BNN nachrichten

Bundesverband Naturkost Naturwaren Herstellung und Handel e.V.

II·10

Neue Kampagnen-Flyer

Bio hilft Kleinbauern-familien weltweit

Seite 21

Stiftung Warentest „Bio-Check“: Bewertet wird nicht, was Bio besser macht S. 03

BNN Mitgliederversammlung: BNN-Kodex gestärkt S. 04

Moderne Hühnerhaltung: Artgerecht mobil S. 18

INHALTSVERZEICHNIS

AKTUELL

Der neue „Bio-Check“ der Stiftung Warentest: Bewertet wird nicht, was Bio besser macht 03

VERBAND AKTIV

BNN-Mitgliederversammlung: Startschuss für energieeffiziente und nachhaltige Unternehmenskonzepte 04

Anbauverband Bio Suisse holt Akteure an einen Tisch: Ein Bio-Kodex für die Schweiz 06

BNN-UNTERNEHMEN

Neu im Verband: Bingenheimer Saatgut AG 08

Neues aus den BNN-Mitgliedsunternehmen, diesmal von: 08
Rinklin Naturkost, Ulrich Walter GmbH, MOIN Biologische Backwaren, TerraSana, Naturkost Elkershausen, Ökologische Molkereien Allgäu (ÖMA), Upländer Bauernmolkerei, Bodan GmbH, Bio Planète, Kornkraft Naturkost, Die Regionalen, Naturata AG

QUALITÄT

Biologischer Schutz für Pflanzen 14

Interview: „Weniger Rückstände durch biologischen Pflanzenschutz“ 15

Neue webbasierte Datenbank für das BNN-Monitoring 16

Das neue EU-Bio-Siegel: Was muss auf die Packung? 17

NATUR & UMWELT

Moderne Hühnerhaltung: Artgerecht mobil 18

FACHHANDEL

Naturkostgroßhandel wächst im 1. Quartal 2010 in allen Bereichen: Umsatzergebnisse von Monat zu Monat besser 20

Neue Flyer für die Kampagne „Bio kann mehr“: Bio hilft Kleinbauernfamilien weltweit 21

NETZWERKE

Unternehmer berichten über ihr Bio-Brotbox-Engagement: Gesicht zeigen für gesundes Kinderfrühstück 22

Gen-Kartoffel Amflora: Keiner will die neue Gen-Knolle 23

IMPRESSUM

BNN-Nachrichten: Mitgliederzeitschrift des BNN Herstellung und Handel für die Naturkost- und Naturwarenfachbranche // erscheint vierteljährlich // Auflage 5000 // **Herausgeber:** Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) Herstellung und Handel e.V., Albrechtstraße 22, D-10117 Berlin, Tel: +49 (0)30/84712 24 44, E-Mail: kontakt@n-bnn.de, Internet: www.n-bnn.de // **V.i.S.d.P.:** Elke Röder // **Redaktion:** Marion Schlage (Redaktion@n-bnn.de), Katja Niedzwezky // **Autoren und Autorinnen dieser Ausgabe:** Hans-Josef Brzukalla, Volker Laengenfelder, Annette Mörler, Katja Niedzwezky, Katrin Rösner, Nina Schinkowski, Marion Schlage , Birgit Will // **Gestaltung:** Zitrusblau, Berlin // Fotorechte für alle Fotos ohne Angabe: BNN Herstellung und Handel e.V., **Titelfoto:** Kerala, Indien: Sahyadri Spice Farmers' / PDS (Projekt Peermade Development Society; www.heuschrecke.com/lief_pds.htm) © Ursula Stübner, Heuschrecke Naturkost GmbH //

Nachdruck oder Verbreitung, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion

// **Anzeigen in dieser Ausgabe:** Ökoland GmbH Nord (U4)

test

Der Bio-Check

Biolebensmittel Sind Biolebensmittel wirklich besser als herkömmliche? Sind sie schmackhafter oder sogar gesünder? Wir ziehen eine Bilanz aus 85 Lebensmitteltests seit 2002. Bio hat Stärken, Schwächen aber auch.

Kaum ein Haushalt in Deutschland ist 2009 ohne Biolebensmittel ausgekommen. 94 Prozent kauften mindestens ein Produkt mit Ökosiegel, ermittelte die Gesellschaft für Konsumforschung. Biokost gibt es längst nicht mehr nur in Naturkostläden, sondern in konventionellen Discountern, Supermärkten und zunehmend

Grafik S. 28). In die Statistik flossen die Qualitätsurteile aus 52 Tests ein. Dabei prüften wir 249 biologische und 1007 konventio-

Unser Rat

Biolebensmittel bieten zwei Vorteile gegenüber herkömmlichen Lebensmitteln: Pestizide kommen in der Bioware nur selten vor. Außerdem können Käufer von Biolebensmitteln Unternehmen unterstützen, die soziale, ethische und ökologische Verantwortung übernehmen. Unsere Untersuchungen dazu zeigen, dass dabei auf die Biobranche Verlass ist. Hinweise darauf, dass Bioware gesünder oder schmackhafter ist als konventionelle, liefern die Testergebnisse allerdings nicht.

test 6/2010

Der neue „Bio-Check" der Stiftung Warentest

Bewertet wird nicht, was Bio besser macht

In schöner Regelmäßigkeit wiederholt die Stiftung Warentest plakativ: Bio ist nicht besser. So auch anlässlich der neuen Rückschau auf 52 Tests der Jahre 2002 bis 2010. Und in schöner Regelmäßigkeit kann die Biobranche nur antworten: Wer nicht testet und bewertet, was Bio besser macht und was Biokunden schätzen, muss zwangsläufig zu diesem Ergebnis kommen.

„Wie in den Vorjahren räumen die Warentester zwar ein, dass Bio bei Schadstofffreiheit, sozialen, ethischen und ökologischen Faktoren punktet, im Gesamtergebnis kommt das jedoch nicht ausreichend zum Tragen", kritisiert BNN-Geschäftsführerin Elke Röder. „Dasselbe gilt für den Verzicht auf bedenkliche Zusatzstoffe und die geringe Schadstoffbelastung. Gerade diese Punkte sind jedoch für Biokunden von größter Bedeutung."

Fast alle Medien berichteten über den „Bio-Check", folgten aber dabei häufig nicht dem Tenor der Pressemitteilung der Stiftung Warentest, in der es heißt: „Biolebensmittel sind nicht automatisch gesünder oder schmackhafter als konventionelle Lebensmittel. Nach den test-Qualitätsurteilen gibt es im Durchschnitt auch sonst keine qualitativen Unterschiede." So schrieb die Frankfurter Neue Presse: „Wer einmal gesehen hat, unter welchen Bedingungen Kaffeepflücker und ihre Familien auf Plantagen in Südamerika hausen, der greift bewusst zum Kaffee mit Bio- oder Transfair-Siegel. (...) Wer etwas für die Umwelt oder für Sozialstandards tun möchte, der kann hier die Macht des Verbrauchers ausspielen." Und im Westfalen-Blatt hieß es: „Auch wenn es auf den ersten Blick nicht so aussieht: Käufer von Bio-Lebensmitteln können sich durch die Studie der Stiftung Warentest in ihrer Entscheidung sehr wohl bestätigt fühlen. Sie bekommen für den höheren Preis ein Produkt, das deutlich weniger Pestizide und andere Schadstoffe enthält als konventionelle Ware. Zudem sind Bio-Lebensmittel umweltfreundlicher erzeugt. Und ganz wichtig: Bio-Produkte sind wirklich ‚bio' - von den wenigen kriminellen Ausnahmen mal abgesehen." Wie bei früheren Untersuchungen führten auch geschmackliche Unterschied zwischen bio und konventionell zur Abwertung – obwohl die Geschmäcker bekanntlich verschieden sind. Biokunden und viele Gourmets schätzen gerade den naturbelassenen und besonderen Bio-Geschmack. Die Pestizidfreiheit von Bio-Lebensmitteln wird zwar hervorgehoben, aber in der Bewertung nicht entsprechend honoriert. 75 Prozent der getesteten Bioprodukte waren ohne Befund, aber nur 16 Prozent der konventionellen. Dieses Ergebnis relativieren die Warentester mit dem Hinweis, dass „nur" neun Prozent der konventionellen die gesetzliche Höchstmenge nicht einhielten – dabei bedeutet es nichts anderes, als dass jedes zehnte konventionelle Lebensmittel mehr Pestizide enthält, als der (oft viel zu nachsichtige) Gesetzgeber erlaubt.

Der ausführliche Artikel zum Bio-Check lobt Bio-Produkte für ihre ökologische, tiergerechte und nachhaltige Produktion. Die Stiftung Warentest bewertet die „Corporate Social Responsibility" seit 2005 für einzelne Produktgruppen. Bio-Produkte erhielten dabei jeweils Bestnoten. Für den „Bio-Check" fand dies dennoch keine Berücksichtigung, da erst vier solcher Tests durchgeführt worden sind. Für Bio-Kunden, gerade im Fachhandel, ist das Engagement der Naturkostunternehmen für eine soziale und ökologische Wirtschaftsweise dagegen ein wichtiges Argument. Insgesamt berichtet die Stiftung Warentest differenzierter als in früheren Tests. So wird der ökologische und soziale Zusatznutzen ausführlich beschrieben, ebenso die gewollten Unterschiede, die sich aus den Herstellungsbedingungen für Bio-Produkte ergeben, zu denen schonende Verarbeitungsprozesse, mehr Handarbeit und sorgfältige Auswahl von Rohstoffen gehören. Künftig sollte dies auch Niederschlag in den Test-Ergebnissen finden, nicht nur in den ausführlichen Texten, die Leser, die nur schnell einen Blick auf die Tabellen werfen, nicht wahrnehmen.

Katja Niedzwezky

Mitgliederversammlung 2010 des BNN Herstellung und Handel e.V.

BNN-Kodex und Kampagne „Bio kann mehr" gestärkt

Startschuss für energieeffiziente und nachhaltige Unternehmenskonzepte

Energieeffizienz und Nachhaltigkeitsmanagement waren ein Top-Thema der BNN-Mitgliederversammlung 2010 Ende April in Montabaur. Experten aus Beratungs- und Forschungsunternehmen präsentierten dazu auf die Naturkostbranche zugeschnittene Konzepte und Strategien. Die Weiterentwicklung des BNN-Kodex und der Fortführungsbeschluss zur Kampagne „Bio kann mehr" bestimmten die Diskussion des zweiten und abschließenden Versammlungstages.

Wie in vergangenen Jahren war die Mitgliederversammlung gut besucht: Mehr als zwei Drittel der im BNN organisierten Unternehmen waren dabei. Sonniges Sommerwetter und der schöne, moderne Tagungsort im ehemaligen Schloss hoch über der Stadt Montabaur boten beste Voraussetzungen für eine erfolgreiche Tagung. Für noch mehr gute Stimmung sorgten die Rechnungsprüfer mit ihrem Bericht über die solide wirtschaftliche Situation des Verbands.

Bei der turnusgemäßen Vorstandswahl stellte sich der BNN-Vorstandsvorsitzende Hermann Heldberg nicht mehr zur Wahl. Heldberg, Geschäftsführer des Göttinger Großhandelsunternehmen Naturkost Elkershausen, war mit Unterbrechungen mehr als zwölf Jahre im Vorstand des BNN ehrenamtlich und sehr erfolgreich tätig. Maßgeblich und mit großem Engagement gestaltete er die Verbandsarbeit beispielsweise bei der Entwicklung und erfolgreichen Umsetzung des Kodex und der aktuellen Kampagne „Bio kann mehr". Alle Versammlungsteilnehmer bedankten sich mit einem herzlichen und lang anhaltenden Applaus für sein vorbildliches Engagement für den Verband und die gesamte Naturkostbranche.
Erneut in den fünfköpfigen BNN-Vorstand gewählt wurden die Großhandelsvertreter Meinrad Schmitt (Terra Naturkost) und Andreas Ritter-Ratjen (Grell Naturkost), deren zweijährige Amtszeit abgelaufen war. Neu in den Vorstand berufen wurde Frank Stieldorf (Voelkel).

Energieeffizienz-Initiative läuft an

Energieeffizienz war das zentrale Thema des ersten Tagungstages. Drei Experten informierten die BNN-Mitglieder über maßgeschneiderte Energieberatungskonzepte und Energiemanagement-Systeme sowie „passgenaue" Nachhaltigkeits-Indikatoren. Die Mitgliedsunternehmen im BNN Herstellung und Handel verabredeten, auf betrieblicher und überbetrieblicher Ebene an der Verbesserung der Energieeffizienz zu arbeiten. Dazu wurden Rahmenverträge mit den Beratungsgesellschaften B.A.U.M. Consult und BFE (Institut für Energie und Umwelt GmbH) geschlossen, so dass die Betriebe auf sie zugeschnittene und gleichzeitig koordinierte Beratungsleistungen nutzen können.
Parallel sollen Nachhaltigkeits-Indikatoren identifiziert werden, die die Unternehmen darin unterstützen, die Nachhaltigkeitsziele des BNN-Kodex auf ihr Unternehmen bezogen weiter zu entwickeln. Wie be-

Neben dem Tagungsprogramm gab es noch die ein oder andere Mußestunde mit Kultur und Austausch...

deutend solche Indikatoren sind, erläuterte Stefan Dahle, Geschäftsführender Berater der imug Beratungsgesellschaft für sozial-ökologische Innovationen mbH. Als Tool zur Bewertung der ökologischen, sozialen und regionalen Unternehmensleistungen böten solche Indikatoren den Unternehmen Möglichkeiten zur Selbsteinschätzung und zum Vergleich. Zugleich ließen sich Ergebnisse als gesellschaftliche Leistungen der BNN Mitgliedsunternehmen, als Einzelunternehmen und insbesondere auch als Gruppe der Kodex-Unternehmen, nach außen kommunizieren.

