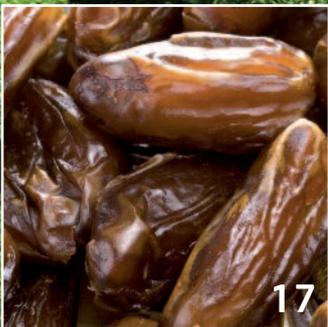




## Radioaktive Belastung von Lebensmitteln Wie die Branche auf Fukushima reagiert

Seite 19



Aktionswoche: Bioläden zeigen Bio-Vielfalt S. 04

Mitgliederversammlung: Messbare Nachhaltigkeit S. 06

BNN-Monitoring: Kontamination im Kühllager S. 17

# INHALTSVERZEICHNIS

## AKTUELL

BNN im Aufwind: Drei neue Unternehmen im Verband 03

## VERBAND AKTIV

„Aktionswoche „Natürliche Vielfalt ohne Gentechnik“ im Bio-Fachhandel: Blütenzauber und Kräutersmoothies - Facetten der Vielfalt im Bioladen Mitgliederversammlung des BNN Herstellung und Handel e.V. 2011: BNN-Kodex im Unternehmensalltag: Nachhaltigkeit wird messbar 04  
Jubiläumjahr beim Naturkostpionier Naturata: „Gemeinsam handeln“ seit 35 Jahren 06  
08

## BNN-UNTERNEHMEN

15 Jahre Ökofrost: Die „Erfinder“ der Bio-Tiefkühlkost 10  
Neues aus den BNN-Mitgliedsunternehmen. Diesmal von: Kornkraft, Biovita, Voelkel, Ökoring, Spielberger, Beutelsbacher Fruchtsäfte, Naturkost Elkershausen, Naturkost Erfurt, Heuschrecke Naturkost, Andechser Molkerei Scheitz, Bio Vegan, Bingenheimer Saatgut, Ökoland, Ulrich Walter GmbH/ Lebensbaum, Byodo, Grell Naturkost, Bauckhof, Die Regionalen 11

## QUALITÄT

Aufklärung eines Rückstandsfalls im BNN-Monitoring für Obst und Gemüse: Kontamination im Kühllager 17  
Frischfleisch im Naturkosthandel: Welche Verpackung ist die richtige? 18

## NATUR & UMWELT

Radioaktive Belastung von Lebensmitteln: Wie die Branche auf Fukushima reagiert 19

## FACHHANDEL

Umsatzentwicklung im Naturkost-Großhandel 1. Quartal 2011: Ein Plus von 16,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr 22

## NETZWERKE

Mehr Aussteller, mehr Fläche: BioNord und BioSüd wachsen dynamisch 23  
Saison 2011: Prominente Partner für die Bio-Brotbox 23



17



12



18



08



23



13

## 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 Niedzwezy // **Autoren und Autorinnen dieser Ausgabe:** Hans-Josef Brzukalla, Roman Brzukalla, Cornelia Dressler, Volker Germann, Michael Hesse, Heike Kuhnert, Annette Mörlner, Katja Niedzwezy, Beate Nowak, Katrin Rösner, Nina Schinkowski, Marion Schlage, Anke Zühlsdorf // **Gestaltung:** Zitrusblau, Berlin // Fotorechte für alle Fotos ohne Angabe: BNN Herstellung und Handel e.V., Titelfoto: ©nicholaslan/fotolia // Nachdruck oder Verbreitung, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion // **Anzeigen in dieser Ausgabe:** Ökoland GmbH Nord (U4)



In Magdeburg trafen sich Anfang Mai BNN-Mitglieder und geladene Gäste zur Tagung „Nachhaltige Bio-Lebensmittelwirtschaft“ und zur BNN-Mitgliederversammlung

BNN im Aufwind

## Drei neue Unternehmen im Verband

Der BNN Herstellung und Handel wächst rasant. In den vergangenen zwölf Monaten sind 9 Naturkostunternehmen dem Verband beigetreten. Auf der diesjährigen Mitgliederversammlung im Mai in Magdeburg begrüßte Vorstandssprecher Meinrad Schmitt drei weitere neue Mitgliedsunternehmen. Mit den beiden Öko-Produzenten Gewürzmühle Brecht und der Petersilchen GmbH sowie dem norddeutschen Inverkehrbringer Nordlicht Naturkost steigt die Zahl der Unternehmen im BNN auf 67 Mitgliedsfirmen. Herzlich willkommen!

Die schleswig-holsteinische **Nordlicht Naturkost Handels GmbH** ist seit 1992 auf die Verpackung und den Handel von Getreide, Saaten, Trockenfrüchten, Nusskernen sowie Nüssen in der Schale aus ökologischem Anbau spezialisiert. Zusätzlich bietet das Unternehmen weitere Dienstleistungen an. Dazu zählen sowohl die Konfektionierung, zum Beispiel das Zusammenstellen einer Frucht-Nuss Mischung und die Lagerhaltung, von der Wareneingangsprüfung über die Kommissionierung bis hin zum Versand. Das 1992 in Schinkel bei Kiel gegründete Unternehmen zog 1997 in größere Räumlichkeiten nach Kaltenkirchen um. Seit April 2009 leitet Lars Bünning das Demeter- und Bio-land-zertifizierte Unternehmen.



[www.nordlicht-naturkost.de](http://www.nordlicht-naturkost.de)

Die **Gewürzmühle Brecht GmbH** stellt seit 1925 Gewürze, Kräuter und Mischungen in Bio-Qualität her, die an weiterverarbeitende Lebensmittelunternehmen vertrieben werden. Endverbraucher finden die Kräuter und Gewürze im Reformhaus. Um die natürlichen Aromen von Kräutern, Gewürzen & Co zu erhalten, verzichtet Brecht auf den Einsatz von Geschmacksverstärkern, Säuerungsmitteln und Rieselhilfen. Das Familienunternehmen wurde 1925 vom Anthroposophen und Bio-Pionier Eduard A. Brecht in Karlsruhe gegründet. Mittlerweile ist das Unternehmen in der benachbarten Gemeinde Eggenstein ansässig. Seit 2007 wird die Gewürzmühle Brecht unter der



Leitung von Albert Darboven im Sinne des Gründers weitergeführt. Das Unternehmen war bereits von 2002 bis 2007 Mitglied im BNN Herstellung und Handel e.V.

[www.gewuerzmuehle-brecht.de](http://www.gewuerzmuehle-brecht.de)

Als reiner Bioproduzent ist die **Petersilchen GmbH** mit der Naturkostmarke **SANCHON** bekannt. Die würzigen Brotaufstriche, Würzsaucen und Currypasten, sowie die verschiedenen Chutneys sind ausschließlich im Naturkostfachhandel erhältlich.



Unternehmensgründer Peter Vogel startete 1987 mit dem Naturkost-einzelhandel Petersilchen. Im Jahr 1994 entwickelte er mit Matthias Rebentisch, damals Koch und kulinarischer Weltenbummler, heute Geschäftsführer und verantwortlich für die Produktentwicklung, die ersten würzigen Brotaufstriche. Diese sind bis heute ein Renner im Sanchon-Sortiment. Mit dem Einstieg des Lebensmitteltechnikers und Vertriebsexperten Christof Henne im Jahr 2005 entstand ein eigener Produktionsbetrieb. Die Herstellung und Aufbereitung der Rohwaren haben nach wie vor Manufaktur-Charakter. Leitgedanke des Unternehmens ist es, authentische Geschmackskompositionen mit einer natürlichen Aromavielfalt zu entwickeln und hochwertige Produkte in Bio-Qualität herzustellen.

[www.sanchon.de](http://www.sanchon.de)  
[www.petersilchen.de](http://www.petersilchen.de)





Bildunterschrift

„Aktionswoche „Natürliche Vielfalt ohne Gentechnik“ im Bio-Fachhandel

## Blütenzauber und Kräutersmoothies - Facetten der Vielfalt im Bioladen

Die bundesweite Aktionswoche „Natürliche Vielfalt ohne Gentechnik“ vom 30. Mai bis 4. Juni 2011 war ein voller Erfolg. Rund 200 Bio-Fachgeschäften bundesweit haben sich beteiligt und teilweise mit großem Engagement Veranstaltungen organisiert, bei denen die Kunden Vielfalt sehen, riechen und schmecken konnten. So haben Jürgen und Natalie Leutnant vom **Biohofladen „Zwei Eichen“ im niedersächsischen Bomlitz** eine Verkostung von Naturkostprodukten angeboten und einen Tag der Offenen Tür im Kräuter-Heilgarten und der eigenen Gärtnerei veranstaltet, wo Kunden auch samenfeste Gemüsepflanzen kaufen konnten. „Die Gespräche haben das Vertrauen der Verbraucher in Bio-Gemüse aus eigenem Bio-Anbau gestärkt“, so die beiden Inhaber.

Der **„Biomarkt Lämmerhof“ in Mannhagen** in Schleswig-Holstein hatte zur Aktionswoche einen Vortrag zum Thema „Vogelgesang und Blütenzauber auf unseren Feldern - Biologische Vielfalt als Indikator für die Vitalität der Lebensmittel“ organisiert. Ganz praktisch erlebten die rund 35 Besucher biologische Vielfalt dann beim „Offenen Hof“ mit Trecker-Safari über die Felder. Die Teilnehmer zeigten sich vor allem interessiert am Bio-Anbau auf dem eigenen Hof für den Laden. Die Möglichkeit, den „Weg des Gemüses“ nachvollziehen zu können, stärkt das Vertrauen in die Produkte im Bioladen - gerade auch in Zeiten wie der EHEC-Epidemie.

„**Barbs Bio“ in Velten** in Brandenburg hat die Aktionswoche zum Anlass genommen, mehr regionale Ware ins Programm zu nehmen. Bisher hätten die Kunden zurückhaltend reagiert, so die Inhaberin Barbara Wachowiak, doch sie hofft, dass doch ein wenig Nachdenken eingesetzt hat. Sie hat samenfeste Tomatenpflanzen selbst gezogen und kam darüber mit den Kunden ins Gespräch. Diese zeigten sich interessiert an den Unterschieden zwischen samenfesten und Hybridpflanzen, die sich anhand der Tomaten in Ruhe und beispielhaft erklären ließen.

Eine von mehreren Malaktionen mit Kindern hatte **„Shady's - natürlich & kostbar“ im hessischen Nidderau** organisiert. „Es war eine gute Gelegenheit, mit den Müttern Gespräche darüber zu führen, welche Produkte im Laden aus welchen Gründen für die Kampagne ausgezeichnet worden sind. Ich versuche immer, meinen Kunden bewusst zu machen, was es bedeutet, regionale Produkte ohne Gentechnologie zu konsumieren“, so Shady Gassner.

„**BioLogisch“ in Hannover** - Judith Stoffels: „Bei uns ist ständig was los, daher sind die Kunden nicht so überrascht einiges geboten zu bekommen, zusätzlich haben wir eigene Plakate gemacht und ausgehängt, Infos aus der Produktinfo haben wir selbst aufbereitet und an Regalstoppern befestigt. Vor der Tür haben wir Guerilla Gardening und zehn Säcke mit samenfesten Kräutern und Tomaten, Sonnenblumen und Salat bepflanzt um auf Vielfalt aufmerksam zu machen.“

Bei **„Heckers Bio-Insel“ in Olching** in Bayern gab es täglich Verkostungen, die den Kunden die Besonderheiten der regionalen Vielfalt nahebrachten. Außerdem waren zwei Abendveranstaltungen im Programm: Regisseur Bertram Verhaag zeigte seinen aktuellen Kinofilm *Gekaufte Wahrheit - Gentechnik im Magnetfeld des Geldes*, an den sich eine Diskussionsrunde anschloss. An einem weiteren Abend gab es einen Vortrag zum Thema Bienen „Wie der Mangel an Vielfalt ihnen zu schaffen macht und was wir persönlich dafür tun können, dass die Bienen wieder mehr Lebensraum bekommen“.

Anita Idel, die bekannte Buchautorin und Verfechterin einer nachhaltigen Landwirtschaft war am letzten Abend der Aktionswoche zu Gast bei **„Naturkost Templin“ in der Uckermark**. Ihr Vortrag zum Thema „Die Kuh ist kein Klima-Killer!“ stellte den Zusammenhang zwischen intensiver Landwirtschaft und Klimawandel vor und erklärte, warum nachhaltige Weidewirtschaft mit Kühen und anderen Wiederkäuern eine echte Alternative ist. Sigrid Mautschke, Inhaberin von „Naturkost



Bildunterschrift



Bildunterschrift

Im Mittelpunkt standen daher auch Produkte, die Bio-Vielfalt in besonderer Weise repräsentieren, alle aus dem Sortiment von Unternehmen im BNN Herstellung und Handel, die sich dem Bio-Kodex verpflichtet haben und die Kampagne „Bio kann mehr“ unterstützen. Leicht zu erkennen waren diese Produkte während der Aktionswoche an orangefarbenen Anhängern und Aufklebern mit dem Aufdruck „Bio kann mehr“.

So vertraten die Flocken und Mehle von Bauck die Vielfalt traditioneller Getreidesorten wie Dinkel und Hafer, Vielfalt auf dem Feld durch Fruchtfolgen und die Zusammenstellung verschiedener Pflanzenarten und für den Erhalt der kleinbäuerlichen Landwirtschaft, denn das Unternehmen arbeitet seit vielen Jahren eng mit Erzeugern in der Region zusammen. Die Herbaria-Kräuter „Reisparfum“ und „Wunderhuhn“ aus der Orient-Serie waren zwei Beispiele für die zahlreichen Projekte engagierter Bio-Unternehmen, die sich weltweit um faire und langfristige Partnerschaften mit Erzeugern bemühen.

