

bioPress

Fachmagazin für Naturprodukte

Handel

Bio-Ausbau: Kampf gegen Windmühlen

Hersteller:

Bastiaansen, LaSelva,
Mestemacher,
Murnauer Kaffeerösterei

Messe

Biofach

Umfrage

Wo steht
BIO im SEH?

Ausland

Ukraine, Schweiz

Bio-Sortiment: Backmischungen

bioPress Fachmagazin für Naturprodukte

Eingeloggt als em [Profil]

Google Translate:

News Business Bio-Infothek

Kontakte Firmen Marken Verbände Zertifizierer Personen Store-Check Bildstrecke

Start / Umfragen / Fragebogen ausfüllen / BIOimSEH - Handelsstrategien Umfrage 2023

BIOimSEH - Handelsstrategien Umfrage 2023

Zukunftsfähige Bio-Wege in den Mainstream

Bio ist im Mainstream angekommen. Die aktuellen Treiber für mehr Bio sind die Verbraucher. In der aktuellen Lage geht der Absatz im Fachhandel zurück, die Kunden suchen günstigere Biopreise beim Discounter. Wo stehen Sie? Wo steht der Vollsortimenter mit ihrem Anspruch an die Biovermarktung? Wie reagieren Lebensmittelkaufleute auf die aktuelle Entwicklung? Diese Umfrage soll Stärken und Schwächen der Bio-Angebote bei den Lebensmitteleinzelhändlern beleuchten und Antworten geben für Ihre Rolle in der Ernährungswende. Verhelpen Sie sich und Ihre Kollegen zu einem tiefen Einblick in die Biovermarktung im SEH. Die Umfrageergebnisse verschaffen den Kaufleuten eine zeitgemäße Grundlage für zukunftsorientierte Entscheidungen. JETZT an der Umfrage teil!

1. In welcher Produktengruppe ist Bio in Ihren Unternehmen am stärksten verbreitet? (Bitte ankreuzen! + = erhöht)

2. Wie ist Ihr Name, Ihre Tätigkeit, wie lange arbeiten Sie für Ihr Unternehmen?

3. Wieviele Märkte/Outlets betreiben Sie?

4. Wieviel Quadratmeter hat Ihr Markt/ haben Sie?

5. Welche Nettoleistung hat Ihr Markt/ haben Sie?

6. Kennen Sie die Basisstrategie?

7. Zu welcher Basisstrategie würden Sie Ihren Markt/ Ihre Basisstrategie?

8. Zu welcher Preisstrategie würden Sie Ihren Markt/ Ihre Preisstrategie?

9. Welche Chancen und Hemmnisse sehen Sie beim Bio-Geschäft? Sehen Sie die Probleme bei der Vermarktung von Bio, eher auf der Absatzseite (Nachfrage, Kaufbarrieren, Preis etc.) oder auf der Beschaffungsseite (Lieferantenstruktur, Marktstruktur etc.)?

10. Welche wichtigen Entwicklungen gab es aus Ihrer Sicht in den letzten drei Jahren in der Biovermarktung? (Suchpunkte)

11. Mit welchen Maßnahmen...

Früher: Frische, Mopro, Fleisch, Obst & Gemüse, Brot, Fisch, Trockensortiment, Süßwaren, Genußmittel, Nahrungsmittel, Getränke, Feinkost, Convenience, TK-Artikel

heute: Frische, Mopro, Fleisch, Obst & Gemüse, Brot, Fisch, Trockensortiment, Süßwaren, Genußmittel, Nahrungsmittel, Getränke, Feinkost, Convenience, TK-Artikel

ANL: ANL - Allergikerfreundliche Naturprodukte

AOL: AOL - Allergikerfreundliche Naturprodukte

Bio: Bio - Allergikerfreundliche Naturprodukte

bioPress

bioPress

Fachzeitschrift für Bio-Nahrungsmittel

www.bioPress.de

Google translate (>100 Sprachen)

tagesaktuelle
Nachrichten
Print- und
Textarchiv



NEU
Bio-Infothek



Marken-Suche
Firmen-Suche
Suche nach
Warengruppe

Plattform Nutzung
kostenlos und
Barriere frei

Angebote für
Firmeneinträge und Markenlogos

BIOimSEH
digitaler Fragebogen für Teilnehmer
an der Umfrage Handelsstrategien

Studien-Ergebnisse kostenlos für
teilnehmende Kaufleute

Logos und Banner für Sponsoren



Herausgeber:

Erich Margrander

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. 115 / April 2023:
20.000 Exemplare

Erscheinungsweise:

Juli / Oktober / Januar / April

Jahresbezugspreis:

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

Redaktion + Layout:

Erich Margrander, Lena Renner,
Marita Sentz, Leonie Thomas

AutorInnen dieser Ausgabe:

Peter Jossi, Brunhard Kehl, 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:

bioPress Verlag KG
Studie BIOimSEH
www.biopress.de

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

Liebe Leserinnen, liebe Leser.

Die Stimmung auf der Biofach konnte man fast erotisch nennen. Alle wollten, wenige trauten sich. Der Umsatzrückgang muss ausgeglichen werden. Wenn das im Naturkostfachhandel nicht funktionieren wird, wie der BNN für 2023 voraussagt, dann müssen andere Wege her. Wie sonst sollte das ambitionierte Ziel 30 Prozent Biolandbau mit entsprechender Vermarktung erreicht werden?

Die Behauptung eines führenden Naturkostherstellers, aber wir liefern doch an den LEH, hält der Wirklichkeit nicht stand. Hier und da kommt das eine oder andere Bio-Markenprodukt bei den Kaufleuten im SEH an, ja sogar im Einzelhandel wie tegut, Drogeriemärkten, vereinzelt Großflächen und, seit neuestem, bei Edeka auch geballt als Naturkind-Welten. Ein Shop-in-Shop-System mehr öffnet jedoch nicht die Türen für Bio in die Normalität der Supermarktgänge. Sie wirken eher wie ein Ghetto, wenn auch ein nobles Ghetto.

Neben vielen regionalen und lokalen Aktivitäten, die Bio erfolgreich in die Zentren tragen, wie Berlin/Brandenburg beispielhaft zeigt, fehlen Strategien für 80 Millionen Deutsche, die auch in der Fläche angesiedelt sind. Bio soll neben allen herkömmlichen Produkten stehen und den Verbrauchern die Wahl überlassen.

Ein Weg für mehr Bio wäre eine Durchdringung der Außer-Haus-Verpflegung. Das kann helfen, jedoch nicht allein die Grundlage für ein Drittel des Lebensmittelverbrauches in Deutschland sein. 30 Prozent Bio-Rohstoffe und Bio-Produkte wird nur mit der privaten Nachfrage für die Küchen der Verbraucher möglich.

Der Weg über die Eigenmarken des Handels und der Absatz über die Discounter zeigt deutlich, wohin die Reise geht. Sie vermarkten bereits zwei Drittel der Biolebensmittel. Allerdings mehr nach dem Motto viel vom Gleichen. Das wollen die Verbraucher nicht und die Anbieter bleiben mit ihren Markenangeboten auf der Strecke. Der Naturkostfachhandel bringt noch 20 Prozent Bio mit sinkender Tendenz in den Markt. Bioläden und Bio-Supermärkte werden ihren Platz als Fachhandel finden, aber nicht ganz Deutschland versorgen können.

Nach längerem Verharren scheint jetzt die Luft heraus zu drängen. Alle sagen, wir wollen, aber nur wenige ousen sich und gehen offen den Weg in den Mainstream. Hersteller,

die mit ihrer Bio-Marke überleben wollen und sich als Abfüller für die Handelseigenmarken unwohl fühlen, müssen direkt auf die Kaufleute mit ihren rund zehntausend flächendeckenden Outlets zugehen. Die Vollsortimenter im SEH werden, nach den Discountern und den preiswerten Eigenmarken der LEH-Zentralen die nächsten Treiber der Biovermarktung sein.

Die Kaufleute können Vollsortiment und Markenvielfalt in großen und in kleinen Flächen. Dazu gehört heute auch ein umfassendes, möglichst vollkommenes Bio-Sortiment. Allein, es fehlt der Zugang zu ihnen. Sie sind in der Region und auch lokal verwurzelt. Ihnen traut man die wichtigen Eigenschaften zu, die der Naturkostfachhandel immer für sich allein reklamiert: Kundennähe, intensive Beziehungen zu Lebensmitteln, Vertrauen und Verlässlichkeit, Frische- und Beschaffungs-Expertise, sie sind zu Hause in den Metropolen und auch auf dem Land. Die Kaufleute sind in der Bevölkerung bekannt und oft auch sozial engagiert in der Bürgergesellschaft.

Kaufleute sind nur so stark wie ihre Vorstufe. Wenn die Zentralen die Daumenschrauben anlegen, ist das kontraproduktiv. Sie regeln heute alles über ihre Warenwirtschaft. Wird die – wie bei Rewe – dicht gemacht, haben die Bio-Anbieter nur die Chance über die Einkäufer, die sich hauptsächlich mit ihrem herkömmlichen Sortiment beschäftigen und ihre Machtposition pflegen. Sie leben von den 93 Prozent des Umsatzes. Im Bio-Segment kennen sich die wenigsten aus.

Die Lehrpläne im Handel sind noch weniger als die in der Landwirtschaft auf Bio eingestellt. Auch dort müssen flächendeckend Ansätze gefunden werden. Das ist bis heute einzelnen wenigen überlassen und dann auch eher an den Hochschulen, nicht an den Berufsschulen.

Die Ergebnisse der öffentlichen Beteiligungsprozesse für die Zukunftsstrategie ökologischer Landbau ZöL wurden auf der Biofach vorgestellt. Vertreter der Verbände und der Handelszentralen kamen neben Einzelprojekten mit letzten Eingaben zu Wort. Die Selbstständigen Kaufleute waren nicht vertreten. Bleibt zu hoffen, dass der Hinweis auf den SEH vom bioPress-Herausgeber nach dem ersten ZöL-Abschluss Mitte März noch Früchte tragen kann.

Erich Margrander
Herausgeber



8

Handel

8 Bio-Ausbau: ein Kampf gegen Windmühlen

In Mittelfranken setzt sich Rewe-Kaufmann Matthias Zwingel für ein größeres Bio-Sortiment ein.



Murnauer Kaffeerösterei

15

Hersteller

15 Trendgetränk Cascara

Kaffeeekirschentee in Bio-Qualität gibt es von der Murnauer Kaffeerösterei.

18 Nachhaltiges Wachstum bei Mestemacher

Die Großbäckerei Mestemacher investiert und schreitet in Sachen Nachhaltigkeit voran.

20 Bio-Genuss aus der Toskana

Antipasti, Pesto, Pasta und mehr: Das liefert der Bio-Hersteller La Selva.

22 Besondere Milch, besonderer Käse

Bei Bastiaansen kann der Vertrieb auf über 80 verschiedene Bio-Käse-Spezialitäten zurückgreifen.



22

Ausland

24 Bio-Ukraine – Mutig, innovativ, Zukunft im Blick

Trotz des Krieges konnten ukrainische Bio-Hersteller im letzten Jahr ein Exportwachstum erzielen. Auf der Biofach 2023 gaben sie Einblick in die Entwicklung.

26 Bio-Ukraine – Zuversichtlicher Zukunftsblick trotz allem

Vertreter der ukrainischen Bio-Branche teilen ihre Perspektive.

27 Bio-Ukraine – widerstandsfähig, resilient, exportstark

Taras Vysotzkyi, erster stellvertretender Landwirtschaftsminister der Ukraine, liefert Hintergründe zur Resilienz des ukrainischen Bio-Sektors.

30 Coop Schweiz feiert 30 Jahre Naturaplan

Seit drei Jahrzehnten existiert die erste Bio-Eigenmarke im Schweizer LEH.

32 Bio im Boden lassen

13 Referenten des Real Organic Projects haben von ihrem Kampf für echtes Bio in den USA berichtet.



Quelle: Stefan Dreesmann / COA
(Deutsch-Ukrainische Kooperation Ökolandbau)

27

Markt

34 Wie werden 30 Prozent Bio umgesetzt?

36 Wo steht Bio im SEH?

Eine Umfrage unter selbstständigen Lebensmittelhändlern soll Aufschluss geben.

38 Kaja Food erwirbt Florentin B.V.

38 Im Hafer liegt die Kraft

39 Naturkostfachhandel: Umsatz zurück auf Vor-Corona-Niveau

39 Naturland-Fläche in Deutschland wächst um 7,6 Prozent



Coop Genossenschaft

30

Nachhaltigkeit

40 Synthetische Pestizide sind deutlich gefährlicher als natürliche

In einem Faktencheck hat die Umweltschutzorganisation Global 2000 synthetische und natürliche Pestizide verglichen.

Ernährung

42 Nahrung fürs Hirn

Bei einem Fachtag ging die Unabhängige Gesundheitsberatung (UGB) dem Zusammenhang zwischen Ernährung und den Vorgängen im Kopf auf den Grund.



42

Politik

44 Unterwegs in eine faire Ernährungsumgebung

Der Göttinger Professor und Vorstand des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz (WBAE) Achim Spiller hat sich mit bioPress über seine Arbeit und die Ernährungswende unterhalten.



Quelle: Swen Pförtner

44

Sortimente

46 Mit Bio das Trockensortiment aufmischen

Brote, Kuchen, Muffins und Brownies: Das Angebot an Bio-Backmischungen wächst.



stock.adobe.com_Cagkan

52

Verband

52 EU-Kommission plant Neuregelung von Gentechnikverfahren

Die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AöL) gibt einen Überblick zum Thema Neue Gentechnik und bezieht Position.



54

Messe

54 Streiflichter der Biofach

Bei der Biofach 2023 konnten sich knapp 36.000 Fachbesucher aus 135 Ländern von über 400 Produktneheiten überzeugen.

58 Von regional bis exotisch

Innovationen von Neulingen und Vielfalt von Etablierten: Gewürz-Hersteller auf der Biofach gaben Inspiration für eine abwechslungsreiche Sortimentsgestaltung.

62 Viele Wolken und viel neuer Wind

Wahre Preise, Bio-Markt und EU-Öko-Verordnung: Mit 120 Veranstaltungen standen beim Biofach-Kongress 2023 viele Brennpunkte der Branche auf dem Programm.



58

6

News

66

Produktvorstellung

67

B2B Lieferantenverzeichnis

Die Plattform
für schwedische
Bio-Produkte

Organic
Sweden

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

Südtiroler Pestiziddaten schlagen hohe Wellen



Joerg Farys - www.dieprojektoren.de

Im Januar hat das Umweltinstitut München die Auswertung der Spritzdaten von hunderten Vinschgauer Obstbetrieben aus dem Jahr 2017 veröffentlicht. Zwischen Anfang März und Ende September gab es demnach keinen einzigen Tag, an dem im Vinschgau nicht ge-

spritzt wurde. Auch für die Umwelt gefährliche Pestizide wurden häufig eingesetzt. Noch am selben Tag titelte die Süddeutsche Zeitung ‚Das Gift auf dem Apfel‘, die Neue Südtiroler Tageszeitung erkannte einen ‚Apfel-GAU‘ und der Bayerische Rundfunk berichtete über ‚Perfekte

Äpfel und ihre giftige Schattenseite‘. Wolfgang Kreiser, Geschäftsführer des Deutschen Obst-Sorten Konsortiums, sprach von einem möglichen Image-Schaden für Südtirol durch die Negativschlagzeilen. Man sei gut daran, ‚Alternativstrategien‘ zu entwickeln.

Bios fordern Schadensausgleich für Pestizidkosten

Verbände schätzen die Folgekosten für Bio-Unternehmen aufgrund chemisch-synthetischer Pestizide aus der konventionellen Landwirtschaft auf mehr als 100 Millionen Euro pro Jahr. Rund 23 Millionen Euro müssten allein für Rückstandsanaly-

sen aufgebracht werden. Das zeigt eine Umfrage, die das Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft (BeL) und der Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) durchgeführt haben. Das BeL und der BNN fordern die Bundes-

regierung auf, dem Verursacherprinzip folgend einen Schadensausgleichsfonds einzurichten. Dieser müsse durch die Unternehmen finanziert werden, die chemisch-synthetische Wirkstoffe in den Verkehr bringen.

Hipp bringt bio-vegane Menüs ins Babyglas



Der Nachfrage nach ausgewogenen, rein pflanzlichen Mahlzeiten schon im Babyalter ist der Hersteller Hipp jetzt nachgekommen: Seit

April gibt es in Drogeriemärkten und LEH acht bio-vegane Menüs sowie zwei Fruchtgläsern mit pflanzlicher Milch-Alternative im

Sortiment. Proteinreiche Hülsenfrüchte wie Erbsen, Linsen oder Kichererbsen sorgen in den Menüs für Abwechslung zu tierischen Eiweißquellen. Eltern haben die Wahl aus sättigenden Gerichten wie ‚Spaghetti mit Erbsen-Bolognese‘ oder ‚Buntes Gemüse mit Linsen und Reis‘.

Der Grüne Weg startet deutsche Bio-Schweinefleischkette



Imagro BV

Das Unternehmen De Groene Weg B.V. ist seit Jahren der größte Bio-Fleischlieferant der Niederlande und ein etablierter Partner für den deutschen Handel und die Verarbeitungsindustrie. Mit der Anfang 2023 gestarteten Ver-

arbeitung thüringischer Schweine hat Der Grüne Weg jetzt seine erste Bio-Schweinefleischkette in Deutschland offiziell ‚in Betrieb‘ genommen. Dafür hat das Unternehmen eine eigene deutsche Organisation aufgebaut.

EU-Umweltminister gegen Deregulierung von Gentechnik

Am 16. März haben die Umweltminister der EU im Ministerrat über eine mögliche Lockerung der Vorschriften zu neuen gentechnisch veränderten Organismen (GVO) diskutiert. Die Minister von Österreich, Deutschland, Luxemburg, der Slowakei, Slo-

wenien, Ungarn und Zypern sprachen sich dabei dagegen aus, Neue Gentechnik aus dem geltenden EU-Gentechnikrecht auszunehmen. Als Gründe wurden das Vorsorgeprinzip und die Wahlfreiheit der EU-Bürger angeführt.

Eco Group übernimmt Geschäft für Seepje

Die neu formierte Eco Group aus Bad Homburg baut ihr Portfolio aus nachhaltigen Konsumgütermarken weiter aus und übernimmt das Geschäft der niederländischen Wasch- und Reinigungsmarke Seepje

in Deutschland und Österreich. Nach dem Erwerb der Marken Hydrophil, Naiked und Daily Good sowie des Waschmittelstreifenherstellers Kuno soll Seepje die wachsende Eco Group weiter stärken.



Biohotel Schloss Kirchberg ist Biokreis-Partner

Im Oktober 2022 wurde die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall bereits Biokreis-Mitglied. Nun folgte das Bio-Tagungshotel Kirchberg

mit der Gastronomie. Am Rande der Bio-kreis-Mitgliederversammlung, die am Samstag, 4. März im Schloss Kirchberg stattfand, übergab Bio-

kreis-Geschäftsführer Josef Brunnbauer das Biokreis-Schild an Rudolf Bühler, Gründer und Vorsitzender der Stiftung Haus der Bauern.

v.l.n.r.: Biokreis-Wertschöpfungskettenmanagerin Anna Sophie Feigl, Biokreis-Vorstandsvorsitzender Gottfried Erves, Biokreis-Geschäftsführer Josef Brunnbauer, Vorsitzender der Stiftung Haus der Bauern Rudolf Bühler, Christina Bühler

Freche Freunde launcht Marke für Grundschulkinder



Die erdbär GmbH erweitert ihre Markenwelt um die neue Submarke ‚Freche Freunde Kids‘.

Damit möchte der Berliner Kindernahrungshersteller neben Babys und Kita-Kindern nun auch

eine ältere Zielgruppe ansprechen, nämlich Grundschulkinder. Und das mit Bio-Alternativen zu den typischerweise überzuckerten Produkten für Schüler. Zunächst startet die neue Marke im Mai mit drei Frühstücksartikeln: ein Knusper-Müsli sowie zwei Cerealien.

Bodan übernimmt zwei biomammut-Märkte

Im Investorenprozess für die schwäbische Bio-Supermarktkette biomammut konnte für zwei der fünf Standorte ein neuer Eigentümer gefunden werden: Der Bio-Großhändler Bodan GmbH aus Überlingen am Bodensee hat für die Filialen in Lauffen am Neckar und Eppingen

einen Kaufvertrag unterschrieben. Bodan übernimmt den Geschäftsbetrieb der beiden Standorte sowie alle 18 Mitarbeiter. Für die biomammut-Filialen in Heilbronn, Böblingen und Mössingen war hingegen keine Investorenlösung möglich – sie mussten schließen.

now-Limonade erhält Naturland Fair-Siegel

Die now Bio-Limonaden des Bio-Pioniers Neumarkter Lammsbräu sind als erste Limonaden mit dem Naturland Fair-Siegel ausge-



zeichnet worden. Ab sofort tragen die Varianten Fresh Lemon, Pure Zitrone,

Black Cola, Black Cola Light sowie Hollerblüte das grüne Label des Bio-Anbauverbands. Weitere Sorten sollen folgen.

EcoWinner 2023 gesucht

Deutschlands ältester Biowein-Wettbewerb, veranstaltet vom Bio-Weinbauverband Ecovin, geht in sein 28. Jahr. Bis zum 26. Mai 2023 können sich Bioweingüter aller Anbaugebiete um die Prämierung ihrer Weine und Sekte bewerben. Eine unabhängige Jury

ECOVIN
am 27. Juni unter der Leitung der Weinjournalistin Dagmar Ehrlich wird die Weine.

Edeka kooperiert mit Biokreis



Nach Kooperationen mit den Anbauverbänden Bioland, Naturland und BioPark will der Edeka-Verband seine Fachhandelsmarke Naturkind nun auch durch Partnerschaft

mit dem Biokreis e.V. stärken. Die Zusammenarbeit sei Teil von Edekas Ziel, hochwertige Bio-Lebensmittel einem breiten Publikum zugänglich zu machen.



Bio-Ausbau: ein Kampf gegen Windmühlen

Rewe-Kaufmann Matthias Zwingel legt sich für mehr Bio ins Zeug

Neun Rewe-Märkte unterhält der Kaufmann Matthias Zwingel in Mittelfranken: zum Beispiel in Weisendorf, wo sich der Bio-Anteil der zehn-Prozent-Marke nähert. Auf dem Weg zu mehr Bio-Vielfalt im Sortiment hat der Vizepräsident des Bundesverbands des Deutschen Lebensmittelhandels e.V. (BVLH) mit zahlreichen Herausforderungen zu kämpfen: von fachhandelstreuen Marken über einen hohen Bestellaufwand bis hin zu Flächenbeschränkungen.

Matthias Zwingel stammt aus einer alten Kaufmannsfamilie. Schon 1886 eröffnete seine Urgroßmutter väterlicherseits in Höchstädt, westlich von Erlangen, einen kleinen Lebensmitteladen. Etwas später, 1898, ging im Böhmerwald ein Laden unter Leitung der Familie Stüber, aus der Zwingels Mutter stammt, an den Start. Heute gibt es in Mittelfranken neun Zwingel-Märkte mit insgesamt rund 330 Mitarbeitern. Sechs der Märkte haben eigene Bio-Abteilungen, welche von seiner Frau Kerstin Zwingel betrieben werden, integriert.

In Weisendorf im Landkreis Erlangen-Höchstädt wurde im Jahre 1976 der dritte SB-Markt der Zwingels eröffnet. 2000 wurde der Markt an den Ortsrand umgesiedelt. Um die 40.000 Artikel auf über 1.200 (Supermarkt) und 800 (Getränkemarkt) Quadratmetern gibt es hier

mittlerweile im Sortiment. Geschätzt 2.000 würden in Bio-Qualität von der Rewe-Zentrale bezogen, gut 1.000 weitere von Fremdlieferanten.

Effiziente Vorstufe, aufwendiger Fremdkauf

„Mit der Vorstufe können wir die Artikel effizient über Autodispo beziehen und den Kunden zu attraktiven Verkaufspreisen anbieten“, erklärt der Handelsexperte Zwingel. Die Artikel von klassischen, lokalen Bio-Lieferanten gehörten dagegen zum Fremdkauf, der außerhalb des Systems abgewickelt werde. Das sei mit einem dermaßen hohen Kostenblock und Aufwand verbunden, dass mit der Handelsspanne nicht immer die Kosten gedeckt werden könnten. Viel einfacher sei es, auf den bestehenden Bio-Baustein im zentralen Rewe-Lagergeschäft zu-



rückzugreifen – ohne Lieferschein und mit automatischer Bestellung.

Eine weitere Schwierigkeit bei vielen Standorten ist auf die Flächenbeschränkung für selbstständige Einzelhändler – an nicht zentralen Orten – zurückzuführen, die im Landesentwicklungsprogramm vorgeschrieben ist. Sie begrenzt im Regelfall die Verkaufsfläche auf 800/1200 Quadratmeter ohne Getränkemarkt. Die Lagerflächen sind in den letzten Jahren immer kleiner geworden, daher ist viel Just-in-time-Lieferung nötig. „Das ist noch eine ganz andere Arbeit als vor 50 Jahren“, so Zwingel.



Von dennree zu Claus

„Vor 20 Jahren haben wir Bio mit dennree begonnen“, erzählt der Kaufmann. Das Bio-Markt-Schild von denn's ist aus dieser Zeit erhalten geblieben und hängt immer noch am Eingang der Bio-Abteilung. Es folgte ein regionaler Großhändler, aber auch der sei irgendwann zu klein geworden. Dann habe Ökoring aus München die Belieferung übernommen – bis der Beschluss dafür, Fachhandelsmarken zu verkaufen, immer größer wurde und Ökoring den Druck nicht mehr ausgehalten habe. Daraufhin wechselte Zwingel zu Claus Reformwaren, der den Bio-Shop von Kerstin Zwingel noch heute beliefert.

„Es ist wie ein Kampf gegen Windmühlen“, bedauert Zwingel. „Man will was

Gutes tun und bekommt nur Schläge.“ Bei jeder aufgenommenen Fachhandelsmarke sei ein Vertreter gekommen, der forderte, dass sie wieder aus dem Sortiment genommen wird. Dennoch lässt sich der Kaufmann nicht entmutigen. „Es ist immer noch ein Herzensanliegen für mich, gute Lebensmittel für die Bürger auf dem Land verfügbar zu machen.“

Vielfalt in der Frische

Im Obst und Gemüse-Regal am Eingang des Weisendorfer Rewe-Markts ist eine gute Grundausstattung in Bio-Qualität vorhanden. Es gibt Orangen, Zitronen und Mandarinen, Banane, Ananas, Kiwi und Birnen, Avocados und getrocknete Datteln, und bei den Äpfeln sogar einen Aktions-Kilopack für 1,99 Euro mit Naturland-Siegel. Auch die Mangos sind >





um ein paar Cent günstiger als ihre konventionellen Pendants.

In der Gemüse-Auslage liegen Kartoffeln und Süßkartoffeln, Zwiebeln, Knoblauch, Tomaten und Paprika, Gurke, Zucchini, Kürbis, Mais und Aubergine. Dazu kommen im Kühlregal Broccoli, Porree, Lauchzwiebeln, Spargel, Rucola und Feldsalat. Nur nach Kopfsalat sucht man vergeblich. Er sei aktuell zu teuer, um ihn verkaufen zu können. Dafür finden Bio-Kunden Kräuter im Topf wie Basilikum, Schnittlauch oder Petersilie.

Im separat am Eingang organisierten Getränkemarkt des Rewes sind auch einige Bio-Marken vertreten. Es gibt Bier von Neumarkter Lammsbräu, Bionade sowie die Limonaden von now und fritz-kola. Für eine vielfältige Wein-Auswahl sorgen die Marken Doppio Passo, Biovitis, Son-

tino, 3 Talente, Mein Bio Wein, Solaz, Biorebe oder Weinmann. Und auch das Saft-Sortiment kann sich mit Herstellern wie Voelkel, Campo Verde, Rabenhorst, EOS und Eden sehen lassen.