Klares Votum für Kampagne „Bio kann mehr"

Ein Schwerpunkt der BNN-Mitgliederversammlung waren Zwischenbilanz und Weiterentwicklung der bundesweiten Aktion „Bio kann mehr" zur Stärkung des Naturkostfachhandels und der Bio-Marken. Die Mitglieder bewerteten den Start der Kampagne als erfolgreich und begrüßten die positive Resonanz im Naturkost-Einzelhandel, der sich aktuell mit 440 Bio-Fachgeschäften beteiligt. In einer angeregten Diskussion über die seit Oktober 2009 laufende Kampagne wurden Vorschläge zur Präzisierung und Abrundung gesammelt. Es bestand Einigkeit, dass mehr Einzelhändler als ursprünglich geplant gewonnen werden sollten. Die Mitglieder stellten für die Fortsetzung der Kampagne bis Ende 2011 Mittel zur Verfügung.

Messeangebot der Branche bündeln

BioFach, BioNord und BioSüd, Hausmessen und Jubiläumsveranstaltungen: Die Messetermine in den Unternehmenskalendern werden immer zahlreicher. Aussteller können kaum noch alle Termine koordinieren. Andererseits möchten Großhandelsunternehmen ihren Kunden auch weiterhin den Service bieten, neue Produkte regional und zeitnah vorzustellen. Wie lassen sich die Interessen aller Marktteilnehmer unter einen Hut bringen? Die Lösung könnte ein kompaktes Messeangebot für die Bio-Branche sein, so das Ergebnis der lebhaften Diskussion in Montabaur. Die Mitgliederversammlung beauftragte den Vorstand, Vorschläge für ein koordiniertes Vorgehen zu erarbeiten.

BNN-Monitoring mit mehr Datenservice

Im siebten Jahr seines Bestehens kommt die Datenerfassung des BNN-Monitorings an seine Grenzen: Nicht nur die schiere Menge der Daten, sondern auch das Fehlen von Servicefunktionen in der Datenaufbereitung haben die Leitung des Monitorings nach Alternativen suchen lassen. Kirsten Arp, Koordinatorin des BNN-Monitorings für Obst und Gemüse im Naturkosthandel, präsentierte auf der BNN-Mitgliederversammlung die Lösung: eine internetbasierte Datenbank, deren Entwicklung und Umsetzung schon in vollem Gange ist. Künftig können Daten automatisch nach Lieferanten, Ländern und Produkten ausgewertet und Analyse-Ergebnisse benutzerfreundlicher verwaltet werden.

Gewinner im Quiz „Bio kann mehr"

Vier Wochen hatten die an der Kampagne „Bio kann mehr" beteiligten Fachgeschäfte und die Teams der BNN-Mitgliedsunternehmen Zeit, beim Quiz „Bio kann mehr" auf www.bio-kodex.de ihr Naturkost-Know-how und ihr Kodex-Wissen spielerisch zu testen. Auf der BNN-Mitgliederversammlung wurden die drei Gewinner per Los ermittelt. Die „Naturkost Schatzinsel" aus Bamberg belegte den ersten Platz und ist damit glücklicher Gewinner einer kostenfreien Jahresmitgliedschaft im BNN Einzelhandel e.V. Den zweiten und dritten Platz belegten die Naturkostläden „Biolive" in Saarburg und „Lebensgarten" in Leipzig, die sich über eine Auswahl attraktiver Warenkunde-Broschüren freuen können, die der BNN Einzelhandel e.V. gesponsert hat.

Bei der Wertung der Mitgliedsunternehmen belegte das Team der Naturata AG den ersten Platz. Den zweiten Platz erspielten sich die Mitarbeiter der ÖMA. Herzlichen Glückwunsch!

Im Sommer geht das „Bio-kann-mehr"-Wissensquiz in die zweite Runde: Die neuen Flyerthemen (Seite 21 in dieser Ausgabe) bieten nicht nur viel Stoff für weitere Fragen, sie vermitteln vor allem Fachwissen und Beratungskompetenz, die wiederum spielerisch im Quiz geprüft werden können.

Die Kampagne „Bio kann mehr" wird gefördert vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau.

Marion Schlage

Harald Wurm, Vorstand des BNN-Einzelhandel e.V. und Volker Krause (Bohlsener Mühle) bewiesen als „Glücksboten" ein gutes Händchen bei der Ziehung der Kampagnen-Quiz-Gewinner....

Der neu gewählte Vorstand des BNN Herstellung und Handel v.l.n.r.: Manuel Pick (ÖMA), Meinrad Schmitt (Terra Naturkost), Ulrich Walter (Ulrich Walter GmbH/ Lebensbaum), Frank Stieldorf (Voelkel), Andreas Ritter-Ratjen (Grell Naturkost)

Große Zustimmung für den Verhaltenskodex bei den Bio Suisse-Delegierten auf ihrer Hauptversammlung Anfang April in Olten

Anbauverband Bio Suisse holt Akteure an einen Tisch:

Ein Bio-Kodex für die Schweiz

Auch in der Schweiz bereitet die Biobranche derzeit einen Kodex vor, der insbesondere faire Handelsbeziehungen im Land definieren soll. In Deutschland reagierte die Naturkostbranche mit dem BNN-Kodex auf die Herausforderungen des sich schnell wandelnden Markts und das wachsende gesellschaftliche Bewusstsein für Nachhaltigkeit. Die im BNN Herstellung und Handel e.V. organisierten Unternehmen haben damit 2008 einen im europäischen Biosektor bislang beispiellosen Orientierungsrahmen geschaffen. Der Kodex vermittelt erstmals durch schriftlich fixierte Werte, Normen und Leitlinien das Selbstverständnis der deutschen Naturkostbranche – sowohl nach innen gegenüber allen Akteuren der Wertschöpfungskette als auch nach außen gegenüber Verbrauchern und gesellschaftlichen Gruppen. Jetzt hat auch Bio Suisse, der wichtigste Anbau- und Bioverband der Schweiz, mit einem ähnlichen Prozess begonnen. Wir sprachen mit Jörg Schumacher, bei Bio Suisse verantwortlich für das Thema „Faire Handelsbeziehungen in der Schweiz", über den Entstehungsprozess und über Ähnlichkeiten und Unterschiede im Vergleich zum BNN-Kodex.

Herr Schumacher, Bio Suisse bereitet derzeit einen Verhaltenskodex für den Schweizer Bio-Markt vor. Wo genau steht der Verband gerade?

Wir befinden uns derzeit in einem Entscheidungs- und Findungsprozess, um faire Handelsbeziehungen in der Schweiz zu definieren, und zwar über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg. Dazu haben unsere Mitglieder kürzlich eine Richtlinie verabschiedet, auf deren Grundlage wir im Laufe dieses Jahres das Grundgerüst für einen Verhaltenskodex formulieren werden. 2011 wollen wir in jeweils branchenbezogenen Gesprächsrunden, zum Beispiel innerhalb der Milchbranche, diesen Kodex auf seine Plausibilität und Umsetzbarkeit überprüfen. Diese Gesprächsrunden sollen dann zukünftig mindestens einmal im Jahr stattfinden. Wir schlagen damit zweifellos einen langen Informations- und Abstimmungsprozess ein, gleichzeitig stellen wir aber sicher, dass nicht nur Produzenten, sondern auch Verarbeiter und der Handel hinter diesem Wertesystem für eine nachhaltige Entwicklung stehen werden.

Die Einbindung aller Akteure innerhalb der Wertschöpfungskette ist auch ein Grundgedanke des BNN-Kodex. Über solche Anforderungen hinaus wird der Kodex aber auch mit Zahlen und Fakten konkret, zum Beispiel bei Normierungszielen wie der Aromen-Empfehlung, den Orientierungswerten für chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel oder dem Beschluss zur Volldeklaration auf den Produkten. Wird der Verhaltenskodex von Bio-Suisse ähnlich detailliert?

Das ist schon unser Ziel, allerdings wäre es zum jetzigen Zeitpunkt verfrüht, inhaltlich so spezifisch einzusteigen. Wir planen in zwei Phasen. In der aktuellen Phase beschäftigen wir uns mit den Grundprinzipien, die wir Anfang kommenden Jahres verabschiedet haben wollen. Erst dann werden wir uns vor dem Hintergrund der Erfahrungen mit Normierungszielen auseinander setzen. Dazu dienen auch die Gesprächsrunden innerhalb der Produktbereiche. So erreichen wir die größtmögliche Glaubwürdigkeit nach innen und außen.

Welche Rolle spielt bei diesem Findungsprozess der Kodex des BNN Herstellung und Handel?

Wir standen vergangenes Jahr im Austausch mit dem BNN, auch mit Prof. Franz-Theo Gottwald, der ja den Kodex-Prozess moderiert hat. Auch wenn wir uns über den Grundgedanken des biologischen Landbaus als Seelenverwandte zum BNN empfinden, so gehen wir aufgrund unserer Rolle als Anbauverband – und weniger als Branchenverband – einen anderen Weg. Naturgemäß sind bei uns die Bauern von vornherein am stärksten in den Prozess involviert. Über Workshops und Befragungen beziehen wir aber auch die Knospe-Lizenznehmer ein, also die Verarbeiter und den Handel. Interessant und wichtig ist dabei für uns der Blick auf den Entstehungsprozess zum BNN-Kodex mit all seinen inhaltlichen Diskussionen. Ich meine schon jetzt erkennen zu können, welche Leistung die BNN-Mitglieder erbracht haben, als sie einen breiten Konsens in der Branche erzielt haben, und zwar ohne Allgemeinplätze, sondern mit konkreten und in vielen Unternehmen bereits nachvollziehbaren Werteformulierungen. Diesen Prozess im Sinne eines KVP („kontinuierlicher Verbesserungs-Prozess", Anm. d. Red.) wollen wir ähnlich gestalten.

Kontinuierliche Verbesserung und Anpassung an neue Erkenntnisse gehören auch zum Wesen des BNN-Kodex. Denn der Kodex versteht sich nicht als starres Regelwerk, sondern lebt davon, das die Beteiligten auf aktuelle Strömungen reagieren und vorausdenken. So erarbeitet der BNN derzeit die Kodex-Standards zum Stichwort „Energie-Effizienz". Bei Bio Suisse steht in der aktuellen Entwicklungsphase ein ganz anderer Begriff im Mittelpunkt der Diskussionen: „Faire Handelsbeziehungen". Was genau verstehen Sie darunter?

„Fair" ist wie „regional" ein interpretationsfähiger Begriff. Wir verbinden Fairness vor allem mit gerechten Preisen und partnerschaftlichen Handelsbeziehungen in der Wertschöpfungskette. Konkretere Kriterien werden in den Diskussionen dieses und nächstes Jahr festgelegt. In unserer kürzlich verabschiedeten Richtlinie, in der auch der Verhaltenskodex verankert ist, haben wir vier Grundsätze definiert: Erstens gegenseitige Wertschätzung, Respekt und Vertrauen unter allen Marktpartnern, zweitens partnerschaftliche und langfristige Zusammenarbeit und Verantwortung in Vertragsverhandlungen, als dritten Grundsatz haben wir gerechte Preisgestaltung definiert und schließlich streben wir die konstruktive Zusammenarbeit zur Förderung des biologischen Landbaus in der Schweiz an. Das ist auch für den Bio-Sektor ein hoher Anspruch, zumal wir einen Weg finden wollen, diese Grundsätze im Tagesgeschäft anwenden zu können, ohne ständig mit einer Vielzahl lästiger Checklisten zu arbeiten. Fairness besteht zum einen aus der Frage nach Preisen, die für die Produzenten eine existenzielle Rolle spielen. Zum anderen sind auch weiche Aspekte wie die Zufriedenheit mit dem Umgang unter Partnern von Bedeutung. Die subjektive Empfindung, fair behandelt zu werden, ist oft davon abhängig, ob die Entscheidung eines stärkeren Marktpartners für den schwächeren nachvollziehbar ist und ob er ein Mitspracherecht erhalten hat.

Der BNN-Kodex ermöglicht eine klare Standortbestimmung, gleichzeitig bewirkt er eine Abgrenzung gegenüber denjenigen, die Bio verwässern. Dennoch will der BNN-Kodex kein „Gesetzbuch" mit Sanktionskompetenz darstellen, sondern über klare und verbindliche Normen hinaus seinen Mitgliedern einen individuellen Spielraum zur Erlangung der hohen Ziele geben. Sieht der künftige Verhaltenskodex von Bio Suisse einen Kontroll- oder gar Sanktionsmechanismus vor?

Wir haben uns auch mit dieser Frage beschäftigt. Doch so sehr wir als Anbauverband auf die Einhaltung zertifizierbarer Strukturen achten, so sehr wollen wir wie der BNN auch im Bereich des Verhaltenskodex einen Ermessensspielraum gelten lassen. Verhalten ist nicht wie die Bewirtschaftung eines Bio-Betriebes prüfbar. Wir setzen deshalb auch auf das „public eye", also die soziale Kontrolle durch transparente Prozesse. Anders als beim BNN-Kodex aber wird es einen Ausschuss Fairer Handel geben, der aus Produzenten und Lizenznehmern besteht. Dieser hat eine Kompetenz zur Bewertung vorausgegangener Entscheidungen. Welche Befugnisse er aber hinsichtlich Sanktionen haben wird, ist derzeit noch offen.