Die Aktionswoche hat insbesondere für Kunden, die einfach mal „schnuppern“ möchten, einen guten Anlass geboten, die Bio-Vielfalt zu erforschen. Wer sich weitergehend informieren wollte, konnte auf Themenflyer der Kampagne „Bio kann mehr“ wie „Samenfestes Bio-Saatgut“ und „Kleinbauernfamilien fördern“ zurückgreifen.

Die Organisation der bundesweiten Aktionswoche war ein Kraftakt für die Mitarbeiterinnen beim BNN Herstellung und Handel. Nachdem das Thema der Aktionswoche abgestimmt war, galt es, ein einheitliches Design für Plakate, Flyer, Produktanhänger und Schaufensterwerbung zu entwickeln, diese Materialien zu produzieren und bundesweit zu verteilen. Veranstaltungen mussten abgestimmt und die Pressearbeit organisiert werden. „Aber es hat sich gelohnt“, resümiert BNN-Geschäftsführerin Elke Röder. „Die Aktionswoche hat den Dialog zwischen Einzelhändlern und Kunden belebt und auf die für Mensch und Umwelt so entscheidende Vielfalt aufmerksam gemacht, für die Bio auf vielen Ebenen sorgt.“ Der Ablauf und die Rückmeldungen zur Aktionswoche werden nun sorgfältig ausgewertet, um entscheiden zu können, ob für den Herbst eine zweite Woche organisiert wird. ❀

Templin“ freute sich, dass sie den Vortrag in Zusammenarbeit mit der örtlichen Buchhandlung anbieten konnte: „Mein Hauptanliegen ist es, dass Informationen weitergegeben werden. Ich möchte, dass die Leute sehen, lernen und begreifen“. In diesem Sinne engagiert sie sich auch außerhalb der Aktionswoche. So bietet sie jeden Tag frisch zubereitete grüne Smoothies aus selbst gesammelten und gezogenen Kräutern an, mit denen sie ihre Kunden begeistert.

Bio-Fachhandel und Naturkost-Hersteller wollten mit der Aktionswoche auf die besondere Vielfalt im Biolandbau und im Bio-Sortiment aufmerksam machen, denn Bio-Vielfalt hat viele Facetten: Stichworte sind samenfeste Sorten, Schutz der heimischen Flora und Fauna, Bewahrung und Weiterentwicklung von traditionellen Anbaumethoden und die reiche Auswahl an fast vergessenen und neu entdeckten Nahrungsmitteln wie Pastinake, Alfalfa und Kamut, Emmer, Portulak und Amaranth.

Mitgliederversammlung des BNN Herstellung und Handel e.V. 2011

## BNN-Kodex im Unternehmensalltag: Nachhaltigkeit wird messbar

Am 12. und 13. Mai 2011 fand in Magdeburg die Mitgliederversammlung des BNN Herstellung und Handel e.V. statt. Ein neuer Rekord bei der Teilnehmerzahl, engagierte Diskussionen zur Nachhaltigkeit in der Bio-Lebensmittelbranche, Beschlüsse zur Qualitätssicherung und drei neue Mitgliedsunternehmen – die Bilanz könnte kaum besser ausfallen.

Nachhaltigkeit und eine intensivierte Kooperation in der Branche waren zentrale Themen des ersten Tages der BNN-Mitgliederversammlung, zu dem auch Gäste aus allen Handelsstufen geladen waren. „Unser Ziel ist eine starke und kompetente Vertretung der Naturkostbranche, um die Branchenentwicklung zu fördern und Kräfte für die Interessenvertretung zu bündeln“, betonte der BNN-Vorstandsvorsitzende Meinrad Schmitt zur Begrüßung der rund 90 Teilnehmer.

Die BNN-Mitgliedsunternehmen haben sich 2008 im Kodex einer ökologischen und sozialen Wirtschaftsweise verschrieben, die weit über die Anforderungen der EU-Öko-Verordnung hinausgeht. Vorstandsmitglied Ulrich Walter forderte in seiner Begrüßung, die umfangreichen und oft versteckten Nachhaltigkeitsleistungen der Unternehmen im BNN deutlicher zu kommunizieren. „Viele Leistungen sind für uns längst so selbstverständlich, dass wir sie kaum noch erwähnen“, gab er zu bedenken. Der Unternehmens-Check mit Hilfe der neuen BNN-Nachhaltigkeitsindikatoren werde es den Betrieben ermöglichen, diese Leistungen nicht nur einheitlich zu erfassen, sondern auch nach außen stichhaltig darzustellen.

### BNN-Indikatoren - Werkzeugkiste für Nachhaltigkeit

Urs Niggli vom FiBL Schweiz und Bioland-Präsident Jan Plagge beleuchteten Aspekte der Nachhaltigkeit in der Bio-Lebensmittelwirtschaft und Bio-Landwirtschaft, bevor Stefan Dahle von der imug-Beratungsgesellschaft über die erfolgreiche Testphase für die neuen BNN-Nachhaltigkeitsindikatoren in den fünf BNN-Mitgliedsunternehmen Bodan GmbH, Bohlsener Mühle, Kornkraft Naturkost GmbH, Ökotopia GmbH, ÖMA Beer GmbH und Voelkel GmbH berichtete. „Nachhaltigkeit lebt von der Sorgfalt in allen Bereichen des Unternehmens, daher ist es notwendig, auch wirklich in jeden Winkel zu schauen. Um dabei den Überblick zu behalten, sind die Nachhaltigkeitsindikatoren ein hilfreiches Werkzeug“, kommentierte Meinrad Schmitt. „Wir möchten messen, wie weit die Unternehmen schon sind, damit Nachhaltigkeitsleistungen aussagekräftig und glaubwürdig kommuniziert werden können“, erläuterte BNN-Geschäftsführerin Elke Röder. „Aber diese 122 Indikatoren werden den Unternehmen natürlich auch Perspektiven für ihre weitere Entwicklung zeigen.“ Die BNN-Nachhaltigkeitsindikatoren wurden von der imug in enger Abstimmung mit BNN-Mitgliedsunternehmen entwickelt und sind mit einem vertretbaren Arbeitsaufwand zu erheben. „Konkrete Zahlen sind wichtig. Konventionelle Unternehmen werben schon lange mit Nachhaltig-



Gruppenbild mit neu gewählter BNN-Vorstandsfrau (v.l.n.r.): Meinrad Schmitt (Terra Naturkost), Andreas Ritter-Ratjen (Grell Naturkost), Sabine Moeller-Schritt (Kornkraft), Frank Stieldorf (Voelkel) und Manuel Pick (ÖMA)



Überraschende Ein- und Ausblicke über Magdeburg hinaus: Hartmut Koblichke (Mitte), Naturkost-Fachhändler aus Magdeburg, gab den Gästen an Bord einen interessanten Einblick in die Situation des Naturkosteinzehandels in seiner Stadt.

keit“, so Paul Söbbeke, Geschäftsführer der Molkerei Söbbeke. Und Jochen Schritt von Kornkraft ergänzte: „Über die Nachhaltigkeitsindikatoren bekommt man einen neuen, frischen Blick auf das eigene Unternehmen und erkennt neue Aspekte.“ Die BNN-Mitglieder beschlossen, das Indikatoren-Set bis Oktober 2011 für ihre Unternehmen zu bearbeiten, so dass ihre Nachhaltigkeitsleistungen gebündelt kommuniziert werden können. Damit wird die im BNN-Kodex niedergeschriebene Selbstverpflichtung eingelöst, die Umsetzung von Nachhaltigkeitsleistungen zu dokumentieren und weitere Arbeitsfelder zu bearbeiten.



Bei sommerlichem Wetter bot die Jugendstilveranda des Hotels nicht nur herrliche Ausblicke ins Grüne, sondern auch viel Raum für anregende Gespräche in den Pausen



### Gedankenaustausch über alle Handelsstufen hinweg auf der Elbe

Wie beim BNN Tradition, wurde der erste Tag mit einem gemeinsamen Abendprogramm abgeschlossen. BNN-Mitglieder, Gäste aus dem Naturkost Einzelhandel und Referenten nutzten eine eindrucksvolle Fahrt auf der Elbe und das Abendessen im historischen Herrenkrug zum lebhaften Austausch über alle Handelsstufen hinweg. Qualitätssicherung wird weiter verbessert

### Intensivierte Kooperation mit dem Einzelhandel

Der zweite Tag der Mitgliederversammlung war den BNN-Mitgliedsunternehmen und geladenen Vertretern von Naturkostverbänden vorbehalten. Den Berichten von Vorstand, Rechnungsprüfern und Geschäftsführung folgte eine Aussprache zur Ausrichtung der Verbandsarbeit. Dabei wurde insbesondere eine verstärkte Kooperation mit dem Naturkost-Einzelhandel gefordert. Die beiden Bundesverbände Naturkost Naturwaren arbeiten gemeinsam an der Schaffung eines branchenspezifischen Aus- und Fortbildungsangebots. Bereits seit 2010 kooperieren die beiden BNN. So stand der gemeinsame Messestand auf der BioFach 2011 unter dem Motto: „Zwei Verbände, eine Aussage: Bio kann mehr!“. Auch die Vernetzung des BNN Herstellung und Handel mit anderen Organisationen der ökologischen Lebensmittelwirtschaft soll intensiviert werden.

### Qualitätssicherung wird weiter verbessert

Die Mitgliederversammlung verständigte sich darauf, ein überbetriebliches Netzwerk für die Qualitätssicherung bei Rohstoffen des Trokensortiments aufzubauen. Dazu soll auch regelmäßig der Untersuchungsumfang der Labore geprüft werden, um „blinde Flecken“ wie bei Glyphosat früher entdecken zu können. Eine Datenbank wird – ähnlich wie im BNN-Monitoring für Obst und Gemüse – das Herzstück des Vorhabens sein.

### Sabine Möller-Schritt neu in den Vorstand gewählt

Ulrich Walter, Geschäftsführer der Ulrich Walter GmbH/Lebensbaum, schied nach sechs Jahren engagierter Arbeit aus dem Vorstand aus, wird aber den BNN weiterhin im BÖLW-Vorstand vertreten. Neu in den BNN-Vorstand wählten die Mitgliedsunternehmen Sabine Moeller-Schritt, Geschäftsführerin der Kornkraft Naturwaren GmbH in der Region Oldenburg. Weiterhin im Vorstand vertreten sind Meinrad Schmitt (Terra Naturkost GmbH), Frank Stieldorf (Voelkel GmbH) und Andreas Ritter-Ratjen (Grell Naturkost GmbH & Co. KG) sowie Manuel Pick von den Ökologischen Molkereien Allgäu, der bei der Vorstandswahl in seinem Amt bestätigt wurde.

Die Zahl der BNN-Mitglieder wächst ungebrochen: Drei neue Mitglieder werden dem BNN Herstellung und Handel beitreten und damit die Zahl der BNN-Unternehmen auf 67 erhöhen: die Gewürzmühle Brecht GmbH, die Petersilchen GmbH und die NordLicht GmbH (Vorstellung der Unternehmen auf Seite 3).

### Austausch zur Kampagne „Bio kann mehr!“

Parallel zur Mitgliederversammlung trafen sich am zweiten Tagungstag die geladenen Einzelhandelsgäste zu einem Workshop zur Aktionswoche „Natürliche Vielfalt ohne Gentechnik“ und nutzten die Möglichkeit zum intensiven Erfahrungsaustausch und rege Diskussionen über die Aktionswoche und über weitere Perspektiven der Kampagne.

### Nachhaltigkeit in der Bio-Lebensmittelwirtschaft



In Sachen Nachhaltigkeit punktet der Ökologielandbau als Gesamtsystem, so **Urs Niggli**, der eine Vielzahl wissenschaftlicher Studien über Nachhaltigkeit in der konventionellen und in der ökologischen Landwirtschaft verglichen hat. Der Schweizer Wissenschaftler vom Forschungsinstitut für den Biologischen Landbau (FiBL) plädierte, in der Biobranche aufgeschlossener zu sein für innovative Technologien wie Smart Breeding, Nanotechnologie oder den pfluglosen Anbau.



**Jan Plagge**, der frisch gewählte Bioland Präsident, berichtete über Nachhaltigkeitsindikatoren im Bio-Anbau. In Kooperation mit wissenschaftlichen Einrichtungen beteiligt sich Bioland an einem Netzwerk von Pilotbetrieben aus ökologischem und konventionellem Anbau. Die bisherigen Daten zeigten in der Tendenz klare Vorteile für den Bio-Anbau. Wichtiger als diese Erkenntnis sei jedoch die Frage, wie aus einem guten Betrieb ein herausragender Betrieb werden könne. Und genau dafür böten Nachhaltigkeitsindikatoren einen hervorragenden Anhaltspunkt, so Plagge.

Beide Präsentationen stehen auf [www.n-bnn.de](http://www.n-bnn.de) im Bereich „Aktuelles“ unter der Überschrift „Mitgliederversammlung des BNN Herstellung und Handel e.V. 2011“ zum Download bereit.



Kakao aus Yacao: Der Kakao für die meisten Schokoladen und für den Naturata-Edelkakao stammt aus dem Fair-Trade-Projekt Yacao in der Dominikanischen Republik.

Jubiläumsjahr beim Naturkostpionier Naturata

## „Gemeinsam handeln“ seit 35 Jahren

In 35 Jahren hat sich Naturata vom kleinen Bio-Großhandel zum modernen Naturkost-Markenartikler mit rund 300 Premium-Produkten entwickelt – vom Olivenöl bis zur edlen Schokolade. Der Demeter-Anteil im Sortiment ist heute einer der größten auf dem deutschen Naturkostmarkt. Zwei große Ziele hat das Geburtstagskind: die Rohstoffprojekte auszubauen und den biologisch-dynamischen Anbau weltweit weiter voranzubringen.

