

15

NACHHALTIG BIO!
NACHHALTIG BIO!
NACHHALTIG BIO!
NACHHALTIG BIO!

04

Palmöl für Naturkosmetik und
ökologische Wasch- und Reinigungsmittel

Eine saubere Sache: Nachhaltiges Bio-Palmöl

Seite 17



20

Nachhaltigkeit sichtbar machen: Einzelhändler/-innen willkommen! S. 04

Kommentar: Ein bisschen Schwefel muss sein! S. 15

Der Öko-Getreidemarkt: Dinkel im Fokus S. 20

INHALTSVERZEICHNIS

AKTUELL

BNN auf BioNord und BioSüd
Innovativ, informativ und persönlich: Hier trifft sich die Fachwelt 03

VERBAND AKTIV

Nachhaltigkeit sichtbar machen: Einzelhändlerinnen und Einzelhändler willkommen! 04
Schritt für Schritt noch nachhaltiger werden - Der N-Monitor 04
Neu im BNN: Oatly - Pionier veganer und milchfreier Ernährung 05
Eindeutige Positionen, zweifelhafte Entscheidungen, ungewisse Entwicklung:
Der lange Kampf gegen 1507 06

BNN-UNTERNEHMEN

Neues aus den BNN-Mitgliedsunternehmen. Diesmal von und mit:
Ökofrost, Lebensbaum, Bohlsener Mühle, ÖMA, Logocos, Moin Bio, Byodo,
Sonett, Neumarkter Lammsbräu, Life Food/Taifun, Rinklin, Kornkraft,
Voelkel, Bio Brummer, Bio Company, Ökoland, Spielberger, Alnatura, Die Regionalen 08

QUALITÄT

Viel diskutiert, aber notwendig? Schwefel im Wein 15
Kommentar: Ein bisschen Schwefel muss sein! 15
Naturkost Einzelhandel: BNN-Verpackungsfachtag - Fortsetzung folgt! 16

NATUR UND UMWELT

Palmöl für Naturkosmetik und ökologische Wasch- und Reinigungsmittel
Eine saubere Sache: Nachhaltiges Bio-Palmöl 17

FACHHANDEL

Der Öko-Getreidemarkt: Dinkel im Fokus 20
BNN-Umsatzmonitor für den Naturkost- und Naturwarengroßhandel:
Weiterhin deutliches Wachstum 22



IMPRESSUM

BNN-Nachrichten: Mitgliederzeitschrift des BNN für die Naturkost- und Naturwarenfachbranche // erscheint dreimal im Jahr (Mai, August, November) // Auflage 5.500 // Herausgeber: Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V., Albrechtstraße 22, D-10117 Berlin, Tel: +49 (0)30/847 12 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) // **Autoren und Autorinnen dieser Ausgabe:** Hans-Josef Brzukalla, Hilmar Hilger, Katja Niedzwecky, Manfred Rothe, Marion Schlage, Stefan Simon, Jeanine Tovar, Karin Wegner, Marcel-Philipp Werdier // **Gestaltung:** Zitrusblau, Berlin // Fotorechte für alle Fotos ohne Angabe: BNN e.V. // Titelfoto: © AGROPALMA, Nachdruck oder Verbreitung, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion // **Inserenten dieser Ausgabe:** Sonett OHG (S. 21), Die BioMessen (S. 23) und Ökoland GmbH Nord (U4)

BNN auf BioNord und BioSüd

Innovativ, informativ und persönlich: Hier trifft sich die Fachwelt

Am 14. September findet die BioNord in Hannover statt, am 28. 9. folgt die BioSüd in Augsburg. Der BNN wird als Schirmherr der BioMessen nicht nur mit einem Stand vor Ort sein, er nutzt die BioMessen auch, um den Naturkost Einzelhandel konkrete fachliche Unterstützung für ein gut ausgewähltes und passendes Weinsortiment zu bieten. Ferner werden eine Vielzahl neuer, spannender Projekte, wie die Kampagne Nachhaltig Bio! und das neugegründete Bildungswerk BNN dem Fachhandel vorgestellt.

Für die beiden BioMessen in Augsburg und Hannover erwarten die Veranstalter auch in diesem Jahr einen leichten Zuwachs bei Fläche und Ausstellerzahlen. Trotz der kontinuierlich guten Entwicklung der letzten Jahre - die vier BioMessen erreichten im vergangenen Jahr insgesamt über 12.300 Fachbesucher - sei man aber nicht auf unbeschränktes Wachstum ausgerichtet, so Veranstalter Matthias Deppe. „Für uns steht ganz klar die deutsche Bio-Branche und der von ihr belieferte qualitätsorientierte Fachhandel im Vordergrund.“ Die Anzahl der Akteure in diesem Bereich sei begrenzt, eine Ausweitung um jeden Preis wäre für das Erfolgskonzept der BioMessen nicht sinnvoll. „Unser Fokus liegt nicht zuletzt auf der qualitativen Entwicklung der Veranstaltungen“, hält Veranstalter Wolfram Müller fest.

Klimaneutralität durch Humusaufbau

So finden 2014 erstmals alle BioMessen klimaneutral statt. Die Kompensation der CO₂-Emissionen, die im Zusammenhang mit den Veranstaltungen entstehen, findet nicht, wie vielfach üblich, international statt, sondern direkt vor Ort, in landwirtschaftlichen Bio-Betrieben. Die teilnehmenden Höfe werden in gezielte Maßnahmen wie Fruchtfolgen, Kompostwirtschaft und „sanfte“ Bodenbearbeitung sowie in den Aufbau der Humusschicht investieren. Durch Beprobung und Analyse wird dokumentiert, dass die vorgesehenen Mengen klimaschädlicher Emissionen tatsächlich kompensiert werden. Auf den Herbstmessen werden die teilnehmenden Höfe der Öffentlichkeit präsentiert.

10-jähriges Jubiläum der BioMessen

Der Herbst 2014 bringt auch einen guten Grund zum Feiern: 2004 fand in Hamburg die erste BioNord statt. Auf der BioNord 2014 soll dieses Jubiläum mit Freunden und Weggefährten aus der Branche gefeiert werden. Ein Jubiläum steht übrigens auch am Anfang der Geschichte der BioMessen: Geschäftsführer und BNN-Mitglied Matthias Deppe wollte den 10. Geburtstag des Frischgroßhandels Naturkost Nord mit einem besonderen Highlight feiern. Statt eine „normale“ Hausmesse exklusiv nur für die eigenen Lieferanten und Kunden zu veranstalten, öffnete er die Türen für alle Akteure der Bio-Branche. Die Resonanz war so groß, dass eine Fortsetzung im folgenden Jahr sofort beschlossene Sache war - die Geburtsstunde der BioMessen.

Fokus auf Fachhandel

Fachbesucher schätzen an den BioMessen, dass diese die gesamte Bandbreite der klassischen Bio-Branche abbilden. Pioniere der Naturkost, Naturkosmetikanbieter und bundesweite Lieferanten des Fachhandels sind ebenso vertreten wie die Branchenverbände mit zahlreichen Mitgliedsunternehmen. Auf großes Interesse stoßen auch regionale Anbieter, die ungefähr 20 Prozent des Angebots ausmachen. Sie bieten dem Fachhandel authentische und individuelle Sortimente, um das eigene Angebotsprofil zu schärfen.

BNN: Fit für den Weinherbst

In einem fachkundigen Weinschulungsprogramm für Einzelhändler/-innen, das der BNN in Zusammenarbeit mit ECOVIN auf beiden Messen angeboten wird, warten spannende Erkenntnisse auf die Besucher des BNN-Standes. Damit der Genuss nicht zu kurz kommt, wird es neben Wissensvermittlung und Austausch zu Weinkunde und Sortimentsaufbau, selbstverständlich auch Zeit für Verkostungen geben. Genaue Termine entnehmen Sie bitte den Einladungen und Ankündigungen des BNN Ende August.

Jeanine Tovar (BioMessen), Marion Schlage



Der BNN auf den BioMessen:

14. September: **BioNord**, Halle 4, Stand 4D 01
28. September: **BioSüd**, Halle 5, Stand 5D 01

Wir freuen uns auf Sie!



Nachhaltigkeit sichtbar machen

Einzelhändlerinnen und Einzelhändler willkommen!

Die Informationskampagne Nachhaltig Bio! steht kurz vor ihrer Bekanntmachung in der breiten Öffentlichkeit. Pünktlich zum Start bietet der BNN Materialien und Beteiligungsmöglichkeiten für den Naturkost-Einzelhandel an. Der Verband hofft auf reges Interesse, denn Nachhaltigkeit lebt vom Mitmachen!

Am Anfang stand der Gedanke, die Nachhaltigkeitsleistungen der Bio-Branche einem breiten Publikum deutlich vor Augen zu führen. Dabei geht es neben den positiven Auswirkungen von ökologischem Landbau und Naturkost-Produktion vor allem um die zahlreichen Initiativen, Aktionen und Innovationen, die die überwältigende Mehrheit der Branchenteilnehmer tagtäglich mit viel Engagement auf die Beine stellt. „Die Nachhaltigkeit nach Hause holen“ war eines von vielen motivierenden Schlagworten, um eine trennscharfe Wahrnehmung in der Öffentlichkeit herzustellen. Nun steht die Website www.nachhaltigbio.de als Kampagnenkern mit vielen bemerkenswerten Praxisbeispielen aus Herstellung und Großhandel. Ein komplettes Bild ergibt sich aber nicht ohne den Einzelhandel. Bereits seit Anfang Juli besteht die Möglichkeit zum Mitmachen für Mitglieder des BNN. Besonders interessant dürfte dabei das Adressverzeichnis der Fachgeschäfte mit Deutschlandkarte sein, in das sich alle, die teilnehmen wollen, mit ihrer Bio-Verkaufsstätte eintragen lassen können. So werden Besucherinnen und Besucher der Website, die Lust auf die Nachhaltigkeit der Branche bekommen haben, gleich den Bio-Laden um die Ecke finden. Ein echter Vorteil für alle Kampagnenteilnehmerinnen und -teilnehmer!

Auch für den Point of Sale werden Materialien produziert, beispielsweise Obst- und Gemüsetüten sowie eine Einkaufstragetasche. Alles aus nachhaltigen Materialien und alles auf die Bedürfnisse des Naturkosteinzelhandels abgestimmt.

Wer Lust aufs Mitmachen bekommen hat, jedoch (noch) kein Mitglied des BNN ist, muss sich noch bis zum 1. Oktober gedulden. Ab da können auch Nicht-Mitglieder aus Herstellung, Groß- und Einzelhandel an Nachhaltig Bio! partizipieren. Bis dahin haben die BNN-Mitglieder die Nase vorn.

Wir freuen uns sehr auf alle, die Teil der großen Nachhaltig Bio!-Familie werden möchten und gemeinsam ein Bild der außergewöhnlichen Leistungen der Branche in der Öffentlichkeit zeichnen wollen. Wie eine Einbindung funktioniert und welche Leistungen angeboten werden, beantwortet das Kampagnenteam gerne.

Hilmar Hilger 

NACHHALTIG BIO!

Hier sind Sie richtig, um mitzumachen:

Kampagnenbüro Nachhaltig Bio!

Hilmar Hilger

Telefon: 030/ 847 12 24 - 24

E-Mail: hilger@n-bnn.de

Der N-Monitor

Schritt für Schritt noch nachhaltiger werden

Nachhaltig sind und waren die Branchenunternehmen seit ihrer ersten Stunde, lange bevor das mittlerweile inflationär gebrauchte Wort Mode wurde. Heute kann jeder fast beliebig sein Unternehmen mit Nachhaltigkeit adeln, ohne belastbare Kriterien dafür anzuführen. Um Nachhaltigkeit mit Wert zu füllen und Aussagen überprüfbar zu machen, hat der BNN schon vor Jahren mit dem Nachhaltigkeitsmonitor (N-Monitor) einen aussagefähigen Kriterienkatalog entwickelt, der aktuell evaluiert und ausgebaut wird.

Auch wenn das Thema oberflächlich gesehen ‚abgegrast‘ erscheint, konkret auf die Messbarkeit, Vergleichbarkeit und Aussagefähigkeit von Nachhaltigkeitsleistungen bezogen, sind viele inhaltliche Fragen noch gar nicht angegangen, geschweige denn gelöst. Der N-Monitor versteht sich als Beitrag, das Handwerkszeug zur unternehmens- und brancheninternen Nachhaltigkeitserfassung mit und für seine Mitglieder aus allen Stufen der Verarbeitungs- und

Handelskette so weiterzuentwickeln, dass die Nachhaltigkeitsleistungen möglichst vergleichbar für alle Stufen in den Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales und den Unterpunkten Fair und Regional erfasst werden. Und damit den Mitgliedern den Prozess zur nachhaltigen, eigenen Unternehmenssteuerung ermöglicht.