Wie kam die Einbindung von Coop, einem konventionellen Handelspartner, in den aktuellen Prozess von Bio Suisse zustande?

Aus unserem Selbstverständnis als Anbauverband heraus sprechen und diskutieren wir am intensivsten mit unseren Bauern. Uns ist aber auch die Einbindung unserer Lizenznehmer in Verarbeitung und Handel wichtig. So wie der BNN traditionell eng mit dem Bio-Fachhandel verbunden ist und diesen in die Kodexdefinition und in die anschließende Planung der Kampagne „Bio kann mehr!" involviert hat, so besteht eine langjährige Kooperation von Bio Suisse mit Coop, die sich aus den Besonderheiten des Schweizer Marktes erklärt. Da Coop als Lizenznehmer einen großen Teil der Knospe-Produkte vermarktet, war es besonders wichtig, sie bei unseren Gesprächen einzubeziehen.

Text und Interview: Volker Laengenfelder

Jörg Schumacher (29)
arbeitet im Bereich Qualitätssicherung und -entwicklung bei Bio Suisse und ist dort u. a. für „Faire Handelsbeziehungen in der Schweiz" verantwortlich. Im Dezember 2009 hat der diplomierte Agrarwissenschaftler seinen Masterstudiengang „Organic Food Chain Management" an der Universität Hohenheim abgeschlossen. Thema war eine Fairness-Strategie für den Schweizer Bio-Markt. Dabei war der Blick auf den BNN-Kodex, insbesondere auf den Entstehungsprozess und die verabschiedeten Inhalte, immer wieder ein wichtiger Orientierungsmaßstab.

Bio Suisse
Mit 5.700 Bauern ist Bio Suisse der größte ökologische Anbauverband der Schweiz. Der Dachverband ist seit seiner Gründung 1981 zur wichtigsten Bio-Organisation in der Schweiz herangewachsen. Das Qualitätslabel „Knospe" garantiert die Einhaltung der Bio Suisse-Richtlinien und damit Kriterien für einen Bio-Produktionsstandard über den gesamten Landwirtschaftsbetrieb sowie der vor- und nachgelagerten Sektoren. Über 750 Verarbeitungs- und Handelsbetriebe, darunter der Handelsriese Coop, haben mit Bio Suisse einen Lizenzvertrag abgeschlossen.

© Bingenheimer Saatgut AG

NEUES BNN-UNTER-NEHMEN

Bingenheimer Saatgut AG

Die Bingenheimer Saatgut AG aus Echzell-Bingenheim nördlich von Frankfurt vertreibt über 360 Sorten ökologischen Gemüse-, Kräuter- und Blumensaatguts. Das hessische Großhandelsunternehmen hat altbewährte und -bewahrte Sorten und biologisch-dynamische Neuzüchtungen im Angebot. In Bingenheim werden die Saaten geprüft, gereinigt, gelagert und für den Versand kommissioniert. Die Aktiengesellschaft beschäftigt 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Die Bingenheimer unterstützen ökologische Züchtungsinitiativen wie z.B. den Verein Kultursaat. Der Kultursaat e.V. züchtet neue Saatgut-Sorten speziell für den Ökolandbau, erhält Sorten und entwickelt sie weiter und leistet Öffentlichkeitsarbeit für die Bedeutung ökologischer Züchtung. Ihre gemeinsamen Wurzeln haben Saatgut AG und Kultursaat e.V. im Initiativkreis für Gemüsesaatgut aus biologisch dynamischem Anbau. Dort schlossen sich in den 1980er Jahren engagierte Demeter-Gärtnerinnen und Gärtner zusammen und leisteten Pionierarbeit in der Erhaltung, Züchtung und Entwicklung samenfester Sorten.

Gegründet wurde die Bingenheimer Saatgut AG im Jahr 2001. Heute vermehren für das Unternehmen mehr als 80 Gartenbaubetriebe verschiedener Verbandszugehörigkeiten Saatgut für den Ökolandbau. Soziales Wirtschaften ist ein wichtiger Baustein in der Unternehmensphilosophie und -praxis der Bingenheimer. Weit über den unternehmerischen Tellerrand hinaus betrachtet die Aktiengesellschaft Erhalt und Förderung der Saatgutvermehrung als gesellschaftliche Kulturaufgabe, die sie selbst mit großem Engagement verfolgt. Die Bingenheimer Saatgut AG ist Mitbegründerin der „Interessensgemeinschaft für gentechnikfreie Saatgutarbeit", mit der sie die Aktion „Bantam Mais" durchführt. Das Unternehmen ist in zahlreichen nationalen und internationalen Netzwerken aktiv. Seit 2009 beteiligen sie sich zum Beispiel an der Ausgestaltung von IFOAM-Standards für die ökologische Pflanzenzüchtung. www.bingenheimersaatgut.de

Mit der Bingenheimer Saatgut AG begrüßen wir das 61. Mitglied im Verband. Herzlich Willkommen im BNN Herstellung und Handel!

Bingenheimer Saatgut AG
Ökologische Saaten

Rinklin Naturkost
Partnertreffen

80 selbstständige Naturkosthändler trafen sich zum Partnertag in Eichstetten um sich über Preispolitik auszutauschen und aktuelle Entwicklungen in der Branche zu diskutieren. Bereichert wurde der Tag durch Beiträge von Preisforscher Prof. Ulrich Hamm aus Witzenhausen und Elke Röder vom BNN Herstellung und Handel.

Am Mittwoch den 21. April hatte der süddeutsche Naturkostgroßhandel Rinklin Naturkost GmbH zum Partnertag nach Eichstetten geladen. Im Fokus des Tages stand das neue Partnerprogramm des Unternehmens. Es ermöglicht Naturkostläden, ihren Kunden Partnerpreise für ausgewählte Artikel anzubieten. Das Thema Preise wurde intensiv diskutiert: Prof. Ulrich Hamm zeigte in seinem Vortrag differenziert auf, dass niedrige Preise im Naturkostfachgeschäft nie das wichtigste Wettbewerbskriterium sein können. Viel mehr gehe es darum, im Fachgeschäft eine Preisdifferenzierung zu schaffen: günstige Einstiegspreise für Artikel des täglichen Bedarfs, bei denen die Kunden über profunde Preiskenntnisse verfügen und großzügigere Kalkulation für Artikel, die sich durch eine besondere Qualität auszeichnen. Jeder Fachhändler, so Hamm, müsse eine schlüssige Antwort auf die Frage haben, warum Kunden ihre Einkäufe in seinem Laden tätigen sollten.

© Rinklin

Marketingexperte Prof. Ulrich Hamm von der Uni Kassel plädiert für Preisdifferenzierung im Fachgeschäft

Dass es beim Verkauf von Bio-Lebensmitteln nicht nur um einen Preiswettbewerb geht, sondern auch um einen Qualitätswettbewerb, brachte auch Elke Röder auf den Punkt: „Bio kann mehr". Unter diesem Motto steht die Kodex-Kampagne des BNN Herstellung und Handel. Elke Röder warb unter den Naturkostfachhändlern für eine Beteiligung an der Kampagne, die auch ohne Mitgliedschaft beim BNN möglich ist. Die Kampagne regt dazu an, Bio-Werte wie regionale Erzeugung, Transparenz und echten Klimaschutz in den Fokus der Kundenkommunikation zu stellen.

© Ulrich Walter GmbH

Ulrich Walter GmbH

Ulrich Walter erhält IG FÜR Ehrenbrief

Für seinen vorbildlichen Einsatz für gesunde Lebensmittel wurde Lebensbaum-Gründer Ulrich Walter (Foto oben, Bildmitte) im März 2010 im Börsensaal der IHK Frankfurt der „IG FÜR Ehrenbrief" überreicht. Die Interessengemeinschaft für gesunde Lebensmittel (IG FÜR) wurde mit dem Ziel gegründet, die Zukunft gesunder Lebensmittel zu sichern. Spitzen- und Sterneköche wie Sarah Wiener und Johann Lafer zählen zu den Mitgliedern.
Der Lebensbaum-Gründer hat vor mehr als 30 Jahren mit der Produktion von Kaffee, Tee und Gewürzen in Bio-Qualität begonnen. „Ihm ist es gelungen, weltweit langfristige Partnerschaften mit Lieferanten aufzubauen, die ihm hochwertige Bio-Rohstoffe liefern, soziale Verantwortung übernehmen und aktiven Umweltschutz betreiben.", erklärte IG FÜR-Vorstand Georg Sedlmaier.

Fußballturnier: Bio-Firmen spenden 3000 Euro

Im April 2010 traten in Diepholz elf befreundete Bio-Firmen aus Nordrhein-Westfalen, Bremen und Niedersachsen zum sportlichen Kräftemessen an. Auf ein Preisgeld wurde verzichtet, stattdessen spendeten die Firmen gemeinsam 3000 Euro für ein lokales Umweltprojekt: Am Rande des Diepholzer Moores, das an das Lebensbaum-Firmengelände angrenzt, werden für die gefährdeten Arten Moor- und Laubfrosch neue Laichgewässer angelegt.

MOIN Biologische Backwaren GmbH

Neue Büroleitung

Seit Februar 2010 hat Liane Birkner die Leitung des Büros bei Moin übernommen und ist hier für den Einkauf und Verkauf zuständig. Die gelernte Industriekauffrau bringt 18 Jahre Erfahrung im Verkauf mit und war zuvor bei einem Hamburger Importeur von Biofrüchten aus Übersee tätig. Noch in diesem Jahr wird Liane Birkner bei Moin auch die Einführung eines neuen Warenwirtschaftssystems betreuen.

© MOIN Biologische Backwaren GmbH

Terrasana

Solarenergie vom Dach und neue Linie für Bio-Unterwäsche

TerraSana war bisher als Marke für Bio-Lebensmittel bekannt. Das Sortiment umfasst Lakritze, Nussmus, japanische Makrobiotik, holländisches Gebäck und italienische Feinkost. Neu ist nun die Textillinie Barnhard Bodywear. Die langjährigen Rohstoffproduzenten von TerraSana in der Türkei bauen neben Biofrüchten auch Bio-Baumwolle an, die nun zu Wäsche für Frauen und Männer verarbeitet wird. Mittlerweile wird ein Viertel der weltweit produzierten Pestizide allein im Baumwollanbau eingesetzt. Der Bio-Rohstoff für die neue Unterwäschekollektion wird GOTS-zertifiziert, dem höchsten Bio-Standard bei Baumwolle. Sie stammt zu 100 Prozent aus Bioanbau. Das ist nicht selbstverständlich, da auch Baumwollprodukte mit nur 70 Prozent Bioanteil mit einem Biosiegel ausgewiesen werden können.

Die Energieversorgung wurde bei TerraSana schon Anfang 2009 auf „grünen Strom" umgestellt. Nun hat auf dem Dach des Firmengebäudes auch die eigene Energieproduktion begonnen. Der erste Abschnitt der Bauarbeiten ist abgeschlossen und die Solaranlage produziert einen Großteil der benötigten Energie. Ein weiterer Ausbau der Solaranlage wird vorbereitet.

Die Produktion der Nussmus-Linie von TerraSana wurde in den vergangenen Monaten ins firmeneigene Produktionsgebäude verlegt. Nun finden alle Schritte unter eigener Regie statt, vom Rohwareneinkauf über Qualitätskontrolle, Produktion, Abfüllung und Etikettierung bis zur Verpackung. Die Veränderung ist auch an den neuen Etiketten erkennbar, die jetzt mit frischen Farben und schwarzem Deckel auf den Markt kommen.

Hermann Heldberg, Geschäftsführer Naturkost Elkershausen (links im Bild) nimmt die Zertifizierungsurkunde entgegen

Naturkost Elkershausen GmbH
Dreifach DIN-zertifiziert

Kunden aus Gastronomie und Großverbraucher fragen immer häufiger nach einer DIN-Zertifizierung. Damit dieser Qualitätsnachweis nicht gegenüber jedem einzelnen Kunden erbracht werden muss, durchlief Naturkost Elkershausen ein Zertifizierungsaudit für Qualitäts-, Umwelt- und Hygienemanagement (DIN EN ISO 9001:2008, 14001:2009 und 22000:2005). Diese Zertifikate sind die einzige anerkannte Möglichkeit, die Leistungen des Betriebs in den genannten Bereichen nach außen zu belegen.
Die unabhängige Zertifizierungsstelle ESC (Environmental and Quality Standards Certification GmbH) aus Kassel hat im Frühjahr die Urkunden an die Geschäftsleitung übergeben und damit den langen Prozess der Auditierung belohnt. Vor allem das Qualitätsmanagement optimiert interne Strukturen, schafft Transparenz und verbessert die Mitarbeiterzufriedenheit durch klare Regelungen und Verantwortlichkeiten. Ein jährlich stattfindendes Überwachungsaudit garantiert die Einhaltung der Normen.

Upländer Bauernmolkerei
Percy Schmeiser zu Gast

Percy Schmeiser, kanadischer Landwirt und Träger des alternativen Nobelpreises, machte auf seiner Europa-Tour im April 2010 Station in Nordhessen. Der 79-Jährige hielt in der voll besetzten Wolfhager Stadthalle einen Vortrag zur Agro-Gentechnik. Die Veranstaltung wurde durch die Upländer Bauernmolkerei, die Initiative Gentechnikfreie Region Wolfhagen und die Stadt Wolfhagen möglich gemacht. Ein kurzer Film über Percy und seine Frau Louise und der Vortrag gaben einen Einblick in seine Erfahrungen im Kampf gegen 14 Jahre Einsatz von gentechnisch verändertem Saatgut in Kanada. Dabei stellte er heraus, dass es keine Koexistenz zwischen Bio-Anbau, konventioneller Landwirtschaft und dem Anbau gentechnisch veränderten Saatguts geben könne. In Kanada gebe es faktisch kein Rapsfeld mehr mit gentechnikfreiem Saatgut.