„Seit wir zugeordnet haben, läuft's.“

Beim Besuch des restlichen Marktes stößt man zunächst fast nur auf Bio-Produkte der Rewe-Eigenmarke. „Auch die haben wir erst vor einem Dreivierteljahr aus dem Bio-Shop genommen und zugeordnet“, erklärt Zwingel. Im TK- und Kühlregal seien die Artikel immer abgelaufen – „aber seit wir sie zugeordnet haben, läuft's!“

In den konventionellen Bereich geschafft haben es die regionalen beerenbauern mit ihren demeter-Marmeladen, die prominent in Holzkisten platziert wurden. Auch das Trockenfrüchte- und Nuss-Sortiment von Clasen Bio und Bio-Müslis der Minderleinsmühle sind hier vertreten – oder Bio-Backzutaten von Ruf, die allerdings fast leergekauft wurden. „Die Lieferung kommt nur alle vier Wochen“, kommentiert Zwingel.

Im Kühlregal sticht jetzt das Sortiment von Andechser Natur hervor, dessen Joghurtprodukte, Milch und Käse in Fülle zum Verkauf stehen. Dazu kommt etwa Voelkels Haferdrink, Milch von der Allgäuer Hof-Milch GmbH und die Bio-Milch von Berchtesgadener Land. Käse und Wurst im SB-Regal sind ganz der Rewe-Eigenmarke vorbehalten, ebenso

NACHFÜLLEN UND PLASTIK SPAREN!

80% VERPACKUNG GESPART*

* im Vgl. zur Sprühflasche

Natürlich kraftvoll - für den nachhaltigen Frühjahrsputz!

www.almawin.de



„Seit wir sie zugeordnet haben, läuft's!“, sagt Zwingel. Bio-Mopro, -Wurst und -Käse sind jetzt im konventionellen Kühlregal platziert.

das Fleisch. Mit Putenbrust-Schnitzel, Schweine-Minutensteaks, Hähnchenschenkel, Hackfleisch oder Suppenfleisch in Naturland-Qualität wird dennoch ein vielfältiges Sortiment geboten. In puncto Thekenware ist jedoch noch sehr viel Luft nach oben: Einsam haben es bisher nur die zwei Käse-Sorten Almbergler Gute Laune sowie Herzjodler Natur von Arge Heumilch in die Theke geschafft. Mehr als zwei Regalreihen im TK-Bereich sind für die Marken Natural Cool und bio inside von demeter-Felderzeugnisse reserviert: Es gibt >



Bio-TK-Fisch und -Gemüse sowie Bio-Fleisch befinden sich nahe dem Eingang des Bio-Markts.





Die Bio-Abteilung am Ende des Marktes ist in Holzoptik gehalten und platzsparend mit Ikea-Regalen bestückt.

Pizzen, Pommes, Bohnen, Broccoli, Karotten und Blattspinat, Granatapfelkerne, Erdbeeren, Sauerkirschen und mehr. Dazu kommt eine Regalreihe mit Produkten von followfood: neben Gemüse auch Garnelen, Lachsfilets oder Kabeljau.

Bio-Abteilung: viele Marken auf engem Raum

Der Bio-Markt ganz am Ende des Ladens

ist in Holzoptik gehalten und erzeugt mit warmem Licht eine gemütliche Atmosphäre. Mit Hilfe von schmalen Gängen und Ikea-Regalen habe man hier auf kleinster Fläche – rund 60 Quadratmetern – eine maximale Artikelanzahl untergebracht, so Zwingel.

Drei Regalreihen voller pflanzlicher Aufstriche lassen am Eingang Veganer-Hezen höher schlagen: Mit Allos, LaSelva, Rettergut, Bio-Zentrale, Tartex und Zwer-

genwiese sind zahlreiche Bio-Hersteller vertreten. Dazu kommt ein kompletter Allos-Aufsteller mit veganen Salaten.

Im Tee-Sortiment winken Klassiker wie Yogi Tea, Cupper, pukka und Lebensbaum, der auch die Gewürze stellt, und beim Kaffee verschiedene Sorten von Geka und Café Intención. Auch bei den süßen Aufstrichen ist eine ordentliche Auswahl garantiert: mit Marmeladen von fior di frutta, Allos oder Zwergerwiese,





Rewe Zwingel in Weisendorf

Am Mühlberg 28,
91085 Weisendorf

Eröffnung: 2000

Mitarbeiter in Vollzeit: 40

Verkaufsfläche:

über 2.000 Quadratmeter

Artikellanzahl (Lebensmittel):
40.000

Bio-Artikel: über 3.000

Kassen: 5 Normale, 5 SB-Kassen

Öffnungszeiten: Mo - Sa, 7 - 20 Uhr

Schokoaufstrichen von Nocciolata, Vivani, Nabio, BioGourmet und Bionella und Honig von Gepa, Allos oder Melbio. Müsli-Liebhaber kommen schließlich mit Angeboten von Bauck, Tartex, Rosengarten oder Campo Verde auf ihre Kosten. Auch die Snacks kommen in der Bio-Welt nicht zu kurz. Verschiedene Reiswaffeln bietet rinatura, ergänzt von verival. Daneben warten salzige Laugensnacks von Huober Brezel auf Kunden, sowie Chips von der Bio-Zentrale oder Knusperstangen von BioGourmet. Wer es lieber süß mag, findet drei Regalreihen voller Schokolade und Kekse, präsentiert von Marken wie Gepa, Vivani, Sommer, Lambertz, El orígen, Bohlsener Mühle und Mogli. Daneben ist ein Aufsteller von ‚Freche Freunde‘ platziert, mit Quetschies und Fruchtsnacks für die Kleinen. Das Sortiment an Mehl und Backmischungen ist mit Bauckhof bereits gut bestückt und wird von Marken wie Campo Verde, Mehlauber, Naturata und biovegan ergänzt. Bauckhof und Campo Verde liefern dazu vielfältige Obstkonserven, die neben Gemüsekonserven von

Marschland, Davert oder BioGourmet sowie Feinkost von LaSelva platziert sind.

Die beiden Letzteren sind auch für einen Großteil der Tomatensaucen verantwortlich, zusammen mit ppura, Campo Verde und anderen. Bei den Pasta-Sorten haben Bio-Kunden die Qual der Wahl: zwischen Dinkel-Penne von Naturata, Vollkorn-Hörnchen von rinatura, Orecchiette von Alb-Gold oder Calamarata von Terra Bio.

Dazu kommen Getreide-Alternativen wie Blumenkohl-Pasta oder Kichererbsen-Nudeln von Clever Pasta, die einen eigenen glutenfrei-Aufsteller bestückt haben. Bei Reis, Linsen und Co. hat der Rewe-Markt vor allem auf das reiche Sortiment von Davert zurückgegriffen.

Wenn es einmal schnell gehen soll, finden Kunden Fertigsuppen, Gemüse- und Fleischbrühen von Natur Compagnie, Erntesege, Eden und BioGourmet. Darüber verbergen sich ein paar Delikatesen: Makrelen- und Heringsfilets von Fontaine. Den Abschluss der Bio-Abteilung machen schließlich zwei Regalreihen voller Naturkosmetik mit Marken wie Weleda und Lavera sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmitteln, gestellt von Klar und AlmaWin.

Lena Renner



Wein, Säfte und Limonaden: In der Getränke-Abteilung stehen die Bio-Produkte in Zuordnung neben den konventionellen Artikeln.



VI. World Organic Forum Localizing SDGs Climate Resilience and Global Equity

Montag, 26. Juni 2023 – Freitag, 30. Juni 2023
Akademie Schloss Kirchberg, Kirchberg a.d. Jagst



Schwerpunkte aus dem Programm 2023

- Die Lokalisierung der UN-Agenda 2030 mit ihren 17 Zielen für Nachhaltige Entwicklung (SDGs) - Die Herausforderungen, Chancen und Mehrwerte einer klimaresilienten Landwirtschaft für die regionale Umsetzung der SDGs.
- RegionenvertreterInnen aus der Welt präsentieren ihre SDG-Projekte.
- Neue Wertschöpfungsmodelle für die bäuerliche Landwirtschaft - Wie können Leistungen ihrer Leistungen für das Klima und die biologische Vielfalt honoriert werden?
- Ernährungssouveränität und Klimaresilienz in den food systems mit indigenem Wissen, Agrarökologie und feministischen Perspektiven.
- Communities, regenerative Agrarkultur und Öko-Netzwerke als Anker für die SDGs im Alltag.
- Wie kommen wir mit einem veränderten Bewusstsein besser ins Handeln, um die 17 SDGs schneller zu erreichen.

Anmeldung, Programm und weitere Informationen online unter:
akademie-schloss-kirchberg.de/wof



Die Partner des VI. World Organic Forum 2023





Trendgetränk Cascara

Murnauer Kaffeerösterei vertreibt Bio-KaffEEKirschentee

Dass KaffEE aus KaffEEbohnen hergestellt wird, weiß in Deutschland jedes Kind. Dass es sich dabei um die Samen der KaffEEKirsche handelt und sich auch deren Fruchtfleisch zu einem aromatischen Tee aufbrühen lässt, ist dagegen eine bei uns noch weithin unbekannte Erkenntnis. Erst im letzten Jahr wurde der KaffEEKirschentee ‚Cascara‘ in der EU als Lebensmittel zugelassen. Einer der Vorreiter, die ihn bereits im Sortiment haben, ist die Murnauer Kaffeerösterei.

‚Cáscara‘ ist spanisch für Hülle. Für das gleichnamige Aufguss-Getränk aus KaffEEKirschen wird die Schale inklusive des anhaftenden Fruchtfleischs verwendet. Beide sind reich an Nährstoffen, etwa Polyphenolen und Flavonoiden, und enthalten sehr viel Koffein – deutlich mehr als die Bohnen. Geschmacklich ist das Ergebnis sehr vielseitig und hängt von den verwendeten Sorten, dem Anbaugebiet sowie von der Herstellungsart ab. Testtrinker berichten von Hibiskusnoten und den Aromen süßer Früchte wie Pflaume, Aprikose oder Dattel, verbunden mit einem herben Abgang, der an schwarzen oder Mate-Tee erinnert. Das Aufguss-Getränk ist sowohl als purer Tee als auch als Latte, mit Gewürzen oder als kalter Drink mit Zitronenlimonade oder Tonic Water genießbar.

Verkaufsstopp durch EU-Prüfung

Die ersten Cascaras kamen schon vor ein paar Jahren auf den europäischen Markt. Im Dezember 2016 wurde die KaffEEKirsche dann allerdings in den Novel-Food-Katalog der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) aufgenommen. Damit durften Cascara-Produkte ab 2017 nicht mehr verkauft werden, bevor die „eingehende Prüfung“ durch nationale Lebensmittelbehörden nicht erfolgt war. Im Jahr 2022 wurde der Cascara schließlich nach der Novel-Food-Verordnung als traditionelles Lebensmittel aus Drittländern zugelassen und darf seither als fertiges Aufgussgetränk oder in getrockneter Form zur Zubereitung von Aufgussgetränken in der EU verkauft werden. >



Murnauer Kaffeerösterei

Direktbezug von peruanischen Kaffeebauern

Der Cascara der Murnauer Kaffeerösterei kommt aus Peru, von der Kaffeekooperative Asociación Miguel Grau. Mit dem Projekt ‚Coffee Cherry Tea‘, das die Kaffeerösterei gemeinsam mit der Kaffeemarke Pacha Mama ins Leben gerufen hat, gab sie der Kooperative eine Hilfestellung dabei, die Cascara-Herstellung innerhalb von drei Jahren gewinnbringend und auf nachhaltige Weise als zusätzliches Standbein aufzubauen. Während des Verkaufsstopps in Europa habe man vor Ort an der Weiterentwicklung

des Produktes, der Steigerung der Qualität und der Ausarbeitung des Geschmacksprofils gearbeitet.

Natural versus Washed Cascara

Im Herstellungsprozess unterscheidet man zwischen Natural und Washed Cascara. Bei der Natural-Methode wird das Fruchtfleisch erst nach dem Trocknen der gesamten Frucht von der Bohne entfernt. Die Trennung erfolgt maschinell durch Reibung und Druck, weshalb Natural Cascara auch viel ‚zersplitterter‘ aussieht als die ‚Washed‘-Variante.

Für die Murnauer Kaffeerösterei ist die nasse Aufbereitung die bessere Wahl. Dabei werden die Kirschen zunächst in einem Wasserbecken gewaschen, wobei un- oder überreife Früchte nach oben treiben und aussortiert werden können. Nach dem Waschen wird das Fruchtfleisch der Kaffeekirschen entfernt und dann für circa drei Tage in der Sonne getrocknet. „Die ersten 24 Stunden sind die heikelste Phase, es muss alles schnell trocknen, sonst ist die Ware verdorben“, berichtet Walter Knauer, der Import und Vertrieb bei Pacha Mama verantwortet.

Bestes Aroma durch gründliches Trocknen und die richtigen Sorten

Pacha Mama und die Murnauer Kaffeerösterei haben die Kooperative bei der Anschaffung von Gewächshauszelten und sogenannten ‚African Beds‘ unterstützt. Das sind Hochgestelle, die ein homogenes und schnelles Trocknen von oben und unten gleichzeitig ermöglichen.



Murnauer Kaffeerösterei

NEU

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.



kluth_official



kluthofficial



Drei der insgesamt 14 Bio-Produkte in KLUTH Premium-Qualität.



Murnauer Kaffeerösterei

Nach dem Waschen muss das Fruchtfleisch der Kaffeekirschen für rund drei Tage in der Sonne trocknen.

chen. Die Zelte sind winddurchlässig und schützen den Cascara vor Regen. „Das ist wichtig, denn selbst wenn das Fruchtfleisch nur leicht angeregt wird, kann man die Ernte vergessen“, so Knauer. Eine gute Trocknung sei auch Voraussetzung dafür, dass sich das Aroma optimal entwickeln kann. Ein gutes Aroma erreiche man außerdem nicht mit jeder Kaffeesorte. Deshalb werden viele unterschiedliche Varietäten für Cascara getestet. „Das Fruchtfleisch muss eine gute Balance zwischen süß und sauer haben. Bisher erfüllen das bei uns die Varietäten Caturra und Catuai“, erklärt Senilda Quispe, Herstellerin der Asociación Miguel Grau. Dass keinerlei Chemikalien zum Einsatz kommen, versteht sich in der Asociación, die selbst einen ökologischen Anbau verfolgt, von selbst.

Traditionsgetränk mit Mehrwert

Auch wenn Cascara in Europa erst jetzt auf den Markt kommt, ist es global betrachtet kein neues Getränk. „Menschen tranken Cascara wohl schon lange, bevor man daran dachte, die Bohnen aus der Kaffeekirsche zu lösen und zu rösten“, erzählt Knauer. Bauern im Jemen, in Arabien oder Bolivien sollen den Kaffeekirschentee bereits vor hundert Jahren getrunken haben. Auch beim

Aufkommen des Kaffeehandels blieben sie dabei, weil das Getränk deutlich billiger war als Bohnenkaffee. Darauf, auch das Fruchtfleisch der Kaffeekirsche zu verkaufen, kam man allerdings erst in den letzten Jahren.

„Gegenüber der Bohne war das Fruchtfleisch nicht interessant genug, schon gar nicht im industriellen Maßstab. Es wurde meistens als natürlicher Dünger, Tierfutter oder Brennmaterial verwendet, oft genug landete es auch auf dem Kompost“, weiß Knauer. Indem die Kaffeefrucht kommerziell verwertet wird, können die Hersteller ein zusätzliches Einkommen erzielen. So konnten die Kaffeebauern der Asociación Miguel Grau ihre Einkünfte um 25 Prozent steigern.

Deutsche Endverbraucher können den Cascara der Murnauer Kaffeerösterei aktuell in zwei verschiedenen Größen kaufen: im 50-Gramm-Pack für 4,90 Euro oder in der 120-Gramm-Packung für 9,90 Euro.

Lena Renner



Murnauer Kaffeerösterei

ST. LEONHARDS
Quellen

**TRINKST
DU GENUG
WASSER ?**

DAS KANN DIR HELFEN ...



Im Büro
Stell dir dein Lieblingswasser an deinen Arbeitsplatz.



Unterwegs
Habe immer Wasser im Auto, in der Handtasche oder im Rucksack.



Zu Hause
Platziere überall in deiner Wohnung Wasserflaschen oder kleine Erinnerungen.

MEHR ZU DEINEN TRINK-TIPPS

stlq.de/trinktipps





Mitarbeiterin Ulrike Eickholz in der Großbäckerei

Nachhaltiges Wachstum bei Mestemacher

Gütersloher Großbäckerei wächst und investiert

Mit einem Netto-Umsatz von 157 Millionen Euro ist die Mestemacher-Gruppe im Jahr 2022 um 3,3 Prozent gewachsen. Der Bio-Anteil konnte proportional dazu gesteigert werden und liegt seit Jahren stabil bei etwa 20 Prozent. Ausschlaggebend dafür sei die stabile Convenience-Präferenz und die Nachfrage nach gesundheits- und klimabewusster Ernährung. Durch hohe Investitionen konnten die Tochtergesellschaften 2022 weiter modernisiert werden. Auch für

2023 sind Investitionen in Höhe von rund neun Millionen Euro geplant. Seit diesem Jahr kooperiert Mestemacher mit dem Verein diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe e.V.

Schon 1985 haben die Brüder Fritz und Albert Detmers die Brotfabrik Mestemacher gekauft, da sich in der Gründerfamilie kein Unternehmensnachfolger fand. Die Brüder waren bis dato Besitzer der ebenfalls traditionsreichen Bäckerei ‚Detmers‘ in Bielefeld-Jöllenbeck, die sie mit dem Kauf von Mestemacher an die damalige Liefergroßbäckerei Wendeln verkauft haben.

Heute gehört die Mestemacher Brot- und Backwarengruppe zu jeweils 50 Prozent den beiden Familienstämmen Albert und Prof. Dr. Ulrike Detmers sowie Fritz und Helma Detmers. Zu den Meilensteinen der Unternehmensgeschichte gehört, dass die Großbäckerei als erster Hersteller von verpackten Vollkornbrot aus kontrolliert biologischem Anbau seit 1985 die Öko-Landwirtschaft fördert. 100.000 Brot-Packungen werden heute pro Tag in Gütersloh produziert und schaffen Arbeit für fast 200 Beschäftigte. Mestemachers Exportanteil liegt aktuell bei rund 29 Prozent, davon werden 72 Prozent in der Europäischen Union erzielt. 17 Prozent Ausfuhrmenge verkauft das Unternehmen außerhalb Europas –

insbesondere nach Nordamerika, Kanada, Australien, Neuseeland, Asien sowie in die Vereinigten Arabischen Emirate. Elf Prozent gehen in europäische Länder, die nicht der EU angehören.

Investitionen und Nachhaltigkeit

In die Aerzener Brot und Kuchen GmbH, die seit 2002 zu Mestemacher gehört, wurde 2022 eine Summe von 11,6 Millionen Euro investiert. 6,7 Millionen Euro wurden für die Erweiterung der Versandhalle mit Büro, Sozialtrakt und Werkstatt verwendet. Die restlichen 4,9 Millionen Euro dienten insbesondere zur Automatisierung und Rationalisierung der Herstellungsprozesse der drei Produktportfolios Vollkornbrot, Tiefkühlkuchen sowie Knäckebröte. 2023 soll der größte Investitionsbrocken in Höhe von 7,2 Millionen Euro in den Anbau der Lippstädter Tochtergesellschaft Modersohn's Mühlen- und Backbetrieb GmbH fließen.

Darüber hinaus geht es auch in Sachen Nachhaltigkeit voran. Momentan laufen Vorbereitungen zur Durchführung eines Sedex Members Ethical Trade Audits (SMETA), das wenn möglich im dritten Quartal dieses Jahres abgeschlossen werden soll. Das Voraudit sei bereits über die Runden gegangen, weitere Maßnahmen seien noch in Arbeit. Im Prozess sind eine Klimabilanz und ein Nachhaltigkeitsbericht gemäß den Kriterien des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Auf ihrer neuen Nachhaltigkeitsseite informiert die Großbäckerei über ihr Vorkommen in Sachen Umweltschutz und Soziales. Der Hauptrohstoff Roggen wird vor Ort in Gütersloh in der hauseigenen Mühle frisch gemahlen, wodurch Transportwege gespart werden können. Außerdem beinhaltet der Roggenschrot auf diese Weise noch viele Mineralien wie Kalium und Phosphor sowie Vitamin B.

Was das Thema Verpackung angeht, so arbeitet Mestemacher kontinuierlich daran, die Recyclingfähigkeit zu erhöhen. Trennhinweise sollen Kunden auf einen Blick darüber aufklären, in welche Sammelsysteme – gelber Sack oder Papiertonne – die jeweilige Verpackung gehört.

Schon seit 2012 erzeugt das Unternehmen Strom und Wärme mit Erdgas aus

dem eigenen Blockheizkraftwerk. Dadurch sollen jährlich etwa 1.700 Tonnen CO₂ eingespart werden. Daneben ist der Wechsel des Fuhrparks zu Hybrid- und Elektrofahrzeugen in vollem Gange: Über 13 Ladesäulen mit insgesamt 22 Ladepunkten wurden bereits auf dem Firmengelände installiert.

Empfohlen von der Deutschen Diabetes-Hilfe

Die Bröte Mestemachers gehören zu den ersten Produkten auf dem deutschen Markt, die mit dem Nutri-Score gekennzeichnet wurden. Circa 70 Prozent der Mestemacher-Produkte tragen derzeit den Nutri-Score A und etwa 30 Prozent den Nutri-Score B. Dazu seien rund 80 Prozent des Sortiments für Veganer und 20 Prozent für Vegetarier geeignet.

Als wesentliches Kriterium sind die Brötsorten frei von Konservierungsstoffen und weisen einen Salzgehalt von unter 1,3 Gramm pro 100 Gramm auf. In den Rezepturen gelte Minimalismus: so viel wie nötig und so wenig wie möglich. Statt durch Zusatzstoffe werden Mestemacher-Bröte durch Pasteurisieren haltbar gemacht und bleiben auf diese Weise ungeöffnet bis zu sechs Monate lang genussfrisch.

„Mestemacher ist Vorreiter unter den Brotherstellern: Alle Brötsorten bestehen aus Roggen/Vollkorn mit hohem Ballaststoffanteil und sind für Menschen mit und ohne Diabetes daher besonders empfehlenswert“, sagt Nicole Mattig-Fabian, Geschäftsführerin der diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe e.V., mit der die Großbäckerei nun kooperiert. Auf ausgewählten Mestemacher-Bröten ist jetzt der Empfehlungsbutton ‚auch empfohlen von diabetesDE – Deutsche Diabetes-Hilfe‘ zu sehen.

Neues Bio-Dinkelbrot

Zurzeit umfasst das Bio-Sortiment acht Bio-Vollkornbröte, zwei Bio-Toastbröte sowie zwei Bio-Wraps. In der Kategorie ‚Hamburger/Hot Dog/Wraps‘ wurde die Mestemacher GmbH für ihre ‚Italienischen Bio Dinkel Wraps‘ von der Lebensmittel-Zeitung mit der Top-Marke 2022 prämiert.

Im Herbst 2022 ist mit dem ‚Bio Dinkel Körniges‘ eine weitere Bio-Produktneuerung an den Markt gegangen. Durch den

hohen Anteil an Dinkelvollkornschrot und Dinkelflocken ist es reich an wichtigen Ballaststoffen und bietet auch eine wertvolle Proteinquelle. Über seine sehr günstige Nährstoffbilanz kann das neue Brot mit dem Nutri-Score A punkten.

Soziales Engagement

Von 2001 bis 2022 war die Mestemacher GmbH über verschiedene Gleichstellungspreise sozial engagiert. Initiiert durch die geschäftsführende Gesellschafterin Prof. Dr. Ulrike Detmers wurden folgende Auszeichnungen vergeben:

◻ Managerin des Jahres (seit 2002) – für Managerinnen, die beruflich Herausragendes leisten und auch in puncto Work-Life-Balance ein Vorbild sind

◻ Spitzenvater des Jahres (seit 2006) – für Väter, die das berufliche Fortkommen der Mutter fördern und sich bei Kinderbetreuung und Haushalt engagieren

◻ Gemeinsam leben (seit 2017) – für Lebensmodelle, in denen Selbsthilfe, Fürsorge und Förderung gelebt werden

◻ Mütterorganisation (seit 2020) – für Organisationen, die sich für die Vereinbarkeit von Beruf und Familie und die gleichwertige Verteilung der Sorgearbeit einsetzen

Die Preise wurden 2022 zum letzten Mal vergeben. „Auch wegen der stark angestiegenen Energiekosten und erhöhten Rohstoffpreise mussten wir kurzfristig diverse Sparmaßnahmen ergreifen“, erklärt Detmers. Das habe unter anderem dazu geführt, dass die Gleichstellungspreise eingestellt werden mussten.

„In Zeiten der Klima- und Energiekrise liegt unser Fokus derzeit darauf, die Unternehmensgruppe nachhaltig aufzustellen und somit einen wichtigen Beitrag dazu zu leisten, für uns alle eine lebenswerte Zukunft auf der Erde sicherzustellen“, so die Mestemacher-Chefin.

Lena Renner





Bio-Genuss aus der Toskana

LaSelva liefert italienische Bio-Spezialitäten von Wein bis Pesto

Seit den 90er Jahren kreiert der toskanische Bio-Hersteller LaSelva zahlreiche Feinkost-Produkte aus Gemüse, Kräutern und Obst: ob Tomatensaucen, Oliven, Antipasti, Pesto und Pasta oder Zitrusmarmeladen, Essig und Olivenöl. ‚Nichts weglassen – nichts hinzufügen‘ lautet das Motto bei der Rezeptentwicklung in der hofeigenen Manufaktur, aus der mittlerweile auch deutsche Einzelhändler beliefert werden.

Im Jahre 1978 zog Karl Egger aus München in die südliche Toskana, wo er begann, auf natürliche Art und Weise Obst und Gemüse sowie Feldfrüchte anzubauen. Wenig später war Egger Mitbegründer des Bio-Anbauverbands Naturland und 1984 ist LaSelva der erste Naturland-Betrieb im Ausland.

„Ich wollte raus, die Jahreszeiten erleben und endlich wieder Lebensmittel genießen, die ihren Namen verdienen und so schmecken, wie ich sie aus meiner Kindheit in Erinnerung hatte: natürlich, intensiv und unverfälscht“, erinnert sich Egger an seine lebensverändernde Entscheidung. Anfang der 90er Jahre liefen in der Hofmanufaktur die ersten eigenen Antipasti im Glas vom Band. Seit Ende 2018 ist der





Landwirtschaftsbetrieb mit Naturland Fair zertifiziert und wurde damit für sein öko-soziales Engagement der letzten Jahrzehnte belohnt. Die Geschäftsführung liegt mittlerweile bei dem Ingenieur für Lebensmitteltechnologie Christian Stivaletti sowie Eggers Töchtern Elodie und Caroline.

Heute ist nicht nur die Fläche des Landguts von anfänglich sieben auf über 600 Hektar angewachsen, sondern LaSelva arbeitet auch landesweit mit anderen italienischen Bio-Betrieben als Zulieferer zusammen. Dazu kommen traditionelle Verarbeitungsbetriebe für die landestypischen Zusatzsortimente. Zum Netzwerk gehören zum Beispiel zwölf Tomatenbauern und ein Anbaubetrieb für Basilikum in der Toskana, eine Ölmühle in Kalabrien, Olivenbauern und eine traditionelle Caffè-Rösterei in Apulien sowie ein Pastificio in der Nähe von Arezzo in der Toskana.

Zirka 95 Prozent der Rohstoffe für die eigene Verarbeitung kommen auch aus dem eigenen Anbau oder zumindest italienischer Bio-Landwirtschaft. Es werden Gemüse, Kräuter und Obst aus zirka 80 Kulturen in unternehmenseigener Regie unter anderem zu Tomatenspezialitäten, Pesto, mediterranen Kochzutaten, Bruschetta, Gemüsecremes, Antipasti und Wein verarbeitet. Mehr als 200 verschie-

dene Feinkostprodukte gibt es im Sortiment und um die eine Million Naturkost-Gläser werden jährlich aus der Manufaktur LaSelva verkauft. Dazu kommen 21 Millionen Gläser, die im unternehmenseigenen Verarbeitungsbetrieb La Dispensa di Campagna abgefüllt werden. Rund 280 Mitarbeiter arbeiten auf dem Landgut in der Toskana, in La Dispensa di Campagna und im internationalen Vertrieb der LaSelva Toscana Feinkost Vertriebs GmbH in Gräfelfing bei München. Zirka 100 Angestellte haben unbefristete Verträge, alle Mitarbeiter würden nach Tarif bezahlt und kämen aus dem lokalen Umfeld.