Gute Bio-Nudeln werden nicht nur aus Hartweizen gemacht – sondern bei Naturata seit über 20 Jahren auch aus 100 Prozent Dinkel. Das Getreide punktet mit wertvollen Inhaltsstoffen und bestem Klebereiweiß – und ist zudem viel genügsamer als Hartweizen. Selbst in rauen Klima und auf weniger fruchtbaren Böden wächst Dinkel bestens. Eine Tücke muss es natürlich doch geben, und sie zeigt sich bei der Verarbeitung: Erntereifer Dinkel fällt, anders als Hartweizen, nicht von allein aus den Spelzen. Das Korn muss in einem besonderen Walkprozess, dem Gerben, von den Spelzen getrennt werden.

Für Naturata ist die kleine technische Hürde heute kein Problem mehr. Denn der Dinkel stammt von 25 Landwirten einer Demeter-Erzeugergemeinschaft bei Stuttgart, mit denen das Unternehmen schon mehr als 20 Jahre zusammenarbeitet – und die somit reichlich Erfahrung haben. Das gilt auch für die Schälmaschine und den handwerklichen Herstellungsbetrieb, der nur wenige Kilometer von den Dinkelbauern entfernt liegt und im Laufe der Jahre zum Experten für die schonende Verarbeitung von Demeter-Dinkel ohne Zusatz- und Hilfsstoffe und das richtige Trocknungsverfahren geworden ist.

„Rohstoffprojekte wie im Dinkelbereich sind unsere Herzensangelegenheit“, bekräftigt Marketing-Leiterin Liane Maxion. „Wir wollen damit faire und langfristige Handelsbeziehungen sichern und den biologisch-dynamischen Anbau weltweit vorantreiben.“ Der Demeter-Anteil im Sortiment liegt mittlerweile bei 37 Prozent und soll weiter erhöht werden. „Aber da müssen wir immer genau schauen, wo es funktioniert, gerade bei Produkten mit vielen Zutaten ist es manchmal schwer.“

### Fairer Handel nah und fern

Naturata hat viele Partnerprojekte in Europa, zum Beispiel stammt der Raps aus dem Sauerland und Leindotter für eines der besonderen Öle aus Norddeutschland. Von der stark gestiegenen Nachfrage nach Tomatenprodukten profitiert ein Partner der ersten Stunde, der bio-dynamische Familienbetrieb Cal Valls in Spanien, der die Früchte nicht nur anbaut, sondern auch erntefrisch verarbeitet. In Ungarn läuft derzeit die Erprobungsphase für ein ganz neues Projekt für Demeter-Ölsaaten.

Das Unternehmen benötigt jedoch auch Rohstoffe aus aller Welt für traditionelle Sortimentsbereiche wie Schokoladen und Süßmittel. Hochwertiger Kakao kommt zum Beispiel aus dem Fair-Trade-Projekt Yacao in der Dominikanischen Republik, von dem mehr als 600 Bauern profitieren. Als einer der Hauptabnehmer hat Naturata das Projekt von Anfang an unterstützt. Bio-Rohrzucker bezieht Naturata aus Paraguay, wo sich rund 220 Farmer zu einer Anbaugemeinschaft zusammengeschlossen haben. Sie arbeiten noch sehr ursprünglich, mit Ochsen und Maultiere als Helfern bei der schweren Arbeit. Dank der fairen Abnahmepreise konnten die Farmer kürzlich gemeinsam auch einen Traktor anschaffen.

### Gründerjahre als Großhandel

Der Name „Naturata“ war schon in der Naturkost-Szene der siebziger und achtziger Jahre ein Begriff: Als damals die Bioläden ihre Warenpalette erweitern wollten, fehlte eine funktionierende Vertriebsstruktur. Unter den ersten Großhändlern war 1976 auch die genos-



Rund 220 Farmer einer Anbaugemeinschaft in Paraguay beliefern Naturata mit Bio-Rohrzucker. Die Farmer arbeiten noch sehr ursprünglich, mit Ochsen und Maultiere als Helfern. Dank der fairen Abnahmepreise konnte nun auch ein Traktor angeschafft werden.

senschaftliche Naturata eG. Weil viele Produkte aber noch gar nicht in Bio-Qualität „erfunden“ waren, schrieb sich das Naturata-Team auch die Entwicklung und Vermarktung von Neuheiten auf die Fahne und ermutigte Landwirte und Hersteller, Lebensmittel in Bio-Qualität zu produzieren. Viele Geschäftsbeziehungen aus jener Zeit haben bis heute Bestand.

„Improvisieren und Anpacken“ lautete in den Anfängen die Devise. Ahornsirup aus Kanada kam zum Beispiel in riesigen Fässern und musste per Hand in Fläschchen abgefüllt werden. Gemüsebrühe wurde in riesigen Big Packs aus der Schweiz geliefert und wurde ebenfalls per Hand portioniert. Jedes Glas wurde individuell gewogen, zugeschraubt und beschriftet. Auch bei Bio-Getreidekaffee war Naturata Vorreiter, und nach jahrelangen Versuchen gelang es sogar, erstmals Schokolade ohne Sojalecithin herzustellen.

Eine Besonderheit des Unternehmens ist die enge Zusammenarbeit mit dem Netzwerk der rund 25 Naturata-Läden, die sich mit dem Verein „Naturata International – Gemeinsam Handeln e.V.“ für ein besonderes Qualitätsverständnis bei Naturkost und im Wirtschaftsprozess einsetzen. „Wir haben den Namen gemein, aber die Fachgeschäfte werden nicht von uns geführt, es sind eigenständige Einzelhändler“, erläutert Liane Maxion. Bei den regelmäßigen Treffen geht es zum Beispiel um Sortimentsgestaltung, aber auch um Austausch und

Feedback. Über den Naturata-Verein gehen auch regelmäßig gemeinsame Spenden an den Kultursaat e.V. zum Erhalt von Kulturpflanzen und zur Unterstützung der bio-dynamischen Pflanzenzüchtung.

### Alte Werte, neues Design

In den letzten Jahren hat die Naturata AG das Corporate Design – von der Verpackung bis hin zur Website – modernisiert, um verstärkt auch jüngere Verbraucher zu erreichen. Der Name „Naturata“ steht jedoch wie seit eh und je für die „vom Menschen gepflegte und kultivierte Natur“. „Wir nutzen unsere Stellung als Pionier der Naturkost-Branche, um Umwelt und Menschen zu verbinden“, erläutert Vorstand Dr. Markus Kampf. Zentrales Ziel sei es, einen nachhaltigen Unternehmenserfolg zu erwirtschaften, um auch künftig soziale und umweltorientierte Projekte unterstützen zu können.

Eher ungewöhnlich für den deutschen Biomarkt ist es, dass Naturata eine AG ist. Das Unternehmen, das als Genossenschaft gestartet war, hat damit 2003 eine andere Form der Wirtschaftsgemeinschaft gewählt. Grundgedanke war und ist es, gemeinschaftlich am Ziel zu arbeiten, die Naturata Aktionäre sind Lieferanten, Großhandel, Einzelhandel, Endverbraucher, Mitarbeiter – also sozusagen ein Unternehmen aus der Branche für die Branche. „Viele unserer Partner im Wirtschaftsprozess zählen auch zu unseren Aktionären. Sie stehen hinter unseren Visionen und streben nicht nur nach höchstmöglichem Profit – genauso wie Naturata“, betont Dr. Markus Kampf, Vorstand der Naturata AG.

Katja Niedzwecky 



© Naturata

### Naturata und der BNN

Gewachsene Kooperation: Seit 23 Jahren ist Naturata Mitglied im BNN. Zum 1. Juli 1988 trat das schwäbische Naturkostunternehmen, das damals noch als eingetragene Genossenschaft firmierte, in den Bundesverband der Naturkost- und Naturwaren-Großhändler, dem Vorgängerverband des heutigen BNN Herstellung und Handel e.V. ein.



Ökofrost unterstützt die Bio-Brotbox-Initiative für ein gesundes Frühstück. Hier packen Mitarbeiterinnen, die Geschäftsführer Boris Czizikowski und Florian Gerull (Mitte) sowie Berliner Kids die Brotboxen für die Bio-Brotbox-Aktion 2010 in Berlin-Brandenburg.

15 Jahre Ökofrost

## Die „Erfinder“ der Bio-Tiefkühlkost

Den Anfang machte das Soja-Eis: Ökofrost wurde 1994 von einem Deutsch-Amerikaner gegründet, um die amerikanische Soja-Eismarke „Tofutti“ in deutsche Naturkostläden zu bringen. Eher als Beiwerk vertrieb er auch ein kleines Ökosortiment. Florian Gerull und Boris Czizikowski, die heutigen Ökofrost-Inhaber, unterstützten die junge Firma mit ihrer damaligen Veranstaltungsagentur „Multiconcept“ und organisierten unter anderem Soja-Eis-Verkostungen. Nach und nach kamen weitere Aufgaben in Organisation, Logistik und Buchhaltung hinzu, bis Gerull und Czizikowski schließlich Ende 1996 Ökofrost samt Namen und Kundenstamm komplett übernahmen.

### Start mit „einer Zelle“ und Kastenwagen

„Begonnen hat alles mit zwei Mann im Büro“, erinnert sich Florian Gerull. „Unser Tiefkühlager, die Zelle‘ genannt, war etwa 10 Quadratmeter groß und hatte Stellplätze für etwa 10 Paletten. Das Gebläse war unglaublich laut. Am Anfang hatten wir auch kein Fahrzeug. Für jede Tour wurde ein Fahrzeug gemietet; ein 7,5-Tonner, den Boris gefahren hat.“

Bio-Tiefkühlkost war zu dieser Zeit in Deutschland kaum etabliert. Die Nachfrage war zwar bereits vorhanden, aber die Ladner zögerten oft, Tiefgekühltes in ihr Sortiment aufzunehmen, in vielen Fällen, weil damit eine Investition in Kühlgeräte verbunden war. Ökofrost hatte viel Pionier- und Überzeugungsarbeit im Kontakt mit den Kunden und beim Geräteverkauf zu leisten, um die „eisige“ Geschäftsidee voranzubringen.



Der Ökofrost-Bull: Eines der ersten TK-Fahrzeuge

Im Laufe der Zeit konnte die erste Investition gewagt werden: das erste eigene Tiefkühlfahrzeug, ein kleiner Kastenwagen. 1998 weitete Ökofrost das Liefergebiet von Berlin auf Norddeutschland aus. Im Jahr 2000 fiel die Entscheidung, ganz Deutschland mit Bio-Tiefkühlkost zu beliefern. Die kalte Ware verteilte anfangs ein Paketdienst mit Tiefkühl-Fahrzeugen im Stückgutprinzip, später eine Tiefkühl-Spedition.

Heute ist Ökofrost der einzige Bio-Tiefkühlspezialist, der deutschlandweit sowohl Fachhändler als auch Bio-Supermarktketten beliefert. Dafür gibt es mittlerweile zwei Tiefkühlager mit einer Kapazität von insgesamt 1.200 Paletten in Berlin und Frankfurt. 200 Produkte sind im Sortiment, darunter rund 30 Produkte der hauseigenen Feinschmecker-Marke Biopolar. Die jüngste Marke, BioCool, ist eine Preiseinstiegs-marke und seit 2010 erhältlich. Bei den Lieferantenbeziehungen setzt das Unternehmen auf langfristige faire Partnerschaften. Zum Beispiel unterstützt Ökofrost gemeinsam mit dem Garnelen-Lieferanten aus Ecuador soziale Projekte im Land.

### Kundenwunsch zählt

14 Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen heute. Der Umsatz stieg von 5,9 im Jahr 2009 auf 6,9 Millionen Euro im letzten Jahr. Für 2011 rechnet Ökofrost sogar mit 9 Millionen Euro. Die Inhaber erklären diesen Erfolg vor allem mit der klaren Spezialisierung auf Bio-Tiefkühlprodukte, die individuelle Kundenberatung sowie die permanente Optimierung des Sortiments. „Ökofrost kommt es nicht darauf an, möglichst viele Produkte zu listen, sondern gute Produkte“, erläutert Anke Frenzel, die Marketing und Produktentwicklung leitet. „Natürlich muss man auch eine gewisse Breite und Tiefe des Sortiments garantieren, aber wir haben nur umsatzstarke Produkte, die auch wirklich nachgefragt werden.“ Aus dieser Kundenorientierung sind auch die neuen Biopolar-Produkte Lamm- und Chicken-Curry entstanden, die auf der BioFach 2011 mit dem Best New Product Award ausgezeichnet wurden.

Luisa Knupper 

Kornkraft

## Jubiläumsmesse - 30 Jahre nachhaltige Praxis

Bei der Naturkostfachmesse des norddeutschen Bio-Großhandels Kornkraft am 8. Mai 2011 präsentierten sich über 80 Aussteller aus ganz Europa in einem 1.200 Quadratmeter großen Messezelt. Die nur für Fachpublikum geöffnete Messe zog 450 Inhaber und Mitarbeiter von Naturkostläden, Reformhäusern und Großküchen an. Hoch interessiert diskutierten sie mit den Herstellern, testeten und probierten Neuheiten, von denen bald viele in den Bioläden der Region erhältlich sein werden. Für die Hersteller bietet die Hausmesse eine besondere Gelegenheit, ihre Neuheiten auch im Nordwesten der Republik zu präsentieren.