Der N-Monitor wurde für und mit Herstellern und Großhändlern mit

wissenschaftlicher Unterstützung entwickelt und erstmalig für das Jahr 2009 zur Verfügung gestellt. Ziel war und ist es, den stetigen Prozess jedes Mitglieds zu mehr Nachhaltigkeit zu unterstützen. Flankierend zu den Erhebungsempfehlungen der „Global Reporting Initiative“ (GRI) und des „Deutschen Nachhaltigkeitsrat (DNK)“ wurden von den beteiligten Mitgliedsunternehmen weitere Indikatoren hinzugekommen, um die jeweilige Unternehmensrealität in Sachen Nachhaltigkeit adäquat abbilden zu können. So gelingt es, die Nachhaltigkeitsleistungen der jeweiligen Unternehmen vergleichbar und systematisch zu erfassen, zur Unternehmenssteuerung nutzbar zu machen und die Ergebnisse für die eigene Öffentlichkeitsarbeit einzusetzen.

Work in progress

Wenn Nachhaltigkeit ein Prozess ist, muss auch eine Erhebung wie der N-Monitor ein aktives, lebendiges Instrumentarium sein. Eine Gruppe aus drei Herstellern und drei Großhändlern hat deshalb seit Herbst 2013 den N-Monitor einer Generalüberholung unterzogen. Dieser Prozess ist nahezu abgeschlossen. Der neue N-Monitor für Großhandel und Herstellung wird in Kürze den BNN-Gremien zur Entscheidung vorgelegt und steht danach den Mitgliedern dieser Handelsstufen zur Verfügung.

Parallel dazu wird ein entsprechender N-Monitor für den Einzelhandel im BNN entwickelt. In Zusammenarbeit mit Mitgliedern dieser Handelsstufe sowie in zwei Workshops zur Nachhaltigkeit im Naturkost-einzelhandel wurden basierend auf dem N-Monitor für Großhandel und Herstellung erste Nachhaltigkeitskriterien für den Einzelhandel entwickelt. Dabei wurde deutlich, dass die einheitliche Basisstruktur für alle Wertschöpfungsstufen sinnvoll ist. Deutlich wurde aber auch, dass die vertiefte Erhebung einiger Indikatoren für die verschiedenen Stufen unterschiedlich sinnvoll ist. Am Beispiel des Wassereinsatzes wird schnell deutlich, dass eine Vertiefung für Hersteller sehr wichtig

sein kann, für den Handel aber meistens weniger von Bedeutung ist.

Die Entwicklung der Nachhaltigkeitserhebung für den Einzelhandel wird unter hoher Mitgliederbeteiligung in den nächsten Wochen fortgesetzt, zunächst mit dem Fokus auf Einzelhandelsunternehmen mit Filialen. Aus dieser Version wiederum gilt es dann ein Erhebungsset zu formulieren, das die Prozesse im Naturkosteinzelhandel ohne Filialen sinnvoll unterstützen kann.

Nachhaltigkeit im Unternehmen immer stärker in den Blickpunkt aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu rücken, ist ebenfalls ein Prozess und kein auf einen Endzeitpunkt gerichtetes Projekt. Der BNN-Nachhaltigkeitsmonitor wird den Unternehmen helfen, systematisch ihren jeweils eigenen Weg zu finden und erfolgreich zu gehen. Gleichzeitig erhalten so alle Mitgliedsunternehmen eine vergleichbare Basis für die Unternehmenssteuerung und die Öffentlichkeitsarbeit. Der N-Monitor kann damit eine wichtige Hilfestellung zur Entwicklung der eigenen Unternehmensmarke und natürlich auch der Branchenpositionierung leisten. Und zwar freiwillig den eigenen Ansprüchen genügend und unabhängig davon, ob die EU-Kommission, wie bei der Revision der EU-Öko-Verordnung geplant, ein Managementtool zur Erfassung der Umweltleistungen den meisten Branchenteilnehmern zwingend vorschreibt oder nicht.

Hans-Josef Brzukalla 

Nachhaltig Bio!

Brandneu: Wie Nachhaltigkeit in den BNN-Unternehmen gelebt wird, dies und vieles mehr, ist hier zu entdecken:

www.nachhaltigbio.de

Neu im BNN

Oatly - Pionier veganer und milchfreier Ernährung


NEUE
BNN-UNTER-
NEHMEN

Der Bio-Hersteller von Haferdrinks mit Sitz in Landskrona, Südschweden, wurde 1995 gegründet. Oatly gilt als Pionier und Wegbereiter der veganen und milchfreien Ernährung und produziert ausschließlich vegane Haferprodukte. Dabei nutzt Oatly ein patentiertes Herstellungsverfahren, mit dem spezielle Ballaststoffe des Hafers, die Betaglucane, erhalten bleiben. Der Mitbegründer und Wissenschaftler Dr. Rickard Öste hatte schon in den 1980er Jahren nach laktosefreien Alternativen zur Kuhmilch geforscht. Das Haferkorn begeisterte den Forscher vor allem

durch seine ernährungsphysiologischen Eigenschaften wie hoher Eiweißgehalt, viele Ballaststoffe, Lezithine und Mineralien sowie durch seinen angenehm milden und getreidig-nussigen Geschmack.

Für seine Produkte verwendet Oatly ausschließlich schwedischen Sommerhafer, der ab 700 km nördlich von Landskrona von schwedischen Bauern angebaut wird. Mit seinen Ökobauern ist das Unternehmen durch langfristige Verträge und Abnahmegarantien verbunden. Oatly beschäftigt derzeit 70 Mit-

arbeiter und vertreibt seine Haferprodukte nach Schweden und Europa. In Deutschland sind die Produkte im Naturkostfachhandel erhältlich.

Weitere Informationen zu Oatly finden Sie unter www.oatly.de 





Eine von zahlreichen Protestaktionen gegen die Zulassung des Gentechnik-Mais 1507 am 25.02.2014 vor dem Kanzleramt in Berlin

Eindeutige Positionen, zweifelhafte Entscheidungen, ungewisse Entwicklung

Der lange Kampf gegen 1507

Der Widerstand der deutschen Bevölkerung gegen eine Anbauzulassung des Genmais 1507 scheint ein Kampf gegen Windmühlen und einer, der bereits über mehrere Runden geht. Schauplätze sind im Wechsel Institutionen der Europa- und der Bundespolitik. Einzige Konstante im Ringen um ein gentechnikfreies Deutschland und Europa ist die Ablehnung von 1507 durch die Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher. Derzeit wird über die Gestaltung nationaler Anbauverbote (Opt-out) debattiert (Stand: 20.07.2014). Der Ausgang bleibt ungewiss. Die Aufarbeitung eines langen Kampfes.

Die verschleppte erste Runde

Der Widerstand der deutschen Verbraucher/-innen gegen eine Anbauzulassung des Genmais 1507 vom US-amerikanischen Unternehmen DuPont Pioneer hat ihren Ursprung vor mehr als dreizehn Jahren. Im Juli 2001 beantragte der Agrarindustriekonzern die Anbauzulassung für den gentechnisch veränderten Organismus (GVO) bei der EU-Kommission. Seither ging der Fall durch verschiedene Instanzen und Gremien. Doch zunächst einmal wurde der Antrag verschleppt.

Erst 2010 wurde die EU-Kommission durch eine Untätigkeitsklage vor dem Europäischen Gerichtshof (EuGH) durch DuPont Pioneer dazu gezwungen, sich mit der Anbaufrage um 1507 auseinanderzusetzen. Die EU-Kommission habe gegen Artikel 18 der Direktive 90/220/EEC verstoßen, als sie es unterließ, den Antrag an den zuständigen Ministerrat weiterzuleiten. Der EuGH gab der Klage des Konzerns am 26. September 2013 statt. Während man zuvor Jahre, in denen man einen Rechtsrahmen hätte aufbauen können, verstreichen ließ, dauerte es nun gerade einmal zehn Tage bis der Antrag an die EU-Agrarminister übermittelt wurde. Von nun an diktierte eine politische Eigendynamik den Zeitplan.

Die Haltung der deutschen Bevölkerung war indes bekannt gewesen. Bereits 2009 hatten eine Emnid- und eine Forsa-Umfrage jeweils Mehrheiten von 65% bzw. 78% ermittelt, die sich gegen Gentechnik in Lebensmitteln aussprachen. Zudem entkräfteten Studien wie bspw. von Testbiotech (2010) das verharmlosende Bild vom Risikopotenzial von 1507, welches das wissenschaftliche Gremium der Europäischen

Lebensmittelbehörde (EFSA) 2005 gezeichnet hatte. Verbraucher/-innen, Verbände und sogar Parteien hatten die EFSA-Ergebnisse insbesondere wegen industriellen Lobbyeinflusses, einer ungenügenden Methodik und wegen Intransparenz bezüglich der verwendeten Daten kritisiert. Trotzdem gelang es selbst auf Bundesebene nicht, eine einheitliche Haltung zu finden.

Eine schnelle zweite Runde mit überraschendem Ausgang

Zeitgleich mit der gerichtlich entschiedenen Übermittlung des Antrags an den EU-Ministerrat am 6. November 2013, stand in Deutschland die Neubildung der Regierung an. Mit dem Aufgreifen des Gentechnik-Themas im vorangegangenen Wahlkampf, wuchs die Hoffnung auf eine klare Positionierung der neuen Bundesregierung. Der nun entscheidende europäische Schauplatz würde die Abstimmung im EU-Ministerrat am 11. Februar 2014 sein. Verstärkt wurde die Aussicht auf Ablehnung der Anbauzulassung von 1507 durch die Anerkennung der „Vorbehalte des Großteils der deutschen Bevölkerung gegenüber der Grünen Gentechnik“ im Koalitionsvertrag. Mit einem „Nein“ der Großen Koalition wäre man dem Ziel einer qualifizierten Mehrheit im EU-Ministerrat ein gutes Stück näher gekommen.

Um keinen Zweifel am Verbraucherwillen aufkommen zu lassen und die neue Bundesregierung zugleich dazu zu motivieren, bei europäischen Partnern für die Ablehnung zu werben, machten auch zivilgesellschaftliche Akteure, Verbände und Vereine noch einmal mobil. Eine Greenpeace-Umfrage ermittelte im Januar 2014 eine Mehrheit von

88%, die sich gegen den Genmais 1507 richtete. Selbst das Bundeslandwirtschaftsministerium hatte im Dezember 2013 eine Emnid-Umfrage beauftragt, bei der sich 83% für eine gentechnikfreie Landwirtschaft aussprachen. Über Campact beteiligten sich zudem über 150.000 Bürgerinnen und Bürger binnen 48 Stunden an einem Online-Apell, den u.a. der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) initiiert hatte.

Der 11. Februar 2014 brachte jedoch wider alle Erwartungen eine Niederlage für die Verbraucher/-innen. Die zur Agro-Gentechnik positiv eingestellte CDU hatte sich gegen die Koalitionspartner CSU und SPD durchgesetzt und die Bundesregierung enthielt sich daraufhin bei der Abstimmung im EU-Ministerrat. Die notwendige qualifizierte Mehrheit gegen 1507 kam nicht zustande, womit der EU-Gesundheits- und Verbraucherkommissar ihn nun jederzeit zulassen kann.

Die dritte Runde und die Gewissheit der Ungewissheit

Worum es fortan ging, war die Diskussion um nationale Anbauverbote, den sogenannten Opt-Out-Varianten. Denn die Enttäuschung war zwar groß, aber der Widerstand der Verbraucher/-innen ungebrochen, wie weitere 100.000 Unterschriften aus einer Aktion von BNN und BÖLW deutlich machten. Bei der Übergabe an den Staatssekretär des Bundesumweltministeriums (BMUB) Jochen Flasbarth hatten BNN und BÖLW im Vorfeld der entscheidenden Sitzung des EU-Ministerrates, die Bundesregierung noch einmal an den Wunsch der deutschen Bevölkerung nach sicheren, umfassenden Anbauverböten erinnert. Am 12. Juni 2014, dem Tag der Abstimmung, entschied das EU-Gremium zugunsten nationaler Anbauverböte.



Unterschriften-Übergabe im Bundesumweltministerium: (v.l.n.r.) Jan Plagge (BÖLW), Staatssekretär Jochen Flasbarth (BMUB), Meinrad Schmitt (BNN), Peter Röhrig (BÖLW), Hilmar Hilger (BNN)

Doch der angenommene Entwurf weist deutliche Mängel auf, wie beispielsweise die Verhandlungsabhängigkeit von Industriekonzerne, bei denen es erheblichen Nachbesserungsbedarf gibt. Umwelt- und Verbraucherschutzverbände, die gesamte Naturkostbranche sowie die Mehrheit deutscher Bevölkerung streiten nun dafür, dass sich die

1507 und seine Folgen

Die von der Firma Dupont entwickelte transgene Maissorte 1507 produziert das so genannte Bt-Toxin - ein ansonsten vom Bakterium *Bacillus thuringiensis* erzeugtes Gift - selbst. Technisch ins Erbgut der Maispflanzen eingebaut, synthetisiert die Pflanze den Wirkstoff und sorgt dafür, dass Larven des schädlichen Maiszünslers beim Fressen getötet werden. Das selbsterzeugte Insektizid wird über sämtliche Pflanzenteile wie Kolben, Blätter, Wurzeln, Stängel und Pollen an die Umwelt abgegeben. Darüber hinaus macht ein eingebautes, artfremdes Gen die Sorte resistent gegen das umstrittene Herbizid Gluphosinat. In den USA sind bereits in mehreren Regionen Schädlinge resistent gegen das Gift. Daher müssen dort zusätzliche Insektizide gespritzt werden.