Percy Schmeiser (oben rechts mit Josef Jacobi von der Upländer Bauernmolkerei) besuchte auch die Upländer Bauernmolkerei und das Upländer Milchmuseum. Er zeigte sich begeistert vom Engagement der Molkerei gegen Gentechnik in der Region und vom Einsatz der Landwirte für faire Preise in der Milchwirtschaft.

Ökologische Molkereien Allgäu (ÖMA)
Eine ganze Bio-Käsewelt im Netz

Die Ökologischen Molkereien Allgäu (ÖMA) haben ihre Bio-Käsewelt unter www.oema.de ins weltweite Netz gestellt. Die Website richtet sich gleichermaßen an Bio-Fachhändler sowie an Verbraucher. Neben aktuellen Neuigkeiten aus dem Unternehmen gibt es Informationen zu Bio-Käsespezialitäten und Käsezubehör. Darüber hinaus liefert die Seite Interessantes rund um die Menschen hinter dem Käse, Wissenswertes zu Landwirtschaft, Molkereien und Käsereien und praktische Tipps zur Käselagerung und zum Käseeinkauf. Genussmenschen finden in Kürze neben Bio-Käse-Rezepten Anregungen zu Kombinationen von Käse & Wein oder Käse & toskanischen Spezialitäten.

© Bodan GmbH

Bodans Vertriebsleiter Sascha Damaschun (Mitte) freut sich über die Auszeichnung „Zukunftsfähig mit IT"

Bodan GmbH
Zukunftsfähig mit IT

Der süddeutsche Großhändler Bodan hat als einer von vier Siegern in einem von der MFG Baden-Württemberg durchgeführten Innovationswettbewerb das Qualitätssiegel „Zukunftsfähig mit IT" erhalten. Damit erhielt das Unternehmen die Möglichkeit für ein individuelles Coaching mit Experten des Fraunhofer-Instituts für System- und Innovationsforschung. Über mehrere Monate wurde die Anwendung des Management-Tools „Roadmapping" erprobt. Roadmapping hilft insbesondere Unternehmen mit geringen Kapazitäten und Ressourcen, den eigenen Markt zu verstehen, die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen, technologische Entwicklungen zu beobachten und daraus die richtigen Schlüsse zu ziehen.

Die Idee, sich für das Coaching zu bewerben, stammt von Bodan-Vertriebsleiter Sascha Damaschun. Ursprünglich stand eine mittelfristige Roadmap als Steuerung für den Vertrieb im Zentrum. Es sollte dabei um die Zusammenführung von Verkauf, Marketing und Vertrieb sowie eine Harmonisierung mit IT-gestützten Systemen gehen. Schnell stellte sich jedoch heraus, dass Bodan die Roadmap für einen breiteren Ansatz – für eine Vision für das gesamte Unternehmen - gut nutzen könnte. Daher wurde die Roadmap für die Verdeutlichung der Umfeldentwicklungen des Unternehmens und die eigene Positionierung in möglichen künftigen Märkten entwickelt.

Für ein eher technisches und stark methodenorientiertes Roadmapping war es ungewöhnlich, dass Bodan in einer Branche agiert, die von emotional geprägten Idealen geleitet ist. Da die Logistik aber per se professionelles Management erfordert, ist es gelungen, die unternehmenstypische Diskussionskultur für eine Strukturierung und Prozessanalyse zu nutzen. Vorteilhaft war, dass sich Bodan mit seiner Vision „Wir machen die Zeit reif" und seiner Philosophie bereits früh auseinandergesetzt hatte, so dass schnell klar wurde, welche Geschäftsprinzipien auch in Zukunft unbedingt beibehalten werden sollten. „Zukunftsplanung stellt notwendigerweise vieles Gewohnte infrage", bilanziert man bei Bodan. „Um dabei nicht den Boden unter den Füßen und den Blick für die wesentlichen Zusammenhänge zu verlieren, bietet Roadmapping hervorragende Chancen zu einer strukturierten und gleichzeitig flexiblen Vorgehensweise." Für Vertriebsleiter Damaschun sind eine neue Kommunikationskultur und eine neue Dynamik in Gang gekommen, die unbedingt beibehalten und im Sinne der Kunden genutzt werden soll.

Bio Planète Ölmühle Moog
Markenrelaunch und neues Design

Bio Planète Ölmühle Moog hat ihrem umfangreichen Sortiment eine neue Struktur und den Ölen ein frisches, zeitgemäßes Design gegeben. Ab sofort gibt es drei verschiedene, auf die unterschiedlichen Anwendungsmöglichkeiten abgestimmte und optisch entsprechend gekennzeichnete Öl-Kategorien. Das preiswerte Classic-Sortiment ermöglicht beispielsweise die Anwendung kaltgepresster Bio-Öle in der täglichen Küche. Die Gourmet-Öle sind besonders geeignet für experimentierfreudige Genießer, und gesundheitsbewusste Kunden finden in der Vital-Linie Produkte mit besonders gesundheitsfördernden Inhaltsstoffen.

Für die Präsentation im Regal zeigt sich das Bio Planète-Sortiment nun aber vor allem in einem besonders verbraucherfreundlichen Design. Die eindeutige Abbildung der Rohstoffe und eine übersichtliche Darstellung aller wichtigen Informationen zu Geschmack, Verwendung, Erhitzbarkeit und zur Lagerung zählen zu den Verbesserungen. Das Logo wurde beibehalten, erhielt jedoch einen natürlicheren Farbton, der an eine Flachsblüte erinnert.
Weitere Informationen unter: www.bioplanete.com

Kornkraft Naturkost GmbH

Künftige Landwirtschafts-ministerin besucht Naturkost-fachmesse

Zu Gast bei der diesjährigen Naturkostfachmesse bei Kornkraft in Huntlosen am 25. April 2010 war auch die designierte niedersächsische Landwirtschaftsministerin Astrid Grotelüschen. Ihren kurzen Messerundgang nutzte sie, um sich einen Überblick über die niedersächsischen Naturkosthersteller zu verschaffen. Im 1.000 Quadratmeter großen Messezelt präsentierten 85 Aussteller aus ganz Europa Neuheiten aus der Naturkostbranche. Die nur für das Fachpublikum geöffnete Messe zog 350 Inhaber und Mitarbeiter von Naturkostläden, Reformhäusern, Großküchen und Hofläden an. Sie diskutierten mit Herstellern und testeten die Neuprodukte, von denen bald viele in den Bioläden der Region erhältlich sein werden. Redner lobten das Regionalmarketing „Bio von hier" und die vor kurzem gestartete Schulobst-Kooperation zwischen Kornkraft und der Grundschule Achternmeer. Es handelt sich um ein Projekt, bei dem der Großhandelsüberschuss an frischem Bio-Obst und Bio-Gemüse, mundgerecht geschnippelt, für große Freude bei den Kindern sorgt.

Vorbildhaftes Beispiel für energieeffizientes Wirtschaften

Kornkraft hatte einen besonderen Anlass zu feiern: Seit zwölf Jahren nutzt der Großhandel Naturstrom und hat damit rund 1.200 Tonnen Kohlendioxid eingespart. Das entspricht der jährlichen Treibhausgas-Abbauleistung von 46.000 Bäumen. Dieses Ergebnis bot Anlass zu der Veranstaltung „Nachhaltiges regionales Wirtschaften". Vorgestellt wurde Kornkrafts Konzept „Das grüne Lager", das im letzten Jahr trotz Verdoppelung der Lagerkapazität eine Energieeinsparung von 20 Prozent bewirkte.

© Kornkraft Naturkost GmbH

Harald Gabriel (Bioland Landesverband Niedersachsen), nieders. Landwirtschaftsministerin Astrid Grotelüschen, Joachim Schritt und Sabine Moeller Schritt (Geschäftsführer des Naturkost Großhandels Kornkraft)

Bei Kornkraft werden seit Anfang 2010 auch die Mitarbeiter in Sachen CO_2-Vermeidung ins Boot geholt. Im Sinne seines ganzheitlichen ökologischen Konzepts macht der Großhändler seinen Mitarbeitern den Wechsel zu Naturstrom schmackhaft: Die ersten zehn Stromwechsler werden mit einer Erstattung der Jahresgrundgebühr belohnt. Für weitere zehn Stromwechsler übernimmt Kornkraft die Hälfte der Grundgebühr und für weitere 20 Mitarbeiter, die zu Naturstrom wechseln, wird ein Viertel der Jahresgrundgebühr übernommen. Kornkraft ist seit über zehn Jahren Naturstromkunde und produziert mit Hilfe seiner 2008 in Betrieb genommenen Solaranlage selber „sauberen" Strom.

Die Regionalen

Günstige Kühlgeräte für den Einzelhandel

Unter dem Motto „Umwelt schützen, Ware schonen, Kosten senken!" bieten die zwölf Naturkost-Großhändler der REGIONALEN GmbH ihren Einzelhandelskunden günstige Einkaufs- und Finanzierungskonditionen für die Anschaffung neuer Kühlgeräte an. Der Stromverbrauch für Kühlgeräte ist im Lebensmittelhandel ein großer Kostenfaktor. Über 50 Prozent des Strombedarfs werden für die Kühlung aufgewendet. Durch neue Geräte kann der Verbrauch deutlich gesenkt werden.
Aber energieeffiziente Kühlgeräte haben ihren Preis. Die REGIONALEN bieten daher ihren Kunden Geräte von führenden Herstellern zu sehr günstigen Einkaufskonditionen an. Für Bedientheken, Wandkühlgeräte, Tiefkühltruhen und alle anderen Geräte erhalten sie Rabatte von über 35 Prozent.
Zusätzlich haben die REGIONALEN in Kooperation mit der GLS-Genossenschaftsbank ein Finanzierungsmodell entwickelt, das auf eine aufwändige Einzelprüfung der Kreditfinanzierung verzichtet. Bei einer Bürgschaft durch den Großhändler können die Anschaffungskosten über einen Zeitraum von 24 bis 60 Monaten zu einem Zinssatz von 4,9 % finanziert werden.

Naturata AG

Bio-Genuss aus dem Kochstudio

Seit März 2010 sitzen Hobbyköche bei Naturata online in der ersten Reihe. Jeden Monat werden auf der Website unter www.naturata.de neue Bio-Gerichte mit leicht verständlichen Schritt-für-Schritt-Videos präsentiert. Per Video-Stream können Zuschauer der Kochshow zu jedem beliebigen Zeitpunkt folgen und die Rezepte zu Hause mit- oder nachkochen. In anschaulichen Schritt-für-Schritt-Anleitungen wird erklärt, welche Zutaten benötigt und wie die Gerichte zubereitet werden.

Alle Gerichte werden mit den rund 270 Produkten von Naturata in Bio- und Demeter-Qualität kreiert. Alle zubereiteten Gerichte sind frei von Hilfs- und Zusatzstoffen sowie künstlichen Aromen.

Unter den ersten 20 Besuchern verlost Naturata jeden Monat Schlemmerkörbe mit allen Produkten, die zum Nachkochen des aktuellen Rezepts benötigt werden.

Termine und Veranstaltungen

Bauckhof Naturkost: 40 Jahre Naturkost aus Rosche

Naturkosthersteller Bauckhof feiert am Samstag, den 12. Juni 2010 ein großes Fest: Gleich zwei gute Anlässe gibt es dafür, das 40-jährige Firmenjubiläum sowie den Startschuss zu umfangreichen Neubauten von Lager- und Produktionshallen und Bürogebäuden. Und mit 13 neue Mitarbeitern im Jubiläumsjahr wird auch in Sachen Personal bei Bauckhof kräftig investiert.

Bauckhof Naturkost wurde 1969 von Bauck-Familienmitgliedern und norddeutschen Demeter-Landwirten mit dem Ziel gegründet, Demeter-Rohstoffe aus dem Norden Deutschlands zu verarbeiten. Heute werden von Rosche aus Bio und Demeter Produkte wie Mehle, Müslis und Backmischungen an den deutschen und internationalen Naturkosthandel vertrieben.

Die Jubiläumsparty "Midlife Mania – 40 Jahre Naturkost aus Rosche" bietet ein buntes Rahmenprogramm mit Kunst & Kultur, kulinarischen Genüssen, Kinder-Attraktionen (von Hüpfburg bis Kistenklettern) und viel Musik. Die Kinder-Rockband, die Singing Mummies sowie Celtic Shamrock und Heidebrass sorgen tagsüber für die musikalische Unterhaltung, am Abend steigt die Rockparty mit der Band Heart Rock Café aus Uelzen. Ein weiteres Highlight wird die Verlosung von sechs Ballonfahrtgutscheinen für Fahrten beim parallel in Rosche stattfindenden Ballonfestival sein. Weitere Informationen unter www.bauckhof.de

Tag der offenen Tür bei Voelkel

Ein Tag der offenen Tür findet am 13. Juni 2010 bei Voelkel in Pevestorf statt. Auf dem Programm stehen Führungen durch die Firma, eine Vorführung „ Apfelsaft frisch gepresst" und ein Sonderverkauf ab Hof mit Verkostung und 20 % Rabatt. Der Biostreuobstverein Elbtal und die "Route der alten Obstsorten im Wendland" werden vorgestellt, ebenso der Lehrberuf „Fachkraft für Fruchtsafttechnik". Dazu gibt es eine Bio-Bierbar, Bio-Bratwurst, Bio-Kaffee und -Kuchen und Bio Wein. Die Jüngsten erwartet ein buntes Kinderprogramm.