„Wie können Unternehmen nachhaltig wachsen?“ Diese Frage diskutierte eine Expertenrunde aus Politik, Wissenschaft, Anbau- und Handelsverbänden sowie der Praxis. „Die Biobranche zeigt seit vielen Jahrzehnten, dass eine Landwirtschaft möglich ist, die im Einklang mit der Natur arbeitet, die auf den Regelmechanismen der Ökosysteme aufbaut. Die Biobranche zeigt auch, dass das zu Preisen möglich ist, die die Kunden akzeptieren“, so Ulrich Walter, Geschäftsführer von Lebensbaum. Wissenschaftler von der Universität Oldenburg forderten, dass in puncto Nachhaltigkeit schon heute die Fragen von 2050 gestellt werden müssten: Wie wird die Landwirtschaft mit veränderten Klimabedingungen umgehen? Welchen Einfluss hat das auf Betriebsabläufe? Carola Ketelhodt, Geschäftsführerin von Bioland Nord, ver-



Sabine und Jochen Schritt (vorn); zweite Reihe v.l.: Elke Röder (BNN), Hedda Schatke (LAUB), Ulrich Walter (Lebensbaum), André Karczmazyk (LAUB), Carola Ketelhodt (Bioland)

wies auf das Potenzial der Bio-Landwirtschaft bei der Verringerung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes.

„Wir sind angetreten, um den ökologischen Landbau voran zu bringen und Bio für jeden zugänglich zu machen“, blickte Geschäftsführer Jochen Schritt auf 30 Jahre Kornkraft und die Motive der Gründungszeit, die nach wie vor Geltung haben, zurück. Der Blick über den eigenen Tellerrand sei seit jeher Teil der Unternehmensphilosophie: Naturschutz, Tier- und Klimaschutz, partnerschaftliches Handeln und ganzheitliche Qualität gehörten ebenso zu den Unternehmenszielen wie der wirtschaftliche Erfolg. Mit über 70 Mitarbeitern, davon zehn Auszubildenden, gehört Kornkraft zu den wichtigsten mittelständischen Betrieben in der Region. Auch die Wachstumswahlen sprechen für sich: Im ersten Quartal dieses Jahres lag Kornkraft mit über 25 Prozent deutlich über dem Branchendurchschnitt. ❁

Biovita

## Apfelbäume vor der Firmentür

Auf den Unternehmensumzug in die neue Betriebsstätte 2010 folgte in diesem Frühjahr bei Biovita Naturkost die Außengestaltung des neuen Firmengeländes in Hameln. Zehn hochstämmige Obstbäume wurden vom Team gepflanzt. Sie bilden den Auftakt für eine künftige Streuobstwiese direkt vor der Tür. Schon in wenigen Jahren können sich hier Besucher und Mitarbeiter an frischem Obst erfreuen. ❁



Thomas Schneider mit Yvonne Schwitzky und Helena Langliz beim Pflanzen der Streuobstwiese auf dem neuen Firmengelände

Voelkel

## Großes Fest zum 75. Jubiläum

Seit 75 Jahren produziert das Familienunternehmen Voelkel unter dem Motto „Verantwortung für Mensch und Natur“ im norddeutschen Wendland Naturkostsäfte mit Rohwaren aus biologisch-dynamischem und biologischem Anbau. Voelkel hat von der ersten Stunde an nach anthroposophischen Gesichtspunkten gearbeitet und engagiert sich für Nachhaltigkeit sowie in verschiedenen sozialen Projekten, regional und weltweit. Das Familienunternehmen setzt auf fairen Handel und langfristige, persönliche Beziehungen zu seinen Obst- und Gemüseanbauern und setzt sich für den Erhalt der für die Region charakteristischen Streuobstwiesen ein.

Zum 75-jährigen Bestehen findet am 2. Juli 2011 ein großes Jubiläumsfest mit verschiedenen Aktionen rund um das Firmengelände in Pevestorf statt. Zum Programm zählen eine „Ökomeile“ mit regionalen und ökologischen Produkten, ein Kunsthandwerkermarkt, Firmenbesichtigungen und Vorführungen, Vorträge und Diskussionsrunden rund um ganzheitliche Themen, die Verleihung des ersten Voelkel-Nachhaltigkeitspreises, Spaß und Spiel für Jung und Alt, Gaukler und Musik und eine Ausstellung von und mit Wolf Rüdiger Marunde. Am Abend treten die Bots und Microphone Mafia auf. Bereits für den 1. Juli lädt Voelkel zu einer Solidaritätskundgebung am Zwischenlager Gorleben ein. Treffpunkt ist ab 14 Uhr in Gorleben und Gedelitz. Das Jubiläumsprogramm finden Sie online: [www.voelkeljuice.de](http://www.voelkeljuice.de). ❁

## Ökoring „Anziehende“ Regionalität

Der Biogroßhändler Ökoring setzt auf Biohemden aus der Nachbarschaft. Als erster großer Kunde der Textilfirma Manomama, ausgezeichnet mit dem KarmaKonsum Gründer-Award 2010, stattete der Ökoring seine Mitarbeiter mit Hemden und Blusen aus, die zu 100 Prozent biologisch und zu 100 Prozent fair gehandelt und produziert sind. Manomama fertigt Kleidungsstücke vom Weben und Färben bis zum Nähen ausschließlich in Augsburg und Umgebung und bietet damit die derzeit ökologischsten, regionalsten und fairsten Kleidungsstücke auf dem Markt.

„Es macht einfach Spaß, mit einer Firma zusammen zu arbeiten, die ebenso konsequent hinter dem Regional- und Biogedanken steht“, so Karin Romeder, Marketingleitung der Ökoring Handels GmbH. Erstmals waren die Hemden und Blusen auf der BioFach in Nürnberg im Einsatz. „Die Bluse fühlt sich auf der Haut nicht nur super an, sie stärkt auch das Gemeinschaftsgefühl“, ist Kerstin Steyer, Praktikantin beim Ökoring, überzeugt.

### Percy Schmeiser beim Ökoring

Der Mann, der im Kampf gegen die Gentechnik gegen den weltgrößten Agro-Konzern Monsanto gewonnen hat, war am 4. April 2011 zu



Ganz in Rot - die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Ökorings in ihren neuen Hemden und Blusen von Manomama.

Gast beim Ökoring. Der sympathische Kanadier mit bayrischen Wurzeln besichtigte mit seiner Frau das Firmengebäude des Biogroßhändlers in Mammendorf und war beeindruckt von dessen Pioniergeist und Engagement in Bezug auf gesunde ökologische Lebensmittel. Percy Schmeiser, inzwischen 80 Jahre alt, kämpft weiter und setzt sich unermüdlich für eine gentechnikfreie Landwirtschaft ein. Dazu nimmt er weltweit Einladungen wahr und hält Vorträge, um über die aggressiven Methoden Monsantos und die Gefahren der Gentechnik in der Landwirtschaft aufzuklären. Er ist zum Symbol für den Widerstand gegen den Saatgutmulti Monsanto und den Kampf gegen die Agrogentechnik geworden. ❀

## Spielberger Neue Büros in historischem Gebäude

Die Verwaltung der Spielberger Mühle hat neue Büros bezogen. In dem in Teilen 300 Jahre alten Wirtschaftsgebäude wird auch die Demeter-Philosophie des Unternehmens sichtbar und erlebbar, denn beim Umbau wurden nicht nur ökologische und nachhaltige Grundsätze, sondern auch anthroposophische Gestaltungsprinzipien berücksichtigt. Gewählt wurden natürliche Materialien, die bei der Herstellung möglichst wenig Energie benötigen, eine lange Lebensdauer besitzen und die ökologisch verträglich und ressourcenschonend zu entsorgen sind. Das historische Gebäude entspricht dank einer hochwärmedämmten Außenhülle dem Niedrigenergie-Standard und benötigt keine Energiezufuhr von außen. Der gesamte Strombedarf wird von einer Photovoltaik-Anlage auf dem Dach erzeugt. Für Heizung und Warmwasser sorgt die Abwärme der hausinternen technischen Geräte. ❀



## Beutelsbacher Fruchtsäfte Tag der offenen Tür zum 75. Geburtstag

Anlässlich ihres 75. Geburtstages öffnete die Beutelsbacher Fruchtsaftkellerei am 2. April 2011, im Rahmen eines Tages der offenen Tür ihre Pforten. Zahlreiche Besucher, nicht nur aus der unmittelbaren Region um den schwäbischen Ort Weinstadt, kamen, um die neuesten Kreationen bei den Frucht- und Gemüsesäften zu verkosten und bei Produktion und Abfüllung zuzuschauen. Ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm sorgte für gute Unterhaltung der kleinen und großen Gäste.

Die Fruchtsaftkellerei wird von den Geschäftsführern Thomas und Matthias Maier in dritter Generation geführt. Ihre Großeltern gehörten zu den Mitbegründern des Demeter-Verbandes, mit dem der Betrieb nach wie vor eng verbunden ist. 1936 gegründet, entwickelt das mittelständische Unternehmen seit 1951 Bio-Säfte für den Naturkostmarkt. „Seit 75 Jahren steht der Name Beutelsbacher für Qualität und Verantwortungsbewusstsein“, hob Thomas Maier in seiner Rede zum Firmenjubiläum hervor. „Wir setzen uns ein für das Wohl der Natur, der Umwelt und des Menschen. Die Bedürfnisse, Wünsche und die Zufriedenheit unserer Kunden sind uns wichtig. Die sorgfältige Auswahl unserer Anbauer und Lieferanten geben uns die Möglichkeit zur Herstellung außerordentlicher Produkte. Von dieser ökologischen und qualitätsorientierten Linie werden wir auch zukünftig nicht abweichen.“ ❀

## Naturkost Elkershausen Neuer Auftritt „für Euch nah!“

Der Regional-Großhandel Naturkost Elkershausen hat seinen Außenauftritt überarbeitet und präsentiert sich seit Mai 2011 auf Website und Firmenmaterialien mit neuem Design. Das bekannte Firmenlogo hat mehr Schwung bekommen. Eine Kuh als neues Leitmotiv versinnbildlicht Nähe und steht für einen wichtigen Aspekt der Unternehmensphilosophie. Auch ein neu entwickeltes Claim „für Euch nah!“ knüpft an das unternehmerische Selbstverständnis an. „Wir handeln Bio seit über 30 Jahren aus innerer Überzeugung“, erläutert Geschäftsführer Hermann Heldberg. „Die Naturkostbranche ist seit einigen Jahren im Umbruch. Bio ist überall zu haben und der Preiskampf bestimmt vielerorts das Geschäft. Als Wegbereiter der Biobewegung (...) fühlten wir uns auf einmal wie auf dem falschen Weg mit unseren Ansprüchen vom Schaffen von Bewusstsein, sozialpolitischem Engagement, Vertrauen und Verantwortung. Sollte die Sinnhaftigkeit unseres Handelns nach 30 Jahren darin münden, dass alles so wird, wie in der konventionellen Lebensmittelindustrie, nur eben in „bio“? Naturkost Elkershausen will weiter einen eigenen Weg gehen und die besondere Verbundenheit und Nähe der Handelspartner ins Zentrum stellen, die durch gemeinsame Ziele und Überzeugungen entstanden ist. ❀



## Naturkost Erfurt Größere Nachfrage, mehr Kühlfläche

Der Bio-Großhandel Naturkost Erfurt erweitert seine Kühlflächen um 20 Prozent. „Die Nachfrage nach Bioprodukten ist so gestiegen, dass unsere Flächen nicht mehr ausreichen“, sagt Geschäftsführer Thomas Hölscher. Allein im ersten Quartal 2011 verzeichnete das mittelständische Unternehmen ein Umsatzplus von 21 Prozent. Unter den Neukunden sind viele Schulen, Kindergärten und Bio-Fachgeschäfte, aber auch gastronomische Einrichtungen. Nicht nur die Kühlfläche wird erweitert, auch in den Ausbau der Büroflächen werden rund 35.000 Euro investiert. Später sollen das Trocken- und das Molkereiproduktelager neu eingerichtet und mit neuen Regalsystemen ausgestattet werden.

### Gastronomie setzt auf Bio

Beim Bio-Großhändler Naturkost Erfurt steigt die Nachfrage aus der Gastronomie. Viele Gastronomen interessieren sich für die Umstellung auf Bioprodukte, zum Beispiel das erste Thüringer Radfahrerhotel „Kipperquelle“ in Weimar, das mit der Saisonöffnung 2011 komplett auf Bio setzt. Naturkost Erfurt beliefert das junge Unternehmen mit Fleisch, Wurst, Käse und Backwaren und Backzutaten. Die Eigentümer, die Städteplaner Philipp Heinrichs und Konstanze Arndt, wollen mit ihrem Hotel umweltgerechte Mobilität und regionale Strukturen fördern und ökologische Lebensmittel anbieten. Ihr Radfahrerhotel liegt direkt am Ilm-Radwanderweg und bietet Unterkunft für 25 Gäste und einen Raum für Seminare.