© smereka - Fotolia.com

Die Schädlinge, gegen die er wirken soll, lassen sich ohne weiteres durch eine Fruchtfolge und Bodenbearbeitung wirkungsvoll bekämpfen. Die Zulassung des Mais würde dazu führen, dass Mais noch stärker ohne jede Fruchtfolge in Monokulturen angebaut wird. Das schädigt Böden und Biodiversität.

Bundesregierung für souveräne, rechtssichere und flächendeckende Opt-out-Möglichkeiten einsetzt. Nun ist das Europäische Parlament gefragt, Verbesserungen für den Schutz der gentechnikfreien Landwirtschaft durchzusetzen und die Gentechnikkonzerne aus dem Verfahren für nationale Anbauverböte auszuschließen. Der zeitliche Druck hat sich in dieser neuen Phase keinesfalls entschärft. Eine Anbauzulassung für den Genmais 1507 kann je nach Arbeitseifer und Motivation des EU-Verbraucherkommissars oder der EU-Kommission jederzeit erfolgen. Das Ende des langen Kampfes gegen 1507 bleibt ungewiss.

Marcel-Philipp Werdier 

Nachgefragt

... bei Ökofrost

FRAGE
UND
ANTWORT



Florian Gerull, Geschäftsführer Ökofrost

Im Mai dieses Jahres informierte Bio-Tiefkühl-Spezialist Ökofrost die Öffentlichkeit über den Einstieg der Wagner Holding GmbH als neuen Anteilseigner mit 49 Prozent. Die Mehrheit von 51 Prozent hält der geschäftsführende Gesellschafter von Ökofrost, Florian Gerull. Mit der neuen Partnerschaft sei das Unternehmen gut aufgestellt, seine Vision, Mitgestalter einer neuen Wirtschaftsethik zu sein, umsetzen zu können, so die Pressemitteilung. Zu Hintergründen, Erwartungen und Perspektiven fürs Unternehmen und für die Branche befragten wir Geschäftsführer Florian Gerull.

BNN: Herr Gerull, Sie haben mit der Wagner Holding einen prominenten Anteilseigner an Ihrer Seite. Viele assoziieren mit „Wagner“ in erster Linie TK-Pizza in Bio-Qualität, und neuerdings auch den Lebensmittelriesen Nestlé. Wie hängt das alles zusammen?

Florian Gerull: Das Unternehmen Wagner Tiefkühlprodukte ist als Pionier auf dem Piz zamarkt bekannt und wurde von der Familie Wagner/Hares über Jahrzehnte mit viel Engagement und Herzblut aufgebaut. Aus persönlichen Gründen und um den Standort und die Arbeitsplätze der Mitarbeiter zu sichern, verkaufte die Familie das Unternehmen 2012 an die Nestlé AG. Die Familie Wagner/Hares engagiert sich seitdem unter dem Dach der Wagner Holding GmbH, die komplett eigenständig ist und nichts mit der Nestlé AG zu

tun hat. Ziel der Wagner Holding ist es, innovative Unternehmen mit nachhaltiger Ausrichtung zu unterstützen.

An Ökofrost beteiligt sie sich mit 49% und unterstützt die Firma durch Knowhow, Kontakte und finanzielle Mittel, ohne operativ ins Tagesgeschäft einzugreifen. Die Basis der Partnerschaft ist gegenseitiges, langjährig gewachsenes Vertrauen, da die Unternehmerfamilien Wagner/Hares und Gerull bereits seit 15 Jahren zusammenarbeiten und eine gemeinsame Werteorientierung haben.

Was sind Ihre unternehmerischen Ziele?

Als Pionier und Spezialist für Bio-Tiefkühlkost wollen wir möglichst viele Menschen mit gesunden Lebensmitteln versorgen. Dabei ist es uns wichtig, dass unser gesamtes Handeln zur Heilung und zum gesunden Wachstum

von Mensch, Gesellschaft und Natur beiträgt. In diesem Sinne engagieren wir uns für die Entwicklung und Verbreitung einer neuen Wirtschaftsethik, bei der Menschlichkeit, Ehrlichkeit, Achtsamkeit, partnerschaftliches Verhalten und gesunde Entwicklung im Vordergrund stehen - und der Finanzgewinn als Mittel zur Erreichung dieser Ziele eingesetzt wird.

Welche Rolle spielt dabei der Naturkostfachhandel?

Etwa 85% unseres Umsatzes machen wir im Naturkostfachhandel, und das wird auch unser Schwerpunkt bleiben. Seine Stärke sehen wir in der Beratungskompetenz und der großen Sortimentsvielfalt. Wir betrachten als gemeinsames Ziel, dass der Anteil der Bio-Produkte am Markt eines Tages 100% erreicht. Aus unserer Sicht ist dies nur zu erreichen, wenn der konventionelle Handel mit einbezogen wird, denn nur mit dem Fachhandel allein werden wir es nicht schaffen. Wir verkaufen Bio-Lebensmittel auch an den LEH, um ihn mit ins Bioboot zu holen. ❀

Ulrich Walter GmbH/Lebensbaum Lob für CR-Engagement

Bio-Pionier Lebensbaum ist von der Bertelsmann Stiftung für sein Corporate Responsibility Engagement ausgezeichnet worden. In einer kürzlich veröffentlichten Studie untersuchte die Stiftung zusammen mit der Universität Bayreuth, wie verantwortlich Unternehmen handeln und wie diese Verantwortung unternehmensintern verankert und umgesetzt wird. 169 deutsche Unternehmen wurden dabei im ersten Corporate Responsibility Index (CRI) verglichen.

Für die Gruppe der mittelständischen Unternehmen wurde Lebensbaum als bestes Beispiel hervorgehoben. Besonders positiv wurde bewertet, dass die Lebensbaum-Geschäftsführung die CR-Strategie mittrage, in allen Bereichen eine erkennbare Wertekultur vorhanden sei und dass CR-Ziele klar definiert und ihr Erreichen überprüft würde. Zu CR gehört beispielsweise der verantwortungsbewusste Umgang mit



Firmensitz von Bio-Pionier Lebensbaum in Diepholz

Ressourcen wie Energie und Rohstoffen, ebenso wie mit der Ressource Mensch. ❀

Bohlsener Mühle

35 Jahre: All or nothing - you got to keep on trying

Von der ökologischen Idee überzeugt übernahm Volker Krause 1979 die elterliche Mühle, stellte auf die Verarbeitung von Bio-Getreide um und traf den weichenstellenden Entschluss, das verarbeitete Getreide selbst zu Brot und Keksen zu verarbeiten. 35 Jahre später ist aus dem Entschluss von damals eines der bekanntesten und produktivsten Bio-Unternehmen Deutschlands geworden.

Die Bohlsener Mühle in der niedersächsischen Gemeinde Bohlsen beschäftigt heute nahezu 190 Mitarbeiter, die dazu beitragen, mehr als 1000 verschiedene Produkte zu fertigen beziehungsweise zu han-



Fast so lange wie die Bohlsener Mühle, gibt es auch das Bohlsener Mühlenfest, das Ende Juni zum 33. Mal ein buntes Programm für Kinder und Erwachsene auf dem idyllischen Mühlenhof bot.



Schon früh von der ökologischen Idee überzeugt: Volker Krause

deln. Aus Anlass des Jubiläums hat die Bohlsener Mühle in ihrer Schatztruhe gewählt und den Kräcker der ersten Stunde wieder aufgelegt: „Unser erster Sesam-Kräcker entstand nach einer Fete mit reichlich Bier und Salzstangen. Teig gemacht, von Hand ausgerollt, mit dem Lineal in Rechtecke geschnitten, mit einem Messer aufs Blech gesetzt, gebacken, gebrochen, in Tüten gepackt: zack - fertig!“ erzählt Helmut Vollmer, der Bäckermeister der ersten Stunde und heutige Betriebsleiter. Der neu aufgelegte Kräcker hat noch dieselbe Rezeptur wie vor 35 Jahren, aus dem handwerklichen Betrieb von damals ist heute allerdings eine moderne Produktionsanlage geworden, getreu dem damaligen Lieblingssong „All or nothing - you got to keep on trying“ (Chris Farlowe). ❀

Ökologische Molkereien Allgäu (ÖMA)

Doppelspitze in der Geschäftsführung

Seit Juni 2014 bildet wieder eine Doppelspitze die Geschäftsleitung der Ökologischen Molkereien Allgäu (ÖMA). Ab sofort wird das Allgäuer Unternehmen gemeinsam von Michael Welte und Ulrich Kurz (s. Foto) geführt. Ulrich Kurz, der über langjährige Erfahrungen

im Molkereibereich verfügt, wird die Bereiche Personal, Buchhaltung und Lager & Logistik führen und die langfristige Weiterentwicklung und den Ausbau der Fachhandelsmarke ÖMA begleiten. Michael Welte verantwortet den Einkauf, Vertrieb und das Marketing. ❀



LOGOCOS Naturkosmetik AG

Neue Spitze mit Alexander Welter und Heinz-Jürgen Weiland

Der Aufsichtsrat der LOGOCOS Naturkosmetik AG berief Ende Mai 2014 Alexander Welter zum geschäftsführenden Vorstand des Unternehmens. Er folgt auf Ulrich Grieshaber, der das Unternehmen verlassen hatte. Weiteres Vorstandsmitglied für die Bereiche Forschung und Entwicklung bleibt Heinz-Jürgen Weiland. „Der Hannoveraner Unter-

nehmer Alexander Welter ist der LOGOCOS schon seit langer Zeit als privater Investor und Berater verbunden. Er setzt den eingeschlagenen Weg der Weiterentwicklung der Marken Logona, Sante, Heliotrop und Fitne fort“, erläuterte der Vorsitzende des Aufsichtsrates Ulrich Franz die Entscheidung für Welter. ❀

Moin Bio

Kooperation mit Getreidezüchtung Peter Kunz

Ab 2015 wird Moin Bio mit einer Mischung von drei verschiedenen Weizensorten aus der ökologischen Züchtung Peter Kunz arbeiten, die in Deutschland vermehrt und ausgesät werden. Durch die Kombination verschiedener sich ergänzender Eigenschaften könnten auch Sorten mit weniger Proteingehalt gute Backergebnisse erzielen, wie Züchter Peter Kunz beim Tag der offenen Tür zum 30-jährigen Jubiläum des Vereins für Kulturpflanzenentwicklung im schweizerischen Feldbach erläuterte. So entlastet die gezielte Zusammenarbeit von Züchter und Hersteller nicht nur den Boden, sondern auch den Landwirt, der Düngung reduzieren und damit Kosten und Arbeitsaufwand einsparen kann. "Wir sind gespannt auf diese Mehle und freuen uns darauf, unser Bäcker-Knowhow hier voll einbringen zu können, um gute Croissants und Blätterteige herzustellen", so Hans-Paul Mattke.



Hans-Paul Mattke beim Jubiläumsfest des Vereins für Kulturpflanzenentwicklung, GZPK in Feldbach/Schweiz

Brigitta Sui Dschen Mattke von Moin Bio ergänzt, dass es dabei aber nicht nur um Produkte gehe. „Die ökologische Getreidezüchtung ist echte Kulturarbeit und gesellschaftliche Aufgabe, wenn wir in Zukunft unsere Nahrungsmittelsouveränität nicht vollständig an die konventionellen Konzerne verlieren wollen.“

Byodo

Mitarbeiterbeteiligung durch Genussrechte

Das Mühldorfer Bio-Feinkost-Unternehmen Byodo hat im Mitarbeiterjahr eine neue Unternehmensbeteiligung für seine Beschäftigten eingeführt. Ab sofort haben die 49 Mitarbeiter die Möglichkeit, sich in Form von Genussrechten am Unternehmen zu beteiligen. Byodo Geschäftsführer Michael Mossbacher, der gemeinsam mit Partnerin Andrea Sonnenberger die Einführung des Modells vorberei-

tete, freut sich über die Zustimmung aus dem Team: „Viele unserer Mitarbeiter stekken schon seit Jahren ihr Herzblut in unsere Firma – mit der Vergabe der Genussrechte können wir sie nun alle zu gleichen Teilen daran beteiligen.“

Genussrechte bieten gerade mittelständischen Unternehmen die Möglichkeit, Mitar-

beiter steuerbegünstigt zu beteiligen. Alle festangestellten Byodo Teammitglieder mit über einem Jahr Firmenzugehörigkeit können einen Genusschein beantragen, der mit 3,9 Prozent fest verzinst ist. Abhängig von der Umsatzrendite des Unternehmens liegt die Höhe der Beteiligung pro Mitarbeiter und Kalenderjahr bei maximal 560 Euro – 360 Euro davon sind steuerfrei.