LaSelva ist neben dem Heimatmarkt Italien auch in Deutschland, der Schweiz, Österreich, Skandinavien, Frankreich, in den Benelux-Ländern, Polen, Tschechien, Estland, Japan und in den USA erhältlich. Die LaSelva Toscana Feinkost

Vertriebs

GmbH liefert ihre Spezialitäten primär in den Naturkostfachhandel, aber auch in Reformhäuser, an ausgewählte Lebensmittelkaufleute sowie den Feinkost- und Weinhandel. Der Hersteller unterhält zudem einen Online-Shop und bedient auch den Vertriebsbereich Private Label.

Auf der Biofach 2023 präsentierte LaSelva den Besuchern unter anderem seine neue Polpa aus gelben Tomaten, die unter dem Namen ‚Pomi d’oro‘ (auf Deutsch ‚Goldäpfel‘) verkauft wird. Dazu konnten sie verschiedene Salat-Cremes, eingelegte Peperoni und andere Antipasti probieren und sich einen italienischen Bio-Espresso genehmigen.

Lena Renner



Besondere Milch, besonderer Käse

Bastiaansen Bio bietet Rotkultürkäse, Gouda und mehr

In Molenschot, im Süden von Holland nahe Breda, hat die Käserei Bastiaansen ihren Sitz. Was in den 1970ern als Hobby begann, ist heute ein renommierter Bio-Betrieb mit Mehrwerten wie Tierwohl und Artenschutz und über 80 verschiedenen Bio-Käse-Spezialitäten. Der Hersteller exportiert in mehr als 30 Länder und hat sich auch im deutschen Vertrieb bereits mit seinen Bio-Marken bewährt.



Für Jan Bastiaansen war die Käseherstellung anfangs nur ein Hobby. In einer belgischen Abtei hatte er die Grundlagen des Handwerks erlernt. „Aber dann ist das Hobby mehr und mehr zu Arbeit geworden“, erzählt Marja Bastiaansen, die Tochter des Firmengründers, die mit 25

Jahren selbst in den Betrieb eingestiegen ist und dort inzwischen als Category Manager unter anderem den Vertrieb für Holland und Belgien im Naturkostbereich verantwortet. 1972 gründete der Bio-Pionier Bastiaansen offiziell sein Unternehmen, 1984 ver-



ar-
beitete er
bereits drei Millionen Liter Bio-Milch im Jahr. Im Elsass lernte er Rezepturen mit Rotkulturen kennen und adaptierte sie. Heute ist die Käserei auf Rotkultur- und Blauschimmelkäse sowie feinen Gouda spezialisiert. „Aber wir wachsen weiter und sind immer auf der Suche nach neuen Spezialitäten“, so Marja Bastiaansen.

Im Jahr 2002 ist das Unternehmen Teil der holländischen Genossenschaft Rouveen geworden, die ihren Sitz 170 Kilometer nördlich von Molenschot hat. 255 Bauern gehören dazu, davon betreiben rund 55 Bio-Landwirtschaft. Rotkultur- und Blauschimmelkäse werden weiterhin in Molenschot hergestellt, wo noch handwerklich gearbeitet wird. Dagegen ist das Käsewerk in Rouveen, wo der Gouda hergestellt wird, hochtechnisiert und läuft fast rund um die Uhr. Bastiaansen produziert inzwischen um die 3,5 Millionen Kilogramm Käse pro Jahr. Verarbeitet werden sowohl Kuh- als auch Ziegen- und Schafmilch, der Schwerpunkt liegt aber mit drei Vierteln der Menge auf Kuhmilch.

Wiesenvogelkäse und Chimichurri

„Wir haben unterschiedliche Milchströme und legen immer mehr Wert auf ‚besondere Milch‘“, erklärt Marja Bastiaansen. Zum Beispiel wird ein Käse separat verarbeitet, dessen Milch von Bauern stammt, die sich für den Schutz von Wiesenvögeln engagieren – also etwa extra spät erst ab Mitte Juni mähen, damit die Jungvögel flügge werden können, und den Tieren Wasser zur Verfügung stellen. Vier Landwirte erfüllen mittlerweile die strengen Kriterien des Bioanbauverbands Demeter. Andere wiederum orientieren sich an der niederländischen Auszeichnung ‚das bessere

Leben‘, die für besonders hohen Tierschutz steht und etwa mindestens 8,5 Quadratmeter Platz pro Kuh vorschreibt – noch mehr als die im Bio-Bereich verlangten sechs Quadratmeter. „Wenn man sich nicht für den Veganismus entscheidet und noch Fleisch und Milch konsumiert, dann ist dieser Käse die beste Wahl“, garantiert die Vertriebsfrau.

Damit die Landwirte für ihr Engagement belohnt werden, wird der Käse auch für ein paar Cent mehr verkauft. „Wir erklären den Konsumenten die besonderen Konzepte und Geschichten, die hinter

„Jeder Bio-Einkauf hilft.“

der Herstellung stecken“, so Bastiaansen. Das funktioniere in den Niederlanden allerdings bisher noch etwas besser als in Deutschland. Außerdem organisiert Rouveen Kaasspecialiteiten Schulungen, in denen die Landwirte etwa lernen können, die Biodiversität um und auf dem Bauernhof zu vergrößern.

Auf der Biofach hat der Käse-Hersteller nicht nur das Engagement der Landwirte für mehr Nachhaltigkeit vorgestellt, sondern auch einige Produkt-Neuheiten präsentiert. Ganz neu ist etwa der Chimichurri – ein sehr würziger Schnittkäse mit grünen Kräutern, Knoblauch und Chili-

Pfefer. Es gibt einen neuen Ziegenkäse mit Bockshornklee und einen mit Gartenkräutern, einen Herbstkäse mit Trüffel und einen Frühlingkäse mit grünem Spargel. Gut in Deutschland angekommen sei auch der ‚Grande rouge‘, ein zwölf Kilogramm schwerer und vier Monate lang gereifter Rotkulturkäse.

Insgesamt umfasst Bastiaansens Sortiment aktuell über 80 verschiedene Käsesorten. Für den Vertrieb der Fachhandelsmarke Bastiaansen in Deutschland ist die Jelitta GmbH aus Starnberg (Bayern) zuständig. Seit vier Jahren arbeitet das Unternehmen außerdem mit der holländischen Vandersterre Cheese Family zusammen, die den Käse unter der Marke Landana Organic in die Regale des konventionellen Lebensmitteleinzelhandels bringt. „Wir haben einen starken Partner gesucht und gefunden“, meint Marja Bastiaansen dazu. Durch die Zusammenarbeit seien jetzt mehr als 50 Mitarbeiter im Verkaufsbereich aktiv.

„15 Prozent Bio schaffen wir nicht nur mit dem Fachhandel“, so die Vertriebsleiterin mit Blick auf das niederländische Bio-Ziel. Die Marke Bastiaansen bleibe weiterhin dem Fachhandel vorbehalten – dem Platz, wo man noch Geschichten erzählen könne. Aber: „Jeder Bio-Einkauf hilft.“ Es gelte, Bio dorthin zu bringen, wo die Leute einkaufen.

Lena Renner





Matias Boem / COA (Deutsch-Ukrainische Kooperation Ökolandbau)

Anastasiia Bilych von Arnika Organic bei der Veranstaltung ‚Ukraine: One year after the beginning of the war – innovation power of organic farmers and global supporting strategies‘



zVfg

Anna Nikova, Direktorin des Unternehmens UAB Global Ocean Link Lithuania (GOL LT)

Bio-Ukraine – Mutig, innovativ, Zukunft im Blick

Auf der Biofach 2023 vom 14. bis 17. Februar in Nürnberg zeigten 23 Bio-Unternehmen ihre Angebote aus der Ukraine erneut mit einem starken Auftritt und einem eindrücklichen Exportwachstum im Verlauf von 2022.

Organisiert wurde der offizielle ukrainische Auftritt erneut durch die staatliche ukrainische Institution ‚Entrepreneurship and Export Promotion Office‘ (EEPO) unter der Schirmherrschaft des Ministeriums für Agrarpolitik und Ernährung der Ukraine (MAPF). Die Finanzierung erfolgte von Seiten Deutschlands durch die ‚Deutsch-Ukrainische Kooperation Ökolandbau‘ (COA) und die GIZ, von Seiten der Schweiz durch das ‚Quality Food

Trade Program‘ (QFTP) sowie weitere Partner.

Bio-Exportwachstum trotz Kriegsjahr 2022

Trotz des seit rund einem Jahr ausgeweiteten russischen Angriffskriegs und aller Schwierigkeiten, mit denen sie konfrontiert sind, exportieren ukrainische Bio-Unternehmen weiterhin – mit wachsendem Erfolg: Laut einer Analyse der ukrainischen Zertifizierungsstelle ‚Organic Standard‘, basierend auf Zahlen der EU-Datenbank TRACES, exportierte die Ukraine im Jahr 2022 225.814 Tonnen Bioprodukte in die EU und die Schweiz, ein Anstieg um 13 Prozent im Vergleich zu 2021. Mit Blick auf die gesamte Agrarbranche zeigt sich diese Leistung als besonders beeindruckend. Insgesamt sind die Anbauflächen im Kriegsjahr 2022 um 25 Prozent zurückgegangen. Die Resilienz und

Widerstandsfähigkeit der ukrainischen Bio-Landwirtschaft stützt sich gemäß Einschätzung des ukrainischen Branchennetzwerks ‚Organic Initiative‘ auf die klassischen Stärken der Bio-Methode, die sich im Kriegs- und Krisenmodus jedoch als erstaunlich wirksam beweisen. Auf den Punkt gebracht: Der ökologische Landbau ist weniger anfällig als die intensive konventionelle Produktion.

Ukraine – Ein Jahr nach dem Krieg – Innovationskraft ökologischer Betriebe

Die Veranstaltung ‚Ukraine – Ein Jahr nach Kriegsbeginn – Innovationskraft ökologischer Betriebe‘ wurde von EEPO und COA (Deutsch-Ukrainische Kooperation Ökolandbau) organisiert. Eröffnet wurde die Veranstaltung von Dr. Ophe-

lia Nick, Staatssekretärin im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, und Taras Vysotsky, erster stellvertretender Minister des Ministeriums für Agrarpolitik und Ernährung der Ukraine.

Gemäß dem Motto ‚Zusammen sind wir stark!‘ waren alle großen Organisationen des ökologischen Landbaus auf der Veranstaltung vertreten, darunter Olena Korogod von Organic Ukraine, Eugene Milovanov von Organic Federation of Ukraine, Evgenya Yushchenko von Biodynamika Ukraina und Irina Kazakova von Permaculture Ukraina.

Während der Veranstaltung präsentierte COA als Erstaufführung den Film ‚Ukraine 2023: Organic Agriculture one Year after Beginning of the War. We go ahead!‘ Auf beeindruckend einfühlsame Weise zeigt die Dokumentation die wichtigsten Aspekte des Lebens und der Arbeit der vielfältigen Bio-Betriebe in der Ukraine im Jahr 2022 auf zu finden auf youtube unter: ukraine 2023 organic farming).

Ukraine will win – because we can and because we must

Neben – im ukrainischen Vergleich – kleineren Betrieben umfasst die ukrainische Biobranche auch Großbetriebe wie die ‚Agroindustrial Group Arnika Organic‘. Anastasiia Bilych, Fachfrau für Sustainable Development in Agribusiness und Market Analyst bei Arnika Organic, betont: In der ukrainischen Biobranche können sich die Unternehmen gerade durch die unterschiedliche Größe und Ausrichtung gegenseitig ergänzen und unterstützen.

In ihrer viel beachteten Rede im Rahmen der Veranstaltung ‚Ukraine – Ein Jahr nach dem Krieg – Innovationskraft ökologischer Betriebe‘ richtete sich Anastasiia Bilych, mit einem zuversichtlichen Appell sowohl an die ukrainische Biobranche wie die internationalen Partner: „Ukraine will undoubtedly win, because we can, and because we must! So, my message to organic businesses in Ukraine: Be united in your efforts to develop the domestic market, stay competitive, create value beyond organic and current circumstances. And the message

Deutschland mit starkem Engagement

Die ukrainischen Aktivitäten werden seit 2016 auch vom Projekt ‚Deutsch-Ukrainische Kooperation Ökolandbau‘, das vom deutschen Landwirtschaftsministerium finanziert wird, gefördert. Geleitet wird das Projekt von Dr. Stefan Dreesmann, der zuvor 18 Jahre als Referent für ökologischen Landbau im Niedersächsischen Ministerium für Landwirtschaft und Ernährung tätig war. Das Projekt unterstützt die ukrainische Regierung bei der Entwicklung und Umsetzung eines eigenen ukrainischen Gesetzes für den ökologischen Landbau und beim Aufbau einer digitalen Wissensplattform für den ökologischen Landbau in der Ukraine. Zudem fördert das Projekt die Organisationen für den ökologischen Landbau in der Ukraine im Rahmen von Messen, Veranstaltungen, Wissenstransfer und einigem mehr.

Seit Beginn des Angriffs Russlands auf die Ukraine initiiert das Projekt außerdem gezielt Hilfsaktionen für die ökologischen Betriebe in der Ukraine und setzt sie um. Hierzu gehört unter anderem die Spendenkampagne der Zukunftsstiftung Landwirtschaft ‚Nothilfe Ukraine Ökolandbau‘, in deren Rahmen rund 600.000 Euro gesammelt wurden, oder Lieferungen von Batterien an die Ökoorganisationen in der Ukraine, mit der die vielen Stromunterbrechungen durch die Zerstörung der Energie-Infrastruktur seitens der russischen Armee wirksam überbrückt werden können. Auch die Unterstützung der Ukraine beim Auftritt auf der Biofach gehört zu den Aufgaben des Projektes.

www.coa-ukraine.com/de/

to the international audience: Be supportive and believe in Ukraine!“ (Auf Deutsch: „Die Ukraine wird mit Sicherheit gewinnen, weil wir es können und weil wir es müssen! Daher meine Botschaft an die Bio-Unternehmen in der Ukraine: Seien Sie sich einig in Ihren Bemühungen, den heimischen Markt zu entwickeln, wettbewerbsfähig zu bleiben

und einen Mehrwert zu schaffen, der über den ökologischen Landbau und die aktuellen Umstände hinausgeht. Und die Botschaft an das internationale Publikum: Seien Sie unterstützend und glauben Sie an die Ukraine!“).

Logistik: Innovative Lösungswege mit Zukunft

Logistikalternativen zur traditionellen Schwarzmeer-Logistik kommt eine große und wachsende Bedeutung zu. Hier kann Anna Nikova, Direktorin des Unternehmens UAB Global Ocean Link Lithuania (GOL LT) Unterstützung bieten: „GOL LT wurde 2017 in Vilnius gegründet, 2022 gefolgt von GOL Poland in Gdansk (Danzig). Unsere Wurzeln liegen in der Ukraine, wo unsere Muttergesellschaft 2009 in Odessa gegründet wurde.“ Die Unternehmensgruppe umfasst heute rund 200 Beschäftigte. GOL bietet einen umfassenden Logistik-Service für den intermodalen Gütertransport mit der sequentiellen Nutzung mehrerer Verkehrsträger. Bereits anfangs 2020 haben Global Ocean Link Ukraine und Lithuania erfolgreich einen Containerzugdienst zum CTT-Terminal in Rotterdam, Niederlande, getestet. Heute bedient GOL über diese gut eingespielten Logistikwege Länder wie Polen, Deutschland, Belgien die Niederlande und mit Blick auf die Mittelmeer-Verschiffung auch Slowenien.

Anna Nikova erinnert sich: „Aufgrund unserer Erfahrungen konnten wir nach Beginn des russischen Angriffskriegs im Februar 2022 kurzfristig unsere Dienstleistungen im Intermodalen Gütertransport auf der Schiene als Alternative und funktionierende Lösung anbieten. Zeitweise war dies die einzige real funktionierende Logistiklösung.“

Anna Nikova und ihr Team sind stark als Logistikpartner der ukrainischen Biobranche engagiert: „As one of our specialties we are a reliable partner for the organic producers. I’m ‘organic at heart’ and as a Ukrainian especially to the organic sector in my native country – but also worldwide!“ (Auf Deutsch: „Als eine unserer Stärken sind wir ein verlässlicher Partner für die Bio-Produzenten. Ich bin 'Bio im Herzen' und als Ukrainerin vor allem für die Bio-Branche in meinem Heimatland – aber auch weltweit!“)

Peter Jossi

Bio-Ukraine – Zuversichtlicher Zukunftsblick trotz allem

bioPress (Peter Jossi) befragte in Kooperation mit dem Quality Food Trade Program einige Vertreter der ukrainischen Bio-Branche zu ihren Perspektiven über die aktuelle Situation hinaus.



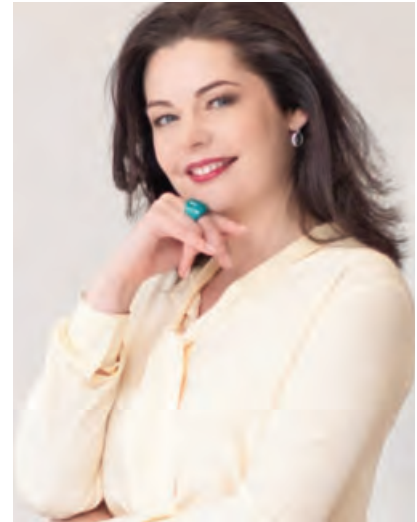
Andrii Olefirenko, Gründer, Organic Original LLC, TM Ecorod

„Das Unternehmen Organic Original wurde 2011 gegründet und ist einer der Pioniere des sich entwickelnden ukrainischen Marktes für Bio-Produkte. Die Produkte des Unternehmens werden unter der Marke Ecorod hergestellt, sind nach den EU-Bio-Standards zertifiziert und mit dem offiziellen EU-Bio-Logo ‚Euroleaf‘ gekennzeichnet.

Wir erwarten, dass sich unser Bio-Sektor im Einklang mit der wirtschaftlichen Situation in der Ukraine erholen wird. Ich gehe davon aus, dass diese Erholung sehr schnell erfolgen wird, erstens dank der Hebung des Geistes der ukrainischen Gesellschaft. Zweitens hoffe ich auf liberale Reformen, die es der ukrainischen Wirtschaft ermöglichen, durchzuatmen und sich schnell zu erholen. Drittens dank der Hilfe von Partnern aus Westeuropa und anderen.“

„Alta Kraina ist ein ukrainisches Handelsunternehmen, das sich auf den Import und Export von Bio-Zutaten für die Lebensmittelindustrie spezialisiert hat (konzentrierte Säfte, Fruchtpürees, Tomatenmark, gefrorene und gefriergetrocknete Beeren und vieles mehr). Wir entwickeln rasch unsere eigene Produktion von gefrorenen Bio-Beeren und konzentrierten Säften.

Der Krieg ist zur Routine geworden. Jeden Tag wache ich mit der Überzeugung auf, dass wir heute den Sieg davontragen werden. Dies ist die wichtigste Erwartung. Was wird als nächstes passieren? Dann wird es ein friedliches, sicheres Leben für alle in der Ukraine geben.“



Alla Ponomarenko, Inhaberin, Alta Kraina LLC



Roman Diazhuk, Inhaber, Danube Agrarian Ltd.

„Danube Agrarian befindet sich ganz im Süden der Ukraine auf 2.000 Hektar Bioland, das von der ukrainischen Bio-Zertifizierungsstelle Organic Standard, BIO SUISE, COR, EU-BIO, GRASP-GLOBAL G.A.P. zertifiziert ist. Unser Unternehmen befindet sich im Dorf Sajfany in der Region Odessa am 45. ‚goldenen‘ Breitengrad, der als Mitte unseres Planeten und als das Gebiet mit den günstigsten Bedingungen für den Anbau von Obst, Gemüse und Wein gilt.

Wir freuen uns sehr auf den Sieg, wir glauben, dass die Ukrainer in Frieden nach Hause zurückkehren werden, damit wir gemeinsam die Ukraine aufbauen können. Was unser Unternehmen betrifft, planen wir bereits neue Richtungen: Verarbeitung, Gewächshäuser, Weinherstellung, Ökotourismus, Förderung der ökologischen Produktion, Veranstaltung von Shows und Festivals, damit möglichst viele Menschen die Ukraine und unsere Region kennenlernen.“



Quelle: Stefan Dreesmann / COA (Deutsch-Ukrainische Kooperation Ökolandbau)

Together we are strong – alle Teilnehmer der Biofach-Veranstaltung 'Ukraine: One year after the beginning of the war – innovation power of organic farmers and global supporting strategies'

Bio-Ukraine - widerstandsfähig, resilient, exportstark

Interview mit Taras Vysotzkyi

Im Kriegsjahr 2022 bewies die ukrainische Biobranche mit einem Exportwachstum ihre Widerstandsfähigkeit. bioPress hat Taras Vysotzkyi, erster stellvertretender ukrainischer Landwirtschaftsminister, zu den Hintergründen dieser Erfolgsgeschichte befragt.

bioPress: Trotz des russischen Angriffskriegs ist die ukrainische ökologische Landwirtschaft durch weiteres Wachstum und erfolgreiche Entwicklung gekennzeichnet. Was sind die wichtigsten Gründe für diese Resilienz?

Taras Vysotzkyi: Unter den schwierigen

Bedingungen der russischen Aggression gegen die Ukraine spitzten sich die Probleme auf den Agrarmärkten und insbesondere auf den Bio-Märkten zu, was unter anderem auf die Zerstörung von Produktionsanlagen und die Sperrung von Seewegen für Exporte aus der Ukraine zurückzuführen ist.

Politische Initiativen der EU-Kommission, die im Rahmen vom Green Deal ergriffen wurden, machen die ökologische Landwirtschaft zum Trend in den EU-Mitgliedsstaaten. Darum nimmt die Nachfrage nach ukrainischen biologischen Produkten auf den Außenmärkten zu, und die Ukraine bleibt weiterhin aktiver Player und zuverlässiger Lieferant von biologischen Produkten, indem sie alternative Exportmöglichkeiten sucht.

2022 betrug das ukrainische Exportvolumen von biologischen Produkten in die EU und die Schweiz 225.814 Tonnen. Damit liegt dieser Kennwert um 13 Prozent höher als im Jahre 2021. Dieses Ergebnis konnte unter anderem dank dem Umstand erreicht werden, dass sich die ganze Welt zusammenschloss, um die Ukraine und insbesondere ihre ökologische Landwirtschaft zu unterstützen. Dank internationalen Gebern konnten Förderprogramme in Gesamthöhe von über 900.000 US-Dollar umgesetzt werden. Die Zuschüsse boten die Möglichkeit, die ökologischen Betriebe während des Krieges weiterzuführen, ermutigten die Betreiber, weiterhin an internationalen Ausstellungen teilzunehmen und nach Möglichkeiten zu suchen, den ➤



Quelle: Stefan Dreesmann / COA (Deutsch-Ukrainische Kooperation Ökolandbau)

Messerundgang im Rahmen der Biofach 2023 mit Landwirtschaftsminister Cem Özdemir (Mitte) sowie dem ersten stellvertretenden ukrainischen Landwirtschaftsminister Taras Vysotzkyi (g. re.).

Absatz und die Exportmöglichkeiten zu erweitern.

Die Maßnahmen zur Aufhebung von Importtarifen und Quoten für ukrainische Waren sowie zur Einstellung der zusätzlichen Kontrolle über die in die EU auszuführenden biologischen Produkte wirkten sich positiv auf das Exportpotential der ökologischen Landwirtschaft in der Ukraine aus. Zurzeit liefern ukrainische Exporteure biologische Produkte auf die EU-Märkte ohne zusätzliche Kontrollen. Es ist ein wichtiger Faktor für die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der ukrainischen ökologischen Landwirtschaft. Zu Beginn der russischen Invasion gab es einige Probleme bei der Versorgung der Bevölkerung mit Nahrungsmitteln. Diese wurden durch massenhafte Migration der

Bevölkerung in die westlichen Regionen der Ukraine und ins Ausland, vernichtete Lieferungsketten, zerstörte Infrastruktur und die Schließung einiger Handelsketten verursacht. Trotz dieser Probleme steht den ukrainischen Verbrauchern heute ein breites Lebensmittelsortiment, insbesondere ökologisch hergestellte Lebensmittel, zur Verfügung.

bioPress: Wie können unsere Partner in Westeuropa, vor allem Deutschland und die Schweiz, aus der Sicht der aktuellen Situation und der nahen Zukunft diesen Erfolg unterstützen und verstärken?

Vysotzkyi: Angesichts des andauernden Kriegszustands in der Ukraine besteht weiterhin die Gefahr, dass insbesondere Klein- und Mittelunternehmen schließen müssen, weil die Kosten für die ökologi-

sche Zertifizierung und die Anschaffung der für die Bio-Produktion zugelassenen Pflanzenschutz- und Düngemittel für sie heute eine zu hohe finanzielle Belastung darstellen. Unter diesen Bedingungen ist es wichtig, die Leistungsfähigkeit der ökologischen Landwirtschaft in der Ukraine mittel- bis langfristig zu erhalten und die Zusammenarbeit mit internationalen Partnern in diesem Bereich fortzuführen.

Als Beispiele für gelungene Zusammenarbeit dienen unter vielen anderen das schweizerisch-ukrainische Quality Food Trade Program (QFTP), das von der Schweiz finanziert und von dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL, Schweiz) in Partnerschaft mit der Fa. SAFOSO AG (Schweiz) umgesetzt

wird, sowie das Projekt ‚Deutsch-ukrainische Zusammenarbeit im Bereich Ökolandbau‘ (COA). Im Rahmen dieser Zusammenarbeit werden Experten einbezogen, um Rechtsvorschriften für biologischen Landbau, Umlauf und Kennzeichnung von biologischen Produkten zu entwickeln, Informations- und Weiterbildungsmaßnahmen für Vertreter der ökologischen Landwirtschaft durchzuführen, Kontrolleure der zuständigen Behörde für staatliche Kontrollen über die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen durch Marktteilnehmer vorzubereiten und ukrainische Hersteller bei der Teilnahme an verschiedenen, auch internationalen Messen zur Präsentation und Promotion inländischer Produkte auf den Außenmärkten zu unterstützen.

Da die Entwicklung des Bio-Marktes eine der Prioritäten der ukrainischen Agrarpolitik ist, bleibt die fachliche Unterstützung durch die Projekte der internationalen technischen Hilfe unter den aktuellen schwierigen Bedingungen besonders aktuell. Darum hoffe ich, dass die Fortsetzung dieser Zusammenarbeit nach den oben angegebenen Schwerpunkten zur Stärkung des nationalen Potentials des Biolandbaus beitragen wird.

bioPress: Die EU-Integration der Ukraine ist von der wichtigsten Bedeutung für den Agrarsektor, insbesondere für ökologische Landwirtschaft. Welche Maßnahmen (rechtlicher, normativer und logistischer Art) sind heute am wichtigsten?

Vysotzkyi: Die ökologische Landwirtschaft wie auch die Agrarindustrie im Allgemeinen leiden heute durch den Krieg. Aber schon heute denken wir über den Wiederaufbau der Ukraine nach, der die Ukraine der europäischen Gemeinschaft näherbringen soll. Der EU-Beitrittskandidatenstatus der Ukraine ist ein klares Zeugnis davon. Neben der Umsetzung des nationalen Rechts arbeiten wir heute an seiner Anpassung an die neuen EU-Regelungen im Bereich von Produktion, Umlauf und Kennzeichnung der Bio-Produkte.