Die Naturkost Erfurt GmbH wurde 2003 gegründet und beschäftigt 35 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Angebot sind 8.000 zertifizierte Bio-Produkte auf einer Fläche von 3600 Quadratmetern. Zum Kundenkreis zählen 250 Einzelhändler und Großverbraucher wie Bioläden, Walldorf-Einrichtungen und Bio-Caterings in Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt. ❀

## Heuschrecke Naturkost Trust Organic Small Farmers

Am Vortag der BioFach 2011 trafen sich auch in diesem Jahr Vertreter von Bio-Kleinbauernprojekten aus Südafrika, Indien, Sri Lanka und Zimbabwe mit Bio-Importeuren und -Händlern aus Europa, den USA und Kanada zur fünften Konferenz von „Trust Organic Small Farmers“. Für die Marktpartner ist die Initiative „Trust Organic Small Farmers“ eine wichtige Plattform für Austausch, Beratung und Vernetzung. In ihrer offenen und lösungsorientierten Form sei diese Vernetzung einzigartig, berichtet Ursula Stübner von der Heuschrecke Naturkost GmbH, die zu den Gründungsmitgliedern zählt. Schöne Resultate sind schon sichtbar: So konnte die Rooibusch-Produktion in Südafrika durch den Einsatz professioneller Tee-Roller optimiert werden. Initiiert und begleitet wurde dies von den Teefachkundigen aus dem Kleinbauernprojekt SOFA/Biofoods aus Sri Lanka, die ihre Erfahrungen 2010 auf einer Reise nach Südafrika eingebracht



Vizepräsident der Wupperthal Original Rooibos Coop Barend Salomo und sein Sohn Benedict gehörten zu den Teilnehmern der 5. Trust-Organic-Small-Farmers-Konferenz im Februar 2011 in Nürnberg.

hatten. Importeur Heuschrecke ist sicher, dass sich die Qualität der Ware der Wupperthal Original Rooibos Coop nun nochmals deutlich verbessern wird. ❀

## Andechser Molkerei Scheitz Mittelstandspreis für Nachhaltigkeit

Die Andechser Molkerei Scheitz hat den vom Fernsehsender n-tv 2011 erstmals verliehenen Mittelstandspreis „Hidden Champion“ im Bereich Nachhaltigkeit erhalten. In der Jurybegründung hieß es: „Das Unternehmen produziert seit 30 Jahren unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit. Unter dem Motto ‚Natürliches natürlich belassen‘ werden Partnerschaften mit Bio-Bauern geschlossen und die lokalen Unternehmen mit Aufträgen gestützt. Seit 2008 wird der Strom nur noch aus regenerativer Energieerzeugung von Greenpeace Energy geliefert. Zudem hat die Molkerei als erste die TÜV-Zertifizierung ‚Product Carbon-Footprint‘ erhalten. Belegt wird hierdurch die CO<sub>2</sub>-Dokumentation für die Produktsegmente von Bio-Milch, Bio-Butter und Bio-Fruchtjoghurt innerhalb der Wertschöpfungskette.“ Für Geschäftsführer



Preisverleihung des n-tv Mittelstandspreises in der Kategorie Nachhaltigkeit an die Andechser Molkerei: Hans Demmel (Geschäftsführer n-tv), Barbara Scheitz und Irmgard Strobl (Andechser Molkerei Scheitz GmbH), Corinna Wohlfeil (n-tv Moderatorin) (v.l.n.r.)

erin Barbara Scheitz ist Preis eine Bestätigung ihres Engagements: „Wir freuen uns sehr über diesen Preis, denn er bezeugt, dass wir mit unserem Handeln im Sinne der Nachhaltigkeit auf dem richtigen Weg sind und besondere Verantwortung für die Umwelt, die Heimat, die Landwirtschaft, alle Wirtschaftspartner bis hin zu den Kunden übernehmen.“

## Bingenheimer Saatgut

### Saatguttag und Sortentage für den Naturkost-Einzelhandel und für Praktiker im Gemüsebau

Die Sortentage werden von engagierten Gärtnereibetrieben in Zusammenarbeit mit der Bingenheimer Saatgut AG und Kultursaat e.V. veranstaltet. Dabei werden samenfeste Sorten aus dem Sortiment der Bingenheimer Saatgut AG unter Praxisbedingungen mit anderen gängigen Sorten verglichen. Die Ergebnisse und die Erfahrungen der Praktiker werden in die weitere Sortenentwicklung einfließen. Die Sortentage werden bereits im siebten Jahr veranstaltet. Jeweils ein interes-



santer Vortrag, zum Beispiel über die Vermarktungschancen und Herausforderungen im qualitätsorientierten Naturkostfachhandel, runden das Programm ab. Die Sortentage richten sich speziell an Praktiker im Gemüsebau, sind aber auch interessant für Gemüse Ein- und Verkäufer im Naturkost-Großhandel.

Termine: 27.7.2011 - Gemüsebau, Gut Wulfsdorf, bei Hamburg; 24.8.2011 - Gärtnerei Rote Rübe - Schwarzer Rettich, bei Göttingen; 28.9.2011 - Gärtnerei Obergrasahof, Dachau. Beginn: jeweils 13 Uhr, Voranmeldung nicht erforderlich.

Am 7.9.2011 von 11-17 Uhr findet zudem ein Saatgut-Tag als Fortbildungsangebot für den Naturkosteinzehandel statt. Dort können Ladner Fragen rund um Bio-Gemüsesorten stellen. Ziel des Saatgut-Tages ist es, die Kompetenzen der Ladner im Verkauf von Saatgut und beim Einkauf von Gemüse zu stärken. Eine Anmeldung per Fax ist erforderlich. Anlässlich des 10-jährigen Firmenjubiläums lädt die Bingenheimer Saatgut AG zu diesen Tagen zu Kaffee und Kuchen ein. Mehr Informationen: [www.bingenheimersaatgut.de/content/de/Aktuelles.html](http://www.bingenheimersaatgut.de/content/de/Aktuelles.html)

## Ökoland

### Kooperation mit Biokreis

Die Ökoland GmbH Nord, die seit Unternehmensgründung eng mit Bioland kooperiert, hat ihre Vertragspartnerschaften ausgebaut. Seit Januar 2011 ist Ökoland nun auch Vertragsverarbeiter des Anbauverbandes Biokreis. „Das in den Ökoland Geflügelwurstprodukten eingesetzte Putenfleisch war schon immer von Biokreis zertifiziert“, so Geschäftsführer Patrik Müller. „Ökoland unterstreicht mit der Partnerschaft die strategische Verbundenheit zu den Anbauverbänden. Alle frischen Ökoland-Geflügelwurstprodukte sind mit dem Biokreis-Ver-

bandslogo ausgezeichnet, ein klares Zeichen für die bewusste Naturkostkundschaft.“

Auf der Homepage [www.oekoland.de](http://www.oekoland.de) präsentiert sich die Naturkostmarke ab sofort in neuer Optik und mit verbessertem Service. Nach Überarbeitung des gesamten Inhalts hat das Unternehmen auch Layout und Nutzerfreundlichkeit der Webseite verbessert. Im Mittelpunkt stehen das Sortiment und die Volldeklaration.

## Ulrich Walter GmbH / Lebensbaum

### Umweltfreundlich verpackt

Ab sofort umschließen klimaneutral hergestellte, vollständig kompostierbare Verpackungsfolien die Lebensbaum Produkte. Die Folien werden auf Zellulose-Basis hergestellt. Für die Teeschachteln werden Frischfaserkartons verwendet, die zu 100 Prozent aus zertifizierter, nachhaltiger Waldwirtschaft stammen und das FSC-Logo tragen. Die eingesetzten Druckfarben entstehen auf reiner Pflanzenölbasis und sind damit mineralölfrei.

#### Maus-Klicks für die Umwelt

Jedes Kind hat das Recht darauf, in einer sauberen Umwelt aufzuwachsen. Dazu gehört auch der Schutz vor Schäden durch Pestizide. Das ist das Ziel einer neuen Facebook-Kampagne des Osnabrücker Kinderhilfswerks terre des hommes, die die Lebensbaum-Stiftung mit 5.000 Euro unterstützt. Für die Kampagne stellt terre des hommes das Bild einer durch Pestizide verseuchten Origami-Landschaft bei Facebook ein. Per Mausclick kann jeder User diese Landschaft wieder in Ordnung bringen. Insgesamt sind 5.000 Mausclicks nötig. Lebensbaum spendet für jeden Klick einen Euro an terre des hommes. Mit dem Geld werden Aufklärungsprojekte, zum Beispiel in Bolivien, unterstützt.

#### Kundenmagazin mit neuem Design

Neue junge Rubriken, mehr Service und ein modernes, lesefreundliches Outfit, das sind die Eckdaten zum Relaunch der Lebensbaum Kundenzeitschrift „World Taste Open“. Das Magazin behandelt Themen rund um Kaffee, Tee und Gewürze, stellt interessante Menschen und



Schüler beteiligen sich an der Teepflanzaktion im indischen Teegarten Ambootia

Initiativen vor und veröffentlicht Rezepte, Produkt-, Buch- und Gartentipps. Die Kundenzeitschrift erscheint alle drei Monate in einer Auflage von rund 90.000 Exemplaren. Gedruckt auf 100 Prozent klimaneutralem Recyclingpapier und mit dem GoGreen-Service verschickt, erreicht das Magazin rund 6.000 Abonnenten und die deutschen, österreichischen und Schweizer Bioläden.

#### Schüler pflanzen Bäume auf Ambootia

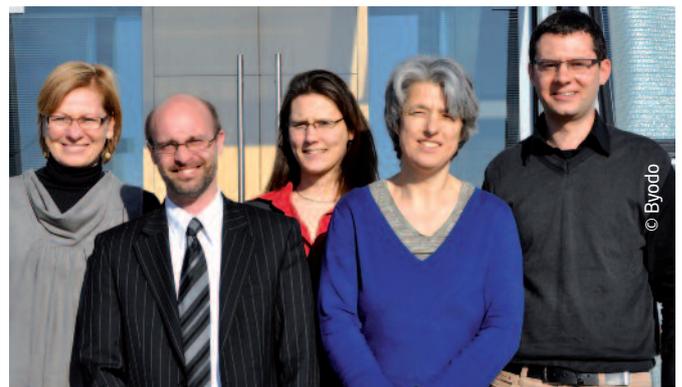
Zum 60. Geburtstag von Firmengründer Ulrich Walter sowie zum 30. Firmenjubiläum von Lebensbaum schenkte Handelspartner Ambootia Ulrich Walter im Jahr 2009 90.000 Bäume, die nach und nach im indischen Teegarten gepflanzt werden sollten. Sanjay Bansal, Besitzer des Teegartens Ambootia, nahm im April einen Besuch von Ulrich Walter zum Anlass, um eine weitere Pflanzaktion zu organisieren. Mit dabei waren Kinder von Angestellten, die auf Ambootia leben und arbeiten. Gemeinsam mit weiteren Helfern hatten sie viel Spaß beim Pflanzen von 333 Bäumen. Damit sind nun rund 40.000 Bäume gesetzt worden.



## Byodo

### Weichmacher nicht aus der Produktion

Immer wieder beschäftigt Verbrauchertests, Behörden, Verbände und Industrie die Kontamination von Lebensmitteln mit Weichmachern. Dr. Martin Schlummer vom Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung (IVV) und Dr. Karin Huber vom Qualitätsmanagement der Byodo Naturkost GmbH haben nun in einem gemeinsamen Projekt die Quellen für Weichmacher in ölhaltigen Lebensmitteln untersucht. Nach über einem Jahr intensiver Forschungsarbeit mit Ölen und ölhaltigen Lebensmitteln aus kontrolliert ökologischem Anbau - gefördert im Rahmen der Forschungsinitiative des Bayerischen Landwirtschaftsministeriums - stehen nun die Ergebnisse zur Verfügung. Die ermittelten Weichmacherkonzentrationen haben gezeigt, dass die einzelnen Produktionsschritte dem Stand der Technik entsprechen und die Produktionsanlagen nicht als Hauptquelle zu nennen sind. Weichmacher sind bereits in der Rohware zu finden. Die Wissenschaftler gehen davon aus, dass es sich um Immissionen aus der Luft handelt und raten, weiter in die Ursachenforschung zu gehen. Grundsätzlich wurden keine Werte gefunden, die ein Problem für Mensch und Gesundheit darstellen. Für die Lösung der Problematik von Weichmachern, die aus Twist-off



vl: Andrea Sonnberger, Dr. Martin Schlummer, Annika Seiler, Dr. Karin Huber, Michael Barwitz

Deckeln in ölhaltige Lebensmittel migrieren können, hat die Deckelindustrie ein Alternativ-Material entwickelt. Diese Deckel stehen jedoch noch nicht flächendeckend und für alle Herstellungsmethoden zur Verfügung. Auch hier empfiehlt das Fraunhofer IVV, weiter in die Forschung dieser und innovativer Materialien zu investieren.



## Grell Naturkost Deutsch-Schwedischer Austausch

Anfang Mai 2011 war eine kleine Gruppe schwedischer Bio-Händler und-Produzenten beim Bio-Großhändler Grell in Kaltenkirchen zu Gast. Die schwedische Gruppe kam, um Vermarktungskonzepte kennen zu lernen und besuchte auf ihrer Rundreise auch Bioläden wie die Kornblume in Oldenburg und Biohöfe wie das Gut Wulfsdorf und den Bio-landhof Christiansen.

Die Schweden zeigten sich beeindruckt von der Vielfalt der Konzepte und dem Engagement und Enthusiasmus der deutschen Gastgeber. Alle besuchten Betriebe wurden als sehr professionell und gut organisiert wahrgenommen. Um sich gegenseitig besser kennen zu lernen, wurde vereinbart, einen Praktikanten-Austausch anzubieten. Weitere Informationen bei Reiner Broitzmann (reiner.broitzmann@grell.de).