Mühlenfest in Bohlsen

Die Bohlsener Mühle veranstaltet am 19. Juni 2010 zum 31. Mal das über die Region hinaus bekannte Bohlsener Mühlenfest. Auf dem Programm steht eine Podiumsdiskussion mit der bekannten Journalistin Tanja Busse (Preisträgerin "Journalistenpreis Bio", Bücher :„Die Einkaufsrevolution" u. „Die Ernährungsdiktatur"). Geboten werden außerdem ein kleiner, aber feiner Bio-Markt, junge Kleinkünstler und Open Air Musik ab 20 Uhr rund um die Mühle in Bohlsen.

In diesem Jahr ist das Mühlenfest Teil der „Ökologischen Landpartie".

Naturkost Elkershausen

Veranstaltungen im 2. Halbjahr 2010

Tag der offenen Tür – Kommunikationsplattform
28. und 29. August 2010
auf dem Firmengelände

BWL Crashkurs
Anja Behrmann, ProZept
8. September 2010 in Göttingen

Obst & Gemüse Präsentation
Johannes Günther, Obst- und Gemüse-Einkäufer Naturkost Elkershausen
16. September 2010 in Oldenburg

BioNord in Hannover
17. Oktober,
Stand von Naturkost Elkershausen

Obst- und Gemüse-Präsentation
Johannes Günther, Obst- und Gemüse-Einkäufer Naturkost Elkershausen
21. Oktober in Göttingen

Zeitmanagement
Mit Anja Behrmann, ProZept
3. November in Göttingen

Käseseminar
Heike Fahsold, ÖMA-Seminarleiterin,
10. November in Göttingen

Biologischer Pflanzenschutz in der Obstplantage: Zur Abwehr von Apfelwicklern werden Sexualduftstoffe (hier im Dispensor) eingesetzt

Biologischer Schutz für Pflanzen

Öko-Bauern arbeiten ohne chemisch-synthetische Pflanzenschutzmittel. Für viele Verbraucher ist dies ein wichtiges Argument für Bioprodukte. Wichtigstes Prinzip zum Schutz der Pflanzen im Bioanbau ist die Prävention. Erst wenn vorbeugende Maßnahmen nicht mehr reichen, spritzt auch der Ökobauer - allerdings mit biologischen Mitteln.

Zur optimalen Vorsorge im Biolandbau zählen die Auswahl widerstandfähiger Pflanzen und geeignete Kulturmaßnahmen, mit denen der Biobauer Schädlingsbefall und Erkrankungen vorbeugen kann. Eine vielseitige Fruchtfolge mit organischen Düngern sichert den Pflanzen genügend Nährstoffe und laugt die Böden nicht einseitig aus. So sorgt der Landwirt für eine nachhaltige Bodenfruchtbarkeit und vermindert auf natürliche Weise das Unkrautwachstum. Damit Beikräuter die Kulturpflanze nicht beeinträchtigen, werden sie durch Hacken, Striegeln oder Abflammen bekämpft. Dabei zielt der Ökolandbau nicht auf die komplette Vernichtung, sondern strebt eine Reduzierung von „Unkraut" oder Schädlingen auf ein wirtschaftlich tolerables Niveau an. Um die natürliche Schädlingsbekämpfung durch Vögel und andere Nutztiere zu fördern, fördern Bio-Landwirte eine vielfältige Kulturlandschaft zum Beispiel mit Hecken, die vielen Tierarten Lebensraum bieten.

Doch trotz konsequenter Vorbeugung vermehren sich auch im Bioanbau Schädlinge manchmal so stark, dass sie direkt bekämpft werden müssen. Um die Ernte zu retten, greift dann auch der Öko-Bauer auf Pflanzenschutzmittel zurück. Die erlaubten Mittel sind natürlichen Ursprungs: Sie werden aus Pflanzen gewonnen, sind Mikroorganismen oder natürliche Elemente. So stammen hochwirksame Präparate aus Teilen des tropischen Neem-Baums. Die Extrakte werden in Indien seit Jahrtausenden gegen verschiedene Insektenarten eingesetzt. Gegen bestimmte Typen eines weit verbreiten Schadpilzes können Sporen eines natürlichen Bodenpilzes eingesetzt werden. Im Apfelanbau bekämpft man den größten Schädling, den Apfelwickler, mit dem Einsatz von Sexuallockstoffen. Die Duftwolke aus Pheromonen verwirrt den Falter und hindert ihn an der Paarung. Eine weitere Schutzmaßnahme ist der Einsatz von Mikroorganismen wie dem Bacillus thuringensis. Das Bakterium bildet ein für schädliche Schmetterlingsraupen tödliches Gift, das erst im Darm des Insekts aktiviert wird und nur einige Tage wirksam bleibt.

Trotz guter Erfolge dieses vorbeugenden und sanften Pflanzenschutzes reichen die Maßnahmen bei einigen Kulturen nicht immer aus. Insbesondere bei mehrjährigen Sonderkulturen wie Obst und Wein sowie im Kartoffelanbau verursachen Pilzerkrankungen große Probleme.

Mangels Alternativen kommen dann sehr wirksame Kupferpräparate gegen Falschen Mehltau, Schorf oder Krautfäule zum Einsatz. Da sich Kupfer jedoch im Boden anreichern kann und Wassertiere und Kleinlebewesen sehr empfindlich darauf reagieren, ist es wichtig, den Eintrag möglichst niedrig zu halten. Die deutschen Bio-Anbauverbände begrenzen die Einsatzmenge auf drei Kilogramm pro Hektar im Jahr. In der konventionellen Landwirtschaft sind dagegen die drei bis vierfachen Mengen zulässig. Praktiker und Institute im Bioanbau arbeiten seit Jahren daran, den Einsatz von Kupfer weiter zu minimieren. Zu den größten Erfolgen zählt dabei die Züchtung pilzresistenter Sorten.

Ökolandbau schützt Artenvielfalt

Der Verzicht auf synthetische Spritzmittel, wie er im Ökolandbau selbstverständlich ist, ist ein Gewinn für die Artenvielfalt. Erst jüngst kamen Agrarwissenschaftler der Universität Göttingen zusammen mit Forschern aus acht europäischen Ländern bei einer breit angelegten Analyse zu einem klaren Ergebnis: Hauptursache für die Verringerung der Tier- und Pflanzenvielfalt in Europa sind Spritzmittel wie Insektizide und Fungizide.

Quelle: www.uni-goettingen.de/de/3240.html?cid=3477
Studie auf Englisch:
www.sofnet.org/apps/file.asp?Path=1&ID=6060&File=Geiger+et+al+2010+BAAE+online.pdf

„Weniger Rückstände durch biologischen Pflanzenschutz“

Interview mit Kirsten Arp über Rückstandsfunde und Unterschiede bei Pflanzenschutzmitteln:

Kirsten Arp, Koordinatorin des BNN-Monitorings für Obst und Gemüse im Naturkosthandel

Worin unterscheidet sich der biologische vom chemisch-synthetischen Pflanzenschutz?

Im konventionellen Anbau sind Hunderte Wirkstoffe zugelassen, im Biolandbau nur eine Handvoll. Natürliche Pflanzenschutzmittel sind zudem normalerweise niedriger konzentriert, bauen sich schneller ab und führen dadurch kaum zu Rückständen in den Produkten oder im Grundwasser. Weil der Schwerpunkt im ökologischen Anbau auf pflanzenstärkenden Maßnahmen liegt, gilt für Pflanzenschutzmittel der Grunsatz „ so wenig, wie möglich“, während im chemischen Pflanzenschutz oftmals mehrere Wirkstoffe kombiniert werden. Selbst wenn die Mittel nahezu identisch sind, unterscheidet sich die Wirkungsweise. So bleibt beispielsweise das natürliche Bakterium Bacillus-thuringiensis nur wenige Tage direkt im Darm spezieller schädlicher Schmetterlingsraupen wirksam. Das konventionell eingesetzte - genetisch veränderte - Bakterium wird dagegen innerhalb der gesamten Pflanze in aktivierter Form produziert und wirkt während der gesamten Vegetationszeit.

Was bedeutet das für die Rückstandskontrolle?

Fast 59 Prozent der konventionellen Proben sind mit Pestiziden belastet. Zugelassene Pflanzenschutzmittel im Ökolandbau haben wir im BNN-Monitoring dagegen im Jahr 2009 nur in 2,3 Prozent der Proben nachgewiesen. Außerdem liegt der durchschnittliche Pestizidgehalt von konventionellem Obst bei 0,44 Milligramm pro Kilogramm, das ist über 100 Mal mehr als bei Bio-Obst mit durchschnittlich 0,004 Milligramm pro Kilogramm. In den sieben Jahren des BNN-Monitorings ist nur einmal ein gesetzlicher Grenzwert für zugelassene Pflanzenschutzmittel überschritten worden. Wir konnten nachweisen, dass das auf einen Anwendungsfehler des Landwirts zurückging.

Wie geraten manchmal Rückstände verbotener Substanzen in Bio-Lebensmittel?

Auch Bio-Lebensmittel werden natürlich nicht unter der Glasglocke produziert, und somit können Umweltgifte den Herstellungsprozess beeinflussen. Denkbar sind Verwehungen von konventionellen Nachbarfeldern oder Verunreinigungen bei Transport, Lagerung oder Verpackung, wenn zum Beispiel Packstationen konventionelle und biologische Produkte abwechselnd verarbeiten. Aus Sicht des BNN Herstellung und Handel ist es deshalb besonders wichtig, diese Schwachstellen in Zusammenarbeit mit den Unternehmen, den Kontrollstellen und Anbauverbänden aufzudecken und abzustellen und so für die Zukunft zu lernen und immer besser zu werden.

Warum hat der Bundesverband eigene Grenzwerte eingeführt?

Die gesetzlichen Grundlagen für den Ökologischen Landbau sehen bewusst keine Grenzwerte vor, da sich Bio nicht durch reine Rückstandsfreiheit definiert, sondern durch einen besonderen Prozess des Anbaus und der Verarbeitung. Die zugelassenen Mittel sind in Positivlisten aufgelistet. Wenn ein nicht erlaubter Stoff nachgewiesen wurde, ergab sich bis 2001 eine Lücke in den Regeln – oder es galten schlicht die gesetzlichen Höchstgehalte für konventionell Lebensmittel. Deshalb haben die Mitgliedsunternehmen des BNN Herstellung und Handel den BNN-Orientierungswert entwickelt, der es ermöglicht, zwischen zufälligen und unvermeidbaren Verunreinigungen und auffälligen Nachweisen zu unterscheiden, die eine Recherche und gegebenenfalls weitergehende Maßnahmen erfordern. Der BNN-Orientierungswert gilt für chemisch-synthetische Mittel, die im Ökolandbau gar nicht verwendet werden dürfen, und liegt deutlich unter den gesetzlichen Grenzwerten. Zusätzlich werden schwarze Schafe durch die offene Kommunikation unter den Unternehmen im BNN-Monitoring bekannt gemacht und abgeschreckt.

Text und Interview: Birgit Will

BNN-Monitoring

Seit 2003 werden im BNN-Monitoring Bio-Obst und Bio-Gemüse aus dem Naturkosthandel systematisch auf Verunreinigungen mit Pestiziden untersucht. Für die mittlerweile 28 beteiligten Großhändler und Frucht-Importeure der Naturkostbranche ist das Monitoring ein wichtiges Instrument der Qualitätssicherung. Mit Hilfe der flächendeckenden und risikoorientierten Probenziehungen und der systematischen Aufbereitung der Daten lassen sich beispielsweise Betrugsfälle effizient aufklären.

Die Ergebnisse seit 2003 zeigen, dass die niedrige Zahl der Verunreinigungen und Rückstände auf dem Bio-Frischmarkt tendenziell weiter zurückgeht. Dies ist auch auf die sorgfältige Ursachenrecherche bei Pestizidnachweisen zurückzuführen, die ein wesentlicher Baustein des BNN-Monitorings ist. Dieser Mechanismus greift auch, wenn der selbst gesetzte Wert der Naturkostbranche, der BNN-Orientierungswert für Pestizide von 0,01 mg/kg, nicht eingehalten wird.

Weitere Informationen im aktuellen Flyer zum BNN-Monitoring, der dieser Ausgabe der BNN-Nachrichten beiliegt oder unter: www.n-bnn.de

Neue webbasierte Datenbank für das BNN-Monitoring

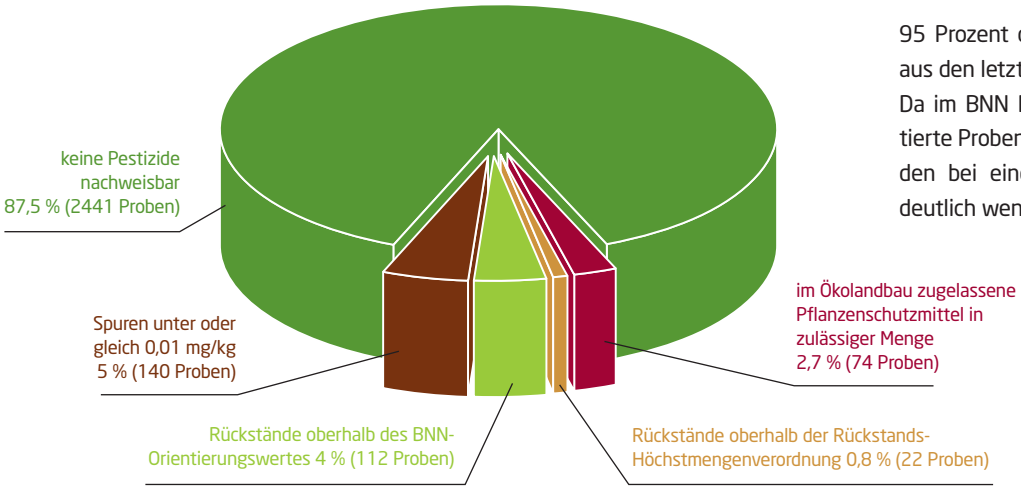
Das BNN-Monitoring für Obst und Gemüse macht technisch einen großen Schritt nach vorne: Das beschlossen die am Monitoring beteiligten Unternehmen auf ihrer diesjährigen Versammlung am 4. Mai 2010 in Kassel-Wilhelmshöhe einstimmig. Künftig werden alle Analysenergebnisse in einer internetbasierten Datenbank erfasst. Das sorgt für mehr Benutzerfreundlichkeit und spart gleichzeitig Zeit bei der Verwaltung, denn der Ablauf der monatlichen Probenziehungen wird optimiert. Neu ist eine automatisierte Lieferanten- und Kontrollstellenbewertung. In der neuen Datenbank werden sämtliche Ergebnisse seit dem Start des Qualitätssicherungssystems vor sieben Jahren erfasst.

