

BNN

3/2015



Bundesverband
Naturkost Naturwaren

nachrichten

Auf dem Weg zum echten Bio-Huhn

Ökologische Landwirtschaft braucht eigene Geflügelrassen

Tierisch gesucht
Milch, Fleisch und Eier aus
ökologischer Landwirtschaft

Chicorée
CMS-frei, samenfest und
ökologisch gezüchtet

HFKW-Kältemittel-Ausstieg
Klimafreundlich kühlen im
Naturkosthandel

Inhaltsverzeichnis



04

BNN AKTIV

Im Dschungel der Entwürfe und Positionen: Wer vertritt was bei der Revision?	04
Benefit für die Branche – Auf dem Weg zu einem gemeinsamen Datenpool	06
Klimafreundlich kühlen im Naturkosthandel – Neue EU-Verordnung	07
Richtlinien und Standards des BNN: Orientierung auch bei Wasch- und Reinigungsmitteln	09
Neue Mitgliedsunternehmen im BNN	12
BIOFACH wirft ihre Schatten voraus	23

PORTRAIT

Klares Kerngeschäft: Hafer, nichts als Hafer – Oatly wird 20	10
--	----

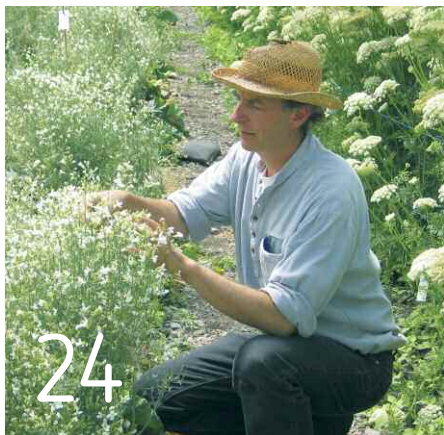


10

MITGLIEDER AKTUELL

Diesmal von und mit:

SuperBioMarkt, BODAN, SODASAN, Bohlsener Mühle, Biovegan, LOGOCOS, Upländer Bauernmolkerei, Neumarkter Lammsbräu, Ökoring, Kornkraft, Naturkost Zauberberg, Naturkost Nord, Ökoland, Byodo, Moin Bio, Voelkel, TAOASIS, Lebensbaum, Bauck Naturkost, BIO COMPANY, Naturkost Esens, Grell Naturkost, TerraSana, Herbaria	13
In Kürze: Upländer, Life Food/Taifun, Eisblümerl/Nürnberger Bio Originale, Barnhouse, Naturgut	22



24

FOKUS QUALITÄT

Chicorée: CMS-frei, samenfest und ökologisch gezüchtet – Drei vom BNN geförderte Züchter berichten von ihrer Arbeit	24
Gentechnik durch die Hintertür – Neue Züchtungsmethoden sind rechtlich umstritten	27
Gute Gründe für echte Naturkosmetik	28

NATUR & UMWELT

Pestizidpolitik – wie kommen wir weiter? – Drei Fragen an Harald Ebner	29
Auf dem Weg zum echten Bio-Huhn – Ökolandwirtschaft braucht eigene Geflügelrassen	30



32

FOKUS FACHHANDEL

Tierisch gesucht – Milch, Fleisch und Eier aus ökologischer Landwirtschaft	32
Trocken-Sortiment bleibt Umsatztreiber – BNN-Umsatzmonitor für die ersten drei Quartale 2015	34

ABSPANN

Für gerechten Welthandel: Kreativer Protest und 500 kg feinste Bio-Äpfel gratis	35
Kommentar: Das neue Sternchen am Bio-Himmel	35

Liebe Mitglieder, liebe Leserinnen, liebe Leser,

Beharrlichkeit ist eine Tugend, die zu nachhaltigen Erfolgen führen kann, – gemäß dem Sprichwort: „Steter Tropfen höhlt den Stein“. Wie und an welchen Themen der Verband beharrlich dranbleibt, lässt sich auch durch die Lektüre der Novemberausgabe der BNN Nachrichten erleben. Denn neben all der Dynamik neuer Themen und Herausforderungen ist Ausdauer momentan in vielen Kontexten gefragt: bei den Kernthemen der Branche, an ihren politischen Rändern und nicht zuletzt natürlich auch innerhalb des BNN.

Ein gutes Beispiel, das diese Dranbleiben-Mentalität illustriert, ist die **Revision der EU-Öko-Verordnung**. Seit beinahe zwei Jahren setzen sich das Qualitätsteam des BNN, die BNN-Gremien und -Mitglieder auf verschiedenen politischen Ebenen für Regelungen ein, die zu mehr, nicht weniger Bio führen. Was wird der nun gestartete Trilog, also die Abstimmung zwischen EU-Kommission, -Rat und -Parlament bringen? Auf den Seiten 4 und 5 machen wir anschaulich, welches Gremium welche Position vertritt und wie sie aus Herstellungs- und Handelsicht jeweils zu bewerten ist.

Schaut man sich die inhaltlichen Kernthemen an, gibt es gleich mehrere aktuelle Beispiele, die zeigen, was mit Ausdauer und Hartnäckigkeit für die gute Sache erreicht werden kann. Allen voran lässt sich der **Branchen-Datenpool**, gemeinsam von Verband, Unternehmen und

Experten entwickelt, anführen (Seite 6). Darüber hinaus ist und bleibt das Thema Züchtung für die Naturkostgemeinschaft eines, das ohne Ausdauer nicht zu bewältigen wäre. Das gilt für die **ökologische Saatgutzüchtung** (Seite 24) ebenso wie für die **ökologische Tierzucht** (Seite 30). In Interviews, Portraits, Berichten, Kommentaren und einigen Formaten mehr loten wir aus, wie tief wir den Stein bereits aushöhlen konnten. Dass es zahlreiche Strategien gibt, die Umsetzung seiner Ziele beharrlich voranzutreiben, beleuchten schlaglichtartig die **Meldungen aus den Mitgliedsunternehmen** (ab Seite 13).

Ein umfangreicheres Fazit der geleisteten Arbeit gepaart mit einem Ausblick ins kommende Jahr erwartet Sie im BNN-Jahresbericht. Pünktlich zur BIOFACH 2016, der Ort wo ebenfalls bilanziert wird, um dann die kommenden Leitlinien zu definieren, erscheint der Jahresbericht unseres Verbandes. Jetzt wünsche ich Ihnen aber erst einmal eine spannende Lektüre mit den BNN Nachrichten,

herzlich



Marcel-Philipp Werdier



Marcel-Philipp Werdier
Mitglied des Redaktionsteams
BNN Nachrichten

Impressum

BNN Nachrichten: Mitgliederzeitschrift des BNN für die Naturkost- und Naturwarenfachbranche // erscheint dreimal im Jahr (Mai, August, November) // Auflage 6.000 // Herausgeber: Bundesverband Naturkost Naturwaren (BNN) e.V., Michaelkirchstraße 17/18, D-10179 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 // Chefredaktion: Marion Schlage (Redaktion@n-bnn.de) // Autoren und Autorinnen dieser Ausgabe: Hans-Josef Brzukalla, Cornelia Dressler, Leo Frühschütz, Hilmar Hilger, Katja Niedzwezy, Marion Schlage, Stefan Simon, Karin Wegner, Marcel-Philipp Werdier // Gestaltung: Zitrusblau, Berlin // Fotorechte für alle Fotos ohne Angabe: BNN e.V. // Titelfoto: © Naturland Marktgesellschaft // Nachdruck oder Verbreitung, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion // Inserenten dieser Ausgabe: NürnbergMesse GmbH (S. 12), Sonett OHG (S. 31), Ökoland GmbH Nord (U4)

Redaktionelle Anmerkung: Die Redaktion legt Wert auf die sprachliche Gleichbehandlung von Frauen und Männern. Aus Gründen der Lesbarkeit werden jedoch nicht durchgehend männliche und weibliche Sprachformen verwendet. Personenbezeichnungen gelten gleichwohl für beide Geschlechter.



© jorisvo_Fotolia

Im Dschungel der Entwürfe und Positionen

Wer vertritt was bei der Revision?

Revision und kein Ende? Mit ihrem Entwurf zur Totalrevision des aktuellen EU-Biorechts hat die EU-Kommission im März 2014 einen Abstimmungsmarathon und ein Informationskarussell angestoßen, die beide in Umfang und Masse ihres Gleichen suchen. Wir berichteten zu zahlreichen Anlässen in verschiedensten BNN-Medien. Mit dem Parlament hat nun im Oktober die dritte EU-Institution ihre Vorstellungen zu einer neuen EU-Öko-Verordnung vorgelegt. Zuvor hatte der Rat, in dem die zuständigen Ministerien der EU-Mitgliedstaaten vertreten sind, seine „allgemeine Ausrichtung“ im Juni 2015 verabschiedet.

Nun steht ab November der Trilog an, in dem die drei genannten Institutionen einen ge-

meinsamen Kompromiss aushandeln werden. Das Ergebnis wird die neue EU-Öko-Verordnung sein. Nachdem alle drei Gremien ihre Positionen formuliert haben, möchten wir mit folgender Grafik einen Überblick und unsere Bewertung zu einzelnen Positionen zentraler Themen für den Herstellungs- und Handelsbereich geben. Es dient Ihrer Orientierung und verzichtet zugunsten der Übersichtlichkeit bewusst auf eine detaillierte Darstellung der Regelungsvorschläge und deren mögliche Konsequenzen an dieser Stelle.

Der BNN hat die Positionsfindung in Rat und Parlament kontinuierlich begleitet – sowohl direkt wie auch durch aktive Mitarbeit in Arbeitsgruppen des BÖLW und der IFOAM. Jede Veränderung eines „-“ im Kommissions-

entwurf hin zu einem „+“, „+/-“ oder „(-)“ bei Rat oder Parlament ist ein Erfolg der gemeinsamen Lobbyarbeit. Aber jedes Minuszeichen hat weiterhin das Potenzial die Bio-Branche empfindlich zu treffen. Der Ausgang des Trilogs ist nicht vorhersehbar, deshalb wird der BNN auch den Trilog-Prozess aktiv begleiten – nicht nur mit Blick auf die Inhalte, sondern auch auf die praxisgerechte spätere Umsetzbarkeit der Verordnung. Es kommt nun darauf an, dass an möglichst vielen Stellen die kritischen Bausteine gestrichen werden, auch innerhalb der mit „-“, oder „(-)“ bewerteten Inhalte. Dann kann noch eine akzeptable oder gar gute Lösung für die Branche entstehen.

Kirsten Arp, Karin Wegner

	Kommission	Rat	Parlament
Bio-Pestizid-Grenzwert Eigener Grenzwert für Pestizide in Bio-Produkten	Bio-Bauern müssten für Pestizid-Abdrift ihrer konventionellen Nachbarn haften. —	Möglichkeit für Einführung eines Grenzwerts 2020 offen gehalten. (—)	Möglichkeit für Einführung eines Grenzwerts 2020 angelegt. (—)
Geltungsbereich	Unklar. —	Weiter unklar, wenn auch etwas verbessert (z.B. als verarbeitete Produkte nur Lebensmittel und Futtermittel). —	Klar inkl. Verbesserungen zum Status quo, wie die explizite Aufnahme von Rohstoffen für traditionelle pflanzliche Arzneimittel (z.B. Heilkräutertees). +
Umstellungsregeln	Umstellung auf Bio-Landwirtschaft würde stark erschwert (z.B. müsste Umstellungsware ausschließlich als konventionelle Ware vermarktet werden). —	Wesentliche Elemente der bisherigen Regelung bleiben erhalten (Umstellungsware, nachträgliche Anerkennung von Umstellungszeiten). +	Bisherige Umstellungsregeln bleiben erhalten. +
GVO	Unzureichendes Verbot u.a. bei manchen importierten Waren. —	Umfassendes Verbot wie bisher. +	Unzureichendes Verbot und unglückliche GVO-Definition. —
Import	Ländern mit wenig entwickeltem Bio-Sektor wird der Handel mit Europa erschwert. —	Öffnung zu Anpassungen für Drittländer, aber keine Zulassung von deren Standards. (—)	Öffnung zu Anpassungen für Drittländer, aber keine Zulassung von deren Standards; Stärkung der Importüberwachung angelegt. +/-
Kontrollen	Kontrolle soll aus Öko-Verordnung herausgenommen werden, alle Einzelhändler sollen kontrolliert werden. —	Kontrollregeln unvollständig, Einzelhändler nur ausgenommen, wenn sie nicht aufbereiten, importieren, außerhalb des Ladens lagern o. Aufträge an Dritte vergeben. (—)	Kontrollregeln vollständig und verbesserte Umsetzung angelegt, erweiterte nationale Ausnahmen für Einzelhändler angelegt. +
Umweltmanagementsystem	Bürokratische Auflagen ohne mehr echten Umweltschutz. —	Auflagen gestrichen. +	Nachweis von Umweltleistungen nicht für Einzelhändler und Kleinstunternehmen, für andere Hersteller und Händler sind bürokratische Auflagen noch nicht ausgeschlossen. (—)
+ positiv — negativ (—) eher negativ +/- sowohl positive als auch negative Aspekte			

Benefit für die Branche

Auf dem Weg zu einem gemeinsamen Datenpool



Die gewählten Gremienvertreter der neuen **Data NatuRe eG**: (v.l.n.r.) Matthias Mundt (Koordinator Genossenschaft, BNN), Wilhelm Rinklin (Vorstand, Rinklin Naturkost GmbH), Jens Schinnerling (Aufsichtsrat, dennree GmbH), Carsten Greve (Aufsichtsrat, Reformhaus eG), Volkmarspielberger (Aufsichtsratsvorsitzender, Spielberger GmbH), Ronny Stein (Vorstand, Ökoland GmbH Nord). Nicht im Bild (beide Aufsichtsrat): Elisabeth Huber (Life Food GmbH) und Peter Meyer (Weiling GmbH)

Wenn alles läuft wie geplant, kann der gemeinsame Datenpool der Bio- und Reformwaren-Branche, an dem mit vereinten Kräften seit Monaten intensiv gearbeitet worden ist, Mitte 2016 in die praktische Anwendung gehen. Die Genossenschaftsgründung am 3. November in Frankfurt war ein wichtiger Schritt auf dem Weg dahin. Der nächste steht mit der Umsetzung eines finalen Lastenheftes kurz bevor. – Wir gehen nochmal einen Schritt zurück und erklären, was der Datenpool ist und warum es diesen gemeinsamen Pool braucht.

