anne Monika Spallek; Anke Kähler, Geschäftsführerin von Die Freien Bäcker e.V.; Henrike Perner, Projektmanagerin bei der agrathaer GmbH; Bohlener Mühle-Chef Volker Krause; Roland Schüren, Vorstand beim Grüner Wirtschaftsdialog e.V.; Manuela Rottmann, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft (v.l.n.r.) diskutierten zusammen über die Krise des Lebensmittelhandwerks.

der Zukunft ist für ihn mit einer Wiedervernässung verbunden.

Tierhaltung: Weniger ist mehr

Darüber, dass der Tierbestand deutlich reduziert werden muss, herrschte unter den Referenten Einigkeit. „60 Prozent unseres Getreides landet im Futtertrog – das könnten wir auch direkt essen“, erklärte Ebner. „Durch unseren hohen Fleischkonsum betreiben wir vielleicht sogar eine Art von Landgrabbing“, fügte Renate Künast, Grünen-Sprecherin für Landwirtschaft und Ernährung, hinzu. Bis 2035 müsse der Tierbestand nach allen Berechnungen halbiert werden. Durch eine vegane Ernährungsweise ließen sich laut Marco Springmann, der am Environmental Change Institut der Universität Oxford forscht, 80 Prozent der ernährungsbedingten Treibhausgase vermeiden. Da Fleischkonsum das Risiko ernährungsbedingter Krankheiten erhöht, könnte man damit zudem 20 Prozent der frühzeitigen Todesfälle verhindern. „Vegan ist eine der gesündesten und nachhal-

tigsten Ernährungsformen“, so Springmanns Resümee.

Die Verringerung des Konsums tierischer Produkte würde enorm viel bringen und müsse jetzt geschehen, pflichtete Grethe bei. „Ein Großteil der Landwirte hat begriffen, dass es mit der Tierhaltung nicht so weitergehen kann“, meinte er. Ohne eine Finanzierungsstrategie für mehr Tierwohl fehle ihnen allerdings die Perspektive für eine Alternative. „Deutschland könnte jetzt mit einer Neuorientierung vorangehen!“

Fleischsteuer und flächengebundene Tierhaltung

Dafür bräuchte es gar nicht viel Zubau, sondern nur einen Abbau, erklärte Springmann. Auch wenn man 25 Prozent des Bruttoinlandsprodukts für den Umbau des Ernährungssystems ausbebe, sei das Ergebnis nach einer Kosten-Nutzen-Analyse noch positiv. Die Subventionen in der EU würden aktuell immer noch größtenteils für nicht-nachhaltige Lebensmittel ausgegeben. Sie sollten stattdessen an die Pro-

duktion von gesunden und nachhaltigen Lebensmitteln gekoppelt werden. Außerdem schlägt Springmann vor, die Treibhausgasemissionen von Lebensmitteln durch Steuern

zu bepreisen. Fleisch würde dann um etwa 40 Prozent teurer werden, Milch um 20 Prozent.

Auf Hindernisse der Ernährungswende wies der Agrar-

HeideGut:
Die Bio-Marke
von Eggelbusch

NATÜRLICHER GENUSS

- ✓ OHNE Zusatz von Aromen
- ✓ OHNE Geschmacksverstärker
- ✓ von Natur aus Glutenfrei

Aus hochwertigen Rohstoffen produziert, bietet die HeideGut-Biorange ein besonderes Geschmackserlebnis. Die ökologisch erzeugten Wurst- und Snackwaren gibt es appetitlich und ressourcenschonend verpackt für höchste Ansprüche an Frische: als SB-Stückware, geschnitten im praktischen Frischepack oder als Snack für zwischendurch.

Appetit bekommen? Mehr Informationen finden Sie unter www.eggelbusch.de

DEKRA-ZERT
EU-Nach-EU-Landwirtschaft

ZIEGLER 
O R G A N I C

Glutenfreie
Cerealien und
Mehle

Ihr starker
Partner für
Bio-Rohstoffe

- ✓ Rohstoffe für Verarbeiter
- ✓ Eigenmarken für den Handel



Hülsenfrüchte
Saaten
Getreide
u.v.m.

BIOFACH2023

into organic

14.02.-17.02.23 in Nürnberg

Besuchen Sie uns:
Halle 9 Stand 9-417

www.ziegler-organic.de

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

ökonom und Greenpeace-Landwirtschaftsexperte Martin Hofstetter hin. So gebe es in vielen Landkreisen Deutschlands eine hohe wirtschaftliche Abhängigkeit vom Tierhaltungs-Sektor. 20 Milliarden Euro Umsatz machten allein die Top 10 Schlachthöfe in Deutschland. Für eine gelungene Ernährungswende müssten sieben bis acht Millionen Tonnen mehr Gemüse angebaut werden. Viele Betriebe, besonders flächenarme, könnten aber nicht einfach auf Ackerbau umstellen und es bleibe die Frage, wie sich Grünland alternativ verwerten lässt. Andererseits würden durch den Umbau 105 Millionen Hektar an Flächen frei, die dann für den Anbau von Gemüse, Hülsenfrüchten, Nüssen und Getreide genutzt werden können.

„Am wichtigsten ist es, ein alternatives Einkommen für die Landwirte sicherzustellen“, meinte Hofstetter. Langfristig sieht er die flächengebundene Tierhaltung als beste Lösung an. Es sollten dann nur noch Betriebe mit einem qualifizierten Flächennachweis unterstützt werden. Dass es auch Verlierer geben wird, lasse sich allerdings nicht vermeiden.

Und auf der Konsumseite? Nur noch einmal die Woche Fleisch anstatt des alten ‚deutschen Tellers‘ in der Gemeinschaftsverpflegung wünscht sich Renate Künast. In die nächste Ausschreibung für die Kantinen im Bundestag soll das Kriterium ‚pflanzlich‘ miteinfließen. Nach Grethes Meinung sollte die Gemeinschaftsverpflegung an Kitas und Schulen zudem beitragsfrei zur Verfügung stehen, sodass beim Thema gesunde Ernährung für Kinder und Jugendliche soziale Inklusion gewährleistet ist.

Kunstfleisch oder eine bio-vegane Zukunft?

Unerfreulich für die Bio-Branche: Bei einer großenteils veganen Ernährung könnte laut Springmann der Wegfall von Kuhdünger den Einsatz von mehr synthetischen Düngemitteln nötig machen. Kunstfleisch als Ersatz für Tierhaltung macht für ihn dagegen „überhaupt keinen Sinn“. Ernährungsphysiologisch würde der Konsum die gleichen Krankheitsrisiken wie der von echtem Fleisch mit sich bringen. Nach aktuellen Studien über die gegenwärtige Produktion fielen bei Kunst-Rindfleisch mindestens so hohe Emissionen an wie bei herkömmlicher Rindfleischproduktion. Und obendrein sei die Herstellung wahnsinnig teuer.

Innovationsquelle Handwerk

Ein Panel der Grünen-Reihe setzte sich mit der Krise des Lebensmittelhandwerks auseinander. „Große Unternehmen sind unglaublich starr – zu starr für die Ernährungswende“, stellte Manuela Rottmann, Parlamentarische Staatssekretärin beim Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft, fest. Innovation, Wissen, Kreativität und Anpassungsfähigkeit seien alles Potenziale des Lebensmittelhandwerks. Mit kurzen Versorgungsketten sei es außerdem weniger abhängig vom globalen Handel, fügte Anke Kähler, Bäckermeisterin und Geschäftsführerin des Vereins ‚Die Freien Bäcker‘, hinzu, und hob die Bedeutung von Handwerksbäckereien für Resilienz und Versorgungssicherheit hervor.

„Wir brauchen Unternehmertum und Selbstständige!“, be-

tonte Bohlsener Mühle-Chef Volker Krause. Ländliche Räume litten seit Jahren unter einem Brain-Drain und dem Verlust von Wirtschaftskraft. Landwirte suchten nach möglichst lokalen Abnehmern, könnten aber nur auf sehr lückenhafte regionale Versorgungsketten zurückgreifen. „Das Land braucht Wertschöpfungspumpen!“, so Krause.

Den Mangel an Mitarbeitern und Betriebsnachfolgern führt Henrike Perner, Projektmanagerin bei der agrathaer GmbH, zum Teil auf Imageverluste der als besonders stressig erachteten Handwerksberufe zurück. Auch der hohe Kostendruck und die vielen Dokumentations- und Kennzeichnungspflichten stellten das Lebensmittelhandwerk vor Herausforderungen. „Für kleine Unternehmen gelten die gleichen Hygienestandards, aber die Fixkosten können auf deutlich weniger Produkte umgelegt werden“, erklärte auch Rottmann und plädierte stattdessen für eine größenangepasste Regulierung.

Perner forderte vom Bundestag ein Innovationsförderprogramm ohne großen bürokratischen Aufwand. Um dem Personalmangel entgegenzutreten, sollten die verschiedenen Akteure in einer Region besser vernetzt werden. Außerdem müsse die Öffentlichkeit besser informiert werden, um eine neue Wertschätzung gegenüber Handwerksberufen zu erreichen. „Wieso schaffen wir es nicht über Rahmenbedingungen statt über Förderprogramme?“, fragte Bäckermeister Roland Schüren. Sein Wunsch: den Faktor Arbeit entlasten und gleichzeitig das Kapital belasten.

Lena Renner



Foto: Akademie Schloss Kirchberg und Jan Wagner / solify

Unter dem Motto ‚Jetzt erst recht: 30 Prozent Bio und mehr in Erzeugung und Verarbeitung‘ diskutierten (v.l.n.r.) Johannes Huober, Geschäftsführer der ErdmannHauser Getreideprodukte GmbH; Campo Verde-Chef Tankred Kauf; Alb-Gold-Geschäftsführer Oliver Freidler; Carolyn Hutter, Studiengangsleiterin BWL-Food Management Duale Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Heilbronn; Johannes Ehrnsperger, Geschäftsführer von Neumarkter Lammsbräu, und Friedemann Vogt, Geschäftsführer der Schrozberger Milchbauern.

Transformation trotz Gegenwind

V. Öko-Marketingtage auf Schloss Kirchberg

Zum fünften Mal lud die Akademie Schloss Kirchberg am 12. und 13. Oktober zu den Öko-Marketingtagen auf das Bauernschloss und empfing dort rund 200 Gäste aus ganz Deutschland. Unter dem Motto ‚30 Prozent Bio und mehr – Die Markenentwicklung resilient gestalten‘ diskutierten Experten aus Wissenschaft, Politik, Produktion und Handel über die Fachhandelskrise, Bio im Mainstream und notwendige politische Maßnahmen.

„Wir befinden uns in einer Seitwärtsbewegung und haben eine Delle, was Absatz und Marktentwicklung angeht aufgrund der aktuellen Krisen und politischen Verwerfungen“, sagte Rudolf Bühler, Vorsitzender der Stiftung Haus der Bauern, die auch Träger der Akademie für ökologische Land- und Ernährungswirtschaft ist, in seiner Eröffnungsrede. Bio-Lebensmittel schienen zu teuer und ein ‚Luxusgut‘ zu werden. Doch es gelte Kurs zu halten, denn der Ökolandbau sei die ressourceneffizienteste Form der Landbewirtschaftung. Die Leistungen von Bio könnten nicht alleine über den Produktpreis vergütet werden. Über Stickstoff- und Pestizidsteuern hätten die externen Kosten der chemischen Agrarwirtschaft schon lange eingepreist werden können. Ein vielversprechendes Entwick-

lungsfeld stelle außerdem Carbon Farming da, wozu auf Schloss Kirchberg ein Forschungsprojekt am Laufen ist. Wie vielfältig die Leistungen von Bio sind, machte Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsführer von Neumarkter Lammsbräu, deutlich. Mit Fünfjahresrahmenverträgen und fairen Preisen stelle sein Unternehmen wertschätzende Partnerschaften mit den 180 Lieferanten sicher. Dazu unterhält Lammsbräu Humusaufbauprojekte, bietet den Höfen individuelle Beratung für Naturschutzkonzepte und macht mit Hilfe von Regionalwertleistungsrechnungen die Nachhaltigkeitsleistungen der jeweiligen Landwirte transparent.

Der Fachhandel in der Krise

‚30 Prozent Bio und mehr – Die Markenentwicklung resilient gestalten‘, so lautete das

Thema der 5. Öko-Marketingtage. Fakt ist aber: Der Bio-Markt entwickelt sich aktuell rückläufig. Hatte die Pandemie einen Rekordumsatz verschafft, musste sie im letzten Jahr angesichts von Krieg und Inflation den ersten Rückgang seit der Zeit der Finanzkrise 2009 verkraften. Dabei sind die Preise für Bio-Lebensmittel mit rund fünf Prozent im Vergleich zu konventionellen Produkten mit einer Inflation von etwa 16 Prozent nur moderat gestiegen, wie Stephan Rüschen, Professor für Lebensmittelhandel an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Heilbronn ausführte. Dennoch: Der Bio-Umsatzrückgang von rund fünf Prozent werde sich bis Ende 2022 fortsetzen, sagte Rüschen voraus. Dramatisch bis existenzbedrohend sei die Lage vor allem für den selbstständigen



Fotos: Akademie Schloss Kirchberg und Jan Wagner / soilify

V.l.n.r.: Stephan Rüsch, Professor für Lebensmittelhandel an der DHBW Heilbronn, Burkhard Schmied, Abteilungsleiter für Landwirtschaftliche Erzeugung am Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, und Theresia Kübler, Landesvorständin von Demeter Baden-Württemberg

gen Naturkostfachhandel. Bei Bio-Supermärkten, Naturkost- und Hofläden liege das Negativwachstum bei 15 bis 17 Prozent. Dagegen konnten Discounter um 18 Prozent zulegen, wie Diana Schaack von der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) zeigte. Auch die Drogeriemärkte gehörten in puncto Bio zu den Gewinnern der Krise. Und: Während Bio-Herstellermarken ein Minus von knapp neun Prozent verbuchen mussten, schafften die Bio-Handelsmarken ein Plus von neun Prozent. „Die Kunden wollen immer noch Bio kaufen – aber sie wollen es billiger“, stellte Rüsch zusammenfassend fest. Der LEH, Vollsortimenter und Discounter würden daher zu Lasten des Naturkostfachhandels weiter Marktanteile gewinnen. Laut Expertenmeinungen werde der Bio-Markt nach Verschlingungsprozessen und Effizienzprogrammen sein überproportionales Wachstum der letzten Jahre weiter fortsetzen können. Dennoch sei das Erreichen des politischen Ziels von 30 Prozent Bio bis 2030 ohne staatliche Unterstützung unrealistisch. Dass sich die Dominanz der Bio-Eigenmarken im Vergleich zu Herstellermarken weiter ver-

stärken werde, prognostizierte auch Tankred Kauf, Geschäftsführer des Demeter-Vermarkters Campo Verde. Sei das durch Jahrzehnte des Aufschwungs bisher nicht nötig gewesen, müssten die Bios jetzt das Verkaufen lernen, denn „Verkaufen beginnt mit dem Nein.“ Eine rein wertebasierte Kommunikation werde dafür nicht reichen und die Bio-Branche um Preisaktionen und Ähnliches nicht herumkommen. „Der Fachhandel muss lebendig sein und das Salz in der Suppe geben“, so Kauf. Eine einfachere Kommunikation wünscht sich Marion Hoffmann, Mitglied der Geschäftsleitung bei lehmman natur. Der Fachhandel müsse sich künftig mehr um Hybridkunden bemühen und eine Atmosphäre schaffen, wo diese gerne einkaufen. Als Positivbeispiel führte sie den Einzelhändler tegut an, der mit 30 Prozent Bio schon heute lebe, was deutschlandweit angestrebt wird. „Wir Bios erklären immer“, stimmte Johannes Ehrnsperger zu. „Wenig Worte, Emotionalität und Begeisterung“ seien Bestandteile

„Verkaufen beginnt mit dem Nein.“

einer Kommunikation, mit der man die Leute abholt. Für Katrin Zander, Professorin an der Universität Kassel, braucht Bio jetzt vertrauensbildende Maßnahmen, eine koordinierte Kommunikations-offensive und ein klares politisches Bekenntnis mitsamt den richtigen Anreizen.

Bio im Mainstream

Stolz darauf, Bio zum kleinen Preis bieten zu können und eine Art Auffangebene geschaffen zu haben, ist tegut-Geschäftsführer Thomas Gutberlet. Er warnte davor, Hersteller auszuschließen, die aus dem konventionellen Bereich Stück für Stück dazukommen – auch wenn ihre Werterhaltung vielleicht noch nicht ganz der der Bio-Pioniere entspricht. „Wenn Bio sich als Gegner gegen den Rest der Welt stellt, wird es schwierig“, meinte er. Verbände wie Demeter und Bioland könnten Vorreiter sein, die andere hinter sich herziehen. Besser als in ‚gut und böse‘ zu denken, sei es, das Positive herauszustellen, ohne das andere schlechtzumachen. Beim Thema Preisgestaltung gebe es

nicht eine Lösung für alle und am Ende müsse der Kunde im Mittelpunkt stehen.

„Kunden sollen zu Fans werden“, wünscht sich Robert Poschacher, Geschäftsführer des Edeka-Bio-Fachmarktkonzepts Naturkind. Die aktuell 25 Naturkind-Welten sollen Bio-Produkten als Marktplatz dienen, Bio-Bauern mit ihren Kunden verbinden und Teil einer integrierenden Bewegung sein, an der jeder teilnehmen kann. „Naturkind ist kein Angriff auf den Fachhandel, sondern ein Angriff auf den Klimawandel!“, stellte Poschacher klar. Dass Bio für alle zugänglich sein sollte, vertritt auch Artur Findling, der für Kaufland den Einkauf von Bio-Lebensmitteln verantwortet. „Es ist uns gelungen, mehr Premium-Bio in die Mitte der Gesellschaft zu bringen“, meinte er und hob die Kooperationen der Handelskette mit Demeter und bald auch Bioland hervor. Marcus Wewer, der bei Rewe für Bio-Eigenmarken zuständig ist, appellierte an die Bio-Branche, sich vor dem wachsenden und klimarelevanten Markt veganer Lebensmittel nicht zu verschließen und den Zug nicht zu verpassen. Mit der Marke ‚Rewe Bio + vegan‘ hebt der Einzel- ►

frischli
100 % PFLANZLICH

UNSERE PRODUKT-HIGHLIGHTS IM BIO-HAFER-SORTIMENT



DE-ÖKO-001



VEGAN

www.frischli-greenguide.de

Das ganze Sortiment unter: www.frischli-foodservice.de



Fotos: Akademie Schloss Kirchberg und Jan Wagner / soilify

V.l.n.r.: Jan Plagge, Präsident von Bioland und IFOAM Organics Europe; Robert Poschacher, Geschäftsführer der Naturkind Lebensmittelvertriebs-GmbH; Dinah Hoffmann, stellvertretende Projektleiterin der Kantine Zukunft; Rudolf Bühler, Vorsitzender der Stiftung Haus der Bauern; Katrin Zander, Fachgebietsleiterin Agrar- und Lebensmittelmarketing an der Universität Kassel, und tegut-Geschäftsführer Thomas Gutberlet.

händler pflanzliche Bio-Produkte bereits besonders hervor. Wie Gutberlet rief Wewer die Branche zudem dazu auf, alte Feindschaften zu begraben. Fachhandelsmarken seien bei Rewe-Kunden oftmals unbekannt und bekannte konventionelle Marken entsprechend wichtig dabei, Bio ins Bewusstsein zu rücken.

Hat Qualität ihren Preis?

Darüber, ob Bio-Produkte billiger werden müssen, wurde auf den Öko-Marketingtagen vielfach diskutiert. Nach einer Studie bei jungen Menschen sind zu teure Preise das wichtigste Hemmnis beim Bio-Einkauf, wie Katrin Zander erklärte. Über 40 Prozent der Befragten würden dadurch ab-

geschreckt. Entsprechend forderte Annette Müller von der Lebensmittelzeitung, die Bio-Preise müssten weiter sinken, um etwa auch Studenten und Familien zu erreichen. Der Fachhandel müsse in dieser Hinsicht vom LEH lernen. Für Leo Fröhschütz vom Journalistenbüro biotext ist es dagegen keine erfolgversprechende Strategie für den Fachhandel, die Billigschiene zu fahren. Friedemann Vogt, Geschäftsführer der Schrozberger Milchbauern, warnte davor, in der Qualität zurückzufallen und nur noch halbe Produkte zu machen, nur um billiger anbieten zu können.

Auch Burkhard Schmied, Abteilungsleiter für Landwirtschaftliche Erzeugung und Agrarsozialpolitik beim Bun-

desministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), verneinte die Frage, ob Bio-Produkte billiger werden müssen. Vielmehr müsse ihr Wert besser kommuniziert und müssten konventionelle Produkte verteuert werden. Angesichts von Klimawandel, Artensterben und Ernährungskrise gelte es, mit geänderten Rahmenbedingungen und Förderungen den Ökolandbau voranzutreiben.

Neue Zukunftsstrategie für die ganze Regierung

Als Strategie für die ganze Bundesregierung stellte Schmied bis zur Biofach eine ausgebaut und neu strukturierte Zukunftsstrategie ökologischer Landbau

in Aussicht. Im Sommer 2023 solle sie im Kabinett verabschiedet werden. Ein wichtiges Instrument für den Bio-Ausbau sei das Bundesprogramm ökologischer Landbau (BÖL), dessen Mittel erhöht worden seien. Dieses Jahr stünden knapp 33 Millionen Euro zur Verfügung, im nächsten Jahr sollen es nochmal mindestens drei Millionen mehr sein.

Bezüglich der gemeinsamen europäischen Agrarpolitik (GAP) sei es das langfristige Ziel des BMEL, komplett weg von der Flächenförderung zu kommen und Direktzahlungen nur noch für gesellschaftliche Leistungen zu gewähren. Parallel zum Flächenziel 30 Prozent ist geplant, dass auch 30 Prozent der Forschungsmittel künftig in den

Ökolandbau fließen. Außerdem soll eine Infokampagne zum Wert von Bio-Lebensmitteln gestartet werden.

Zum Zugpferd Außer-Haus-Verpflegung solle in Kürze eine Richtlinie veröffentlicht werden, mit der die Beratung für die Umstellung auf Bio in Kantinen gefördert werden kann. Auch die Kantinen in der Bundesverwaltung sollen auf mehr Bio umstellen. Darüber hinaus ist ein Logo vorgesehen, mit der Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung ihren Bio-Anteil hervorheben können.

Bio außer Haus genießen

Dass in der Außer-Haus-Verpflegung in Deutschland bereits erfolgreiche Initiativen existieren, zeigten drei Vorrei-

ter aus verschiedenen Bereichen. 60 Prozent Bio in der Berliner Gemeinschaftsgastronomie will die Kantine Zukunft erreichen. Mit einem sechsmo-

natigen Beratungsprogramm und mittlerweile 13 Mitarbeitern hat die

Organisation bereits 20 Küchen bei der Umstellung geholfen, wie die stellvertretende Projektleiterin Dinah Hoffmann erzählte. Über mehr frisches Essen auf den Tellern, mehr Saisonales und weniger Fleisch werde die Umstellung auch finanziell machbar.