Bildunterschrift

Grell in Schweden: Deutsche Bio-Produkte, vertrieben von Naturkost Grell, gibt es auch in Schweden. Wer in diesem Jahr dort Urlaub macht, kann sich zuvor im Internet unter [www.biova.info/aterfoersajlare.html](http://www.biova.info/aterfoersajlare.html) kundig machen, ob das eine oder andere Geschäft oder Restaurant in der Nähe des Urlaubsortes von Grell beliefert wird. ❀

## Bauckhof Neuer Markenauftritt

Nach fast 15 Jahren entwickelt Bauckhof Naturkost seinen Markenauftritt weiter. Schrittweise gelangen zunächst die Demeter-Basis-Produkte wie Mehl, Flocken und Müsli im neuen Design in den Handel und dann auch Convenience-Produkte wie Kuchen- und Pizzabackmischungen. Der Markenrelaunch hat zum Ziel, sowohl den hohen Qualitätsanspruch des Demeter-Pioniers als auch Vertrauen als zentralen Wert der Marke Bauckhof widerzuspiegeln.

### Haferflocken kontrolliert glutenfrei

Der Bauckhof lässt jede Haferflocken-Charge auf Glutenfreiheit untersuchen und garantiert unter 20 ppm Gluten. Bisher wurde Hafer in Deutschland überwiegend als glutenhaltig eingestuft. Hauptgrund dafür sind häufige Verunreinigungen mit glutenhaltigem Getreide bei Anbau, Transport und Verarbeitung. Die meisten Menschen mit einer Glutenunverträglichkeit könnten bei „sauberen“ Hafer jedoch in ihre Ernährung einbeziehen, da die Eiweißstruktur sich von der von Weizen, Roggen, Dinkel und Gerste deutlich unterscheidet. In England, den USA und Skandinavien zählt „reiner“ Hafer daher schon länger zu einem glutenfreien Speiseplan.

Der Hafer für die glutenfreien Haferflocken wird in einem besonderen Projekt von einem langjährigen Partner aus der Demeter-Erzeugergemeinschaft Norddeutschland angebaut. Dieser Hafer ist sowohl im Anbau als auch in der Verarbeitung geschützt vor Verunreinigungen. Versiegelte Folienbeutel geben zusätzlichen Sicherheit, denn Glutenstaub aus der Umgebung kann nicht eindringen. ❀



## Die Regionalen Hanne Brasch verabschiedet



Verabschiedung von Hanne Brasch: Die Geschäftsführer Ronald Mikus und Meinrad Schmitt bedanken sich für ihr langjähriges Engagement bei den Regionalen.

Viele Jahre war Hanne Brasch im Beirat des Großhändlerverbundes „Die Regionalen“ aktiv. Als Geschäftsführerin des hessischen Naturkost-Großhandels Phönix war sie vor 17 Jahren Gründungsmitglied der Regionalen und formte sie zu einem starken Verbund von elf Großhändlern, prägte die gemeinsame Verbundwerbeaktion „Echt Bio und“ engagierte sich für die Initiative „Regional ist 1. Wahl“. Auf der Gesellschafterversammlung der Regionalen wurde Hanne Brasch nun offiziell verabschiedet, da sie sich auch bei Phönix Naturkosthandel aus der aktiven Geschäftsführung zurückgezogen hat. Als informelle „Ehrenbeirätin“ bleibt sie den Regionalen weiterhin verbunden. Ihren Platz im Beirat übernimmt Gottfried Willmann vom Handelskontor Willmann. ❀

Aufklärung eines Rückstandsfalls im BNN-Monitoring für Obst und Gemüse

## Kontamination im Kühllager

Als die Nachricht im April 2011 im Büro des BNN-Monitoring für Obst und Gemüse im Naturkosthandel eintraf, staunten die Mitarbeiterinnen nicht schlecht: Eine Probe Bio-Datteln aus Israel war mit Spuren des Herbizids Chlorpropham belastet. Selbst auf konventionellen Datteln wäre Chlorpropham eine Überraschung gewesen, denn es wird ausschließlich in der konventionellen Kartoffellagerung eingesetzt. Eine für das BNN-Monitoring typische Recherche kam in Gang – mit klarem Ergebnis.



Wichtigstes Ziel im BNN-Monitoring, mit dem seit 2003 Bio-Obst und Bio-Gemüse aus dem Fachhandel überprüft werden, ist eine ständige Verbesserung der Qualitätssicherung auf allen Ebenen vom Feld bis ins Regal. Dazu wurde das Konzept des BNN-Orientierungswerts für chemische Pflanzenschutzmittel eingeführt: Ist dieser Wert überschritten, muss recherchiert werden, ob es sich um einen Hinweis handelt, dass gegen die gesetzlichen Regelungen für den Ökologischen Landbau verstoßen wurde oder ob das Produkt zum Beispiel von Belastungen der Umwelt durch den jahrzehntelangen intensiven Pestizideinsatz in der konventionellen Landwirtschaft betroffen ist.

Im Fall der Datteln, die mit 0,04 mg/kg Chlorpropham belastet waren, schien es klar, dass es sich nicht um einen bewussten Verstoß handelte, denn Chlorpropham erfüllt bei diesen Früchten keinen Zweck. Es wird ausschließlich verwendet, um bei Kartoffeln das Auskeimen zu verhindern. Dennoch war es wie immer aufgrund des reinen Laborergebnisses nicht möglich, über die tatsächliche Ursache der Verunreinigung zu entscheiden. „Aber nur wenn die Ursache einer Kontamination aufgeklärt wird, können die Beteiligten daraus lernen und Qualitätssicherung und Kontrolle verbessern“, erläutert BNN-Monitoring Fachfrau Katrin Rösner. Öko-Kontrollstelle, Importeur und das BNN-Monitoring-Team begannen also gemeinsam, der Sache auf den Grund zu gehen.

Wegen der ungewöhnlichen Belastung mit einem Lagerhaltungsmittel nahm die zuständige Öko-Kontrollstelle besonders die Lagerung und Verarbeitung der Datteln unter die Lupe und stellte fest, dass die Früchte in einem externen Kühllager gestanden hatten. Dieses Kühllager war zuvor für konventionelle Kartoffeln verwendet worden, die tatsächlich mit Chlorpropham behandelt worden waren. Zwar waren Wände und Boden mit Wasser und Seife gereinigt worden, aber Chlor-

propham kann zentimetertief in die Poren von Betonwänden eindringen und im Laufe der Zeit auch wieder abgegeben werden. Im betroffenen Kühllager werden nun Konsequenzen gezogen. Vor allem wird noch besser auf die Trennung von Lagerräumen für biologische und konventionelle Produkte geachtet, besonders wenn letztere mit Chlorpropham behandelt waren.

Das Beispiel zeigt, dass Pestizide nicht nur auf dem Feld, sondern auch während Lagerung, Verpackung und Transport in Produkte gelangen können. In reinen Bio-Betrieben ist das Risiko von solchen unbeabsichtigten Kontaminationen, Vermischungen oder Vertauschungen wesentlich geringer. Im BNN-Monitoring, in dem sich Akteure des Naturkosthandels zusammengeschlossen haben, wurden daher 2010 in nur 2,9 % der Fälle Pestizide oberhalb des BNN-Orientierungswerts festgestellt.

### Verdeckte Ringversuchsproben

Um Pestizidnachweise bei Bio-Produkten kompetent beurteilen zu können, ist neben Erfahrung und korrekter Anwendung des BNN-Orientierungswerts die analytische Kompetenz von größter Bedeutung, insbesondere, wenn es um Werte nahe des Orientierungswerts geht. Um die analytische Kompetenz der Labore zu beurteilen, wurde bislang ausschließlich auf Ringversuche anderer Institutionen zurückgegriffen. In Zukunft wird der BNN Herstellung und Handel auch eigene verdeckte Ringversuche durchführen lassen. Die beteiligten Labore erfahren dabei nicht, dass es sich um eine Ringversuchsprobe handelt, so dass die jeweilige Probe unter Routinebedingungen analysiert wird.

Die neue BNN-Laboranerkennung für Pestizidanalysen wurde entwickelt, um im BNN-Monitoring für Obst und Gemüse einen einheitlichen Qualitätsstandard sicherzustellen. Darüber hinaus ist die Liste erprobter Labore auf der BNN-Webseite eine Dienstleistung für alle BNN-Mitglieder und andere Unternehmen, die ein Pestizidlabor mit Bio-Kompetenz suchen.

Kirsten Arp 

#### Die BNN-Orientierungswerte für Pestizide:

[www.n-bnn.de/cms/website.php?id=/de/qualitaet/bnn-orientierungswerte.html](http://www.n-bnn.de/cms/website.php?id=/de/qualitaet/bnn-orientierungswerte.html)

Frischfleisch im Naturkosthandel

## Welche Verpackung ist die richtige?

Um veränderten Einkaufsgewohnheiten entgegenzukommen, bietet der Naturkosthandel neben Frischfleisch an der Theke vermehrt auch abgepacktes Fleisch an. Dabei gibt es unterschiedliche Verpackungsmethoden. Zu den bekanntesten zählen die Verpackung unter modifizierter Atmosphäre (kurz MAP für Modified Atmosphere Packaging) und die Vakuumverpackung unter Luftausschluss (Skin Packaging). Beide Methoden erhöhen die Haltbarkeit des Fleisches durch den veränderten Anteil oder den Ausschluss von Luftsauerstoff.

Beim MAP-Verfahren wird das Fleisch mit einem Schutzgasgemisch in Schalen verpackt und durch Folie gasdicht verschlossen (Foto). Eine Kohlenstoffdioxidkonzentration über 20 Prozent unterdrückt Verderbniserreger wie Pseudomonaden, Bakterien, die den Fleischverderb auch unter Kühlung beschleunigen können. Zusätzlich sorgt der erhöhte Sauerstoffanteil sogenannter Sauerstoff-MAPs für den Erhalt der natürlichen roten Fleischfarbe. Diese Fleischfarbe wird durch Oxymyoglobin, einem Sauerstoff bindenden Muskelprotein, erzeugt. Durch die erhöhte Sauerstoffkonzentration in der Verpackungsatmosphäre bleibt dieser Zustand des Proteins nach der Schlachtung erhalten. Durch natürliche Abbauprozesse wird Fleisch auch bei guter Kühlung innerhalb weniger Stunden bräunlich-grau. Obwohl wir diese Färbung mit „schlecht werden“ oder „nicht mehr ganz frisch“ verbinden, geht diese Verfärbung tatsächlich nicht mit mikrobiellem Verderb einher.

Die MAPs werden gemäß Lebensmittelkennzeichnungsverordnung auf der Verpackung als „unter Schutzatmosphäre verpackt“ bezeichnet, allerdings ohne Angaben zum verwendeten Gasgemisch. Die EU-Öko-Verordnung regelt, dass Kohlendioxid, Stickstoff und Sauerstoff für die Aufbereitung von Lebensmitteln pflanzlichen und tierischen Ursprungs genutzt werden können.

### Was sagt die Wissenschaft?

Dass Fleisch unter Sauerstoff angereicherter Atmosphäre länger rot bleibt, wird von Verbrauchern positiv bewertet und gehört deshalb seit Jahren zur gängigen Praxis der Verpackung von SB-Fleisch, auch in der Naturkostbranche. Die wissenschaftliche Bewertung dazu verläuft jedoch nicht eindeutig. Das Max-Rubner-Institut (MRI) hat in seiner Aufgabe als Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel in Studien herausgefunden, dass sensorische und auch gesundheitsbeeinträchtigende Veränderungen auftreten können. So wird Fleisch bereits nach zwei Tagen Lagerung in einer Sauerstoff-MA-Verpackung zäher, das Aroma flacht sich ab und Ranzigkeit tritt auf. Neben diesen sensorischen und qualitativen Veränderungen sorgt die erhöhte Sauerstoffkonzentration für einen Anstieg von Cholesteroloxiden (COs), denen potenziell gesundheitsgefährdende Eigenschaften zugeschrieben werden. COs sind Abbauprodukte des Cholesterins. Sie stehen im Verdacht, Krebs zu erregen, das Erbgut zu verändern und Herz-Kreislauf-Erkrankungen wie Arteriosklerose mit zu verursachen.



© dennree

In einer Stellungnahme des Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR) vom August 2010 wird die vermehrte Bildung von COs in Fleisch aus Sauerstoff-MAPs allerdings nicht als ausschlaggebend für eine Gesundheitsgefährdung erachtet. Da COs durch ihr natürliches Vorkommen in anderen tierischen Lebensmitteln wie Eiern und Milchprodukten Bestandteil der Ernährung sind, geht das BfR davon aus, dass von der zusätzlichen CO-Quelle aus MAPs kein erkennbares Gesundheitsrisiko ausgeht.

Auch die Ansichten der Fleischerzeuger im Naturkosthandel zur optimalen Verpackungsmethode gehen auseinander. So werden zum Beispiel die von dennree vertriebenen Produkte der Königshofer-Fleischerei in Verpackungen unter Schutzatmosphäre ausgeliefert und stellen laut Unternehmen die „vom Endverbraucher am besten akzeptierte Lösung dar“, da sie „hygienischen Transport und Lagerung bis zum Endverbraucher-Kühlschrank bei gleichzeitig verbraucherfreundlichem Verbrauchsdatum“ ermöglichen. Darüber hinaus sind dennree keine negativen sensorischen Auswirkungen oder Kundenreklamationen zur Verpackung unter Schutzatmosphäre bekannt.

Die Biofleischerei Bakenhus setzt hingegen aus Überzeugung auf Vakuumverpackungen für Fleisch, das nicht direkt an der Frischfleischtheke verkauft werden kann. Bakenhus verweist dabei auf wissenschaftliche Arbeiten, laut denen „die vielfältig negativen Einwirkungen von Sauerstoff u. a. auch auf die sensorische Qualität von Lebensmitteln, so auch bei Fleisch und Fleischwaren, unstrittig sind“.