Neben den Waren sind es die Datenströme, die den Handelsalltag und die Kommunikation zwischen den Marktbeteiligten leiten. Hersteller geben die Stammdaten ihrer Produkte und ihres Unternehmens an den Handel weiter. Diese ‚Steckbriefe‘ enthalten als Text- und Bild-

material vielfältige Angaben zu Inhalten und Qualität der Produkte, zu Warengruppen, Verpackungen, Preisen, Logistik und vielem mehr. Jede Warenwirtschaft greift auf diese Stammdaten zurück, um ein Produkt zu beschreiben. So werden im Einzelhandel die Daten beispielsweise benötigt, damit auf dem Kassenschein, auf der Website oder im Online-Shop die richtige Produktbezeichnung erscheinen kann. Idealerweise braucht es einheitliche Daten und standardisierte Datensätze, um einen fehlerfreien Informationsaustausch auch innerhalb der verschiedenen Warenwirtschaftssysteme der Branche zu gewährleisten. Bislang werden diese Daten in unterschiedlichem Umfang und Qualität nicht zentral, sondern in verschiedene Eingabeportale eingespeist – mit mehrfachem Pflegeaufwand seitens der Hersteller und, nicht selten, mit erhöhter Fehlerhaftigkeit, denn die Eingabeportale sind untereinander

nicht harmonisiert, was Umfang und Definition der Angaben betrifft.

Reduziert man die Eingabeportale auf einen gemeinsamen, liegen die Vorteile klar auf der Hand: Hersteller pflegen ihre Produktdaten zeit- und kostensparend an zentraler Stelle und müssen nicht verschiedene Portale bedienen. Die Qualität der Daten steigt. Denn, wenn die Daten nur an einer Stelle und in einer Systematik eingetragen werden und dort viele wachsame Augen die Einträge überprüfen, wird die Fehlerhäufigkeit minimiert. Ein Vorteil für alle!

Gemeinschaftliche Leistung

„Der Datenpool wird viele Mütter und Väter haben“, erklärte BNN-Geschäftsführerin Elke Röder im November 2014, als die Planungen zu

einem gemeinsamen Branchen-Datenpool Fahrt aufnehmen. Dass aus der Idee heraus binnen eines Jahres ein Gemeinschaftswerk mit einer konkreten Lösung entstand, ist das Verdienst der zahlreich mitwirkenden Hersteller, Händler, Dienstleister und Verbände, die sich auf Initiative des BNN intensiv an der Entwicklung des Datenpools beteiligt haben. Mehrere Treffen, Telefonkonferenzen und Webinare fanden statt, um die technische Realisierbarkeit aber auch juristische, wirtschaftliche und soziale Aspekte und Hürden zu klären. Mit Erfolg, denn die Branchenakteure einigten sich darauf, welche Stammdaten künftig abgelegt werden sollen, wie sie definiert sind und wie die Schnittstelle zur Ein- und zur Ausgabe aussehen muss. Darüber hinaus verständigte man sich auf anzuwendende automatisierte Prüfmechanismen und entwickelte Ideen zur Einführung eines Fehlerminimierungssystems.

Maßgeblich beteiligt an diesem Konsens waren auf Hersteller- und Handelsseite u.a. BNN-Vorstand Volkmars Spielberger (Spielberger Mühle), Sascha Damaschun (Bodan), Peter Meyer (Weiling), Gerhard Sailer (basic) sowie die Unternehmen Lebensbaum, Logocos, Terra, Alnatura und denree. Und auch Datendienstleister, wie Wolfgang Giesler (Ecoinform), Joachim Weber (Bits & Bytes) waren aktiv in die Arbeitsgruppen einbezogen. Der Kreis der am Austausch beteiligten Akteure und Partnerverbände vergrößert sich stetig. Aktuell wird ein umfangreiches Lastenheft erstellt, um die Auftragsvergabe an den künftigen Dienstleister optimal vorzubereiten.

Die gegründete **Genossenschaft** ist nun für die Organisation und Weiterentwicklung des gemeinsamen Datenpools verantwortlich. Unter ihrem Dach vereinen sich alle Datenge-

ber. Das sind Hersteller und Inverkehrbringer im Naturkostmarkt, von Mitgliedern der Reformhaus eG oder des Ökokistenverbands. Außerdem können Händler Mitglied werden, die im BNN oder in den beiden genannten Verbänden organisiert sind. Eine der ersten Aufgaben der Genossenschaft wird sein, Angebote für den effizienten und hochwertigen Betrieb des zentralen Datenpools einzuholen.

Genossen gesucht

Ausführliche Informationen zum Datenpool und zur Genossenschaft erhalten Sie bei Matthias Mundt vom BNN: Tel. 030 847 12 24 22 oder mundt@n-bnn.de

Marion Schlage

Klimafreundlich kühlen im Naturkosthandel

Neue EU-Verordnung leitet HFKW-Kältemittel-Ausstieg ein

Eine neue EU-Verordnung hat zu Jahresbeginn das Ende der heute üblichen fluoridierten Kältemittel eingeleitet. Unternehmen mit gut funktionierenden Kälteanlagen müssen sich vorerst nur auf steigende Kältemittel-Preise einrichten. Wer allerdings in neue Kühltechnik investieren will oder muss, sollte schon jetzt auf natürliche Kältemittel wie Ammoniak, Kohlenstoffdioxid, Propan und Butan achten – ganz im Sinne der Nachhaltigkeit, für die die Naturkostbranche steht.

Erinnern Sie sich noch an das Ozonloch? Doch, es existiert noch, aber es ist kleiner geworden im Laufe der Jahre. Ein Erfolg, der auch auf das schnelle Verbot der FCKW, der halogenierten Kohlenwasserstoffe, ab 1991 zurückzuführen ist. „Allerdings haben wir uns damals mit den Ersatzstoffen ein neues Problem eingehandelt: die fluoridierten Kohlenwasserstoffe“, erläutert Katja Becken, Mitarbeiterin im Fachgebiet „Stoffbezogene Produktfragen“ im Umweltbundesamt. Diese auch HFKW genannten Käl-



Steckerfertige Kälteanlagen lassen sich nicht auf alternative Kältemittel umrüsten. Da sie vergleichsweise wenig Kältemittel enthalten, ist ein Austausch aber auch nicht zwingend, so lange die Geräte gut laufen.

temittel schonen im Gegensatz zu FCKW zwar die Ozonschicht, tragen aber ganz erheblich zum Treibhauseffekt bei. Ein Kilogramm kann 3.000 Mal so klimawirksam sein wie das natürliche Kältemittel Kohlendioxid.

Kältetechnik ist laut einer Studie des EHI Retail Institute mit 45 Prozent Anteil der größte Energieverbraucher im Lebensmitteleinzelhandel. Hier besteht also viel Einsparpotenzial. Da Kälteanlagen mit natürlichen Kältemitteln wie Ammoniak und CO₂ als energieeffizient gelten, sind sie also nicht nur umweltfreundlicher, sondern auf längere Sicht auch preiswerter. Anlagen mit natürlichen Kältemitteln haben laut Umweltbundesamt inzwischen den Stand der Technik erreicht und sind in vielen EU-Ländern im Einsatz, so dass keine technischen Probleme zu erwarten sind.

Die EU und Deutschland haben sich als Vertragsstaaten des Kyoto-Protokolls dazu verpflichtet, klimaschädliche Emissionen zu verringern. Ein Baustein ist die neue Verordnung zur Verwendung fluorierter Treibhausgase, die eine ältere Regelung ersetzt.

UBA-Expertin Katja Becken erklärt, was die neue Verordnung für die Biobranche bedeutet:

Frau Becken, für welche Anlagen gilt die neue EU-Verordnung?

Grundsätzlich für alle Anlagen, die fluoridierte Treibhausgase enthalten, also für stationäre Kälte- und Klimaanlageanlagen und für Transportkälte. Hersteller, Großhändler und Supermärkte, die größere Anlagen wie Kühllager oder industrielle Kälteanlagen betreiben, müssen ab 2020 ein „Verwendungsverbot“ für heute übliche Kältemittel wie R404A beachten. Die Anlagen dürfen dann zwar noch betrieben werden, bis sie ihren Geist aufgeben, aber man darf nicht mehr daran arbeiten, also zum Beispiel kein neues Kältemittel mehr nachfüllen. Betroffen sind Anlagen mit einer Kältemittel-Füllmenge von mehr als 40 Tonnen CO₂-Äquivalent, zum Beispiel mehr als zehn Kilogramm R404A. Bisherige Regelungen zu Dichtheitsprüfungen, zur Zertifizierung und Entsorgung gelten weiter. Neu ist aber, dass sie auch für Kühlfahrzeuge gelten.

Was müssen Läden mit kleineren Geräten wie Kühltruhen beachten?

Steckerfertige Geräte sind von den Verwendungsverboten nicht betroffen, sie enthalten zu geringe Kältemittelmengen. Und man sollte

jetzt auch kein steckerfertiges Gerät aus einem Bioladen entfernen, wenn es noch funktioniert und effizient ist! Wenn ein Austausch ansteht, sind natürliche Kühlmittel aus Klimaschutzgründen aber erste Wahl, auch, weil sie effizienter sind. Spätestens ab 2022 sind alle Hersteller verpflichtet, nur noch Geräte mit klimaschonenden Kältemitteln zu vermarkten. Viele tun dies schon heute.

Was bewirkt die EU-Verordnung noch?

Die Verordnung hat ein „Phase Down“ eingeleitet, eine schrittweise Reduktion der HFKW-Verfügbarkeit um 80 Prozent bis 2030 – bezogen auf das Klimaschädigungspotential der Mittel. Hersteller und Importeure von HFKW-Kältemitteln erhalten dazu seit Jahresbeginn Quoten, die regelmäßig gesenkt werden. Jedes Jahr wird also weniger Neuware auf dem EU-Markt verfügbar sein. Wir gehen davon aus, dass sich über die Jahre eine Knappheit entwickelt und die Preise steigen. Vielleicht nehmen die Hersteller auch bestimmte Kältemittel aus dem Portfolio, weil es sich nicht mehr lohnt.

Was empfehlen Sie Kälteanlagenbetreibern?

Wer eine neue Kühlanlage plant und auf Nachhaltigkeit Wert legt, sollte sich heute schon bei den Anbietern erkundigen, ob Geräte oder Anlagen mit natürlichen Kältemitteln im Angebot sind. Im Bereich der steckerfertigen Geräte bekommen Sie heute schon alles mit halogenfreien Kohlenwasserstoffen. Aber Sie müssen nachfragen! Die Geräte sind mitunter teurer,

letztlich sollte sich das aber über die bessere energetische Effizienz nivellieren. Und der frühzeitige Einsatz klimafreundlicherer Geräte ist natürlich auch eine Chance, sich im Wettbewerb zu profilieren.

Katja Niedzwecky

Fördermöglichkeiten

Das Bundesumweltministerium fördert im Rahmen der Nationalen Klimaschutzinitiative Maßnahmen an Kälte- und Klimaanlageanlagen, die zur Senkung der Treibhausgasemissionen beitragen.

Mehr Infos:

www.bafa.de/bafa/de/energie/kaelteanlagen/

Fachtage zu natürlichen Kältemitteln in Bayern

Das bayerische Landesamt für Umwelt lädt zu zwei kostenfreien Fachtagungen (mit identischem Programm) über die Anwendung von natürlichen Kältemitteln in Kälte- und Klimaanlageanlagen ein. Termine: 25.11.2015 in Hof und 1.12.2015 in Augsburg.

Anmeldung: www.lfu.bayern.de/veranstaltungen/index.htm

UBA-Broschüre „Hauptsache KALT“

Was müssen Betreiber von Kälte- und Klimaanlageanlagen mit fluoridierten Kältemitteln ab 2015 beachten?": www.umweltbundesamt.de/publikationen/hauptsache-kalt

Häufig gestellte Fragen zur F-Gas-Verordnung:

www.umweltbundesamt.de unter: Themen, › Wirtschaft/Konsum, › Produkte, › Fluorierte Treibhausgase und FCKW, › Rechtliche Regelungen



UBA-Expertin Katja Becken im Gespräch mit dem BNN

Orientierung auch bei Wasch- und Reinigungsmitteln

Richtlinien und Standards des BNN



Foto: ©shutterstock

Die Sortimentsrichtlinien im Naturkostfachhandel basieren wie alle Qualitätsbeschlüsse des BNN auf Leitmotiven der BNN-Satzung, wie die Förderung einer ganzheitlich ökologischen Wirtschaftsweise. Sie garantieren, dass ein Fachhandelsgeschäft, das Kunden als Bio wahrnehmen, auch tatsächlich Bio-Lebensmittel und weitere nach hohen ökologischen Maßstäben produzierte Produkte verkauft. Die Richtlinien für den Naturkost-einzelhandel sind seit 1989 etablierter Standard und werden gemeinsam von Naturkost Südbayern e.V. und dem BNN kontinuierlich weiterentwickelt. Ab Januar 2016 finden sich darin auch Kriterien zur Auswahl geeigneter ökologischer Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel.