SONETT

Spatenstich mit Landesminister Alexander Bonde

Im Juli 2014 fand der erste Spatenstich für den Lagerneubau beim ökologischen Wasch- und Reinigungsmittelhersteller Sonett im Deggenhausertal statt. Mit dabei war auch der baden-württembergische Landwirtschaftsminister Alexander Bonde, der dem Unternehmen zur Aufnahme in das ELR Förderprogramm „Spitze auf dem Lande, Technologieführerschaft in Baden-Württemberg 2013“ gratulierte, was eine Spitzenförderung von 400.000 Euro bedeutet. Sonett will diesen Betrag voll ausschöpfen, da eine Investition in das neue Lager in Höhe von 2,5 Mio. Euro geplant ist.

Gebaut wird ein Kommissionierlager mit 2.400 m² Grundfläche, mit viel Tageslicht über Lichtkuppeln und großen Fensterflächen und einer Heizung aus Erdwärme. Für das neue Lager kommen nur ökologische Baumaterialien zum Einsatz. Im Nachbargebäude entstehen zudem 400 m² Bürofläche neu. Die Bauzeit ist mit einem Jahr kalkuliert.



v.l.n.r.: Albrecht Römer, GF der Camphill Dorfgemeinschaft Lehenhof, Beate Oberdorfer (GF Sonett), Martin Hahn (Landtagsabgeordneter der Grünen), Gerhard Heid (GF Sonett), Alexander Bonde (Landwirtschaftsminister Baden-Württemberg), Hermann Knisel, stellv. Bürgermeister Gemeinde Deggenhausertal

Zum Tode von Wilhelm Albert Rinklin sen. Familienmensch und Bioland-Pionier

Die Biobranche trauert um einen ihrer vorbildlichsten Wegbereiter und allseits geschätzten Weggefährten: Wilhelm Albert Rinklin sen. starb am 27. Juli 2014 im Alter von 88 Jahren an seinem Lebensort in Eichstetten.

Der Biolandwirt aus Berufung stellte schon 1955 seinen Betrieb auf die ökologische Bewirtschaftung um. Nachdem er zunächst einige Jahre biodynamisch arbeitete, folgte

Ende der 60er Jahre die Umstellung auf den organisch-biologischen Landbau. 1971 gehörte er zu den Gründungsmitgliedern der Fördergemeinschaft für den organisch-biologischen Landbau, aus der sich später der Biolandverband entwickelte. Im Verband war er jahrelang als Vorstand tätig. Seinen Hof übernahm sein jüngster Sohn Friedhelm, der den Gemischtbetrieb inzwischen als Bioland-



© Rinklin

Weingut führt. Sein ältester Sohn Wilhelm jun. gründete in den 70er Jahren den Naturkostgroßhandel Rinklin.

Wilhelm Rinklin sen. hinterlässt seine Ehefrau Lydia, 7 Kinder, 28 Enkel und 24 Urenkel. ❀

Life Food GmbH/Taifun Klare Zukunftsaussichten dank Stiftung

Wolfgang Heck, Firmengründer und bisheriger Gesellschafter des Tofu-Herstellers Life Food GmbH/Taifun hat sämtliche Geschäftsanteile in eine Stiftung eingebracht. Die neu gegründete Heck-Unternehmensstiftung übernimmt zukünftig die Rolle des einzigen Gesellschafters. Wesentlicher Inhalt der Stiftung ist die Förderung einer auf pflanzlicher Eiweißversorgung basierenden Ernährungsweise. Darüber hinaus soll die Stiftung das bestehende Unternehmen erhalten und weiterentwickeln und lässt prinzipiell die Gründung weiterer Unternehmen oder Beteiligungen zu. Als Stiftungszweck verankert sind unter anderem die gerechte Verteilung bestehender Ressourcen und das Bewahren von Gesundheit und Lebensfreude. Wolfgang Heck

wird die Stiftung leiten und zugleich weiter unternehmerisch tätig sein. Die Stiftung ist außerdem auf zukünftige Generationswechsel abgestimmt. So eröffnet sie Hecks drei Söhnen die Möglichkeit, später in den Vorstand eintreten und die Werte-Philosophie weiterzutragen.

Für Wolfgang Heck wird ein langgehegter Traum wahr: „Mit diesem Schritt möchte ich das Unternehmen langfristig und über mehrere Generationen hinweg stabil und gesund erhalten“, begründet er seine Entscheidung. Ein bedeutendes Signal auch an die rund 230 Mitarbeitenden, denn jetzt gehört das Bio-Unternehmen nur noch sich selbst und kann somit nicht verkauft werden. ❀

Neumarkter Lammsbräu Verleihung des 13. Nachhaltigkeitspreises

Anfang Juli 2014 verlieh die Ökobrauerei Neumarkter Lammsbräu zum 13. Mal ihrem Nachhaltigkeitspreis. Aus 115 Bewerbungen hatte die Jury in vier Kategorien fünf engagierte Menschen und Organisationen ausgewählt, die einen Beitrag zu besseren Umwelt- und Lebensbedingungen leisten. Die jährlich verliehenen „Lämmchen“, mit jeweils 2.500 Euro dotiert, sollen zum Weitermachen motivieren und möglichst viele Menschen zum Umdenken bewegen.

Ausgezeichnet wurden unter anderem der Journalist und Regisseur Valentin Thurn (Köln), der mit dem Kinofilm „Taste the Waste“ als einer der ersten die enorme Lebensmittelverschwendung thematisierte. In der Kategorie Privatpersonen ging der Preis an



© Johannes Green

v.l.n.r.: Valentin Thun, Dr. Ursula Hudson, Peter Esser, Ursula Reinhard, Ilona Jerger (Jury), Dr. Franz Ehrnsperger, Dr. Thomas E. Banning (Naturstrom AG), Prof. Dr. Angelika Zahrnt, Prof. Dr. Rainer Grießhammer, Thomas Mitterer (Chiemgauer Schulbauernhof e.V.), Prof. Maximilian Gege (Jury), Susanne Horn und Josef Zotter

Ursula Reinhard für ihren Einsatz zum Erhalt der Artenvielfalt. Die Tomaten-Expertin aus dem niedersächsischen Cremlingen legte den Grundstein für die rund 6.000 Obst- und Ge-

müsesorten umfassende Datenbank des Vereins zur Erhaltung der Nutzpflanzenvielfalt (VEN). Weitere Informationen unter www.lammsbraeu.de. ❀



Kornkraft

Zukunftstag 2014: Den Weg des Kakaos entdecken

Anlässlich des Kornkraft-Zukunftstages Ende März besuchten 13 Schülerinnen und Schüler den norddeutschen Großhändler und erlebten aus unmittelbarer Anschauung, wie ein Großhandel funktioniert. Nach einem gemeinsamen Frühstück mit selbstgemachtem Müsli lernten sie die einzelnen Bereiche des Unternehmens kennen und erkundeten, wie Kakao unter fairen Bedingungen angebaut und gehandelt wird. Als echte Schokoladen-Tester konnten sie schließlich erfolgreich konventionelle von Bio-Schokolade unterscheiden.

Erzeugertag bei Kornkraft

15 regionale Erzeuger trafen sich im Frühjahr beim Naturkostgroßhändler Kornkraft zu einem Erfahrungsaustausch über Anbau und Vermarktung von Obst und Gemüse. Ein zentrales Thema war Saatgut

Zukunftstag 2014: Dreizehn neue Kakao- und Schoko-Experten bei Kornkraft

und CMS. Unter den Anwesenden herrschte große Einigkeit, dass die CMS-Züchtungsmethode nicht mit den Grundsätzen des Ökolandbaus vereinbar sei und, dass der Ausstieg aus diesem Züchtungsverfahren klares Ziel sein sollte. Erschwert würde dieses Ziel auch durch die Saatgutfirmen, die mit Angaben über den CMS-Status einzelner Sorten sehr zurückhaltend seien. Ein erster wichtiger Schritt, um die nötige Transparenz herzustellen, sei die FiBL-Datenbank, so die Einschätzung der Runde.

Kornkraft engagiert sich im BNN und durch Unterstützung des Saatgutfonds aktiv an der dringend nötigen Züchtung ökologisch angepasster Sorten. ❁



Stärkung der regionalen Vermarktung: gute und offene Atmosphäre beim Erzeugertreffen bei Kornkraft

Voelkel

Kulinarischer Botschafter Niedersachsens 2014

Niedersachsens Ministerpräsident Stephan Weil hat erneut die besten Lebensmittel aus Niedersachsens Regionen ausgezeichnet. Dazu gehört jetzt auch der ‚Heimische Multi‘ von Voelkel. 130 Produkte von 76 Lebensmittelherstellern nahmen an der 5. Ausschreibung des Wettbewerbes „Kulinarisches Niedersachsen“ teil. Am 19. Juni 2014 überreichte Weil in Hannover die Urkunde zum „Kulinarischen Botschafter Niedersachsens 2014“ für den ‚Heimischen Multi‘ an Geschäftsführer Stefan Voelkel und Verkaufsleiter Mirko Weimann. Insgesamt zeichnete Weil 47 exzellente Lebensmittel von 40 Herstellern aus. Für den ‚Heimischen Multi‘ verarbeitet Voelkel ausschließlich Zutaten aus deutscher Landwirtschaft. Der Saft besteht aus Birnen, Äpfeln, Mirabellen, Möhren und Sanddornbeeren. Letztere kommen vom Anbaupartner Storchennest aus Ludwigslust, die Mirabellen zum Beispiel von der Insel Rügen.

Als „Kulinarische Botschafter“ ausgezeichnete Lebensmittel müssen eine unabhängige Expertenjury vor allem sensorisch überzeugen.



v.l.n.r.: M. Weimann (Verkaufsleiter), S. Voelkel (Geschäftsführer) und D. Weimann (Außendienst)

Wichtig sind auch eine interessante Produktidee und eine authentische, niedersächsische Unternehmensgeschichte der Hersteller.

Weitere Informationen unter

www.kulinarische-botschafter-niedersachsen.de. ❁

Bio Brummer Ein Vierteljahrhundert Naturkost in Trossingen

Als Gerhard Brummer 1985 zusammen mit einem kleinen engagierten Team das „Kornhäusle“ in Trossingen im Landkreis Tuttlingen eröffnete, war es Pionierarbeit, denn das Kornhäusle mit seinen 50 m² Fläche war der erste Bioladen der Stadt. Das kleine Unternehmen entwickelte und etablierte sich schnell in der 15.000-Einwohner Gemeinde nahe Schwarzwald und schwäbischer Alb. Fünf Jahre später stand der erste Umzug an, auf 75 m² präsentierte sich der Biomarkt nun mit einem erweiterten Sortiment. 2001 schließlich eröffnete Brummer den heutigen Biofachmarkt in der Ernst-Haller-Straße in Trossingen. 150 m² Verkaufsfläche stehen seitdem zur Verfügung und bieten Platz für ein vielseitig attraktives und hochwertiges Angebot an Bio-Lebensmitteln, Naturkosmetik und Haushaltsprodukten. Unterstützt wird In-



Seit 25 Jahren ist Gerhard Brummer als Naturkosteinzehändler aktiv.

haber Brummer von einem vierköpfigen Team, das wie er selbst, auf gute und kompetente Kundenberatung sehr viel Wert legt. Um ihren Kunden stets ein kompetenter Ansprechpartner zu sein, nehmen Brummer wie auch sein Team regelmäßig an Fortbildungen teil. Ein Erfolgskonzept, vom dem nicht nur die Kunden profitieren, es bereitet auch den Weg für die nächsten 25 Jahre. Wir gratulieren unserem Mitglied Bio Brummer! ❀

BIO COMPANY

„Mit Mach Wald“ für alle: Naturschutzprojekt in Brandenburg

Das Waldgebiet Hubertusstock im brandenburgischen Biosphärenreservat Schorfheide-Chorin leidet seit Jahren an der Überwachung durch Monokulturen. An vielen Stellen stehen Fichten, Douglasien oder Lärchen – ein naturnaher Laubwald mit heimischen Arten fehlt dort. Die Struktur ist eintönig, der Boden kahl. Nur noch wenige Pflanzen und Tiere leben hier. Dies soll sich nun ändern. Die BIO COMPANY und die Stiftung NaturSchutzFonds Brandenburg haben das Projekt „Mit Mach Wald“ initiiert, um die Rena-

turierung dieser Forstflächen voranzutreiben. Im Rahmen der Stiftungsinitiative „NaturVielfalt Brandenburg“ soll wieder heimischer Mischwald als neuer Lebensraum für gefährdete Tier- und Pflanzenarten entstehen. Verbraucher können sich in den Filialen der BIO COMPANY an der Aktion beteiligen. Jeder Euro trägt dazu bei, einen Quadratmeter Wald im Naturerbe-Gebiet Hubertusstock zu einem artenreichen Mischwald aufzubauen. Ein gespendeter Euro bedeutet dabei die Umwandlung von einem Quadratmeter Wald. Die Stif-

tung wird alle über die Spenden hinausgehenden Beträge, die für die Umwandlung vonnöten sind, aus eigenen Mitteln finanzieren. „Mit dem Projekt ‚Mit Mach Wald‘ möchten wir die Menschen dazu anregen, selbst etwas zu gestalten und aktiv am Naturschutz teilzunehmen“, erläutert Georg Kaiser, Geschäftsführer der BIO COMPANY das Engagement. ❀