Die Biofleischerei Bakenhus setzt hingegen aus Überzeugung auf Vakuumverpackungen für Fleisch, das nicht direkt an der Frischfleischtheke verkauft werden kann. Bakenhus verweist dabei auf wissenschaftliche Arbeiten, laut denen „die vielfältig negativen Einwirkungen von Sauerstoff u. a. auch auf die sensorische Qualität von Lebensmitteln, so auch bei Fleisch und Fleischwaren, unstrittig sind“.

### Keine Sauerstoff-Hochdruckbehandlung im Naturkosthandel

Im konventionellen Lebensmittelhandel ist neben der Verpackung unter Schutzatmosphäre außerdem für unverpacktes Frischfleisch für die Fleischtheke eine Sauerstoff-Hochdruck-Behandlung möglich. Dazu wird vorportioniertes Fleisch in sogenannten „Master-Depot-Systemen“ unter hohem Druck über mehrere Stunden mit reinem Sauerstoff behandelt. Dabei werden die Zellen an der Fleischoberfläche zerstört und der Sauerstoff dringt bis zu zwei Zentimeter ins Muskelgewebe ein. Durch die Anreicherung mit Oxymyoglobin bleibt die rote Farbe bis zu fünf Tagen erhalten. Um eine Irreführung des Verbrauchers auszuschließen, muss seit 2010 entsprechend vorbehandeltes unverpacktes Fleisch in der Frischetheke durch „mit Sauerstoff unter Hochdruck farbstabilisiert“ gekennzeichnet werden.

In der Naturkostbranche wird dieses Verfahren wegen der Irreführung bezüglich des Frischzustands und der sensorischen und der gesundheitsgefährdenden Veränderung des Fleisches abgelehnt. Bioland hat beispielsweise 2010 eine entsprechende Änderung der Verarbeitungsrichtlinie für Fleisch und Fleischerzeugnisse verabschiedet und ein Verbot der Druck- und Hochdruckbehandlung von Fleisch und Fleischerzeugnissen mit Sauerstoff aufgenommen.

Christine Tschirpka 

### Methoden der Fleischverpackung im Naturkosthandel

#### MAP

- + ansprechendes, frisches Aussehen
- + Erhalt der roten Fleischfarbe
- Um die MHDs gewährleisten zu können ist produktabhängig eine Kühlung bei 2-7°C rechtlich vorgeschrieben, viele Geschäfte und Haushaltskühlschränke können diese nicht gewährleisten
- Fleischqualität leidet bei längerer Lagerung
- aufwändige Mehrkomponentenverpackung

#### VAKUUM

- + Fleischqualität erhalten
- + geringeres Transport- und Packvolumen
- + Ausschluss von Luftsauerstoff
- Aussehen durch sichtbaren Fleischsaft weniger ansprechend

Radioaktive Belastung von Lebensmitteln

## Wie die Branche auf Fukushima reagiert

Die Reaktoren in Fukushima werden auf Monate hinaus nicht unter Kontrolle zu bringen sein, so dass radioaktiv belastete Stoffe weiter in Luft und Meer gelangen. Es ist somit nur eine Frage der Zeit, wann die ersten schwach belasteten Lebensmittel aus Japan in Deutschland eintreffen. Im Bio-Sortiment sind Spezialitäten wie Grüner Tee, Miso und Wasabi, Sojasauce und Algen zwar nur ein kleiner, aber dafür umso feinerer Bestandteil. Wie geht die Biobranche mit der Bedrohung um?

**D**ie ersten schwach radioaktiv belasteten Container aus Japan wurden Anfang Mai 2011 in Belgien entdeckt. Weitere Meldungen werden folgen, und auch Bio ist - wie bei den Pestiziden - nicht gefeit vor den allgegenwärtigen Belastungen, die die Industriegesellschaft verursacht. Der Fallout aus Tschernobyl ist heute noch in Pilzen und Wildschweinen deutlich zu messen. Hinzu kommen kosmische Strahlung, natürliche Radioaktivität aus dem Boden und radioaktives Kalium, das von Natur aus in vielen Lebensmitteln vorhanden ist.

Umso wichtiger ist es, weitere Strahlungsquellen zu vermeiden. Nach dem Unglück in Fukushima hat die EU zum Schutz der Verbraucher Ende März 2011 festgelegt, dass Lebensmittel aus Japan sowohl im Ursprungsland als auch in den EU-Empfängerländern kontrolliert werden und die aktuellen Grenzwerte (siehe Tabelle) einhalten müssen. Außerdem überprüfen Zoll und Bundespolizei an deutschen Flug- und Seehäfen stichprobenartig Waren, die Japan nach dem 11. März verlassen haben.

### Geprüft wird doppelt

Viele Bio-Unternehmen haben zusätzliche Sicherungsmaßnahmen eingeleitet. So lässt Japan-Spezialist Arche alle Produkte noch einmal



Teefelder in Kagoshima

analysieren. „Wir haben uns für ein Labor entschieden, das jahrelange Erfahrung mit der Strahlenmessung hat“, berichtet Geschäftsführerin Ute Schulze. „Wir prüfen alle Packstücke der Container mit einem professionellen Gerät und geben von jedem Produkt eine Probe ins Labor. Die Container werden somit erst gesperrt.“ Zwei Hersteller, mit denen das Unternehmen zusammenarbeitet, haben ihren Sitz 80 beziehungsweise 150 Kilometer entfernt von Fukushima.

Dennoch geht Ute Schulze davon aus, weiterhin unbelastete Ware zu bekommen. „Selbst bei unserem Sojasoßenhersteller in Sendai war im



Shincha-Fest in Diepholz beim deutschen Importeur der Firma Shimodozono in Kagoshima. Hier verkostet Inhaber Yutaka Shimodozono die ersten Ernten 2011, den hochwertigen Shincha-Tee.

Quellwasser nichts nachweisbar. Wir möchten unsere Partner bestmöglich unterstützen und weiter Produkte beziehen. Wir halten das für wertvoller als Spenden an die Hersteller.“ Durch die langen Reife- und Verarbeitungszeiten gibt es in Japan zum Glück Lagerbestände vieler Spezialitäten wie Sojasauce und Miso. Es gibt aber auch Produkte, bei denen Arche nach Alternativen suchen muss. So wurde durch den Tsunami beispielsweise die Algenernte von Wakame komplett zerstört. Mögliche Alternativen wären Korea, China, aber auch aus Frankreich.

### Partner nicht sitzen lassen

Auf größtmögliche Kontinuität in jahrelang gewachsenen Partnerschaften setzen auch die Bio-Teespezialisten Ökotopia und Heuschrecke. „Unser Anliegen ist natürlich, soweit wie möglich die Produkte unserer langjährigen japanischen Lieferanten zu verkaufen“, heißt es bei Heuschrecke. „Uns ist es wichtig, die Zukunft für unsere Partner zu erhalten, die sich weiterhin bemühen, verantwortungsvoll Bio zu produzieren.“ Franziska Geyer ergänzt: „Für die Japaner ist es wichtig, ihre Absatzmärkte zu erhalten, wenn die Ware nicht kontaminiert ist, schon um die riesigen Schäden im Land ausgleichen zu können.“

Ökotopia und Heuschrecke haben über ihre Importeure reichlich Tee aus der Ernte 2010 geordert und hoffen auf einen glimpflichen Verlauf. Ökotopia hat zur Information der Kunden entsprechende Ware mit dem Aufdruck „Ernte 2010“ versehen. Ein Lichtblick: Zumindest bei den ersten Mustern der neuen Ernte 2011 aus der Region Kagoshima, 1.200 Kilometer von den Unglücksreaktoren entfernt, lag die radioaktive Kontamination unterhalb der Nachweisgrenze. Im Falle einer Belastung der neuen Ernte wird Ökotopia auf der Verpackung darüber informieren.

Bei Heuschrecke geht man allerdings nicht davon aus, dass das so bleiben wird: „Wir denken, dass wir uns bei Radioaktivität von der Erwartung ‚Null-Werte‘ verabschieden müssen“, heißt es auf der Unternehmens-Website. Tschernobyl, Sellafield und viele Störfälle hätten in Deutschland bereits ein „Grundrauschen“ verursacht. Dazu kämen eine natürliche Radioaktivität sowie eine Messfehlertoleranz der Labore. „Eine vollständige Freiheit von Radioaktivität wird uns niemand

mehr garantieren können.“ Eine ehrliche und klare Kommunikation mit den Kunden sei daher unverzichtbar.

Heuschrecke hat sich dafür entschieden, die Empfehlung des Umweltinstituts München für einen Richtwert von 50 Becquerel (Bq) als interne Leitlinie aufzugreifen, während der gesetzliche Grenzwert bei 500 Bq für Cäsium liegt. Zum Vergleich: In Japan wurden in Gemüse nahe des Unglücksorts Werte von 82.000 Bq pro Kilogramm an radioaktivem Cäsium gemessen, und zwei Wochen nach Tschernobyl lagen die Spitzenwerte in Gemüse in Deutschland ungefähr bei 600 Bq für Cäsium. „Nach unserer Einschätzung sind wir als Hersteller und Händler nicht in der Lage, einen bestimmten Grenzwert wissenschaftlich auseinanderzusetzen, sodass wir uns auf einen vorhandenen kritischen Leitwert stützen“, begründen die Inhaber Ursula Stübner und Heinz-Dieter Gasper diesen Schritt. Messergebnisse sollen auf der firmeneigenen Website veröffentlicht werden.

### Wie reagieren Biokunden?

„Wahrscheinlich werden Verbraucher zurückschrecken, egal wie hoch die Belastung ist“, vermutet Franziska Geyer von Ökotopia. „Niemand weiß, wann es gefährlich wird.“ Auch Ute Schulze von Arche wäre nicht überrascht, wenn einige Bioläden mit Auslistungen reagierten, da es sich bei japanischen Spezialitäten nicht um Produkte des täglichen Bedarfs handelt. „Wie sich die Verbrauchernachfrage entwickelt, ist schwer einzuschätzen. Aber wir hoffen, dass die Fachgeschäfte in der aktuell schwierigen Liefersituation die japanischen Produkte nicht aus dem Gedächtnis verlieren.“

Markus Maas, Inhaber von Naturkost Vorpommern in Greifswald, hat zwar einzelne Nachfragen von Kunden registriert, erwartet aber größeren Informationsbedarf erst in der Zukunft: „Ich denke, das Thema kommt erst noch im Bioladen an, da die Kundinnen und Kunden in der Regel sehr gut informiert sind und meist schon eine Web-Recherche hinter sich haben. Und noch ist ja klar, dass kaum potenziell belastete Ware in Europa angekommen ist. Das ändert sich vielleicht mit der neuen Ernte.“ Von den Herstellern erwartet er eine kritische Betrachtung der offiziellen Grenzwerte. „Die Frage, ob Artikel oder Artikelgruppen nachfragetechnisch überleben, wird nicht von der konkreten Belastung unserer Bioprodukte abhängen, sondern von der dann viel-



© Arche Naturkost

Traditionelle Sojasaucen-Herstellung beim japanischen Shoyu-Hersteller Johsen in Sendai. Johsen produziert für Arche Naturkost

leicht einsetzenden allgemeinen Skandalisierung.“ Japan-Artikel seien an vielen Standorten immer „sehr wacklig“ bei der Listung gewesen, kleine Umsatzeinbußen könnten daher fatale Dominoeffekte erzielen. Auf der anderen Seite hätten die meisten Artikel eine lange Haltbarkeit, was es jedem Händler ermögliche, sie aus Solidarität oder zugunsten eines abgerundeten Sortiments gelistet zu lassen.

### Traditionelle Disziplin in Japan

In Japan begegnen die Bio-Produzenten und Importeure der Situation mit landestypischer Disziplin, „Voller Tatkraft, aber zurückhaltend. Und sie fühlen sich nun mitverantwortlich, die japanische Bevölkerung zum Umdenken in Sachen Kernenergie zu bewegen“, so Franziska Geyers Eindruck vom Shincha-Teefest bei Shimodozono International

in Diepholz, zu dem im Mai auch Gäste aus Japan geladen waren. „Bestimmt haben sie auch Angst vor der Zukunft, aber sie haben sich von Anfang an diszipliniert und optimistisch gezeigt.“

Disziplin ist auch gefragt, denn bislang haben die japanischen Partner alle Hände voll zu tun. Die Nachfrage nach Produkten aus der Ernte 2010 war direkt nach dem Unglück stark gestiegen; Verarbeiter wollten sich unbelastete Rohstoffe sichern, und auch der Einzelhandel hat sich mit Vor-Fukushima-Ware eingedeckt. Bürokratische Probleme, eine Flut neuer Formulare und die zusätzlichen Kontrollen der Behörden verzögern nun alle Prozesse und somit auch die Auslieferung in Deutschland. „Aufgrund der starken Abverkäufe ist unser Lager leergefegt“, berichtet zum Beispiel Ute Schulze von Arche. Und ein deutscher Mitarbeiter beim japanischen Importeur Mitoku ist sich sicher: „Es wird nie wieder eine EU-Verordnung geben, die so genau bis ins Detail beachtet wird, das kann ich jetzt schon versprechen.“

### Nicht so weiter wie bisher

„Tsunamis kann die Menschheit nicht verhindern, atomare Katastrophen schon. Deshalb werden wir nicht müde zu sagen: Atomkraft? Nein dankel!“ heißt es auf der Website der Bio-Feinkostmarke Sanchon. In diesem Punkt sind sich sicher fast alle in der Naturkostbranche einig. Fast genau 25 Jahre nach Tschernobyl hat die Katastrophe in Fukushima mit Macht daran erinnert, wie gefährlich und unberechenbar Atomkraft ist. „Für uns Industrieländer heißt das auf jeden Fall, unseren Energie-Lebensstandard aktiv zu senken“, sagen Ursula Stübner und Heinz-Dieter Gasper. „Es ist spannend, was das für die Lebensqualität konkret bedeuten wird. Diese muss ja nicht sinken. Vor 35 Jahren war das Umdenken die Geburt der Biobewegung und der Umweltbewegung.“

Katja Niedzwecky



**Radioaktivität in Lebensmitteln wird in Becquerel gemessen. Ein Becquerel (Bq) bedeutet, dass im Produkt ein Atomkern pro Sekunde zerfällt.**

In Millisievert gemessen wird dagegen die so genannte Äquivalenzdosis, die die tatsächliche biologische Wirkung der radioaktiven Strahlung auf Mensch und Tier in einem bestimmten Zeitraum beschreibt. Dabei wird berücksichtigt, dass es verschiedene Strahlungsarten gibt, die unterschiedlich starke Auswirkungen haben können.