Mitgliedsläden im BNN, echte Bioläden eben, führen grundsätzlich Lebensmittel, die ökologisch produziert und zertifiziert sind. Damit erfüllen sie die **Sortimentsrichtlinien** (SRL), die konkrete Vorgaben machen, welchen Bedingungen bestimmte Produkte entsprechen, um im Naturkostfachgeschäft verkauft werden zu können. Die SRL erstrecken sich auch auf Produktbereiche, für die die EU-Öko-Verordnung keine Aussagen macht. Aktuell umfassen die

Richtlinien Naturkosmetik, Nahrungsergänzungsmittel und die ebenfalls nicht durch die EU-Ökoverordnung erfassten Bereiche Wildfisch und Erzeugnisse der Jagd. All das hilft Ladnern, in einem Produktbereich die jeweils nachhaltigsten Alternativen anbieten zu können.

BNN-Fachgeschäfte lassen ihr Sortiment regelmäßig von unabhängigen Prüfern kontrollieren und bekommen bei Einhaltung der Richtlinien ein Zertifikat. Das gibt Kunden die Sicherheit, garantiert ökologische Produkte zu erhalten und mit ihrem Einkauf den Ökolandbau zu unterstützen. Und es erspart zudem langes Suchen in den Regalen und mühsames Studieren von Etiketten.



Zertifizierte BNN-Fachgeschäfte sind erkennbar am Aufkleber im Schaufenster.

Um Verbrauchern Orientierung zu geben, welche **Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel** (WPR) konsequent ökologisch sind, wird die SRL auch diesen Bereich künftig regeln. Ende

2015 wird die neue Sortimentsrichtlinie für ökologische WPR zur Anwendung im Privathaushalt veröffentlicht und mit einer Übergangszeit von zwei Jahren im Naturkostfachhandel umgesetzt. Die Richtlinie, die in intensiver Zusammenarbeit mit Experten entstanden ist, definiert welche besonders relevanten Kriterien ökologische WPR einhalten müssen. Das sind zum Beispiel eine sehr gute biologische Abbaubarkeit der eingesetzten organischen Substanzen, der Verzicht auf Gentechnik und auf chemische Verbindungen, die für Mensch und Umwelt hochschädlich sind (bspw. chlorhaltige Bleichmittel, phosphathaltige Substanzen und Phthalate) und der Verzicht auf Mikroplastik und Nanotechnologie.

Um die Sortimentsrichtlinie zu erfüllen, muss ein Wasch-, Putz- oder Reinigungsmittel einem unabhängigen Standard entsprechen, (Ecogarantie, Ecocert, Nature Care Product und Austria Bio Garantie) und durch neutrale Zertifizierer kontrolliert und gelabelt sein. Die genannten Standards sind aktuell der Maßstab für ökologische WPR.

Die Sortimentsrichtlinie für WPR fördert umweltschonende Produktinnovationen, in dem sie verlangt, das binnen drei Jahren weiterführende Ziele bei den oben genannten Standards umgesetzt werden. Dazu gehört, für die wenigen, aktuell noch zugelassenen erdölbasierten Inhaltsstoffe alternative Substanzen zu entwickeln und zu erproben. Der Verzicht auf petrochemische Inhaltsstoffe soll also künftig in allen akzeptierten Standards festgeschrieben sein. Darüber hinaus fordert die SRL die Standardgeber auch dazu auf, konkretere Anforderungen an Tierversuchsfreiheit zu definieren und die Hersteller zu verpflichten, ihre Nachhaltigkeitsleistungen messen und zertifizieren zu lassen.

Die neue Sortimentsrichtlinie ist ab Dezember auf der BNN-Homepage (www.n-bnn.de) zu finden.

Cornelia Dressler

THE ORIGINAL

OATLY!

Oatly-Fakten

- unabhängiges Privatunternehmen mit 80 Mitarbeitern
- Firmensitz: Malmö, Produktion und Entwicklung: Landskrona
- Umsatz: 37 Millionen Euro
- größte Absatzmärkte: Skandinavien, Großbritannien und Deutschland, außerdem Spanien, Südkorea und Singapur
- Sortiment in Deutschland: Haferdrink Original, Calcium, Vanille und Schokolade sowie Hafer Cuisine. Die Drinks gibt es auch als Minipack mit Trinkhalm. Geplant ist ein gekühlter Hafer-Joghurt.
- Website: www.oatly.com

Klares Kerngeschäft: Hafer, nichts als Hafer

Jubiläum in Schweden: 20 Jahre Oatly

Der schwedische Hersteller Oatly, der in diesem Jahr sein 20-jähriges Bestehen feiert, war nicht nur weltweit der erste Hersteller von Haferdrinks, sondern produziert seitdem auch ausschließlich Produkte aus diesem Getreide. Mit wachsendem Erfolg.

„Zwanzig Jahre, eine fantastische Reise, so viel Spaß, aber auch so viel Arbeit, und so viele Probleme, die gelöst werden mussten!“ bilanziert Bengt Anker, Mitinhaber und verantwortlich für den internationalen Verkauf bei Oatly, mit deutlicher Begeisterung. „Das schaffen wir,

das war immer unsere Einstellung. Und wir haben unsere Expansion immer mit Eigenkapital finanziert, sind vorsichtig immer weiter gegangen.“ Die allerersten kleinen Wurzeln des Unternehmens reichen sogar bis ins Jahr 1963 zurück. Damals entdeckte Professor Dr. Arne Dahlqvist an der schwedischen Universität Lund die Laktoseintoleranz. Einer seiner Studenten, Rickard Öste, suchte dann nach einer laktosefreien Alternative zur Kuhmilch für die Patienten und stieß auf Hafer, bei dem Nährstoffzusammensetzung und Geschmack überzeugten. Hafer ist traditionell eine wichtige Kultur in Skandinavien, auch noch in den

nördlichsten Regionen, denn er wächst dank der langen Mittsommertage rasch und kräftig. Öste ließ das Herstellungsverfahren für seine Haferbasis patentieren und gründete in einer alten Versuchsmolkerei gemeinsam mit dem Agraringenieur und heutigen Mitinhaber Bengt Anker das Vorgängerunternehmen von Oatly.

Die Marke Oatly kam 1995 auf den Markt, 2006 folgte der Umzug ins neue und größere Werk in Landskrona, 50 Kilometer nördlich von Malmö. „In diesem Werk machen wir nur Hafer, keine Soja, kein Reis, keine Nüsse“, betont Bengt Anker den Wert für Allergiker. Für Vega-

ner und Menschen mit Laktoseintoleranz sind die Produkte ebenfalls uneingeschränkt geeignet. Der Gluten-Anteil ist sehr gering, so dass auch viele Menschen mit Gluten-Intoleranz die Drinks gut vertragen. 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten heute für Oatly. 30 Millionen Liter produzieren sie im Jahr, für Deutschland ausschließlich Bio, für andere Länder, wo Bio noch nicht so einen guten Stand hat, auf einer getrennten Linie auch konventionelle Haferprodukte. Das größte Wachstum kann das Unternehmen jedoch auf der Bio-Schiene verzeichnen. Eine Erweiterung wurde gerade beschlossen: „Wir bauen für die Zukunft“, sagt Bengt Anker. „Unsere Produktentwickler wollen aus der Haferbasis viel mehr Produkte machen als nur ein Getränk.“ Auf dem skandinavischen Markt ist mit „HävreGurt“ bereits eine Art Hafer-Joghurt erhältlich, im Herbst soll das gekühlte Produkt auch auf den deutschen Markt kommen.

Gut für die Umwelt

„We promise to be a good company“, heißt es auf der Website – oder etwas nüchterner formuliert: Nachhaltigkeit ist Oatly wichtig, es gibt dafür eine eigene Abteilung mit zwei Spezialisten. In den letzten drei Jahren wurde der Wasserverbrauch um 60 Prozent reduziert, und mit der Abwärme aus der Produktion heizt Oatly seine Büros. Eine Luftwärmepumpe für das Kühlagerhaus reduziert den Stromverbrauch deutlich. Seit einiger Zeit erfolgt die schrittweise Umstellung von Erdgas auf Bio-Gas. Besonders wichtig ist Oatly aber der Vergleich mit der Molkerei-Industrie: Für die Herstellung von einem Liter Haferdrink sei die Umweltbelastung ungefähr halb so groß wie bei Kuhmilch.

Mit den Bio-Betrieben, die den Hafer anbauen, hat das Unternehmen langfristige Verträge und Abnahmegarantien abgeschlossen. Die Produktion liegt vom Haferkorn bis zum fertigen Drink komplett in eigenen Händen. Der Hafer wird zunächst mit Wasser gemischt und dann vermahlen. Natürliche Enzyme zerlegen die Stärke, wobei unter anderem Maltose entsteht, ein Zucker, der für den natürlich-süßen Geschmack sorgt. Die Haferbasis ist reich an Beta-glucanen, wasserlöslichen Ballaststoffen, die unter der Schale des Haferkorns sitzen. Sie tragen dazu bei, sowohl den Blutzuckerspiegel als auch den Cholesterinwert zu stabilisieren, das erkennt sogar die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit offiziell an und erlaubt den entsprechenden „Health Claim“ – eine nährwert- und gesundheitsbezogene Angabe – für Produkte mit reichlich Beta-Glucanen aus bestimmten Getreiden. Der Haferdrink



Showkochen mit Oatly-Produkten auf der BioSüd: Bengt Anker erläutert, wie man mit Hafer und Haferdrinkprodukten Leckeres zubereitet. Fotos: © OATLY AB

Calcium enthält zusätzlich eine kalziumhaltige Alge namens Lithothamnium calcareum. Verwendet werden kann der Haferdrink wie normale Milch, als Getränk, fürs Müsli oder statt Kuhmilch beim Backen und Kochen. „Hafer Cuisine“ lässt sich beim Kochen wie Sahne verwenden, ist dabei aber zusätzlich reich an gesunden ungesättigten Fetten.

„Like milk, but made for humans“

Das Sortiment kommt gut an bei der Kundschaft, die stetig wachsenden Absatzzahlen



belegen das. Um neue Zielgruppen zu erschließen, kommt Oatly seit letztem Jahr im neuen Design daher, jung und witzig. Im Heimatland erfolgreich war auch ein YouTube-Clip mit Geschäftsführer und Hobby Musiker Toni Petersson. Er steht mit seinem alten Synthesizer im Haferfeld und singt den Ohrwurm „Wow! No Cow!“. „Wir setzen aber nicht nur auf den jungen, veganen Trend, sondern haben auch viele treue Stammkunden, die sich für gesunde Ernährung interessieren“, ergänzt Bengt Anker. Einige Slogans wie „Like milk, but made for humans“ oder „No milk. No soy. No badness.“ fand der schwedische Molkereiverband LRF Mjölök allerdings weniger witzig, sondern diskriminierend für Kuhmilch. Als das Gerichtsverfahren im Oktober 2014 anief, stieg der Absatz der Oatly-Produkte in Schweden um 45 Prozent, das Unternehmen bekam viel Aufmerksamkeit und Sympathie, daher sieht man die Sache dort mehr als gelassen. Ob alle Slogans weiter verwendet werden, entscheidet sich Ende November. Bis dahin darf es zum Glas Hafermilch weiter heißen: „Wow, no cow!“.

Katja Niedzwezyk

Nürnberg, Germany
10. - 13.2.2016

Zutritt nur
für Fachbesucher

BIOFACH2016

into organic

Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel

BIOFACH. INSPIRIERT MIT NACHHALTIGEN INNOVATIONEN.

Dürfen Sie auf keinen Fall verpassen: eine weltweit einzigartige Vielfalt an Bio-Lebensmitteln. Was die BIOFACH zur Weltleitmesse und der Networkingplattform für die ganze Bio-Branche macht: das Bekenntnis zu konsequenter Zertifizierung und die hohe Internationalität bei **2.140 Ausstellern** und **44.624 Besuchern***.

Müssen Sie gesehen haben: den **Neuheitenstand** mit den wichtigsten Trends, den neuesten Produkten und der Wahl des **Best New Product Awards**. Auf jeden Fall besuchen: den **BIOFACH Kongress** mit dem Fokus „**Organic 3.0 – Handeln für mehr Bio**“. Mehr dazu und weitere Messehighlights unter:

BIOFACH.DE

im Verbund mit
VIVANESS2016
10 years into natural beauty

Internationale Fachmesse
für Naturkosmetik



TRAGEN SIE
DEN TERMIN
DIREKT IN IHREN
KALENDER EIN.

VERANSTALTER

NürnbergMesse
Tel +49 (0) 9 11. 86 06-49 09
Fax +49 (0) 9 11. 86 06-49 08
besucherservice@
nuernbergmesse.de

*BIOFACH und VIVANESS 2015

Neu im BNN

Die BNN-Gemeinschaft wächst. Seit September sind drei neue Mitglieder beigetreten: Naturkosmetikerhersteller **cosmondial GmbH & Co. KG** sowie die Bio-Fachgeschäfte **Naturkost Templin** und **Solaris Naturkost** (Freiburg).