Ökoland Teamausflug mit Besuch der Partnerbetriebe

Anlässlich eines Betriebsausfluges besuchte das Ökolandteam drei Partnerunternehmen und verband so Teamspirit mit praktischen Einblicken vor Ort. Beim Erzeuger ‚Freiland Puten Fahrenzhausen‘ in Zieslütze hatten sie die Möglichkeit, Puten in Freilandhaltung zu sehen und sich davon zu überzeugen, wie tierartgerechte Haltung in der Praxis funktioniert. Danach reiste das achtköpfige Team weiter zur Fleischerei Hencke in Bad Bevensen, einem tierschutz-zertifizierten Schlacht- und Zerlegebetrieb. Der erfahrene Betrieb sorgt dafür, dass die Tiere nach der Anlieferung im Wartebereich in kleinen Gruppen stressfrei gehalten werden, bevor es zur Schlachtung geht. Den Abschluss machte der Besuch des Bioland Ferkelerzeugerbetriebs Giff-



Eine Gruppe Puten im Wald mit viel Auslauf und Beschäftigungsmöglichkeiten

horn, der seine 65 Sauen in Hütten im Freien hält. Damit sind die Tiere ganzjährig an der frischen Luft, haben Auslauf und im Sommer ein Schlammloch zum Abkühlen und als Sonnenschutz. Auch die Ferkel werden draußen geboren und dort aufgezogen. ❀

Spielberger Mühle Landes-Umweltminister Untersteller zu Besuch am Aktionstag Nachhaltigkeit

Im Rahmen der Nachhaltigkeitstage 2014 besuchte am 12. Juli 2014 der baden-württembergische Minister für Umwelt, Klima und Energiewirtschaft Franz Untersteller die Spielberger Mühle in Brackenheim und eröffnete den Aktionstag der Initiative SynErgie aus dem Zabergäu. Mit diesem Aktionstag wollte der Arbeitskreis regionaler Firmen aus Brackenheim und Umgebung seine Nachhaltigkeitsleistungen einer breiten Bevölkerung vorstellen und zum Umdenken anregen. Die Spielberger Mühle, die seit Jahrzehnten ihre Unternehmenspolitik nachhaltig ausrichtet, bot an diesem Tag Einblick in ihre Produktion und stellte ihr energieautarkes Verwaltungsgebäude vor.



Mühlenbesuch: Bürgermeister Rolf Kieser, Umweltminister Franz Untersteller und Volkmar Spielberger

Brackenheim habe bereits 2010 den Klimaschutz im Stadtentwicklungsplan verankert, so Bürgermeister Rolf Kieser zur Eröffnung. Umweltminister Untersteller betonte die Notwendigkeit, Klimaschutz systematisch anzugehen und forderte Pilotprojekte insbesondere bei kleinen und mittleren Unternehmen. Er zeigte sich darüber hinaus sehr beeindruckt von den Maßnahmen und Erfolgen der Bio-Mühle. ❀

Alnatura 101 Mal „Naturschutz vor Ort“ mit dem BUND

Welches sind die beliebtesten BUND-Naturschutzprojekte? Hierüber haben Alnatura Kunden im Juni abstimmen können. Unter dem Motto „Naturschutz vor Ort“ standen 101 Projekte des BUND (Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland) auf der Alnatura Website zur Wahl. Mit großer Resonanz: über 113.000 Kunden stimmten ab. Mit ihrem Votum entschieden die Kunden auch, welche Projekte mit insgesamt 135.000 Euro Spenden unterstützt werden sollen. 54 Pro-

jekte in neun Bundesländern erhalten je 2.500 Euro. Hinzu kommen noch Spenden, die Alnatura Kunden durch den Kauf der „Alnatura Jubiläums-Edition“ - sechs neue Alnatura Produkte in von Kunden gestalteten Verpackungen - ermöglichen. Je verkaufter Packung gehen zusätzlich nochmals 30 Cent in die BUND-Projekte. Die meisten Stimmen erhielten eine Aktion zum Schutz von Erdkröten in Hessen, ein Programm zur Rückkehr der Wildkatzen in Baden-Württemberg sowie ein

Lehrteich für Kinder auf einer Streuobstwiese in Rheinland-Pfalz. Bei ausgewählten Projekten können Alnatura Kunden ab Herbst 2014 auch selbst mitmachen und erleben, wie sich Naturschutz vor Ort anfühlt. Anlass für die Kooperation mit dem BUND ist das Jubiläum zum 30-jährigen Bestehen von Alnatura. Alle 101 Projekte im Überblick unter www.alnatura.de/bund. ❀



Die Regionalen Neue Naturkosmetikserie exklusiv für den Fachhandel



Der Bio-Großhändlerverband DIE REGIONALEN startete im Mai dieses Jahres mit einem eigenen Naturkosmetik-Sortiment, das ausschließlich dem Fachhandel vorbehalten ist.

Zur Eigenmarke „Lenz Naturpflege“ gehören 19 Pflegeprodukte, alle rein vegan und Nature-zertifiziert. Im Vordergrund stehen jeweils zwei Leitpflanzen, von denen mindestens eine aus deutschem Anbau stammt. Die Rezepturen orientieren sich an Pflanzen aus dem heimischen Kulturkreis.

Die preisliche Positionierung der neuen Serie ist für eine breite Zielgruppe ausgelegt. Neben attraktiven Handelsspannen ist vor allem die Exklusivität ein Bonus für den Bio-Fachhandel. „Wir wollen damit den Fachhandel stützen und neben der Profilschärfung vor al-

lem auch dafür sorgen, dass die Produkte trotz eines günstigen Verkaufspreises gut kalkuliert werden können“, erklärt Ronald Mikus, Geschäftsführer der Regionalen. Entwickelt wurde die Serie in Zusammenarbeit mit LOGOCOS, was auf der Verpackung auch transparent kommuniziert wird. „Mit Logocos konnten wir einen Partner mit über 35 Jahren Kompetenz in der Naturkosmetik und in der Fachhandelsbranche gewinnen. Wir freuen uns, dass wir durch die fruchtbare Zusammenarbeit eine hohe Qualität und sehr kundenfreundliche Produkte entwickeln konnten“, so Mikus. ❀

Viel diskutiert, aber notwendig?

Schwefel im Wein

Verbraucher/-innen reagieren zunehmend sensibel, wenn es um das Thema Schwefel im Wein geht. Es mehren sich die Stimmen, die fordern, auf Schwefelzusätze im Wein zu verzichten. Auch viele (Bio-) Winzer nehmen die Diskussion zum Anlass, über Alternativen nachzudenken und andere Wege der Weinkonservierung zu gehen. Schwefelfrei-deklarierte Weine gibt es nach wie vor wenige, vor allem hierzulande. Warum das so ist und ob es überhaupt sinnvoll ist, auf den Zusatz von Schwefel zu verzichten, mit diesen Fragen beschäftigt sich auch unser Kommentar des fränkischen Biowinzers Manfred Rothe.

Schwefel hat in der Weinherstellung (Vinifikation) eine lange Tradition, schon seit Jahrhunderten wird er als Konservierungsmittel genutzt. Schwefel entsteht allerdings auch von Natur aus in geringen Mengen bei der alkoholischen Gärung. Gänzlich schwefelfreie Weine gibt es daher nicht. Während der Weinbereitung wird in den allermeisten Fällen schweflige Säure in kleinen Dosen zugesetzt. Sie schützt vor Verderb, wirkt antimikrobiell und bindet Polyphenole. Diese gehören zu den Phytaminen, Pflanzenstoffe, die für unsere Gesundheit ähnlich bedeutsam sind wie Vitamine. Durch den Schwefel werden ebenso farbliche und geschmackliche Beeinträchtigungen wie auch die Bildung von Eiweißverbindungen (wie Histamin) verhindert, die für allergische Reaktionen oder Kopfschmerz verantwortlich sein können.

Die üblicherweise bei der Weinherstellung eingesetzten Mengen an Schwefel werden von gesunden Menschen in der Regel gut vertragen. Überhaupt ist Schwefel ein wichtiges Element des menschlichen Stoffwechsels, das wir tagtäglich mit unserer Nahrung in viel größeren Mengen aufnehmen.

Kommentar

Ein bisschen Schwefel muss sein!

Wir arbeiten in unserem Weingut seit mehr als 30 Jahren nach den Richtlinien von Bioland.

Seit Langem kennen wir die Bedürfnisse und die Assoziationen beim Verbraucher in Bezug auf Schwefel und Biowein. Gerade unter Weinfreunden bemerken wir immer wieder Unsicherheit in der Bewertung von Schwefel im Wein. Mit der Verankerung im Weinrecht zur Kennzeichnung von Sulfiten im Wein wollte der Gesetzgeber Klarheit schaffen. Richtig ist, dass ein kleiner Teil unserer Konsumenten mit Unverträglichkeit auf Schwefel (Sulfite) reagiert. Jeder dieser Betroffenen weiß das und muss seine Kaufentscheidungen im gesamten Le-



Schwefel entsteht bei der Weinbereitung auch auf natürliche Weise.

Biowinzer verwenden häufig deutlich weniger Schwefel als biorechtlich zugelassen. Nicht zuletzt auch um sensiblen Menschen eine Alternative zu bieten, versuchen einige Biowinzer, schweflige Säure als Konservierungsmittel zu reduzieren oder ganz darauf zu verzichten. Doch auch diese Weine enthalten wie beschrieben geringe Mengen Schwefel. Aktuell dürfen Bio-Weine in Abhängigkeit der Weinkategorie und des Restzuckergehaltes zwischen 100 mg (Rotwein mit weniger als 2 g Restzucker) und 370 mg (Eiswein) Schwefeldioxid pro Liter enthalten. Je höher der Restzuckergehalt, desto mehr Schwefel darf zugegeben werden. Bei Weiß- und Roséweinen ist der Schwefelgehalt daher oft höher als bei Rotweinen.

„Ohne Schwefel“ schmeckt anders

Durch den Verzicht auf Schwefel dominieren Aromen, die normalerweise von ihm gebunden würden. Diese Weine zeigen oft eine atypische Aromatik und haben sich daher am Markt (noch) nicht durchsetzen können. Für einige wenige Weintrinker ist dies auch Ausdruck einer möglichst naturnahen Entstehung des Weins.

Marion Schlage 

bensmittelbereich danach ausrichten. Da fast alle Weine im weltweiten Sortiment Sulfite enthalten - mal mehr, mal weniger - hätte eine Angabe, wieviel Schwefel ein Wein enthält, eine höhere Aussagekraft. Zumal es schwefelfreien Wein gar nicht geben kann, da während der alkoholischen Gärung in geringem Maße, meist unter der Kennzeichnungspflicht, sowieso Sulfite entstehen. Man spricht also grundsätzlich von Sulfiten, meint aber nur die „zugesetzten“.

Wein wird geschwefelt, um ihn vor Oxidation zu schützen. Ein gänzlicher Verzicht, besonders beim Weißwein, hätte Braunverfärbungen, Verlust von Fruchtigkeit und Frische und ein verändertes Ge-

schmacks- und Geruchsprofil zur Folge. Weine, bei deren Vinifikation der Verzicht auf Schwefel sich im Wesentlichen auf den Einsatz von großen Mengen Stickstoff und der in der EU-Verordnung zugelassenen Ascorbinsäure stützt, sind für mich keine Lösung. Dazu fehlt auch in den meisten familiären Weingütern die sehr teure technische Ausstattung.

Der Schwefelbedarf für jeden einzelnen Wein kann sehr unterschiedlich sein und richtet sich nach einigen natürlichen Gegebenheiten wie z.B. dem pH-Wert. Aber die wesentlichen Faktoren für die nötige Menge des einzusetzenden Schwefels liegen in der Hand des Winzers. Minimalismus im Weinkeller, urbanes Weinmaking, Orange-Wines, das sind unsere Vorstellungen vom vielbeschworenem Naturprodukt Wein. Wir richten seit einigen Jahren unser Arbeiten im Weinberg und Keller ganz bewusst nach diesen Zielen aus. 2013 sind wir einen weiteren Schritt gegangen, den Weinausbau in georgischen Amphoren nach 6.000-jähriger Tradition. Ein beeindruckendes Erlebnis. Wodurch wir auf einen großen Teil des Schwefels verzichten können, die uns die derzeitigen strengen Biolandrichtlinien erlauben. Dies ist unser persönlicher Anspruch. Die Voraussetzungen hierfür sind die konsequente gestaffelte Handlese, nur so viel ernten, wie man zügig kühl verarbeiten kann, kurze Wege im Keller, keine Schönungen, Hefelager bis vor die Füllung und in Zukunft noch mehr offene Maischegärung bei den Weißweinen (wie z. B. „Orange“-Weinen). Hier liegt für uns der Schlüssel. Phenole und Tannine werden aus Schalen und den Traubenkernen gelöst, geben dem Wein Struktur und Stabilität. Ein Weg, den wir im Auge behalten werden.