„Den Leuten nichts vorschreiben, sondern durch Qualität überzeugen“, lautet das Credo von Kurt Stümpfig, der die Verpflegungsdienste bei der Linde GmbH leitet. Nach

einem Einstieg mit 25 Prozent Bio biete die Linde-Betriebsgastronomie heute je nach Saison 65 bis 75 Prozent der Mahlzeiten in Bio-Qualität an. Mit 100 Prozent Bio kann Denis Florschütz, Betriebsleiter bei apetito catering, aufwarten. Zusammen mit dem Warenkreditversicherer Allianz Trade hat apetito im Juni 2022 das erste Bio-Betriebsrestaurant Hamburgs eröffnet. 89 Prozent der Mitarbeiter hätten dem Ziel bei einer Abstimmung im Vorfeld zugestimmt. „Die Nachfrage nach Bio nimmt zu“, freut sich Florschütz.

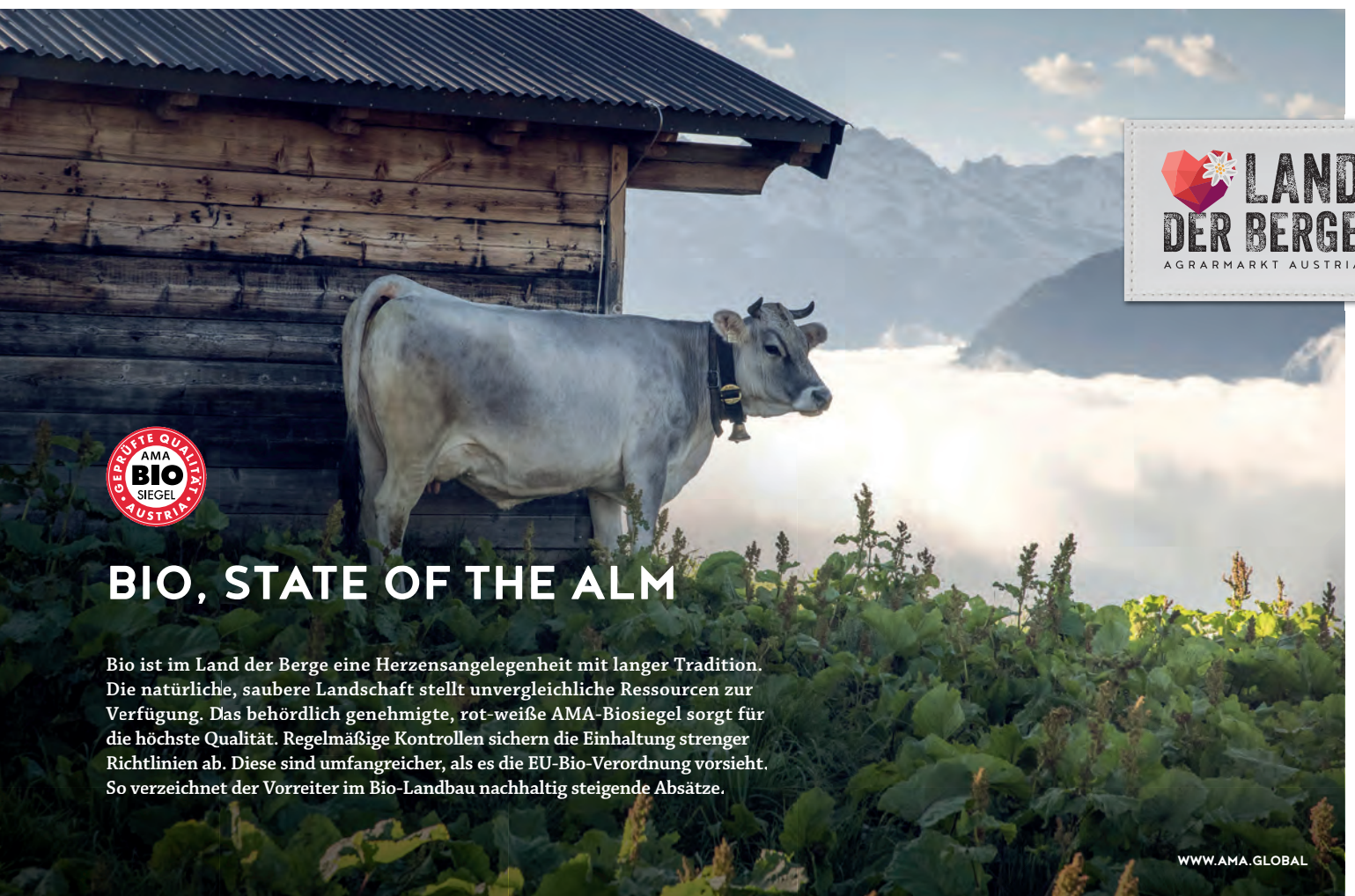
Wenn Absatz und Rahmenbedingungen stimmen, werde die Wende an der Produktion nicht scheitern, ist Naturland-Präsident Hubert Heigl überzeugt: „Gute konventionelle Landwirte werden auch gute Bio-Landwirte!“ Dafür, dass die Politik ins Umsetzen

kommt, ist es allerdings höchste Zeit. „Wenn die Agrarwende nicht erfolgreich ist, haben wir in fünf Jahren eine Energiekrise“, machte Theresia Kübler, Landesvorständin von Demeter Baden-Württemberg, den Ernst der Lage deutlich.

„Der Wind bläst uns hart um die Ohren, nach Jahren des Rückenwinds“, stellte Bioland-Präsident Jan Plagge im Abschlussgespräch fest. Die katastrophale Situation der Welternährung bedeute aber nicht, dass die Landwirtschaft weiter intensiviert werden muss, wie manche Medien es jetzt fordern. „Es gibt kein Produktionsproblem, sondern ein Systemproblem – und wir sind der Katalysator für die Transformation des Systems.“ Die Bio-Branche müsse weiter hinausgehen und die Diskussion suchen.

Lena Renner

„Bio ist der Katalysator für die Transformation“



BIO, STATE OF THE ALM

Bio ist im Land der Berge eine Herzensangelegenheit mit langer Tradition. Die natürliche, saubere Landschaft stellt unvergleichliche Ressourcen zur Verfügung. Das behördlich genehmigte, rot-weiße AMA-Biosiegel sorgt für die höchste Qualität. Regelmäßige Kontrollen sichern die Einhaltung strenger Richtlinien ab. Diese sind umfangreicher, als es die EU-Bio-Verordnung vorsieht. So verzeichnet der Vorreiter im Bio-Landbau nachhaltig steigende Absätze.

WWW.AMA.GLOBAL



In der Sindh-Region wurde knapp die Hälfte der letzten Reisernte durch Überschwemmungen beschädigt.

Bio-Produzent trotz dem Hochwasser in Pakistan

Taj Food steht für nachhaltigen Reis aus Pakistan

Überschwemmungen, Zollkosten und strenge Pestizidkontrollen: Das Bio-Unternehmen Taj Food aus der pakistanischen Provinz Punjab war im letzten Jahr mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert. Gegründet 1993, versorgt der heute größte Bio-Lieferant aus Pakistan Europa und die USA mit großen Mengen an Reis. Trotz vieler Widrigkeiten geht der Hersteller weiter in Richtung Nachhaltigkeit und plant, seine Energieversorgung auf eine erneuerbare Energiequelle umzustellen.

Die Reisindustrie weltweit hatte im letzten Jahr mit wetterbedingten Problemen zu kämpfen. Die USA, Indien und Italien waren von Trockenheit und zu geringen Wasservorräten betroffen. Kalifornien, der größte Reisbauer der USA, hatte die geringste Erntemenge an Mittelkorn- und Kurzkornreis seit den 1980er Jahren. Dadurch sind dort jetzt andere Reislieferanten wie Argentinien oder Pakistan gefragt. Aber auch in Pakistan gab es aufgrund von Überschwemmungen gravierende Ernteverluste. Dazu kommen für Bio-Landwirte Export-Probleme aufgrund von Pestizidrückständen. „Sowohl EU als auch die USA werden immer strenger mit den Pestizidkontrollen“, erklärt Kadeer, der Sohn des Gründers von Taj Food, der mit seinem Unternehmen AKC Commodities den Export in die USA verantwortet.



Auch der Mittlere Osten reguliere seine Bio-Importe inzwischen deutlich rigoröser als noch vor ein, zwei Jahren. Insgesamt ist dadurch das globale Reisangebot sehr knapp, die Nachfrage bleibt hoch

und die Preise gehen stark nach oben.

Überschwemmungen in Pakistan

15 bis 20 Prozent seiner vormals 25.000 Hektar Anbau-



Die gerade abgeschlossene Dattel-Ernte wurde durch das Hochwasser komplett zerstört.

fläche hat Taj Food durch die Überschwemmungen verloren und konnte im letzten Jahr nur eine halb so große Erntemenge wie gewohnt einfahren – 20.000 statt 40.000 Tonnen. Besonders schlimm getroffen hat es die Dattelpflanzen. „Die Ernte war gerade vollständig abgeschlossen, da kam das Hochwasser und hat alles komplett zerstört“, bedauert Anabela Alves, die für den Verkauf in die EU zuständig ist. Daher hat Taj Food gerade überhaupt keine Datteln im Sortiment. Auch beim Langkornreis gab es hohe Ernteverluste.

Von Versicherungen, die dabei helfen könnten, den Schaden etwas abzufedern, können die betroffenen Landwirte in Pakistan nur träumen. Auch viele Häuser wurden zerstört und viele der Bauern haben nichts zu essen, noch nicht einmal Reis. Unterstützung von den Kunden im Ausland wäre in dieser Situation sehr willkommen und ein positiver Aspekt der Globalisierung, der bei einem rein regionalen Fokus außen vor bleibt.

Die gemeinnützige Taj Welfare Foundation, die Anfang der 2010er Jahre gegründet wurde, hilft den Flutopfern wo nur möglich, stellt Reis-

Mahlzeiten zur Verfügung und unterstützt zerstörte Dörfer beim Wiederaufbau der Infrastruktur. Gleichzeitig werden die bereits installierten Wasseraufbereitungsanlagen von der Stiftung weiterhin regelmäßig gewartet und in Stand gehalten.

Marke Earth's Promise & Heritage Gardens floriert

Seit rund zwei Jahren bietet AKC Commodities für die USA die eigene Herstellermarke „Earth's Promise & Heritage Gardens“ an. Mit der Entwicklung ist Kadeer zufrieden. Rund 2.500 Händler im ganzen Land hätten die Marke bereits gelistet, darunter ein paar große Einzelhändler, aber auch kleinere selbstständige Märkte und Naturkostläden. Zwei große amerikanische Distributoren vertreiben die Produkte mittlerweile für das Unternehmen. Das Wachstum sei nicht exponentiell, aber stetig.

Für Private Label-Anfragen des Handels ist AKC ebenfalls offen. Man könne sich auch vorstellen, das Konzept in Zukunft auf Europa auszuweiten. Der Reisimport nach Europa ist allerdings wesentlich komplizierter, wie Anabela Alves weiß. Die Zollkosten sind sehr hoch, vor allem bei weißem Reis. Große Verarbeiter importieren daher braunen Reis, lassen ihn in Europa schälen und verkaufen ihn dann als weißen weiter. Die Kosten für das Schälen sind dann immer noch deutlich geringer, als es die Zollkosten für weißen Reis wären. So wird die Wertschöpfung nach Europa verlagert. Um es diesen großen Firmen nachzutun und den Reis in Europa zu verarbeiten, fehlen allerdings die nötigen Kapazitäten – die

Mühlen wurden alle von der Konkurrenz aufgekauft. Die einzige Möglichkeit wäre also, eine eigene Reismühle zu bauen.

Unabhängig von Zollfragen hat sich das durch Corona stark beeinträchtigte Transportgeschehen mittlerweile wieder normalisiert. Kostete ein Container im letzten Jahr teilweise 10.000 Dollar, so sind es jetzt nur noch 4.000 oder 5.000 Dollar pro Container.

Solarenergie und Fortbildungen

Zusätzlich zum Bio-Anbau will das Unternehmen in Zukunft auch die Energieversorgung nachhaltiger gestalten. Bis 2030 soll die gesamte Produktion inklusive der Reismühlen auf Solarstrom umgestellt werden. „Wir brauchen sehr viel Elektrizität“, erklärt

Kadeer. Um die 1.200 Megawatt sollen in wenigen Jahren über Sonnenkollektoren produziert werden. Die ersten Gespräche mit einem Anbieter seien bereits gelaufen.

Darüber hinaus bietet der Betrieb weiterhin Fortbildungen zu nachhaltigem Anbau für seine Landwirte an. Darin lernen sie etwa, weniger Wasser zu verbrauchen oder schädliche Insekten mit natürlichen Methoden zu bekämpfen. Sehr effektiv als Pflanzenschutzmittel sei zum Beispiel die Neem-Pflanze, die letztes Jahr bei 60 Farmern um ihre Felder herum angebaut wurde.

Neue Innovationen und Produkte sind gerade in Planung und sollen Mitte 2023 auf den Markt kommen, wenn alles gut geht. „Die letzten Tests laufen noch“, so Alves.

Lena Renner



Bio ohne Anbau

Wild gesammelte Rohstoffe gibt es auch in Bio-Qualität

Pilze, Kräuter, Blüten, Beeren, Nüsse, Wurzeln oder Samen: In vielen Bio-Produkten wie Tees, Gewürzen oder Fruchtzubereitungen befinden sich auch Rohstoffe aus Wildsammlung. Was müssen Sammler tun, um ihre Ware als Bio kennzeichnen zu dürfen? Wo befinden sich weltweit die wichtigsten Bio-Sammelgebiete? Und welche Zusatzlabel weisen auf eine ökologisch und sozial verträgliche Sammlung hin?

Als Wildpflanzen gelten Pflanzen, für deren Wachstum keine Anbaumaßnahmen ergriffen worden sind. Nach Naturland-Definition müssen die Pflanzen zudem an ihrem Standort natürlich vorkommen.

In Deutschland ist ‚professionelles‘ Sammeln sehr selten und spielt global betrachtet kaum eine Rolle. Marktrelevante Mengen werden vor allem in Südosteuropa gesammelt: in Albanien, Rumänien, Bulgarien, Mazedonien, Bosnien-Herzegowina oder im Kosovo. In der Balkanregion hat die Wildsammlung eine jahrhundertlange Tradition und stellt in strukturschwachen Regionen eine wichtige Einkommensquelle dar. Auch die Ukraine und Estland beherber-

gen wichtige Bio-Wildsammlungsgebiete.

Beeren aus Finnland, Nüsse aus Mexiko

Laut einer Erhebung des Forschungsinstituts für biologischen Landbau (FiBL) lagen 2020 38 Prozent der biologischen Wildsammlungs- und Bienenzuchtgebiete in Europa, gefolgt von Afrika mit 36 Prozent der Fläche. In Asien befinden sich 14 Prozent, in Lateinamerika zwölf Prozent und in Nordamerika nur ein Prozent der weltweiten Bio-Sammlung.

Die ausgedehntesten Wildsammlungsflächen liegen mit weitem Abstand in Nordeuropa: 5,5 Millionen Hektar kann



Finnland für sich beanspruchen – hauptsächlich werden hier Beeren gesammelt. Auf Platz 2 folgt Namibia mit 2,6 Millionen Hektar, vor Mexiko (hauptsächlich Nüsse) und Mosambik (ausschließlich Baobab) mit 1,9 und 1,8 Millionen Hektar. Wichtige Sammelgebiete sind auch Indien und China mit jeweils 1,7 Millionen Hektar.

Bezogen auf die Rohstoffgruppe nehmen weltweit Heil- und Aromapflanzen die größte Fläche ein, gefolgt von Hagebutten, Nüssen, Früchten, Beeren und Algen. Für die meisten Bio-Wildsammelungsgebiete stehen allerdings noch keine genauen Daten zur Verfügung. In Deutschland sind es meist Förster, Gärtner oder Landwirte, für die das Sammeln eine Nebenerwerbstätigkeit darstellt. Sie müssen sich an die Vorgaben des Bundesnaturschutzgesetzes halten. Streng geschützte Arten sind in der Regel tabu, ebenso Naturschutzgebiete. Auch außerhalb davon brauchen gewerbliche Sammler eine Genehmigung, die bei der zuständigen Behörde für Naturschutz und Landschaftspflege beantragt werden muss und für ein genau gekennzeichnetes Gebiet erteilt wird.

Kontrolliert biologische Sammlung

Für Öko-Wildsammler gilt darüber hinaus die EU-Öko-Verordnung. Sie schreibt etwa vor, dass die Flächen vor dem Sammeln mindestens drei Jahre lang nicht mit Pestiziden oder synthetischen Düngemitteln behandelt worden sind. Zudem darf das Sammeln die ökologische Stabilität und den Artenerhalt im Sammelgebiet nicht bedrohen.

Einige Bio-Anbauverbände haben in ihren Richtlinien zusätzliche Anforderungen formuliert. So müssen die Sammelgebiete für ein Naturland- oder Bioland-Zertifikat über Kataster- oder Flurpläne eindeutig definiert werden. Um Raubbau zu verhindern, sind Naturländler dazu verpflichtet, vor Saisonbeginn eine maximale Erntemenge festzulegen. Sie müssen regelmäßig Rückstandsanalysen vornehmen und auf dem Endprodukt auf die Herkunft aus Wildsammlung hinweisen, sodass Konsumenten es klar von den Produkten aus ökologischem Anbau unterscheiden können. (Ausnahme: Liegt der Anteil aus Wildsammlung bei einem Produkt unter 25 Prozent,

muss nicht darauf hingewiesen werden.) Bei Demeter werden Rohstoffe aus Wildsammlung nicht als Demeter-Zutaten berechnet und dürfen nur zu maximal fünf Prozent in einem Produkt vorhanden sein.

Fairer Handel – auch für Sammler

Ein anderes Label, das teils auf Produkten mit gesammelten Inhaltsstoffen zu finden ist, nennt sich FairWild-Standard. Der FairWild-Standard wurde 2008 von der FairWild-Stiftung ins Leben gerufen – als Reaktion auf die ständig steigende Nachfrage nach Inhaltsstoffen aus Wildpflanzen, die mit der Gefährdung von Ökosystemen sowie schlechten Arbeitsbedingungen für die Sammler einherging. Der Standard will unter anderem garantieren, dass die Ressourcen von Wildpflanzen ohne negative Auswirkungen auf die Umwelt erhalten bleiben. Die Verwendung von schädlichen chemischen Zusätzen ist daher ähnlich eingeschränkt wie beim Bio-Zertifikat. Das Label fördert faire vertragliche Vereinbarungen zwischen Unternehmen und Sammlern und steht für faire Arbeitsbedingungen aller Beschäftigten.

Der Internationale Standard für die nachhaltige Wildsammlung von Heilpflanzen (ISSC-MAP), der ein Jahr zuvor unter anderem vom WWF eingeführt wurde, ist 2008 mit dem FairWild-Standard fusioniert. Beispielprodukte für die besondere Fairtrade-Zertifizierung sind verschiedene Kräuter und Tees des Bio-Herstellers Pukka, die damit gelabelt sind. Insgesamt hat FairWild mittlerweile über 35 Unternehmenspartner.

Lena Renner





Mit mechanischen Handleinen holen die isländischen Kleinfischer ihren Fang aus der Tiefe. Lazaro Campuzano, Vertriebsleiter bei Demeter-Felderzeugnisse, hat sich vor Ort selbst mit den Methoden vertraut gemacht.

Illegale Fänge, Überfischung, Beifang und ein stundenlanger Todeskampf in Netzen: Die konventionelle Fischerei ist mit zahlreichen Problemen behaftet. Mit der Marke Wild Ocean will die Erzeugergemeinschaft Demeter-Felderzeugnisse eine Alternative bieten und ein Pendant zu Bio für Fisch aus Wildfang etablieren.



„Wir wollen zeigen, dass man den Fischfang nicht verteufeln muss – dass man ihn auch im Einklang mit der Natur ausüben kann, anstatt sie auszubeuten“, erklärt Lazaro Campuzano, Marketing- und Vertriebsleiter bei Demeter-Felderzeugnisse die Motivation des Unternehmens.

Als die Marke vor 20 Jahren ins Leben gerufen wurde, kamen gerade immer mehr Fisch-Produkte mit MSC-Zertifikat auf den Markt, das von Unilever initiiert wurde. „Nicht gerade vertrauenswürdig“, so Campuzano. Umstrittene Methoden wie etwa der Einsatz von Grundschleppnetzen sind bei MSC nicht zwingend untersagt. Demeter-Felderzeugnisse habe sich stattdessen auf die Suche nach Fisch aus einer wirklich nachhaltigen Herkunft gemacht – nach Fischern, die sich wie ein Bio-Landwirt um seinen Hof um ihren Fang kümmern.

Wildfang per Leine in Kleinstmengen

Fündig wurde der Bio-Hersteller in Island, wo schon sehr früh strenge Fischerei-Richtlinien eingeführt wurden. Der Fischfang ist hier wirtschaftlich elementar und es gibt noch Kleinfischer, die wirkliche Kleinstmengen im 100-Kilo-Bereich fangen. Mit mechanischen Handleinen ohne lebende Köder holen sie ihren Fang aus der Tiefe. Durch einen Schnitt durch die Kehle sofort getötet, werden die Fische direkt auf Eis gelegt und bleiben so frisch, bis der Fischer seinen Fang – normalerweise um die 80 bis 100 Fische – zurück zum Hafen bringt.

„Dadurch gibt es auch eine andere Qualität als bei Großfischern, wo die Fische übereinander im Netz zerdrückt werden und vor dem Erstickungstod stundenlang ums Überleben kämpfen, sodass Stresshormone ausgeschüttet werden“, erklärt Campuzano. Manche Großfischer frosten die Fische sofort an Bord – „das ist die einfachste Methode“ –, was aber

zur Folge hat, dass sie zum Filetieren wieder aufgetaut und dann ein zweites Mal gefrostet werden müssen.

Kommen die isländischen Fischer zurück zum Hafen, müssen sie ihre ganze Ladung abgeben, inklusive des Beifangs. So weiß die staatlich beauftragte wissenschaftliche Forschungsstelle, was vor sich geht – in welche Gegenden die Fische abwandern, wo es kritische Bestände gibt und wo es zur Regeneration der Fische Verbotszonen braucht, die umfahren werden müssen. „Das ist alles super ausgeklügelt und komplett kontrolliert“, betont Campuzano. Bei Zuwiderhandeln können nach der isländischen Nachhaltigkeitsgesetzgebung richtige Strafen verhängt werden – Sanktions-gelder oder sogar ein einjähriges Fischereiverbot.

Genauere Dokumentation und Rückverfolgbarkeit

Wie alle anderen Käufer muss Wild Ocean seine Ware ersteigern. „Es ist schon eine aufwendige Geschichte“, gesteht der Vertriebschef. „Aber wir handeln ja keine Riesenmengen.“ Außerdem entspreche die isländische Kleinfischerei den unternehmenseigenen Vorstellungen von Nachhaltigkeit und stelle ein echtes Äquivalent zu den Idealen von Bio dar. Und das soziale Leben in Island werde durch die Nachfrage nach küstennah gefangenem Fisch erhalten. Da alles genau dokumentiert wird, sind die Themen Rückverfolgbarkeit und Transparenz kein Problem. Die Papiere über die Herkunft des Fisches bekommt man beim Kauf mitgeliefert.