Herzlich willkommen im BNN-Netzwerk!

 **benecos** **cosmondial GmbH & Co. KG**
natürlich schön

Eine eigene Naturkosmetikmarke zu gründen, ohne Erdöl und Chemie, stattdessen mit hochwertigen natürlichen Ingredienzen, das war das Ziel von Silke und Stephan Becker, als sie 2008 mit ihrem Projekt in Aschaffenburg starteten. Unter der Firmierung **cosmondial** entwickelte das innovative Paar – beide mit Kosmetik- bzw. Naturkosmetikbackground – die Marke **benecos** und präsentierten sie erstmals 2010 zur BIOFACH. Heute vertreibt der Naturkosmetikerhersteller sein Sortiment weltweit in rund 30 Ländern. Es umfasst ca. 100 Produkte dekorativer Naturkosmetik sowie rund 30 Pflegeprodukte und Accessoires. www.benecos.de

SOLARIS **Solaris Naturkost**



Mitten in Freiburg ist der inhabergeführte Stadtteil-laden seit mehr als 30 Jahren eine beliebte Einkaufsstelle für Naturkost und Naturprodukte. Unweit vom Hauptbahnhof bieten Barbara Gutsch und Michael Müller, die **Solaris Naturkost** seit fünf Jahren gemeinsam führen, ihren Kunden ein umfassendes Biolebensmittel-Sortiment, mit täglicher Frische, ausgesuchten Premium-Produkten und einer Vielzahl an veganen und glutenfreien Lebensmitteln. Fachkundige Beratung gibt es nicht nur für gute Ernährung, sondern auch zu traditionell gewebten Hängesitzen und Hängematten, die in der Luftmöbel-Lounge zum entspannten Sitzen einladen.



Naturkost Templin

Naturkost Templin, der vegetarische Bioladen von Sigrid Mautschke im Norden Brandenburgs, existiert seit 2008 und erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Regionale Produkte wie Milch, Joghurt, Eier, Honig und Gemüse sind die Renner im Sortiment. Das umfangreiche Sortiment umfasst nicht nur Lebensmittel, sondern auch Gesundheits-, Haushalt-pflege- und Naturkosmetikprodukte.

Darüber hinaus finden Zölliakie-betroffene Kunden bei **Naturkost Templin** ein umfangreiches Angebot glutenfreier Erzeugnisse und fachkundige Beratung. Ein täglich wechselnder frisch zubereiteter Mittagstisch und frische Smoothies komplettieren das vegetarische Angebot.
www.naturkost-templin.de

SuperBioMarkt mit „Großer Preis des Mittelstandes“ ausgezeichnet

Ebenso wie die Bohlsener Mühle wurde auch die SuperBioMarkt AG im September 2015 mit dem „Großen Preis des Mittelstandes“ geehrt. Der von der Oskar-Patzelt-Stiftung verliehene Preis würdigt mittelständische Unternehmen, die sich durch kontinuierlichen Erfolg, soziales Engagement und ständige Innovationen auszeichnen. Der Preis wurde auf einer Gala an den Vorstandsvorsitzenden und Inhaber Michael Radau übergeben. Das Grußwort hielt der Düsseldorfer Oberbürgermeister Thomas Geisel.

Schon im letzten Jahr schaffte es der SuperBioMarkt in die finale Juryrunde. Das durch Innovationen und eine besonders positive Unternehmensentwicklung geprägte Jahr 2014 gab jetzt den Ausschlag für den Preisgewinn. „Der Mittelstand ist gelebte Eigenverantwortung von Unternehmern. Eigenverantwortung für die Produkte, für die Mitarbeiter und auch für die Region,“ so Dr. Helfried Schmidt, Vorstand der Oskar-Patzelt-Stiftung. „Ich freue mich über diese Auszeichnung sehr. Der Begriff Mittelstand wird schnell mit der Industrie und dem Handwerk gleichgesetzt. Aber auch der mittelständische Fach- und Einzelhandel in Deutschland leistet Besonderes. Ich danke vor allem unseren Mitarbeitern und unseren



Partnern aus der Landwirtschaft und den Herstellern. Diese sorgen täglich dafür, dass unsere Kunden leckere Bio-Produkte bei bester Beratung genießen können“, erklärt SuperBioMarkt-Vorstandsvorsitzender Michael Radau.

Als besonders lobenswert wurde die Kooperation mit dem Verein foodsharing e.V. hervor-

gehoben. In allen elf Städten, in denen die SuperBioMarkt AG Märkte betreibt, arbeitet das Unternehmen mit den sogenannten Lebensmittelrettern zusammen. Unverpackte Lebensmittel, die sonst entsorgt werden müssten, werden dank vieler Ehrenamtlicher noch sinnvoll genutzt.

Foto: ©Oskar-Patzelt-Stiftung, Boris Löffert

BODAN veröffentlicht dritte Gemeinwohlökonomie-Bilanz



„work together“ und mit allen Sinnen erleben: Gäste des BODAN Partnerforums bei der Möhrenernte auf Hofgut Rengoldshausen Foto: ©BODAN

Naturkost-Großhandel BODAN hat seine Gemeinwohl-Bilanz für den Berichtszeitraum 2013/14 veröffentlicht. Ob im Logistkbereich oder bei der Mitarbeiterkultur – positive Veränderungen werden sichtbar und transparent dargelegt. Erstmals wurde die Gemeinwohl-Bilanz in diesem Jahr mit einem

Besuchs-Audit verifiziert und von unabhängiger Seite hinterfragt.

In den beiden Berichtsjahren ist es gelungen, die Impulse der Gemeinwohlökonomie im Unternehmen zu verankern und eine zunehmende Zahl von Mitarbeitern dafür zu begeistern, sich

im Rahmen dieses Prozesses zu beteiligen. „So wurde ein Großteil der Texte der nun vorliegenden Bilanz nicht nur in den Fokusgruppen erarbeitet, der fertige Bericht wurde auch in seinen Grundzügen in mehreren Betriebsversammlungen der Gesamtbelegschaft vorgestellt“, erläutert Geschäftsführer Sascha Damaschun.

Bescheinigt wurde dem Unternehmen ein hoher Deckungsgrad mit den Zielindikatoren der Gemeinwohlökonomie beispielsweise in den Bereichen „Kunden/-innen, Produkte und Dienstleistungen“. Als herausragend beurteilt wurden hier die langjährige Umsetzung des Partnerkundenprogramms, das neu ins Leben gerufene assoziative Marketingprojekt „WIR. Bio Power Bodensee“ und das in Süddeutschland stark vernetzte Bildungsprojekt bildungsnetzwerk naturkost.

Nachzulesen ist der Bericht online auf der Website www.bodan.de/aktuelles/

SODASAN: B.A.U.M.-Umweltpreis 2015 geht an Jürgen Hack

Herzlichen Glückwunsch: SODASAN-Gründer und Geschäftsführer Jürgen Hack wurde im September in Dortmund mit dem B.A.U.M.-

Umweltpreis 2015 ausgezeichnet. Der Preis würdigt das erfolgreiche Wirken des Bio-Pioniers in der Entwicklung und Verbreitung

ökologischer Alternativen zu konventionellen Wasch- und Reinigungsmitteln. In der Begründung des Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management, kurz B.A.U.M. e. V., hieß es dazu, dass durch das mehr als 30jährige Engagement Hacks „auch umweltverträgliche Wasch- und Reinigungsmittel neben Bio-Lebensmitteln in den Blickpunkt gerückt wurden“.



Verleihung des Umweltpreises an SODASAN-Gründer und Geschäftsführer Jürgen Hack (3.v.l.). Garrelt Duin (2.v.l.), NRW-Minister für Wirtschaft, Energie, Industrie, Mittelstand und Handwerk hielt die Laudatio.
©B.A.U.M. e.V.

Der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e.V. verbindet seit 1984 erfolgreich und zukunftsorientiert ökonomische, ökologische und soziale Fragen, also die Prinzipien der Nachhaltigkeit, miteinander. Heute ist die Organisation mit weit über 500 Mitgliedern das größte Unternehmensnetzwerk für nachhaltiges Wirtschaften in Europa. Der B.A.U.M.-Umweltpreis wird seit 1993 verliehen – in den Kategorien Großunternehmen, Kleine und mittelständische Unternehmen, Wissenschaft, Kultur und Medien sowie Lebenswerk. Mit dem Umweltpreis werden bewusst engagierte Einzelpersonen und nicht Organisationen ausgezeichnet. Weitere Informationen: www.baumev.de

Bohlsener Mühle freut sich über den „Oskar des Mittelstands“

Für den „Großen Preis des Mittelstands“ waren 2015 bundesweit 5.009 kleine und mittlere Unternehmen aus 16 Bundesländern nominiert. Kein anderer Wirtschaftswettbewerb in Deutschland erreicht eine solch große und schon über zwei Jahrzehnte anhaltende Resonanz wie der von der Leipziger Oskar-Patzelt-Stiftung seit 1994 ausgelobte Preis. Und das, obwohl der Preis nicht dotiert ist. Für die Unternehmen geht es einzig um Anerkennung und Bestätigung ihrer Leistungen.

Nominiert von der IHK Lüneburg/Wolfsburg konnte die Bohlsener Mühle die Jury mit dem

bisher erfolgreichsten Jahr in der Unternehmensgeschichte (2014) sowohl mit ihrem wirtschaftlichen Erfolg, wie auch mit ihrem Gesamtkonzept und ihrem regionalen und sozialen Engagement überzeugen. Die Bohlsener Mühle ist eines von drei Unternehmen aus den Bundesländern Bremen und Niedersachsen, die die begehrte Preisträgerstatue Mitte September im Rahmen einer feierlichen Gala in Düsseldorf in Empfang nehmen durften.

Die Bohlsener verstehen ihren Preis als Auszeichnung für das gesamte Team und die Gemeinschaftsleistung, die täglich von den 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erbracht

wird. „Unsere Leistungsfähigkeit ist das Ergebnis des Engagements jedes Einzelnen von uns. Und es tut gut, diese Leistung gesellschaftlich anerkannt zu sehen. Der Preis ist eine Auszeichnung nicht nur für unsere wirtschaftliche Leistungsfähigkeit, sondern auch für unseren Zusammenhalt, unseren Einsatz, unsere Innovations- und Tatkraft und für unser Engagement“, freut sich Geschäftsführer Manuel Pick.

Nominiert für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis!

Freuen darf sich die Bohlsener Mühle ebenfalls über die Nominierung im Wettbewerb um den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2015 in der Kategorie Kleinunternehmen. Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis für Deutschlands nachhaltigste Unternehmen wird am 27. November 2015 zum achten Mal von der Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung vergeben.

Strahlende Gewinner stellvertretend fürs Team: Volker Draffz, Leiter Lager & Logistik, und Anette Makus, Leitung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von der Bohlsener Mühle

Foto: © Oskar-Patzelt-Stiftung, Boris Löffert





Nicol Gärtner (Mitte) freut sich über die Verleihung des Umweltpreises des Landes Rheinland-Pfalz 2015 durch Landesumweltministerin Ulrike Höfken (re.) ©Biovegan

Biovegan erhält Landes-Umweltpreis 2015

Das inhabergeführte Familienunternehmen Biovegan aus dem Westerwald zählt in diesem Jahr zu den Gewinnern des rheinland-pfälzischen Umweltpreises. Nicol Gärtner, geschäftsführende Gesellschafterin von Biovegan, nahm den Preis im September von Landesumweltministerin Ulrike Höfken entgegen. „Umweltschutz braucht die Kreativität und das Know-how engagierter Menschen, Unternehmen und Initiativen. Die Preisträger zeigen eindrucksvoll, wie aus innovativen Ideen praktischer Nutzen für die Umwelt, das Klima, die Wirtschaft und für die Gesellschaft entsteht“, betonte Höfken anlässlich der Preisverleihung. Der Umweltpreis des Landes wird seit 1991 vergeben und ist mit 9.000 Euro dotiert.

„Stellvertretend für alle Biovegan-Mitarbeiter freue ich mich sehr und bin stolz darauf, diese tolle Anerkennung unserer Anstrengungen für eine bessere Umwelt und Gesellschaft heute hier entgegen nehmen zu dürfen“, zeigte sich Nicol Gärtner begeistert, insbesondere auch, weil der Preis auch das im Bau befindliche neue Firmengebäude, das ab November 2015 bezugsfertig sein soll, auszeichnet. Dieses neue, in Holzständerbauweise mit Betonkernaktivierung errichtete Firmengebäude ist ein hochökologisches Passivgebäude, das die durch die Produktionsmaschinen erzeugte Wärme nutzen wird, um Lager und Verwaltung zu heizen. Es ist Bestandteil des ersten ökologischen Gewerbegebiets in Rheinland-Pfalz und für Umweltministerin Höfken ein Vorzeigeprojekt für umweltgerechtes Bauen.

LOGOCOS Naturkosmetik AG mit neuem Führungsteam

Seit September 2015 ist Thea Simon-van de Ven neue Vertriebsleiterin bei der LOGOCOS Naturkosmetik AG. Mit 30 Jahren Vertriebs Erfahrung in der Kosmetikbranche folgt die 51-Jährige gebürtige Niederländerin damit Kurt Diewald, der das Unternehmen nach 13 Jahren verlassen hat. Thea Simon-van de Ven war unter anderem mit dem Vertrieb und der Vertriebsleitung namhafter Kosmetikunternehmen betraut. Begonnen im Außendienst hat sie über die Jahre wertvolle Erfahrungen in diesen Bereichen sammeln können.