Fast alle unsere Weine haben in der Flasche weniger als die Hälfte des Schwefels, als die verschärften Biorichtlinien erlauben. Warum dann



© Manfred Rothe

Manfred Rothe, Ökoinhaber seit mehr als 30 Jahren

Steckbrief: Weingut Rothe

Winzerfamilie Christine und Manfred Rothe

30 Jahre Ökologischer Weinbau

Betriebsfläche ca. 10 ha Reben und 4 ha Zwetschgen/
Sauerkirschen

1 Mitarbeiter in Vollzeit

3-5 Mitarbeiterinnen in Teilzeit

Bioland und Biofair zertifiziert

Jahresproduktion ca. 70 000 Flaschen Wein

Mitglied der Demonstrationsbetriebe im BÖLN

www.wein-rothe.de

dieser wenige Schwefel? Weil ich ein Genussmensch bin. Ich liebe Wein. Ich möchte Weine produzieren, die nach Wein schmecken und nicht nach Cherry. Sie sollen herrliche Speisen begleiten. Sie sollen ihre Rebsorte zeigen. Sie sollen Freunde und Kunden begeistern. Und dafür benötige ich ein wenig „enthält Sulfite“!

Manfred Rothe, Bio-Winzer 


Naturkost Einzelhandel

BNN-Verpackungsfachtag - Fortsetzung folgt!

Am 18. Juni fand in Kassel der erste BNN-Verpackungsfachtag für den Naturkost Einzelhandel statt. Das Interesse der Einzelhändlerinnen und Einzelhändler an einem Austausch dazu war sehr groß. Die positive Resonanz bestätigte nicht nur Wahl und Stellenwert des Verpackungsthemas, sie bestärkt den BNN auch darin, intensiv in diesem Bereich weiterzuarbeiten.

Zu Beginn des Fachtags stellten die Referentinnen und Referenten aktuelle Entwicklungen rund um Verpackungen vor: Professor Thomas Simat, Mitglied des wissenschaftlichen Beirats des BNN, gab Einblick in Eintragswege von unerwünschten Stoffen aus Verpackungen im Kontakt mit Lebensmitteln. Thomas Fischer von Deutsche Umwelthilfe e.V. stellte Ergebnisse einer Vergleichsstudie zur ökologischen Bewertung von verschiedenen Tragetaschen vor und Emilie Florenkowsky, Gründerin von „unverpackt einkaufen/zeropack“, erläuterte neue Ansätze für das unverpackte Verkaufen von Trockenwaren. Letzteres wurde im Naturkostfachhandel lange Zeit für Getreide, Müsli, Nüsse usw. praktiziert und erlebt momentan - zumindest in den Medien - eine Renaissance.

Viel Raum bot der Fachtag für den Austausch von Praxiserfahrungen. In Themengruppen wurde intensiv und angeregt über Vor- und Nachteile des unverpackten Verkaufens und über die Empfehlung, Tüten soweit wie möglich auf Mehrweg-Modelle umzustellen, diskutiert. Ganz konkret wurden auch Ideen gesammelt, wie Kundinnen und Kunden zur mehrmaligen Nutzung von Tüten motiviert werden können.

Für den Herbst sind schon Fortführungstermine des Verpackungsfachtags für Einzelhändler geplant. Diese sollen auch der weiteren Vorbereitung von möglichen Empfehlungen im Bereich Verpackungen für Einzelhändler dienen. Termine entnehmen Sie bitte dem BNN-Seminarprogramm auf www.n-bnn.de. 



© Agropalma

Direkt an die Bio-Palm-ölpflanzungen von Agropalma grenzen große Schutzgebiete mit hohem Artenreichtum an. Das Unternehmen setzt Patrouillen-Teams ein, um die Gebiete vor Wilderern und Brandrodungen zu schützen.

Palmöl für Naturkosmetik und ökologische Wasch- und Reinigungsmittel

Eine saubere Sache: Nachhaltiges Bio-Palmöl

Palmöl hat keinen guten Ruf, denn für neue Plantagen werden oft Regenwald und Torfmoore zerstört und Landrechte nicht beachtet. Nicht einmal soziale Mindeststandards für Landarbeiter sind eine Selbstverständlichkeit. Das vielseitige Öl kann jedoch auch ökologisch und sozial verträglich gewonnen werden – und schlägt dann in der Umweltbilanz andere Pflanzenöle um Längen. Zum Glück, denn für die Naturkosmetik und für ökologische Wasch- und Reinigungsmittel sind Palmöl und Tenside aus Palmöl eine wichtige Zutat.

„Wir halten es für grundsätzlich falsch, Alternativen zu Palmöl zu suchen. Wir müssen für faires und umweltfreundliches Palmöl kämpfen, das ist der einzig gangbare Weg“, so bringt es Heinz-Jürgen Weiland auf den Punkt. Weiland ist Vorstandsmitglied für Forschung und Entwicklung bei der Logocos AG, die unter anderem die Marken Logona und Sante produziert und setzt sich seit vielen Jahren für sauberes Palmöl ein. „Jede Alternative wäre über kurz oder lang mit den gleichen Problemen behaftet, sogar mit größeren Problemen“, warnt er. Denn der Ertrag von Ölpalmen ist unschlagbar hoch, jede andere Ölpflanze benötigt viel größere Flächen, Soja zum Beispiel fünf Mal so

viel, um den gleichen Ertrag zu erzielen. Auch Jürgen Hack von Sodasan findet daher deutliche Worte: „Die Ölpalme an sich ist nicht das Problem, sondern die Brandrodungen und die sozialen Bedingungen in vielen Anbauregionen, vor allem in Indonesien und Malaysia.“

Pures Palmöl setzen Wasch- und Reinigungsmittelspezialisten wie Sodasan, Sonett und Almawin zwar nicht ein, und auch Logocos benötigt nur sehr kleine Mengen Palmkernöl, zum Beispiel für Cremes und Lippenstifte. Es stammt von Bio-Plantagen in Kolumbien. Aber alle Unternehmen, die ökologisch verträgliche Reinigungsmittel produzieren, brauchen Tenside, damit Haare, Wäsche und Wohnung auch wirklich sauber werden. In vielen Fällen kann das älteste Tensid der Welt, die klassische Seife, genutzt werden. Dafür werden Pflanzenfette mit Lauge gekocht. Sodasan produziert in Norddeutschland zum Beispiel flüssige Seifen aus heimischem Sonnenblumen und Rapsöl, bezieht aber auch feste Seifen aus Bio-Palmöl aus Kolumbien. Dort hat der Bio-Palmöl-Lieferant Daabon eine Seifenfabrik direkt neben seinen Bio-Plantagen gebaut, so dass die Wertschöpfung im Land bleibt. Auch der Waschmittel-Pionier Sonett stellt selbst Seifen her, vor allem aus ökologischem Raps-, Sonnenblumen- und Olivenöl, zu einem kleinen Teil auch mit Kokosfett. Wie bei Sodasan stammt das Palmöl für einige Pulverseifen und Seifenstücke aus biologischem Anbau.

Allerdings ist Seife nicht für jedes Einsatzgebiet geeignet. „Seifen sind sehr empfindlich gegenüber hartem Wasser, sie reagieren damit und bilden dann Kalkseife“, erläutert Jürgen Hack von Sodasan. Diese Kalk-



Das Fruchtfleisch besteht etwa zur Hälfte aus Öl, ebenso die großen Samenkörner, aus denen Palmkernöl gewonnen wird.

seife ist nicht wasserlöslich und bildet schmierige Niederschläge auf dem Geschirr. Neben Geschirrspülmitteln erfordern auch Wollwaschmittel Zuckertenside, ebenso Shampoos, da mit Seife das Haar schnell stumpf wird. Passende Tenside zu finden war für ökologisch orientierte Hersteller schon immer eine Herausforderung. Früher mussten sie auf Produkte auf Erdölbasis zurückgreifen, bis endlich die Zuckertenside auf den Markt kamen. Sie bestehen ausschließlich aus nachwachsenden Rohstoffen - aus pflanzlichen Fetten und Zucker. Während der Zuckeranteil meist aus Malz oder Zuckerrohr gewonnen wird, stammen die Fettsäuren oft aus Palmöl. Und hier haben sämtliche ökologischen Hersteller nach wie vor ein Problem: Zuckertenside lassen sich nur im großtechnischen Maßstab herstellen, und die beiden großen Anbieter haben keine Tenside auf Basis von Bio-Palmöl im Programm. Die getrennte Verarbeitung kleiner Bio-Chargen wäre schlicht zu aufwändig und zu teuer. Sodasan forscht daher gemeinsam mit der Hochschule Emden an neuen Tensiden mit anderen Zuckern, die sich möglicherweise auch in kleinerem Maßstab herstellen lassen. Auch Sonett arbeitet an Alternativen: „Wir haben schon einige Anläufe unternommen, selbst in die Produktion von anderen Tensiden neben den Seifen zu gehen, sind aber noch weit vor einer Verwirklichung“, sagt Geschäftsführerin Beate Oberdorfer. Almawin hat ein Flüssigwaschmittel mit Waschnuss-Extrakt im Programm. Die aus der Waschnuss gewonnenen Saponine wirken wie Tenside und machen zudem wie Weichspüler die Fasern weich.

Einsatz für mehr nachhaltiges Palmöl

Auch Logocos benötigt Zuckertenside, unter anderem für Shampoos, Duschgele, Reinigungs- und Rasierschäume, setzt aber für einige andere Produkte ersatzweise Acylglutamate ein, milde Tenside, die aus



© Dr. Astril Darussamin, RSPO

Ölpalmen wachsen ausschließlich in den Tropen, die größten Anbauländer sind Indonesien und Malaysia. Für RSPO-zertifizierte Plantagen wie diese gelten Mindestkriterien beim Arbeits- und Umweltschutz.

Algenöl - umstrittene Alternative zu Palmöl

Ecover hatte im Frühjahr ein neues Flüssigwaschmittel angekündigt, mit Tensiden ohne Palmöl, dafür mit synthetisch erzeugtem „Algenöl“, produziert von Mikroalgen, die in Fermentationstanks Zuckerrohr in Öl umwandeln können. Diese Algen produziert das US-Unternehmen Solazyme mit Hilfe der Synthetischen Biologie: Komplett neue Genabschnitte werden am Computer geschrieben und mit Hilfe spezieller Drucker synthetisiert. In die Algen werden somit künstliche Erbgutschnipsel eingebaut, nicht wie in der Gentechnik solche aus anderen Organismen. Die Risiken für Umwelt und Verbraucher sind unbekannt, daher hat Ecover nach Protesten alle Versuche gestoppt und diskutiert das Projekt nun mit Nichtregierungsorganisationen und Wissenschaftlern.

Glutaminsäure und Fettsäuren hergestellt werden und wie Zuckertenside biologisch leicht abbaubar sind. Da das Unternehmen auf die Ölqualität für die Tenside nicht direkt Einfluss nehmen kann, engagiert es sich im 2013 gegründeten „Forum Nachhaltiges Palmöl“ (FONAP). Wichtigstes Ziel: die Stärkung der Nachfrage nach zertifiziert nachhaltigem Palmöl. Denn zurzeit können weltweit nur 50 Prozent verkauft werden - den Rest müssen die Erzeuger mit Verlust als normales Palmöl abgeben.

Die FONAP-Mitglieder selbst haben sich verpflichtet, nur noch Palmöl zu verwenden, das als nachhaltig zertifiziert ist - und zwar nach einem höheren Standard, der die strikte Trennung von Palmöl aus nachhaltigem Anbau entlang der gesamten Lieferkette vorschreibt, ohne allerdings zwingend bio zu sein. Mit dabei sind neben Unternehmen der Naturkostbranche wie Logocos, Fauser Vitaquell, Weleda und Börlind auch Unilever, Nestlé, Henkel, Bahlsen, Edeka und Rewe. Daher könnte die Nachfrage nach nachhaltigem Palmöl tatsächlich wachsen. Erfreuliche Tendenzen gab es im ersten Quartal 2014 bereits. Dazu trägt sicher auch bei, dass Palmöl in der EU ab Dezember 2014 auf Lebensmitteln gekennzeichnet werden muss. Bisher wird das meist nicht nachhaltig produzierte Palmöl regelmäßig hinter den Begriffen „pflanzliches Öl“ oder „pflanzliches Fett“ versteckt. Nur im Bio-Fachhandel wird Palmöl im Rahmen der BNN-Volldeklaration seit Langem auf dem Etikett ausgewiesen.