Zu den prioritären Aufgaben gehört auch die Schaffung der Rahmenbedingungen, die den gewissenhaften biologischen Herstellern, die heute nach den EU-Normen arbeiten, erlauben, im Rahmen des nationalen Rechts zu wirtschaften. Diese Rahmenbedingungen sichern einen gesunden Wettbewerb auf dem Markt. Der

Verbraucher bekommt eine Garantie dafür, dass die erworbenen Produkte seinen Erwartungen entsprechen: Diese Garantie bietet das entsprechende Kontrollsystem, das mit der Schaffung des nationalen Rechtsfelds möglich sein wird. Diese Ziele beschreiben die generelle Richtung hin zur Entwicklung des Bio-Marktes und zur Schaffung des Vertrauens der Verbraucher in die Produkte mit dem Bio-Zeichen.

Am 23. September des Vorjahres feierte die Ukraine mit den anderen EU-Mitgliedsstaaten zum ersten Mal den EU-Bio-Tag. Damit bekräftigte sie nochmals ihre europäischen Integrationsbestrebungen und die Treue gegenüber dem Europäischen Green Deal.

bioPress: Die ökologische Landwirtschaft entwickelt sich auch auf dem Binnenmarkt. Wo liegen hier die wichtigsten Ziele, Herausforderungen und Hausaufgaben?

Vysotzkyi: In den letzten Jahren war auf dem ukrainischen Binnenmarkt die Erweiterung des Sortiments von Bio-Produkten und der Absatz über wichtige Handelsnetze festzustellen. Das ukrainische Ministerium für Agrarpolitik und Ernährung schuf in Kooperation mit der Bio-Gemeinschaft die Voraussetzungen dafür, dass in naher Zukunft auf den Regalen ukrainischer Geschäfte die Produkte erscheinen, die gemäß den nationalen Rechtsvorgaben zertifiziert und mit dem staatlich anerkannten Bio-Zeichen gekennzeichnet sind.

Zum heutigen Zeitpunkt ist die Schaffung des nationalen Rechtsrahmens für ökologische landwirtschaftliche Produktion, Umlauf und Kennzeichnung der Bio-Produkte abgeschlossen. Dieser Rahmen bestimmt wichtige Grundsätze und Anforderungen an den Biolandbau, legt Arbeitsprinzipien von Verwaltungsstellen und Marktteilnehmern fest und stellt die Kontrolle in diesem Bereich sicher. Der Start dieses Rechtsrahmens ist im Moment ‚auf Pause‘ gesetzt, weil es noch in der Ukraine keine Zertifizierungsstellen gibt, die gemäß den nationalen Standards akkreditiert sind, und keine Unternehmen, deren Produktion gemäß dem ukrainischen Recht zertifiziert ist. Es ist zum einen auf die Situation zurückzuführen, die in der Ukraine wegen des russischen Angriffskriegs zu Stande kam.

Zum anderen hat es mit einem langen Verfahren zur Akkreditierung der Zertifizierungsstellen gemäß den nationalen Standards zu tun, was eine wichtige Voraussetzung ist, um Bio-Produkte gemäß dem ukrainischen Recht zertifizieren zu können.

In diesem Zusammenhang hat das Agrarministerium zurzeit keine Möglichkeit, das staatliche Register der Zertifizierungsstellen für Bio-Produkte zu erstellen sowie die Bio-Betriebe, deren Produktion und/oder Warenverkehr gemäß dem ukrainischen Recht zertifiziert sind, ins staatliche Register der Bio-Betriebe einzutragen.

Es sei anzumerken, dass in der Vorkriegszeit die Prüfungen für Kontrolleure der ökologischen Landwirtschaft durchgeführt wurden, wobei 31 Kontrolleure anerkannt wurden. Dies ermöglichte, das Verfahren zur Akkreditierung der Zertifizierungsstellen in der nationalen Akkreditierungsagentur der Ukraine zu beginnen. Der erfolgreiche Abschluss dieser Akkreditierung gibt dem Agrarministerium die Möglichkeit, staatliche Register für Bio-Betriebe, Zertifizierungsstellen, ökologisches Saatgut und Pflanzmaterialien aufzufüllen.

Trotz der aktuellen Schwierigkeiten legte die Ukraine langfristige Indikatoren für die Entwicklung der ökologischen Landwirtschaft bis 2030 fest. Die nationale Wirtschaftsstrategie 2030 sieht die Erhöhung der ökologisch bewirtschafteten Flächen bis auf mindestens drei Prozent der landwirtschaftlichen Nutzflächen und die Steigerung des Exportes von Bio-Produkten bis auf eine Milliarde US-Dollar vor. Ich habe keinen Zweifel an den großen Perspektiven des biologischen Landbaus in der Ukraine, weil biologische Hersteller ihrem Geschäft treu bleiben und sich bei der Erzielung positiver Effekte in Kooperation mit der ganzen zivilisierten Welt unbeugsam zeigen. Darum besteht unsere Hauptaufgabe als eines Ressorts, das für die Politik in diesem Bereich zuständig ist, darin, durch die Synchronisierung des ukrainischen Rechts mit dem der Europäischen Union und die Integration des ukrainischen Bio-Marktes in den der EU-Mitgliedsstaaten die Entwicklung des Bio-Sektors maximal zu fördern.

Interview: Peter Jossi mit Unterstützung des deutschen Projektes COA



Coop Genossenschaft

Coop Schweiz feiert 30 Jahre Naturaplan

Die erste Bio-Marke im Schweizer Detailhandel (LEH) feiert einen runden Geburtstag: 1993 lancierte Coop in Zusammenarbeit mit Bio Suisse die Marke Coop Naturaplan. Seit drei Jahrzehnten setzt sich Coop unter dieser Eigenmarke für umwelt- und tiergerechte Produkte sowie nachhaltige Projekte ein.

„Coop und Bio Suisse ist es gelungen, den Bio-Landbau gemeinsam aus der Nische zu führen. Ohne die Unterstützung von Coop wäre ein Bio-Angebot in dieser Breite kaum möglich geworden“, erklärt Urs Brändli, Präsident von Bio Suisse. Seit 1993 hat sich die Zahl der Schweizer Bio-Bauernbetriebe mehr als vervielfacht.

Dabei fördert Coop den Bio-Landbau nicht nur über den Vertrieb von Produkten. Seit 1997 unterstützt der Händler im Rahmen einer engen Kooperation die Arbeit des Forschungsinstituts für biologischen

Landbau (FiBL). Mit dem 2003 lancierten ‚Coop Fonds für Nachhaltigkeit‘ unterstützt Coop überdies Projekte zur Förderung der Nachhaltigkeit und der Bio-Forschung im Umfang von jährlich 16,5 Millionen Franken. Insgesamt hat Coop damit bereits über 300 Millionen investiert.

Im aktuellen Sortiment bei Coop gebe es kaum ein Lebensmittel, das nicht in Bio-Qualität erhältlich ist. Seit 2013 werden auch zahlreiche Schweizer Markenprodukte in Knospe-Qualität im Dualbranding mit Naturaplan angeboten, so etwa

von Rivella oder Zweifel. Des Weiteren finden sich im Sortiment Bio-Produkte aus den Bergen unter dem Label Pro Montagna, alte Sorten unter der Marke ProSpecieRara sowie biodynamische Demeter-Artikel. 54 Prozent der Frischbrote, 46 Prozent der pasteurisierten Milch und 43 Prozent der rohen Eier sind mit der Knospe von Bio Suisse zertifiziert.

Das Naturaplan-Jubiläum feiert Coop mit 200 Neuheiten im Sortiment sowie verschiedenen Attraktionen. Die Coop-Restaurants bieten Jubiläumsmenüs an und in der Coopzeitung sowie über Social Media wird das Engagement von Coop im Bio-Bereich beleuchtet. Reportagen und Hintergrundinformationen zu einzelnen Produktionen und Projekten sollen das Informationsangebot abrunden. Die Produktpalette von Naturaplan soll nicht nur erweitert, sondern auch optimiert werden. Bis Ende 2025 steht etwa die Umsetzung der ernährungsphysiologischen Anforderungen der aktualisierten Naturaplan-Richtlinie im Fokus. Diese sieht unter anderem die Reduktion von Salz und Zucker vor, genauso wie den Einsatz hochwertiger Fette und Vollkorn zugunsten der Menge an Nahrungsfasern (Ballaststoffen).



Handel noch immer Bio-Markttreiber

Der Detailhandel (LEH) wirkt in der Schweiz noch immer als Bio-Markttreiber. In nahezu allen Kanälen sind zumindest Bio-Grundangebote selbstverständlich. Umfassende Bio-Sortimente bietet seit rund 25 Jahren auch der wichtigste Coop-„Mitbewerber“, die Migros. Für den frühen Einstieg und nachhaltigen Erfolg der beiden Kanäle ist ein wichtiges Element entscheidend: Sie sind genossenschaftlich or-

ganisiert und können daher strategische Entscheide langfristig und ohne ständigen Blick auf ein Dividenden erwartendes Aktionariat umsetzen.

Nach vielen Jahren Aufbauarbeit befindet sich neben den regulären Migros-Filialen auch Alnatura auf einem Expansionskurs an teilweise äußerst attraktiven Lagen. Dabei ist zu beachten: Der Alnatura-Erfolg in der Schweiz basiert zu einem nicht geringen Maß auf der strategischen Kooperation mit der Migros-Genossenschaft Zürich als innovativstem Teilverband des marktmächtigen Migros-Genossenschafts-Bundes (MGB).

Eher ein Nischendasein fristet in der Schweiz auch der klassische Biofachhandel, obwohl Großhandelsunternehmen wie die Bio Partner AG dieses Segment mit innovativen Konzepten und professioneller Vermarktungsunterstützung weiterentwickeln. Der Spielraum ist und bleibt jedoch letztlich beschränkt. Mittlerweile bieten nahezu alle Detailhandelskanäle (LEH) bis hin zu den nun auch in der Schweiz verankerten Lidl- und Aldi-Ketten relativ umfassende Bio-Sortimente an.

Die Position als europäisches Bio-Vorzeigeland musste die Schweiz bereits vor einigen Jahren an Dänemark abtreten. Dies hat einen konkreten Grund: Im Bereich der Gemeinschaftsverpflegung, namentlich bei den öffentlich-staatlichen Angeboten, bestehen zwar viele gute Initiativen. Insgesamt nimmt die Schweiz aber im europäischen Vergleich eine Nachzügler-Rolle ein.

Peter Jossi

Coop-Gruppe Genossenschaft – europaweit für Nachhaltigkeit

Dass die offizielle Unternehmens-Bezeichnung ‚Coop-Gruppe Genossenschaft‘ eher juristisch-sperrig daherkommt, ist kein Zufall. In der Vermarktung und Kommunikation tritt Coop mit den jeweiligen zum Genossenschafts-Universum gehörigen Unternehmensnamen auf.

In der Schweiz gehören zur Coop-Gruppe neben dem schweizweit flächendeckenden Filial-Netz im Detailhandel (LEH) eine Reihe Handelsbeteiligungen sowohl im Groß- als auch Gastrohandel. Coop verfügt zudem nach wie vor über genossenschaftseigene Verarbeitungsbetriebe, wie etwa ‚Swissmill‘, die als größte Schweizer Mühle mitten in Zürich produziert, erkennbar am großen Siloturm ‚Kornkammer‘.

Eher wenig bekannt: Coop ist auch ein europaweiter Player mit Schwerpunkt

im Groß- und Gastrohandel, allen voran das Transgourmet-Unternehmensnetzwerk. Anfang 2011 übernahm die Coop Genossenschaft die Transgourmet-Gruppe zu 100 Prozent. Die Nachhaltigkeitszielsetzungen setzt die Coop-Gruppe auch in diesen Kanälen um, wenn auch mit unterschiedlichen Umsetzungsplänen je nach Länderumfeld.

Bis kurz nach der Ausweitung des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine war die Coop-Gruppe sogar in Russland präsent. Im Frühling 2022 erfolgte der strategische Entscheid, die Geschäftsaktivitäten in Russland einzustellen. Die zur Unternehmensgruppe gehörigen Firmen Selgros und Global Foods wurden im Rahmen eines Management Buyouts vor Ort weitergeführt. Damit konnte den betroffenen Mitarbeitenden eine Perspektive gegeben werden.



Bestseller-Autor Paul Hawken sowie Linley Dixon und Dave Chapman vom Real Organic Project (v.l.n.r.) beantworten Publikumsfragen.

Bio im Boden lassen

Real Organic-Landwirte kämpfen für ihre Arbeit

Bio ist nicht gleich Bio. In den USA verwässern Hydroponik-Produkte und solche aus Massentierhaltung den staatlichen Bio-Standard und machen den Landwirten, die noch ‚echtes Bio‘ produzieren, das Leben schwer. Wie konnte es dazu kommen? Und wie können sich Bio-Bauern gegen die Billigprodukte der Konkurrenz durchsetzen? Unter dem Motto ‚Geschichten von der Front‘ erzählten Mitte Januar 13 Referenten des Real Organic Projects (ROP) von ihrem Engagement.

„Vor 15 Jahren gab es noch 30.000 Naturkostläden, überall in den Vereinigten Staaten“, sagte Alan Lewis von der Naturkostkette ‚Natural Grocers‘. „Heute sind es nur noch 3.000.“ Die Handelsrie-

sen Walmart, Costco, Target, Kroger und Safeway kontrollierten 80 Prozent des gesamten Lebensmittelmarktes und 95 Prozent dieses Marktes würden von konventionellen Produkten eingenommen. Wie die Naturkostläden verschwinden auch die Kleinbauern vom Markt. „Die Distributoren behalten einen zu großen Anteil des Geldes“, erklärte Bio-Landwirt Javier Zamora. Die Farmer bekämen teilweise nur 40 Prozent, wobei sie 75 Prozent bräuchten, um ihre Existenz zu sichern. Die Konsumenten müssten für dieses Problem sensibilisiert werden.

Vom nationalen Bio-Programm zur Hydroponik

„Bio muss eine Vereinigung sein“, meinte Dave Chapman, Geschäftsführer des Real Organic Projects. Aufgewachsen auf einem konventionellen Milchviehbetrieb zog er nach Vermont und gründete dort schon 1985 die ‚Vermont Bio-Farmer‘. „Das USDA (Landwirtschaftsministerium) hasste Bio und war gezwungen, das nationale Bio-Programm (NOP) ins Leben zu rufen“, erinnert er sich an die Anfänge von staatlichem Bio in den Vereinigten

Staaten. Im Jahr 2002 wurden die ersten Produkte mit dem Bio-Siegel des USDA zertifiziert.

„Noch 2010 hat das National Organic Standards Board (NOSB) fast einstimmig empfohlen, die Bio-Zertifizierung von Hydroponik zu verbieten“, erzählte Francis Thicke, der als Landwirt selbst im NOSB mitwirkt und Mitglied des ROP-Vorstands ist. Erst 2017 kam es dann zur verhängnisvollen Abstimmung, bei der das USDA Hydroponik im Bio-Anbau erlaubte. „Über 1.200 Lobbyisten spenden pro Jahr 350 Millionen Dollar für die Agrarindustrie“, erklärte Thicke. Auch die vier Sitze, die im NOSB von Landwirten besetzt werden, könnten von Vertretern der Agrarindustrie eingenommen werden.

„Es gab eine riesige Opposition aus Landwirten, aber sie wurden nicht gehört“, bedauert Emily Oakley, Mitglied des ROP-Beirats, – anders als die Koalition für Hydroponik, die bei jedem Treffen des NOSB anwesend gewesen sei. „Geld ist der einzige Grund, um Hydroponik als Bio zu zertifizieren“, stellte Chapman klar. Die große Mehrheit amerikanischer

Bio-Landwirte sei gegen Hydroponik und Massentierhaltung im Ökolandbau. Nachdem die Abstimmung über den Boden als Grundlage des Ökolandbaus verloren wurde, nahm die Bewegung für „echtes Bio“ richtig an Fahrt auf.

„Wir haben keine Macht darüber, welcher Druck auf das NOSB ausgeübt wird“, stellte Oakley fest. „Aber wir können kontrollieren, welchen Input und welche Methoden wir auf unserer Farm verwenden. Wir können uns dem Real Organic Project anschließen und eine eigene Zertifizierung bekommen.“

„Das USDA bricht seine eigenen Gesetze.“

Wie wertvoll Boden ist, machte Bestseller-Autor Paul Hawken klar, der gerade an einem Buch über das Thema arbeitet. „Es ist außergewöhnlich, was da unten abgeht – und wir haben keine Ahnung davon“, meinte er. Bei jedem Schritt auf Boden trete man gewissermaßen auf 12.000 Insekten unter der Oberfläche. Das Bodenleben sei höchst komplex und man solle dem Boden daher respektvoll und demütig begegnen.

Viel Mut und Enthusiasmus versprühte Dru Rivers in ihrer Rede, die schon seit 40 Jahren als Landwirtin tätig ist und mittlerweile 400 Hektar zertifizierte Bio-Fläche bestellt. „Bio ist meine Religion, ich lebe es jeden Tag – es ist fast wie atmen“, sagte sie. Das gehe weit über das hinaus,

was das Landwirtschaftsministerium als Bio definiert. Ihr aktivistisches Bio-Manifest: „Fang zu Hause an, sei freundlich, gib niemals auf.“ Bio sei keine Mode, sondern gekommen, um zu bleiben. „Die Zeit zu handeln ist jetzt!“

„Wir sind eine Bewegung, keine Marke.“

Welche Auswirkungen Hydroponik auf die Umwelt haben kann, führte Hugh Kent, Heidelbeerfarmer und eines der ersten Mitglieder des Real Organic Projects, dem Publikum drastisch vor Augen. Nicht nur der Boden von Hydroponik-Farmen ist mit Plastik abgedeckt. Eine weitere Plastikplane über den Hydro-Container-Systemen schützt sie vor Regen und führt zu Erosion am Rande der Planen, wo das Wasser gesammelt nach unten fließt. Alle vier Jahre müsse das Plastik erneuert werden und lande komplett im Müll, so Kent. „Es ist ein sehr billiges System.“ Durch die Plastikabdeckung des Bodens könnten konventionelle Landwirte innerhalb kürzester Zeit auf Bio umstellen – und diejenigen vom Markt verdrängen, die ihre Produkte auf biologischem Boden anbauen.

„Das USDA bricht seine eigenen Gesetze“, klagte Kent an. Bei echtem Bio gehe es darum, den Boden zu verbessern. USDA-Bio bedeute dagegen, Boden zu entfernen und Plastik hinzu-

zufügen. „Das ist Betrug am Bauern, an den Konsumenten und am Planeten.“

Ein Richtungswechsel in der amerikanischen Landwirtschaftspolitik scheint momentan nicht in Sicht. „Das USDA investiert jetzt 3,1 Milliarden Dollar in sogenannte „Partnerschaften für klimafreundliche Rohstoffe“,“ klärte Linley Dixon, Co-Direktorin des ROP auf. Die Liste der Adressaten umfasst Großkonzerne wie Bayer, Coca-Cola, McDonald's, Walmart, Microsoft, Nestlé, Cargill, Costco, Danone und Tyson. Dagegen belaufe sich das gesamte Budget des National Organic Programs lediglich auf 20 Millionen Dollar.

Dennoch bleiben die ROP-Landwirte optimistisch. „Wir müssen bäuerlich geführt und demokratisch bleiben“, meinte Dixon. So wie der deutsche Anbauverband Naturland, der mit seiner bereits 40-jährigen Existenz ein Vorbild für die US-Amerikaner darstellt. Zwar haben die Big Player mehr Ressourcen für Marketing, die ROP-Bauern hätten dafür mehr Authentizität.

„Wir sind eine Bewegung, keine Marke“, stellte Chapman klar. Das Real Organic-Label sei nötig, um mit Kunden in Kontakt zu treten, es sei aber nicht der Zweck des Projekts. Auch Landwirte, die (noch) nicht Bio-zertifiziert oder die strengen Standards des Real Organic Projects noch nicht erfüllen, könnten Teil der Bewegung sein. „Viele von uns haben als konventionelle Landwirte angefangen.“

Lena Renner



LaSelva®

AZIENDA BIOAGRICOLA DAL 1980

**Ketchup di pomodoro
aus italienischen Tomaten – zu 100%**

- ✓ Intensiver, frischer Tomatengeschmack
- ✓ Mit natürlicher Süße aus der Frucht
- ✓ In fünf Sorten - von klassisch bis speziato!

LaSelva – seit über 40 Jahren
Bio-Anbau in der Toskana

www.laselva.bio





Der E-Center Stengel in Fürth konnte im Jahr 2019 mit Hilfe eines regionalen Großhändlers sein Bio-O+G Angebot auf 120 Artikel ausbauen. Der drei-Meter-Aufbau verkaufte in einer Aktion im Eingangsbereich 4.000 Mangos pro Woche. So funktioniert Bio im Mainstream.

Wie werden 30 Prozent Bio umgesetzt?

Selbstständige Lebensmittelhändler zu Verbündeten machen mit Bio-Vollsortimenten

Von 200 Milliarden Euro Lebensmittelumsatz pro Jahr ausgehend, liegt der Bio-Anteil bei rund acht Prozent oder 16 Milliarden Euro. Der Umsatz ist in der aktuellen Krise etwas gesunken. Das wird sich jedoch wie schon in allen Krisen der letzten 30 Jahre kurzfristig wieder erholen. Nach dem aktuellen politischen Willen in Deutschland und der EU soll der Bio-Anteil auf 30 Prozent wachsen. Bei dieser Entwicklung wird sich die Marktverschiebung weg vom Fachhandel weiter auswirken. Die Flucht zum Discounter kann nicht die letzte Antwort sein, ist doch sein Angebot weit weg vom Vollsortiment. Wo stehen heute die Vollsortimenter? Das soll die Umfrage BIO-imSEH 2023 herausfinden und aktuelle Daten liefern.

Bis Ende der 90er Jahre war das Bio-Angebot konzentriert auf die Naturkostfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien) und Hofläden, Abokisten oder kleinteilig in Reformhäusern. Andere Vertriebslinien wie konventionelle Supermärkte oder Discounter hatten keine nennenswerten Angebote. Rewe und damals noch Tengelmann sowie einige Großflächen-Betreiber hatten mit so genannten Bio-Blöcken begonnen. Die Gastronomie war noch gar nicht erwacht.

Dann kam der BSE-Fleischskandal und in dessen Gefolge über Nacht die Grünen ins Bundeslandwirtschaftsministerium. Renate Künast sollte das Vertrauen in die Bauern wieder richten. Sie hat sich für Bio stark gemacht, das 20 Prozent Bio-Ziel ausgerufen und innerhalb eines halben Jahres das lizenzfreie Bio-Siegel geschaffen.

In den folgenden vier Jahren hatten neue Akteure die Bio-Branche völlig verändert, vorne weg die Naturkostfach-Branche. Bioläden mutierten reihenweise zu Bio-Supermärkten. Die haben vorgemacht, dass Bio-Vollsortimente

möglich sind und kein Bio-Konsument irgendeinen Verzicht üben muss.

Die Bio-Blöcke im LEH wurden größer. Edeka kam auf den Plan und hat nachgeholt, was sie verschlafen hatten. Aldi stieg als erster Discounter offensiv ins Bio-Geschäft ein. Die Bio-Eigenmarken wurden der höheren Wertschöpfung wegen zu den profitabelsten Handelsmarken. Und das Marktvolumen explodierte geradezu.

Bio erobert den Mainstream

Im Jahr 2000 hat der bioPress Verlag zusammen mit der CMA eine Umfrage im Lebensmitteleinzelhandel durchgeführt und herausgefunden, dass der Bio-Sortimentsanteil im LEH bei 0,8 Prozent lag. Eine Statistik über die Umsätze gab es noch nicht.

Die aktuellen rund 15,5 Milliarden Euro Bio-Umsatz werden heute nur noch mit etwas mehr als 20 Prozent Anteil im Fachhandel erzielt. Bioprodukte finden sich überall im Lebensmittelhandel. Wer aber ausschließlich rückstandsfreie Lebensmittel in seiner Küche verarbeiten will, findet das dafür notwendige Bio-Vollsortiment hauptsächlich in den Bio-Supermärkten.

Das steigende Ernährungsbewusstsein und die weithin verbreiteten Erkenntnisse über die Folgen der Agrochemie und die Zusatzstoffe in der Nahrungsmittelproduktion, die Forderungen an das Tierwohl und der Beitrag der ökologischen Landwirtschaft zum Klimawandel sind heute die Treiber für Bio. Immer mehr Menschen entscheiden sich für gesunde Ernährung.

Der gesamte Bio-Umsatz belief sich im Jahr 2000 auf zirka 1.600 Millionen Mark. Die Verzwanzigfachung bis heute

soll jetzt weiteren Schub auf 30 Prozent Bio bekommen. Das ergäbe dann ein Bio-Umsatzvolumen von zirka 60 Milliarden Euro. Ein Teil der Steigerung soll mithilfe des politischen Willens in der Außer-Haus-Verpflegung erzielt werden.

Wo finden Verbraucher ihr Bio?

Allerdings wird das gesetzte Ziel nicht ohne die privaten Küchen zu erreichen sein. Auch wenn es einfacher erscheint, wenige Entscheider zu überzeugen die dann viele Essen kochen, als viele Millionen Konsumenten einzeln zu gewinnen, ist die wichtigste Aufgabe noch ungelöst. Wer soll die Brücke vom Acker auf den Teller bauen? Wo stehen die Brückenpfeiler?

Der Biomarkt besteht zurzeit aus viel Konzentration. Auch im Fachhandel dominieren wenige Player, Dennree und Alnatura, sowie einige Bio-Supermarktketten, von denen allerdings aktuell etliche in Schwierigkeiten geraten sind. Die Schere zwischen 2.300 Naturkostfachgeschäften mit Vollsortiment und zehntausenden herkömmlichen Bio-Einkaufsstellen mit viel vom Gleichen und bei weitem keinen Vollsortimenten wird weiter auseinander gehen.

Die Einkaufsstätten mit Bio-Vollversorgung sind in Gefahr, weil die wenigen Outlets keine flächendeckende Versorgung möglich machen. Es wiederholt sich das Tante-Emma-Problem. Die Verbraucher holen sich Teilsortimente in den naheliegenden Einkaufsstätten und nur noch den Rest beim Bio-Vollsortimenter. Kann der das überleben? Dazu kommen die hohen Kosten für relativ kleinstrukturierte Bio-Supermärkte, die

eigentlich eher Selbstbedienungsläden mit durchschnittlich weit unter 600 Quadratmeter sind. Die Kosten im Lebensmitteleinzelhandel orientieren sich wie auch die Kundenfrequenz an den heutigen Strukturen für Supermärkte. Das sind größere Flächen, eine größere Anzahl an Mitarbeitern, Kundennähe, Service-Orientierung, angepasste Einkaufsumgebungen und moderne Management-Methoden. Kurz: Supermärkte sind Bio-Läden und Bio-Supermärkten betriebswirtschaftlich überlegen.

Im Supermarkt fehlen die Bio-Vollsortimente

Aktuell ist im Biomarkt ein Realitätsabgleich gefordert. Mit dem Motto ‚weiter so‘ kann der nicht gelingen. Wenn sich alles verändert, bleibt zurück, wer sich den Aufgaben der neuen Marktverhältnisse nicht stellt.

Die Naturkostbranche ist ein Fachhandel, der nicht ganz Deutschland mit Bio versorgen kann. Macht die Branche ihre Hausaufgaben, bleibt sie die Speerspitze. Dafür müssen sie jedoch verkehrsfähig bleiben und ihre Position als Fachhandel behaupten, nicht als Biomarktführer.

Im LEH lauern andere Probleme: die vorherrschenden Strukturen. 92 Prozent der Abverkäufe sind konventionell. Den Spagat zu Bio wird die Machtstruktur in den Zentren von heute nur schwer schaffen. Es sind andere Inhalte gefragt und noch ungeübte neue Schwerpunkte müssten gelernt und umgesetzt werden.

Die selbstständigen Kaufleute mit ihren rund 10.000 flächendeckenden Outlets sind da flexibler, auch wenn

sie mit ihrer starren Vorstufe eng verbunden sind. Die wichtigste Aufgabe der Kaufleute besteht in der Zuwendung an ihre Kunden. Sie sind der Schlüssel zum Erfolg, nicht nur die Einkaufspreise. Allein die Masse reicht so wenig aus wie viel vom Gleichen. Sie brauchen echte Biovielfalt in allen Warengruppen, nicht nur im Trockensortiment.