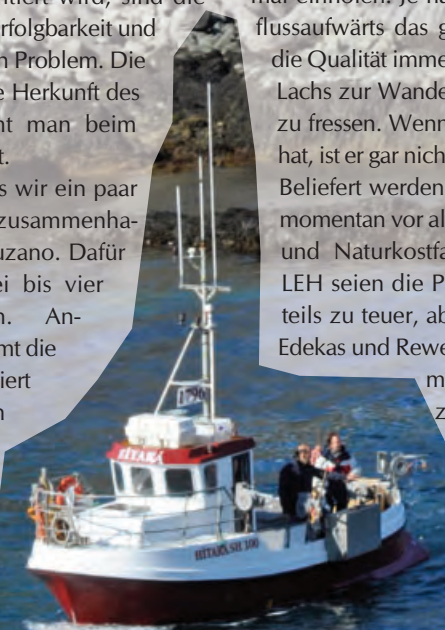
„Wir warten, bis wir ein paar tausend Kilos zusammenhaben“, so Campuzano. Dafür brauche es drei bis vier Versteigerungen. Anschließend kommt die Ware schon filetiert und gefroren nach Deutschland

und wird hier nur noch geschnitten. Tiefkühl-Kabeljau, -Seelachs, -Schellfisch, -Goldbarsch und -Garnelen aus nachhaltiger Küstenfischerei hat Wild Ocean aktuell im Angebot. Ein eigenes Siegel auf der Packung sorgt dafür, dass die Fangmethode ‚gefangen mit Haken und Langleine‘ auf einen Blick erkennbar ist. Bis vor kurzem war auch noch Scholle erwerbbar, aber weil die Fangmengen zur Regeneration abgesenkt wurden, hat das Unternehmen sie fürs Erste aus dem Sortiment genommen. Zu den Filets gibt es auch Convenience wie Fischstäbchen und Burger – frei von Bindestoffen, Geschmacksverstärkern und Aromen.

Der Lachs kommt nicht aus Island, sondern aus Alaska, wo ebenfalls sehr früh angefangen wurde, die Fischerei gesetzlich zu verankern und ein nachhaltiges System zu entwickeln. Auch hier wird der Fisch für Wild Ocean auf hoher See und in voller Lebenskraft einzeln mit der Leine gefangen, während der vitale Einzelgänger sich auf der Jagd befindet.

„Andere fangen den Lachs, wenn er zum Laichen zurück zum Fluss kommt, mit dem Netz ab“, weiß Campuzano. Beim letzten Gang vor dem Tod bilden die Tiere große Schwärme und schwimmen gemeinsam auf die Küste zu. So kann man mit einem Fang viele Tonnen auf einmal einholen. Je nachdem wie weit flussaufwärts das geschieht, nimmt die Qualität immer mehr ab, da der Lachs zur Wanderungszeit aufhört zu fressen. Wenn er dann gelaicht hat, ist er gar nicht mehr genießbar. Beliefert werden mit Wild Ocean momentan vor allem Gastronomie und Naturkostfachhandel. Dem LEH seien die Produkte größtenteils zu teuer, aber bei einzelnen Edekas und Rewes gibt es den Premium-Fisch bereits zu erwerben.

Lena Renner



Unverhoffter Mitsstreiter aus Frankreich



Französischer Rechnungshof veröffentlicht Plädoyer für mehr Bio

Der französische Rechnungshof (Cour des Comptes) hat im vergangenen Sommer unter Auswertung der wissenschaftlichen Fachliteratur eine gründliche Bewertung der französischen Bio-Landwirtschaft vorgelegt. In dem 353 Seiten umfassenden Bericht macht er sich zum Anwalt des Ökolandbaus und fordert eine stärkere staatliche Förderung.

Das französische Landwirtschafts-Ministerium verfolge anspruchsvolle Ziele, ohne aber ausreichende Mittel zur Verfügung zu stellen – so der Rechnungshof. Die Entwicklung der biologischen Landwirtschaft sei im günstigen Fall begleitet, manchmal aber auch gebremst worden. In einer Bestandsaufnahme der wissenschaftlichen Literatur untersucht der Rechnungshof die Vorteile der

Bio-Landwirtschaft, die sich sowohl in der Verringerung negativer Externalitäten als auch in eigenen positiven Externalitäten zeigten. Insgesamt anerkenne die Literatur bereits Vorteile in folgenden Bereichen:

- ❑ **Gesundheit**
Studien deuten auf einen Zusammenhang zwischen Pestizidbelastung und Krankheiten (wie Krebs, Parkinson etc.) hin – sowohl bei Landwirten als auch bei Verbrauchern.
- ❑ **Sauberes Wasser**
Bio-Landwirtschaft verringert die Wasserverschmutzung durch Nitrate, Phosphor und Pflanzenschutzmittel.
- ❑ **Bodenfruchtbarkeit**
Bio-Böden haben einen höheren Anteil an organischem Material, können mehr Wasser aufnehmen und mehr Kohlenstoff speichern.
- ❑ **Luftqualität**
Die Ammoniak-Emissionen des in der konventionellen Landwirtschaft genutzten Stickstoffdüngers bleiben im Ökolandbau aus.
- ❑ **Biodiversität**
Auf biologisch bewirtschafteten Flächen gibt es durchschnittlich 30 Prozent mehr Arten, deren Populationen um 50 Prozent größer sind.
- ❑ **Emissionen**

Weil keine stickstoffhaltigen Dünger eingesetzt werden, verursacht der Ökolandbau weniger klimarelevante Emissionen, vor allem weniger Lachgas.

❑ **Tierwohl**
Durch das Verbot der Käfighaltung und der Anbindehaltung von Tieren, der Begrenzung ihrer Anzahl und der Garantie von Zugang zu Freiland wird das Tierwohl durch die Bio-Landwirtschaft verbessert.

❑ **Beschäftigung**
Ökolandbau ist für junge Landwirte attraktiv. Weil er arbeitsintensiver ist, schafft er außerdem Arbeitsplätze in der Landwirtschaft und in der Bio-Lebensmittelherstellung. Der Bericht analysiert anschließend, warum die von Frankreich im Jahr 2010 festgesetzten Ziele (15 Prozent Bio-Fläche und 20 Prozent Bio in der öffentlichen Gemeinschaftsverpflegung) nicht erreicht wurden, und leitet daraus zwölf Empfehlungen unter drei Überschriften ab:

- ❑ **Aufklärung der Bürger und Konsumenten** über den Einfluss der Bio-Landwirtschaft auf Umwelt und Gesundheit
- ❑ **Neuausrichtung der öffentlichen Unterstützung** der

gesamten Landwirtschaft zugunsten von Bio

❑ **Bessere Unterstützung** der Wertschöpfung in der Bio-Branche

Unter anderem fordert der Rechnungshof, die Mittel für Forschung und Innovation in der Bio-Landwirtschaft deutlich zu erhöhen. Auch die Angebote für Ausbildung und Betreuung sollten verstärkt werden. Zwar würden die geringeren Erträge im Ökolandbau oft als Hindernis für eine autonome Nahrungsmittelversorgung dargestellt. Allerdings bewege sich die Produktivität der konventionellen Landwirtschaft nach unten, während die Bio-Landwirtschaft Potenzial für Verbesserungen biete – bei entsprechenden Investitionen in Forschung und Entwicklung.

Als unabhängige Einrichtung, der keine eigennützige Motivation vorgeworfen werden kann, ist der französische Rechnungshof ein wichtiger neuer Fürsprecher für Bio. Dass eine solche Institution von Politik und Verwaltung mehr finanzielle Bio-Unterstützung fordert, ist bemerkenswert und könnte auch bisherige Gegner oder Skeptiker zum Umdenken bewegen.

Lena Renner

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

Bio-Boom im Baltikum

Estnische Bio-Hersteller beliefern Europa

Estland bietet viel Potenzial für eine umweltfreundliche Landwirtschaft und den Bio-Ausbau auf seinen Flächen. Der Staat verfügt über viel unberührte Natur und eine geringe Bevölkerungsdichte. 22 Prozent des Landes sind aktuell als Naturschutzgebiete ausgezeichnet, 51 Prozent sind mit Wäldern bedeckt. Mit einem Bio-Anteil an der gesamten landwirtschaftlichen Fläche von 23 Prozent (das entspricht 229.400 Hektar) befindet sich Estland unter den Top 3 in der EU und weltweit auf Platz 5 (Stand: 2021).



Foto: Organic Estonia

Von 2008 bis 2018 konnte die Bio-Fläche um 117 Prozent oder 111.423 Hektar zulegen. Günstige natürliche und klimatische Bedingungen machen den Ökolandbau in Estland besonders attraktiv. Es gibt viele ausgedehnte Grünflächen für die Weidehaltung und viele Wildgebiete, wo Beeren und Pilze gesammelt werden können. Außerdem laden gute Exportaussichten zur Umstellung ein: 2017 wurde mit Bio-Exporten ein Umsatz von 27 Millionen Euro erzielt. 99 Prozent des gezüchteten Viehs wird exportiert, genauso wie große Mengen von Honig und Getreide. Nicht mal die Hälfte der produzierten Bio-Ware

wird lokal konsumiert. Deutschland ist das Hauptexportland für die baltischen Staaten. Vorherrschend ist in der estnischen Bio-Landwirtschaft der Ackerbau, gefolgt von Dauergrünland und noch wenigen Dauerkulturen. Auf dem Ackerland wird mit Abstand am meisten Getreide angebaut, aber auch Hülsenfrüchte und Ölsaaten spielen eine Rolle. Der stabilste und langbleibigste Sektor ist die Milchviehhaltung; Fleischproduktion und Getreideanbau entwickeln sich ebenfalls gut. Es werden viele Rinder, Geflügel und Schafe gehalten, aber nur wenige Schweine. Die Produktion von Bio-Honig

schließlich floriert und hat sich in einem Jahr mehr als verdoppelt.

Kama, Buchweizen und Erbsenmehl

Die Bio-Produzenten des kleinen baltischen Staats werben damit, besonders innovative Produkte hervorzubringen. Sanddorn, Johannisbeeren, Kartoffelstärke oder Erbsen- und Bohnenmehl können Einkäufer von estnischen Herstellern erwerben. Dank des Klimawandels gedeihen auch südländische Pflanzen wie Wassermelonen, Trauben und Sojabohnen immer besser. Als traditionelle Nahrungsmittel sind Kefir und Hüttenkäse bekannt – oder

auch Buchweizen, der in den letzten Jahren immer gefragter war. Estnische Produzenten verarbeiten ihn nicht nur zu Mehl, sondern auch zu Tee, als Müsli oder in Keksen. Eine weitere estnische Spezialität ist das traditionelle Körnergericht Kama, das durch Rösten mehrerer Getreidesorten (darunter Roggen, Gerste und Erbsen) hergestellt und vermischt mit Milch, Buttermilch oder Kefir als Frühstücksbrei verzehrt wird. Unternehmen wie ‚Just Kama‘



bieten Geschmacksrichtungen wie Erdbeere, Ananas, Sanddorn-Kürbis oder Heidel- und Preiselbeere an.

Gefriergetrocknete Beeren, auch in Pulverform oder als Saft, gibt es vom Hersteller Loov Organic. Als Bio-Energy-Drinks ‚für achtsame Hedonist*innen‘ werden die Soft-Punch-Getränke von Punch Club vermarktet – mit Cannabis, Hibiskus & Apfel oder Mate & Zitrone. Schwarzen Bio-Knoblauch in verschiedenen Verarbeitungsformen bringt das Unternehmen Black Garlic auf den Markt. Und cremigen Bio-Wildhonig mit Bienenbrot (Ambrosia), fermentierten Blütenpollen oder Propolis stellt der Lieferant Metsaserva Mesi.

Ein sehr erfolgreicher Produzent, dessen Ware bereits in ausgewählten Läden in Deutschland verkauft wird, ist auch der Speiseeis-Hersteller La Muu. 2012 gegründet, liefert er inzwischen rund 2.000 Kilogramm Eis pro Tag und hält einen Marktanteil von zwei Prozent im gesamten Speiseeis-Sektor Estlands. Die Sorten reichen von klassischen Varianten bis zu Blut-orangen-Sorbet oder veganem Banane-Schokoladen-Eis.

Große Pläne, kleines Budget

2014 hat die estländische Regierung den ‚Estonian Organic Farming Development Plan‘ verabschiedet, mit Hilfe dessen die Wettbewerbsfähigkeit von Bio verbessert und der Konsum von lokalen Bio-Lebensmitteln gefördert werden sollte. Vielerlei Ziele wurden



Fotos: Organic Estonia



dabei bis 2020 festgelegt. Erreicht wurde unter anderem das Vorhaben, den Export von Bio-Produkten zu verdreifachen. 2019 lag die Exportsumme bei 31,9 Millionen Euro. Das Ziel, die Öko-Fläche auf 175.000 Hektar zu bringen, wurde mit einer Fläche von 204.000 Hektar sogar übertroffen. Und der Anteil der Bio-Produktion an der gesamten landwirtschaftlichen Produktion konnte wie geplant um 50 Prozent gesteigert werden. Andere Ziele wurden nicht erreicht: so etwa ein Bio-Anteil von 30 Prozent in Kin-

dertagesstätten oder die Zielsumme von über 200 bei den Bio-Verarbeitern.

Als ein weiteres Förderprogramm Estlands lief von 2018 bis 2021 das ‚Programme for Estonian eco-economy‘, mit dem die Bio-Wirtschaft als bedeutende Wirtschafts- und Export-Branche entwickelt werden sollte. Das Ziel war mit einer geplanten Öko-Fläche von 51 Prozent bis 2021 sehr ehrgeizig – und nach Meinung des Forschungszentrums für Ökolandbau der Estnischen Universität für Biowissenschaften auch nicht er-

reichbar. „Um Ziele zu erreichen, braucht es genügend finanzielle Mittel“, so das Fazit ihrer Analyse. Das Budget zur Förderung des Ökolandbaus sei zu knapp gewesen. Außerdem müsse bei zukünftigen Förderprogrammen darauf geachtet werden, dass regelmäßig Daten gesammelt und ausgewertet und die Pläne entsprechend angepasst werden. Auch nach der Analyse des Bio-Dachverbands IFOAM – Organics Europe ist die fehlende finanzielle Förderung des Ökolandbaus in Estland die derzeit größte Gefahr für die dortige Bio-Bewegung. Für den gesamten Zeitraum der gemeinsamen europäischen Agrarpolitik (2023 bis 2027) ist ein Bio-Budget von 120 Millionen Euro geplant. Im Rahmen der ersten Säule soll es als Öko-Regelung für die ökologische Umstellung und im Rahmen der zweiten Säule als Unterstützung für die ökologische Tierhaltung bereitgestellt werden.

Öko-Landwirte könnten laut IFOAM wegen der niedrigen Fördersätze zur konventionellen Landwirtschaft zurückkehren und konventionelle erhielten nicht genügend finanzielle Anreize, um auf Bio umzustellen. Viele Ackerbaubetriebe diskutierten bereits die Möglichkeit, den ökologischen Landbau aufzugeben. Grund genug für die Regierung, das Ruder herumzureißen und künftig mehr Mittel freizumachen, damit die Entwicklung des Ökolandbaus weiter vorangehen kann.

Lena Renner



Foto: Organic Estonia



Foto: Organic Estonia



Foto: Organic Estonia

Änderung in der Geschäftsführung bei Taifun Tofu

Seit Dezember 2022 ist Elisabeth Huber nicht mehr als Geschäftsführerin für die Taifun-Tofu GmbH tätig. Sie werde sich künftig anderen Aufgaben widmen. Wolfgang Heck führt als alleiniger Geschäftsführer die Geschäfte Taifuns weiter – unterstützt durch ein bereits 2021 eingesetztes Management Board.

Generationswechsel bei Hans Freitag

Nach Abitur und der Lehre zur Industriekaufrau stieg die heute 53-jährige Anita Freitag-Meyer in die Keks- und Waffelfabrik Hans Freitag in Verden ein. Einen Tag nach ihrem Abschluss überschrieb ihr Vater ihr zehn Prozent der Firmenanteile. Jetzt teilt sie sich ihre Aufgaben zunehmend mit Sohn Max, der unter anderem für den Einkauf zuständig ist, und Tochter Anna, die seit September eine Stelle im Vertrieb bekleidet.

Lionel Souque bleibt Vorstandsvorsitzender der Rewe

Der Aufsichtsrat der Rewe Zentralfinanz eG hat in seiner Sitzung Anfang Dezember den Vertrag von Lionel Souque als Vorstandsvorsitzender der Rewe Group um weitere fünf Jahre bis Ende 2028 verlängert. Der 1971 in Paris geborene Franzose ist seit dem 1. Juli 2017 CEO der Rewe Group.

Neue Parlamentarische Staatssekretärin im BMEL

Der Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft, Cem Özdemir, beabsichtigt, die Bundestagsabgeordnete Claudia Müller als neue Parlamentarische Staatssekretärin zu holen. Die 41-jährige Rostockerin soll damit im Januar 2023 die Nachfolge von Dr. Manuela Rottmann antreten, die Özdemir um Entlassung zum Jahresende gebeten hat.

Neuer Vorstand bei Biopark

Am 18. Oktober 2022 hat der Anbauverband Biopark auf seiner Mitgliederversammlung einen neuen Vorstand gewählt. Neu im neunköpfigen Vorstand ist Marlon Seebürger. Wiedergewählt wurden Dr. Heinrich Graf von Bassewitz, Torsen Hein, Anja Holke, Peter-Christian >

Bio-Apfel-Ernte legt um neun Prozent zu

Optimismus in der Apfel-Branche



Wegen Witterungsumständen wie Blütenfrost und Sommer-trockenheit gab es die letzten Jahre ein nicht ganzjährig ausreichendes Angebot an Bio-Äpfeln am Markt. Wie das Fruchtportal nach Angaben der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) berichtet, hat sich dagegen im letzten Jahr die europäi-

sche Bio-Apfel-Ernte im Vergleich zum Vorjahr um neun Prozent erhöht.

Dabei gebe es in den verschiedenen Regionen und Nationen Europas spürbare Unterschiede. Während die Marktanteile in niedrig entwickelten Bio-Märkten langsamer wachsen, werden in gut entwickelten Mär-

kten zweistellige Zuwachsraten erwartet.

Unterschiede gibt es auch bei den einzelnen Sorten und Herkunft. So hätten Gala-Äpfel aus den frühesten Lagen im Süden Europas durch die extreme Hitze einen kürzeren Angebotszeitraum. Dagegen seien Gala aus den nördlicheren Lagen im Alpenraum kompakt wie schon lange nicht mehr.

Die in Deutschland dominierende Sorte Elstar werde in dieser Saison länger als üblich verfügbar sein. Besonders bei Topaz, Jonagold, Braeburn und Santana gebe es kompakte und gute Früchte. Dagegen habe Golden Delicious eine Minderente von 22 Prozent. Dieses Angebotsminus entspreche der Entwicklung der Nachfrage im Tafelobstmarkt in den Vorjahren.

Mühlenwirtschaft: Vermahlung deutlich gestiegen

Anzahl der Handelsmühlen leicht rückläufig

Im Wirtschaftsjahr 2021/22 vermahlten 181 deutsche Handelsmühlen fast 9,4 Millionen Tonnen Getreide – das sind vier Mühlen weniger als im Vorjahr. Die Vermahlung insgesamt stieg dagegen um knapp sieben Prozent und die durchschnittliche Vermahlung pro Mühle erhöhte sich von 48.000 auf 52.000 Tonnen. Das geht aus den aktuellen Daten zur Mühlenwirtschaft des Bundesinformationszentrums Landwirtschaft (BZL) hervor.

Insgesamt vermahlten heimische Mühlen fast 7,9 Millionen Tonnen Weichweizen, 680.000 Tonnen Roggen, rund 330.000 Tonnen Dinkel sowie 460.000 Tonnen Hartweizen. Während

die vermahlene Getreidemenge im Vergleich zum Vorjahr bei Roggen konstant blieb, nahm sie bei Dinkel um knapp acht Prozent, bei Weichweizen um sieben Prozent und bei Hartweizen um fünf Prozent zu. Deutlich mehr Brotgetreide (Weichweizen und Roggen) musste eingesetzt werden, um die gleiche Mehlmenge zu erhalten: Aus 8,6 Millionen Tonnen Brotgetreide wurden 6,79 Millionen Tonnen Mehl gewonnen. Die vermahlene Getreidemenge erhöhte sich um 6,8 Prozent, die hergestellte Mehlmenge um knapp vier Prozent. Dies liege an der deutlich gesunkenen Mehlausbeute bei

Weichweizen und Roggen. Sie sank im Wirtschaftsjahr 2021/22 von 81,8 auf 79,4 Prozent. Grund dafür sei das wechselnde Wettergeschehen 2021 mit zunächst hohen Temperaturen und anschließenden Regenfällen. Dies habe zu einer verzögerten Ernte und Qualitätseinbußen geführt. Der langjährige Durchschnitt liegt bei über 81 Prozent.



Umstellungsrekord in Niedersachsen

Marktdaten 2022 des Kompetenzzentrums Ökolandbau

Der Ökolandbau in Niedersachsen schloss das Jahr 2021 mit einem Rekordergebnis ab: 200 landwirtschaftliche Betriebe ließen sich ökozertifizieren. In guten Vorjahren waren es 100 und 160 Betriebe pro Jahr. Insgesamt gibt es in Niedersachsen aktuell 2.453 Bio-Höfe. Diese und weitere Zahlen finden sich in den Marktdaten 2022, die das Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen (KÖN) im September veröffentlicht hat.

„Zu den Neuen gehören viele Betriebe mit Grünland und Ackerbau“, erklärt Carolin Grieshop, Geschäftsführerin des Kompetenzzentrums Ökolandbau Niedersachsen. Eher schleppend verlaufe die Umstellung der Tierhaltung. An der Nachfrage liege es aber nicht. „Ein Grund sind die Stallbaugenehmigungsverfahren, die zu kompliziert sind und zu lange dauern“, sagt Grieshop. Auch würden Landwirte in unsicheren Zeiten die Entscheidung erst einmal zurückstellen. Weil die

meisten tierhaltenden Höfe in Westniedersachsen liegen, kommt der Ökolandbau in diesen Landkreisen auch nur langsam voran.

Den höchsten Flächenzuwachs hat der Landkreis Cuxhaven mit einem Plus von 830 Hektar. Die größte Umstellungsdynamik lag im Landkreis Wittmund, dessen Öko-Fläche 2022 um 44 Prozent wuchs. Beides sind Grünlandstandorte. Weitere Themen der Marktdaten 2022 sind Sojabohnen und Sonnenblumen. Deren Anbaufläche wurde 2022 deutlich ausgeweitet. Sojabohnen und Sonnenblumen sind unersetzliche Futterkomponenten für die Versorgung der 2,7 Millionen niedersächsischen Bio-Legehennen. Doch die niedersächsischen Ernte reicht bei weitem nicht aus. Niedersachsen muss 91 Prozent des Sojas und 97 Prozent der Sonnenblumen importieren, um den Bio-Legehennen-Futterbedarf zu decken. Die größten Mengen kommen aus Osteuropa, wo das Klima



günstiger für den Anbau ist. 2022 stieg die Bio-Weizenanbaufläche in Niedersachsen um 60 Prozent und die der Bio-Sommergerste sogar um 78 Prozent. Verringert hat sich dagegen die Anbaufläche für Bio-Gemüse, um elf Prozent, und die für Erdbeeren, um 23 Prozent.

169 Millionen Euro Umsatz machten die niedersächsischen Bio-Bauern 2021 mit Bio-Eiern. An zweiter Stelle steht schon mit deutlichem Abstand und 53 Millionen Umsatz die Bio-Milch. Es folgen Bio-Äpfel und Bio-Kartoffeln.