Was Bio-Ölpalmen-Plantagen auszeichnet

Wie nachhaltiger Anbau in Bestform funktioniert, zeigen die beiden mit Abstand wichtigsten Bio-Palmöl-Erzeuger Agropalma in Brasilien und Daabon Organic in Kolumbien. Care Naturkost importiert seit 25 Jahren Palmöl aus Brasilien und beliefert einen großen Teil der deutschen Bio-Verarbeiter. 7.000 Tonnen ökologisches Palmöl und Palmfett kamen so im letzten Jahr nach Deutschland, der weitaus größte Teil wird für Bio-Lebensmittel benötigt. Karin Dudenbostel von Care

weist darauf hin, dass das brasilianische Palmöl nicht nur ökologisch produziert wird, sondern seit 2008 auch das EcoSocial-Siegel trägt: „Das ist in Brasilien sehr anerkannt und kommt dem Fairtrade-Siegel sehr nahe.“ Hinter dem Siegel steht IBD, das Instituto Biodinâmico, der größte und international anerkannte Zertifizierer Brasiliens. Für EcoSocial werden verschiedene Nachhaltigkeitskriterien bewertet, zum Beispiel sichere und faire Arbeitsbedingungen und Weiterbildungsmöglichkeiten, aber auch das ökologische Engagement. Agropalma renaturiert zum Beispiel ehemalige Weideflächen, die zu dicht an die Flussufer heranreichten und hat ein „Forest Patrol Programme“ gestartet, um die großen Waldreservate zwischen den Plantagen zu schützen. Da früher in der Region mehr als 75 Prozent der ursprünglichen Vegetation abgeholzt wurden, spielen die Urwald-Fragmente eine wichtige Rolle für die Artenvielfalt. Allein 407 Vogelarten wurden bisher identifiziert, außerdem bedrohte Arten wie Jaguar und Riesengürteltier. Agropalma lässt täglich ein 40-köpfiges speziell geschultes Monitoring-Team durch das Gelände patrouillieren, um die Flächen vor illegalem Holzeinschlag, Wilderei und Brandrodung zu schützen.

Bei Daabon ist eine eigene Abteilung für soziale und ökologische Nachhaltigkeit in die strategische Unternehmensplanung eingebunden. Dank der Aktivitäten liegen alle Voraussetzungen für eine Fairtrade-Zertifizierung vor, mit der Felipe Guerrero, der Direktor für Nachhaltigkeit, bis Mitte September rechnet. Daabon fördert unter anderem Schulen, die Versorgung mit Strom und Wasser, aber auch den Bau von Häusern für Kleinbauern und Mitarbeiter des Unternehmens. Es gibt keine Zeitarbeitskräfte, sondern nur Festangestellte mit geregelter Krankheits- und Altersversorgung. Bereits seit 2003 lässt sich das Unternehmen freiwillig nach dem internationalen Standard S.A. 8000 für „Social Accountability“ (soziale Verantwortung) zertifizieren. Eine Besonderheit ist, dass über das Programm „Las Alianzas“ 180 Kleinbauernfamilien Bio-Palmöl an Daabon liefern - zu garantierten Abnahmepreisen. Über ein mit internationalen Mitteln gefördertes Programm für Projekte im Rahmen der UN-Biodiversitäts-Konvention und der UN-Klimarahmenkonvention setzt sich Daabon besonders für den Schutz der für die Region typischen Trockenwälder ein.

Die ökologische Erzeugung bringt weitere Vorteile für die Anbauregionen: Der Verzicht auf gefährliche Pestizide schützt Menschen und Umwelt. Stattdessen wird auf natürliche Methoden der Schädlingsbekämpfung wie Pheromonfallen gesetzt. Besonders wichtig auf Bio-Plantagen ist der Erhalt der Bodenfruchtbarkeit, damit die Flächen dauerhaft genutzt werden können. Konventionelle Plantagen werden oft aufgegeben, wenn der Ertrag nicht mehr stimmt - das Unternehmen bepflanzt dann neue Flächen, im schlimmsten Falle Regenwald. Auf Bio-Plantagen wird mit Kompost aus Ernteresten, mit Viehdung und natürlichen Mineralstoffen gedüngt. Gründüngungspflanzen sorgen für Stickstoffanreicherung. Palmen, die nicht mehr genutzt werden können, werden geschreddert und als Mulch wieder in die Plantage gebracht. Kein Regenwald musste weichen, stattdessen sind ehemalige Baumwollfelder und Weideflächen mit Ölpalmen bepflanzt.

Palmöl ist also keineswegs von Natur ein „böses Öl“. Im Gegenteil: Wegen der hohen Erträge kann man mit Ölpalmen auf viel geringerer Flä-



Die Ernte der Ölpalmfrüchte ist immer reine Handarbeit.

che große Teile des weltweiten Bedarfs an Pflanzenölen decken. Pro Hektar erhält man 3,8 Tonnen Öl, bei Kokospalmen, die ein vergleichbares Fett liefern, nur 0,77 Tonnen. Auch heimische Ölpflanzen können nicht mithalten: Bei Raps liegt die Ausbeute pro Hektar zum Beispiel nur bei 1,3 Tonnen. Es kommt also darauf an, Palmöl ökologisch, ökonomisch und sozial verträglich zu produzieren - am besten kontrolliert ökologisch wie Daabon, Agropalma oder das Projekt Serendipalm in Ghana. Das ist auch ein starkes Argument für Wasch- und Reinigungsmittel aus dem Bio-Fachhandel. Bisher greift hier aber nur jeder achte Kunde zu.

Katja Niedzwecky ❀

Nachhaltigkeitskriterien verbessern

Die mit Abstand verbreitetste Zertifizierung für Palmöl ist **RSPO** - Roundtable on Sustainable Palm Oil. Dieser "Runde Tisch für nachhaltiges Palmöl" wurde 2003 gegründet und hat heute mehr als 1.000 Mitglieder. Die Zertifizierungskriterien sollen zumindest die Einhaltung der Kernarbeitsnormen der UN-Arbeitsorganisation ILO sowie eine Bezahlung nach Mindeststandards garantieren, und es dürfen für Neupflanzungen keine Primärwälder und Wälder mit besonderem Schutzwert abgeholzt werden. Es gibt jedoch immer wieder Kritik nicht nur an den Kriterien, sondern auch am Kontrollsystem. Das Forum nachhaltiges Palmöl und die 2013 gegründete internationale Palm Oil Innovation Group, in der sich die beiden großen Bio-Palmöl-Erzeuger **Agropalma** und **Daabon** engagieren, wollen eine deutliche Verschärfung durchsetzen, unter anderem ein Verbot hochgefährlicher Pestizide, eine bessere Klimabilanzierung und ein Stopp für die Umwandlung von Torfböden in Plantagen, die so enorme Klimagas-Mengen freisetzt, dass der Palmöl-Haupterzeuger Indonesien hinter den USA und China auf Platz 3 der Klimasünder steht.



© BLE, Bonn/Foto: Thomas Stephan

Regionaler Dinkel unterliegt im Anbau und am Markt starken Schwankungen.

Der Öko-Getreidemarkt Dinkel im Fokus

Die diesjährige Öko-Ernte scheint mengenmäßig ähnlich durchschnittlich zu werden wie 2013. Obwohl die letztjährige Ernte weitgehend verarbeitet ist, ist ein Wachstum der Öko-Anbauflächen in Deutschland nicht in Sicht. Insbesondere Biogasanlagen führen zu Flächenkonkurrenz und Wettbewerbsverzerrungen. Erfahrene Händler und Verarbeiter appellieren an Marktteilnehmer, stärkere Bündnisse entlang der Wertschöpfungskette einzugehen. Nur wer jetzt vorausschauend plant, wird in den kommenden Jahren ausreichende heimische Mengen und preislich akzeptable Ware verarbeiten können.

Der heimische Getreidemarkt aus der Ernte 2013 ist weitgehend geräumt. Auch die befürchteten großen Roggenmengen haben ihre Abnehmer gefunden. Aus diesem Grund ist die Preissituation für heimische Verbandsware stabil. Europäische EU-Auslandsware ist zum Teil noch zu bekommen, da es dort überwiegend keinen nennenswerten Binnenabsatz in den Produktionsländern aber oft einen steigenden Öko-Anbau gibt. Ein Beispiel dafür ist Bio-Hafer aus dem Baltikum, der zu Preisen von unter 250 Euro/t angeboten wird. Die große Ausnahme in der auslaufenden Saison ist natürlich Dinkel, der aktuell zu Spitzenpreisen auch aus dem Ausland gefragt ist, da einige Verarbeiter kaum bis zur nächsten heimischen Ernte kommen.

Win-win-Situationen schaffen: Regionale Verbandsware langfristig binden

Wenn der Wachstumstrend im Absatz weiter anhält und die Preise für heimische Rohwaren gegenüber Auslandsware nicht deutlich steigen, wird die Schere der letzten Jahre zwischen wachsendem heimischen Absatz und deutlich geringerer Neuumstellung noch weiter auseinandergehen. „Oft fehlt bei Verarbeitern und Handel, vor allem bei Betrieben, die ihren Ursprung im konventionellen Geschäft haben, das Verständnis für den Ökolandbau“, sagte Volker Krause, Geschäftsführer der Bohlsener Mühle. Bei plötzlichem Anwachsen der Nachfrage sei Knappheit über drei Jahre kein Marktversagen, sondern notwendige Konsequenz aus einer dreijährigen Umstellungszeit und einer Entscheidungsphase, sagt auch Jörg Große-Lochtmann, Geschäftsführer der Naturland Marktgesellschaft. Mit 850 Gesellschaftern ist sie die größte Öko-Erzeugergemeinschaft in Deutschland. Der vielbeschworene strategische Einkauf sei hier viel notwendiger als in anderen Bereichen. Initiativen, wie das Programm Öko-Regio 2020 in Bayern, das nicht nur die Umstellung, sondern auch die Vermarktung regionaler Ware unterstützt, sind in ihrem Ansatz beispielhaft, um die notwen-

dige preisliche Differenzierung heimischer Ware beim Verbraucher zu fördern. Die Pioniere unter den deutschen Öko-Mühlen, wie die Bohlsener Mühle oder die Spielberger Mühle, haben diese Zusammenhänge bereits lange erkannt. „Wir sind viel unterwegs, um Kontakte zu unseren Getreidebauern und Erzeugergemeinschaften zu pflegen“, erklärt Reinhard Sips, Einkaufsleiter bei Spielberger. Das schaffe nicht nur zuverlässige Lieferverträge zu langjährig angemessenen und fairen Preisen, sondern sei auch der Schlüssel zu einer transparenten Produktion.

Der Dinkelzyklus

Der Dinkelmarkt ist sehr heterogen. Jörg Große-Lochtmann sieht diesen Dinkelzyklus als ein im Wesentlichen hausgemachtes Problem: „Dinkel wird nachgefragt und alle bauen mehr an, bis der Preis in diesem kleinen Markt aufgrund von Übermengen stark fällt. Deshalb steigen die Landwirte dann im Folgejahr wieder aus dem Anbau aus. Dann ist Dinkel so knapp und teuer, dass wieder viele anbauen.“ Die Folge bei sehr hohen Preisen ist, dass Verarbeiter ihre Bio-Dinkelprodukte einstellen. Wenn die Preisspreizung zwischen konventionellem und Ökodinkel zu groß wurde, haben Betriebe die konventionell und bio verarbeiten, ihr Dinkelsortiment rückumgestellt. Bevor das wieder rückgängig gemacht wird, dauert es meist einige Zeit und dieser Effekt verstärkt die Marktschwankungen zusätzlich.

In der Ernte 2013 kam verstärkend hinzu, dass es auch zu wenig konventionellen Dinkel gab. Damit konnten Verarbeiter auch nicht auf günstigeren konventionellen Dinkel rückumstellen. „Hier wäre es sinnvoll, zumindest die Basismengen über mehrjährigen Vertragsanbau abzusichern“, ein Angebot, das laut Große-Lochtmann nach längerem Anlauf nun auch zunehmend bei Verarbeitern Resonanz findet. So arbeiten zum Beispiel die Spielberger und die Bohlsener Mühle sowie die Bäckerei Herzberger bereits lange erfolgreich nach diesem Sy-

stem. Ihr Gesamtsortiment ist ökologisch, weshalb konventionelle Produkte hier gar nicht in die Tüte kommen. „Wenn weitere Verarbeiter so vorgehen, würden die Schwankungen deutlich gedämpft und man würde den Spekulanten am Markt das Wasser abgraben, die diese Schwankungen häufig noch verstärken, wenn sie ihren Dinkel aus bestehenden Verträgen heraus anderweitig teurer verkaufen“, sagt Volker Krause. Er zahle vielleicht etwas mehr wenn der Preis sinkt, dafür aber auch weniger, wenn er steigt.

Ökolandbau am Scheideweg - die Authentizität der Biobranche steht auf dem Spiel

Aufgrund von Biogas-Boom, Bodenspekulation und günstigeren Auslandsangeboten steht der heimische Ökolandbau am Scheideweg. Stabile und steigende Erzeugerpreise sind dringend erforderlich. Trotz aktuell bestehender und zum Teil aufgestockter Öko-Förderung in allen Bundesländern werden wir 2015 möglicherweise das erste Jahr einer netto Rückumstellung von Öko-Betrieben in Deutschland erleben, obwohl regionale Ware zunehmend gefragt, aber im Unterschied zu Auslands-EU-Bio oft nicht ausreichend bezahlt wird. „Hier gilt es im Schulterchluss mit Verbänden, Handel und Verarbeitern, die Verbraucher vom Mehrwert regional-heimischer Ware zu überzeugen, denn nur das schafft auch die positiven Umwelteffekte vor unserer Haustür. Hier geht es um nicht weniger als um die Authentizität unserer Bio-Branche!“, appelliert Große-Lochtmann an alle Marktpartner.