Regelmäßige Tests auf unerlaubte Düngungsmethoden

Die Teilnehmerversammlung diskutierte außerdem eine gemeinsame Vorgehensweise bei der Stickstoff-Isotopenanalyse. Mit dieser Methode lässt sich überprüfen, ob zugelassene Dünger verwendet worden sind, denn die Isotopenverteilung von mineralischen und organischen Düngern unterscheidet sich deutlich. Dies lässt sich in der gedüngten Pflanze nachweisen. Allerdings kann das Isotopenverhältnis beeinflusst werden, zum Beispiel durch den Anbau von Leguminosen als Vorfrucht. Die Stickstoffisotopenverteilung ist somit kein eindeutiger Beweis, sondern ein starker Hinweis auf unerlaubte mineralische Düngung. Im Verdachtsfall sollte solchen Hinweisen nachgegangen werden. Die Teilnehmer des BNN-Monitorings haben beschlossen, bei auffälligen Befunden immer die Ursache zu recherchieren und die zuständige Öko-Kontrollstelle zu informieren. Auf Rückrufe aus dem Handel wollen die Unternehmen zunächst verzichten.

Kirsten Arp

Aktuelle Bilanz der Pestizid-Rückstandskontrollen im BNN-Monitoring für Obst und Gemüse im Naturkosthandel



95 Prozent der knapp 2800 Monitoring-Proben aus den letzten sechs Jahren sind rückstandsfrei. Da im BNN Monitoring in der Regel risikoorientierte Probennahmen durchgeführt werden, würden bei einer zufälligen Auswahl der Proben deutlich weniger Rückstände gefunden werden.

2789 Proben aus dem BNN-Monitoring für Obst und Gemüse im Naturkosthandel, Untersuchungszeitraum Juli 2003 bis April 2010

Das neue EU-Bio-Siegel: Was muss auf die Packung?

Mit Einführung des neuen EU-Bio-Logos am 1. Juli 2010 ändert sich die Kennzeichnung von Bio-Produkten in Europa. Ein sternengesäumtes Blatt auf grünem Grund zeigt Verbrauchern künftig, was nach EU-Recht Bio ist. Doch was genau muss auf welcher Packung stehen? Darf das Bio-Logo auch in der Werbung eingesetzt werden? Hier die wichtigsten Fakten.

Nun eine Pflicht: EU-Bio-Logo plus Herkunftsangabe

Nicht nur das EU-Bio-Logo ist neu, auch der Abdruck von Codenummer und Herkunftsangabe wird zur Pflicht. Der Codenummer wird künftig das Länderkürzel vorangestellt, zum Beispiel DE-ÖKO-xxx für deutsche Kontrollstellen. Anhand der Herkunftsbezeichnung können Verbraucher erkennen, ob die landwirtschaftlichen Ausgangsstoffe eines Bio-Produkts aus der Europäischen Union stammen oder nicht. Unterschieden wird dazu zwischen „EU-Landwirtschaft" und „Nicht-EU-Landwirtschaft": Stammen mindestens 98 Prozent der landwirtschaftlichen Ausgangsstoffe aus einem einzelnen Land, so ist es möglich, die Herkunftskennzeichnung durch die Angabe des Landes zu ersetzen oder um diese zu ergänzen. So kann auf die „Deutsche Landwirtschaft" verwiesen werden, wenn mehr als 98 Prozent der (landwirtschaftlichen) Ausgangsware aus Deutschland stammen. Stammt ein Teil des Produkts aus der EU, ein anderer Teil aus Nicht-EU-Ländern, wird auf der Verpackung als Herkunftsangabe künftig „EU-/Nicht-EU-Landwirtschaft" zu lesen sein.

Für welche Produkte gilt die neue Kennzeichnung?

Die Pflicht zum Abdruck von EU-Bio-Logo, Codenummer und Herkunftsangabe gilt für vorverpackte Lebensmittel. Dazu zählen alle Produkte, die direkt an Endverbraucher oder an gemeinschaftliche Einrichtungen abgegeben werden. Dabei muss das Lebensmittel nicht komplett von der Verpackung umschlossen sein, aber es soll gewährleistet sein, dass der Inhalt der Verpackung nicht verändert werden kann. Transportverpackungen wie Obst- und Gemüsekisten, die an den

Naturkosteinzelhandel geliefert werden, müssen also nicht gekennzeichnet werden.

Bei Produkten, die aus Drittländern, also Ländern außerhalb der EU, importiert werden, darf das neue EU-Bio-Logo zusammen mit seinen beiden Pflichtbegleitern (Codenummer und Herkunftsangabe) freiwillig verwendet werden. Dies gilt ebenso für nicht vorverpackte Produkte.

Nicht eingesetzt werden darf das Logo hingegen bei Produkten, die nicht in den Anwendungsbereich der EG-Öko-Verordnung fallen. Das gilt zum Beispiel für Kosmetik sowie für Erzeugnisse aus der Jagd und der Fischerei wilder Tiere. Auch für Bio-Weine darf das Logo noch nicht verwendet werden. Dies gilt bis zur Neuregelung der Kellerei-Richtlinien für Bio-Wein, deren Verabschiedung noch für dieses Jahr erwartet wird.

Wichtig für das Marketing: Das EU-Bio-Logo darf auch in der Werbung genutzt werden, in diesem Fall auch ohne Angabe der Herkunft und Codenummer.

Neue Aufgabe für Verpackungsdesigner

EU-Bio-Logo, Codenummer und Herkunftsangabe sollen auf der Verpackung gut sichtbar und deutlich lesbar erscheinen. Vor allem sollen sie auch zusammen platziert werden, so dass Verbraucher alle Informationen auf einen Blick erfassen können.

Neben dem neuen EU-Bio-Logo dürfen zusätzlich das bekannte sechseckige deutsche Bio-Siegel und auch die Logos des jeweiligen Anbauverbandes auf die Verpackungen.

Weitere Gestaltungsmöglichkeiten sind im Benutzerhandbuch der EU-Kommission aufgeführt. Dieses steht zusammen mit dem Verordnungstext und den Bilddateien des Logos im Internet unter: www.ec.europa.eu/agriculture/organic/eu-policy/logo_en

Rechtsexperten raten zum Abwarten

Die Vorgaben der neuen Verordnung (EU) Nr. 271/2010 gelten ab 1. Juli 2010 mit einer zweijährigen Übergangszeit bis zum 1. Juli 2012. Spätestens am 1. Juli 2012 müssen also alle vorverpackten Bio-Produkte das neue EU-Bio-Logo, die Codenummer und die Herkunftsangabe tragen. Angesichts einiger noch ungeklärter Fragen, wie beispielsweise die nach der korrekten Herkunftsangabe bei Rohstoffen von wechselnden Lieferanten innerhalb und außerhalb der EU, empfehlen Rechtsexperten, für die Umstellung von Verpackungen und Etiketten die zweijährige Übergangsfrist auszunutzen.

Nina Schinkowski

In der modernen Hühnerhaltung sind glückliche Hühner auch mobil. Ställe auf Rädern oder auf Kufen (Foto rechte Seite) bieten Haltern und Hühnern viele Vorteile

Moderne Hühnerhaltung

Artgerecht mobil

Im April 2010 erschien im Rahmen der BNN-Kodex-Kampagne der sechste Themenflyer für Kunden im Naturkosthandel. Darin dreht sich alles um artgerechte Tierhaltung im Biolandbau. In der Hühnerhaltung erobern tierfreundliche Systeme in Form von mobilen Ställen die Ökohöfe. Modischer Gag oder Modell für die Zukunft? Die BNN-Nachrichten befragten Iris Weiland, die zum Entwicklungsteam des prämierten „Hühnermobils" gehört.

Tierfreundliche Haltung, das bedeutet für Legehennen auf Biohöfen ökologisch erzeugtes Futter, Sitzstangen, Sandbäder und Zugang zu großen Ausläufen. Rund um den Stall können die Hennen jedoch die Grasnarbe stark schädigen, und große Mengen Hühnerkot sammeln sich an. Mobile Hühnerställe, die regelmäßig auf frische Flächen versetzt werden, bieten die Lösung.

Vier große Mobilställe auf Kufen werden zum Beispiel auf dem Bauckhof in der Lüneburger Heide eingesetzt. Zur Schonung der Weide können die Längsseiten separat geöffnet werden. In einem Wintergarten scharren die Hühner geschützt vor Wildvögeln und Regen. Der Mobilstall wird etwa drei Mal im Jahr mit Hilfe von Schleppern versetzt. Das aufwändige Sammeln der Eier von 4.000 Hühnern in den vier Mobilställen erleichtern so genannte Abrollnester. Die auf einer Schräge stehenden Nester „verlieren" ihre Eier quasi über eine Rutsche (abwaschbare Plastikmatte) in eine Schublade, aus der die Eier sehr einfach zu entnehmen sind. Auch Masthühner und Puten sind auf dem Bauckhof in mobilen Ställen untergebracht. Der Biobetrieb erhielt 2007 für die tierfreundliche Hühnerhaltung den Pro-Tier Förderpreis.

Eine weitere Variante der Mobilhaltung ist das „Hühnermobil", erhältlich in drei Größen. Es erhielt 2003 den „Förderpreis Ökologischer Landbau". Iris Weiland, die an der Entwicklung dieses Stalltyps beteiligt war, erläutert im Interview die Hühnerhaltung auf Rädern.

Wie funktioniert ein mobiler Hühnerstall?

Mobile Hühnerställe sind komplett ausgestattet, mit einer Isolierung gegen Hitze und Kälte, Fenstern zur Entlüftung, Nestern, Sitzstangen, Futter, Wasser, Kotbändern und Licht. Das Hühnermobil wird wöchentlich auf ein frisches Stück Weide versetzt. So können sich die Tiere täglich im stets grünen Auslauf bewegen und immer frisches Grünfutter finden. Das Mobil ist mit einer geschlossenen Bodenplatte ausgestattet, auf der die Einstreu liegt. Der Kot wird über Kotfließbänder wöchentlich gemistet. Strom liefern netzunabhängig Batterien, die man praktischerweise mit einem Solarpaneel oder einem Windrad lädt.

Trotz großer Fläche ist die Weide in der Freilandhaltung von Hühnern oft übernutzt. Wie kommt das und wie wirkt es sich auf die Umwelt aus?

Hühner beschäftigen sich am liebsten von früh bis spät mit Futtersuche. Sie scharren und picken, zwischendurch ruhen sie sich aus, nehmen ein Sonnenbad, buddeln sich ihre Sandkuhle zum Staubbaden. Hühner, die so leben, sehen gut aus und zeigen selten Verhaltensauffälligkeiten wie Federpicken oder Kannibalismus. Das lebhafte Verhalten der Hennen kann aber zum Problem werden. Der Grasbewuchs rund um den Stall ist nach ein bis zwei Wochen vollständig weggepickt. Mit unseren 300 Bioland-Hühnern im stationären Stall hatten wir nach zwei Jahren unansehnliche Ausläufe. Die Hühner bekamen Durchfall, ausgelöst von Darmparasiten, die sich im Auslauf vermehrt hatten. Wenn man Hühner ins Freie lässt, wie es sich Eierkunden vorstellen und wie es auch die EU-Öko-Verordnung vorschreibt, scheidet jedes Huhn täglich rund 50 Gramm Frischkot rund um den Stall aus. Bei 1.000 Hühnern sind das 50 Kilogramm täglich. Das belastet die Umwelt und die Hühner. Vermeiden lässt sich das entweder durch sehr kleine Hühnergruppen mit gutem Auslaufmanagement oder durch das Versetzen des Stalls. Die Pflanzen bleiben intakt und können die Nährstoffe aus dem Kot aufnehmen, bevor diese ins Grundwasser gelangen, wie Untersuchungen der Universität Kassel belegen.

Schädigt der Transport nicht auch die Weide?

Das Hühnermobil wird einmal pro Woche mit dem Traktor mit Futter und Wasser versorgt, gemistet und zumeist gleich versetzt. Der Stall rollt auf sehr breiten Reifen bodenschonend über die Fläche. Im Win-

Themenflyer „Artgerechte Tierhaltung“: Den aktuellen Kampagnenflyer zum Thema finden Sie in den teilnehmenden Bio-Fachgeschäften und im Internet unter: www.biokodex.de/kodex_v2/index.php/kampagne.html

ter stellt man den Stall auf eine befestigte Fläche. Wenn das Hühnermobil spätestens nach zwei Wochen versetzt wird, sieht man nach kurzer Zeit nicht mehr, wo es vorher gestanden hat und Boden und Grasnarbe können schneller regenerieren.