Gepa veröffentlicht Geschäftsbericht 2021

Für 22,8 Millionen Euro Ware im Globalen Süden eingekauft

Im aktuellen Gepa-Geschäftsbericht blickt der Fairtrade-Pionier auf das zweite Corona-Jahr 2021 zurück. Trotz der pandemiebedingt schwierigen Rahmenbedingungen konnte die Gepa ihren Umsatz und auch das Jahresergebnis gegenüber dem Vorjahr steigern. Insgesamt hat die Gepa im Kalenderjahr 2021 für 22,8 Millionen Euro (26,8 Millionen US-Dollar) bei ihren Handelspartnern (vor allem im Globalen Süden) eingekauft. Dies

verteilt sich auf insgesamt 131 Handelspartner wie etwa demokratisch organisierte Genossenschaften oder kleine Handwerksbetriebe. Damit konnten 27 Handelspartner in Afrika, 61 in Lateinamerika, 38 in Asien und fünf in Europa von den Leistungen der Gepa wie etwa fairen Preisen und langfristigen Handelsbeziehungen profitieren.

Den Großhandelsumsatz steigerte der Fairtrade-Pionier mit Warenverkäufen um 4,7 Pro-

zent auf 84,0 Millionen Euro. Dies entspricht einem Umsatz zu Endverkaufspreisen von etwa 107,8 Millionen Euro. Die Rahmenbedingungen für den Fairen Handel seien pandemiebedingt schon seit zwei Jahren schwierig. Weltläden und Tagungsstätten mussten zum Teil schließen. Was der Ukraine-Krieg und das durch Inflation veränderte Verhalten der Konsumenten mittelfristig bedeuten, sei momentan noch nicht abzusehen.

Jantzen, Carsten Niemann, Stefan Puls, Jens Rasim und Diane Westendorff. Der Vorstand wird für die nächsten drei Jahre im Amt sein.

Peter Schmitz wird neuer Director der ProWein

Der langjährige Leiter des internationalen Auftragsgeschäfts der Messe Düsseldorf – Peter Schmitz – wird neuer Director der ProWein. Für elf Monate stand die Wein-Messe unter der kommissarischen Leitung von Michael Degen, Executive Director der Messe Düsseldorf. Ab dem 1. Februar übernimmt nun Peter Schmitz die Funktion des Directors.

30-jähriges Betriebsjubiläum bei Kräuter Mix

Seit 30 Jahren ist Dorell Laudénbach bei der Abtswindler Firma Kräuter Mix beschäftigt. Im September 2022 feierte die Vertriebsleiterin ihr Betriebsjubiläum, zu dem ihr die Geschäftsführer Christoph Mix, Bernhard Mix und Silke Wurlitzer sowie ihre Mitarbeiter gratulierten.

Achim Spiller bleibt Vorsitzender des WBAE

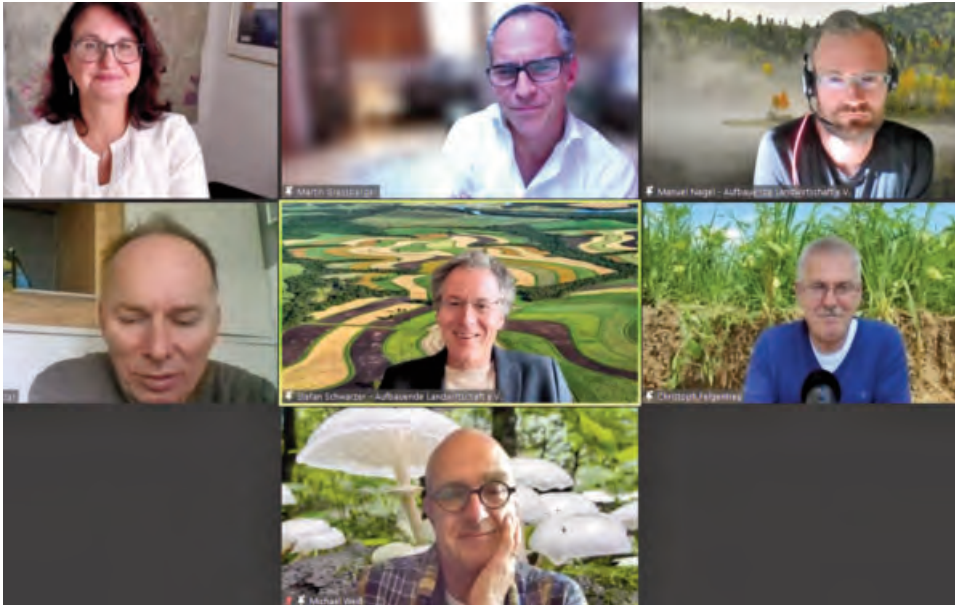
Die Mitglieder des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz (WBAE) haben Prof. Dr. Achim Spiller für die kommenden zwei Jahre als Vorsitzenden des Gremiums bestätigt. Stellvertretende Vorsitzende des 18-köpfigen Beratungsgremiums des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) bleiben die Direktorin des Thünen-Instituts für Betriebswirtschaft, Prof. Dr. Hiltrud Nieberg, sowie Prof. Dr. Britta Renner von der Universität Konstanz.

Neue Geschäftsführerin bei der Gläsernen Molkerei

Ab Januar 2023 übernimmt Carola Appel die Geschäftsführung der auf Bio-Milchprodukte spezialisierten Gläsernen Molkerei. Durch 15 Jahre bei der Müller-Gruppe, wo sie insbesondere im Prozess- und Supply Chain Management tätig war, verfügt sie über langjährige Erfahrung in der Molkereibranche. Sie folgt auf Lukas Fischer, der seit Februar 2022 ad interim als Geschäftsführer amtierte.

Gesunder Boden, gesunder Darm

Mikrobiom-Tagung versammelt neue wissenschaftliche Erkenntnisse



v.l.n.r.: Gabriele Berg, Hochschullehrerin für Umweltbiotechnologie an der Technischen Universität Graz, Martin Grassberger, Facharzt für Gerichtsmedizin, Manuel Nagel, stellvertretender Vorstandsvorsitzender Aufbauende Landwirtschaft e.V., Michael Schloter, Leiter der Abteilung für vergleichende Mikrobiomanalytik am Helmholtz Zentrum München, Stefan Schwarzer, Vorstandsvorsitzender Aufbauende Landwirtschaft e.V., Christoph Felgentreu, Vorstand der Interessengemeinschaft gesunder Boden e.V., und Michael Weiß, Leiter des Steinbeis-Innovationszentrums Organismische Mykologie und Mikrobiologie

Was zeigen aktuelle Forschungen zum Mikrobiom des Bodens und des Menschen? Wie hängen die Mikroorganismen in Boden und Darm zusammen? Und was bedeutet das für die landwirtschaftliche Praxis und die menschliche Ernährung? Ganz im Zeichen des Mikrobioms stand eine Online-Tagung des Vereins ‚Aufbauende Landwirtschaft‘ am 22. September 2022.

„Das Thema ist in der Mainstream-Wissenschaft angekommen“, sagte Martin Grassberger, Facharzt für Gerichtsmedizin und Autor der Bücher ‚Das leise Sterben‘ und ‚Das unsichtbare Netz des Lebens‘, zu Beginn der Tagung. Zahlreiche Artikel in den Fachzeitschriften Nature und Science wurden inzwischen darüber veröffentlicht. Man wisse mittlerweile, dass das Mikrobiom – also die Gesamtheit der Mikroorganismen, die auf und in einem mehrzelligen Wirt leben – für viele essentielle Prozesse im Körper zuständig ist. Umweltchemikalien, Infektionen, Hygiene, Ernährung, Medika-

mente und Stress könnten das Mikrobiom im menschlichen Darm allesamt beeinflussen. Zwischen ‚Zivilisationskrankheiten‘ wie Herz-Kreislauf-Erkrankungen, Krebs, Depressionen, Autoimmunerkrankungen oder neurodegenerativen Erkrankungen und dem Mikrobiom gebe es immer einen Zusammenhang.

Sorgenkind Westen

Zwar besitzt jeder Mensch ein einzigartiges Mikrobiom – für die Allgemeinheit lässt sich aber feststellen, dass das Mikrobiom in der westlichen Welt im Vergleich zu anderen

Ländern die niedrigste Diversität aufweist. Naturnahe Völker erreichen die höchste Diversität und alle alten Ernährungstraditionen – ob mediterran, asiatisch, afrikanisch oder lateinamerikanisch – schneiden mit ihren hohen Pflanzenanteilen gut ab.

„Eine gesunde Ernährung sollte sehr divers sein und viele sekundäre Pflanzenstoffe und Ballaststoffe enthalten“, erklärte Grassberger. Gerne fehlen könnten dagegen Konservierungsstoffe: Durch ihren Zweck, Bakterienwachstum aufzuhalten, hätten sie auch einen negativen Einfluss aufs Mikrobiom. Außer durch pflanzenbasierte Ernährung können wir unser Mikrobiom etwa durch Sport, mehr Pflanzen in der Umgebung und weniger chemische Reinigung verbessern.

Positiv- statt Negativspirale

In die Welt des Bodenmikrobioms führte Michael Schloter, Leiter der Abteilung für vergleichende Mikrobiomanalytik am Helmholtz Zentrum und Honorarprofessor für Mikrobiologie an der TU München, ein. „Wer den Boden gut bewirtschaften will, muss ihn kennen“, so der Experte. Am Beispiel der Atacama-Wüste zeigte er die Anpassungsfähigkeit von Mikroorganismen auf, die dort mit den extremen Bedingungen von wenig Nährstoffen und Trockenheit auskommen.

Der PH-Wert, die Feuchtigkeit, die Verdichtung, Düngemittel, Pflanzenrückstände und Pflanzen seien alles Faktoren, die die mikrobielle Vielfalt im Boden beeinflussen. In den letzten Jahren könne man einen Biodiversitätsverlust auf allen Ebenen feststellen – auch was Bakterien und Pilze angeht. Eine hohe Biodiversität aber sei ausschlaggebend für die Funktionalität und Anpassungsfähigkeit des Bodens. Durch Versauerung, Verschmutzung der Industrie, massive Düngung, Monokulturen und den Klimawandel gehe sie verloren. Die Folge sei eine Negativspirale, in der immer noch mehr Dünger und Pestizide nötig werden.

„Wir wollen dagegen eine Landwirtschaft, mit der die mikrobielle Biodiversität erhöht wird“, erklärte Schloter. Im vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geför-

derten Bonares-Projekt wird getestet, wie sich eine Positivspirale erreichen lässt: über neue Bodenzusätze wie Knochenkohle, Pflanzenbiodiversität als Treiber, die Nutzung von Unterböden oder die Transplantation von Boden mit hoher Biodiversität.

Moore als einzigartige Ressource für Biodiversität

Die große Bedeutung von Mooren als Kohlenstoffsenken und einzigartige Ressource für Frischwasser und Biodiversität hob Gabriele Berg, Hochschullehrerin für Umweltbiotechnologie an der Technischen Universität Graz, hervor. Sie hätten eine große mikrobielle wie auch funktionelle Diversität – Kennzeichen von einem gesunden Mikrobiom. Zum Stressschutz produzieren die Mikroorganismen außerdem

eine große Vielfalt von Resistenzgenen. „Diversität ist die Krankenversicherung für Ökosysteme“, meinte Berg. Drei Prozent der Erde sind heute mit Mooren bedeckt – früher waren es noch viel mehr. Moore vertragen Trockenheit und hohe Temperaturen nur schlecht und sind daher stark gefährdet durch den Klimawandel.

„Die Menschen können nicht gesünder sein als der Boden, in dem unsere Nahrung wächst“, zitierte Christoph Felgentreu aus dem Vorstand der Interessengemeinschaft gesunder Boden e.V. den Bioverfahrenstechniker Dr. Stefan Hügel.

Bodenfeinde: Düngemittel, Pestizide und Monokulturen

In den letzten Jahrzehnten habe es in Folge einer starken Erhöhung des Düngemittel-

einsatzes auch einen großen Rückgang der Biodiversität gegeben. Besonders drastisch sei die Entwicklung in England und den Niederlanden, wo klassische Weizenanbaubetriebe vorherrschten. „Bei Monokulturen verabschiedet sich die Biodiversität im Boden“, so Felgentreu. Auch Pestizide schädigten vor allem Organismen, die für den Erhalt gesunder Böden von entscheidender Bedeutung sind.

Bei der Global Change Experimental Facility (GCEF) in Bad Lauchstädt (Sachsen-Anhalt) – einem großen Feldexperiment, das vom Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung durchgeführt wird – werden die Folgen des Klimawandels für Ökosystemprozesse in verschiedenen Landnutzungstypen untersucht. Durch eine intensive Landnutzung könnte es demnach bis ins Jahr 2100 um ➤

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 – unverschämt lecker und Fairtrade zertifiziert.

MOUNT HAGEN.
Kaffee für Fortgeschrittene.





Farknot Architect_stock.adobe.com

47 Prozent weniger Insekten geben. „Wir müssen so schnell wie möglich einen Stopp einlegen!“, folgerte Felgentreu.

Diverse Zwischenfrüchte, diverser Boden

Ein gesunder Boden gewährleistet durch die natürliche Schutzfunktion der Pflanzen einen ‚Gratis-Pflanzenschutz‘. Der Humusgehalt in Brandenburger Böden liege aktuell bei bis zu 1,5 Prozent – anzustreben seien dagegen mindestens fünf Prozent.

Die wichtigste Aufgabe der Landwirte, um dahinzukommen, sei es, den Boden zu bedecken, um das Mikrobiom vor Überhitzung zu schützen – am besten mit lebendem Material. Um die Biodiversität im Ackerbau zu steigern, empfiehlt Felgentreu etwa Zwischenfrüchte, Begleitsaaten, ein Mischkultursystem mit mehr als einer Hauptkultur oder sogenanntes ‚Intercropping‘ mit zwei Hauptkulturen. All diese Verfahren förderten humusdynamische und symbiontische Prozesse. Mit zunehmender Diversität der Zwischenfruchtmischun-

gen steige auch die mikrobielle Diversität im Boden. Interessanterweise haben bei uns gängige Zuchtsorten wie Weizen eine geringe Nährstoffkonzentration. Auch die beliebte Zwischenkultur Senf richte mehr Schaden als Nutzen an: Sie habe negative Auswirkungen auf die Bodenstruktur und sei mit einer hohen Ausgasung an Stickstoff verbunden. Empfehlenswerter seien etwa Kulturen wie verschiedene Kleesorten, Felderbse oder Flachs.

Um die Wasser- und Nährstoffspeicherefähigkeit und die biologische Aktivität der Böden zu erhöhen, gelte es, Pflug- und andere Sohlenverdichtungen zu vermeiden, eine ausgewogene Basensättigung anzustreben, organische Substanz wie Dung oder Kompost zuzuführen und das Bodenleben, insbesondere Regenwürmer, zu fördern.

Was muss sich ändern?

Im Schlusspodium kamen die Referenten auf notwendige Änderungen in Gesellschaft und Landwirtschaft zu sprechen. Laut Schlöter fehlt aktuell in der Landwirtschaft

der Transfer von der Theorie zur Praxis. Auch für Felgentreu gibt es zu wenig angewandte Wissenschaft. Die Grundlagenforschung laufe zwar super, komme aber nicht auf den Feldern an. Durch eine erschreckend rückwärtsgewandte Ausbildung wüssten junge Landwirte nichts vom aktuellen Forschungsstand. Positiv sei, dass viele eigene Feldversuche machen und sich nach dem Prinzip ‚trial and error‘ weiterentwickeln.

Darüber, dass es eine drastische Neuausrichtung der Landwirtschaft braucht, bestand unter den Referenten Einigkeit. Der Produktionsschwerpunkt auf Getreide und Fleisch widerspreche der Ernährung, die wir eigentlich brauchen. Aus wissenschaftlicher Sicht müsse jeder seine Ernährung auf ‚mehr pflanzlich‘ umstellen, wofür es wiederum seitens der Landwirtschaft mehr kleinflächigen Gemüseanbau brauche. Es sei ein kultureller Wandel nötig zu einem bewussteren Essen, das uns gut tut – für ein gesundes Mikrobiom in Darm und Boden.

Lena Renner



www.flavex.com · Germany



Entdecken Sie die Vorteile unserer CO₂-Extrakte

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






Besuchen Sie uns!
VIVANESS / BIOFACH 2023
 14. - 17. Februar · Stand 3C-034

Experience the essence of nature

Paradigmenwechsel fleischlos

Gesellschaftlicher Haltungswandel ist nicht mehr umkehrbar



Der Verzicht auf Fleisch ist ein zunehmender und anhaltender Trend. Es hat ein Paradigmenwechsel stattgefunden, der sich weiter fortsetzen wird. Verbraucher erwarten für die Umstellung aber die Unterstützung von Herstellern. Das ist das Ergebnis einer neuen Ernährungsstudie, die das Meinungsforschungsinstitut rheingold im Auftrag des Vereins Kulinaria Deutschland durchgeführt hat.

Die Gründe für eine vegane oder vegetarische Ernährung sind laut der Studie vielfältig: Angefangen von einer bewussteren Ernährung über Tier- oder Klimaschutz, religiöse Gründe, hohe Fleischkosten, Gesundheitsaspekte bis hin zu geschmacklicher Abneigung gegenüber Fleisch gibt es diverse Motivationen, kein Fleisch mehr zu essen. Meist haben Konsumenten mehrere Gründe für ihren Fleischverzicht. Nach den Stu-

dienergebnissen können vier verschiedene Motivationstypen unterschieden werden:

1. Typ Selbst-Erhaltung

Damit bezeichnet man eine eher ‚unfreiwillige‘ Ernährungsumstellung. Meist sind es ältere Konsumenten mit gesundheitlichen Einbrüchen (zum Beispiel hohe Cholesterinwerte oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen) und konservativen Ernährungsgewohnheiten. Die Umstellung fällt schwer.

2. Typ Selbst-Optimierung

Durch alle Altersgruppen hinweg ist diese Gruppe eher funktional, und Selbstoptimierung geht über Genuss. Das Ziel ist Fitness, Schlankheit und ‚ewige Jugend‘. Sehr fokussiert und diszipliniert werden Lebensmittel auf Nährwerte und gesunde Inhalte geprüft.

3. Typ Welt-Erhaltung

Die meist jüngeren Konsumenten und bevorzugt Frauen haben ethische Gründe und Ideale als Ursache für die gewählte fleischlose Ernährung: Klimaschutz, Tierschutz, Umweltschutz und Fairness sind hier die Treiber. Die Gruppe möchte ‚das Richtige tun‘ und ‚auf der guten Seite sein‘.

4. Typ Welt-Entdeckung

Welt-Entdecker genießen es

zu essen. Die Qualität des Essens steht im Vordergrund. Es gibt eine ausgeprägte Entdecker- und Probierlust. Essen ist hier eine sinnliche Erfahrung und der Einkauf Teil des Lustgewinns.

Nach der Entscheidung, sich künftig vegan oder vegetarisch zu ernähren, zeigten sich in der Studie vier Entwicklungsphasen der Ernährungsumstellung:

1. Zum Einstieg werden oft fleischnahe Produkte gesucht, die sich an den bisherigen Ernährungsgewohnheiten orientieren (zum Beispiel vegetarische Bolognese).

2. Es findet eine Öffnung gegenüber Produkt-Neuentdeckungen statt, die über Vorbilder in Rezepten und in sozialen Medien gefunden werden.

3. Es zeigt sich eine ‚fordernde Komplexität‘ zwischen den alten und neuen Essgewohnheiten. Konsumenten lavieren hier zwischen Suche, Orientierungslosigkeit und Ambivalenz hin und her. Erst nach und nach werden Fleisch-Ersatzprodukte unwichtiger.

4. Mit einer ‚neuen Entscheidung‘ entwickeln sich neue Gewohnheiten, Lieblingsgerichte und -produkte. Bei vielen

entschiedenen Veganern/Vegetariern stellt sich nach längerer Zeit ein Fleisch-Ekel ein. Besonders positiv ist die Komplexitätsreduktion beim Einkauf. Kein langes Suchen, keine Ambivalenzen mehr.

Ein eindeutiges Ergebnis der Interviews: Niemand kehrt nach einer Phase des Verzichts zurück zum gänzlich unbedachten Fleisch-Konsum. Der gesellschaftliche Meinungs- und Haltungswandel in Richtung Fleischverzicht ist nicht mehr umkehrbar, auch wenn die tatsächliche Umsetzung manchmal noch etwas hinterhinkt, resümieren die Studienautoren.

In den Interviews zeigte sich außerdem, dass sich Verbraucher im Dschungel der neuen Ernährungswelt Unterstützung von Seiten der Hersteller wünschen. Gefragt sind mehr Übergangsprodukte auf dem Weg zum Veganer/Vegetarier, aber auch Produkte in niedrigeren Preisklassen für jedermann. Besonders wichtig ist den Konsumenten eine Orientierungshilfe, wie etwa die Nutzung von eindeutigen Siegeln, für das schnelle Auffinden von veganen/vegetarischen Produkten. Ein schönes neues Design lässt Verbraucherherzen höherschlagen und macht den Griff zum veganen Produkt noch leichter. Die Studie wurde mit einem qualitativen und einem quantitativen Teil durchgeführt. In 20 tiefenpsychologischen Interviews à zwei Stunden wurden Hintergrund und Motivation der Befragten (Alter: 25 bis 55 Jahre) zum alltäglichen Fleischverzicht erörtert. In einem zweiten quantitativen Teil wurden 1.000 Personen (Alter: 18 bis 25 Jahre) über Zugangsmotive, Entscheidungshilfen und Schwierigkeiten bei der vegetarischen Ernährungsform befragt.



Foto: Anke Kähler

Anke Kähler ist Bäckermeisterin und Vorstandsvorsitzende des Vereins ‚Die Freien Bäcker – Zeit für Verantwortung‘. Backmischungen, technische Enzyme und andere industrielle Hilfen sind für sie in der handwerklichen Herstellung tabu.

Frei von Backmitteln und Abhängigkeit

Die Freien Bäcker engagieren sich für ihr Handwerk als Teil nachhaltiger, regionaler Wertschöpfungsketten

Backmischungen, Zusatzstoffe und technische Enzyme: Ohne Hilfen aus der Industrie können heute viele Backwaren-Hersteller nicht mehr produzieren. Eine Gegenbewegung hat sich im Verein ‚Die Freien Bäcker – Zeit für Verantwortung‘ vereint und setzt sich fürs souveräne Bäcker-Handwerk mit unbehandelten und nachhaltig erzeugten Rohstoffen aus der Region ein. Die Bäckermeisterin und Vorstandsvorsitzende Anke Kähler hat sich mit bioPress über ihre Arbeit unterhalten.

bioPress: Frau Kähler, wie ist Ihr Verein entstanden und worum geht es Ihnen?