Upländer Bauernmolkerei: Homöopathie für Milchkühe

Natürliche, ganzheitliche Behandlungsmethoden bei Erkrankungen von Nutztieren halten in immer mehr Ställen Einzug. Die Homöopathie kann eine erfolgreiche und kostengünstige Behandlung der Tiere bieten und erzeugt keine Medikamenten-Rückstände in Milch und Fleisch.

Zu einem Seminar über die homöopathische Behandlung in der Rinderhaltung trafen sich bei der Upländer Bauernmolkerei in Willingen-Usseln zahlreiche Bäuerinnen und Bauern. Tierheilpraktikerin Birgit Gnadl vom Chiemsee vermittelte den Interessierten die Grundlagen der Homöopathie und erklärte sehr anschaulich den Einsatz der wichtigsten Arzneimittel bei verschiedenen Krankheiten von Kühen und auch Kälbern. Die Teilnehmer lernten anhand

von Praxisbeispielen Anwendung und Wirkungsweise der homöopathischen Mittel kennen.

Seminarteilnehmer vor dem Upländer Milchmuhuseum: vorne rechts Karin Artzt-Steinbrink (Geschäftsführerin der Upländer Bauernmolkerei) sowie Tierheilpraktikerin Birgit Gnadl (2. v. rechts) ©Upländer



Lammsbräu: Neue Bewerbungsrunde für Nachhaltigkeitspreis

Zum 15. Mal wird im kommenden Jahr der Nachhaltigkeitspreis der Neumarkter Lammsbräu vergeben. Damit werden Personen ausgezeichnet, die sich im besonderen Maße für Nachhaltigkeit engagieren: „Menschen, die vorausdenken, Pionierarbeit leisten oder mutig umgestalten, damit wir alle zu mehr

Nachhaltigkeit finden, sollen Unterstützung erfahren, damit es für sie leichter wird, heute in der Gesellschaft die richtigen Weichen für die Zukunft mitzustellen“, so der Wunsch des Stifters des Lammsbräu Nachhaltigkeitspreises Dr. Franz Ehrnsperger.

Noch bis zum 29. Februar 2016 sind Bewerbungen – auch Fremdnominierungen – möglich. Ein Bewerbungsformular finden Sie auf www.lammsbraeu.de (Nachhaltigkeitspreis). Der Preis ist mit insgesamt 10.000 Euro dotiert und wird in fünf Kategorien verliehen.

Ökoring Handels GmbH CO₂-neutraler Energiekreislauf durch umfassendes Energiemanagement

Die Ökoring Handels GmbH ist seit ihrer Gründung 1993 kontinuierlich gewachsen. In Mammendorf bezog der regionale Großhandel 1999 erstmals ein eigenes Gebäude. Schon damals wurde die Abwärme der Kühlanlagen zum Heizen genutzt. Im Zuge der Betriebsvergrößerung kamen ab 2011 ein Neubau und ein großer Anbau hinzu, die das Kühlvolumen mehr als verdreifachten. 2014 wurde das Energiemanagement mit dem Einbau einer großen Solaranlage auf dem neuen Anbaudach vervollständigt. Bei der Energieversorgung setzt Ökoring auf zwei erneuerbare Ressourcen: Grundwasser und Sonnenenergie. Beide Energiequellen werden für alle Energiebereiche genutzt: zum Kühlen verschiedener Kühlzonen, zum Heizen von Büroräumen und Logistikhalle sowie zur Stromerzeugung weiterer Verbraucher, wie z.B. Kühlaggregate, eine Austrosttankstelle und Ladestationen für LKW und Gabelstapler sowie für die E-Bikes der Mitarbeiter. Durch die effiziente ökologische Energienutzung aus Grundwasser-Geothermie, Solaranlagen und Abwärmennutzung sind die Stromkosten trotz Ausbaus des Unternehmens nicht gestiegen.

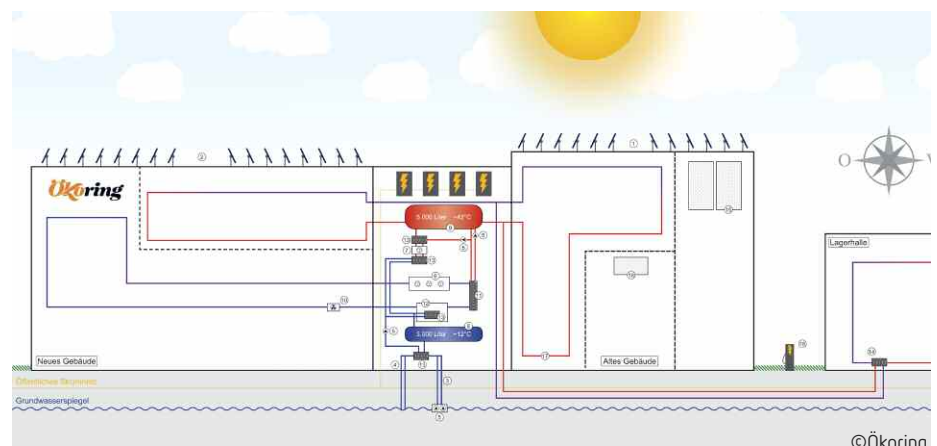
Das Herzstück des Energiekonzeptes ist die Grundwasser-Geothermieanlage, die die Kühlhalle mit Kälte versorgt. Relevant bei der Anwendung von Geothermie ist, dass bilanziell der Strom für den Betrieb der ganzen Anlage regenerativ gewonnen wird. Dies wird bei Ökoring durch den unterstützenden Einsatz der Photovoltaikanlage sichergestellt.

Um ein Kältemittel abzukühlen, wird bei Ökoring das Grundwasser genutzt, welches im Gegensatz zur Außenluft immer eine konstante Temperatur von ca. 12°C besitzt. Dazu überträgt ein Sekundärwasserkreis, der in einem Pufferspeicher mit 3.000 Litern die Temperatur von 12°C speichert, die Wärme des Kältemittels an das Grundwasser. Das Grundwasser wird hochge-

pumpt, fließt durch den Wärmetauscher und wird sofort wieder in den Grund abgeführt – ohne Beeinträchtigung oder Verunreinigung. Dies führt zu einer Energieersparnis von rund 32 Prozent. Darüber hinaus nutzt Ökoring die Abwärme auch zur Warmwassererzeugung, fürs Heizen oder zur Erwärmung des Brauchwassers.

Um die Stromerzeugung der Photovoltaikanlagen bestmöglich auszunutzen, wird tagsüber die Kühlhalle um ein Grad Celsius stärker gekühlt als notwendig, um nachts weitgehend auf eine aktive Kühlung verzichten zu können. Ist der Heizbedarf in den Gebäuden höher, als die Kältemaschine an Abwärme produziert, wird mit der Wärmepumpe weitere Wärme erzeugt und in einem 5.000 Liter-Tank gespeichert. Im Idealfall benötigt die Wärmepumpe genauso viel Wärmeenergie, wie die Kühlung als Überschuss produziert. Die Kühlung kann Wärme abgeben, die Wärmepumpe kann die abgegebene Wärmeenergie aufnehmen und an das Heizungswasser abgeben.

Durch den Einsatz erneuerbarer Ressourcen, durch Restwärmennutzung, mehrfache Pufferung und somit Energiespeicherung erzielt die Ökoring Handels GmbH einen CO₂-neutralen Energiekreislauf, der für viele andere Gewerbebetriebe Vorbild sein könnte, so das Unternehmen.



Kornkraft-Azubis sorgen für Biodiversität



Im Rahmen des jährlich stattfindenden EMAS-Workshops entwickelten die Auszubildenden des regionalen Naturkostgroßhandels Kornkraft die Idee, das Firmengelände durch heimische Pflanzen zu verschönern.

Sie planten selbstständig die Anlage eines Waldstaudenbeetes, wählten die Pflanzen aus und legten das Beet in einer gemeinsamen Aktion an. Bei der Pflanzenauswahl mussten sie den Standort (Waldboden, trockener, lichter Schatten) beachten und geeignete Pflanzen finden. Mit Hilfe von Fachbüchern und der Befragung von Pflanzenkennern bewältigten sie auch diese Hürde und wählten als geeignete Pflanzen unter anderem Buschwindröschen, Walderdbeere und Waldsimse aus. Das Ergebnis kann sich bereits jetzt sehen lassen und wird sich im nächsten Jahr noch weiter entwickeln.

Ökoland: Unterstützung für Flüchtlingskinder

Vor dem Hintergrund der dramatischen Situation von Flüchtlingen in Deutschland und in den Krisenländern unterstützt Ökoland die Hilfsorganisation SOS-Kinderdorf mit 10.000 Euro für die Arbeit eines SOS-Flüchtlingscamps im Libanon sowie die Betreuung von unbegleiteten Minderjährigen in Deutschland. Die betreuten Kinder im Libanon sind zumeist Waisenkinder. Tausende dieser Kinder sind auch bis nach Deutschland geflohen und werden hier in verschiedenen Zentren von SOS-Kinderdorf e.V. betreut. Die Betreuung hat das Ziel, die Kinder auf ein selbstständiges und eigenverantwortliches Leben in Deutschland vorzubereiten und sie bei der Verarbeitung traumatischer Erlebnisse zu unterstützen.

„Die Notlage von Kindern beschäftigt uns im Ökoland-Team sehr, vor allem, weil man in An-



Kindern auf der Flucht Sicherheit und Perspektive zu geben, dafür setzt sich Ökoland ein

betracht der Nachrichten wie gelähmt dasitzt und nicht so recht weiß, wie man helfen kann. Deshalb unterstützen wir als Unternehmen SOS-Kinderdorf und damit eine Organisation, die professionell arbeitet und vor Ort den Menschen

helfen kann“, erläutert Ökoland-Geschäftsführer Patrik Müller sein Engagement. Seit sechs Jahren unterstützt der Naturkosthersteller die Hilfsorganisation auch bei anderen sozialen Projekten. ©SOS-Kinderdorf International

Byodo packt zum sechsten Mal Bio-Brotboxen



In der zweiten Schulwoche, Anfang September war es bei Byodo wieder soweit – knapp 2.800 knallgelbe Brotdosen wurden für die ABC-Schützen der Region mit gesunden Bio-Produkten gefüllt. Im Rahmen der bundesweiten Bio-Brotbox Aktion strahlten somit auch wieder die Augen der Mühlendorfer, Traunsteiner und Altöttinger Erstklässler beim Öffnen der vollgepackten Boxen. Ziel der Aktion ist es, Kindern und Eltern die Bedeutung eines gesunden Pausenbrottes und die Wertigkeit von Lebensmitteln zu vermitteln.

Um dies zu fördern organisiert und sponsert das Team von Byodo seit 2010 die Aktion für die Region. 42 Packhelfer aus den Schulen legten mit der Unterstützung der Schulräte Paul Schönstetter (Mühlendorf) und Harald Kronthaler (Altötting) an den Packstraßen ein Rekordtempo vor. Viele gesunde Bio-Köstlichkeiten wie ein knackiger Apfel, gesponsert vom Chiemgauer Naturkosthandel, Knusperbrot von Byodo, eine Portion Krunchy von Barnhouse, Teebeutel von Lebensbaum und Sonnentor sowie ein Vanille-Drink von Provamel füllten die Box. ©Byodo

Moin Bio: Projekt Zukunft21

Zur Vorbereitung auf das 21. Firmenjubiläum 2016 startete Moin Bio ein ungewöhnliches Projekt: Hans-Paul & Brigitta Sui Dschen Mattke luden das Hamburger Kunst- & Designkollektiv ‚Der 6te Lachs‘ für einen künstlerischen Prozess ins Unternehmen ein. „Wir verstehen unsere Unternehmensführung selbst als einen künstlerischen Prozess, in dem es darum geht, die stimmigste Gestaltungsform für unsere Arbeit zu entwickeln“, so Sui Mattke.

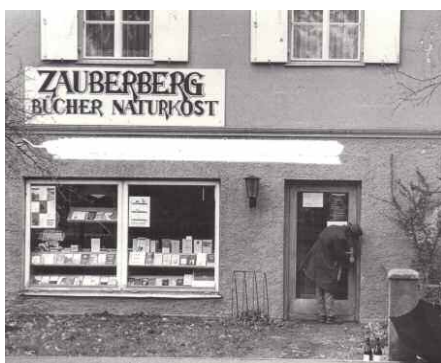
In ihrem „Lachsomat“ genannten Portraitautomaten, mit dem die Künstler des Kollektivs auf Festivals oder Kunstevents unterwegs sind, zeichnen sie verschiedene Bilder ihrer Besucher. Ein zukünftiges Bild von Moin zu entwickeln, hat sich ‚der 6te Lachs‘ nun zur Aufgabe gemacht. Dazu bezogen Frieder Gööck, Sebastian Hinrichs, Jan Rosenstock und Benjamin Stemmer für die Dauer von zwei Monaten nicht nur ein Büro in den Firmenräumen vor Ort, sondern wurden auch als künstlerische Geschäftsführer Teil der Unternehmensführung. „Wir wollen in das Unternehmen eintauchen und die gewonnenen Eindrücke in eine Form bringen, die zum jetzigen Zeitpunkt noch ganz offen ist“, so Frieder Gööck. Der Prozess ist dabei für alle Beteiligten formal als auch inhaltlich eine echte Herausforderung. Man darf gespannt sein womit das Kollektiv die Biobäckerei zu ihrem 21. Geburtstag überraschen wird. www.moin.bio/zukunft21.