Mal aus Hühnerperspektive betrachtet: Umziehen ist stressig. Wie reagieren die Tiere?

Klar, der erste Umzug ist für die Hennen überraschend. Ab dem zweiten Mal kennen sie den Umzug auf die frische Fläche und drängeln dann heraus, um gleich lebhaft das Grün zu picken. Wenn man Hühnern gutes Grünfutter wie Klee mit kleinen Blättchen anbietet, fressen sie in einem guten Auslauf zusätzlich zu den rund 140 Gramm Legehennenfutter fast die gleiche Menge an Grünfutter, sozusagen als „Salat“. Und der enthält neben wichtigen Eiweißen und Vitaminen für die Hühner auch Carotinoide, die für eine herrlich kräftig gelbe Dotterfarbe und für eine besonders gute Tiergesundheit sorgen.

Nutzen Mobilstall-Hühner den gesamten Auslauf?

Auch in größeren Ausläufen halten sich die Tiere zu 80 Prozent in einer Zone von fünf bis 30 Metern auf, selbst wenn einzelne Tiere sich weiter weg trauen. Wenn der Stall versetzt wird, vervielfacht man den stallnahen Bereich und fährt möglichem Krankheitsdruck im Auslauf einfach davon. Wenn 10.000 Hühner auf 10 Hektar regelmäßig verteilt werden, dann verhindert das Überdüngung und schützt vor Parasitenbefall. Die Hennen düngen die Fläche gleichmäßig und sorgen so für eine gute Versorgung der Pflanzen. Und für uns Menschen ist es ein herrlicher Anblick, zufriedene, gesunde Hennen auf den Feldern zu sehen. Wenn man alle Legehennen Deutschlands im Freiland mit 10 Quadratmeter je Henne halten würde, so bräuchte man dafür eine Fläche von 20 x 20 Kilometern. Mehr nicht.

Iris Weiland, Agraringenieurin
Seit 20 Jahren Erfahrung mit Hühnerhaltung: Auf dem eigenen Bioland Betrieb, als Mitarbeiterin von Prof. Dr. Detlef Fölsch, Fachgebiet Angewandte Nutztierethologie (Universität Kassel), Mitarbeit bei diversen Forschungsprojekten zur Hühnerhaltung und in Tierschutzprojekten. Seit 2000 Mitarbeit bei Entwicklung und Aufbau der vollmobilen Hühnerhaltung im Hühnermobil.

Wie sind die Legenester gestaltet?

Hühner zeigen beim Eierlegen immer das gleiche Verhalten. Dafür brauchen sie verformbare weiche und eingestreute Nester, etwas abgeschieden vom Trubel. In Österreich ist diese artgemäße Nestform aus gutem Grund für Legehennen in Biobetrieben vorgeschrieben. Das Hühnermobil ist mit Einstreunestern ausgestattet, aus denen die Eier per Hand gesammelt werden. Das lässt sich arbeitswirtschaftlich aber nicht so gut automatisieren wie ein Abrollnest mit Plastikmatte.

Ist die mobile Hühnerhaltung auch für große Hühnergruppen geeignet?

Hühnermobile mir Rädern gibt es für 225 bis zu 1.200 Tiere. Auch mehrere zehntausend Hennen können, in mehreren Ställen gehalten, auf einem Acker in die Fruchtfolge eingebunden werden. Damit werden weitgehend geschlossene Nährstoffkreisläufe ermöglicht.

Welche Kunden kommen schon in den Genuss von Eiern aus mobiler Haltung?

Noch liefert kein Erzeuger mit einem Hühnermobil an den Großhandel. Beim Verkauf auf dem Naturkostmarkt muss die besondere Qualität und Haltungsform deutlich herausgestellt werden, um den nötigen Mehrpreis für die Eier zu realisieren. Die Mehrarbeit für die besonders umweltschonende und artgerechte Haltung wird in der Direktvermarktung mit bis zu 40 Cent je Ei honoriert, weil die Kunden sehen, wie die Hühner gehalten werden.

Eier aus dem Hühnermobil bekommt man direkt bei über 20 Erzeugern, zum Beispiel bei der Familie Niederwahrenbrock in Hopsten-Schale, bei Hermannsdorfer Landwerkstätten in Glonn und auf dem Naturlandhof Derleth in Salz. Zu den direkt belieferten Naturkostmärkten zählen die Super-Biomärkte in Osnabrück und Münster, der Steinofenbäcker in Ibbenbüren und der Gärtnerhof Vier Jahreszeiten in Gütersloh.

Mehr über mobile Ställe erfahren Sie auch unter: www.mobilstall.de

Text und Interview: Katrin Rösner

Naturkostgroßhandel wächst im 1. Quartal 2010 in allen Bereichen

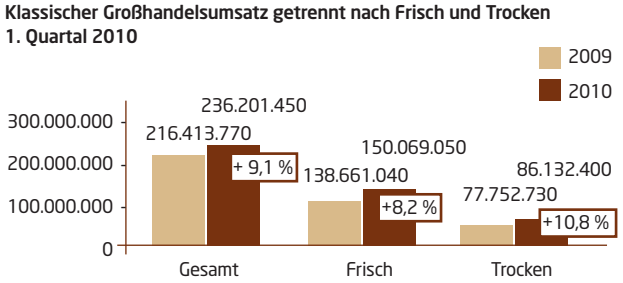
Umsatzergebnisse von Monat zu Monat besser

Die Naturkostbranche ist im ersten Quartal 2010 weiterhin in allen Bereichen gewachsen. Nach einem zögerlichen Start im Januar fielen die Umsatzzuwächse der Großhandelsmitglieder des BNN Herstellung und Handel e.V. von Monat zu Monat positiver aus. Dabei war der Zuwachs im Trockensortiment deutlich höher als im Frischbereich.

Der Gesamtumsatz im ersten Quartal 2010 stieg um 9,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Mit 10,8 Prozent (Vorjahr: 4,0 Prozent) wuchs insbesondere das Trockensortiment außerordentlich. Die Steigerung im Bereich Frisch fiel mit 8,2 Prozent (Vorjahr: 6,7 Prozent) geringfügig moderater aus. Die Umsatzsteigerung im ersten Quartal von 9,1 Prozent übertrifft die des Vorjahreszeitraums, als 5,7 Prozent erreicht werden konnten.

Der Gesamtumsatz stieg von 216,4 Millionen Euro im ersten Quartal 2009 auf 236,2 Millionen Euro im diesjährigen ersten Quartal (Diagramm 1). Frisch hält dabei mit nun knapp 63,6 Prozent weiterhin den größten Umsatzanteil. Im März konnten sowohl das Frisch- als auch das Trockensortiment ihren jeweils höchsten Zuwachs verzeichnen. Dieser Monat war auch der einzige, in dem Trocken schwächer wuchs als Frisch.

Diagramm 1:
Klassischer Großhandelsumsatz getrennt nach Frisch und Trocken
1. Quartal 2010

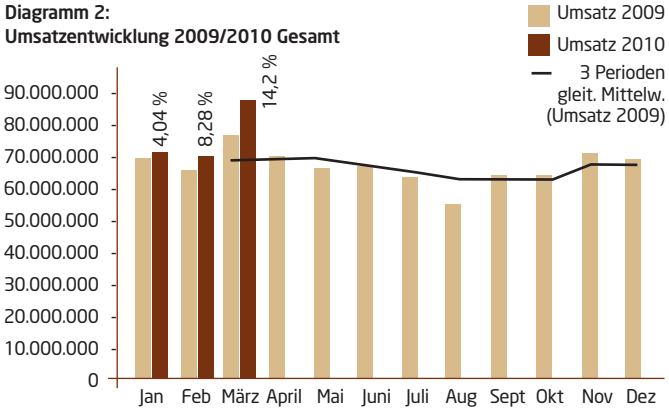


Die Entwicklung der Monatsergebnisse im ersten Quartal 2010 verdeutlicht Diagramm 2. Während das Ergebnis im Januar verhalten ausfiel, wurden im Februar die Zuwächse im Frisch- und im Trockenbereich mehr als verdoppelt. Die Zuwächse im März 2010 waren mit mehr als 14 Prozent Umsatzzuwachs besonders erfreulich.

Umsatzbarometer Biohandel

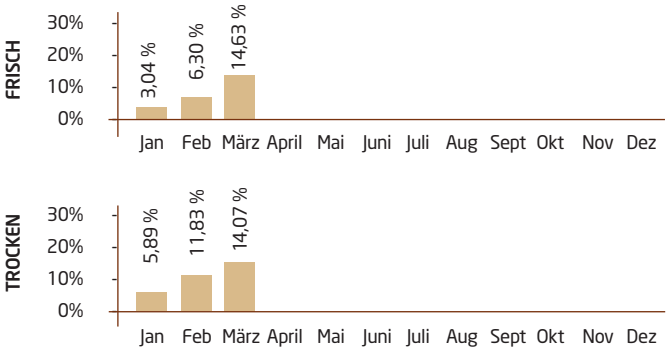
Alle Betriebstypen des Naturkostfachhandels - vom Hofladen bis zum Bio-Supermarkt - haben vom Zuwachs im ersten Quartal 2010 profitiert. Das zeigt das aktuelle Umsatzbarometer Biohandel. Das von der Kommunikationsberatung Klaus Braun ermittelte Umsatzplus liegt mit 4,3 Prozent niedriger als die BNN-Zahlen. Dies erklärt sich dadurch, dass für das Umsatzbarometer nur Zuwächse auf bestehender Fläche berücksichtigt werden, während der BNN auch den Umsatz berechnet, der in jüngst eröffneten oder vergrößerten Geschäften erzielt wird.

Diagramm 2:
Umsatzentwicklung 2009/2010 Gesamt



Die Frisch- und Trockensortimente haben sich in den ersten drei Monaten einheitlich entwickelt, allerdings auf unterschiedlichem Zuwachsniveau. Der März hat dann in beiden Bereichen eine ähnliche Umsatzdynamik. (Diagramm 3).

Diagramm 3:
Relative Entwicklung der Frisch- und Trockenumsatzzuwächse im Monatsvergleich der Jahre 2009 und 2010



Die Steigerungsraten des ersten Quartals 2010 sind erklecklich und machen es wahrscheinlich, dass auch das Jahr 2010 ein Umsatzwachstumsjahr wird. Allerdings ist in Anbetracht der allgemeinen wirtschaftlichen Situation ein Abflachen der Zuwachsraten nicht unwahrscheinlich.

Im Gegensatz zum Naturkosthandel mussten konventionelle Discounter und Supermärkte für ihre Bio-Sortimente zuletzt ein Umsatzminus hinnehmen. Experten führen das darauf zurück, dass der Lebensmittelhandel es versäumt habe, den Vorteil des Bio-Sortiments ganzheitlich und umfassend zu kommunizieren und zu erläutern, was Bio auf verschiedenen Ebenen tatsächlich leistet.

Die Krise der Banken und die Krise der Wirtschaft sind noch nicht ausgestanden. Die kritische Situation verschärfte sich noch durch die aktuelle Eurokrise, ausgelöst durch Krisen in einigen EU-Staaten. Was Ende 2010 als Umsatz in der Naturkostbranche zu verzeichnen sein wird, ist somit derzeit nicht prognostizierbar. Es bleibt in diesem Jahr spannend, wie sich die wirtschaftlichen Kennzahlen auf den Branchenumsatz auswirken. Bisher sind die Effekte verhalten spürbar, aber im Vergleich zu anderen Wirtschaftssektoren eher gering. „Wirtschaft ist zum einen Teil Leistungsfähigkeit und zum anderen Psychologie" stand vor einem Jahr an dieser Stelle. Dem ist gerade aus heutiger Sicht nichts hinzuzufügen. Bisher verläuft das Jahr 2010 jedenfalls aus Branchensicht erfreulich.

Hans-Josef Brzukalla

In dieser Umsatzauswertung werden die Umsatzdaten der im BNN organisierten Großhandelunternehmen (Bodan GmbH, Grell Naturkost GmbH, Chiemgauer Naturkosthandel GmbH, Gebr. Franz GmbH, Handelskontor Willmann GmbH, Kornkraft Naturkost GmbH, Naturkost Elkershausen GmbH, Naturkost Erfurt GmbH, Naturkost Nord GmbH, Naturkost West GmbH, Naturwaren Zaich & Woar GmbH, Ökoring Handels GmbH, pax an Naturwarenhandels GmbH, Phönix Naturprodukte GmbH, Rinklin Naturkost GmbH, Terra Naturkost Handels KG, Weiling GmbH) und der Unternehmen dennree Versorgungs GmbH und Ecofit Biofruchtimport GmbH berücksichtigt.

Neue Flyer für die Kampagne „Bio kann mehr"

Bio hilft Kleinbauernfamilien weltweit

Die Kampagne zum BNN-Kodex richtet sich an Naturkost-Einzelhändler und deren Kundinnen und Kunden. Für sie soll der Mehrwert von Naturkost gegenüber EU-Bio deutlich sichtbar werden. Ein wichtiges Mittel sind Flyer zu Themen, die zeigen: „Wir machen Bio aus Überzeugung". In drei neuen Flyern der Reihe, die Mitte Juni erscheinen werden, geht es um „Samenfeste Sorten, „Kleinbauernfamilien" und um „Sicherheit und Transparenz".