Anke Kähler: Der unabhängige Verband, der heute ‚Die Freien Bäcker‘ heißt, wurde Anfang 2011 gegründet und ging quasi aus dem Verein ‚Slow Baking‘ hervor. Dieser Verband musste Ende 2010 im Rahmen einer Insolvenz abgewickelt werden. Die Freien Bäcker setzen in vielerlei Hinsicht andere Schwerpunkte als die dama-

lige ‚Slow Baking‘ Bewegung. Wir haben – ich würde sagen genau deshalb – weniger Mitglieder. Den momentan 40 Freien Bäckern geht es darum, ihre Souveränität als freie Handwerker zu erhalten. Das verlangt umfangreiches Wissen über viele Aspekte der gesamten Wertschöpfungskette, handwerkliches Können und viel Engagement. Unsere ‚Grundregeln für die handwerkliche Herstellung von Brot und

Backwaren' beschreiben für alle Produktgruppen, wie handwerkliche Herstellung für uns konkret definiert ist. Hochwirksame Backmittel sowie industrielle Vormischungen sind demnach ausgeschlossen. Wir sind nicht Bäcker geworden, um uns unser Know-how und unsere Unabhängigkeit durch vereinfachte industrielle Produktionsverfahren abnehmen zu lassen. Die Freien Bäcker setzen auf Langzeitführungen und stellen ihre Qualitätserzeugnisse vollständig über alle Prozessschritte selber her.

Vor ein paar Jahren sind wir durch den Ausschluss sogenannter Verarbeitungshilfsstoffe noch einen Schritt weiter gegangen. Im Rahmen unserer Richtlinien haben wir 'Clean-Label Backmittel', dazu gehören insbesondere technische (exogene) Enzyme, die in der Regel nicht am Endprodukt deklariert werden müssen, verboten. Die meisten technischen Enzyme werden heutzutage mit Hilfe von gentechnisch veränderten Mikroorganismen gewonnen. Sie sind das A und O der industriellen Form der Nahrungsmittelproduktion, bei der es darum geht, die Produktion möglichst standardisiert und damit billiger zu machen. Indem wir ihren Einsatz nach unseren Regeln ausgeschlossen haben, haben wir einige Betriebe verloren, darunter auch Bio-Bäckereien.

bioPress: Das heißt, technische Enzyme werden auch von Bio-Herstellern verwendet?

Kähler: Ja. Nach der EU-Bio-Verordnung dürfen technische Enzyme eingesetzt werden. Wir stehen jedoch überzeugt hinter dem



Verzicht, der unserer Meinung nach einen vorsorgenden Verbraucherschutz darstellt. Es gibt für den Einsatz technischer Enzyme keine unabhängige Risikoforschung und aus unserer Sicht keine verlässliche Folgenabschätzung. Publikationen belgischer Wissenschaftler aus den Jahren 2020/21 lassen auf erhebliche Risiken für die Lebensmittelsicherheit und die öffentliche Gesundheit schließen. So verfügen beispielsweise Gentechnik-Bakterien über Resistenzgene gegen Antibiotika, die mit Darmbakterien ausgetauscht werden können. Unsere Bäcker sind in der Lage, mit unbehandelten, nachhaltig erzeugten Rohstoffen aus der Region hochwertige Lebensmittel herzustellen. Das braucht aber enorm viel Wissen und Könn-

en. Je mehr sich Handwerker auf vorgefertigte Inputs oder Convenience-Produkte verlassen, desto mehr Wissen geht ihnen verloren. Wenn das Lebensmittelhandwerk weiter bestehen will, muss es sich auf das ureigene Wissen und die ureigenen Werte fokussieren.

bioPress: Wie viele Ihrer Mitglieder sind Bio-zertifiziert?

Kähler: Die meisten Kollegen verwenden zum Teil oder vollständig Bio-Rohstoffe. Nicht alle loben aber ihre Produkte als Bio-Produkte aus. Außerdem haben wir unsere eigene Zertifizierung, bei der die handwerkliche Produktionsweise im Fokus steht. Sie wird von dem unabhängigen Institut für Getreideverarbeitung (IGV GmbH) durchgeführt.

Einige wichtige Fragen gehen für mich über Bio hinaus. Es

gibt Bio-Betriebe, die ihre Rohstoffe immer dort einkaufen, wo sie gerade am billigsten sind. Andere beziehen ihre Rohstoffe von Bio-Betrieben aus ihrer Region und setzen auf langfristige, faire Partnerschaften – lassen sich aber nicht bio-zertifizieren. Auch zwischen Bio und Nicht-Bio funktioniert Schwarz-Weiß-Denken nicht.

bioPress: Wie kann die Branche es besser machen?

Kähler: Gerade jetzt sollten wir die Motive, die hinter der Bio-Wirtschaft stehen, transportieren. Marketing muss motivierende Bildungsarbeit sein, bei der die Inhalte so verständlich gemacht werden, dass sie bei den Leuten auch ankommen. In der momentanen Situation geht es beim Einkaufen vorrangig um den Preis – nicht um Tierwohl oder das Wohl des Planeten. Die meisten >

Verbraucher verstehen nicht, dass sie durch ihr Verhalten die Probleme des rasanten Klimawandels weiter verstärken und an dem Ast sägen, auf dem sie selbst sitzen. Dass das Leben nicht wie früher weitergehen kann, wollen viele noch nicht wahrhaben.

Unser Verein setzt sich mit vielen Themen der gesamten Wertschöpfungskette auseinander, etwa mit Verlusten von Biodiversität oder Bodenfruchtbarkeit. Wir arbeiten eng mit ökologischen Züchtungsorganisationen zusammen, die den Fokus auf Gesundheit und Robustheit der Pflanzen legen. Aktuell sind wir als Praxispartner an einem laufenden Projekt für den Anbau und die Verarbeitung von heterogenen Weizenpopulationen beteiligt. Sie sind durch gezielte Durchkreuzung mehrerer

Qualitätsweizensorten entstanden und reagieren durch ihre genetische Vielfalt viel flexibler auf klimatischen Stress.

bioPress: Um die Jahrtausendwende herum gab es noch um die 30.000 Bäcker. Wie sieht der Markt heute aus?

Kähler: In den letzten Jahren und Jahrzehnten sind bäuerliche und handwerkliche Betriebe in großem Umfang verdrängt und regionale Strukturen zerstört worden. 1950 gab es in Deutschland noch fast 19.000 Mühlen – heute sind es gerade noch 181. Wenige große Industriemühlen beherrschen mittlerweile den Markt. Auch die Anzahl an Bäckereien ist inzwischen auf unter 10.000 geschrumpft. Nach den Prognosen geht es weiter abwärts.

Neben den Herausforderungen durch die steigenden

Energiepreise entwickelt sich besonders der immer extremer werdende Mangel an Mitarbeitern und Betriebsnachfolgern zu einer Existenzfrage für die Betriebe. Im vorgelagerten Bereich fehlt es oft an Voraussetzungen für den Erhalt und Aufbau regionaler Lebensmittelsicherheit, etwa an Lager- und Transportkapazitäten in der Landwirtschaft. Vom Ideal einer regionalen Kreislaufwirtschaft mit fairen Preisen sind wir noch meilenweit entfernt. In einem Projekt in der Region Hannover versuchen wir gerade, regionale Lücken zu schließen, indem wir Erzeugerbetriebe, Mühlen und Bäcker zusammenbringen.

bioPress: Wie finanzieren Sie Ihre Arbeit?

Kähler: Ein Teil der Arbeit wird durch die Mitglieder des Vereins finanziert, ein Teil

wird ehrenamtlich geleistet. Bei der Durchführung von Kampagnen, wie etwa der Aktion Boden-Brot im Jahr 2021, bei der es darum ging, auf die Bedeutung von Bodenfruchtbarkeit aufmerksam zu machen, ist auch Geld zusammengekommen. Damit konnte die Arbeit, die mit der Aktion verbunden war, finanziert werden.

Für die Durchführung gemeinnütziger Projekte haben wir 2021 die gemeinnützige Unternehmensgesellschaft ‚Atelier Ernährungswende‘ gegründet. Seit März organisiert die Gesellschaft etwa die Hilfsaktion ‚Brotbrücke Ukraine‘, durch die regelmäßig Brotspenden von Bäckereien per LKW in die Ukraine gebracht werden. Mit dabei sind Bäckereien aus dem Verein, aber auch andere Handwerksbetriebe und eine Großbäckerei.

bio

dynamisch

Hand in Hand mit unabhängigen Demeter-Landwirt*innen und Saatgutzüchter*innen arbeiten wir an mehr Biodiversität. Und machen aus samenfestem Gemüse feldfrischen Saft.

Voelkel

demeter



DE-ÖKO-007

Ab März 2023: Gemüsesaft-Kampagne mit 42 Millionen Media-Kontakten und Gratis-Werbemitteln!

Taifun-Tofu will Sojaanbau revolutionieren

badenova Innovationsfonds fördert Freiburger Tofu-Hersteller



badenova übergibt Taifun-Tofu den Klimaheldenpreis sowie einen Scheck. V.l.n.r.: Heinz-Werner Hölscher, Vorstand badenova; Wolfgang Heck, Geschäftsführer Taifun-Tofu; Stefan Paul, Projektleitung Taifun-Tofu, und Christine Buchheit, Bürgermeisterin Stadt Freiburg

Mit der Einführung neuer Produktionstechniken im Bio-Sojaanbau will Taifun-Tofu die Biodiversität voranbringen und die Sojaproduktion in Deutschland revolutionieren. Der badenova Innovationsfonds Klima- und Wasserschutz steht hinter der Idee und fördert die Taifun-Tofu GmbH mit der Hälfte der Projektkosten. Au-

ßerdem haben die badenova-Gesellschafterkommunen dem Bio-Hersteller ihren ‚Klimaheldenpreis‘ verliehen.

Der ökologische Sojaanbau weist einige Besonderheiten auf: Die Pflanzen stehen weit auseinander, werden relativ spät im Jahr ausgesät und wachsen zunächst nur recht langsam. Die Folge: Zwischen den

Pflanzreihen auf dem Acker ist viel Platz, der bisher wenig genutzt wird. Das will Taifun ändern, indem zwischen die Reihen mit der Sojaaussaat früh blühende Pflanzen wie Wildblumen ausgesät werden. Durch die zusätzlichen Pflanzen kann einer Bodenerosion vorgebeugt werden. Zusätzlich finden Wildbienen und andere

Insekten einen reich gedeckten Tisch mitten im (später) aufkeimenden Sojaacker vor.

„Projekte wie dieses sind eine Chance, die Themen Biodiversität und Umweltschutz voranzubringen und gleichzeitig für eine zukunftsfähige Ernährung zu sorgen“, sagte die Freiburger Bürgermeisterin Christine Buchheit, die im Namen aller badenova-Gesellschafter den ‚Klimaheldenpreis‘ an Taifun übergeben hat.

Die Kombination aus Boden- und Insektenschutz wird möglich durch moderne, digital gesteuerte Produktionstechniken. Sogenannte ‚GPS-RTK Steuerungen‘ und kameragesteuerte Maschinen wie Hackrahmen werden in der Landwirtschaft seit einigen Jahren genutzt. Sie können auf den Zentimeter genau steuern, was auf einem Acker wo genau ausgesät wird. Darüber hinaus ermöglichen sie die Pflege der Kulturen.

Projekt GanzTierStark bietet kostenlose Online-Beratungsmodule

Für den Aufbau regionaler Bio-Wertschöpfungsketten

Fleischqualität statt Fleischquantität auf den Tellern der Gemeinschaftsgastronomie: Das Projekt GanzTierStark will regionales Bio-Weidefleisch aus artgerechter Haltung in die Kantinen in Berlin und Brandenburg bringen. In diesem Rahmen wurden Beratungsmodule zu fünf Themenschwerpunkten erstellt. Interessierte aus Erzeugung, Handel, Verarbeitung und Verbänden, Manager von Öko-Modellregionen, aber

auch die Küchen selbst können sich die kostenlosen Materialien jetzt auf der Website von a’verdis herunterladen.

Nachdem die teilnehmenden Projektkantinen aus Berlin und Brandenburg gezeigt haben, wie das Angebot von regionalem Bio-Weidefleisch gelingen kann, sollen die wissenschaftlichen und praxisrelevanten Erkenntnisse nun auch über das Projekt hinaus nutzbar gemacht wer-

den. Die dafür entwickelten digitalen Beratungsmodule enthalten Factsheets, Präsentationen und Handreichungen zu den folgenden fünf Schwerpunktthemen: Argumente & Hintergründe, Strategie & Konzept, Einkauf, Preisgestaltung sowie Kommunikation. Sie wurden in drei Pilot-Workshops mit Experten aus der Praxis erprobt und optimiert.

Das Projekt GanzTierStark wird vom Zentrum Technik

und Gesellschaft der TU Berlin geleitet und in Kooperation mit der Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde (HNEE), der Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg (FÖL) e.V., der Marktgesellschaft der Naturland Bauern AG und a’verdis durchgeführt. Die Förderung des Vorhabens erfolgt aus Mitteln des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Träger des Projekts ist die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau (BÖL).



Eine tägliche Ladung Hülsenfrüchte wird empfohlen, um den Eiweißbedarf bei einer fleischlosen Ernährung zu decken.

Vegan, aber richtig!

Bio, Frische und Vielfalt: Was eine pflanzenbasierte Ernährung gesund für Mensch und Umwelt macht

Beim Umstieg auf eine vegane Ernährungsweise greifen viele auf pflanzliche Ersatzprodukte zurück, die möglichst originalgetreu Geschmack und Konsistenz von Fleisch, Fisch oder Käse nachahmen. Was wie gewohnt schmeckt, ist aber noch lange nicht gut für Umwelt und Gesundheit. Lange Transportwege, viel Verpackung, Zusatz-

stoffe und ein hoher Verarbeitungsgrad lassen sich durchs Kochen mit frischen pflanzlichen Bio-Lebensmitteln vermeiden.

Die Anzahl von Produkten, die tierische Lebensmittel imitieren, ist in den letzten Jahren stark angestiegen. Beim Käse hat sich das Angebot von 2019 bis 2021 mehr als verdoppelt. Deutschland liegt bei der Markteinführung neuer veganer Lebensmittel weltweit auf Platz 4. Für die Hersteller bedeutet der Trend zu

vegan ein lukratives Geschäft. Dabei sind die oft hochverarbeiteten Tierproduktalternativen nicht zwingend gesünder als ihre Originale. Auch ihre Umweltbelastung ist nicht zu unterschätzen: So sind vegane Ersatzprodukte oft eingeschweißt und verursachen Müll durch ihre aufwendige Verpackung. Soja, Palmöl oder Mandeln in veganen Produkten werden zudem meist mit langen Transportwegen aus Übersee geliefert und haben so einen größeren CO₂-Fußabdruck als regionale Zutaten. Wegen der großen Bandbreite an verschiedenen Produkten ist es schwierig, eine allge-

meine Aussage über ihren Gesundheitswert zu treffen. Klar ist, dass sich die Alternativen in Bezug auf die Nährstoffe deutlich von den originären Produkten unterscheiden. Zum Beispiel enthält Schweinefleisch-Ersatz in der Regel weniger Fett, dafür mehr Kohlenhydrate und Zucker. Bei Studien zu Alternativkäse fiel der Proteingehalt niedriger aus als bei echtem Käse. Meist beinhalten die Ersatzprodukte außerdem mehr Salz. Bei einer Studie der Albert-Schweitzer-Stiftung schnitten Fleischersatzprodukte aus ernährungsphysiologischer Sicht insgesamt besser ab als die tierischen Originale: Sie

hatten niedrigere Cholesterinwerte, enthielten weniger gesättigte Fettsäuren und auch weniger Pestizidrückstände, Hormone und Antibiotika, dafür mehr Ballaststoffe und sekundäre Pflanzenstoffe. Einige pflanzliche Alternativen aus Bioproduktion enthielten sogar mehr Protein als die Fleischprodukte. Dennoch wurden etwa der hohe Salzgehalt und die unausgewogenen Omega-Fettsäurenprofile der Ersatzprodukte kritisiert.

Frische: besser für Umwelt und Gesundheit

Allgemein gilt auch bei veganer Ernährung der Grundsatz: je frischer und weniger verarbeitet, desto besser. Studien belegen Assoziationen zwischen dem Verzehr hochverarbeiteter Lebensmittel und nichtübertragbaren Erkrankungen (Übergewicht, Diabetes, Krebs, Herz-Kreislauf-Erkrankungen sowie Depressionen). Zu einer ernährungsphysiologisch unausgewogenen Zusammensetzung wie etwa einem hohen Gehalt an Salz, gesättigten Fetten und Zucker bei gleichzeitig wenigen Vitaminen und Mineralstoffen kommt eine oftmals veränderte Lebensmittelmatrix. Durch hohe Temperaturen in der Verarbeitung können außerdem sogenannte Prozesskontaminanten entstehen, zum Beispiel gefäßschädigende Transfettsäuren und das krebserregende Acrylamid. Auch ein Blick auf die Zutatenliste hilft dabei, den Ge-

sundheitswert von Ersatzprodukten einzuschätzen. Fleischersatz braucht oft zusätzliche Geschmacksträger wie Fett, Salz und Zucker sowie Zusatzstoffe wie Stabilisatoren, Emulgatoren und Aromen, um das Ursprungsprodukt möglichst gut nachzuahmen. Bio-Produkte kommen dabei mit weniger Zusätzen aus – viele dürfen gemäß der EU-Öko-Verordnung auch nicht verwendet werden.

So ist etwa der Stabilisator Methylcellulose (E461), der nach der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) im Verdacht steht, die Entstehung chronischer Darmentzündungen zu begünstigen, laut EU-Verordnung in Bio-Lebensmitteln tabu. Das Verdickungsmittel Carrageen (E 407), das laut Verbraucher-Initiative die Aufnahme anderer Inhaltsstoffe behindern kann und im Verdacht steht, allergieähnliche Symptome auszulösen, ist zwar erlaubt, Bio-Verbände wie Demeter, Bioland und Naturland und Hersteller wie Alnatura verzichten in ihren Produkten jedoch darauf.

Vegane Ernährung ohne Schnick- schnack

Fest steht: Für eine ausgewogene pflanzliche Ernährung sind Fleischersatzprodukte nicht vonnöten. Anstelle von veganen Bratwürsten, Frikadellen oder Schnitzeln sorgen etwa auch Lebensmittel wie Getreide, Hülsenfrüchte und

Nüsse für eine ausreichende Proteinversorgung. „Es geht nicht so sehr um das Streichen, sondern viel mehr um das Hinzufügen und die Vielfalt pflanzlicher Lebensmittel, die die gesundheitlichen Vorteile bringen“, erklärt Ernährungsmedizinerin Marie Ahluwalia im Gespräch mit UGBforum.

Wie genau kann ein gesunder veganer Speiseplan aussehen? Nach der Gießener vegetarischen und veganen Lebensmittelpyramide, die von den Ernährungswissenschaftlern Claus Leitzmann und Markus Keller entwickelt wurde, sollten bei einer vegetarischen Ernährung täglich mindestens zwei und bei einer veganen Ernährung drei Portionen Vollkornprodukte und Kartoffeln im Speiseplan eingebaut werden: Vollkornflocken, -Reis, -Nudeln, Kartoffeln oder Vollkornbrot.

Eine ausreichende Flüssigkeitszufuhr ist Grundlage jeder gesunden Ernährung. Rund 1,5 Liter Wasser oder Tee sollte man täglich zu sich nehmen. Beim Trinken sollten vor allem Veganer auf Mineralwasser mit einem Kalziumgehalt von mindestens 400 Milligramm pro Liter achten, um ihre Kalziumversorgung zu verbessern.

Tägliche Ladung Gemüse, Hülsen- früchte und Öl

Mindestens drei Portionen Gemüse (insgesamt mindestens 400 Gramm) sollten täglich auf den Teller – am besten frisch, schonend zubereitet und zum Teil als Rohkost verzehrt. Beim Obst werden zwei Portionen pro Tag (insgesamt 250 Gramm) empfohlen. Kleine Mengen an Nori-Algen können vor allem Veganern dabei helfen, ihren

Jodbedarf zu decken. In Form von Flocken oder Blättern können sie etwa über Salate oder gekochtes Gemüse gestreut werden.

Zwei bis drei Portionen Milchprodukte werden für eine ausgewogene Ernährung von Vegetariern empfohlen, für Veganer sind es eine bis drei Portionen pflanzliche Milch- und Joghurtalternativen. Dabei sollten Lebensmittel mit Zuckerzusatz gemieden werden. Ökologisch vorteilhafter sind Produkte, deren Rohstoffe in Deutschland oder Europa angebaut werden, wie Hafer, Dinkel oder teilweise Soja. Für Vegetarier wird zum Verzehr von bis zu zwei Eiern pro Woche geraten.

Eine tägliche Portion Hülsenfrüchte wie Erbsen, Bohnen, Linsen oder Kichererbsen ist wichtig, um den Eiweißbedarf bei einer fleischlosen Ernährung zu decken. Auch Nüsse und Samen sind wertvolle Eiweißlieferanten und sollten ein bis zwei Mal täglich bei Mahlzeiten dabei sein. Tofu, Tempeh und Nussmuse stellen eine gering verarbeitete Fleischalternative dar, die sich nicht explizit an tierischen Produkten orientiert und eine gesunde Abwechslung bieten kann.

Zwei bis drei Esslöffel Pflanzenöle pro Tag, vorzugsweise Lein-, Hanf-, Walnuss oder Rapsöl, sind eine gute Quelle für alpha-Linolensäure, die zu den Omega-3-Fettsäuren gehört. Dadurch kann der Verzicht auf fettreiche Kaltwasserfische ausgeglichen werden.

Wenn man diesen Fahrplan bei seiner Speisenauswahl berücksichtigt, steht einer gesunden vegetarischen oder veganen Ernährung nichts mehr im Wege – ganz ohne fleischähnliche Fertigprodukte.

Lena Renner



Bio-Dauergebäck

Echter Knabbergenuss von Mini bis Maxi

Dinkel, Hafer und glutenfrei sind die drei Top-Eigenschaften, mit denen Bio-Dauergebäck bei Verbrauchern besonders punktet. Für jeden Geschmack und unterschiedlichen Bedarf ist etwas dabei.

Selbst in Zeiten knapper Kassen gönnen sich die Menschen kleine Auszeiten, ob in der süßen Variante als Keks zu Kaffee und Tee oder in Form von salzigen Snacks. Als Qualitätsprodukte kommen Bio-Gebäcke dabei besonders an. Die große Auswahl umfasst sowohl die be-

währten Klassiker als auch Innovatives inklusive aktueller Trends.

Viele Bio-Dauergebackwaren basieren alternativ zu Weizen auf bekömmlichem Dinkelmehl. Bei anderen gehen die Hersteller auf die derzeitige Vorliebe für Hafer ein, wobei es sich vermehrt um sicher glutenfreie Ware handelt. Denn Freiheit von dem Getreideeiweiß Gluten ist ein weiterer Faktor, der die Kaufentscheidung vieler Verbraucher beeinflusst.

Unabhängig davon wird immer häufiger auf den Einsatz von Palmfett verzichtet, da dieses aus Umweltgründen in der Kritik steht. Wenn sie es doch einsetzen, verwenden die Bio-Hersteller Palmfett aus ökologischem Anbau. Über allem

stehen jedoch Geschmack und Genuss, was Bio-Ware dank hochwertiger Zutaten ohne Aromastoffe, chemisch modifizierte Stärken und andere Zusatzstoffe bietet. Allerdings haben auch die Anbieter das Problem, dass sich die Kosten für die Hauptrohstoffe Zucker und Fett stark erhöht haben.

Viel Traditionelles – gern pfiffig verfeinert

Unbedingt ins Regal gehören die klassischen Gebäcksorten. Bio-Hersteller decken hier die ganze Bandbreite ab, von Butter- und Doppelkeksen sowie Cookies über Spritz- und Waffelgebäck bis zum Weihnachtssortiment und speziellen Kinderkeksen.