ZAUBERBERG feiert 35jähriges Bestehen

Im November feiert der wohl älteste Naturkostladen Oberbayerns im Süden von München sein 35jähriges Betriebsjubiläum. Eröffnung war am 18. November 1980. Nach der Gründung durch Georg Simader übernahmen 1983 Agnes Schuster und Ellen Verwold das Geschäft in Weilheim. Komplettiert wird das jetzige Inhaberteam durch Klaus Schuster, dem Bruder von Agnes Schuster, der 1985 mit in das Projekt eingestiegen ist. Das Besondere des Geschäfts von Anfang an: der ZAUBERBERG hat nicht nur Naturkost & Naturwaren im Angebot, sondern ist zugleich auch eine Buchhandlung.



Kundschaft und Kulturliebhaber können sich auf Jubiläumswochen mit Verkostungsaktionen, Jubiläumspreisen, Lesungen und Musik freuen.



Damals wie heute gibt's Bücher und Naturkost unter einem Dach. Fotos: © ZAUBERBERG

Im Laufe seiner Geschichte ist der ZAUBERBERG innerhalb von Weilheim drei Mal umgezogen. Von der Münchner Str. 31, wo sich die Verkaufsfläche für Naturkost noch auf bescheidene 15 qm belief, über die Pöltner Straße und im Mai 1989 in die Hofstraße, wo auch noch ein Tagescafé mit 35 Sitzplätzen hinzukam. Aber auch der Platz wurde schnell zu klein: Nach fünf Jahren in der Hofstraße wurde ein benachbartes Ladenlokal dazu gemietet, um noch mehr Platz für die beiden Zweige Naturkost und Buchhandlung zu schaffen. Im Sommer 1998 dann der nächste Schritt: Zwei alte Häuser

in der Innenstadt wurden erworben, um von Fremdvermietern unabhängig zu sein. Die beiden Altbauten wurden nach eigenen Plänen saniert und bieten seitdem Platz für Naturkost, Buchhandel und Café auf rund 270 qm Fläche – und ganz viel Flair. Seit Mai 1999 ist der beliebte Treffpunkt für Naturkostfans & Buchliebhaber nun am gleichen Standort und erfolgreich am Markt – im Biobereich mit einem unverkennbar demeter-orientierten Angebot, das vom regionalen Großhändler BODAN und vom Chiemgauer Naturkosthandel bezogen wird.

Naturkost Nord: Unsere Höfe im Norden – Regionalität sichtbar machen

Unter dem Dach ‚Unsere Höfe im Norden‘ präsentiert Großhandel Naturkost Nord Produkte norddeutscher Bioland- und Demeter-Erzeuger. Auf der BioNord wurde das neue Regionalkonzept vorgestellt. Für Matthias Deppe, Geschäftsführer des Großhandels vor den Toren Hamburgs, ist Regionalität ein besonderes Anliegen. Entsprechend groß ist deshalb das Angebot regionaler Produkte im Sortiment. Mit ‚Unsere Höfe im Norden‘ wird den Kunden nun ein Regionalkonzept geboten, das unterschiedliche Aspekte des Themas auf einen Nenner bringt. Zum einen schafft ‚Unsere Höfe im Norden‘ für den Fachhandel und seine Kunden ein Angebot qualitativ hochwertiger Bio-Lebensmittel, vorwiegend aus dem Frischebereich. Bewusst entschied man sich dafür, nur mit Erzeugern zusammenzuarbeiten, die Bioland- oder Demeter-zertifiziert sind und dem Fachhandel damit einen Qualitätsvorsprung bieten. „Unsere Lieferanten stammen durchweg aus Norddeutschland, also Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen, Niedersachsen oder Mecklenburg-Vorpommern“, erläutert Jan Timm, der das Projekt bei Naturkost

Nord leitet. Zum anderen ist bei jedem Produkt klar kenntlich, von welchem Hof es stammt.

Mit den Produkten und den Werbemitteln für den Point of Sale kann der Kunde Regionalität in der Verkaufsstelle entdecken. Dieser ist ausdrücklich eingeladen, nicht nur zu konsumieren, sondern sich aktiv zu informieren und teilzuhaben. Auf der Internetseite www.hoefe.bio gibt es Berichte zu saisonalen

Themen, Termine und Veranstaltungen der beteiligten Höfe und Hintergrundinformationen zu Bio-Themen wie Saatgut, Tierwohl, Gentechnikfreiheit und Artenvielfalt, die Facebook-Präsenz lädt zu lebhaftem Austausch ein. „Bio-Landwirte erzeugen eben nicht nur Lebensmittel“, erläutert Matthias Deppe. „Sie erbringen wertvolle Kulturleistungen nicht nur für den ländlichen Raum und wir möchten Aufmerksamkeit dafür schaffen, dass diese stärker wahrgenommen werden.“



Auf der BioNord informiert sich Niedersachsens Landwirtschaftsminister Meyer am Stand von Naturkost Nord über das Regionalprojekt Unsere Höfe im Norden. ©Naturkost Nord

Voelkel: Unterstützung in der Heimat, auf der Flucht und in der Region

Auch in diesem Jahr unterstützt die Naturkostsafterei Voelkel aus Überzeugung Menschen, die ihre Heimat verlassen mussten, sowohl vor Ort, als auch auf der Flucht und in der eigenen Heimat im Wendland. Viele Menschen aus Krisenregionen sind im Landkreis Lüchow-Dannenberg, wo Voelkel beheimatet ist, angekommen und versuchen sich dort ein neues Leben aufzubauen. Voelkel unterstützt dabei mit der Bereitstellung von Arbeitsplätzen. Aktuell arbeiten fünf Flüchtlinge aus Syrien, Somalia und dem Irak in der Naturkostsafterei. Einer von ihnen konnte im August die dreijährige Ausbildung zur Fachkraft für Fruchtsafttechnik beginnen. Um die Integration zu erleichtern, arbeiten sie in unterschiedlichen Schichten und Produktionsabschnitten.

Um die betroffenen Menschen vor Ort zu unterstützen, wird Voelkel einen Teilerlös aus dem Verkauf der Produkte Familienpunsch und Heißer Winterapfel auch in diesem Winter wieder an missio e.V. spenden. Die Flüchtlingsarbeit des Internationalen Hilfswerks zielt besonders darauf, Menschen auf der Flucht, frühzeitig so-

wohl humanitär als auch medizinisch zu helfen. Im vergangenen Jahr wurden 13.000 Euro übergeben. Die Gelder werden vor Ort dringend für Nahrungsmittel sowie die medizinische Versorgung irakischer Flüchtlingsfamilien gebraucht. Informationen zur Aktion finden sich auf: www.missio-hilft.de

Vor wenigen Wochen war Stefan Voelkel, Geschäftsführer der Naturkostsafterei, auf der griechischen Insel Lesbos, um sich vor Ort ein Bild von den ankommenden Flüchtlingsströmen und der Erstaufnahme zu machen. Die erschütternden Erfahrungen mit völlig überfüllten staatlichen Einrichtungen führten bei ihm unmittelbar zu dem Wunsch, vor Ort zu helfen und den Aufbau einer Empfangsstation für die Flüchtlinge durch Borderline Europe zu unterstützen. Geplant war, mit der Empfangsstation Flüchtlingen ein Winterquartier zu bieten, in dem sie sich vor der Weiterreise erholen können. Allerdings führten erhebliche Proteste der Bevölkerung dazu, dass diese Idee nicht realisiert werden konnte. Zum großen Bedauern von Voelkel, denn das Unternehmen hatte zuvor schon einen Container voller Sachspen-



©missio/Dirk Planert

den, wie Isomatten, Decken, Hygieneartikel, Spielzeug, Schuhe, Getränke und mehr gesammelt. Vieles wurde umsonst oder vergünstigt zur Verfügung gestellt, anderes bezahlt das Unternehmen. Der Container sollte zudem als Lagerfläche vor Ort dienen. „In Absprache mit den jeweiligen Spendern bemühen wir uns nun um eine regionale Verteilung der Sachspenden und geben die Geldspenden weiterhin an den Verein für Menschenrechte Borderline Europe“, so Stefan Voelkel zur aktuellen Situation. Weitere Infos finden sich auf www.voelkeljuice.de.

Naturkostladen Esens Seit 30 Jahren natürliche Kost

Kurz vor dem Sprung auf die Fähre zu den ostfriesischen Inseln findet man im Zentrum des kleinen Küstenstädtchen Esens den Naturkostladen von Eva-Maria Wagner und ihrem Team. Bereits seit 30 Jahren ist die engagierte Ladnerin mit viel Herzblut dabei, der Region beste Bio-Qualität anzubieten. Gute Beratung steht ganz oben an. Denn Beratung und das genaue Wissen über Inhalt und Herkunft der Produkte ist das, was sie von anderen Einkaufsstätten abhebt. „Wir nehmen uns gerne Zeit, um Hintergründe zu

erklären“, betont Eva-Maria Wagner. Die Inhaberin besucht regelmäßig Erzeugerbetriebe und steht in Kontakt zu Landwirten und langjährigen Herstellern der im Naturkostladen angebotenen Waren.

Das 30-jährige Jubiläum wurde von Eva-Maria Wagner (re. Im Bild) gemeinsam mit ihrem Ehemann Peter Wagner und den Mitarbeiterinnen Marianne Reents, Edith Ammermann und Ingrid Neemann im Rahmen eines Herbstmarktes am letzten Oktoberwochenende gefeiert.



©NK Esens

TAOASIS: Erfolgreich im Biofachhandel

Nach dem erfolgreichen Start des weltweit ersten Bioparfums in demeter-Qualität vor zwei Jahren, freut sich das Familienunternehmen TAOASIS aus Detmold über die gute wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens und die Etablierung in der Biobranche. Der Umsatz mit der Marke ‚Baldini‘ stieg 2015 um 43 Prozent gegenüber dem Vorjahr, so das Unternehmen.

An erster Stelle steht für das Unternehmen die nachweisbare ökologische Qualität der Produkte. Dafür baut Taoasis gezielt Kooperationsprojekte in den Herkunftsländern der Öle, wie Indien, Frankreich oder Bulgarien, aus, um die internen Qualitätsstandards auch dauerhaft einhalten zu können. Ziel der Duft-Manufaktur ist es auch, die professionelle Aromatherapie bekannter zu machen. So sponserte sie im Juni 2015 den 4. Internationalen Aromatherapie Fachkongress der Akademie der Düfte und eröffnete auf dem Südhang des Firmengeländes in Detmold einen Duft- und Heilpflanzengarten mit Barfußpfad. Dieser wird in der Blühsaison – von April bis September – nach vorheriger Anmeldung auch für die Öffentlichkeit zugänglich sein.

Bauck: Azubis legen Getreidegarten auf dem Betriebsgelände an



Acht Auszubildende legen bei dem Bio-Pionier aus der Lüneburger Heide den Grundstein für ihr Berufsleben. Getreide ist die Grundlage für fast alle Produkte der Bauckhof Naturkost. Da lag die Idee für ein Azubi-Projekt auf der Hand: Die Anlage eines Getreidegartens auf dem Betriebsgelände.

Im August 2014 bekamen die Auszubildenden die Aufgabe, den Garten zu planen, anzulegen und die Pflege zu organisieren. „Verantwortung zu übernehmen und sich im Team zu organisieren sind wichtige Eigenschaften, nicht nur im

Berufsleben“, so Geschäftsführer Jan-Peter Bauck, „außerdem entwickelt sich so ein ganz anderer Bezug zu unseren Rohstoffen.“ Also hieß es, umgraben und säen, Zwischenfrüchte (z.B. Blaue Lupinen, Klee, Ackerbohne) und Getreide anbauen: Roggen, Hafer, Sommerweizen, Hartweizen und Dinkel. Auf einer Fläche von 250 Quadratmetern entstanden 18 Parzellen. Die letzte Herausforderung war die Ernte: Sensen und Garben binden – eine Fähigkeit, die kaum noch jemand beherrscht. Lisa Bauck, Mutter des Geschäftsführers, schon!

Lebensbaum für Deutschen Nachhaltigkeitspreis nominiert

Bio-Pionier Lebensbaum ist unter den Top 3 „Deutschlands nachhaltigste Unternehmen“. Mit der Nominierung für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2015 gehört der norddeutsche Hersteller von Tee, Kaffee und Gewürzen in Bio-Qualität zu den Finalisten in der Kategorie der mittelgroßen Unternehmen. Die Preisverleihung findet am 27. November 2015 im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitstages in Düsseldorf statt.

Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis ist die nationale Auszeichnung für Nachhaltigkeitsengagement und einer der renommiertesten Preise seiner Art in Europa. Träger ist die Stiftung Deutscher Nachhaltigkeitspreis e.V. in Zusammenarbeit mit der Bundesregierung, kommunalen Spitzenverbänden, Wirtschaftsvereinigungen, zivilgesellschaftlichen Organisationen und Forschungseinrichtungen. Ausgezeichnet werden seit 2008 Unternehmen, die vorbildlich wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung und Rücksicht auf die Umwelt verbinden.

BIO COMPANY zählt zu Berlins besten Ausbildungsbetrieben

Auszeichnung durch die Industrie- und Handelskammer (IHK) Berlin: Die Berliner Biosupermarktkette BIO COMPANY wurde mit 12 weiteren Betrieben als bester Ausbildungsbetrieb der Stadt gewürdigt. Die Urkunden für besonders engagierte Nachwuchsförderung, hohe Qualität der Ausbildung und berufliche Perspektiven der Auszubildenden im Betrieb wurden von Jürgen Wittke, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Berlin und Vizepräsidentin Dr. Beatrice Kramm überreicht.