Die Verbraucherbedürfnisse sind nicht überall gleich. Und sie sind nicht überall gleich entwickelt. Wie also soll dem eine kommerzielle zentrale Organisation gerecht werden können? Bio ist auf dem Vormarsch. So oder so. Sich seiner Aufgabe zu stellen und sich sein Vollsortiment zu entwickeln ist nicht einfach.

Die konventionelle Vorstufe kann bei ihren historisch gewachsenen Gewohnheiten unmöglich die Speerspitze der Entwicklung hin zu Bio-Vollsortimenten sein. Und die existierenden Bio-Vorstufen öffnen sich den Kaufleuten nur langsam oder gar nicht, obwohl deren Outlets flächendeckend existieren und der Aufgabe Bio-Vollsortimente für Alle gewachsen wären.

Wo stehen die Bio-Angebote der Kaufleute mit ihren Vollsortimenten heute? Kommen sie zurecht mit den Bio-Angeboten ihrer Vorstufen? Beim Einkaufen wird deutlich, dass sie damit den Verbraucher-Ansprüchen nicht gerecht werden. Wo finden sie Alternativen, mit denen sie die Lücken füllen können?

Diese Fragen werden aufgeworfen mit der Studie BIOim-SEH (siehe folgende Seiten). Sie soll helfen, den Status Bio im Mainstream zu erfassen und neu zu erleben.

Erich Margrander

Wo steht BIO im SEH?

Selbstständige Lebensmittelhändler nehmen teil an der Marktumfrage zu Bio-Vollsortimenten – Ergebnisse als Grundlage für Zukunftsentscheidungen

Der Blick auf den Biomarkt muss neu justiert werden. Die Inflationsangst hat die Biokunden kalt erwischt und ihre Einkaufsgewohnheiten und den Biomarkt radikal verändert. Rund 20 Prozent Einbruch im Fachhandel und die Flucht in die vermeintlich billigen Discounter. Doch schon vor der Hysterie konnten Veränderungen wahrgenommen werden. Den fehlenden Vollsortimenten zum Trotz, vor allem im Frischereich O+G, Käse, Fleisch und Brot, aber auch in den TK-Truhen, stieg das Biowachstum bei den Vollsortimentern. Mehr Biomarken im Trockensortiment und bessere Angebote bei Milch, Joghurt & Co. und auch im SB-Bereich für Wurst und Käse begünstigten die Abverkäufe.

Bio ist im Mainstream angekommen. Das bedeutet jedoch nur, dass mehr Druck in den Kessel geraten ist und nicht, dass schon alles läuft, wie es könnte oder sollte. Die Grundsortimente bei Discountern und im LEH schaffen Mengen, aber noch kein Vollsortiment, das einen rundum Einkauf im Supermarkt der Wahl ermöglichen würde. Zwischen Verbänden und dem Handel funktioniert der Rohstofffluss. Jedoch haupt-

sächlich in die Eigenmarken des Handels.

Die Studie BIOimSEH 2023

Während die Vorstufen an alle ihre Filialen und die Outlets der Kaufleute denken müssen, ist der SEH, sind die Kaufleute, unbeschwerter und beweglicher. Was Ihnen zum Bio-Vollsortiment fehlt und welche Strukturen angepasst werden müssten, soll die Studie BIOimSEH 2023 herausfinden.

Für eindeutige Aussagen fehlen bisher für alle verwertbare Daten. Auf Knopfdruck in der Rewe-Warenwirtschaft lassen sich die Bio-Umsatzanteile anzeigen. Das erfuhr die bioPress bei der kleinen Umfrage BIOimSEH im letzten Herbst von einer Kauffrau, die das erst entdeckte, nachdem sie zu ihrem Bio-Umsatzanteil befragt wurde. Elf Prozent, so die überraschende Erkenntnis! Wo stehen die Vollsortimenter mit ihrem Anspruch an die Biovermarktung? Was können sie erreichen, wenn sie sich die richtigen Ziele setzen. Und wohin könnte der SEH, die selbstständigen Kaufleute, seine Bio-Angebote entwickeln? Was erwarten die Kunden und wie kann man dem gerecht werden?

Strategien im Bio-Geschäft

Welchen Stellenwert messen die Kaufleute der Biovermarktung bei und aus welchem Grund sind sie in das Bio-Geschäft eingestiegen? Es gibt Chancen und Hemmnisse sowie Probleme bei der Entwicklung des Bio-Angebots. Einerseits stecken die auf der

Absatzseite bei der Nachfrage, den Kaufbarrieren und den Preisen, andererseits auf der Beschaffungsseite bei fehlenden Lieferanten- und Marktstrukturen.

Die Studie lenkt den Blick auf alle Bereiche: Frische, Mopro, Fleisch, Obst und Gemüse, Brot, Fisch, Trockensortiment, Süßwaren, Genussmittel, Nahrungsmittel oder Getränke und sucht damit Vergleiche mit den Gründen für die Abverkäufe im herkömmlichen Angebot. Es kommt darauf an, welche Entwicklungen gesehen werden und ob Maßnahmen dazu eingeleitet werden sollen.

Beschaffungsmanagement

Kaufleute kennen die besonderen Wünsche an ihrem Standort. Selbst kurze Entfernungen zwischen zwei Filialen können schon Unterschiede ausmachen. Sind die Angebote erst einmal auf die Kunden abgestimmt, stellt sich oft die Frage nach dem wer liefert was. Auch die Kriterien für die Produktauswahl sind unterschiedlich. Verfügbarkeit, der Preis, Geschmack, Bekanntheit der Marke, Her-

stellerservice, Innovationsgrad, Haltbarkeit, Herkunft und Regionalität können Entscheidungskriterien sein. Für die Vielfalt im Angebot sind verschiedene Informationsquellen ausschlaggebend. In der Studie werden Kaufleute auch um Auskunft über ihre Entscheidungskriterien gebeten und darüber, ob sie Sortimente und Platzierungen über Kennzahlen steuern.

Vertrieb, Einkauf und Preispolitik

Ein entscheidender Faktor für den Abverkauf ist die Platzierung der Produkte im Frische- und Trockensortiment. Am einfachsten ist die Blockplatzierung und/oder Shop-In-Shop-System. Zuordnung in die Warengruppen verlangt mehr Aufwand. Sonderaufbauten und erfolgreiche Verkaufsförderungsmaßnahmen wollen durchdacht sein. Es stellt sich auch die Frage nach den Werbemaßnahmen. Wird über den Preis geworben oder stehen Qualität und besondere Ereignisse im Vordergrund? Oft wird die Verantwortung für Bio an dafür ausgesuchte Mitarbeitende gegeben. Welche Qualifikation müssen die mitbringen und gibt es Schulungen für das Personal? Ein erfolgreiches Bio-Sortiment setzt die gute Zusammenarbeit zwischen Einkauf und Vertrieb voraus, die auch über Listungen und Auslistungen entscheiden müssen. Und letztendlich ist auch die Preispolitik ein zentraler Baustein.

Lieferantenmanagement

Kaufleute müssen die wichtigsten Bio-Marken und Bio-Hersteller kennen. Die Übersicht über die zehntausenden Bio-Artikel bringt den entscheidenden Vorteil im Wettbewerb. Viel vom Gleichen

liefern Dachmarken und Eigenmarken. Großhändler mit Bio-Marken bieten Abwechslung für Alleinstellungsmerkmale. Von Regionallieferanten wie Bäckern oder Metzgern kommen Bio-Produkte, die den Ein-Platz-Bioeinkauf erst möglich machen.

Fragen zur besonderen Logistik und den Kriterien für die Lieferantenauswahl und der Zufriedenheit mit denselben schließen die Studie ab. Dabei sind die Betreuung und die Sympathie, die Preis- und Marktführerschaft, die Lieferfrequenz und die Zuverlässigkeit bezüglich Terminen und Menge so bedeutsam wie Kooperationsfähigkeit und -bereitschaft, Vertrauenswürdigkeit oder Kreativität.

Nicht zuletzt wird es für eine Partnerschaft auch auf die Gewährleistung durch Zertifikate und digitale Anbindung ankommen. Haben die Kaufleute ein Bewertungsschema für die Lieferanten und nutzen sie E-Commerce/das Internet für den Einkauf oder das Kundenshopping?

Die Studie BIOimSEH stellt den aktuellen Status quo als zeitgemäße Grundlage für zukunftsfähige Entscheidungen für die selbstständigen Kaufleute zusammen. Davon profitieren die Anbieter und der Handel. Die Teilnehmer an der Studie erhalten die Ergebnisse kostenlos, ebenso wie die Sponsoren der Studie.

Erich Margrander

Teilnehmen können alle selbstständigen Lebensmittelkaufleute. Die Fragebögen stehen hier zur Verfügung:



Nix wie raus in die Natur!

0,4 L
Standard-Flaschen
wieder
lieferbar!

Den Frühling genießen. Die Emil Trinkflaschen aus Glas sind dabei. Seit 30 Jahren: geschmacksneutral, nachhaltig und immer frisch!

Emil[®] Die Flasche zum Anziehen

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

Neues Vorstandsmitglied bei Bioland

Die Bioland-Delegiertenversammlung (BDV) hat im März in Fulda ein neues Mitglied in den Vorstand gewählt. Da Vorstandsmitglied Wolfgang Sickler im Sommer 2022 sein Amt niedergelegt hat, wurde eine ehrenamtliche Position im Leitungsgremium des Bioland e.V. frei. Johann Tappeiner aus Südtirol konnte die Delegierten bei der Wahl überzeugen und wird das Amt gemäß Satzung die nächsten drei Jahre ausfüllen. Der neue Vorstand setzt sich damit zusammen aus dem Präsidenten, Jan Plagge, der Vizepräsidentin, Sabine Kabath sowie den ehrenamtlichen Mitgliedern Jörg Quast, Josef Schmidt und Johann Tappeiner.

Ökofrost erweitert Geschäftsleitung

Anke Frenzel, seit 2006 im Unternehmen tätig, ist seit Januar 2023 Teil der Geschäftsleitung von Ökofrost. In dieser Funktion verantwortet sie die Personalführung und das Markengeschäft und repräsentiert das Unternehmen nach außen. Außerdem wird die Diplom-Sozialwirtin den Bereich Produktentwicklung leiten. Firmen-Inhaber Florian Gerull bleibt zuständig für Finanzen, Controlling, Logistik und IT.

Thomas Lang wird neuer Vorsitzender der LVÖ Bayern

Der Zusammenschluss der ökologischen Anbauverbände in Bayern hat eine neue Spitze: Einstimmig wählte der Vorstand Thomas Lang zum ersten Vorsitzenden der Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern e.V. (LVÖ). Lang ist geschäftsführender Landesvorsitzender des Bioland-Landesverbandes Bayern und gehört seit März 2022 dem Vorstand der LVÖ an. Hubert Heigl, der die LVÖ seit Dezember 2018 als erster Vorsitzender führte, stand für die Wiederwahl nicht mehr zur Verfügung.

Wilhelm Rinklin scheidet aus der Geschäftsleitung aus

Zum 31. Dezember 2022 hat Firmengründer und Senior-Geschäftsführer Wilhelm Rinklin seine fast 50-jährige Berufstätigkeit beendet und sich in den Ruhestand verabschiedet. Seine Söhne Armin, Harald und Jochen leiten nun die Rinklin-Firmengruppe eigenständig.

Kaja Food erwirbt Florentin B.V.

Joint Venture von PepsiCo und Strauss Group in neuen Händen



Kaja Food, Auftragshersteller von funktionalen und innovativen Lebensmitteln, hat die Übernahme von Florentin B.V., einem Joint Venture von PepsiCo Inc. und dem Lebensmit-

telkonzern Strauss Group Ltd., bekannt gegeben.

Florentin B.V. entwickelt und produziert in den Niederlanden Bio-Produkte für das Food Segment Dips & Brotaufstriche. Das

Unternehmen vertreibt seine Produkte unter der Marke Florentin in über 16 europäischen Ländern über den Bio-Fachhandel.

Die Übernahme von Florentin B.V. will Kaja Food dazu nutzen, seine Marktposition und Kompetenz im Bereich der Herstellung von Bio-Lebensmitteln weiter zu stärken und auszubauen. „Kaja Food wird den Standort in den Niederlanden weiter ausbauen und die Marke Florentin mit innovativen Bio-Produkten stärken und neu positionieren“, sagte Dr. Kai Daube, Geschäftsführer von Kaja Food, nach der Übernahme.

Im Hafer liegt die Kraft

Finnland bringt Bio-Haferprodukte nach Deutschland



Finnland ruft Lebensmittelhersteller und Einzelhändler dazu auf, Produkte von finnischen Haferproduzenten zu beziehen, um der wachsenden Nachfrage der Verbraucher nach Produkten auf Haferbasis gerecht zu werden. Finnland ist nach Kanada der zweitgrößte Exporteur der Welt für Hafer.

Wie die Regierungsorganisation Business Finland berichtet, ist der Haferertrag infolge einer langanhaltenden Dürre in Nordamerika weltweit drastisch gesunken. Gleichzeitig stieg die Nachfrage nach Haferdrinks und anderen haferbasierten Er-

satzprodukten sprunghaft an. Der Haferdrink konnte 2021 den Mandel-

drink von Platz 1 der bevorzugten Getränke auf Pflanzenbasis verdrängen. Es sei also davon auszugehen, dass der Markt mit einer jährlichen Wachstumsrate von etwa sieben Prozent bis 2030 stark expandieren wird. Bis 2032 soll der globale Hafermarkt eine Größenordnung von 10,8 Milliarden US-Dollar erreichen.

Strenge nordische Winter, extrem helle Sommer und reines Grundwasser seien für die hohe Qualität finnischen Hafers verantwortlich. Als Reaktion auf die Nachfrage der Verbraucher haben finnische Le-

bensmittelhersteller zudem eine Reihe vielseitiger Produkte auf Haferbasis auf den Markt gebracht.

„Angesichts der Knappheit auf dem Hafermarkt bietet der widerstandsfähige Hafer aus Finnland für Lebensmittelproduzenten und Einzelhändler eine echte Alternative, um der steigenden Nachfrage der Verbraucher auch weiterhin gerecht zu werden“, erklärt Lili Lehtovuori, die für das Programm Food from Finland in Deutschland verantwortlich ist. „Gemeinsam mit Schweden wollen wir die Akzeptanz des nordischen Hafers weltweit erhöhen. Das Programm ‚Food from Finland‘ richtet daher einen Aufruf an Hersteller und Einzelhändler, finnischen Hafer und Finnlands innovatives Foodtech-Ökosystem mit verzehrfertigen Produkten auf Haferbasis in ihr Sortiment aufzunehmen.“

Naturkostfachhandel: Umsatz zurück auf Vor-Corona-Niveau

BNN vermutet gebremste Umsatzentwicklung auch für 2023

Laut den Marktdaten des Bundesverbands Naturkost Naturwaren (BNN) haben Bioläden und Bio-Supermärkte im vergangenen Jahr 3,83 Milliarden Euro umgesetzt. Das seien 12,3 Prozent weniger als noch 2021, aber zwei Prozent mehr als im Vor-Corona-Jahr 2019. Der Bio-Großhandel setzte 2022 laut BNN 2,13 Milliarden Euro um. Der Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine, die drastisch gestiegene Inflation sowie die steigenden Kosten bei Energie, Mobilität und Alltagsversorgung hätten dazu geführt, dass die Verbraucher beim Lebensmit-

teleinkauf deutlich preissensibler geworden sind, so der BNN. Die Vorjahre 2021 und 2020 seien coronabedingte Ausnahmejahre, in denen die Umsätze im Bio-Fachhandel aufgrund von Lockdowns sowie Einschränkungen in Gastronomie und Tourismus um bis zu 16 Prozent über dem Umsatz von 2019 gelegen haben.

„Trotz der schwierigen Rahmenbedingungen blieben die Kund*innen dem Naturkostfachhandel 2022 weit überwiegend treu“, kommentiert Kathrin Jäckel, BNN-Geschäftsführerin, die aktuelle Lage. Die Auswer-

tung der Kassiovorgänge zeige, dass die Anzahl der Bons 2022 um durchschnittlich acht Prozent und die Bon-Summen um durchschnittlich fünf Prozent zurückgingen. Insbesondere die flächenmäßig kleinen Bioläden, also mit einer Ladengröße bis zu 100 Quadratmeter, hätten ihre Stammkunden weitestgehend halten können. Diese kauften jedoch deutlich preisbewusster ein. Größere Bio-Läden und -Supermärkte hätten einen höheren Anteil an Wechselkunden, was zu stärkeren Umsatzrückgängen geführt habe.

Der BNN geht davon aus, dass

eine anhaltend hohe Inflation auch 2023 die Umsatzentwicklung im Bio-Fachhandel bremsen wird. Ungünstige wirtschaftliche Rahmenbedingungen wie Kostensteigerungen bei Logistik, Energie und Personal setzten die überwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen des Bio-Fachhandels zusätzlich unter Druck. Damit Bio in vielfältigen und dezentralen Strukturen weiter wachsen kann, fordert der BNN politische Maßnahmen wie die Absenkung der Mehrwertsteuer auf null Prozent für Bio-Produkte.

Naturland-Fläche in Deutschland wächst um 7,6 Prozent

25 Prozent Flächenwachstum in Europa



Fast 22.000 Hektar Äcker und Wiesen in Deutschland wurden im vergangenen Jahr auf ökologische Bewirtschaftung nach Naturland-Richtlinien umgestellt – ein Zuwachs von 7,6 Prozent. Bundesweit kamen 194 Betriebe neu zu Naturland (plus 4,3 Prozent). Damit bewirt-

schaften in Deutschland nun 4.671 Naturland-Betriebe eine Fläche von fast 310.000 Hektar. Dazu kommen noch 53.000 Hektar ökologisch bewirtschafteter Wald.

Außerhalb von Deutschland habe Naturland eine regional sehr unterschiedliche, insge-

samt aber sehr dynamische Entwicklung zu verzeichnen. So konnte der Öko-Verband sein internationales Engagement auf sechs weitere Länder ausdehnen: Aserbaidschan, Burundi, Dänemark, Estland, Iran und Serbien.

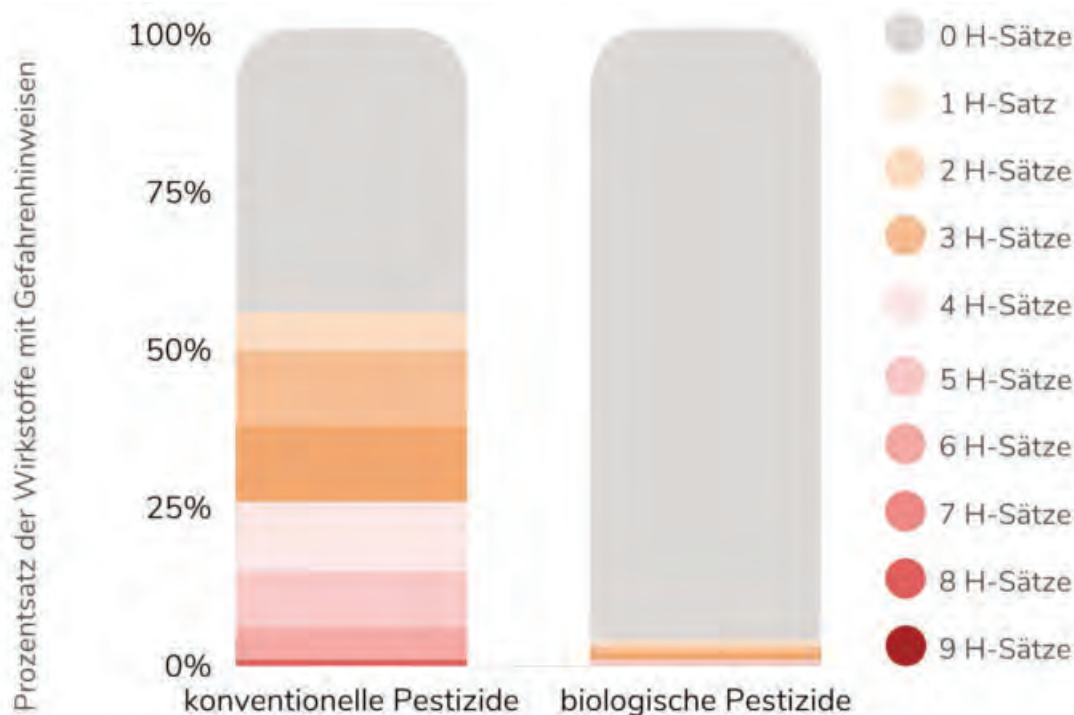
Insgesamt arbeiten nun 125.000

Bio-Bauern in 62 Ländern der Erde nach Naturland-Richtlinien. Sie bewirtschaften eine Gesamtfläche von knapp 600.000 Hektar (plus 1,9 Prozent). Die Zahl der Kooperativen und Erzeugergemeinschaften bei Naturland stieg von 159 auf 174.

Deutliche Zuwächse gab es vor allem in Europa mit einem Plus von gut 25 Prozent Fläche, wesentlich verursacht durch ein starkes Wachstum in Österreich. Doch selbst ohne Österreich legte Naturland in Europa um gut 13 Prozent zu. Flächenzuwächse gab es zum Beispiel in Rumänien und den Niederlanden, aber auch in der Ukraine, wo es drei Naturland-Mitgliedsbetriebe gibt. Besonders deutlich waren die Zuwächse in Spanien, wo die Zahl der Naturland-Betriebe um 25 Prozent, die Fläche sogar um 40 Prozent zulegte. Ursache hierfür war die weiterhin steigende Nachfrage aus Deutschland nach Bio-Obst und Bio-Gemüse in Naturland-Qualität.

Synthetische Pestizide sind deutlich gefährlicher als natürliche

Studie von GLOBAL 2000 zeigt Vorteile des Ökolandbaus



55 Prozent der konventionellen Pestizide tragen Hinweise auf Gesundheits- oder Umweltgefahren. Bei den natürlichen Wirkstoffen sind es nur drei Prozent.

Die Ziele des europäischen Green Deals, die Biolandwirtschaft EU-weit bis zum Jahr 2030 auf 25 Prozent auszuweiten und die Verwendung und das Risiko von Pestiziden zu halbieren, machen die im Ökolandbau erlaubten natürlichen Pestizide vermehrt zum Gegenstand politischen Interesses. Pestizidhersteller wie Bayer, Syngenta oder Corteva warnen öffentlich vor „ökologischen Zielkonflikten, die mit einer Zunahme der Biolandwirtschaft einhergehen“. Im Auftrag des Bio-Dachverbands IFOAM Organics Europe hat die Umweltschutzorganisation Global 2000 diesen angebli-

In seiner Studie hat Global 2000 die Unterschiede zwischen den 256 Pestiziden der konventionellen Landwirtschaft und den 134 Pestiziden, die auch in der Biolandwirtschaft erlaubt sind, hinsichtlich ihrer Gefahrenpotentiale und Risiken sowie der Häufigkeit ihrer Verwendung analysiert. Die dem zu Grunde liegende toxikologische Bewertung wurde im Wissenschaftsjournal 'Toxics' publiziert. Als Maßstab für den Vergleich dienten die von der Europäischen Chemikalienagentur (ECHA) festgelegten

Gefahrenklassifizierungen des Global Harmonisierten Systems (GHS) sowie die von der Europäischen Behörde für Ernährungssicherheit (EFSA) im Zulassungsverfahren festgelegten ernährungs- und arbeitsmedizinischen Richtwerte.

Das Ergebnis: Von den 256 nur in der konventionellen Landwirtschaft erlaubten, meist synthetischen Pestizidwirkstoffen tragen 55 Prozent Hinweise auf Gesundheits- oder Umweltgefahren; bei den 134 natürlichen Wirkstoffen, die (auch) in der Biolandwirtschaft erlaubt sind, sind es nur drei Prozent. Warnhinweise über mögliche Schäden für das ungeborene Kind, den Verdacht auf Karzinogenität oder akute tödliche Wirkungen fanden sich in 16 Prozent der in der konventionellen Landwirtschaft verwendeten Pestizide, aber in keinem Pestizid mit Bio-Zulassung. Die Festlegung von ernährungs- und arbeitsmedizinischen Richtwerten hielt die EFSA bei 93 Prozent der konventionellen, aber nur bei sieben Prozent der natürlichen Wirkstoffe für angebracht.

„Die Unterschiede, die wir festgestellt haben, sind ebenso signifikant wie wenig überraschend, wenn man die Herkunft der jeweiligen Pestizidwirkstoffe genauer betrachtet“, so Helmut Burtscher-Schaden, Biochemiker von Global 2000 und Erstautor der Studie: „Während rund 90 Prozent der konventionellen Pestizide chemisch-synthetischen Ursprungs sind und Screening-Programme durchlaufen haben, um die Substanzen mit der höchsten Toxizität (und damit höchsten Wirksamkeit) gegenüber den Zielorganismen zu identifizieren, handelt es sich beim Großteil der natürlichen Wirkstoffe gar nicht um Stoffe im eigentlichen Sinn, sondern um lebende Mikroorganismen.

Diese machen 56 Prozent der zugelassenen ‚Bio-Pestizide‘ aus. Als natürliche Bodenbewohner haben sie keine gefährlichen Stoffeigenschaften. Weitere 19 Prozent der Bio-Pestizide sind von vornherein als ‚Wirkstoffe mit geringem Risiko‘ (zum Beispiel Backpulver) eingestuft oder als Grundstoffe (zum Beispiel Sonnenblumenöl, Essig, Milch) zugelassen.“

„Biobetriebe konzentrieren sich auf vorbeugende Maßnahmen wie die Verwendung robuster Sorten, sinnvolle Fruchtfolgen, die Erhaltung der Bodengesundheit und die Erhöhung der Artenvielfalt auf dem Feld, um den Einsatz von externen Betriebsmitteln zu vermeiden“, kommentiert Jan Plagge, Präsident von IFOAM Organics Europe. „Aus diesem Grund werden auf rund 90 Prozent der landwirtschaftlichen Flächen (vor allem im Ackerbau) keinerlei Pestizide eingesetzt, auch keine natürlichen Stoffe.“

Jennifer Lewis, Direktorin des Dachverbands der Hersteller biologischer Pflanzenschutzmittel (IBMA) verweist auf die „enormen Potentiale“ der bereits heute verfügbaren natürlichen Pflanzenschutzmittel und -methoden für konventionelle und Bio-Bauern und plädiert dafür, die Zulassungsverfahren für die biologische Schädlingsbekämpfung zu beschleunigen.

„Mit präventiven und natürlichen Maßnahmen im Pflanzenschutz, wie Arten- und Sortenvielfalt, kleinbäuerlichen Strukturen und dem Verzicht auf synthetische Pestizide schaffen wir ein nachhaltiges Landwirtschafts- und Lebensmittelsystem, das Krisen gut übersteht“, betont schließlich Lili Balogh, Bäuerin und Präsidentin von Agroecology Europe.

demeter

RACHELLI
1935

PRODOTTO ITALIANO

by Gilda Rachelli

AFFOGATO AL CAFFÈ

Das klassisch italienische Espresso-Dessert von Rachelli neu erfunden. Zartschmelzendes Nougateis umhüllt von einer Kaffeesauce, verfeinert mit gehackten Haselnüssen und Schokostückchen. Himmlischer Genuss in Demeter Qualität. Glutenfrei und Fairtrade.

HERGESTELLT IN ITALIEN



500 ml & 125 ml



www.bio-eis.de



Günther Schwarz, Facharzt für Allgemeinmedizin und Dozent an der UGB-Akademie, klärte die Teilnehmer über das Thema Kopfschmerzen auf.

Nahrung fürs Hirn

UGB-Fachtag ‚Essen ist auch Kopfsache‘

Themenwelten für Schulanfang, Muttertag oder Weihnachten sind im Handel gang und gäbe. Wie aber wäre es einmal mit einer Sammlung von Lebensmitteln, mit der wir unserem Gehirn etwas Gutes tun, Kopfschmerzen vermeiden und Demenz vorbeugen? Wie eine vollwertige Ernährung mit den Vorgängen im Kopf zusammenhängt, welche Nährstoffe zu empfehlen sind und wie man Kinder an gesunde Ernährung

heranführen kann – mit diesen Fragen beschäftigte sich ein Online-Fachtag der Unabhängigen Gesundheitsberatung (UGB) am 25. Januar.