Dazu kommen Zwiebacke mit und ohne Süßung und in unterschiedlichen Größen. Im salzigen oder herzhaften Gebäckbereich stark vertreten sind neben Laugengebäcken vor allem Cracker und Feinkostknäcke-Snacks, ergänzt durch italienische Spezialitäten.

Wie sich solche Klassiker erfolgreich auf zeitgemäße Art abwandeln lassen, zeigen die neuen Cookies der Bohlsener Mühle, die anders als üblich als kleine Minis gebacken werden. Bei Pural wiederum, ergänzen seit diesem Sommer Bretonische Butterkekse mit Schokostückchen und einem Hauch Fleurs de Sel Guérande die Sorte Natur.

Ein Beispiel für modernes salziges Gebäck findet sich beim Knäcke-Experten Dr. Karg, der drei runde, knusprige Cracker aus glutenfreiem Hafer und wertvollen Saaten gelauncht hat. Glutenfreier Hafer ist auch der Clou bei den neuen Salzbrezeln der Hammermühle, die sich komplett auf glutenfreie Produkte konzentrieren. Die Trendzutat Hanf zeichnet sich geschmacklich durch eine feine nussige Note aus, womit die Samen sowohl

zu süßem wie zu salzigem Gebäck passen. Chiron, Hanf & Natur oder Hanfland aus Österreich zählen zu den Herstellern, die mit Samen oder Mehl Kekse veredeln.

Ein Markt in Entwicklung

Ein weiterer genereller Trend bei süßem Dauerbäck betrifft den Zucker. Immer häufiger wurde und wird der lange bio-übliche Rohrohrzucker durch heimischen Rübenzucker ersetzt. Zugleich arbeitet die Branche an anderen geeigneten Alternativen und an zuckerärmeren Rezepturen. So enthalten die neuen Dinkel-Butterkekse in Form von Walddieren von Sommer & Co. Dattelmus und die großen Big'Scuits von Pural Dattelmus und Reissirup. Alnavit gehört dagegen zu den Herstellern, die bei ihren Cookies zusätzlich oder alternativ auf Kokosblütenzucker setzen.

Sortenmäßig aus dem Vollen schöpfen

Das kann man bei der Biback Zwiebackfabrik Sommer & Co. und der Bohlsener >



Das fängt Jahr gut an: Zur **Biofach 2023** kommen an unserem **Stand 7-321** **geschmackvolle Neuheiten** in und aus der Kanne. Hagebutte, Fenchel, Weißdorn, Lavendel, Kamille und mindestens 36 andere **naturbelassene Bio-Kräuter** sind auch dabei. Unsere **über 5.800 rein pflanzlichen Rohstoffe** in unterschiedlichen Formen der **Verarbeitung** runden natürlich weiterhin unser einmaliges Sortiment ab. Einfach und jederzeit online bestellen.*

Mühle. Beide sind Partner eines Bio-Verbandes – erstere von demeter, letztere von Bio-land – und führen neben süßen Keksen auch herzhaftes Snacks. Immer wieder sorgen Neuheiten für frischen Wind im Angebot.

Kekse mit Hafer oder Müsli gehörten schon von Anfang an zur Bio-Auswahl. Fest etabliert sind auch die Haferlinge und Vitalkekse bei der Bohl-sener Mühle, die wo immer möglich auf regionale Rohstoffe setzen. Wie die genannten neuen Mini-Cookies zeigen, ist die Mühle dabei stets offen für neue Geschmackserlebnisse und Trends: Sortenmäßig machen Schoko-Orange sowie Salz-Karamell Appetit.

Sommer & Co., gleichermaßen ein Traditionsbetrieb, verwendet überwiegend Dinkelmehl. Die Auswahl reicht von Klassikern wie Butterherzen bis zu krossen Cantuccini und außergewöhnlichen individuellen Kompositionen und einer glutenfreien Auswahl. Insgesamt kämen ihre Schoko-Gebäcke sehr gut an, ebenso wie Innovationen, stellt Marketingleiterin Manuela Eschment fest. Hinzugewonnen habe auch der Bereich Zwieback. Die Doppeltgebackenen gibt es hier mit Dinkel, Weizen oder Einkorn, Butter oder Olivenöl, mit etwas Rübenzucker oder ungesüßt.

Stichwort Doppelkeks

Keks im Doppelpack – zu den beliebtesten Sorten im Keksregal gehören Cookies und Doppelkekse. Diese bestehen aus zwei, in der Regel runden, festeren Keksen, die in der Art eines Sandwiches eine feste Cremefüllung, 'verdeckeln'. Auch hier zeigen sich die Bio-Hersteller, etwa Pural, Allos, Veganz und vor allem Wikana, ideenreich: Die Kekse bestehen mal aus Weizen- oder Weizenvollkornmehl, mal aus Dinkelmehl, sind mal mit Quinoa

und mal mit Kakao verfeinert und mal wie neuerdings bei Wikana zur Hälfte aus Waffelteig gefertigt. Und bei der Creme bekommt die übliche Kakaocreme bei der Füllung Kollegen in Form von Fairtrade Zartbitter- und Honig-Milchcreme. Pural, deren Auswahl bereits zu über 90 Prozent palmölfrei ist, bietet die sogenannten BioBis und Choc's auch mit heller Kokos-, Sanddorn-Orange- oder Vanillecreme an.

Damit beweist sich die Kategorie längst nicht mehr nur als magenfreundliche Stärkung nach Krankheiten für alle Generationen, sondern tatsächlich als aromatische Knusperlei.

Klassiker aus heimischem Getreide neben Länderspezialitäten

Das Sortimentsbild einer Mischung aus Tradition und Neu findet sich genauso bei Claus Reformwaren mit der eigenen Bio-Marke Pural wieder. Zu den erfolgreichen Doppelkekse-Sorten und Dinkel-Löffelbiskuits sowie Knusperwaffeln gesellen sich neben den neuen Bretonischen Butterkekse die Big® Scuits. Dank

korn und Gerste sowie Hafer und Buchweizen.

Wie bei vielen backenden Betrieben kommt dazu Weihnachtsggebäck von Spekulatius bis zu Honig-Lebkuchen. Eine aparte Alternative zu Keksen hat Erdmann Hauser mit dem mild-süßen Anisbrot entwickelt, das in Optik und Geschmack eher einem Zwieback ähnelt. Verwendet wird dabei ein Gelbweizen aus ökologischer Züchtung.

Glutenfrei geht richtig lecker

Normalerweise steht eine kurze Zutatenliste eher für natürliche, zusatzstofffreie Qualität als eine lange. Das gilt auch für einfache Gebäcke – aber nicht per se für glutenfreie Varianten. So enthalten glutenfreie Bio-Kekse und andere Dauerebackwaren mehr Zutaten als normale Gebäcke. Doch ist dies Biss, Geschmack oder Haltbarkeit geschuldet und bei Bio-Ware mit dem Einsatz von unterschiedlichen Mehl- und Stärkemischungen, nicht aber mit chemischen Zusatzstoffen verbunden. Der guten Nachfrage kommt ein wachsendes Bio-Angebot entgegen.

Ausschließlich glutenfreie Produkte bieten die Hammermühle und Alnavit, während Sommer und Pural zu den



Anbietern mit einem gemischten Angebot zählen. Kekse, Waffeln und salzige Snacks sowie Saisonprodukte umfasst etwa das Bio-Sortiment der Hammermühle. Besonders erfolgreich erwiesen sich bei ihnen Makronenringe, Laugenkugeln Schoko&Salz und Salzstangen. Bei den neuen Haferbrezeln bleibt die Entwicklung abzuwarten. Die Chancen auf Erfolg stehen freilich gut.

Eine dichte Verpackung spielt bei glutenfreien Produkten eine wichtige Rolle. Einerseits dient sie der Frischhaltung der leichter trocken werdenden Gebäcke und andererseits verhindert sie eine Kontamination mit Getreide. Die Hammermühle verpackt beispielsweise ihre Butterkekse daher vorportioniert in großen Packungen.

Cookies gehören längst zu den Tops im Keksregal. Auch bei den Bio-Eigenmarken des

Handels stehen sie an erster Stelle. Genauso hebt Alnavit als Verkaufsförderer beim Dauergebäck die glutenfreien Cookies hervor, ob mit Schokolade oder knackiger mit Kakao & Hanf.

Zur Präsentation habe ein eigenes Verkaufsregal für glutenfreie Produkte zwar den Vorteil, dass Zieleinkäufer einfach ihr Sortiment finden. Man wisse allerdings, dass ungefähr jeder zweite Einkauf eines glutenfreien Produktes ungeplant stattfindet. Der Tipp vom Marketing: glutenfreie Produkte durchaus der jeweiligen Warengruppe zuordnen, da sie hier eher beim Stöbern entdeckt werden oder Kunden zu etwas Neuem ermuntern.

Regionalität in Keks

Immer mehr Verbraucher wünschen sich einen regionalen Bezug bei ihrer Lebensmittelauswahl.

Beliebt sind die vor allem in der Vorweihnachtszeit in Bäckereien angebotenen Plätzchen, die zumindest manchmal Bio-Qualität haben. Bei den Marken Anbietern lässt sich unter anderem der Gewürz- und Teehersteller Sonnentor nennen, dessen Auswahl an mit Gewürzen verfeinerten Keksen eine kleine Partnerbäckerei in der Nähe backt.

Der Regional- und Heimat-Aspekt kommt ansonsten auch bei der Bio-Modellregion Schwäbische Alb mit der Bioland-Erzeugergemeinschaft ReBio zum Tragen, die ihre Erzeugnisse außerdem in nächster Nähe verarbeitet und unter der Marke Landmacher vermarktet. Besonders deutlich wird der Hintergrund bei den Urkorn-Keksen mit Treckerprägung.



Die Verpackung stellt eine weitere gern genutzte Möglichkeit dar, um einen regionalen Bezug herzustellen. Üblicherweise wird Dauergebäck in Papier- oder Folienverpackungen angeboten – große Kekse teilweise auch lose in Unverpacktläden.

Die Minderleinsmühle backt neben Waffel- und anderem Biogebäck die Süßgebäcke ihrer Fachhandelsmarke ➤

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



BESUCHEN SIE
UNS AUF DER
BIOFACH
STAND 1-565

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.



TEA
CAN BE SO
EASY

BIO-TEE-SIRUP AUS DER TUBE

T-DROPS

NEU

MANGO & ORANGENBLÜTEN
BIO-SCHWARZTEE-SIRUP
Ergibt 6L

Besuchen Sie uns
auf der
BIOFACH2023
into organic
in Halle 9
Stand 9-542

DE-ÖKO-006

Rosengarten, diese einmal mehr überwiegend aus Dinkel und hier vorrangig für die Bedientheke konzipiert.

Dank einer Teilentnahmemöglichkeit und spezieller Produktion liegt die Mindesthaltbarkeit bei mindestens sechs Monaten. Bei den sonstigen, verpackten Gebäcken soll ein stilisierter Fluss die Schwabach und damit die fränkische Heimat symbolisieren.

Kreatives herzhafes Bio-Gebäck

Ein großer Teil der Bio-Kekshersteller führt parallel eine salzige beziehungsweise herzhafte Gebäck-Range. Dazu kommt eine Reihe an Herstellern, die sich nur auf diese spezialisiert haben. So oder so überzeugt auch hier eine natürlich geschmackvolle Vielfalt... so sie denn den Verbrauchern auch vorgestellt wird.

Veredelte Knäckebrote, ergänzt durch zartere Miniquadrate, Cracker in rund oder eckig, Brotchips, Stangen-Snacks wie Grissini, Blätterteig-Flüttes und andere präsentieren sich als gebackene Bio-Alternativen zu klassischem Laugengebäck oder Chips. Aber nicht nur. So empfiehlt die Bohlseener Mühle, die



Anbieter Dauergebäck	Homepage
Alce Nero	www.alcenero.com
Alnavit GmbH	www.alnavit.de
Bohlsener Mühle GmbH & Co.KG	www.bohlsener-muehle.de
Biback Zwiebackfabrik SOMMER GmbH & CO. KG	www.sommer-biscuits.de
Claus Reformwaren Service Team GmbH / Pural	www.claus-gmbh.de
CHIRON OHG	www.naturdelikatessen.de
ErdmannHAUSER Getreideprodukte GmbH	www.erdmannhauser.de
Figuli	www.figuli.it
Hammermühle GmbH	www.hammermuehle.de
Dr. Klaus Karg KG	www.dr-karg.de
Minderleinsmühle GmbH & Co. KG / Rosengarten	www.minderleinsmuehle.de
ReBio / Landmacher GmbH	www.landmacher.de
Romina s.r.o.	www.romimarie.com
SONNENTOR Kräuterhandels GmbH	www.sonnentor.com
Veganz Group AG	www.veganz.de

hier mit schmalen, dünnen Snäckebrotten dabei ist, diese als Snack zwischendurch, am Abend zu Bier oder Wein und durchaus auch mal zum Frühstück.

Bekannt für üppig bestreutes Gourmet-Knäcke ist vor allem Dr. Karg. Sieben Bio-Sorten, mit Olivenöl verfeinert, stehen zur Auswahl. Während die Nachfrage nach klassischem Knäckebrot alljährlich am Jahresanfang wegen neuer Ernährungsvorsätze am größten ist, werden die Knabber-Gourmetsorten sowie andere Snacks

ganzjährig gekauft, weiß der Hersteller aus Erfahrung.

Nach den Scheiben, Vollkorn-Snackquadraten aus Vollkornweizen oder Dinkel mit Linsen sowie lockeren Stäbchen ergänzen jetzt drei innovative runde Cracker das Angebot. Das Besondere dabei: Sie basieren auf glutenfreiem Hafer und wertvollen Saatenmischungen.



Frei von glutenhaltigem Getreide müssen die Produkte zwar nur für Menschen mit Zöliakie oder Glutenunverträglichkeit sein. Wenn das Angebot vorhanden ist und vor allem schmeckt, greifen aber auch andere zu.

Während Pural die Bio-Auswahl mit Blätterteig-Flütes oder Sticks mit entsprechend zusammengesetzten Rundcrackern vergrößert, bietet Alnavit Kurz-Grissini und die Hammermühle klassisches, aber getreidefreies Laugengebäck wie Salzstangen oder Laugenkugeln in Schokolade.

Mit Bio-Olivenöl verfeinert

Überhaupt kommt die Idee, den Appetit auf kleinstückige Knabbereien mit gesünderen Zutaten zu erfüllen, gut an. Sommer & Co. haben das schon früh erkannt und ein in Form und Geschmacksrichtungen reizvolles Bio- und de-

Am Rande

Nach den Leitsätzen des Deutschen Lebensmittelbuchs gehört Dauergebäck zu den Feinen Backwaren, deren Rezepturen in der Regel Fett und eventuell Ei enthalten. Im Unterschied zu frischer Ware ist es aber deutlich länger haltbar. Zu Dau-

meter-Sortiment aufgebaut. Zu italienisch inspirierten Grissini und Taralli-Ringen mit Sesam kommen gewürzte Brotchips, kurze Dinkel-Gersten-Broststäbchen (Pane Picco) und -ecken sowie ganz neu Pizza-Stangen.

Grissini bieten längst auch deutsche Hersteller an, gleich fünf Sorten zum Beispiel Erdmann Hauser. Traditionell verbinden Verbraucher Grissini und ähnliches Knabbergeback mit Weizen und Olivenöl, genauso wie zartknusprige Cantuccini mit Italien. Bei Alce-

ergebäck zählen Mürbe- und Butterkekse oder Spekulatius, aber auch flache Cracker und Laugendauergebäck oder Zwieback. Eine Vielzahl an Geschmackszutaten neben den Basisrohstoffen, unterschiedliche Ausformungen und Backverfahren sorgen für eine enorme appetitliche Vielfalt.

Nero findet man zum einen in Deutschland bekannte Süßgebäck wie feine mit Schoko-Täfelchen überzogene Dinkelkekse und zum anderen Toralli. Handwerklich gefertigte Grissini vertreibt unter anderem

Romina unter ihrer Marke Romi Marie. Figuli als ein drittes Beispiel von vielen führt zum einen wieder die kleinen Snackquadrate mit italienischen Kräutern. Zum anderen verwandelt der Betrieb für bestimmte italienische Regionen typische Produkte in Bio mit Mehrwert: Die knusprigen frittierten Mini-Fladengebäck 'Gnocco' aus der Emilia werden zu gebackenen luftigen Snacks und die kleinen 'Piadina' Fladenbrote aus der Romana kommen als Chips-artige Kreation in die Beutel.

Bettina Pabel



ITALIEN auf der BIOFACH 2023

14. bis 17. Februar, Nürnberg
Halle 4, Stände 107 - 110 - 111 - 129



Die Italienische Agentur für Außenhandel präsentiert 62 Ausstellerfirmen aus 17 Regionen Italiens. **Erleben Sie authentische Vielfalt und Genuss pur.**



Gemeinsam in eine bio-vegane Zukunft

Die Geschäftsführer von Biokreis und VegOrganic im Gespräch mit bioPress



Auf der Biofach besiegelten VegOrganic-Vorstand Fabian Breisinger, Biokreis-Geschäftsführer Josef Brunnbauer und VegOrganic-Vorstand Alexander Beck (v.l.n.r.) ihre Kooperation.



VegOrganic-Geschäftsführer Matthias Beuger

Auf der Sommeredition der Biofach 2022 haben der Anbauverband Biokreis und VegOrganic, Herausgeber des Siegels EcoVeg für vegane Lebensmittel in Bio-Qualität, eine neue Kooperation beschlossen. Die Geschäftsführer, Josef Brunnbauer und Matthias Beuger, sprachen mit bioPress

über das Abdriften der Vegan-Bewegung in Richtung konventionell und Kunstfleisch und über die notwendige Wende zu mehr pflanzlicher Vollwert-Ernährung in Bio-Qualität.

bioPress: Herr Beuger, wie ist Ihr Verein entstanden und was steckt dahinter?

Beuger: VegOrganic wurde 2015 gegründet – von Bio-Pionieren und Wissenschaftlern, die schon damals enttäuscht

darüber waren, dass der Vegantrend, der ursprünglich hauptsächlich aus der Bio-Szene stammt, immer weiter weg von Bio in den konventionellen Bereich abdriftete und Bios etwa im Vegetarierbund (heute: ProVeg) keine Heimat mehr hatten. Das Anliegen des Vereins ist es, Bio und vegan wieder zusammenzubringen und die hohen Qualitätsstandards von Bio auch über den Vegantrend zu kommunizieren: mit Hilfe von EcoVeg, unserem eigenen, unabhängig kontrollierten Siegel für vegane Lebensmittel in Bio-Qualität.

Natürlich sind andere Label momentan viel stärker aufgestellt: Mit rund 20 Mitgliedsunternehmen sind wir noch ein sehr kleiner Produzentenverband. Aber wir sind bisher in dieser Kombination einzigartig am Markt und können so vielleicht auch einen Beitrag zu 100 Prozent Bio leisten. Unser Ziel ist eine überwiegend pflanzliche Ernährung in Bio-Qualität – und nicht ein veganes Glaubensdogma. Die Veganbewegung ist ja überwiegend nur noch ethisch motiviert und konzentriert sich ganz darauf, Tierleid zu verhindern, sodass das Thema

gesunde Ernährung zweitrangig wird. Tierschutz ist außerdem auch ethisch betrachtet nicht alles. Die Biodiversität schützen, Wälder schützen, die Umwelt vor Pestiziden bewahren – das sind alles genauso wichtige Themen.

bioPress: Wo sehen Sie politischen Handlungsbedarf, um das Thema bio-vegan weiter voranzutreiben?

Beuger: Ich denke, das Thema Ernährungsumgebung ist ganz entscheidend für die Bewegung. Bio mitsamt pflanzlichen Alternativen sollte Einzug erhalten in Kantinen und Kitas. In Supermärkten müssen wir es schaffen, dass es einfacher ist, die richtige Wahl zu treffen, und nicht alles auf den Verbraucher abzuwälzen. Das EcoVeg-Siegel versucht natürlich, dazu einen Beitrag zu leisten, aber das alleine reicht noch lange nicht aus, um eine vollwertige Ernährung in der Gesellschaft zu fördern.

bioPress: Herr Brunnbauer, wie ist Biokreis dazu gekommen, mit VegOrganic zu kooperieren?

Brunnbauer: Biokreis ist aus einer kritischen Verbraucherbewegung heraus entstanden, in der es damals im Wesentlichen um pflanzliche Produkte ging. In den 80er Jahren gab es noch keine Zertifizierung für Tierhaltung und so standen am Anfang vegetarische Lebensmittel im Vordergrund. Heute wird das ganze Lebensmittelspektrum bei Biokreis abgebildet und wir sind eher ein Veredelungsverband – mit Schwerpunkt Milch, Eier, Geflügel, Schwein und Rind. Deshalb ist die Kooperation mit VegOrganic bei einigen unserer Verarbeiter auch nicht ganz unkommentiert geblieben.

Sie bedeutet für uns aber nicht, dass wir tierische Produkte infrage stellen. Unsere

Ansicht ist, dass Tiere eine wichtige Rolle im landwirtschaftlichen Produktionsprozess und Kreislaufsystem spielen. Es gibt Grünlandflächen, die nur über Tierhaltung verwertbar sind. Aber wir wollen den Konsumenten auch pflanzliche Alternativen bieten. Die Leute sollen weniger, aber dafür qualitativ hochwertiges Fleisch essen, tierische Produkte bewusster konsumieren.

Im März dieses Jahres haben wir deshalb eine Richtlinie für vegane Produkte verabschiedet. Seither können auch vegane Produkte wie Tofu, Seitan oder Hafermilch als Biokreis-Produkte zertifiziert werden.

bioPress: Hat die Bio-Branche etwas geschlafen, sodass ihr das vegan-Thema abhandeln gekommen ist – oder regelrecht gestohlen wurde – und ein profanes Business daraus entstanden ist?

Brunnbauer: Vielleicht waren wir da nicht ganz am Puls der Zeit, es gibt diesen Trend hin zu konventionell in der Vegan-Branche. Aber es ist nie zu spät, aktiv zu werden und in die andere Richtung zu gehen – wie wir es mit der Kooperation mit VegOrganic tun.

Beuger: Ich habe mich sehr über die neue vegan-Richtlinie bei Biokreis Anfang des Jahres gefreut, weil ich mir wünsche, dass sich die Anbauverbände stärker zu diesem Thema positionieren. Wir können damit auch zeigen, wie 100 Prozent Bio aussehen kann: Es braucht dafür keine intensive Landwirtschaft, sondern einen Ernährungswandel.

bioPress: Herr Brunnbauer, was meinen Sie? Schaffen wir die Kurve zu mehr veganem Bewusstsein?

Brunnbauer: Wir müssen uns insgesamt in der Ernährung

neu aufstellen und vegan ist eine wichtige Säule davon. Man kann sich daher gar nicht davor verschließen. Wenn man weniger Fleisch isst, braucht es auch Alternativen – und die sind im besten Fall vegetarisch bzw. vegan-ökologisch. Die Frage ist daher weniger ob, sondern wie wir die Kurve schaffen und in welchem Umfang.

Fleischverarbeiter sind eigentlich prädestiniert dafür, auch vegane Produkte herzustellen. Die Herstellungsschritte sind teils recht ähnlich und die Umstellung auf pflanzliches Eiweiß bedeutet auch eine Vereinfachung in der Produktion. Einige unserer Verarbeiter bei Biokreis können sich durchaus vorstellen, in den veganen Markt einzusteigen. Auf der anderen Seite kommen auch vermehrt Startups auf uns zu, die direkt vegan produzieren wollen.