Über die Auszeichnung der IHK Berlin freuen sich: Karen Koch (Ausbildungsleiterin BIO COMPANY), die Azubis Lucas Waßmansdorff und Danny Frohwerk und Kornelia Petri (Weiterbildung BIO COMPANY)
©BIO COMPANY

„Wir freuen uns sehr über die Würdigung der IHK. Mit unseren qualitativen Ausbildungsangeboten möchten wir vor allem die Fachkräfte stärken und freuen uns immer wieder, wenn begeisterte junge Leute mit ins Team kommen“, so Georg Kaiser, Geschäftsführer der BIO COMPANY GmbH. Die Übernahmequote der Azubis bei der BIO COMPANY liegt bei 85 Prozent. Die Berliner Biosupermarktkette beschäftigt derzeit 120 Auszubildende und hat insgesamt 1.268 Mitarbeiter.

Darüber hinaus bietet das Unternehmen 10 bis 20 Plätze für die schulische oder überbetriebliche Ausbildung von benachteiligten Jugendlichen an. Neben der fachkundigen Ausbildung in den Filialen können alle Auszubildenden ein umfangreiches Weiterbildungsangebot, besonders im warenkundlichen Bereich nutzen. Praxisbezogene Schulungen in der Domäne Dahlem reichen von Gemüseernte bis zu Kochkursen und sollen die Teamfähigkeit fördern. Ein Höhepunkt der Ausbildung bietet auch das Ökopraktikum auf einem Demeter-Betrieb in Brandenburg.

Grell Naturkost stärkt regionale Partnerschaften

Die drei norddeutschen Bio-Unternehmen Biohof Hasenkrug, Naturkosthersteller Gut Krauscha und Naturkostgroßhändler Grell haben ein gemeinsames Projekt zur Vermarktung von Legehennen und Eiern aus mobiler Haltung gestartet.

Sella Mevert von Gut Krauscha freut sich, nach Bioland-Legehennen aus Mobilhaltung als Fleisch für ihre Produkte hätten sie schon lange gesucht. Nun kommen von Hof Hasenkrug erstmalig Hennen aus einem Mobilstall in die Kochtöpfe. „Wir sind sehr gespannt, denn wir erwarten eine noch bessere Fleischqualität von diesen mobil gehaltenen Hühnern.“ Die Herstellung ihrer beliebten Konserven erfolgt handwerklich und traditionell in großen Kochtöpfen in der Hofküche des Bioland-Betriebes in der Nähe von Görlitz. Über Grell Naturkost kommen die Produkte wieder in die Region zurück.

„Beim ersten Durchlauf der Legehennen im Mobilstall hat durchschnittlich jedes Huhn in den 20 Monaten – plus zwei Monate Legepause für die Mauser – 500 Eier gelegt“, resümiert Dieter Greve vom Hof Hasenkrug in Schleswig-Holstein zufrieden. Für ihn bedeutet die Haltung im Mobilstall mit Mauserpause durchaus täglich Mehrarbeit. Das zweite Lege-

Der zweite Durchlauf beginnt in neuer Verpackung
Der Mobilstall wird neu belegt mit 17 Wochen alten Legehennen. Sie brauchen etwa 3 Wochen bis zum Legebeginn. So geht es Mitte September langsam wieder weiter, mit den kleinen 5-Eiern aus dem Hühnermobil und dem Motto: Ich stehe für längeres Leben und Solidarität mit den Brüdern. Sie werden erstmalig in dem neuen 5-Eier-Pappkörbchen zu 20 Stück angeboten.

Bioland-Hühnerfrikassee und Hühnerfleisch von unseren glücklichen Legehennen aus dem Mobilstall

REGIONAL
Hühnerfleisch von Hof Hasenkrug aus Schleswig-Holstein

Gut Krauscha
Frikassee e. K.
Bioland Institut

Gemeinsame Sache

Partnerschaft: Hof Hasenkrug, Grell Naturkost und Gut Krauscha
Bilanz auf Hof Hasenkrug: Erfolgreicher erster Durchlauf der Legeperiode im Mobilstall
Die Verarbeitung erfolgt auf Gut Krauscha mit regionaler Kennzeichnung

jahr der Hennen erspart den Kauf neuer Küken und somit das Aussortieren der Bruderküken. Grell Naturkost konnte die Eier seines Lieferanten bislang schon erfolgreich an ausgewählte Kunden vermarkten, wenn auch mit

zwei Cent weniger als eingeplant. „Doch wir sind optimistisch, dass die Bereitschaft weiter steigt, den Mehrwert anzuerkennen“, so Projektbegleiter Jan Bolten von Grell Naturkost.

Markenrelaunch bei TerraSana

Viefältige Neuerungen finden aktuell bei Naturkosthersteller TerraSana statt. Überarbeitungen des Sortiments stehen an, das Japansortiment erhält weitere zertifizierte Produkte, es wird kleinere Verpackungseinheiten geben, wie z.B. bei einigen Lakritzsorten und das Verpackungsdesign soll attraktiver werden. Zunächst ist der Markenname durch einen neuen Untertitel erweitert worden. TerraSana positive eating lautet das neue Branding.

Um deutlich zu machen, wofür die Marke steht, erläutert Geschäftsführer Peter Jacobs. „Aus diesem Grund wurde unser Logo auch komplett erneuert.“ Ziel aller Neuerungen ist, „fröhlicher, zugänglicher, spannender und noch besser“ zu werden, so Jacobs. Und das soll sich auch bei den Verpackungen zeigen, deren Layout sukzessive geändert wird. „Jede Verpackungslinie bekommt ihre eigene, zur Produktkategorie gehörende Ausstrahlung. Die neuen Verpackungen werden die Regale nach und nach erobern. Alle 500 Produkte auf einmal und im selben Moment geht einfach nicht. Auch 2016 werden noch viele Verpackungen folgen.“

Wo die Produkte weiterhin zu finden sein werden, darüber lässt Jacobs keinen Zweifel aufkommen: „Wir möchten TerraSana weiterhin ganz eindeutig als echte Marke für den Fachhandel gestalten. Der Fachhandel ist unser Heimathafen!“



HERBARIA lädt ein zum Kräuterschein-Seminar 2016

Kräuterspezialist Herbaria veranstaltet auch im kommenden Jahr wieder zwei dreitägige Seminare für den amtlichen „Nachweis der Sachkenntnis im Einzelhandel mit freiverkäuflichen Arzneimitteln“ mit anschließender Prüfung vor der Industrie- und Handelskammer in München. Die kurz ‚Kräuterschein‘ genannte Fortbildung wird allen Interessierten als Rundum-Sorglos-Paket inkl. Übernachtung, Verpflegung und Kräuterkursion mit Seminar angeboten. Stattfinden wird es auf der malerischen Durhamer Alm in den Bayerischen Voralpen – da liegt das Kräuterwissen quasi in der Luft!

Termine jetzt schon vormerken:

Fr. 22.–So. 24. April 2016 – mit Prüfung am Montag 25. April 2016 sowie
Fr. 16.–So. 18. September 2016 mit Prüfung am Montag 19. September 2016.
Die Prüfungen finden bei der IHK-Akademie in München statt.

BNN-Mitgliedsunternehmen – Neues in Kürze



1 Willingen-Usseln**Bio-Brotbox-Aktion der Upländer**

Zum sechsten Mal initiierte die Upländer Bauernmolkerei in diesem Jahr die Bio-Brotbox-Aktion in ihrer Region. 630 ABC-Schützen bekamen zur Einschulung die gelbe Frühstückbox voller leckerer und gesunder Bio-Lebensmittel wie Tomaten, Vollkornbrot, Müsli und ein Gutschein für einen Liter frische Bio-Milch geschenkt. Auf dem Foto freuen sich die Erstklässler der St.-Engelbert Schule Brilon. ©Upländer Bauernmolkerei

2 Ransbach-Baumbach**Neuer Senior Sales Manager bei Biovegan**

Peter Kirwel, ehemals Senior Sales Manager bei Tofutown und Topas, ist seit August 2015 für den Bereich internationaler Verkauf/Export bei Biovegan verantwortlich. Die Position ist wegen der wachsenden Nachfrage aus dem In- und Ausland bei Biovegan neu geschaffen worden. ©Biovegan

3 Nürnberg**Verstärkung bei Eisblümerl Naturkost und Nürnberger Bio Originale**

Das Team von Eisblümerl Naturkost und Nürnberger Bio Originale hat seit dem 1. September tatkräftige Verstärkung. Heike Lehner (45) wird Vertrieb und Marketing unterstützen. Die studierte Dipl. Betriebswirtin mit Schwerpunkt Marketing war zuletzt für Dr. Quendt Backwaren GmbH & Co. KG in Dresden tätig. ©Eisblümerl Naturkost

4 Korntal**Naturgut eröffnete neue Filiale**

Die in Stuttgart ansässige Bio-Supermarktkette Naturgut eröffnete im Oktober ihre elfte Filiale in Korntal. Die 400 qm Ladenfläche mit Platz für über 5.000 Bio-Artikel ist barrierefrei gestaltet, mit kundenfreundlichen Theken und neuesten energieeffizienten Kühlmöbeln versehen. Ein energiesparendes LED-Beleuchtungskonzept sorgt innen wie außen für angenehme Helligkeit. Auch ein Bio-Bistro und eine Kinderecke wurden in die neue Filiale integriert. ©Naturgut

5 Mühldorf/Bayern**Barnhouse wächst weiter**

Mit einer deutlichen Erweiterung der Kapazitäten rüstet sich der Bio-Pionier aus Mühldorf/Bayern für die Zukunft: Investiert wurde nicht nur in einen Anbau und zwei zusätzliche Backstraßen, sondern auch in die Modernisierung der Anlagenbeschickung und Anlagenreinigung. Durch den Anbau werden zusätzliche 300 qm Produktionsfläche geschaffen. Auch in Sachen Energie stehen Erweiterungen an: Zu den Photovoltaikanlagen auf den Firmendächern wird künftig die Kühl- und Heizkraft des Grundwassers genutzt. ©Barnhouse

6 Freiburg**Neue Geschäftsführung bei Taifun**

Seit dem 1. Oktober hat die Life Food GmbH/Taifun-Tofuprodukte in Freiburg eine neue Geschäftsführerin. Mitbegründer und bisheriger Geschäftsführer Wolfgang Heck wendet sich neuen Aufgaben zu und gibt sein Amt an die langjährige Mitarbeiterin Elisabeth Huber ab. ©Life Food GmbH

BIOFACH wirft ihre Schatten voraus

Vom 10. bis 13. Februar 2016 steht Nürnberg wieder im Zeichen der BIOFACH. Auf der Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel präsentiert sich die nationale und internationale Branche: Natürlich geht es auch im kommenden Jahr darum, die laufenden Entwicklungen im Markt zu besprechen, Bilanz zu ziehen und neue Impulse anzustoßen. Der BNN gestaltet diesen Prozess aktiv mit und möchte über verschiedenste Angebote allen Interessierten die Möglichkeit zur Information und Diskussion geben.

Bereits traditionell am Fachhandelszentrum beheimatet, laden die Mitarbeiter des Verbandes zum Gespräch am Messestand oder auf einen Kaffee im Fachhandelsclub. Gleich nebenan findet das Fachpublikum das Forum, zu dessen Programm der BNN zahlreiche Vorträge beisteuern wird. Geplant ist im kommenden Jahr außerdem eine Ausstellung zu unserem Informationsprojekt Nachhaltig Bio! Die beispielhaften Leistungen der teilnehmenden Unternehmen sollen hier kurzweilig und abwechslungsreich dargestellt werden.

Auch außerhalb von Halle 9 ist der BNN aktiv: Natürlich als Teil des Kongressprogramms der Messe, aber vor allem in Form des inoffiziellen gesellschaftlichen Auftaktes der BIOFACH: dem Come together! Die Veranstaltung mit über 500 Gästen ist bereits seit mehr als zehn Jahren fester Bestandteil im Messekalender und auch dieses Mal wird der BNN hochkarätige Vertreter aus Branche, Politik und Gesellschaft begrüßen.

Zur BIOFACH werden 2.400 Aussteller erwartet – 200 davon auf der VIVANESS, deren Keynote Dr. Auma Obama, die Schwester des US-amerikanischen Präsidenten halten wird. Vorstand, Kuratorium und Mitarbeiter des BNN erwarten sich aber vor allem eines von der BIOFACH 2016: Viele Gespräche, interessante Informationen und gemeinsame Anstrengungen für die Zukunft von Bio.

Nürnberg, Germany

10. - 13.2.2016

BIOFACH2016

into organic

Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel

World's Leading Trade Fair for Organic Food

Chicorée: CMS-frei, samenfest und ökologisch gezüchtet

Drei vom BNN geförderte Züchter berichten von ihrer Arbeit



Ende Januar wird es für Vera Becher spannend. Dann kommen die Sprossen nach vier Wochen Treiben im Dunklen zum ersten Mal ans Licht. Jetzt zeigt sich, wie gut die Auswahl war, die die Züchterin vor zwei Jahren getroffen hat. „Es ist immer wieder aufregend, denn gerade am Anfang weiß man nie so genau, was rauskommt.“ Vera Becher ist verantwortlich für den Samenbau am Hofgut Rengoldshausen am Bodensee. Sie gewinnt Saatgut bei 30 verschiedenen Kulturen – und sie züchtet neue Sorten, etwa bei Chicorée. Ihre Züchtung ist eines von drei Chicorée-Projekten, die der BNN* im Rahmen seiner fünfjährigen Zusammenarbeit mit dem Verein Kultursaat fördert. Die anderen beiden Chicorée-Züchter sind Samuel Widmer in Andwil, auf der südlichen Bodenseeseite in der Schweiz und Julian Jacobs am Obergras-hof in Dachau bei München.