Bis ins Alter von 50 Jahren entwickelt sich das Gehirn weiter, erzählte Gunter P. Eckert, der als Professor für Ernährung an der Universität Gießen tätig ist. Mit jeder neuen Erinnerung entstehe auch eine neue Verknüpfung von Nervenzellen. Das Gehirn bestehe zu 60 Prozent aus Fett und verbrauche 20 Prozent der gesamten zugeführten Energie und des aufgenommenen Sauerstoffs.

Welche Nährstoffe aber braucht das Organ? Tatsächlich ist Glukose, also Traubenzucker, das einzige Kohlenhydrat, das vom Gehirn verwertet wird. Weil es dort nicht gespeichert werden kann, ist eine ständige Zufuhr nötig. Ohne Sauerstoff und Glukose treten schon nach zehn Minuten irreparable Schäden auf. Auf der anderen Seite ist auch ein zu hoher Blutzuckerspiegel schädlich fürs Gehirn und Diabetes Typ 2 ein Risikofaktor für Alzheimer.

35 Prozent des Gehirnfetts bestehen aus Omega-3- und Omega-6-Fettsäuren. Wichtig für kognitive Funktionen sei vor allem die Aufnahme von langkettigen Omega-3-Fettsäuren. Sie sind in hohen Dosen in Kaltwasserfisch und Algenöl enthalten. Ein hoher Konsum

von Kaltwasserfisch scheint das Alzheimerisiko zu senken. Es wird daher empfohlen, ein bis zwei Portionen fetten Seefisch pro Woche zu verzehren.

Auch Polyphenole, also sekundäre Pflanzenstoffe, die in Obst und Gemüse, aber auch in Olivenöl, Tee, Gewürzen und Rotwein enthalten sind, wirken antioxidativ, können die kognitiven Funktionen verbessern und Demenz vorbeugen. Als polyphenolreiche Ernährung legte Eckert dem Publikum eine mediterrane Diät mit viel Seefisch, Olivenöl und Nüssen, sehr viel Gemüse und Obst sowie einem moderaten Verzehr von Rotwein nahe.

Ein Leitsatz zur Prävention von Alzheimer sei es, weniger gesättigte Fette aufzunehmen. Darunter fallen etwa Kokosnuss- und Palmöl. Fleisch und Milchprodukte sollten überwiegend durch Obst, Gemüse, Hülsenfrüchte und Vollkornprodukte ersetzt werden. Bei den Vitaminen sei vor allem auf Vitamin E (Zellschutz) und eine ausreichende Vitamin B12-Zufuhr zu achten. Ein Mangel an Vitamin B12, das etwa in Fleisch, Leber und Milch enthalten ist, könne zu neurologischen Störungen führen.

Wenn der Kopf Probleme macht

Einen umfangreichen Überblick über den Forschungsstand zum Thema Kopfschmerzen gab Günther Schwarz, Facharzt für Allgemeinmedizin und Dozent an der UGB-Akademie im Bereich Naturheilverfahren. „Jeden Tag nehmen drei Millionen Deutsche eine Kopfschmerztablette“, so Schwarz. Ursachen und Entstehung von Spannungskopfschmerzen seien dabei bislang wissenschaftlich noch nicht geklärt.

Zur Migräne sollen schnelle Wechsel nervaler Aktivität führen. Unmittelbar vor der Attacke komme es zu einer Verengung der Blutgefäße. Eine überschießende Gegenregulation, bei der die Gefäße sich wieder erweitern, sei dann die Ursache des Schmerzes.

Zwar gibt es für die Migräne viele vor allem medikamentöse Therapie-Varianten, auch in der im vergangenen Oktober aktualisierten Migräne-Leitlinie wird aber der Faktor Ernährung gar nicht erwähnt. Schwarz empfiehlt Betroffenen, sich regelmäßig und kohlenhydratreich zu ernähren. Hilfreich sei eine pflanzenbasierte Vollwerternährung mit frisch zubereiteten Zutaten. Koffein verengt die Gefäße, erhöht den Blutdruck und kann somit schmerzlindernd wirken. Eine zu hohe Dosis wirke allerdings dehydrierend und könne die Schmerzen daher befördern.

Wahrnehmungs- und Präferenzsystem

Wie wir „vom Geschmack zum Genuss“ gelangen, führte Karolin Höhl, Ökotropologin und wissenschaftliche Referentin bei der Dr. Rainer Wild Stiftung, in ihrem Vortrag aus. „Unsere Wahrnehmung geht über das Messen von Umweltreizen hinaus“, so Höhl. „Wir vereinfachen, deuten und konstruieren.“ Besonders visuelle Eindrücke hätten einen starken Einfluss auf die Geschmackswahrnehmung. So werde Tee aus einer roten Tasse etwa als heißer wahrgenommen als Tee aus einer blauen Tasse. Und ein rosafarbener Pudding schmecke automatisch nach Früchten. Durch evolutionsbiologische Programme lässt sich so manches Essverhalten erklären. „Wir mögen, was wir essen“,

so Höhl. Hineingeboren in eine Esskultur, reiche der bloße Kontakt mit einer Speise oft aus, damit wir den Geschmack akzeptieren – das könne aber auch einmal 15, 20 oder 30 Versuche brauchen. Als „sensorisch-spezifische Sättigung“ bezeichnet man das Phänomen, dass wir mehr essen können, je abwechslungsreicher die Speisen sind. Und unter „Neophobie“ versteht man die Angst vor unbekannten Lebensmitteln, die ansteigt, wenn Kinder mobil werden, und ihren Höhepunkt im Alter von drei bis sieben Jahren erreicht.

Was kann man verzweifelten Eltern raten, deren Kinder sich zu einseitig ernähren? Wichtig sei bei der Esserziehung die Nachahmung von engen Bezugspersonen, erklärt Höhl. Auch Teilhabe kann helfen – bei Einkauf, Zubereitung oder der Rezeptauswahl. Man solle die Ausprobier-Möglichkeiten erweitern, erst mit kleinen Portionen anfangen und Vielfalt anbieten. Dabei gelte es, die Kinder als ‚Experten‘ in eigener Sache anzunehmen. Selbstbestimmung sei wichtig fürs Lernen. Verpflichtung und Zwang erzeugten dagegen eher Gegenwehr und seien langfristig kontraproduktiv. „Die Möglichkeit eines ‚Neins‘ muss es beim Verkosten immer geben“, betonte Höhl. Mit denselben Regeln könne man auch bei Erwachsenen das Essrepertoire erweitern.

Insgesamt seien unsere Nahrungspräferenzen ein lebenslanger, psycho-sozialer Enkulturationsprozess, bei dem lange nicht nur die physischen Bedürfnisse befriedigt werden. „Essen schmeckt, wenn es auch die Seele sättigt!“, bringt es Höhl auf den Punkt.

Lena Renner

WILD OCEAN

Aus nachhaltiger Küstenfischerei



MEER BEWUSST SEIN

ARTENVIELFALT ERHALTEN
MEERESGRUND SCHONEN
KLEINFISCHEREI UNTERSTÜTZEN

www.wild-ocean.de



Foto: Sven Pförtner

Der Göttinger Professor Achim Spiller in einer Bibliothek der Georg-August-Universität Göttingen

Unterwegs in eine faire Ernährungsumgebung

Achim Spiller im Gespräch mit bioPress

Wo steht die Bundesregierung auf dem Weg zu 30 Prozent Bio? Was muss sich in Deutschland ändern für eine nachhaltigere Ernährung? Und welche Rolle spielt dabei der Wissenschaftliche Beirat als Berater? Achim Spiller, Professor für ‚Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte‘ an der Georg-August-Universität Göttingen und Vorstand des Wissenschaftlichen Beirats für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz (WBAE), hat sich mit bioPress über seine Arbeit und die Ernährungswende unterhalten.

bioPress: Herr Spiller, die Zusammenhänge zwischen Agrarproduktion, Ernährung und Gesundheit wurden lange Zeit gar nicht wahrgenommen. Wie hat sich das mit dem Wissenschaftlichen Beirat geändert?

Achim Spiller: Stimmt, in der Vergangenheit sind Agrar- und Ernährungspolitik meist unverbunden nebeneinandergelaufen. Es ist eine der großen Herausforderungen, jetzt beides zusammenzudenken. Im Beirat haben wir inzwischen eine

ungefähr gleichgewichtige Besetzung von Wissenschaftlerinnen aus dem Agrar- und Ernährungsbereich. Dadurch kommen spannende Diskussionen zustande.

Auch mit unserem letzten Gutachten ‚Politik für eine nachhaltigere Ernährung‘, das 2020 erschienen ist, haben wir versucht, dieses integrative Denken anzustoßen. Letztlich haben wir dabei im Wesentlichen vom Konsumenten her gedacht. Ein zentrales Instrument, um den CO₂-Fußab-

druck zu reduzieren, ist ja zum Beispiel die Verminderung des Konsums tierischer Produkte. Wenn wir nur an die Produktionsseite denken, kommen wir da nicht weiter. Es könnte die Situation sogar verschlechtern, wenn nachher Ware aus dem Ausland importiert werden muss, die zu schlechteren Standards hergestellt wurde. Für den Klimaschutz ist die Höhe des Konsums entscheidend.

Den Konsumenten muss es also ermöglicht werden, sich so gesund und umweltfreundlich zu ernähren, wie sie eigentlich möchten. Im Gutachten haben wir das ‚Gestaltung einer fairen Ernährungsumgebung‘ genannt. Dabei ist die Politik gefragt.

bioPress: Wie zufrieden sind Sie momentan mit der politischen Umsetzung Ihrer Empfehlungen?

Spiller: Die Bundesregierung plant derzeit eine Nationale Ernährungsstrategie, die bis Ende des Jahres stehen soll. Das bereits veröffentlichte Eckpunktepapier ist noch sehr allgemein gehalten. Jetzt wäre es ganz zentral, dass wirklich klar terminierte, anspruchsvolle und realistische Ziele gesetzt werden, an denen man sich messen lassen kann.

Ein nicht besonders glückliches Beispiel für den Umgang mit politischen Zielen ist der Bio-Ausbau, der ja schon ziemlich lange als konkretes Ziel feststeht. Trotzdem ist noch unklar, was mit den geplanten 30 Prozent eigentlich gemeint ist: Fläche oder auch Anteil tierischer Erzeugnisse? Letzteres wäre noch viel anspruchsvoller. Vor allem beim Fleisch sind wir noch meilenweit davon entfernt. Außerdem steht weiterhin nicht fest, wie das Ziel erreicht werden soll. So oder so denke ich nicht, dass das 30-Prozent-Ziel

bis 2030 noch machbar ist. Es wäre daher gut, sich nochmal zusammenzusetzen und zu überlegen, welches Ziel realistisch ist. Andernfalls wird es unglaublich unwahrscheinlich.

bioPress: Die Bio-Branche ist immer noch zu verschlossen, um die Massen für Bio zu gewinnen. Welchen politischen Einfluss kann der Wissenschaftliche Beirat dagegen ausüben?

Spiller: Anders als andere Beiräte sind wir nicht besonders aktiv in der Beratung der Tagespolitik. Die Philosophie des Beirats ist eher auf die langfristige Beeinflussung durch umfangreiche Gutachten ausgerichtet. 2015 haben wir zum Beispiel ein vielbeachtetes Gutachten zur Nutztierhaltung veröffentlicht. Dafür hat es viel Protest von konventionellen Landwirten gegeben, es hat aber auch ganz viel angestoßen und die Arbeit der Borchert-Kommission beeinflusst. Unser neuestes Gutachten zur nachhaltigen Ernährung von 2020 hat fast 800 Seiten. Wir haben damit die vier Bereiche Umwelt/Klimaschutz, Tierschutz, Gesundheit und Soziales abgedeckt. Jetzt hoffen wir, dass alle Bereiche mit der Ernährungsstrategie anspruchsvoll umgesetzt werden.

bioPress: Mit wechselnden Regierungen und Ministern geht alles immer sehr langsam in der Politik. Die Bewusstseinsentwicklung in der Bevölkerung scheint da inzwischen schon weiter zu sein. Oder wie ist ihre Beobachtung?

Spiller: Stimmt, ein wachsendes Bewusstsein in der Bevölkerung für Nachhaltigkeit wird durch Studien bestätigt. Alleine durch das individuelle Kaufverhalten werden wir die Transformation aber nicht schaffen. Dafür braucht es die richtigen Rahmenbedingungen, die von

der Politik gesetzt werden müssen. Beispielsweise müssen die sechs Milliarden Euro EU-Agrar-Subventionen, die in Deutschland jährlich ausbezahlt werden, zielgerichtet eingesetzt werden.

bioPress: Die Bio-Branche ist bei ihrer Vermarktung immer sehr stark mit einer ‚Weltretungs-ideologie‘ unterwegs. Nach unserer Erfahrung zieht das Gesundheitsargument – ‚tu dir selbst etwas Gutes‘ – aber besser. Wie sehen Sie das?

Spiller: Davon, das Gesundheitsargument für Bio zu nutzen, bin ich nicht überzeugt. Aus ernährungswissenschaftlicher Sicht ist Gesundheit nicht das stärkste Argument für Bio. Pestizidrückstände sind natürlich ein gesundheitlicher Aspekt, aber Bio hat andere, gewichtigere Vorteile. Wichtiger ist zum Beispiel der Schutz von Umwelt und Biodiversität. Damit Bio-Produkte gesünder sind, muss man ihre Zutaten gesünder machen, also die Nährstoffseite. Dass das geschieht, wäre ein Wunsch von mir an die Bio-Branche.

Der Wissenschaftliche Beirat hat auch den Nutri-Score unterstützt – obwohl es da noch einige Baustellen gibt. Wir hoffen, dass er weiter optimiert wird und zum Beispiel Ballaststoffe besser berücksichtigt.

bioPress: Als die Grünen die Idee hatten, einen Veggie Day einzuführen, gab das in Deutschland einen Aufschrei. Kann sich die Politik mit solchen Vorstößen für eine nachhaltigere Ernährung überhaupt durchsetzen?

Spiller: Die politische Kultur in Deutschland ist tatsächlich so, dass man bei staatlichen Eingriffen in Konsumentenscheidungen sehr zurückhaltend ist – vielleicht kommt das noch von der Abgrenzung zur ehemaligen DDR. Wir waren zum

Beispiel in Europa die Letzten beim Verbot der Tabakaußenwerbung. Auch der Alkoholkonsum wird vergleichsweise wenig reglementiert. Inzwischen tut sich aber was. So steht ja etwa gerade auf der Agenda, Kinder vor ungesunden Lebensmitteln durch eine Werberegulierung zu schützen. Stichwort faire Ernährungsumgebung: Bei Kindern für ungesunde Produkte zu werben, ist eben nicht fair.

Auch wahre Preise sind Teil einer fairen Ernährungsumgebung und langfristig ganz wichtig. Zunehmend versuchen WissenschaftlerInnen, die externen Kosten unseres Ernährungssystems zu berechnen. Das dann auf einzelne Lebensmittel herunterzubrechen, ist allerdings sehr aufwendig. Ein wichtiger erster Schritt wäre es, die Lenkungssteuern zu verändern, beispielsweise die Mehrwertsteuer. Auch eine Pestizidsteuer wäre denkbar. Selbst die USA haben momentan bereits eine höhere Transparenz über den Pestizideinsatz als wir.

bioPress: Sie lehren an der Uni im Feld Agrar-Marketing. Wie ist die Einstellung der Studenten – also der Akteure der Zukunft – zur Transformation der Landwirtschaft?

Spiller: Das Nachhaltigkeitsbewusstsein unter den Studenten hat auf jeden Fall zugenommen, es gibt aber auch eine große Unsicherheit darüber, wie es politisch weitergeht. Es bräuchte jetzt langfristige und klare Pläne von der Politik. Dazu brauchen wir viel zukunftsgerichtete Forschung. Bio hat eine wichtige Innovationsfunktion, aber auch die konventionelle Landwirtschaft muss ökologischer werden.

Interview: Erich Margrander und Lena Renner



Bauck GmbH

Mit Bio das Trockensortiment aufmischen

Bio-Backmischungen für Herzhaftes und vermehrt auch moderne gesüßte Gebäcke

Vieles spricht für Bio-Backmischungen. Sie backen sich unkompliziert und gelingsicher, ganz ohne die üblichen chemischen Zusatzstoffe. Dafür liefern sie reichlich Nährstoffe und viel Geschmack. Sie lassen sich gut bevorraten, um jederzeit auf spontane Gäste oder eigene Gelüste reagieren zu können. Gelüste insofern, dass die Hersteller neben herzhaften Brotbackmischungen vermehrt Produkte für Kuchen und Torten, Waffeln und Pfannkuchen sowie pfiffige Kleingebäcke auf den Markt bringen. Dinkel oder Hafer, vegan und/oder glutenfrei stehen im Fokus.

Das Spektrum an Bio-Backmischungen umfasst traditionell verschiedene Rezepturen für Brote und Kuchenklassiker. Dabei greifen die Hersteller sehr oft den Wunsch nach allergenarmen Rezepturen auf, ebenso wie solche für andere Ernährungsansprüche. Das immer umfassendere Angebot an Backmischungen für Muffins, Brownies – und ähnliche moderne Feine Backwaren sowie für Pizza dürfte auch junge Verbraucher als neue Zielgruppe erreichen.

Neben der Bio-Qualität zählen der häufige Einsatz von Vollkorn und free-from-Rezepturen zu den Mehrwerten der Backmischungen. Dies betrifft vor allem die Freiheit von tierischen Bestandteilen, inklusive der Zubereitungsmöglichkeit mit Margarine, Ei-Ersatz und Pflanzendrink. Teilweise bleiben auch Getreidemehl, Nüsse oder Hefe außen vor. Deutlich wachsend ist auf jeden Fall die Auswahl an glutenfreien Backmischungen.



Süße Ideen, die Spaß machen

Noch vor ein paar Jahren gehörten zum Sortiment an süßen Backmischungen vor allem Schoko-, Obst-, Marmor- oder Streuselkuchen. Solche Kuchenklassiker stehen bei Verbrauchern nach wie vor hoch in der Gunst und sollten daher in keinem Bio-Backregal fehlen. Das gilt jedoch mittlerweile genauso für Muffins und Brownies. Die Miniküchlein lassen sich gut mitnehmen, sind perfekt auch für wenige Gäste am Tisch und treffen nicht zuletzt den Geschmack von Kindern oder Jugendlichen.

Mit gleich neun Neuprodukten sorgte Biovegan auf der Biofach-Messe im Juli 2022 für Aufmerksamkeit. Man habe Produkte kreieren wollen, die schmecken, auch bei veganer Ernährung oder Zöliakie verträglich sind und sicher gelingen, beschreibt das Unternehmen den dahinter stehenden Anspruch.

Unter den entstandenen Mischungen sind solche für Zimtschnecken, Schoko- und Zitronenkuchen, aber auch für saftige Brownies, für sogenannte Blondies als helle Variante der Mini-Schokokuchen-Carrés – verfeinert mit Datteln und Walnüssen – und für Brookies mit ebenfalls selbst backbaren Cookies als Krönung. Glutenfrei sind auch die neuen entsprechenden Mischungen von Bauck: für zweifarbige Cheesecake-Brownies und für AppleCrumble Hafer-Muffins, wobei die Muffins zusätzlich dem Demeter-Standard entsprechen. Frische Zutaten wie Quark oder Äpfel müssen bei der Zubereitung wie gewohnt extra zugegeben werden. Förmchen sind dagegen praktischerweise im Karton enthalten.

Baetter Baking greift den Trend mit der Sweet collection auf. Muffins, Brownies, Apfel-Zimtschnecken und anderes bekommen hier teilweise individuellen Charakter durch die Verwendung von Emmer- und Dinkelmehl. Aktuell launcht

das Startup in Kooperation mit einer Food-Influencerin zudem eine limitierte Cookie-Mischung.

Für den Vertrieb arbeitet Baetter Baking viel mit Edeka Foodstarter als Plattform zusammen, ansonsten mit einigen Bio-Großhändlern. Gelistet sind Produkte auch bei Rossmann, Filialen von Budni, Hit, Marktkauf, Globus und Rewe.

Dinkel ist das verbindende Element bei der überschaubaren Auswahl an Backmischungen von der Antersdorfer Mühle. Die Schoko-Muffin-Teigmischung ergänzt der Mühlenbetrieb unter anderem durch eine für Pfannkuchen aus reinem Dinkelmehl.

Der Clou ist, dass Eier als zweite Hauptzutat neben dem Mehl bereits in der Rezeptur integriert sind und zwar in Form des eigenen rein pflanzlichen Ei-Ersatzpulvers. Verbraucher müssen den Beutelinhalt nur mit Pflanzendrink und Mineralwasser verrühren, in einer Pfanne kurz backen

und können sechs bis acht süße Pfannkuchen genießen.

Die meisten anderen Bio-Anbieter in diesem Bereich sprechen von Pancakes. So etwa Biovegan und Baetter. Biovegans vegane Mischung ist dank Reis- und Hafervollkorn- und Maismehl einmal mehr auch glutenfrei. Bourbon-Vanille veredelt den süßen Geschmack.

Baetter setzt bei dem Pendant in der Baetter Baking-Range zusätzlich Buchweizenmehl, Kokosblütenzucker und etwas Zimt ein. Zur Auswahl stehen in diesem Fall gleich zwei Packungsgrößen.

Werk gehört zu den wenigen Anbietern, die auf eine ungesüßte Pfannkuchen-Mischung setzen. Nussiger Buchweizen bildet die Basis, wobei gleich in der Bezeichnung auf die alternative Verwendung für Waffeln hingewiesen wird. Mit einer zweiten Backmischung geht der Vollwert-Hersteller auf den Protein-Trend ein und reichert sie mit Erbsenmehl als heimischer >





veganer Alternative zu Molken- oder Sojaprotein an.

Für die Kaffeerunde

Auch wenn typische Bio-Verwender Kuchen vielleicht gern komplett selber backen, machen die praktischen Backmischungen Sinn. Insbesondere in anderen Vertriebslinien als im traditionellen Bio-Laden. Einmal mehr wächst die Zahl

Faktencheck:

Mit Bio-Backmischungen lassen sich jüngere Zielgruppen und Menschen erreichen, die (noch) nicht viel Erfahrung beim Backen besitzen. Sie richten sich aber auch an Bio-Stammkäufer, die auch dann etwas zum Backen haben möchten, wenn es einmal schnell gehen muss. Rohstoff-Engpässen entgegen wirkt bei etablierten Herstellern die langjährige und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Land-

an glutenfreien Varianten; die Möglichkeit einer veganen Zubereitung samt Anleitung zählt quasi zum Standard. Werz betont, dass ihre Backmischungen ohne „viel Schnickschnack“ seien. Einfache, glutenfreie Rezepturen bilden daher auch die Grundlage für eine universell ein-

wirten, die bevorzugt in der Region beheimatet sind. Demeter-Betriebe sorgen einem Mangel an Rohstoffen vor, indem sie gegebenenfalls parallel Partnerschaften zu Bioland- und anderen Bio-Landwirten aufbauen. Viele arbeiten außerdem bereits klimaneutral.

Vertrieben werden Bio-Backmischungen in Supermärkten, Drogeriemärkten und im Biofachhandel. Insbesondere für ländlichere Regionen setzen viele Anbieter alternativ auch auf Online-Shops.



setzbare 4-Korn Backmischung mit Hefe, aus der sich ebenso Brot wie – nach Zugabe von Zucker – Kuchen backen lässt. Vielfältigkeit zeichnet auch die Kuchenbackmischung mit Dinkelmehl der Antersdorfer Mühle aus, die in diesem Fall als Basisteig für lockeren Rührkuchen konzipiert ist.

Die einen nennen es

ZEITVERSCHWENDUNG, wir *Sorgfalt.*

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

MOUNT HAGEN.
Kaffee für Fortgeschrittene.





Ansonsten behauptet Schokoladenkuchen klar Platz eins. Die Bio-Zentrale beschränkt sich bei ihren süßen Backmischungen sogar auf die Geschmacksrichtung, verweist dafür auf die mögliche Verwendung für Muffins und Brownies. Die Wölkchenbäckerei führt bislang ebenfalls nur Schokoladenkuchen. Die weizenfreie Rezeptur soll hier neben anderen auch Diabetiker ansprechen:

Entstanden aus den selbst verlegten Abnehm-Backbüchern, werden bei der Zubereitung Quark, Süße nach Wahl und Möhren hinzugefügt. Bei Bauck, Biovegan und Spielberger begleiten dagegen noch weitere Kuchenbackmischungen die Schokoladenkuchen-Backmischung. Letztere bieten erst seit knapp einem Jahr Backmischungen an, neben der für Schoko- auch für Zitronen- und Käsekuchen.

Demnächst kommt eine innovative Backmischung für einen glutenfreien Hefezopf hinzu. Ebenfalls ungewöhnlich und reizvoll ist eine Backmischung für ebenfalls glutenfreien Karottenkuchen mit Buchweizen, den Baetter Baking auf der Biofach vorstellte. Dass sich sogar festliche Torten aus Bio-Backmischungen zaubern lassen, will Bauck beweisen. Passend zum 90-Jahre-Jubiläum der Umstellung >



• **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



navitalo
specialist in plant-based food ingredients
Exclusive Distribution Partner For Europe



SHAFI GLUCO CHEM
Your Specialist in Sweeteners & Proteins



FSSC 22000



des ersten Bauckhofs auf Demeter-Landwirtschaft ergänzen unter anderem Backmischungen für Schoko-, Joghurt-Kirsch-, Käse-Sahne- und Hügel-Creme-Torte das Portfolio.

Wie die anderen Bio-Backmischungen gelangen sie komplett ohne Ei und andere tierische Zutaten. Die Joghurt-Kirsch- und die Käse-Sahne-Torte sind zudem insofern eine Besonderheit, dass sie als No-Bake-Torten ohne Ofen zuzubereiten sind.

Brot in großer Spannbreite

Praktische Bio-Brotbackmischungen gibt es schon lange im Handel, wobei die Auswahl mittlerweile die verschiedensten Entwicklungen und Ansprüche umfasst. So gibt es Sorten mit Vollkorn- ebenso wie solche mit ausgemahlenem hellen Mehl. Traditionell ist bei Bio-Mischungen der bekömm-

liche und in Deutschland wachsende Dinkel besonders häufig vertreten, dicht gefolgt von Hafer. Auffällig oft handelt es sich außerdem um Produkte mit ‚free from‘-Charakter: je nach Anbieter und Brotsorte ohne Hefe (überwiegend der Fall), ohne Gluten (stark steigend) und/oder ohne Weizen beziehungsweise Mehl überhaupt.

Bauck bietet inzwischen über ein Dutzend Brotbackmischun-

gen an – von klassischem Vollkornbauern- und 6-Korn-Vollkornbrot über Schwarz- bis zu sogenannten Schnellbrotten ohne eine erforderliche Teigruhe. Getreidemäßig spielt Hafer die Hauptrolle, was gleichermaßen für die vielen glutenfreien Brotbackmischungen zutrifft.

Für garantierte Glutenfreiheit sorgt Bauck mit konsequenter Kontrolle von der Saat bis zur Verarbeitung, wozu auch eine

separate hochmoderne Mühle gehört. Das knusprige Haferbrot sowie die drei Sorten des ebenfalls glutenfreien Wunderbröds zählen hier eigenen Angaben zufolge zu den Bestsellern.

Wunderbröd nennt Bauck die Mischungen für kernige Saatenbrote mit Haferflocken. Die Bio-Zentrale hebt bei ihren zwei ähnlichen Saatenbrotten hervor, dass sie mit ihren Zutaten eine ballaststoffreiche Proteinquelle sind. Biovegan, die gleichfalls eine große Auswahl an Bio-Brotbackmischungen im Portfolio haben, spricht dagegen von Wikingerbröd. Damit wird gedanklich die Verbindung zur noch vor ein paar Jahren gängigen Bezeichnung von Saatenbrotten als Paleo-Brot hergestellt.