Die ständige natürliche Strahlenbelastung in Deutschland beziffert das vom Bundesministerium und Amt für Strahlenschutz (BfS) auf zwei bis drei Millisievert pro Jahr, je nach Region. Hinzu kommen noch etwa zwei weitere Millisievert pro Jahr durch künstliche Quellen, etwa durch Röntgenaufnahmen oder Flüge.

Es gibt keinen Schwellenwert, ab dem die Strahlung gefährlich wird.

### Aktuelle Grenzwerte

Lebensmittel aus Japan dürfen seit dem 13. April 2011 folgende Grenzwerte nicht überschreiten:

- 500 Becquerel pro Kilogramm für Cäsium-Isotope
- 10 Becquerel pro Kilogramm für Plutonium
- 2000 Becquerel pro Kilogramm für Jod
- 750 Becquerel pro Kilogramm für Strontium

Für Getränke, Milch, Milcherzeugnisse und Nahrungsmittel für Säuglinge und Kleinkinder gelten strengere Höchstwerte.

Die Ergebnisse aller Kontrolluntersuchungen werden von den Mitgliedstaaten über das Europäische Schnellwarnsystem für Lebensmittel und Futtermittel (RASFF) an die EU-Kommission gemeldet. Messergebnisse der deutschen Bundesländer: [www.bvl.bund.de/radioaktivitaet](http://www.bvl.bund.de/radioaktivitaet).

Umsatzentwicklung im Naturkost-Großhandel 1. Quartal 2011

# Ein Plus von 16,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr

Der Dioxin-Skandal in der konventionellen Hühnerhaltung hat Verbraucherinnen und Verbraucher zum Nachdenken gebracht und auch das Einkaufsverhalten beeinflusst. Somit waren Eier im Naturkosthandel über Wochen ein rares Gut, sie wurden den Einzelhändlern und damit dem vorgelagerten Großhandel „aus den Händen gerissen“. Aber der Skandal war dennoch nicht der wichtigste Grund für den enormen Umsatzsprung.

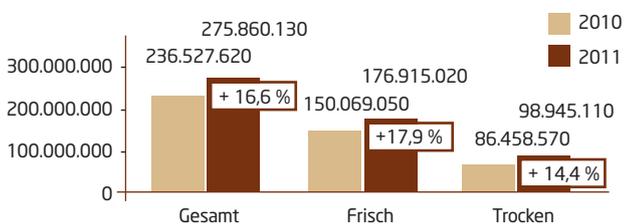
„Ich legte jeden Tag ein Ei, und sonntags auch mal zwei...“ Hühner haben ihren eigenen Rhythmus und lassen sich nicht kurzfristig an einen veränderten Bedarf anpassen. Bio-Eier waren somit zwar ein wichtiger Faktor in der Entwicklung der ersten drei Monate 2011. Sie sind aber nicht Träger des erstaunlichen Gesamtumsatzwachstums von 16,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal. Zum Vergleich: Im ersten Quartal des letzten Jahres hatte der Zuwachs bei 9,1 Prozent gelegen.

Tatsächlich waren die Zuwächse nicht nur im Frischsortiment, zu dem Eier zählen hoch, sondern in beiden Bereichen: Im Trockensortiment verzeichnete der BNN-Großhandel einen Zuwachs von 14,4 Prozent, im Frischbereich 17,9 Prozent.

Mit 14,4 Prozent (Vorjahr: 10,8 Prozent) wuchs der Trockenbereich außerordentlich auf 98,95 Millionen Euro. Die Steigerung im Frischbereich fiel mit 17,9 Prozent (Vorjahr: 8,2) auf jetzt 176.915 Millionen Euro noch deutlich positiver aus.

Der Gesamtumsatz stieg von 236,53 Millionen Euro im ersten Quartal 2010 auf 275,86 Millionen Euro im aktuellen Vergleichsquartal 2011 (Diagramm 1). Frisch bleibt dabei weiterhin der Bereich mit dem größten Umsatzanteil.

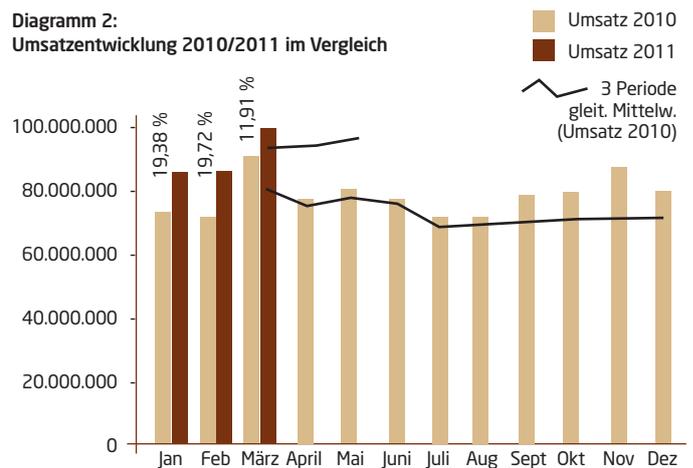
**Diagramm 1:**  
Großhandelsumsatz getrennt nach Frisch und Trocken 1. Quartal 2011



Der Anteil des Frischbereichs am Gesamtumsatz stieg auf knapp 64,1 Prozent.

Die Entwicklung der Monatsergebnisse im ersten Quartal 2011 verdeutlicht Diagramm 2. Alle Monate verzeichnen ein zweistelliges Wachstum. Während das Umsatzwachstum im Januar und Februar bei mehr als 19 Prozent lag, fiel das Ergebnis für März mit einem Plus von knapp 12 Prozent etwas moderater aus.

**Diagramm 2:**  
Umsatzentwicklung 2010/2011 im Vergleich



Die aktuellen Steigerungsraten gehen deutlich über das bereits erfreuliche Jahresergebnis von plus 9,7 Prozent im vergangenen Jahr hinaus. Der Anfang für ein deutliches weiteres Umsatzwachstum in 2011 ist also gemacht. Auch für den April 2011 ist bereits ein deutlich zweistelliges Wachstum zu verzeichnen. Ob sich dieses Niveau für das gesamte Jahr halten oder gar steigern lässt, wie es die Grafik nahelegt, ist aber sicherlich fraglich.

Frisch und Trocken haben sich in den ersten drei Monaten dynamisch entwickelt, allerdings auf unterschiedlichem Zuwachsniveau. Der Frischbereich wies in den ersten beiden Monaten, auf dem Höhepunkt der Dioxinkrise, Steigerungen von über 20 Prozent gegenüber 2010 auf. Im März ging der Zuwachs auf 11,38 Prozent zurück. In diesem Monat ist das Wachstum im Trockenbereich mit 12,8 Prozent sogar höher als im Bereich Frisch ausgefallen. Auffällig sind aber auch die hohen Zuwächse im Trockensortiment in den ersten beiden Monaten des Jahres. (Diagramm 3).

**Diagramm 3: Relative Entwicklung**



Mit dem Ergebnis des ersten Quartals 2011 kann der Großhandel sehr zufrieden sein, es stellt ihn aber sowohl bei den Eiern als auch insgesamt vor große Aufgaben. Die mitwachsende Organisation zu entwickeln, ist nicht immer einfach. Noch ist auch nicht klar, wie viele Neukunden Bio treu bleiben werden. Die bisherigen Ergebnisse deuten allerdings darauf hin, dass viele Geschmack gefunden haben an der neuen Einkaufsstätte.

Dass es gelungen ist, innerhalb weniger Wochen eine erfolgreiche Unterstützung für die Petition gegen Agro-Gentechnik zu organisieren, deutet zudem darauf hin, dass die Themen der Branche mehr und

mehr zum Allgemeingut werden. Wir werden erleben, ob die Politik diese Entwicklungen wahrnimmt und unterstützt, oder ob der nicht gerade naturkostfreundliche Kurs des zweiten Halbjahres 2010 fortgesetzt. Wenn die Wahlen in einigen Bundesländern in diesem Jahr Parteien in die Verantwortung gebracht haben, die in den Koalitionsvereinbarungen die Stützung des ökologischen Anbaus thematisieren, ist das sicherlich ein gutes Zeichen. Es müssen nur auch die anderen Parteien nachziehen.

H.J. Brzukalla, Dipl.-Kfm.



Mehr Aussteller, mehr Fläche:

## BioNord und BioSüd wachsen dynamisch

Fünf Monate vor der BioSüd (2. Oktober 2011 in Augsburg) und der BioNord (15. und 16. Oktober 2011 in Hannover) haben sich jeweils mehr als 350 Aussteller angemeldet. Damit zeichnet sich ein weiteres Wachstum der beiden regionalen Fachmessen ab. Auf den Besucherandrang des vergangenen Jahres reagieren die Aussteller, indem sie ihre Standflächen vergrößern. Die Veranstalter rechnen mit einem Flächenwachstum von durchschnittlich 15 Prozent. Besonders dynamisch entwickelt sich die BioSüd, die im dritten Jahr ihres Bestehens die BioNord erstmals überholen könnte.

2010 waren 7000 Besucher auf der BioSüd und der BioNord, davon kam mit achtzig Prozent die überwältigende Mehrheit direkt aus dem

Fachhandel. „Diese Zahlen zeigen, dass der Fachhandel auf Effektivität setzt und die zielgenaue Ausrichtung und Bündelung des Messeangebots zu schätzen weiß“, stellt Matthias Deppe vom Veranstalterteam fest. Die übrigen zwanzig Prozent der Besucher stammten aus den Bereichen Herstellung / Verarbeitung, Dienstleistung und Gastronomie.

Neben überregionalen und regionalen Anbietern ist auch sowohl der regionale als auch der bundesweit agierende Großhandel auf beiden Messen vertreten. An Gemeinschaftsflächen präsentieren sich die Anbauverbände des ökologischen Landbaus und auch der Wachstumsmarkt Bio-Gastronomie wird eine eigene Anlaufstelle für bioaffine Gastronomie-Profis bieten.

Saison 2011

## Prominente Partner für die Bio-Brotbox

Turnweltmeister Fabian Hambüchen, die deutschen Meisterinnen von Turbine Potsdam, Tatort-Kommissar Dietmar Bär und Moderator Dieter Moor: Das sind nur einige der Prominenten, die dieses Jahr ihren guten Namen für Bio-Brotbox-Aktionen von der Waterkant bis zum Bodensee einsetzen.

„Es ist eine große Hilfe, wenn Prominente aus Sport, Kultur und Gesellschaft die Initiativen unterstützen“, erklärt Annette Mörlner von der Informationsstelle Bio-Brotbox. „Man mag es schätzen oder nicht, es ist einfach so, dass die Medienaufmerksamkeit sehr viel größer ist, sobald Prominente die Boxen an die Kinder verteilen“, so die PR-Expertin. Zur Beratung von Interessenten und neuen Initiativen

gehört deswegen immer der Hinweis, medienbekannte Gesichter aus der Region für die eigene Aktion zu gewinnen. Im Jahr der Frauenfußball-Weltmeisterschaft in Deutschland profitiert die Bio-Brotbox besonders vom Engagement der Fußballerinnen: Die Turbinen aus Potsdam, die fünffache deutsche Meisterinnen sind, präsentieren die Aktion in Berlin-Brandenburg. Nationalspielerin Kerstin Garefrekes vom 1. FFC Frankfurt ist Patin der Bio-Brotbox in der Mainmetropole.

Das Netzwerk für gesunde Kinderernährung wächst beständig. Neue Initiativen gibt es beispielsweise in Borgentreich, Esslingen, Minden, Weilheim und Weißenhorn. Annette Mörlner rechnet mit weiteren: „Ich gehe davon



aus, dass wir dieses Jahr auf 55 bis 60 Aktionsgruppen kommen werden. Damit erreichen wir dann vermutlich wieder ein Fünftel, vielleicht sogar ein Viertel der Erstklässler in Deutschland“, schätzt sie. Dass das gelingen kann, ist vor allem auch den zahlreichen Unternehmen aus der Naturkostbranche zu verdanken, die sich für die Bio-Brotbox engagieren und damit soziales Engagement zeigen.

# ICH WILL NE WURST, DIE SUPER SCHMECKT!



Mit Info und  
Gewinnspiel auf jeder  
Packung!

Unterstützt von  
**BIO HOTELS**



Julius isst am liebsten die super Bratwürstchen von Ökoland.  
Alles über super Wurst, die Kindern und Erwachsenen schmeckt:  
[www.ökoland.de](http://www.ökoland.de)



Das Ökoland-Qualitätsgebot

- ✓ Ohne Nitritpökelsalz
- ✓ Ohne Phosphatzusätze & ohne Geschmacksverstärker, weil Bio

# Ökoland

DAS LEBEN KANN SO LECKER SEIN.