Ein Riesenproblem, das wir bisher noch nicht angesprochen haben, ist der Fachkräftemangel im Handwerk, der inzwischen auch bei uns angekommen ist. Es fehlt an Metzgern, die mit dem Rohstoff Fleisch überhaupt arbeiten können.

bioPress: Herr Beuger, wie schaffen wir die Wende, ohne Fleisch komplett zu verteufeln – und stattdessen auf etwas wie Kunstfleisch auszuweichen?

Beuger: In unserem Verein haben wir am Anfang diskutiert, ob wir den Begriff ‚vegan‘ im Namen überhaupt verwenden wollen. Mir wäre etwas wie ‚pflanzlich‘ eigentlich lieber gewesen, weil ‚vegan‘ zu sehr polarisiert. Meine Erfahrung ist, dass Fleischesser und Vegetarier viel Angst voneinander haben und es daher gilt, Brücken zu bauen und einen gemeinsamen Horizont zu entwickeln.

Wahrscheinlich kommen wir um die vegane Leberwurst nicht herum. Sie ist Teil des Übergangs zu einer pflanzlichen Ernährung. Aber wenn wir Bio und pflanzlich nicht zusammendenken, wird sich die Vegan-Branche in eine Richtung bewegen, in der wir sie nicht haben wollen.

Mit Kunstfleisch fördern wir wieder eine Monopolbildung an der falschen Stelle. Anstatt die Wende über eine andere Ernährungsumgebung und Erziehung zu schaffen, versuchen wir, sie mit einer Technologisierung hinzubekommen – ohne zu wissen, wo das ernährungsphysiologisch hinführt. Schon der Trend zu immer mehr Convenience hat uns gesundheitlich an unsere Grenzen gebracht. Ich glaube, Kunstfleisch ist ein Riesenfehler für die Menschheit.

Brunnbauer: Auch Biokreis hat sich schon vor ein paar Jahren, als die ersten Meldungen über diese Technologie kamen, ganz klar dagegen ausgesprochen. Laborfleisch hat in der Bio-Branche nichts verloren! Zum einen wissen wir nichts über seine Langzeitwirkung, andererseits befördert es Großstrukturen und Abhängigkeiten, die wir vermeiden wollen. Ähnlich wie beim Thema neue Gentechnik gilt es auch hier, die Gefahren offenzulegen. Es geht dabei nicht um Menschenwohl, sondern um die Macht von Konzernen.

Beuger: Die Ernährungsindustrie ist seit Jahren damit beschäftigt, ein schnelles Konsumieren zu ermöglichen, bei dem man sich wenig mit den Lebensmitteln beschäftigen muss. Es ist auch Aufgabe unseres Verbandes, wieder stärker in den Fokus zu bringen, wie eine vollwertige Ernährung aussieht. Ich bin total froh, dass wir dabei jetzt mit Biokreis Hand in Hand gehen.



HUOBER BREZEL GmbH & Co. KG

Im Oktober 2022 fand das erste Auszubildenden-Camp der Jungen Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller in Erdmannhausen statt.

Wo Werte und Menschen zählen

Bio-Unternehmen denken Wirtschaft und Nachwuchsförderung auf andere Art

Schon seit vielen Jahren sind Bio-Unternehmen attraktive Arbeitgeber, insbesondere für jüngere Generationen auf der Sinn-suche – und gerade die nachfolgende Generation Z (Jahrgänge ab 1995) macht diese Suche nach Sinnhaftigkeit mehr denn je zur Priorität im Job, wie aktuelle Studien und Umfragen zeigen. So gaben laut Personal-dienstleister Randstad in einer Befragung fast die Hälfte der Teilnehmenden an, einen Job in einem Unternehmen ausdrücklich nur dann anzutreten, wenn das Unternehmen ihren

sozialen und ökologischen Ansichten entspricht. Verstärkt durch die öffentliche Debatte über planetare Grenzen und die Zukunft folgender Generationen ist die Sehnsucht nach einer sinnerfüllten Tätigkeit stetig gewachsen. Eine Chance für eine Branche, in der Werte und Menschen zählen – doch was können speziell Bio-Unternehmen den Nachwuchskräften bieten? Zufriedenheit durch aktive Arbeit an den ökologischen Herausforderungen unserer Zeit, Sinnhaftigkeit durch freies Mit-

gestalten und Selbstverwirklichung durch flexible Unternehmensstrukturen – kurz gesagt: ein starkes ‚Warum‘.

Best Practice-Beispiele für gelungene Orientierung

Die junge AöL, eine Gruppe von Jungunternehmern, die aus der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller e.V. (AöL) heraus entstanden ist, möchte in unterschiedlichen Aktivitäten die Stärken der Bio-Branche als Arbeitge-

ber für Auszubildende und junge Mitarbeiter in den Fokus rücken. So hat im Oktober 2022 das erste Auszubildenden-Camp der Jungen AöL in Erdmannhausen stattgefunden. Eine Austauschplattform für Auszubildende verschiedener Unternehmen der Biobranche, wie Rapunzel, BioGourmet, Huober Brezel, ErdmannHäuser, All Organic Treasures und Neumarkter Lammsbräu. Der Gastgeber Arlend Huober, Geschäftsführer von Huober Brezel bot gemeinsam mit den Auszubildenden von



In der Produktion bei ErdmannHauser

Huober Brezel und Erdmann-Hauser spannende Einblicke in die beiden Verarbeitungsbetriebe und sprach über die Motivation, die ihn persönlich antreibt: Lernen voneinander zu lernen, Ängste und Konkurrenzdenken abbauen und gemeinsam vertrauensvoll die Zukunft gestalten. Denn der Mittelstand kann in unserem Wirtschaftssystem nur im Schulterschluss langfristig überleben. Gleichzeitig bieten gerade kleine und mittelständische Unternehmen sinnvolles Schaffen in der Gemeinschaft. Die Azubi-Tage sind ein Best Practice-Beispiel für Fachkräftebindung, denn wenn junge Menschen die Haltung, die sich hinter dem Begriff ‚Bio‘ verbirgt, direkt erleben und im Austausch mit anderen festigen, dann können sie die Werte und den Mehrwert von Bio in konkretes Handeln übersetzen. Dann können sie den Bio-Gedanken weitertragen und andere dafür begeistern.

Austausch als Chance für Werte

Für die Unternehmen der Bio-Branche bietet ein enger Austausch, der vor allem durch Verbände gewährleistet wird, die Möglichkeit, Werte und In-

formationen in die Praxis zu transferieren. Unternehmen schaffen für ihre Mitarbeiter Identifikation, Mehrwert und Verständnis für das eigene Handeln – und das bereits ab der Ausbildung. Die Sinnsuche kann als Chance im Kampf um Arbeitskräfte gelten, und ein Wir-Gefühl in der Bio-Branche stärken. Junge Bio-Arbeitnehmer gelten dabei als Multiplikatoren einer Vision von morgen. Der direkte Austausch, sei es in Aktionstagen, Arbeitskreisen der AÖL oder Branchentreffen, bietet Bildung über den Tellerrand der Ausbildung hinaus. Netzwerke entstehen, die ganz konkret im Alltag unterstützen. Denn auch heute ist Bio in vielen Feldern Pionier – auf andere Art als zu Zeiten der Gründer, aber sicherlich nicht weniger komplex. In dieser Vorreiterrolle ergeben sich viele, zuvor nie dagewesene, Fragestellungen im Alltag, für die gute Netzwerke Antworten und Hilfestellungen bieten können.

Freiheit zur Entfaltung durch aktive Teilhabe

Neben der Sinnsuche ist für viele Arbeitnehmer die ‚Work-Life-Balance‘, also der Aus-

gleich zwischen Beruf und Privatleben, ein maßgebliches Thema auf dem Arbeitsmarkt. Die Freiheit, über Arbeitszeiten, konkrete Arbeitsgestaltung und eine angenehme Arbeitsatmosphäre im angemessenen Rahmen eigenverantwortlich entscheiden zu können, steht im Fokus. Nicht in jedem Arbeitsbereich lassen sich alle Aspekte neuer Modelle, wie Homeoffice, abbilden – insbesondere in der Produktion braucht es andere Lösungen, um die Freiheit in den Arbeitsalltag zu integrieren. Bio-Unternehmen bieten aber auf allen Ebenen Gemeinschaft: ein Miteinander und eine positive Stimmung in der Arbeitsatmosphäre. Flexibilität und gegenseitige Wertschätzung sind Kernidentität der Bio-Unternehmen, sie werden gelebt und vermittelt. Auch die Strukturen in den Unternehmen sind flexibel, passen sich neuen Umständen schnell an und bieten Raum für individuelle, eigenverantwortliche Entfaltung. Mitentscheidungsmöglichkeiten stehen oftmals im Fokus.

„Für mich ist die sogenannte ‚Piratenregel‘ eines bekannten Bio-Unternehmens gelebte Teilhabe. Nach ihr dürfen alle Mitarbeitenden von den Vorgaben abweichen, insofern es

im Sinne des Unternehmens passiert und die Person die Verantwortung für ihr Tun übernimmt. Das ist funktionierende Eigenverantwortung“, führt Matthias Beuger von der AÖL als Praxisbeispiel an. Eigenverantwortung für diejenigen, die eigenverantwortlich Handeln möchten – genau diese Freiheit macht Bio-Unternehmen zu attraktiven Arbeitgebern.

Sicherheit in Krisenzeiten durch Resilienz

Bei aller Sinnhaftigkeit und Freiheit ist, nicht nur für jüngere Generationen, auch Sicherheit ein wichtiger Aspekt der Arbeitswelt. Arbeitsplätze in Bio-Unternehmen werden immer sicherer, denn die politischen und gesellschaftlichen Bestrebungen hin zu einem nachhaltigen Ernährungssystem setzen entsprechende Rahmenbedingungen für ein langfristiges Bestehen der Bio-Unternehmen. Politische Ziele, wie das 30-Prozent-Bio-Ziel der Bundesregierung, stellen die Weichen für einen florierenden Bio-Markt und schaffen neue Arbeitsplätze vor Ort in den Regionen. Diskussionen um nachhaltige Investments und steigende Nachhaltigkeitsanforderungen der Banken beschleunigen diese Entwicklung zunehmend.

Was also bietet die Arbeit in der Biobranche den Menschen? Eine Arbeit, in der sie und ihre Werte zählen. Eine Arbeit für diejenigen, die nicht weniger wollen, als eine neue, lebenswerte Welt zu schaffen. Ein neues Wirtschaften, ein neues Miteinander. Wer auf Sinnsuche ist, der findet hier Raum für Selbstentfaltung.

Matthias Beuger, Lisa Mann



Entrepreneur of the year® 2022
L'Entreprise de l'Année® 2022

SHHH !
We were
the 1st to offer
organic oat
protein...



...don't be the last to use it for your plant-based creations!



Our oat protein is available in organic range (SipaPro®)
and conventional range (NatuPro®)

Visit us during BIOFACH 2023 in Nuremberg in Hall 2-409



Biofach 2023:

NürnbergMesse/Thomas Geiger

Weg frei für die ökologische Transformation

Meeting Point BIOimSEH, Erlebniswelt Vegan und mehr

Vom 14. bis 17. Februar 2023 öffnet die Biofach, Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel, parallel zur Vivaness, internationale Fachmesse für Naturkosmetik, wieder ihre Tore in Nürnberg. Rund 2.700 Aussteller werden erwartet. Der Kongress steht unter dem Schwerpunktthema ‚Bio. Ernährungssouveränität. Wahre Preise.‘ und fokussiert drängende Fragen für die notwendige Transformation der Lebensmittelwirtschaft.

Das Kongressthema wird gemeinsam mit dem internationalen Schirmherrn, IFOAM – Organics International, und dem nationalen ideellen Träger Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) gestaltet. Wie schon bei der Summer Edition können die Teilnehmer Teile des Kongresses im Livestream oder später als On-Demand-Video

auf der Plattform talque anschauen.

Der Kongress gliedert sich in die sechs Foren Biofach, Fachhandel, Landwirtschaft, Nachhaltigkeit, Politik und Wissenschaft. Die Besucher können sich über die aktuelle Bio-Marktentwicklung, die europäische und deutsche Bio-Politik, neue Verpackungskonzepte, Kreislaufwirtschaft, >

NEU jetzt auch in der 750ml Flasche


Zertifiziert nach **varISO**
DIN EN ISO 9001




medicura®



MEDICURA AG 97618 NIEDERLAUER www.medicura.de | info@medicura.de | 0800 / 33 92 200 | BIOFACH Halle 9/221

Meeting Point **BIOimSEH**

Bio braucht resiliente zukunftsorientierte Märkte. Die neue Biofach-Sonderschau stellt sich den Fragen der Kaufleute und liefert Antworten von Experten. Die Bio-Kundenströme sind im Fluss, ja im Aufruhr. Die alten Systeme scheinen an den Bedürfnissen vorbei zu gehen. Wie reagiert der Markt?

Die Sonderschau öffnet sich in Halle 8, Stand 211 auf der weltgrößten Bio-Messe den Selbstständigen: Kaufleute, Handwerker, Gastronomen und alle, die selbst entscheiden über ihre Angebote, die ihren Kunden gesunde, klimaneutrale und nachhaltige Bio-Vollsortimente zur Wahl stellen wollen.

Schon in der ersten Runde 2023 versammeln sich 25 Teilnehmer, teils mit Marken-

präsentation in den Regalen oder mit Displays, teils mit einer Matchmaking-Platzierung. Neben der Bio-Experten Lounge mit vier mal acht Stunden offenen Disputen, Gesprächen und fachlichem Austausch gibt es Stehtische für Kontakte. Die Besucher werden von der Bio-Kaffeebar versorgt.

BIOimSEH Experten Lounge

Die Experten Lounge steht an vier Messetagen allen Besuchern ab 10 Uhr für Gespräche bis zum Messeschluss zur Verfügung und ersetzt eine Bühne mit festem Programm. Die Experten entwickeln in der Lounge je nach Besucherinteresse offene Gesprächsrunden. Bringen Sie einfach Ihre Fragen mit. Die Bio-Fachleute in der Lounge diskutieren mit Ihnen

alle Themen, geben Informationen und beraten mit den Besuchern die Anliegen der Kaufleute und Handwerker.

Dazwischen sind folgende vorgebesetzte Themen vorgesehen, jeweils eine Stunde. Die Teilnahme ist offen für alle. Als Besucher ist ihre aktive Teilnahme gefragt. Bringen Sie sich ein, sprechen Sie mit, profitieren Sie in der Lounge vom vielfältigen Expertenwissen auf der Biofach.

Wir wollen ein neues

Format wagen!

Der Meeting Point BIOimSEH will auskommen ohne Frontalunterricht mit Vorträgen und geschlossenen Dis-

kussionsrunden auf der Bühne und bietet stattdessen Gespräche in der Lounge.

Das offene Format soll Platz, Raum und Zeit schaffen für die Teilnehmer und ihre Ideen und Gedanken, Sorgen und Vorschläge. Alle reden mit allen. Das treibt die Bio-Branche vorwärts. Ihre Courage füllt die Runden mit Lösungen.

Fragen? E-Mail:

BIOimSEH@biopress.de

Oder Sie rufen an:

+49(0)6226 95110

Besuchen Sie die

BIOFACH-Sonderschau in

Halle 8, Stand 211

vom 14. bis 17. Febr. 2023

Experten Lounge für Kaufleute

Vorschau - bringen Sie individuelle Themen mit

Di., 14.2.2023

12 Uhr: Vorstellung der Studie BIOimSEH

14 Uhr: Was leistet die neue Plattform BIOimSEH?

Mi., 15.2.2023

11 Uhr: Bio-Lieferanten-Plattform/ Infothek

12 Uhr: Vorstellung der Studie BIOimSEH

16 Uhr: Bio Sortimentsberatung für den SEH

Do., 16.2.2023

11 Uhr: Mehr als Teilsortimente – was leisten Bio-Vollsortimente?

Was ist da, was fehlt?

Wir füllen mit Ihnen die Lücken.

12 Uhr: Vorstellung der Studie BIOimSEH

14 Uhr: Bio Schulung für Personal im SEH

Fr., 17.2.2023

11 Uhr: Bio-Logistik

12 Uhr: Vorstellung der Studie BIOimSEH

14 Uhr: Zukunftsfähige Kundenorientierung

Die Themen sind Vorschläge für offene Gespräche.

Die Teilnehmer können davon abweichen und eigene Gedanken und Ideen einbringen.

DER NATÜRLICHE WEG ZUR LEBENSMITTELSICHERHEIT

STERILISATION, RÖSTEN, COATEN, TROCKNEN, VORRATSSCHUTZ

- ✓ Validierte 5-log Reduktion
- ✓ Anwendbar für Bio-Lebensmittel
- ✓ Verarbeitung innerhalb von Minuten
- ✓ Kontinuierlicher Prozess

BESUCHEN SIE UNS!

BIOFACH2023

into organic

Halle 9, Stand 9-421



GEWÜRZE - KRÄUTER - NÜSSE - SAATEN - TEE - ZEREALIEN - & VIELES MEHR!



Wahre Preise, Nachhaltigkeitslabelling oder ‚Cleanwashing‘ informieren.

Wie Kaufleute Bio in die Fläche bringen und so zur Ernährungswende beitragen können, diskutiert ein Podium mit Professor Jan Niessen von der Technischen Hochschule Nürnberg,

Lebensmittelkaufmann Jens Simon vom Edeka Center Popp und bioPress-Herausgeber Erich Margrander. Das Forum Fachhandel fragt dagegen, wie sich der Fachhandel im Spannungsfeld zwischen LEH und Discounter behaupten kann.

Experten Lounge, Vernetzung und Beschaffung

Zukunfts- und Trendthemen spiegeln sich auch in den Messehallen auf vielfältige Weise. Bei der Transformation zu mehr Bio im Supermarkt

finden selbstständige Kaufleute erstmals den Meeting Point BIOimSEH vom bioPress Verlag und treffen dort auf Experten für die Beschaffung von Bio-Vollsortimenten. Neben Markenpräsentationen und Produktausstellungen von rund 25 Sonderschau-Teil- ➤

Sonderschau-Teilnehmer:

MeetingPoint BIOimSEH - supported by BIOFACH

Firma	Halle/Stand	Website	Vertrieb	Tel.-Nr.	E-Mail	geführte Warengruppen
Akademie für ökologische Land- und Ernährungswirtschaft	-	www.akademie-schloss-kirchberg.de	Anna-Lena Buchholz	079549211880	anna-lena.buchholz@hdb-stiftung.com	Schulung „Fachkraft für Bio-Lebensmittel im Einzelhandel“
Anabela Foods e. K.	2-250	www.anabelafoods.de, www.tajfoodpk.com	Anabela Lourenco Alves	04064422733	info@anabelafoods.de	Getreide, Hülsenfrüchte, Feinkost, Nüsse, Trockenfrüchte, Cerealien, Aufstriche, Kindernahrung, Nahrungsergänzung
Belt´s Bio-Produkte	-	www.belts-bio.de	Josef Belt	08713192674	jb@belt-biowelt.de	Waldpilze, Waldbeeren, Beeren, Früchte, Frucht-aufstrich, marinierte Pilze, Konfekt, Wildkräutertee
BioGourmet GmbH	7A-627	www.bio-gourmet.com	Samuel Huber	071443380	huber@bio-gourmet.com	Getreide, Hülsenfrüchte, Backwaren, Feinkost, Convenience, Konserven, Süßungsmittel, Nüsse, Trockenfrüchte, Süßwaren, Getränke, Wein
DigitalSunray Media GmbH	-	www.digitalsunray.com	Hannes Harborth	004319206633	hannes.harborth@digitalsunray.com	Bio-Einkaufs-Plattform
D'Angelo Pasta GmbH	7-716	www.dangelo.de	Franz Gregor	0683898610	g.franz@dangelo.de	Teigwaren, kosher, halal, vegetarisch, vegan
Demeter Felderzeugnisse GmbH	7-315	www.felderzeugnisse.de/de	-	0625793400	demeter@felderzeugnisse.de	TK-O+G, -Kartoffeln, -Pilze, -Convenience, -Fleisch, -Fisch und Meerestiere
EgeSun GmbH	9-371	www.one-nature.bio, www.morgenland.bio	-	-	-	Kokosprodukte, Nüsse, Trockenfrüchte, Snacks
Eggelbusch GmbH & Co. KG	7-322	www.eggelbusch.de	Jamal Banmoussa-Miranda	02588930030	jamal.banmoussa_miranda@eggelbusch.de	Fleisch- und Wurstwaren, Fleischersatzprodukte, Gebäck, Snacks, Feinkost
Fausser Vitaquellwerk KG (GmbH & Co.)	9-349	www.vitaquell.de	Andrea Dehn	040572020	andrea.dehn@vitaquell.de	Fleischersatzprodukte, Milchersatzprodukte, Convenience und Feinkost, Konserven, Aufstriche
HaselHerz	-	www.haselherz.de	Erkunt Ebru	01772156463	info@haselherz.de	süße Aufstriche, Schokolade
Herbert Kluth GmbH & Co. KG	9-467	www.kluth.com	Terence Schwass	0419396620	terence.schwass@kluth.com	Nussprodukte, Nuss-Frucht-Mischungen, Koch- & Backzutaten, Trockenfrüchte, Snacks
KAFFEE PURA GmbH	-	www.kaffee pura.de	-	-	-	Kaffee
LaSelva Toskana Feinkost Vertriebs GmbH	7A-151	www.laselva.bio	-	-	-	Getreide, Hülsenfrüchte, Tomatenprodukte, Feinkost, Süßwaren, Kaffee, Wein
lieb&lecker GmbH	-	www.lieb-lecker.de	-	-	-	Früchtepunsch
Naba Feinkost GmbH	7-540	www.nabio.de, www.gut-reichenhof.de	Mandy Wagemann	0362062530	m.wagemann@naba.de	Aufstriche, Asia Saucen, Eintöpfe im Glas, Bowls, Cashew Cremes, Cremesuppen, Eintöpfe und Suppen in der Dose
Natumi GmbH	-	www.natumi.com	Steffen Mälzer	016094866476	steffen.maelzer@hain-celestial.eu	Milchalternativen, Haferdrinks
Naturland Zeichen GmbH	7A-344	www.naturlandzeichen.de	Karin Romeeder	08998082700	k.romeder@naturland-zeichen.de	fair
Ökofrost GmbH	7A-337	www.oekofrost.de, www.biopolar.de, www.bio-cool.de, www.wild-zeit.com	Diana Brüchert	03078776662	bruechert@oeko-frost.de	Tiefkühlkost / Pizza / Obst & Gemüse / Convenience / Fisch
Pit Hoffmann GmbH & Co. KG	6-351	www.beckscocoa.de	Bertram Zehetbauer	08036307370	b.zehetbauer@pitt-suesswaren.de	Kakao/Trinkschokolade, Kakao-Brot-aufstriche, Tee Pulver
sodasan Wasch- und Reinigungsmittel GmbH	7-167	www.sodasan.com	Olaf Buhr	04956407235, 01757904062	obuhr@sodasan.com	ökologische Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel
TerraSana B.V.	-	www.goodz.de	-	-	-	Nussmuse
Vandersterre Groep International BV	5-433	www.vandersterre.de	-	-	-	Käse für die Theke (alle Sorten), Großgebäude Käse
Wertform GmbH	-	www.wertform.com/de	Karsten Suhr	040753040	ksu@wertform.com	Kaffeespezialitäten
Widerker Beverages GmbH	6-456	www.widerker.com/beverages/	Omid Javanshad	071123096143	o.javanshad@widerker.com	Säfte, Erfrischungsgetränke, Vegetarisch, Vegan, glutenfrei, laktosefrei
Zwergenwiese Naturkost GmbH	-	www.zwergenwiese.de	Jaqueline Schmeiß	0462618310	info@zwergenwiese.de	Fertiggerichte, Fruchtaufstriche, Senf, Suppen, Soßen, würzige Aufstriche, Würzmittel

nehmern wird das Projekt Bio-Vollsortiment vorgestellt, das jetzt im Markt implementiert werden soll und Lebensmittelkaufleuten und dem GV-Markt eine Vielzahl von mehr als 25.000 zertifizierten Bio-Produkten auf einer Plattform bietet, auch für die alternative Beschaffung. Die Bauernakademie Schloss Kirchberg stellt ihr Bio-Schulungsprogramm für den Lebensmittelhandel vor. Wissensblöcke über Bio im Handel und eine engere Verzahnung von Handel und Landwirtschaft, lokal und regional, bilden die Basis für zukünftig nachhaltigere Supermärkte und ihre Biosortimente. Die Experten Lounge bietet im Meeting Point BIOimSEH viel Raum für offene Gespräche, Austausch und Diskussionen. Anstelle eines festen Programms sind alle eingeladen teilzunehmen. Wo Moderation sich notwendig zeigt,

wird die von anwesenden Experten aufgegriffen. Ansonsten sollen sich die zusammentreffenden Interessen/Interessenten spontan vernetzen zu persönlichen Beziehungen und auch Gruppen bilden. Fehlendes Equipment für Präsentationen und bewusster Verzicht auf Konferenzcharakter schaffen die Basis für dynamische Prozesse unter den Anwesenden. Eingeladen werden Kaufleute, Großhändler, Logistiker und Hersteller von Bioprodukten. Am Treffpunkt Initiativen & NGOs kommen junge und etablierte Bio-Unternehmen zusammen, um sich zu politischen Themen auszutauschen, Ideen zu teilen und Forschungen zu diskutieren. Wer in der Bio-Branche Fuß fassen oder sich weiterbilden möchte, findet Antworten am gemeinsam mit Kugler & Rosenberger gestalteten Treffpunkt Generation Zukunft. Auch der For-

schungspreis BioThesis, der es sich zum Ziel gemacht hat, junge Menschen der Bio-Branche zu unterstützen, wird wieder verliehen.