Kleinbauernfamilie in Sri Lanka: Seit 1993 produzieren sie fair gehandelte Bio-Gewürze und -Tees, seit 2002 sind sie selbstständig organisiert in der Small Organic Farmers Association (SOFA).

Der Flyer „Kleinbauernfamilien fördern" zeigt zum Beispiel, dass Bio-Anbau viel mehr leistet als Menschen, Böden und Wasser weltweit vor Pestiziden zu schützen: Dank traditioneller Methoden verhindert er Kahlschläge und Monokulturen und fördert so auch die Artenvielfalt. Gleichzeitig kann Bio für ein selbständiges und würdiges Leben von Bauernfamilien weltweit sorgen, wenn die Zusammenarbeit zwischen Erzeugern und Abnehmern offen und ehrlich ist. Eine solche Zusammenarbeit ist für die Naturkostbranche Teil ihrer Philosophie, seit in den siebziger Jahren die ersten „exotischen" Bio-Produkte importiert wurden. Viele langfristige und oft persönliche Beziehungen haben sich seitdem entwickelt, und so mancher Bio-Verarbeitungsbetrieb in Europa hat im Laufe der Jahre dafür gesorgt, dass ganze Dörfer und Regionen in Asien, Afrika und Südamerika ihre Zukunft selbst „bauen" konnten.

„Bio kann mehr" ist eine Kampagne der Naturkostbranche für die Naturkostbranche. Ziel ist die Stärkung des Fachhandels und seiner Marken. Die im BNN Herstellung und Handel e.V. organisierten Markenhersteller und Großhändler haben dafür die ureigensten Biowerte in verständliche Botschaften und plakative Bilder übersetzt. 440 Fachhändler sind bereits im Boot und zeigen mit Hilfe des kostenfreien Infomaterials und dem eigenen Engagement: Bio kann mehr! Flyer sind bisher zu folgenden Themen erschienen: Milch, Natürlicher Geschmack, Allergien, Gentechnik, Klimaschutz und Tierhaltung. Weitere Informationen unter www.bio-kodex.de. Dort sind ab Mitte Juni auch die neuen Flyer zur Ansicht und zum Download hintergelegt.

Die Kampagne „Bio kann mehr" wird gefördert vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz im Rahmen des Bundesprogramms ökologischer Landbau.

Katja Niedzwezky

Laut UN-Weltagrarbericht haben Bio-Kleinbauern weltweit einen bedeutenden Anteil daran, die Welternährung und somit auch die Zukunft zu sichern

Unternehmer berichten über ihr Bio-Brotbox-Engagement

Gesicht zeigen für gesundes Kinderfrühstück

Die Vorbereitungen für die Bio-Brotbox-Saison 2010 laufen auf Hochtouren. Über 40 Bio-Brotbox-Gruppen in Deutschland und Österreich werden dieses Jahr zu Schulbeginn Erstklässler mit der gelben Dose voller Bio-Frühstückszutaten begrüßen. Damit möchten sie Eltern, Lehrer und Kinder darauf aufmerksam machen, wie wichtig ein tägliches gesundes Frühstück für Entwicklung und Lernfähigkeit ist.

Viele Unternehmen der Biobranche unterstützen die Bio-Brotbox-Aktionen. Einige Firmen sind schon seit Jahren mit großem Einsatz dabei. Die Hersteller und Großhändler engagieren sich mit Produkt- oder Geldspenden, Logistikleistungen und mit der Arbeitszeit ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dabei kommen für die Firmen Kosten in teilweise fünfstelliger Höhe zusammen. Warum Geschäftsführer aus der Naturkostbranche sich mit ihren Unternehmen für die Bio-Brotbox-Aktionen einsetzen, teilten einige Förderer den BNN-Nachrichten mit.

Meinrad Schmitt ist einer der Initiatoren des Projekts Bio-Brotbox. Er unterstützte 2002 mit Terra Naturkost die erste Bio-Brotbox-Aktion überhaupt in Berlin.

© Terra Naturkost

Meinrad Schmitt, Terra Naturkost:
„Wenn man ein erfolgreiches Unternehmen führt, muss man auch nach rechts und links schauen und der Gesellschaft etwas zurückgeben. Man darf nicht immer nur aufs Kerngeschäft beschränkt bleiben, sondern sollte als Unternehmer auch andere Projekte fördern. 2002 kam Burkhardt Sonnenstuhl, der Initiator der Bio-Brotbox-Aktionen auf mich zu, weil er Möhren für die erste Bio-Brotbox-Aktion in Berlin brauchte. Seitdem ist Terra mit dabei und wird es auch weiterhin bleiben. Ich freue mich, dass das Projekt Bio-Brotbox sich inzwischen zu einer internationalen Bewegung entwickelt hat und dass so viele Kollegen aus der Branche sich beteiligen."

Lebensbaum fördert das Projekt Bio-Brotbox auf besonders vorbildliche Art und Weise: Die Ulrich Walter GmbH spendet so viel Tee wie benötigt wird, für alle Gruppen, die Tee für ihre Boxen möchten, - unabhängig vom Standort.

Ulrich Walter GmbH

Ulrich Walter, Ulrich Walter GmbH/ Lebensbaum:
„Zur gesunden Ernährung von Kindern gehören auf jeden Fall auch gesunde Getränke. Experten bestätigen, dass Tees dabei genau das Richtige sind. Damit Kinder und ihre Eltern darauf aufmerksam werden, beteiligen wir uns schon seit vielen Jahren an der Bio-Brotbox-Aktion. Mit unseren leckeren Bio-Tee-Proben zeigen wir, dass Tees eine echte Alternative zu gezuckerten Getränken sind. Aus Rückmeldungen wissen wir, dass sich die Erstklässler über die Teebeutel freuen und sie gerne ausprobieren. Damit erreichen wir unser Ziel, dass auch die Eltern zuhause überlegen, welche Getränke die besten für ihre Sprösslinge sind."

Als Annette Mörler von der Informationsstelle Bio-Brotbox 2007 den Geschäftsführer der Bohlsener Mühle beim Mühlenfest in Bohlsen fragte, ob er nicht Müslis für die Bio-Brotbox-Aktionen spenden würde, sagte er ohne zu zögern „Ja!". Seitdem unterstützt die Bohlsener Mühle die Bio-Brotbox-Aktionen großzügig mit Müsli, einer besonders kostspieligen Frühstückskomponente.

© Bohlsener Mühle

Volker Krause, Bohlsener Mühle:
„Als nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen der Bio-Branche liegen der Bohlsener Mühle selbstverständlich auch soziale Aspekte am Herzen. Daher war es nie eine Frage, ob wir uns am Projekt Bio-Brotbox beteiligen würden oder nicht. Wir sind jetzt seit 2007 mit Müsli-Spenden dabei, und jedes Jahr konnten wir die Menge aufstocken. Unsere Teilnahme an der Bio-Brotbox sehen wir nicht als Teil des Marketings, sondern als eine direkte, von der Geschäftsleitung gewünschte Maßnahme."

Der Safthersteller Voelkel sponsert seit Jahren Bio-Brotbox-Gruppen mit Kindersäften für ihre Aktionen.

© Voelkel

Stefan Voelkel, Voelkel:
„Kindern und auch ihren Eltern Alternativen für eine gesunde, naturköstliche Ernährung zu zeigen und nahe zu bringen, ist uns ein großes Anliegen. Dafür ist die Bio-Brotbox-Aktion eine sehr schöne und gelungene Initiative, die Voelkel gerne unterstützt."

Nachahmung erwünscht: Über Anrufe oder Mails von Unternehmen, die die Bio-Brotbox-Aktionen unterstützen möchten, freut sich die Informationsstelle Bio-Brotbox. Kontakt: Annette Mörler, info@bio-brotbox.de, Tel.: 030 / 288 799 59, www.bio-brotbox.de

Annette Mörler

Eine von vielen Amflora-Protestaktionen vor den Werkstoren der BASF in Ludwigshafen: Am 18. Mai mit dabei die Bundestagsabgeordnete der Grünen und Vorsitzende des Bundestagsausschusses für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz Ulrike Höfken

Gen-Kartoffel Amflora für den Anbau zugelassen

Keiner will die neue Gen-Knolle

Am 2. März 2010 hat die EU-Kommission die Gen-Kartoffel Amflora für den kommerziellen Anbau zugelassen. Verbände, Lebensmittelhersteller und Verbraucher protestieren auf allen Ebenen gegen die gentechnisch veränderte Knolle. Einige BNN-Mitglieder haben sich der „Aktion Gen-Klage" angeschlossen, und im Rahmen der BNN-Kampagne „Bio kann mehr" informieren ein Flyer und eine neue Brottüte Kunden über Gentechnik – und warum sie nicht mal in Spuren zu Naturkost passt.

Amflora ist weltweit die erste zugelassene genmanipulierte Kartoffel und zudem die erste Neuzulassung einer Genpflanze in Europa seit zwölf Jahren. Vor den Toren des Herstellers BASF in Ludwigshafen demonstrieren regelmäßig Gentechnikgegner, und 40 Verbände, Organisationen und Unternehmen, darunter die BNN-Mitglieder Herbaria Kräuterparadies und Upländer Bauernmolkerei, haben sich in der „Aktion Gen-Klage" zusammengeschlossen. Das Bündnis klagt vor dem Europäischen Gerichtshof gegen die Zulassung der Stärkekartoffel, die ihrer Ansicht nach gegen EU-Recht verstößt. Nein zur Gentechnik sagt auch der Bio-Kodex, die Selbstverpflichtung der Naturkostbranche. Im Rahmen der Kampagne „Bio kann mehr" informieren ein Flyer und eine Brottüte mit 1-Minuten-Info darüber, wie die Biobranche der Risikotechnologie begegnet.

Amflora wurde zur industriellen Verwertung und auch als Futtermittel zugelassen. Über die Verfütterung an Tiere und durch Verunreinigungen kann sie leicht in die Nahrungskette des Menschen gelangen. Rechtlich erlaubt sind Anteile genetisch veränderter Organismen in Lebensmitteln bis zu 0,9 Prozent, wenn sie „versehentlich" hineingeraten. Sorge bereitet den Kritikern auch das Antibiotikaresistenz-Markergen der Kartoffel. Eine Übertragung dieses Gens auf Bakterien ist nicht ausgeschlossen. Dadurch könnten Krankheiterreger gegen wichtige Antibiotika unempfindlich werden.

Nicht mal die Stärke-Industrie will Amflora

Möglicherweise ist die Gen-Kartoffel nicht nur ein Risiko für Mensch, Tier und Umwelt, sondern auch für die Bilanz ihres Herstellers BASF: Amflora soll vor allem industriell genutzt werden, zum Beispiel in der Papier-, Textil-, Klebstoff- und Baustoffindustrie. Kritiker wenden jedoch ein, dass potenzielle Abnehmer aus Angst vor Imageschäden das Produkt nicht kaufen werden. So haben drei große Kartoffelstärkehersteller in Deutschland bereits erklärt, Amflora nicht verarbeiten zu wollen, denn ihre Kunden aus der Lebensmittelwirtschaft seien strikt dagegen. Zudem habe die Stärkeindustrie Kartoffeln mit den gleichen Eigenschaften wie Amflora entwickelt – ohne gentechnische Veränderungen. Dennoch: Die Gen-Kartoffel wird in Deutschland inzwischen bereits angebaut. Am 19. April 2010 wurde sie unter Polizeischutz auf 15 Hektar in Zepkow im Müritzkreis Bundesland Mecklenburg-Vorpommern ausgebracht. Österreich hat dagegen Anfang April 2010 ein nationales Anbau-Verbot für die umstrittene Kartoffel erlassen. Die Vereinigung Österreichischer Stärkekartoffelproduzenten begrüßte das Verbot. Der Verband sieht keine Vorteile dieser Sorte und berichtet, dass branchenintern sogar davon gesprochen werde, dass Amflora einen geringeren Ertrag habe als gängige Stärkekartoffeln.

BASF lässt alle Kritik bisher kalt: Nach Informationen von Greenpeace hat der Konzern beschlossen, 2011 für zwei weitere Gen-Kartoffeln eine Zulassung zu beantragen. Eine heißt Fortuna und soll direkt zu Pommes oder Chips verarbeitet werden.

Verbraucher können ihren Protest auch per Post auf den Weg bringen: Die Aktion „Gesunde Vielfalt – statt Risikoknolle", woran sich u .a. neben Verbänden wie BÖLW, und BUND auch zahlreiche andere Organisationen wie „Save our Seeds" und der Ökologische Ärztebund sowie Einzelunternehmen beteiligen, fordert von Bundeslandwirtschaftsministerin Ilse Aigner die Zulassungsrücknahme der BASF-Kartoffel (siehe www.keine-gentechnik.de/aktionen/amflora).

Die Postkarte des Vereins „Gentechnikfreies Europa" mit dem Slogan „Ich sage NEIN! Zur Genkartoffel" (www.gentechnikfreies-europa.eu), die dieser Ausgabe der BNN-Nachrichten beigelegt ist, richtet sich an die Bundeskanzlerin Angela Merkel. Schicken Sie diese Frau Merkel und plädieren Sie für eine gentechnikfreie Welt!

Annette Mörler

LIEBE GEHT DURCH DEN MAGEN. AUCH.

Julia isst am liebsten die feinen Schinken-Spezialitäten von Ökoland.
Alles, was Sie über Liebe wissen wollen: www.Ökoland.de

Das Ökoland-Qualitätsgebot
- ✓ **Ohne Nitritpökelsalz**
- ✓ **Ohne Phosphatzusätze &**
  ohne Geschmacksverstärker, weil Bio

Ökoland

DAS LEBEN KANN SO LECKER SEIN.