Stefan Simon, Dipl.-Ing. Agr. und Naturland-Fachberater ❀

Eine Frage an Jörg Große-Lochtmann, Geschäftsführer der Naturland Marktgesellschaft:

Wie machen Biogas und gute konventionelle Preise Druck auf den Ökolandbau?

Gerade in Deutschland fällt dem Ökolandbau der „Biogas-Boom“ zunehmend auf die Füße, weil er deutlich mehr als im Ausland (wo es diesen Effekt kaum gibt) zu deutlichen Preissteigerungen vor allem des Faktors Boden führt - egal ob bei Kauf oder Pacht. Konventionelle Landwirte können über den Maisanbau für Biogasanlagen davon profitieren, Öko-Landwirte haben da keine Chance. Wenn man von den in der Presse oft gescholtenen hohen Subventionen des Öko-Landbaus hört, wird vergessen, dass auch viele kleine Umweltauflagen der konventionellen Landwirtschaft sehr hoch subventioniert werden und nichts ist mit einer für 20 Jahre garantierten Förderung vieler bestehender Biogasanlagen vergleichbar. Über das EEG bezahlen alle Bürger nicht nur die Strompreissteigerung, sondern verursachen gleichzeitig eine Preissteigerung heimischer Öko-Produkte. Das müssen Bio-Kunden für regionale Ware leider auch mitbezahlen, ohne dass eine Verbesserung bei unseren Öko-Bauern ankommt.

NEU



Sonett – so anders

Ö K O L O G I S C H K O N S E Q U E N T



Weihrauch



Gold



Myrrhe



Lorbeer



Olivenöl



Rosenasche

Einzigartig: Denn das Sonett-eigene Herstellungsverfahren kann man durchaus als „biologisch-dynamisch“ bezeichnen. In einem Oloid-Mischer werden Weihrauch, Gold, Myrrhe, Lorbeer, Olivenöl und Rosenasche 8-förmig bewegt. Mit diesen so rhythmisierten „balsamischen Zusät-

zen“ werden alle Sonett-Produkte „geimpft“. Alle Sonett-Produkte sind zu 100 % biologisch abbaubar. Im Vergleich mit anderen Wasch- und Reinigungsmitteln sind sie frei von petrochemischen Tensiden und Enzymen sowie anderen Allergenen. Sonett-Produkte enthalten keine künstliche Duft-

Farb- und Konservierungsstoffe. Alle Öle und ätherischen Öle stammen zu 100 % aus kontrolliert biologischem bzw. biologisch-dynamischem Anbau. Sonett-Produkte werden selbstverständlich ohne Gentechnik und ohne Nanotechnologie sowie ohne Tierversuche hergestellt. www.sonett.eu



BNN-Umsatzmonitor für den Naturkost- und Naturwarengroßhandel

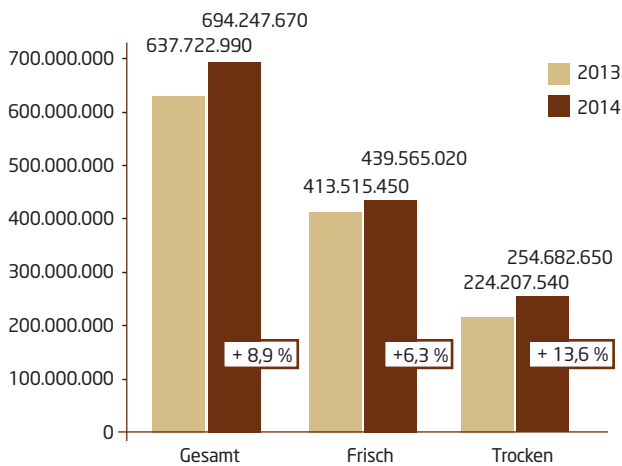
Weiterhin deutliches Wachstum

Mit einem Umsatzplus von knapp 9 Prozent im ersten Halbjahr 2014 erzielte der Naturkostgroßhandel* erneut einen deutlichen Umsatzzuwachs im Vergleich zum Vorjahr. Ein Plus verzeichneten dabei sowohl das Frisch- wie auch das Trocken-Segment, wobei das Umsatzwachstum im Trockenbereich mehr als doppelt so hoch ausfiel. Insgesamt beläuft sich der Halbjahresumsatz bei unveränderter Anzahl von Verkaufstagen auf rund 694 Mio. Euro.

Mit 8,9 Prozent Gesamtumsatzplus wurde das Niveau des Vergleichshalbjahres 2013 (+11 Prozent) nicht erreicht. Der Umsatz im Frischbereich stieg um 6,3 Prozent auf knapp 440 Mio. Euro. Der Vorjahreszuwachs von gut 11 Prozent wurde damit deutlich unterschritten. Mitverantwortlich dafür waren die veränderten Wetterbedingungen. Die im Vorjahr durch den langen Winter ausgedehnte Bezugsperiode für Obst und Gemüse aus dem Ausland endete in diesem Frühjahr durch den milden Winter und früh einsetzende Schönwetterperioden sehr zeitig und wurde zu Teilen durch direkten regionalen Bezug ersetzt. Neben dem Mengenproblem waren durch das Überangebot ein deutlicher Preisdruck und damit eine Preisreduktion zu verzeichnen.

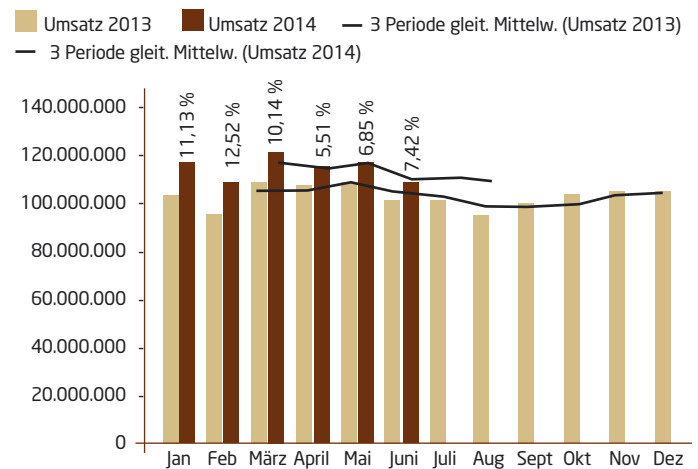
Der Trockenbereich erzielte mit einem Umsatz von knapp 255 Mio. Euro einen Zuwachs von 13,6 Prozent. Dieser Zuwachs liegt mit gut 2,5 Prozentpunkten über dem des Vergleichshalbjahres 2013, wo ein Umsatzplus von 11,07 Prozent erreicht worden war (s. Diagramm 1).

Diagramm 1:
Großhandelsumsatz getrennt nach Frisch und Trocken 1.-2. Quartal 2014



Betrachtet man die Gesamtumsatzzuwächse 2014 aufgeschlüsselt nach Monaten und Quartalen, so weist das zweite Quartal deutlich niedrigere Gesamtzuwächszahlen auf als das erste. Waren im ersten Quartal 2014 zweistellige Zuwächse zwischen 10,14 und 12,52 Prozent zu verzeichnen, lagen die Umsatzzuwächse im zweiten Quartal zwischen 5,51 und 7,42 Prozent (s. Diagramm 2).

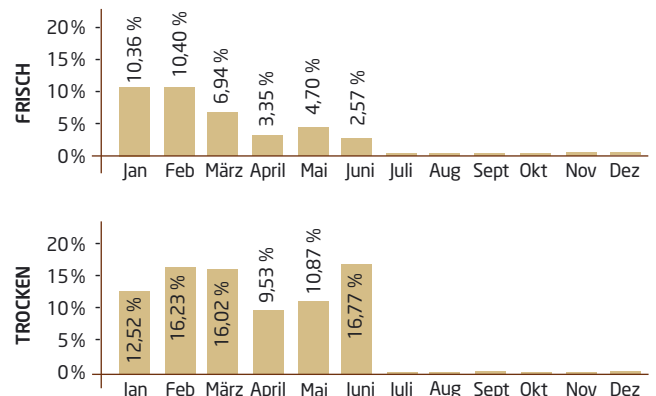
Diagramm 2:
Umsatzentwicklung 2013/2014 im Vergleich



Blickt man differenziert auf die Entwicklung der Sortimentsbereiche, lassen sich für „Frisch“ und „Trocken“ Zuwächse in allen Monaten feststellen, wobei der Verlauf in beiden Bereichen sehr unterschiedlich war. Im Frischbereich lagen alle Zuwachsraten im ersten Quartal über denen des zweiten Quartals.

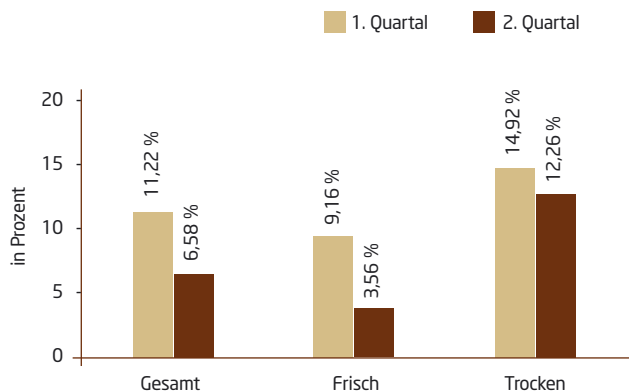
Im Trockenbereich wurden, außer im April, in allen Monaten zweistellige Zuwächse realisiert (s. Diagramm 3).

Diagramm 3: Relative Entwicklung



Eine Abschwächung der Umsatzzuwächse im zweiten Quartal ist in beiden Sortimentsbereichen zu verzeichnen, fällt aber im Frischbereich deutlicher aus als im Trockenbereich (s. Diagramm 4).

Diagramm 4:
Gesamt-, Frisch- und Trockenumsatz nach Quartalen
im Vergleich zum Vorjahr



Ausblick

Die globale Wirtschaftsentwicklung verläuft weiterhin verhalten. Die Euro-Krise ist noch nicht beendet, die Eurozone weist allerdings überall positivere Zahlen als noch vor einem Jahr auf. Für Deutschland wird ein solides Wachstum mit einem Bruttosozialproduktzuwachs von 2 Prozent plus x prognostiziert. Nach dem Gewinn der Fußballweltmeisterschaft - einem auch die Wirtschaft stärkenden Faktor - wird in den Medien ausgiebig diskutiert, in welchen Bereichen Deutschland noch Vorbild ist oder sein kann.

Die Entwicklung des Naturkostmarktes anhand der Umsatzdaten des Großhandels* allein zu bewerten, stößt im aktuellen Fall an Grenzen, wie der Einfluss der Wetterentwicklung zeigt. Was für den Großhandel zuwachsreduzierend ist, erweist sich für die regionalen Anbauer als Glücksfall. Die Branche insgesamt entwickelt sich weiterhin sehr positiv. Die bisherigen Ergebnisse deuten auf ein gutes Umsatzjahr 2014 hin.

Hans-Josef Brzukalla, Dipl. Kaufmann ❀

*Umsatzauswertung: Wer macht mit?

Dieser Umsatzauswertung liegen die Umsatzdaten der im BNN organisierten Großhandelsunternehmen Bodan, Chiemgauer Naturkosthandel, dennree, Grell, Handelskontor Willmann, Kornkraft, Naturkost Elkershausen, Naturkost Erfurt, Naturkost Kontor Bremen, Naturkost Nord, Naturkost West, Ökoring, pax an, Phönix, Rinklin und Terra Naturkost sowie die Umsatzdaten der Nicht-Mitglieder Ecofit und Weiling zugrunde.

Eintrittskarten über Aussteller/ausstellenden Großhandel. **Aktuelles Ausstellerverzeichnis** im Internet: biomessen.info

T 0511.87654-820
info@biomessen.info
biomessen.info

Hier
trifft
sich die
Branche

Besucher- und
Ausstellerservice

NORD

Sonntag, 14.9.2014
Hannover
Messehalle 4

SÜD

Sonntag, 28.9.2014
Augsburg
Messehalle 5+7

10 BioMessen
JAHRE
2004
2014

ReformWelt
Fachmesse für
Reformwaren

Sonderfläche
neuform-zertifizierte
Reformwaren

Bio
Gastro

Angebote für
Bio-Gastronomie/
Großverbraucher

AUF DIE PLÄTZE, FERTIG ...URLAUB

Ökoland

DAS LEBEN KANN SO LECKER SEIN.

www.okoland.de

- Die Klassische:
Rindfleisch
Gemüsesuppe
- Mit zartem,
magerem Rindfleisch
- Fettarm

Ö

Das Ökoland-Qualitätsgebot

- ✓ Ohne Hefeextrakt
- ✓ Ohne zusätzliche Aromastoffe
- ✓ Ohne Geschmacksverstärker,
weil Bio



- Die Moderne:
Möhren-Ingwer-
Cremesuppe
- Vegetarisch
- Pikant mit Ingwer
& exotischen
Gewürzen
- Mit Sahne verfeinert

Für jeden Geschmack die richtige Suppe.