Zu den Neuheiten im herzhaften Bereich gehören ansonsten unter anderem auch hier Hafer- und Krustenbrot. Nummer drei, das helle Faltenbrot, ist seinerseits ein wahrer Hingucker und

ohne Gewähr auf Vollständigkeit

Anbieter Backmischung	Homepage
Antersdorfer Mühle GmbH & Co Vertriebs KG	www.antersdorfer.bio
Baetter GmbH	hwww.baetterbaking.com
Bauck GmbH	www.bauckhof.de
Biovegan GmbH	www.biovegan.de
Bio-Zentrale Naturprodukte GmbH	www.biozentrale.de
Die Wölkchenbäckerei	www.woelkchenbaeckerei.de
Lizza GmbH	www.lizza.de
Spielberger GmbH	www.spielberger.de
Werz Naturkornmühle GmbH & Co. KG	www.werz.bio

BIO-Kartoffelstärke & BIO-Kartoffelflocken

„Made in Austria“



AGRANA's Bio-Kartoffelstärke und Bio-Kartoffelflocken eignen sich hervorragend zur Textur- und Haltbarkeitsverbesserung. Durch die ausgezeichnete Quellfähigkeit auch in kaltem Wasser sorgen sie für Zeit- und Energieersparnis.



lässt sich gut sowohl herzhaft
als auch süß füllen.

Kleingebäck mit Charakter

Spezielle Mischungen für Brötchen und Co. sind zwar nach wie vor seltener zu finden, aber es gibt sie. Auf der anderen Seite wird auf manchen Packungen für Brot extra darauf hingewiesen, dass sich damit auch Kleingebäck backen lässt. Beispielsweise empfiehlt Bauck die Schwarzbrot-Mischung im Sortiment alternativ zur Herstellung von rustikalen Finnbrötchen und das Wunderbrød für Knäcke oder Cracker. Anleitung inklusive.

Zwei Bauck-Backmischungen sind aber doch konkret für Brötchen und Kleingebäck be-

stimmt. Auch die Wölkchenbäckerei führt mit Sonntags- und Kraftbrötchen zwei passende Backmischungen im Sortiment. Lizza schließlich, ist ein junges, auf low carb spezialisiertes Unternehmen und arbeitet bevorzugt mit Leinsamenmehl. Das ist auch bei den beiden glutenfreien Backmischungen für Rustikal Brot und für Körnerbrötchen der Fall. Ansonsten gehören zur speziellen Rezeptur Bohnen und Reisvollkornmehl, reichlich Körner, Sauer-teigpulver und mehr.

Die Spielberger Mühle bietet auch im Bereich Kleingebäck eine pfiffige Neuheit an und ergänzt die Brotbackmischungen durch eine Bagel-Mischung in Demeter-Qualität. Die runden

Hefe-Kleingebäcke mit dem typischen Loch in der Mitte sind in 20 Minuten gebacken und lassen sich beliebig mit Saaten, Käse oder Gewürzen toppen, schreibt Spielberger. Für den Anfang ist bei der Backmischung ein Päckchen Sesam mit dabei. Verpackt wird im Papierbeutel.

Hersteller wie Bauck, Spielberger und die Wölkchenbäckerei runden das heute moderne Angebot an Bio-Backmischungen durch Varianten für Pizza und Flammkuchen ab – je nachdem glutenfrei und auf Haferbasis oder mit Dinkel. Dagegen ist Biovegan mit Ciabatta sowie Focaccia-Mischungen vertreten und macht Bio-Backmischungen auch Party-tauglich.

Bettina Pabel





stock.adobe.com_Cagkan

EU-Kommission plant Neuregelung von Gentechnikverfahren

Die Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL) nimmt Stellung

Bisher können in der Europäischen Union ökologische Produkte ohne Einsatz von gentechnisch veränderten Organismen (GVO) in Übereinstimmung mit der EU-Öko-Verordnung erzeugt und verarbeitet werden. Die EU-Kommission plant nun eine Überarbeitung des Gentechnikrechts sowie die Deregulierung bestimmter Verfahren.

Ein Urteil des Europäischen Gerichtshofes (EuGH) vom Juli 2018 legt fest, dass auch neue Gentechnikverfahren als Gentechnik im Sinne des europäischen Gentechnikrechts eingestuft werden. Deshalb wird eine umfassende Risikoprüfung auch für die neuen Gentechnikverfahren gefordert. Nun planen die EU-Kommission, der Rat der EU und das EU-Parlament eine Überarbeitung und damit einhergehende Deregulierung der geltenden Gentechnikregelungen mit Blick auf die Neuen Genomischen Techniken (NGT). Einfache Veränderungen von Pflanzen mittels NGT sollen

komplett aus den Gentechnikregelungen herausgenommen werden. Sie sollen weder gekennzeichnet noch vorab einer Risikoprüfung unterzogen werden. Bei diesen angedachten Änderungen stützt sich die Kommission auf einen Bericht der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA), in welchem diese davon ausgeht, dass es im Vergleich zu konventioneller Züchtung keine neuen Gefahren gäbe. Diese Aussage wird allerdings in Bezug auf solche Techniken eingeschränkt, die auf die Veränderung endogener DNA-Sequenzen bei Pflanzen abzielen. Auch Teile der Ernährungswirtschaft und der ihr

nahestehenden Wissenschaften sind von der Anwendung der NGT in der Züchtung überzeugt. Sie argumentieren, dass das Risiko für Menschen und Umwelt durch NGT geringer sei, als es bei alten Gentechniken der Fall ist, insofern keine artfremden Gene in das Genom des jeweiligen Organismus eingebracht würden. Die Chancen, mit dieser Technik zum Beispiel schnell klimaangepasste, pilzresistente, ertragreichere Nutzpflanzen zu generieren, seien weitaus höher als die Risiken. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die Verbraucherinnen und Verbraucher und damit auch der Lebensmittel-

handel, Lebensmitteln ablehnend gegenüberstehen, die mittels GVO erzeugt sind. Deshalb ist es entscheidend, dass auch in diesem Wirtschaftsbereich das Verursacherprinzip, die Produzentenhaftung und die zugehörige Transparenz gesichert werden. Letztendlich ist die Funktionalität und die Koexistenz unterschiedlicher Produktionsformen zu gewährleisten.

Die Mitgliedsunternehmen der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AöL) sehen für den Bereich der Lebensmittelverarbeitung zur Überarbeitung des EU-Genetechnikrechts daher einige Aspekte als unerlässlich:

■ Aus der geltenden Verordnung (EU) 2018/848 ergibt sich in Art. 3, (58), (59), (60), Art. 5 und Art. 11 ein Verbot der Verwendung von GVO für die ganze Produktionskette (mit Ausnahme von Tierarzneimitteln). Es wird nicht nach alten und neuen gentechnischen Verfahren unterschieden. Daraus folgt, dass die Nachweisverfahren, Rückverfolgbarkeit und Rückholbarkeit eine Voraussetzung für die Zulassung sein müssen.

■ In einem öffentlich zugänglichen Register sollten zudem folgende Informationen geführt werden: die Art der Veränderung, das Nachweisverfahren sowie alle mit Hilfe der NGT veränderten Lebens- und Futtermittel, sowie Saat-, Pflanzgut und Vermehrungsmaterial und Zuchttiere, die in die EU eingeführt werden.

■ Die Neuen Genomischen Techniken müssen weiterhin entlang der Wertschöpfungskette für Lebens- und Futtermittel sowie für Zusatz- und Verarbeitungshilfsstoffe und für Enzyme als GVO gekennzeichnet werden. Die Verordnung (EG) Nr. 1829/2003 über genetisch veränderte Lebens- und Futtermittel sollte im Hinblick auf die Kennzeichnung mit GVO nachgebessert werden.

■ Kontaminationen von Bio-Lebensmitteln mit GVO, einschließlich NGT, müssen soweit verringert werden, wie es technisch möglich ist. Die Kosten für Untersuchungen der Bio-Lebensmittel auf etwaige Schäden durch Kontamination mit GVO müssen im Rahmen der Produkthaftung von deren Inverkehrbringer einfach und schnell reguliert werden.

■ Ferner muss durch rechtliche Regelungen gewährleistet sein, dass eine Auskreuzung von GVO und NGT-veränderten Pflanzen in Bio-Pflanzenbeständen nicht möglich ist. Damit soll die Wahlfreiheit innerhalb der Erzeugungskette gewährleistet bleiben.

Aktuell ist noch offen, wie sich die deutsche Bundesregierung zu den Plänen der EU-Kommission positioniert. Aus der Berichterstattung der Agra-Europe über einen Antrag der Unionsfraktion vom Juni 2022, der im Ernährungsausschuss des Bundestages diskutiert wurde, geht folgendes Bild hervor: Der Antrag zielte darauf, die landwirt-



schaftliche Produktion zukunftsfähig zu gestalten und einen Innovationsrahmen für neue genomische Techniken zu schaffen, womit er sich dem Vorschlag der EU-Kommission vom April 2021 anschloss. SPD und Bündnis 90/Die Grünen sowie die FDP lehnten den Antrag ab. SPD und Bündnis 90/Die Grünen verwiesen auf die fehlende Akzeptanz der Verbraucher gegenüber genetisch modifizierten Produkten. Besonders, da eine Kennzeichnung von mittels NGT gezüchteten Pflanzen nach Auffassung der Wissenschaft nicht möglich sei. Diese seien selbst im Labor nur äußerst schwer von konventionell gezüchteten Pflanzen zu unterscheiden. Die FDP argumentierte mit der fehlenden Notwendigkeit der Kennzeichnung von Lebensmitteln, die mit Hilfe der NGT gezüchtet wurden. Denn ohne Kennzeichnung keine Wahlfreiheit. Die Position Deutschlands zu dieser Frage hängt also von der Transparenz über die Züch-

tungsmethoden gemeinsam mit der Risiko- und Nachweisforschung ab.

Eine mögliche Wahlfreiheit und die Koexistenz von gentechnisch veränderten und nicht veränderten Produkten, insbesondere von Bio-Produkten, hängt damit von diversen Faktoren ab: der Kennzeichnungspflicht von NGT über die gesamte Wertschöpfungskette, Nachweisverfahren, Rückverfolgbarkeit und Rückholbarkeit der GVO und NGT-veränderten Organismen und Produkte und von einem öffentlich zugänglichen Register über NGT- und GVO-Verfahren. Eine neue rechtliche EU-Regelung zu GVO muss in jedem Fall die Bedingungen des ökologischen Landbaus und die Wahlfreiheit der Verbraucher berücksichtigen. Schließlich wurde im Green Deal der Kommission das Ziel 25 Prozent Öko-Landbau bis zum Jahr 2030 festgelegt. Die Agrarpolitik sollte sich viel mehr auf das Ziel des Ausbaus, der Erforschung und Förderung von resilienten agrarökologischen landwirtschaftlichen und zukunftsfähigen Ernährungssystemen ausrichten.

Nähere Informationen zur Haltung der AöL wird die Stellungnahme 'Neuregelung von Gentechnikverfahren' umfassen. Diese wird in Kürze auf der Webseite der AöL veröffentlicht.

Brunhard Kehl

Anzeige



Streiflichter der Biofach 2023

Bio-Vielfalt von Sonnenblumenhack bis zu Gulasch vom Bruderkalb

„Paving the path“ – „den Weg bereiten“: Unter diesem Motto traf sich die Bio-Branche vom 14. bis 17. Februar in den Hallen der NürnbergMesse wieder. Mit 2.765 Ausstellern aus 95 Ländern war die Biofach 2023 um 20 Prozent größer als die Sommer Edition. Knapp 36.000 Fachbesucher aus 135 Ländern konnten sich von über 400 Produktneuheiten überzeugen, sich auf der erstmaligen Sonderschau BIOimSEH Expertentipps für die Sortimentsgestaltung holen und sich vernetzen.

Aus Deutschland waren 764 Aussteller am Start, 72 Prozent sind aus dem Ausland angereist. Zum ersten Mal dabei waren der karibische Inselstaat Dominica sowie Liberia. Wie schon bei der Sommer-Ausgabe fand die Messe im hybriden Format statt: Parallel zur Präsenzveranstaltung konnten Besucher die digitale Eventplattform talque nutzen: zur Vorabplanung, zum Matchmaking oder zum Nachschauen der Kongressveranstaltungen,

von denen die meisten auch livestreamt wurden. Vier Trends haben sich bei der diesjährigen Biofach herauskristallisiert: „New Global“, das Ersetzen von Inhaltsstoffen durch heimische Zutaten; „Vegan meets Tradition“, die vegane Neuinterpretation traditioneller Gerichte; „Less is More“ – „Weniger ist mehr“, von der Verarbeitung bis zur Verpackung; und „New Sweeteners“, neue Süßungsmittel anstelle von Zucker.

Sirup in Fülle

Seit 20 Jahren Erfahrung im Sirup-Geschäft hat das pakistanische Unternehmen Shafi Gluco Chem. Über 50 Prozent seines Umsatzes erwirtschaftet einer der weltweit führenden Hersteller von Proteinen und Süßungsmitteln heute mit Bio-Produkten. Es gibt Reis-, Fruktose- und Tapioka-Sirup, Tapioka-Milchpulver, Reis-Mehl und -Proteine und mehr. Bisher einzigartig auf dem Markt sei die Tapioka-Milch, eine besonders erfrischende Milchalternative. Insgesamt produziert Shafi Gluco Chem über 50.000 Tonnen pro Jahr und fährt einen jährlichen Umsatz von über 50 Millionen US-Dollar ein.

Die gesamte Ware ist auch in Bio-Qualität erhältlich. Kunden können die Produkte in Größen von 25-Kilogramm-Papiersäcken bis zu Großraumbehältern mit 1.400 Kilogramm Fassungsvermögen bestellen. Verwendung finden sie in Getränken, Energieriegeln, Säuglingsnahrung, Fleischersatzprodukten – oder sogar in Shisha. Durch eine In-house-Lieferkette könne die Qualität der Produkte besonders gut überwacht werden. 300 bis 500 Mitarbeiter sind in der eigenen Produktionsstätte angestellt. „Die Nachfrage nach pflanzenbasierten Produkten und Zuckeralternativen geht nach oben“, meint Kazim Abbas, der den Export verantwortet. Besonders die natürlichen Alternativen seien immer gefragter.

Qualität aus Schweden

Mit 20 Prozent Bio-Agrarfläche, 6,1 Prozent Bio-Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel und 38 Prozent Bio in der öffentlichen Außer-Haus-Ver-

pflegung (AHV) ist Schweden weltweit ganz vorne im Ökolandbau. „Der politische Wille war da und der Markt hat reagiert“, erklärt Anton Järild, Kommunikationsstrategie beim Bio-Verband Organic Sweden, der dieses Jahr zum ersten Mal bei der Biofach mit von der Partie war. Die führenden Handelshäuser hätten sich in den letzten Jahren eine Art Wettbewerb um das beste Bio-Sortiment geliefert. Ähnlich wie in Dänemark gibt es in Schweden fast keine Bio-Fachgeschäfte und der Einzelhandel ist fast vollständig für den Bio-Umsatz verantwortlich. Die großen Handelsor-

ganisationen ICA, Axfood und Coop kontrollieren über 85 Prozent des gesamten Lebensmittelmarktes. Führend und Vorreiter im Bio-Bereich ist Coop, aber auch einige ICA-Filialen hätten ein sehr gutes Bio-Sortiment.

2017 hat die schwedische Regierung sich die aktuellen Ziele gesetzt, bis 2030 30 Prozent Bio-Agrarfläche und 60 Prozent Bio in der AHV zu erreichen. Dafür wurde ein Aktionsplan implementiert, an dessen Strategie Vertreter der gesamten Lebensmittelkette beteiligt waren: Landwirte, Verarbeiter, Einzel- und Großhändler. Auf der Biofach boten

schwedische Aussteller Vielfalt von alten Getreidesorten über Leindotter- und Hanföl, handgepflückte Blaubeeren und Cranberries bis hin zu Schokolade. Darüber hinaus hat Organic Sweden das ‚Eko-Portal‘ vorgestellt. Dieses Online-Portal umfasst derzeit über 700 Produkte und verbindet schwedische Bio-Lebensmittelhersteller mit potenziellen Kunden.

Vegane Convenience von Tofu bis Pizza

Der Trend zur pflanzenbasierten Ernährung ist endgültig auch in der Bio-Branche angekommen und so wurden auf der Biofach 2023 zahlreiche für Veganer geeignete neue Produkte präsentiert. Eine vegane ‚Bio Pizza Bianca‘ mit Cashew-Sauce, Champignons und Spinat auf Dinkel-Teig kredenzte followfood den Besuchern. Ökofrost hatte eine vegane, laktose- und glutenfreie TK-Sacher Torte mit Aprikosen-Füllung sowie eine vegane Haselnuss-Torte mit Kaffee-Füllung im Gepäck – Marke Biopolar. Und auch Loveshock hat sein vegan-Sortiment um eine limitierte Edition erweitert: mit veganem Schokoladeneis samt Cashew, Mandeln und Feigen.

Auf Sonnenblumenhack basieren neue vegane Bolognese- und Burger-Alternativen der Etadoro GmbH aus Österreich. Rote Bete-Falafel mit „einem Hauch Meerrettich“ hat Organic Veggie Food für die Marke Soto neu kreiert. Bio-Pilz-Bratlinge mit Roter Bete und Bohnen gibt es vom dänischen Hersteller perfectseason. Und die Taifun Tofu GmbH hat mit den ‚Bratfilets Gartenerbse‘ und ‚Tofu Spinacia‘ zwei neue Tofu-Spezialitäten präsentiert. ➤





Beim ersten Meeting Point BIOimSEH war Platz für offene Gespräche, Vernetzung und Diskussionen.

Eine Fülle von veganen Fleischersatzprodukten hat Davert im August 2022 auf den Markt gebracht. Basierend auf Erbsen- und Ackerbohnen-Protein gibt es neben neutralen Veggie Chunks und Granulat auch Convenience-Gerichte wie Chili sin Carne, Veggie Bolognese, Curry, Burger oder Gyros.

Brinkers wiederum präsentierte seine stetig wachsende Range veganer Aufstriche. Bereits 2016 wurde die Marke So Vegan So Fein mit den Sorten Nuss-Nougat, Zartbitter und Schokolade implementiert. Inzwischen wurden diese Varianten um eine Mandel-, weiße Kokos-, Pistazien- und Walnusscreme ergänzt und werden mittlerweile weltweit distribuiert. Außerdem hat Brinkers neu drei Produkte mit 30 Prozent weniger Zucker eingeführt: Die Geschmacksrichtungen Nuss-Nougat, weiße Haselnuss und

Mandel werden nun mit Datteln gesüßt.

Komplett ohne Zucker – damit wirbt die Berief Food GmbH bei ihrem neuen Haferdrink. Selbst der natürliche Zucker, der bei herkömmlichen Haferdrinks durch die

Fermentation im Herstellungsprozess entsteht, ist hier nicht mehr enthalten. Die ‚ohne Zucker‘-Linie umfasst neben der Neuheit bereits einen Mandel- und einen Soja-Drink.

Für die nächste kalte Jahres-

zeit ist mit Glühwein und Punsch von Bayernwald vorgesorgt. Ein Orangenpunsch ohne Alkohol verbirgt sich hinter dem ‚Bio Hitzkopf Winterapfel‘. Ein neun-prozentiges Geschmackserlebnis mit feinen Gewürzen und Zitrusnoten verspricht dagegen der ‚Bio Hitzkopf Schlehen-Glühwein‘.

Joghurts aus Aprikosenkernen, Mandeln oder Kokos

Das österreichische Startup Kern Tec GmbH bietet jetzt zusätzlich zur Milchalternative, die auf der letzten Biofach ausgezeichnet wurde, zwei Wunderkern-Joghurtsorten, die aus Aprikosenkernen hergestellt werden: einmal pur, einmal mit Blaubeergeschmack. Dazu kommt ein neuer ‚Barista Kern Drink‘ für Kaffeeliebhaber.

Eine andere pflanzliche Joghurtalternative finden Vega-





ner etwa in dem ‚Biogurt Kefir‘, das vom spanischen Hersteller Nutriops aus Mandeln, Cashew und Kokosnüssen produziert wird. Es ist in den Varianten Kokos-Mango, Mandel sowie Cajou & Coco erhältlich. Dinkel, Hafer und Hanf verwendet das französische Unternehmen Olga SAS für seine veganen Joghurts, die entweder pur oder mit Bananen- und Schokoladengeschmack genossen werden können. Eine vegane Bio-Mascarpone auf Erbsen- und Pflanzenfettbasis hat schließlich die Schweizer Züger Frischkäse AG im vergangenen Herbst auf den Markt gebracht.

Käse und Fleisch mit Mehrwert

Dass es zwischendurch auch noch ‚echte‘ Fleisch- und Käse-Spezialitäten sein dürfen, dafür plädieren die Produktinnovationen alteingesessener Bio-Hersteller. Die Käse Rebellen haben pünktlich zur Biofach die neue Variante ‚Bergblumen Rebell‘ aus Heumilch und mit dunkler Blumenrinde herausgebracht. Von der Au-

rora kaas GmbH gibt es neuen ‚Freyas Klee Rotkultur Käse‘. Und die Gläserne Molkeerei hat gleich drei Spezialitäten in Bioland-Qualität präsentiert: Kesselmeister Kleekorn, Pfefferkecke und Goldstück.

Die Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall (BESH) stellte Produktneheiten vom Bruderkalb aus kuhgebundener Kälberaufzucht vor: Bolognese und Gulasch in der Dose sowie tiefgefrorene, rohe Bio-Burger – alles Demeter- oder Bioland-zertifiziert. Mit kuhgebundener Kälberaufzucht nach Demeter-Richtlinien wirbt auch die Holle baby food AG bei ihrem Linsengemüse mit Kalb sowie dem reinen Kalbfleisch im Glas.

Eine Abnahmegarantie, einen unbefristeten Vertrag und stabile Preise, die nur viermal im Jahr auf Grundlage der Marktentwicklung festgelegt werden, bietet ‚Der Grüne Weg‘ seinen Landwirten. Das Tochterunternehmen des niederländischen ‚De Groene Weg B.V.‘ – zweitgrößter Bio-Fleisch-Produzent in Europa –

will nun auch in Deutschland Fuß fassen und hat mit der Verarbeitung thüringischer Schweine seine erste Bio-Schweinefleischkette offiziell ‚in Betrieb‘ genommen. Auf der Biofach hat das Unternehmen seine Konzepte und Beratungsangebote vorgestellt.

Meeting Point BIOimSEH

Premiere feierte auf der diesjährigen Biofach der bioPress-Meeting Point BIOimSEH. Das ungewohnte Format als Experten Lounge ohne Referenten, dafür mit viel Raum für offene Gespräche, Vernetzung und Diskussionen fand bereits guten Anklang. „Viele wollen, aber keiner zeigt es offen“, so das Resümee von bioPress-Herausgeber Erich Margrander über den Weg der Hersteller in den selbstständigen Lebensmitteleinzelhandel (SEH). Die Angst vor großen Partnern wie denn’s oder Alnatura sei für einige noch ein Hindernis. Auf Interesse stieß auch die digitale Angebotsplattform BioVollsortiment von DigitalSunray Media aus Wien.

Ein Mitarbeiter des Edeka-Markts Minden-Hannover zeigte zusammen mit einer Alnatura-Vertreterin Entdeckerfreude über das unerwartete Angebot von Zwergengewiese. Auch Kaufleute von Rewe oder Edeka gaben sich hoffnungsfroh bei der Angebotsvielfalt und erzählten von eigenen Erlebnissen und Hindernissen bei der Bio-Sortimentsbeschaffung. Vielen ist nicht klar, welche Biomarken sie tatsächlich ordern können. Altgediente Vertriebsmitarbeiter oder ein ehemaliger O + G Einkäufer, der jetzt lieber direkt für die Produzenten aus den Regionen Spaniens unterwegs ist, sehen Zukunft für die Plattform. Den direkten Austausch von Ideen und Alternativen fanden auch hohe Gäste aus Ministerien und Verbänden spannend und anregend. Neben Infothek und Experten Lounge konnten Kaufleute sich durch eine Produktausstellung Inspiration für ihre Sortimentsgestaltung holen: ob mit Pasta von D’Angelo, Kokos-Chips von Egesun, Käse von Vandersterre, TK von Demeter Felderzeugnisse oder Ökofrost, Haferdrink-Alternativen von Natumi oder Saucen und Feinkost im Glas von LaSelva. Neue Crossini in den Geschmacksrichtungen Käse, Pizza und Pfeffer mit samt Display präsentierte Huber Brezel. Und Kluth hatte sein neues Sortiment für die Gastronomie dabei: 1-Kilogramm-Beutel von Cashewnüssen, Pinienkernen, Aprikosen, Studentenfutter und mehr. Die Matchmaking-Plätze waren belegt von Naturland und Demeter Felderzeugnisse sowie von der Akademie Schloss Kirchberg, die ihr Bio-Schulungsangebot vorstellte. Für Kaffeegenuss sorgte der Produzent Kaffee Pura.

Lena Renner



Schon 1920 wurde die Alfred Galke GmbH als Teetrocknerei gegründet. Heute gibt es zahlreiche Bio-Gewürze und -Kräuter im Sortiment.

Von regional bis exotisch

Gewürz-Entdeckungen auf der Biofach

Lust auf den besseren Geschmack? Das geht nicht ohne hochwertige Gewürze für den letzten Schliff beim Kochen. Bio-Hersteller bieten heute vielfältige internationale Spezialitäten und kreative Gewürzmischungen für jeden Anlass. Auf der Biofach stellten nicht nur die etablierten, sondern auch noch unbekannte Unternehmen ihr

Während Bio-Pioniere vor allem durch jahrzehntelange Erfahrung und technisches Know-How sowie eine große Auswahl überzeugen, bringen Startups mit innovativen Vermarktungskonzepten und neuen nachhaltigen Verpackungen frischen Wind in die Branche. Neben dem eigenen Anbau legen Bio-Unternehmen viel Wert auf faire und langfristige Partnerschaften bei der internationalen Beschaffung. Angesichts zahlreicher Qualitätsmarken haben Händler keine Ausrede mehr bei Einfalt im Gewürzregal. Hier nur eine kleine Auswahl der Aussteller auf der Biofach.

Von My Thai bis zur Weihnachtswürze

Eine große Fülle an Bio-Gewürzen von Standards bis zu Außergewöhnlichem bietet das Startup Meris GmbH alias Soul Spice aus dem bayeri-

schen Bad Tölz. Alle Artikel werden in kleinen Gläsern mit einem Fassungsvermögen von 20 bis 100 Gramm verkauft. Es gibt Alpenkräuter-Salz, Chili und Kardamom aus Kerala, Kräuter der Provence oder Kümmel und Koriander



aus Hohenlohe, aber auch besondere Gewürzmischungen wie die ägyptische Mischung Dukkah, die persische Mischung ‚Duft des Orients‘ oder die thailändische Gewürzzubereitung ‚My Thai‘. Dazu kommen vielfältige Kollektionen, etwa für Meat oder Veggie Lover, für Weihnachten, die indische Küche oder die Zuckerbäckerei. Insgesamt werden inzwischen rund 130 Artikel angeboten. Die Preise rangieren zwischen 50 Euro pro Kilo für das Atlantik Salz – Fleur de Sel und 1.428 Euro pro Kilo für Bourbon Vanilleschoten aus Madagaskar. Außer im Online-Shop sind die Produkte mittlerweile in Feinkostläden in ganz Deutschland zu finden.

Um den fairen Anbau in allen Herkunftsländern zu garantieren, arbeitet SoulSpice langfristig mit ortsansässigen Partnern zusammen: zum Beispiel dem Verband Ecoland in Serbien, der Wayanad Social Service Society (WSSS) in Kerala oder dem Joint Agri & Sofa in Sri Lanka. Die Manufaktur in Bad Tölz kooperiert mit dem Sozialunternehmen ReAL Isarwinkel, das sich für Inklusion einsetzt und Menschen mit psychischen Erkrankungen oder sozialen Einschränkungen beschäftigt. Dort werden die Gewürze von 20 Mitarbeitern gemahlen, gemischt und von Hand abgefüllt.