VegOrganic gestaltet mit AÖL die Erlebniswelt Vegan

Immer mehr an Bedeutung gewinnt die biologische, pflanzenbasierte Ernährung. In der Erlebniswelt Vegan können Teilnehmer die Produktvielfalt der Aussteller sehen, riechen und schmecken, Impulsvorträgen zuhören und Showköche beobachten. Nach langjähriger Zusammenarbeit mit Pro-Veg geht die Erlebniswelt erstmals mit den zwei neuen Partnern Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL) und VegOrganic an den Start. „Der eine Partner steht für vegan, der andere für Bio. Zusammen stehen wir für eine

nachhaltige Zukunft durch die grüne Transformation“, so Alexander Beck, geschäftsführender Vorstand der AÖL (siehe auch S. 54).

Trend-Themen wie Zero-Waste oder nachhaltige Verpackung werden im Angebotsbereich Unverpackt aufgegriffen, welcher gemeinsam mit dem Partner Unverpackt e.V. gestaltet wird. Innovationen finden sich auf den Neuheitenständen oder auf den geförderten Gemeinschaftsständen für junge innovative Unternehmen. Während der Messelaufzeit haben die Teilnehmer zudem wieder die Möglichkeit, ihr Lieblingsprodukt für den Best New Product Award in sieben Kategorien zu wählen. Als digitale Ergänzung können Aussteller sich erneut in ihrem Online-Firmenprofil präsentieren, über das Matchmaking-Tool Kontakte knüpfen und Termine vereinbaren.

Für eine **ballaststoffreiche** und **umweltfreundliche** Ernährung



NEU



DE-ÖKO-001
EU-Nicht-EU-Landwirtschaft



Besuchen Sie uns auf der Biofach2023!

14.-17.02.2023
Nürnberg | Deutschland

Halle 7, Stand 7-125

Aussteller aus aller Welt

Mit rund 90 Bio-Herstellern von Milch und Milchprodukten, Fleisch und Wurstwaren, Obst und Gemüse, Getreideprodukten, Getränken, Süßem, Teigwaren, Gewürzen und vielem mehr zeigt Österreich bei der diesjährigen Biofach Präsenz. „Österreich ist Bio. Auch weil das klare Wasser und die saubere Luft dafür beste Voraussetzungen bieten. Auch weil es hier eine 100-jährige Bio-Tradition gibt. Auch weil mehr als ein Viertel der landwirtschaftlichen Fläche Bio ist“, erklärt Barbara Köcher-Schulz von der **Agrarmarkt Austria Marketing GesmbH (Halle 1, Stand 365)**. Niederländische Bio-Käsespezialitäten von **Bastiaansen Bio-kaas** sind in **Halle 5, Stand 433** zu finden. Der Hersteller verspricht einige überraschende neue Geschmacksrichtungen

aus Kuh- oder Ziegenmilch, etwa die Neuheit ‚Grande Rouge‘, sowie verzehrfertige Käsewürfel und eine neue Variante Bio-Reibekäse. Bei Verkostungen können die Besucher sich selbst von der Qualität der Produkte überzeugen. Als ‚Bio Plus‘ bezeichnet Bastiaansen seine Ware aufgrund von überdurchschnittlich viel Weidegang, einem Programm zur Förderung der biologischen Vielfalt und hohen Tierwohl-Standards.

La Dolce Vita finden die Messebesucher am **italienischen Gemeinschaftsstand in Halle 4, Stände 107-110-111-129**, der mit über 60 Unternehmen am Start ist (siehe auch Interview auf Seite 65). Wichtige Produkte sind hier etwa extra natives Olivenöl, Wein, Essig, Honig, Snacks oder Pflanzendrinks. Vielfältige Pasta-Variationen werden begleitet von einer großen Auswahl verschiedener Pestos, etwa in

den Geschmacksrichtungen Nuss oder Pistazie. Als Neuheiten werden Trüffelflocken, Mayonnaise auf Soja-Basis für Veganer, Pistazien-Süßspeisen oder traditionelle Kuchen wie Panettone vorgestellt.

Süß, nussig und vegan

Süßes Nussiges gibt es auch beim Bio-Hersteller **Brinkers (Stand 411, Halle 5)**. Bereits 2016 wurde die Marke So Vegan So Fein von Brinkers mit den Sorten Nuss-Nougat, Zartbitter und Schokolade implementiert. Nun, sechs Jahre später, ist daraus eine ganze Range von insgesamt sieben Geschmacksrichtungen geworden. Die ursprünglichen Varianten wurden um eine Mandel-, weiße Kokos-, Pistazien- und Walnusscreme ergänzt und werden mittlerweile weltweit distribuiert. Die Cremes sind nicht nur Bio und vegan, sondern auch Fair-

trade-zertifiziert, palmöl- und glutenfrei. Sie sind in 40-Gramm-, 270-Gramm- und 600-Gramm-Gläsern erhältlich. Die Nuss-Sorten beinhalten 85 Prozent Nüsse.

Außerdem hat Brinkers neu drei Varianten mit 30 Prozent weniger Zucker eingeführt: Die Geschmacksrichtungen Nuss-Nougat, weiße Haselnuss und Mandel sind mit Datteln gesüßt; die beiden Letzteren sind seit Herbst 2022 in 200-Gramm-Gläsern in deutschen Supermärkten erhältlich. Auch neben der So Vegan So Fein-Familie hat Brinkers Schokocreme-Produkte weiterentwickelt: So wurden beispielsweise die Nuscobio-Produkte auf ohne Palmöl umgestellt und die Chocolate Rhapsody-Range um die Variante Spekulatius ergänzt.

Lena Renner

**Besuchen Sie die BIOFACH
vom 14. bis 17. Febr. 2023**

**BESUCHEN SIE UNS AUF DER BIOFACH 2023
HALLE 9, STAND NR. 9-467**

Bio? Logisch...

... denn die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln ist ungebrochen. Im Bereich Schulverpflegung fördert die Politik sogar aktiv Bio-Angebote. So wurde für Händler in diesem Bereich Bio von der Kür zur Pflicht. Logisch, dass wir als Ihr Partner **KLUTH Nüsse, Trockenfrüchte und Saaten** jetzt auch in **Bio-Qualität** anbieten.



Bio-Vollsortiment: digitale Beschaffung bringt Vielfalt

Neue Plattform konzentriert Bio für den Mainstream

Mehr als 25.000 zertifizierte Bio-Produkte auf einer Plattform: Das bietet das Online-Portal Bio-Vollsortiment für Lebensmittelkaufleute, Lebensmittelhandwerker, Großverbraucher und viele andere Vertriebswege. Lieferanten finden darüber bei stark wachsender Bio-Nachfrage einen direkten Zugang zum Markt. Durch eine zentrale Vernetzung für alle am Bio-Markt Beteiligten will die Plattform die Beschaffung revolutionieren und eine bisher nicht erlebte Bio-Vielfalt, auch lokal und regional, in die Regale bringen.

Mit der Plattform Bio-Vollsortiment wird eine Produkt-Vielfalt bereitgestellt, die gleichermaßen

genutzt wird von Lieferanten, Großhändlern, Logistikern, Kaufleuten, Lebensmittelhandwerkern, Großverbrauchern und vielen anderen. Sowohl Produzenten als auch Vertriebsleute und Agenturen können ihre Angebote auf der Plattform einstellen. Moderne digitale Vertriebsformen unterstützen die Bio-Beschaffung, ersetzen Aufwand und wirken durch weniger Reisetätigkeit nachhaltig.

Momentan sind auf Bio-Vollsortiment bereits Produkte von 500 Bio-Marken versammelt. Fast 7.000 Bio-Anbieter aus einer in 25 Jahren gewachsenen europaweiten Bio-Datenbank werden auf die Plattform einge-

laden. Auf der anderen Seite warten allein Supermarktbetreiber mit rund 10.000 Outlets und tausende Akteure aller Lebensmittel-Vertriebswege auf eine große Vielfalt an Bio-Angeboten aus möglichst einer Hand. So beginnen Großverbraucher gerade erst mit der Verarbeitung von Bio-Produkten in ihren Mahlzeiten. Auch für sie kann, neben vielen weiteren Vertriebsformen für Bio-Lebensmittel, WPR und Naturkosmetik, die Plattform ein wichtiger Helfer bei der Beschaffung werden.

Mit von Beginn an rund 25.000 Artikeln soll die Plattform alle Bedürfnisse der Bio-Beschaffung bedienen. Zentrale Bestel-

lungen und Abrechnungen erleichtern die Arbeit. Die Bio-Produzenten bauen sich so einen neuen direkten Zugang zum Einzelhandel ohne Zwischenschritte auf. Das fördert regionale und lokale Strukturen und kann auch die Bio-Preise verbilligen. Bremswirkungen durch harte Preisverhandlungen oder Zentralentscheider werden verringert. Sortiments-Einschränkungen der Erstlieferanten, die sich mit weiteren Leistungen neuer Produkte eher Zeit lassen, können schnell und einfach ergänzt werden. Abhängigkeiten fallen weg. Andererseits bietet das Netzwerk auch Bio-Großhändlern neue Absatzwege.

Rila
DIE GENUSSENTDECKER®

ENTDECKEN SIE DIE VIELFALT DER BIO-KULINARIK!



BioRinatura
NATÜRLICH WERTVOLL

Die Premium-Bio-Feinkostmarke für anspruchsvolle Genießer. BioRinatura – einfach besser Bio essen!



FEINE KÜCHE
Jürgen Langbein

Die feine Küche für Bio-Fonds und Suppen – hergestellt mit viel Liebe, Tradition und Können.



LANGBEIN'S®
DAILY MEAL in Glas

DAILY MEAL – der BIO-Suppen-trend im Glas mit 5 fleischlosen Sorten und extra viel Gemüse.



LIEN YING 蓮花
ORGANIC

LIEN YING ORGANIC – der asiatische Trend kombiniert mit biologisch angebauten Zutaten.



ANKERKRAUT
GESCHMACKSMANUFAKTUR

Die Ankerkraut Geschmacksmanufaktur bringt Bio-Würze in die Küche und an den Grill.



WIR FREUEN UNS
AUF IHREN BESUCH!

BIOFACH2023
into organic

HALLE 9
STAND 331

In der Logistikbranche wird das Netzwerk mit Partnern zusammenarbeiten, die über genügend Lagerfläche und Fuhrpark-Logistik verfügen, um beispielsweise ein Bio-Konsignationslager einzurichten, und die die Plattformen für die letzte Meile bieten. Im Konsignationslager lagern Hersteller für Lieferung auf Strecke ihre Produkte palettenweise für geringe Gebühren aus. Durch Bündelung in den Bestellungen werden daraus

dann Sammel-Auslieferungen, die weitaus günstiger als einzelne Streckenlieferungen sind. Beim Empfänger fällt weniger Aufwand an bei der Annahme und Rechnungsstellung. Spezialsortimente aus der Frischesparte werden von der Plattform automatisch aus den Bestellungen heraus separiert und ohne zusätzlichen Aufwand für die Kaufleute an die Spezialisten weiter gegeben. Für Transaktionen über das

Netzwerk erhält die Plattform Bio-Vollsortiment eine Vermittlungsprovision im unteren einstelligen Bereich. Bio-Vollsortiment wird als kleine AG nach genossenschaftlichen Prinzipien gegründet. Die interne Organisation wird hierarchisch so flach als möglich aufgebaut und soll sich bewusst auf das Kerngeschäft konzentrieren, um auch langfristig schlank zu bleiben. Momentan befindet sich Bio-

Vollsortiment in der Beta-Phase und steht für ausgewählte Erstkunden bereit. Im ersten Jahr sollen 100 Kunden und 250 Lieferanten für die Plattform begeistert werden.

Das Projekt wird auf dem Meeting Point BIOimSEH in Halle 8, Stand 211 an der Infothek präsentiert. Fachgespräch dazu in der Experten Lounge am Mi., 15.2.2023 ab 11 Uhr: Bio-Lieferanten-Plattform

La Dolce Vita auf der Biofach

Ein Gespräch mit ICE-Geschäftsführer Francesco Alfonsi



Seit Jahrzehnten präsentiert Italien auf der Biofach seine vielfältigen Bio-Produkte in Premiumqualität. Auch in den Krisenzeiten von Corona, Inflation und Ukraine-Krieg ist der italienische Gemeinschaftsstand wieder mit am Start. bioPress hat sich mit Francesco Alfonsi, dem Geschäftsführer der ICE – Italienische Agentur für Außenhandel, unterhalten.

bioPress: Herr Alfonsi, die Vermarktung italienischer Bio-Produkte auf der Biofach hat

eine mindestens 20-jährige Tradition. Wer sind dort Ihre wichtigsten Abnehmer?

Francesco Alfonsi: Das hängt stark von der Sensibilisierung für Bio und von den Kapazitäten der verschiedenen Länder ab. Viele unserer Kunden kommen aus Europa: aus Deutschland natürlich, aber auch aus Dänemark, Schweden, Frankreich, den Niederlanden, Großbritannien und Österreich. Außerdem haben wir auch Abnehmer aus Kanada und den USA, Australien und Singapur.

bioPress: Welche herausragenden Bio-Produkte werden den Biofach-Besuchern bei Ihnen angeboten?

Alfonsi: Pesto und Pasta spielen natürlich eine große Rolle. Wir bringen zum Beispiel eine große Vielfalt an Pesto-Variationen mit: das Klassi-

sche mit Olivenöl, Basilikum, Pinienkernen und etwas Knoblauch und Pecorino; daneben aber auch Nuss-Pesto, Pistazien-Pesto und Vieles mehr. Auch Pasta gibt es in zahlreichen Variationen. Diese große Auswahl im Angebot zeichnet die italienischen Bio-Aussteller besonders aus. Weitere wichtige Produkte auf der Biofach sind etwa extra natives Olivenöl, Wein, Essig, Honig, Snacks oder Pflanzendrinks. Das Besondere an der mediterranen Ernährung ist die große Vielfalt an Zutaten, die wir verwenden.

bioPress: Gibt es spannende neue Produkt-Entwicklungen, die Sie mitbringen?

Alfonsi: Ja, zum Beispiel Trüffelflocken, Mayonnaise auf Soja-Basis für Veganer, Pistazien-Süßspeisen und traditio-

nelle Kuchen wie Panettone – wiederum in vielen verschiedenen Variationen.

bioPress: Italien ist auch der Obst- und Gemüse-Garten Deutschlands und produziert ein Vielfaches von dem Volumen hier. Woran liegt das?

Alfonsi: Wenn wir Jahrhunderte zurückblicken, war Italien früher ein ziemlich armes Land. Das ist ein Grund, weshalb es in der italienischen Küche so viel Gemüse gibt. Wenn man nur eine Kuh, Ziege oder ein Schaf besitzt, überlegt man sich zwei Mal, ob man das Tier schlachtet, und behält es lieber für die Milch und den Käse. Um den Mangel an Fleisch auszugleichen, haben die Landwirte dann Hülsenfrüchte angebaut – Bohnen oder Linsen – und auch viel Gemüse. Obst, Gemüse und Leguminosen sind



Bastiaansen: Bio und so viel mehr!

Bastiaansen Biokaas besteht seit 50 Jahren und hat sich mit vielen neuen Ideen, Qualitätsstandards und innovativen Produktentwicklungen ständig weiterentwickelt. Zusammen mit den Bio-Bauern wurde das Ziel verfolgt Bio Plus zu liefern. Heute haben die Milchkühe an mindestens 180 Tagen Weidegang. Das Seeklima, und der damit verbundene Regen, sorgt für kräuterreiches Frischfutter und eine hohe Qualität der Milch.



Beim Thema Klima, Nachhaltigkeit und Biodiversität haben sich unsere Bio-Bauern zu einem Bio-Diversitätsprogramm bekannt und sich zum Schutz von Pflanzen, Insekten und Weidevögeln verpflichtet. Mit der Marke Bastiaansen steht dem Bio-Fachhandel ein breites Sortiment holländischer Käsespezialitäten aus Kuh-, Ziegen- und Schafmilch zur Verfügung. Ferner sind wir beim Blauschimmel- und Rotschmierkäse führend. Alle Spezialitäten, auch Demeter, sind in verschiedenen Verpackungsformen erhältlich.



Besuchen Sie
uns auf der
Biofach!
Halle 5,
Stand 5-433

www.bastiaansen-bio.com/de

...Fortsetzung von Seite 65

reich an Antioxidantien und das macht die mediterrane Ernährung so gesund.

bioPress: Italien hat viele kleine Spezialitäten-Hersteller. Mit welchen Maßnahmen unterstützt die ICE sie dabei, ihre Produkte in die Supermarktgänge zu bekommen?

Alfonsi: Messe-Besuche sind dafür sehr wichtig. Wir sind jedes Jahr bei der Biofach dabei, dieses Mal mit über 60 verschiedenen Unternehmen. Dazu kommen weitere Firmen, die selbstständig an der Biofach teilnehmen. Auch die Anuga besuchen wir, ebenso wie die ProWein und die Sana Slow Wine. Außerdem organisieren wir Kampagnen in Deutschland über italienische Bio-Produkte, über ihre Vielfalt und Qualität. Dieses Jahr hat uns denn's als Partner dabei unterstützt.

bioPress: Italien stellt das größte ausländische Sortiment auf der Biofach. Wie zufrieden sind Sie mit dem Service der Messe?

Alfonsi: Wir sind zufrieden, die NuernbergMesse hilft uns viel und arbeitet sehr effizient. Wir würden unsere Teilnahme auch gerne noch weiter ausbauen und hoffen auf mehr Messe-Platz.

bioPress: Wie groß ist die aktuelle Krisenstimmung in Italien?

Alfonsi: Die europäische Wirtschaft so wie auch die Weltwirtschaft ist sehr eng miteinander verwoben. Wenn ein Land eine Krise hat, hat das Folgen für die anderen Länder. Deshalb sind wir in derselben Situation wie die anderen EU-Mitgliedstaaten und haben eine sehr hohe Inflationsrate. Dazu kommt der Rohstoffmangel aufgrund des Ukraine-Krieges. Der meiste Weizen, den wir für unsere Pasta benötigen, kommt aus der Ukraine. Die Knappheit

bedeutet höhere Preise für die Endprodukte. Das ist natürlich ein Problem für die Konsumenten.

Da wir wirtschaftlich so eng verbunden sind, müssen wir die Krise auch gemeinsam bekämpfen – das ist meiner Meinung nach die einzige Möglichkeit. Manche müssen sich vielleicht mehr bemühen als andere, aber im Endeffekt werden die einzelnen Länder es nicht im Alleingang schaffen.

bioPress: Was ist mit dem Absatz von Bio-Produkten? Ist der Verkauf stark zurückgegangen?

Alfonsi: Die Nachfrage nach Bio-Produkten ist von den Preissteigerungen vergleichsweise wenig betroffen. Den italienischen Konsumenten ist sehr daran gelegen, in ihre Gesundheit zu investieren und ihre Lebensqualität aufrecht zu erhalten. Dafür zahlen sie auch die entsprechenden Preise. Wer sich einmal für den Bio-Einkauf entschieden hat, der rudert nach meiner Erfahrung auch nicht einfach so wieder zurück. 2012 haben 53 Prozent der italienischen Familien bewusst Bio-Produkte gekauft. 2022 sind es nun schon 89 Prozent. Allgemein sparen die Italiener lieber bei anderen Dingen als bei Lebensmitteln. Das ist in Deutschland vielleicht etwas anders.

bioPress: In Deutschland stabilisiert sich das Konsumklima gerade wieder etwas. Wie sieht es in Italien aus?

Alfonsi: Wie in Deutschland geht die Inflation gerade wieder ein kleines bisschen zurück. Auch der Wirtschaft geht es nicht so schlecht wie erwartet. Es ist, als ob wir langsam das Licht am Ende des Tunnels sehen. Wir müssen positiv bleiben und uns weiter in diese Richtung bewegen.

B₂B Lieferantenverzeichnis

Backwaren



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

Roggenvollkornbrote und Westfälischer Pumpernickel von Mestemacher sind ballaststoffreich, aus dem vollen Korn gebacken und ein wertvoller Energieträger ohne Konservierungsstoffe.

Mestemacher engagiert sich seit 2001 mit sozialen Engagements für die Gleichstellung von Frau und Mann und die Vereinbarkeit von Beruf und Familie.

Brotspezialitäten



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.



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

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

Mühlen



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

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

Nüsse/Trockenfrüchte



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

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

pflanzliche Rohstoffe

Galke

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



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



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

ökotopia

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, Bio-land, Gäa, Naturland und Naturland Fair.

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.



So much better in chocolate spreads...

So Vegan So Fein

THE WORLD'S FINEST ORGANIC CHOCOLATE SPREAD

ERHÄLTICH IN
7 KÖSTLICHEN
GESCHMACKSRICHTUNGEN

100% VEGAN
FAIRTRADE, GLUTENFREI,
BIOLOGISCH & PALMÖLFREI