Eigener Anbau in Südtirol und Hohenlohe

Mit ‚Bio seit 1990‘ wirbt das Kräuterschlössl aus Südtirol. Aus eigenem Anbau hat das Familienunternehmen Oregano, Basilikum, Bergbohnenkraut, Spitzwegerich oder Zitronenverbene im Gepäck – alles in Papiertütchen von rund 20 Gramm zum Preis von 4,30



Euro bis fünf Euro. Dazu werden Gewürzmischungen wie Pasta-, Grill- oder Pizzagewürz angeboten. Außerdem gibt es vielerlei Kräutersalze, mit Bärlauch, Wacholder-Ingwer oder Blüten verfeinert. Gewürzmischungen und Salze werden in 45- bis 200-Gramm-Gläsern verkauft. Das Unternehmen stellt auch Teemischungen, Kräuternudeln, Sirupe und Naturkosmetik her und kommt so insgesamt auf rund 200 Produkte.

Auf eigenen Anbau setzt auch die Ecoland Herbs & Spices GmbH aus Hohenlohe. Bäuerliche Familienbetriebe und



Kleinbauernkooperativen bauen für das Unternehmen Senf, Koriander und Kümmel an, die auch in unseren Breiten gut gedeihen. Dabei wer-

den ausschließlich alte Sorten verwendet, die oft vom Aussterben bedroht sind. Diese versprechen zwar einen geringeren Ertrag, dafür aber >



Die Alfred Galke GmbH stellte auf der Biofach ihre neue basische Kräuterteemmarke Herbase vor.



auch ein besseres Geschmackserlebnis. Gewürze wie Pfeffer, Muskat und Nelken bezieht Ecoland direkt von indischen Kleinbauern, die dafür nach Angaben des Herstellers mit Preisen weit über dem Marktdurchschnitt bezahlt werden. Die Ecoland-Premiumgewürze sind im Glas, Aromaschutzbeutel oder als Sackware erhältlich.

Innovation aus Hamburg

In einer besonders innovativen Verpackung kommen die Produkte der 1001 Gewürze GmbH aus Hamburg daher. Die in Deutschland produzierten Dosen bestehen vor

allem aus Holz und Bindemittel auf Pflanzenbasis und seien so industriell kompostierbar. Außerdem bietet das Unternehmen Nachfüllbeutel aus einem PE-Verbundstoff an. Farbige Streifen auf dem Etikett geben an, welche Gewürze in den Mischungen enthalten sind. Alle Rohstoffe stammten von ausgewählten Lieferanten, mit denen 1001 Gewürze seit Jahren partnerschaftlich zusammenarbeitet. Die Manufaktur, die dieses Jahr 20 Jahre alt wird, bietet ihr komplettes Sortiment inzwischen in Bio-Qualität an. Gut 30 Einzelgewürze sind verfügbar, von verschiedenen Chili-Sorten über Dillspitzen



bis hin zu geräucherter Paprika. Die Kilogrammpreise rangieren zwischen 104 Euro für gelbe Senfsaat und 645 Euro für Sternanis. Dazu kommt eine Vielzahl an unterschiedlichen Gewürzmischungen: von Currys über Mischungen für Veggie,

Fleisch und Fisch bis hin zu Dessert-Mischungen. Es gibt sogar eine eigene Sparte für Kinder mit Namen wie ‚nudel trubel‘ oder ‚stampf mampf‘, mit der bereits die Kleinsten an geschmackvolle Bio-Gerichte herangeführt werden sollen.



Bunte Blütenvielfalt konnten Biofach-Besucher bei Kräuterschlössl bestaunen.



Die Allein- geessenen

Auf weltweite Beschaffung setzt die Hamburger Husarich GmbH, die mehr als 30 verschiedene veredelte Gewürze und Kräuter für die Lebensmittelindustrie anbietet – seit 2007 auch in Bio-Qualität. Der Kardamom kommt aus Guatemala, der Kreuzkümmel aus Syrien, die Kurkumawurzel aus Indien und der Muskat aus Indonesien. Alle Lieferanten seien persönlich bekannt und die Lieferkette jahrzehntelang optimiert worden. Zusätzlich zu den Standardprodukten bietet Husarich auch an, die Gewürze nach unternehmerischem Bedarf veredeln zu lassen.

Insgesamt über 1.000 Bio-Produkte bietet die Alfred Galke GmbH mit Sitz im Harz, die schon 1920 als Teetrocknerei gegründet wurde. Darunter sind neben Tees, Obst und Gemüse vor allem zahlreiche Gewürze und Gewürzmischungen. Als Dienstleistungen bietet das Familienunternehmen alles von schneiden, sieben und mahlen über mischen und entwesen bis hin zu dampfbehandeln und konfektionieren. Über den B2B-Webshop können Kunden bequem ihre Bestellungen aufgeben. Auf der Biofach stellte Galke seine neue basische Kräuterteemärke Herbase vor.

Mit jahrelanger Erfahrung kann auch der Bio-Pionier ‚Wurzelgräbers Blütenparadies‘ alias Wurdies Kräuter GmbH & Co. KG überzeugen. Im Jahr 1980 wurde die Firma gegründet, um hochwertige Kräuter aus Wildsammlung und biologischem Anbau anzubieten. Heute umfasst das Sortiment (inklusive Kräuter-, Grün- und Schwarztees) über 800 Artikel aus aller Welt. Als Produktneuheit



Eine Auswahl seines Kräutertee-Sortiments bot Wurdies zum Verkosten an.

wurde auf der Biofach etwa ein Gurkeneinlegegewürz vorgestellt. Ein wachsendes Demeter-Sortiment ist bislang lose zu ein bis zehn Kilogramm verfügbar.

Für den Einzelhandel werden die Gewürze in kleinen Tüten aus Holzpapier angeboten, die innen mit aromaschützendem Pergaminpapier ausgelegt und mit

etwa fünf bis 70 Gramm befüllt sind. Einen Aufsteller zur Warenpräsentation gibt es bei ausreichender Bestellmenge kostenfrei dazu.

Lena Renner





Foto: Frank Boxler

Eröffnungs-Presskonferenz Biofach und Vivaness 2023

Viele Wolken und viel neuer Wind

Biofach-Kongress 2023 nimmt Branchen-Themen unter die Lupe

Wie geht es voran auf dem Weg zu 30 Prozent Bio? Was sind die Aussichten für den Bio-Markt in Deutschland und weltweit? Und welche Herausforderungen brachte die neue EU-Öko-Verordnung? Unter dem Schwerpunktthema ‚Bio. Ernährungssouveränität. Wahre Preise‘ versammelte der Biofach-Kongress 2023 etwa 120 Veranstaltungen rund um Brennpunkte aus der Bio-Branche.

„Es ist nicht alles eitel Sonnenschein, aber wir lassen uns nicht entmutigen“, sagte Marcus König, Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg, in seiner Eröffnungsansprache. Unter den zahlreichen Krisen 2022 – Ukraine-Krieg, gestörte Lieferketten, hohe Energiepreise und Inflation – hatte auch die Bio-Branche zu leiden.

LEH und Discounter gewinnen an Bedeutung

Was sich schon bei der Sommerausgabe der Biofach herauskristallisierte, setzte sich so auch im zweiten Halbjahr 2022 fort: Der deutsche Bio-Markt musste im Vorjahr insgesamt Einbußen von 3,5 Prozent

hinnehmen. Mit 15,3 Milliarden Euro liegt der Umsatz damit allerdings immer noch um 25 Prozent über dem Vor-Corona-Jahr 2019.

Umsatztreiber waren wiederum der Lebensmitteleinzelhandel und Discounter, die ihre Erlöse mit Bio um 3,2 Prozent auf 10,2 Milliarden erhöhten und damit momentan zwei Drittel des Bio-Marktes ausmachen. Insbesondere die Discounter lockten die Kunden mit einem vergrößerten Angebot in die Läden. Bei den Vollsortimentern blieben Bio-Umsatz und -Verbraucherpreise weitgehend stabil. Während Herstellermarken in allen Verkaufskanälen zurückstecken mussten, waren günstigere Handelsmarken die Umsatzgewinner.

Für rund 20 Prozent des Umsatzes verantwortlich bleibt der Naturkostfachhandel, der 2022 einen Umsatz von 3,83 Milliarden Euro einfahren konnte und damit einen Rückgang von 12,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr verzeichnete. Noch stärkere Verluste hatten die sonstigen Einkaufsstätten zu beklagen, zu denen Hofläden, Online-Handel (inkl. Lieferdienste), Wochenmärkte, Bäckereien, Metzgereien und Reformhäuser zählen. Mit einem Minus von 18,2 Prozent gegenüber 2021 erreichten sie einen Umsatz von 1,97 Milliarden Euro und damit 13 Prozent der Bio-Umsätze.

„Der Umsatz wird nicht auf Vor-Corona-Niveau zurückkehren“, ist Diana Schaack überzeugt, die die neuen Zah-

len von der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (AMI) auf der Biofach präsentierte. Der Bio-Markt erlebe gerade voraussichtlich nur eine Delle und werde sich wieder erholen.

Internationaler Zuwachs für Bio

Auch im Bio-Vorzeigeland Österreich ist die gekaufte Menge an Bio-Lebensmitteln 2022 um 3,5 Prozent gesunken, wie Zahlen aus dem Rol-IAMA-Haushaltspanel belegen. Dennoch gingen die Umsätze mit Bio-Lebensmitteln im LEH um 3,7 Prozent nach oben und verglichen mit 2019 gab es eine Steigerung von 42,7 Prozent. Außerdem bleibt Österreich Spitzenreiter, was den Anteil der biologisch

„Wir brauchen Kohärenz.“

bewirtschafteten Fläche betrifft: Sie umfasst mit 688.809 Hektar knapp 27 Prozent der gesamten Landwirtschaftsfläche.

Auf einen Umsatz von 125 Milliarden Euro beläuft sich der globale Bio-Markt aktuell (Zahlen für 2021). „Bis 2030 werden es 500 Milliarden sein“, gab Marco Schlüter aus dem Vorstand des Bio-Dachverbands IFOAM – Organics International eine optimistische Prognose ab. In Südostasien gebe es momentan viel Zuwachs für Bio. Dieser schwanke zwar mit den veränderlichen Exportchancen, in den letzten Jahren hätten sich aber auch lokale Märkte entwickelt. „Es gibt viel Interesse an gesunden Lebensmitteln“, so Schlüter. Auch als Mittel für Armutsbekämpfung werde der Ökolandbau in verschiedenen Teilen der Welt gebraucht.

Bio-Plan Zukunftsstrategie

„Bio ist die entscheidende Antwort auf die Klima- und die Biodiversitätskrise“, betonte der Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft, Cem Özdemir, in seiner Rede. Der Ökolandbau sei ausschlaggebend dafür, dass die Ernährungssicherung nicht nur heute, sondern auch morgen noch gelinge. Er stehe für eine nachhaltige Produktion entlang der gesamten Wertschöpfungskette, für Regionalität und einen starken Mittelstand. Die Zukunftsstrategie ökologischer Landbau sei der „Bio-Plan der Bundesregierung“ auf dem Weg zum 30-Prozent-Ziel. Bei ihrer Weiterentwicklung sollen Ideen von allen Stakeholdern der Bio-Branche miteinfließen. Vier Kompetenzteams konzentrieren sich auf die Bereiche Außer-Haus-Verpflegung, Wertschöpfungsketten, Bildung und Forschung. Ein erster Entwurf der überarbeiteten Strategie soll im Mai 2023 bei der Nachhaltigkeitskonferenz des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) vorgestellt werden. Im Sommer 2023 soll das Kabinett dann über den fertigen Entwurf der Strategie abstimmen.

Mehr Mittel, mehr Forschung und mehr Bio in der AHV

Laut des aktuellen Ökobarometers wären 80 Prozent bereit, in der Außer-Haus-Verpflegung mehr für ein Bio-Gericht zu zahlen, so Özdemir. Die Bundeskantinen sollten daher mit gutem Beispiel vorangehen und mindestens 30 Prozent Bio anbieten. Mit einem einfachen und transparenten Label sollen Kantinen ihr



Foto: NuernbergMesse / Thomas Geiger

„Je schneller der Bio-Ausbau, desto größer der Gewinn für Umwelt und Gesellschaft“, sagte Cem Özdemir, Bundesminister für Ernährung und Landwirtschaft.

Bio-Angebot sichtbar machen können.

Für die erzeugenden Betriebe gebe es nun höhere Ökopremien und eine erleichterte Umstellung durch Kostenerstattung. Das Bundesprogramm Ökologischer Landbau sei auf knapp 36 Millionen Euro aufgestockt worden. Die neue staatliche Tierhaltungskennzeichnung werde eine eigene Bio-Stufe enthalten. Und 30 Prozent des Forschungsbudgets sollen künftig für den Ökolandbau verwendet werden.

„Je schneller der Bio-Ausbau, desto größer der Gewinn für Umwelt und Gesellschaft“, so der Minister. Mit einer Informationskampagne für Bio sollen die Leistungen des Ökolandbaus sichtbarer gemacht werden. In der nächsten Periode der Gemeinsamen eu-

ropäischen Agrarpolitik (GAP) müssten Umweltleistungen dringend besser honoriert werden. Die aktuellen Planungen zum GAP-Strategieplan sähen jährlich rund eine halbe Milliarde Euro für den Ökolandbau vor.

Soweit die momentane Lage in Deutschland. Wie Nic Lampkin vom Thünen-Institut zeigte, reicht die politische Unterstützung des Ökolandbaus jedoch in fast allen Mitgliedsstaaten der EU nicht aus, um die gesetzten Bio-Ziele zu erreichen. „Wir brauchen einen umfassenden Wandel auf institutioneller Ebene“, folgerte der Ökolandbau-Forscher.

Für Jan Plagge, Präsident von Bioland und IFOAM Organics Europe, sind drei grundlegende Handlungsstränge notwendig, um die Agrarwende zu er- ➤



NürnbergMesse / Thomas Geiger

Optimismus trotz zahlreicher Krisen – dafür plädierte Marcus König, Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg, in seiner Eröffnungsrede.

reichen. Die Art und Weise der Preisgestaltung müsse sich ändern: weg vom Wettbewerb der Händler, bei dem der Erzeuger am Ende das bekommt, was übrig bleibt, und hin zu einer Preisbildung von unten. Die nachhaltige öffentliche Beschaffung müsse vorangetrieben werden. Und die Konsumenten müssten an der Bio-Bewegung beteiligt werden – auch mit Hilfe der Förderpolitik der Europäischen Kommission. „Wir brauchen Kohärenz“, fasste Plagge zusammen. Jede neue Maßnahme müsse darauf geprüft werden, ob sie mit dem 25-Prozent-Ziel der EU vereinbar sei.

Eine solche Maßnahme, die in den Koalitionsvertrag der nächsten Regierung gehöre, sei die Mehrwertsteuersenkung auf Bio-Produkte, der nach EU-Gesetz nach neuestem Stand nichts im Wege stünde. Außerdem müsse die Deregulierung der Gentechnik, deren Folge

eine komplette Verunsicherung der Verbraucher wäre, jetzt verhindert werden. „Zur Gentechnik hat Özdemir noch keinen Satz verloren“, bemängelte Plagge. Auch die Händler trauten sich noch nicht, dazu Stellung zu nehmen, weil sie nicht wüssten, wie der Wind sich dreht. Die Bio-Branche müsse ihre Grundwerte daher jetzt klar kommunizieren.

Mehr Bio in Kita-Küchen mit dem Biospeiseplan

Wie Bio von Klein auf in der Außer-Haus-Verpflegung gelingen kann, zeigte Daniela Schmid, Projektleiterin beim Tollwood-Festival und Mitglied des Münchner Ernährungsrats. Bereits 2006 wurde ihr Pilotprojekt „Bio für Kinder“ vom damaligen Referat für Gesundheit und Umwelt der Biostadt München gemeinsam mit Tollwood gestartet. Bis 2012 konnten 32

verschiedene Kinderbetreuungseinrichtungen bei der Umstellung auf 100 Prozent Bio-Kost begleitet werden.

Seit 2021 ist Bio für Kinder Teil eines Forschungs-Praxis-Verbundprojekts mit der Universität Greifswald, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wird. Im Zentrum des neuen Projekts steht das Online-Tool Biospeiseplan, das Kitas und Schulen

„Billige Lebensmittel kommen uns teuer zu stehen.“

bei der Umstellung auf eine nachhaltige Verpflegung unterstützt und seit Mitte Februar in neuer Aufmachung kostenfrei aufgerufen werden kann. Nach der Registrierung können Küchen dort auf ernährungs-

physiologisch ausgewogene und saisonal abgestimmte Sechs-Wochen-Speisepläne zurückgreifen, die auf Alter und Anzahl der Gäste abgestimmt sind. Sie sind mit praxiserprobten und bebilderten Rezepten hinterlegt und automatisch mit Einkaufslisten verknüpft, die auf den durchschnittlichen Einkaufspreisen von Bio-Großhändlern im Großraum München basieren. Grundlage ist ein vegetarischer Lebensmittelkorb mit wenigen Milchprodukten, wozu nach Wahl wenige Fleisch- und Fischkomponenten kommen.

True Cost und Sustainable Performance Accounting

Das Thema der Wahren Preise zog sich durch viele Veranstaltungen des diesjährigen Kongresses. „Wir lügen uns mit den Marktpreisen in die eigene Tasche“, meinte Tobias Gaugler,

der als Ressourcenökonom an der Technischen Hochschule Nürnberg lehrt. „Die Rechnung für billige Lebensmittel in Deutschland wird an anderer Stelle bezahlt – über Biodiversitätsverluste und Klimaschäden.“

„Es ist ein Marktversagen, dass die billigsten Produkte die meisten versteckten Kosten haben“, erklärte Sybille Kyed von Organic Denmark. Und mit „Billige Lebensmittel kommen uns teuer zu stehen“, brachte es auch Anne Baumann von der Assoziation ökologischer Lebensmittelhersteller (AÖL) auf den Punkt.

Nachdem die True Cost Initiative mit Partnern bereits im März 2022 ein Handbuch zu Wahren Kosten herausgegeben hat, wurde mit dem sogenannten ‚Sustainable Performance Accounting‘ eine weitere Methode für eine gerechtere Bilanzierung auf der Biofach vorgestellt. Werden beim True Cost Accounting die Schadkosten durch nicht-nachhaltiges Wirtschaften berechnet, so sind es beim Sustainable Performance Accounting die Aufwände für nachhaltiges Wirtschaften.

In den Kategorien Ökologie, Soziales und Unternehmensführung werden Aufwände erfasst, interpretiert und bewertet – mit dem Ziel der Monetarisierung. „Die Erfassung und Bewertung von Maßnahmen erfolgt dabei ganz eng am Betrieb“, erklärte Christian Hiß, Gründer der Regionalwert AG und Autor des Buches ‚Richtig rechnen‘. Schon vor 20 Jahren hat er damit begonnen, das Nachhaltigkeitsengagement von Landwirten, das sich bisher nicht für sie bezahlt macht, betriebswirtschaftlich zu bilanzieren. Das nun entwickelte Tool umfasst 300 Leistungskennzahlen sowie ein Rating in fünf Stufen und kann auch von kon-

ventionellen Landwirten verwendet werden.

Bio für alle in der Praxis

Wie sich Bio mit Hilfe von Kaufleuten in die Fläche tragen lässt, darüber diskutierte auf der Biofach ein Podium unter Moderation von bioPress-Herausgeber Erich Margrander. Jens Simon ist seit acht Jahren als Kaufmann im Edeka Center Popp tätig und verfügt über langjährige Erfahrung im Bio-Handel. „Wenn der Umsatz im Fachhandel weiter absinkt, werden auch weitere Hersteller in den konventionellen Handel gehen“, prognostiziert der Experte. Ein Problem sei, dass nicht alle Bio-Großhändler zur direkten Zusammenarbeit mit dem LEH bereit wären.

Ein schwieriges Thema bleibe außerdem der Verkauf von Bio-Obst und -Gemüse. Damit die Mitarbeiter Bio von konventionell unterscheiden können, sei weiterhin sehr viel Verpackung nötig. Auch dass Bio separat gelagert werden muss, stelle kleinere Kaufleute vor Herausforderungen. Und dass O+G-Lieferanten im Lebensmitteleinzelhandel täglich neue Ware liefern müssen, sei für Bios oft nicht zu stemmen. Auch um Bio an der Theke zu verkaufen, sei ein „gigantischer Aufwand“ nötig.

„Ein System kann nicht so vielfältig sein wie ein Mensch“, hob Jan Niessen, der als Professor für Strategische Marktbearbeitung an der Technischen Hochschule Nürnberg lehrt, die Vorteile der Beschaffung durch Kaufleute hervor. Durch regionale Produzenten und Authentizität könne sich der selbstständige Lebensmitteleinzelhandel profilieren.

„Ein Drittel Bio wird ohne den LEH nicht funktionieren“, betonte Demeter-Vorstand Alexander Gerber. „Wir müs- ➤

HERBASE
BELEAF IN YOURSELF

ANREGUNG OHNE AUFREGUNG: TUT GUT, SCHMECKT GUT.

neu



Der basische Bio Kräutertee für alle, die sich auf das Wesentliche fokussieren. Morgens verleiht Kräutervielfalt »zum Aufblühen« deinen Kunden die nötige Energie. Und auch du kannst dank guter Preisbalance mit Freude starten.

Erhältlich in drei Sorten – als Grobchnitt oder in kompostierbaren Pyramidenbeuteln.

Jetzt kostenloses Display sichern. www.herbase.de

sen die Kunden in ihrem Einkaufsverhalten ernst nehmen.“ Durch Kooperationen könnten Verbände die Transformation im Handel voranbringen. Für Frank Quiring aus der Geschäftsführung des rheingold-Instituts für Marktforschung fungiert der LEH vor allem als niedrighschwelliger Türöffner für Bio, während der Naturkostfachhandel weiterhin seine bestimmende Rolle als Innovationsführer, Trendsetter und Heimat für Startup-Unternehmen spielen könne.

Die neue EU-Öko-Verordnung ist jetzt seit einem Jahr in Kraft und hat Hersteller und Importeure vor einige Herausforderungen gestellt. Rosi Fritz leitet das Qualitätsmanagement bei

der Ulrich Walter GmbH und erzählte von Schwierigkeiten beim Import von Gewürzen, Kräutern und Tee. So gebe es zu wenige Grenzkontrollstellen, wodurch die Abwicklung

„Ein Glyphosat-Rückstand kommt nicht mit Absender daher.“

lange dauere und man extra für die Standzeiten zahlen müsse. Außerdem seien die Mitarbeiter am Zoll teilweise noch nicht richtig geschult. Nach Alexander Beck, geschäftsführender Vorstand der Assoziation ökologischer Le-

bensmittelhersteller (AöL), sind die verschärften Vorgaben zum Einsatz von Aromen eine große Herausforderung und zum Teil noch unklar beschrieben.

Auch Kontrollstellenleiter Georg Eckert klagte über noch bestehende Rechtsunsicherheiten, zum Beispiel in Bezug auf die vorgeschriebene Rückstandsfreiheit. In jedem Produkt finde man Moleküle verbotener Substanzen – das lasse sich nicht verhindern. Die Kommission erwarte, dass die Ursache von Kontaminationen festgestellt werde, „aber ein Glyphosat-Rückstand kommt nicht mit Absender daher.“

„Die Kontaminationen bleiben ein Problem“, gestand

Elisabeth Bündler, die das Referat für Ökologischen Landbau am Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft leitet. Die Kommission wollte eine Rückstandsfreiheit gewährleisten, die es so nicht geben könne. Ab 2025 werde das Thema wieder neu diskutiert, „aber bis jetzt müssen wir mit der Basisverordnung zurechtkommen.“

„Gebt der neuen Verordnung mal eine Chance“, plädierte am Ende auch Beck versöhnlich. Der Ball sei jetzt zunächst bei den Mitgliedsstaaten, deren zuständige Behörden mutig vorangehen sollten. Dann gelte es zu evaluieren und eine Agenda für Veränderungen festzulegen.

Lena Renner

►► Produktvorstellung |

Anzeigen

Yogi Tea



Yogi Tea® - Happy Nature

Yogi Tea® Happy Nature – die neue limitierte Chai-Mischung mit Mango, Vanille, Zimt und Nelken aus Madagaskar ist mehr als ein köstlicher Tee-genuss.

Sie steht ganz unter dem Motto „Buy one, do good“. Denn mit dem Kauf wird ein lokales Wiederaufforstungsprojekt auf Madagaskar unterstützt, das Yogi Tea zusammen mit dem Partner Jacarandas umsetzt.

Neben der Pflanzung neuer Setzlinge profitieren 3.000 Farmer von einem Bildungsprojekt zur Förderung von nachhaltigem Anbau. Happy Nature, ein Tee, der allen guttut.

UVP: 3,29 Euro

www.yogitea.com/de/

Demeter-Felderzeugnisse



Affogato Al Caffè

Das klassisch italienische Espresso Dessert von Rachelli neu erfunden.

Zartschmelzendes Nougateis umhüllt von einer Kaffeesauce, verfeinert mit gehackten Haselnüssen und Schokostückchen.

Himmlicher Genuss in Demeter Qualität.

Glutenfrei und Fairtrade.

<https://www.felderzeugnisse.de/de/bio-eis/startseite/>

AlmaWin



Nachhaltig sauber!

So wird Frühjahrsputz nachhaltig: Der AlmaWin Badreiniger hat mit seiner konzentrierten Formel aus Milch- und Citronensäure sowie pflanzlichen Tensiden beste Kalk- und Schmutzlöseeigenschaften.

Ätherisches Pfefferminzöl aus kontrolliert biologischem Anbau sorgt für natürliche Frische in Bad und Sanitärräumen.

Der Nachfüllbeutel ergänzt die hochwertige Sprayer-Flasche, so kann sie länger benutzt werden. Das spart jede Menge Neuplastik: Der Beutel benötigt 80 % weniger Kunststoff als die Flasche.

<https://shop.almawin.de/>

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, Gää, 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 / Heißgetränke



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



Wollenhaupt Tee GmbH
Gutenbergstr. 33-35
21465 Reinbek
Tel.: +49 (0)40-72830 0
info@wollenhaupt.com
www.wollenhaupt.com

B2B-Lieferantenverzeichnis

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

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

Kleinanzeigen:

Spaltenbreite 32 mm
90mm Höhe=432 Euro
75mm Höhe=360 Euro
65mm Höhe=312 Euro

alle Preise zzgl. 19% MwSt.

BIOFACH

into organic

Join the German Pavilion!



BIOFACH AMERICA

Philadelphia, PA, USA

21. – 23. September 2023

biofach-america.com

Anmeldeschluss:
26. April 2023

German
Pavilion

BIOFACH 2024

World's Leading Trade Fair
for Organic Food

Nürnberg, Deutschland

13. – 16. Februar 2024

biofach.com

BIOFACH CHINA

Shanghai, China

biofach-china.com

Anmeldeschluss:
24. Mai 2023

German
Pavilion

BIOFACH JAPAN

Tokio, Japan

biofach-japan.com

BIOFACH AMERICA LATINA

– BIO BRAZIL FAIR

São Paulo, Brasilien

14. – 17. Juni 2023

biofach-americalatina.com

BIOFACH SAUDI ARABIA

Riad, Saudi-Arabien

19. – 21. November 2023

biofach-saudiarabia.com

Anmeldeschluss:
2. Juni 2023

German
Pavilion

BIOFACH INDIA

Delhi-NCR, Indien

7. – 9. September 2023

biofach-india.com

German
Pavilion

BIOFACH SOUTH EAST ASIA

Bangkok, Thailand

biofach-southeastasia.com

* aktuell auf der Warteliste

Ihr Messeauftritt im Ausland leichtgemacht!

Auch in 2023 dürfen wir **offizielle German Pavilions** auf unseren internationalen **BIOFACH World** Messen begrüßen. Profitieren Sie von **vergünstigten Teilnahmebedingungen, einer hervorragenden Platzierung & der Aufmerksamkeit, die das Logo „Made in Germany“** auf sich zieht.

Sie fühlen sich angesprochen und möchten mehr Informationen zur Teilnahme haben?
Dann melden Sie sich gerne bei Nathalie Lukas.

Kontakt:

NürnbergMesse GmbH
Team BIOFACH World
Nathalie Lukas
T +49 9 11 86 06-86 98
info@biofach-world.com

NÜRNBERG MESSE