Denn bisher sind die Bio-Gärtner überwiegend auf konventionell gezüchtete Hybridsorten angewiesen. Da der sogenannte Züchtungsfortschritt der konventionellen Züchterhäuser zunehmend in CMS-Hybriden fließt und klassische Hybriden immer mehr durch CMS-Hybriden ausgetauscht werden, ist nicht absehbar, wie lange es für die wenigen Bio-Chicorée-Erzeuger noch CMS-freies Hybridsaatgut geben wird. Denn die deutschen Anbauverbände haben CMS-Hybriden aus Zellfusion ausgeschlossen und auch der Biofachhandel hat sie aus dem Sortiment verbannt. Es braucht also dringend samenfeste Alternativen.

Doch schnell geht in der ökologischen Züchtung nichts. Beim Chicorée schon gar nicht, denn der ist eine zweijährige Pflanze. Deshalb können die Züchter nur alle zwei Jahre die besten Sprosse aus der Treiberei selektieren. „Im ersten Durchgang wähle ich etwa 200 von insgesamt 5.000 Sprossen samt Wurzel aus, die bereits auf den ersten Blick einen guten Ein-

*Im BNN-Saatgutprojekt werden über fünf Jahre knapp eine halbe Million Euro an 37 ökologische Züchtungsprojekte fließen. Finanziert wird das Projekt zu gleichen Teilen durch Unternehmen aus dem ‚BNN-Monitoring für Obst und Gemüse‘ und der Software AG-Stiftung.

druck auf mich machen“, schildert Vera Becher die Selektion. „Von diesen 200 Pflanzen bleiben nach einer genaueren Begutachtung etwa 50 übrig. Die erfasse ich nun exakt, erst die äußere Qualität, also die Form, die Geschlossenheit der Köpfe, die Länge der Blätter. Dann breche ich die Sprossen ab, schaue mir die Qualität von innen an, ob sie gleichmäßig gewachsen sind, braune Stellen aufweisen. Zum Schluss verkoste ich sie.“

Etwa 30 Chicorées bestehen den Test. Zu zwei Terminen selektiert Vera Becher im Winter und pflanzt im Frühjahr insgesamt 60 Wurzeln ins Gewächshaus. Obwohl der Hauptspross abgebrochen wurde, treiben an den Seiten neue Sprossen aus. Sie wachsen bis zum Sommer zu starken, blühenden Pflanzen heran. Das Gewächshaus muss in dieser Zeit fest geschlossen sein. Die Lüftung hat einen Filter. Kein bestäubendes Insekt darf reinkommen. Es könnte Pollen der Wegwarte einschleppen, der wilden Schwester der Zichorie, wie die Chicorée-Pflanze eigentlich heißt. Eine solche Fremdbestäubung wäre für die Züchterin eine Katastrophe. Bestäuben müssen sich die 60 Zichorienpflanzen gegenseitig. Diese Arbeit übernimmt ein eigens angeschafftes Hummelvolk, das im Gewächshaus lebt. Im Herbst gewinnt Vera Becher dann die Samen, die im kommenden Frühjahr ausgesät werden. Davon erntet sie dann im Herbst wieder die Wurzeln, sucht die besten aus und bringt sie in die Treiberei – und so weiter.

„Es braucht sechs bis sieben solcher Selektionsschritte, bis sich die gewünschten Eigenschaften herausgebildet haben und zuverlässig weitergegeben werden“, erklärt die Züchterin. Das sind 12 bis 14 Jahre. Hinzukommen noch einmal drei Jahre, um eine Sortenzulassung zu erreichen. „Das dauert fast so lange, wie ein Kind großzuziehen.“

Eine ökologisch gezüchtete samenfeste Sorte ist bereits zugelassen

Bei Samuel Widmer ist ein Kind schon aus dem Haus. Der Schweizer Demeter-Gärtner hatte 1998 begonnen, mit Chicorée züchterisch zu arbeiten. Entstanden ist daraus die samenfeste Sorte Macun, die der Verein Kultursaat schließ-



Vera Becher vom Hofgut Rengoldshausen vermehrt und züchtet Gemüsesorten auf dem Ralzhof

lich 2014 als Sorte zugelassen bekam. „Ich arbeitete damals in einer Gärtnerei, die auch Chicorée erzeugte. Es gab kein Saatgut in Bio-Qualität. Jeder dachte, das sei viel zu kompliziert. Also habe ich ganz vorsichtig, spielerisch damit angefangen“, berichtet Samuel Widmer. Er gewann aus einigen Pflanzen einer in den 1990er Jahren auf Bio-Betrieben häufig angebauten Hybridsorte Saatgut und säte es aus. Üblicherweise zerfallen die Nachkommen der Hybride in der zweiten Generation (F2) wieder in ihre Elternlinien. „Das waren aber keine Kümmerlinge, wie man vielleicht erwartet hätte, sondern größtenteils durchaus brauchbare Pflanzen. Ich habe mir die nach Zapfenform, Farbe und Geschmack besten Sprossen herausgesucht und immer weiter selektiert, daraus ist dann schließlich der Macun geworden.“

Inzwischen arbeitet Samuel Widmer an einer weiteren Sorte, und zwar in Kooperation mit einem auf Chicorée spezialisierten Demeter-Betrieb in den Niederlanden. Basis ihrer Arbeit ist eine aktuelle im Anbau verbreitete CMS-freie Hybride, mit der der Betrieb bisher sehr gute Erfahrungen gemacht hat. Daraus soll nun eine samenfeste Sorte entstehen, die für die

Treiberei in einem möglichst großen Zeitfenster geeignet ist. Die Kunden erwarten inzwischen von Oktober bis in den Frühsommer hinein Chicorée im Regal.

„Ich setze mich für eine breite Züchtung ein, die mit ihren Sorten verschiedene Belange abdeckt“, sagt Samuel Widmer. Dabei unterscheidet er zwischen „original samenfesten Sorten“ einerseits, also solchen, die in ihrer Vorgesichte nie mit Hybridzüchtung in Berührung kamen und samenfesten Sorten aus „Dehybridisierung“ andererseits. Solche Rückzüchtungen aus Hybriden, wie sie auch Vera Becher verfolgt, werden unter Öko-Züchtern ein wenig skeptisch gesehen. Doch komplett ohne geht es wohl nicht. „Nur so können wir vom Züchtungsfortschritt der letzten Jahrzehnte profitieren“, erklärt Vera Becher. „Die wenigen alten Landsorten, die es beim Chicorée gibt, die genügen nicht den Ansprüchen an Ertrag und Wirtschaftlichkeit, denen sich eine moderne Bio-Gärtnerei und -treiberei stellen muss.“

Landsorten schmecken intensiver

„Original samenfest“ ist zum Beispiel die Sorte mit der Projektbezeichnung Dura. Sie wurde



Julian Jacobs arbeitet seit 12 Jahren auf dem Obergrashof mit alten Landsorten

bereits vor über dreißig Jahren vom Züchtungspionier Ilmar Randuja in der Schweiz biodynamisch gepflegt. Bei diesen alten Sorten war es noch üblich, die Wurzeln mit einer Erdschicht abzudecken, durch die sich die Sprosse bohren mussten. Samuel Widmer hat dann vor zwölf Jahren begonnen, solche Dura-Pflanzen auszuwählen, die auch ohne Deckerde feste Sprosse bildeten. Das hat geklappt. Doch eine Sortenzulassung hat Dura noch nicht bekommen. Zu uneinheitlich sei das Erscheinungsbild der Sprosse noch, hatten die Prüfer befunden. Also züchtet Samuel Widmer – gefördert vom BNN – weiter an der Dura und ärgert sich darüber, dass an original samenfeste Sorten dieselben Maßstäbe angelegt werden wie an Hybridsorten für den Massenmarkt. „Und der Geschmack wird gar nicht geprüft.“

Da sind sich alle Züchter einig. Der Geschmack der alten Landsorten ist deutlich ausgeprägter

als bei Hybriden. Das ist für Julian Jacobs einer der Gründe, solche Sorten so zu selektieren, dass sie auch mit der Wassertreiberei am Obergrashof gut zurechtkommen. Neben Tardivo arbeitet er dabei seit zwölf Jahren mit Schriek, einer weiteren belgischen Landsorte. Zwei der daraus gezüchteten Linien sind seine Favoriten. „Sie zeichnen sich aus durch große Wüchsigkeit und guten Geschmack. Allerdings sind die Sprosse noch uneinheitlich und die Spitzen nicht immer geschlossenen.“ Um das zu ändern, wird es noch einige Selektionsschritte und damit Zeit brauchen. „Gerade deshalb ist die fünfjährige Förderpartnerschaft mit dem BNN so wichtig für uns“, sagt Michael Fleck, Geschäftsführer des Vereins Kultursaat. „Das gibt uns mehr Planungssicherheit und Wind unter den Flügeln.“

Leo Frühschütz

Aufwändiger Anbau

Die Erzeugung von Chicorée beginnt mit der Aussaat im Mai. Geerntet wird im Oktober und November – allerdings noch kein Salat, sondern erst die Rüben (Wurzeln). Sie werden einige Wochen kalt gelagert, was den Winter simuliert. Danach werden zu kleine, kränkliche, aber auch zu große Wurzeln aussortiert. Dicht an dicht kommt der große Rest in die Treiberei. 15 bis 18 Grad herrschen dort, in der Luft und im Wasser, in dem die Wurzeln stehen. Nach drei, vier Wochen wachsen die Sprosse. Zur Ernte werden die Wurzeln entnommen, und die Sprosse – einer je Wurzel – abgeschnitten und in Kisten verpackt. Eingeschlagen in blaue Folie, damit sie möglichst dunkel lagern. Denn mit dem Licht werden die Blätter grün und deutlich bitterer.

Den Biofachhandel versorgen eine handvoll größerer Treibereien mit Chicorée. Selbst wenn sie moderne CMS-freie Hybriden einsetzen, ernten sie weit weniger Chicorée als ihre konventionellen Kollegen. Denn diese schützen ihre Wurzeln mit Fungiziden vor Pilzen und fügen dem Wasser Nährstoffe zu. Setzen Bio-Gärtner samenfeste Sorten ein, ist ihr Ertrag noch einmal geringer. Um das auszugleichen, müssen die Kunden einen entsprechend höheren Preis zahlen, bekommen dafür allerdings ein besonders hochwertiges, weil auffällig geschmack- und gehaltvolles Produkt.

Züchter Samuel Widmer vor blühenden Chicorée-Pflanzen



Alle Fotos: © Kultursaat

Gentechnik durch die Hintertür

Neue Züchtungsmethoden sind rechtlich umstritten

ODM, CRISPR, Talen: Diese Kürzel stehen für biotechnologische Verfahren, die gezielt in das Erbgut von Pflanzen eingreifen. Schnell und effizient sollen, so das Versprechen, gewünschte Eigenschaften wie Resistenzen in die Pflanzen und ihr Saatgut eingebracht werden. Schon steht mit dem so genannten Cibus-Raps eine erste Sorte vor der kommerziellen Anwendung.

An diesem von der US-Firma Cibus hergestellten Raps lassen sich die mit diesen Methoden verbundenen Probleme gut aufzeigen. Erzeugt hat Cibus das Saatgut mit Hilfe der Oligonukleotid-gesteuerten Mutagenese (ODM). Dabei werden synthetisch im Labor hergestellte kurze DNS-Abschnitte in die Zellen eingeschleust und bringen sie dazu, die Struktur ihrer eigenen DNS zu verändern. Es wird also eine gezielte Mutation hervorgerufen. Im Falle des Cibus-Raps wurde die Pflanze gegen ein Herbizid resistent gemacht. Das Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit (BVL) stuft diesen Raps nicht als Gentechnik im Sinne des Gentechnikgesetzes ein und wollte den Anbau ohne weitere Auflagen freigeben. Die Behörde begründete ihr Vorgehen damit, dass diese Mutation auch spontan oder nach Anwendung von Mutagenen auftreten könnte. Zudem sei später nicht nachweisbar, mit welcher Methode die Mutation angeregt wurde. Bio- und Umweltverbände hingegen stufen ODM als Gentechnik ein. Sie argumentieren, dass die einschlägige EU-Richtlinie 2001/18 alle Verfahren, bei denen genetisches Material im Labor aufbereitet und in die Zellen eingeführt werde, als gentechnisch definiere. Eine – auch vom BNN unterstützte – Klage des BUND und zweier Bio-Hersteller hält vorerst den Anbau des Cibus-Rapses auf.

Auch einige andere Verfahren wie die Zinkfinger-Nuklease (ZFN), CRISPR oder Talen rufen gezielte Mutationen hervor, um bestimmte Eigenschaften in die Pflanze einzubauen. Mit anderen Methoden lassen sich gezielt einzelne Gene einer Pflanze abschalten. Bei vielen dieser Techniken ist im Detail nicht klar, wie sie funktionieren. Auch über mögliche Risiken und Nebenwirkungen ist nur wenig bekannt. Es könne zu ungewollten Effekten in den Pflanzen



kommen, befürchten Studien des österreichischen Gesundheitsministeriums oder des norwegischen Zentrums für Biosicherheit GenØk. Klar ist, dass sich die eingebauten Eigenschaften mit den Pollen und Samen unkontrolliert in der Umwelt verbreiten können – wie bei herkömmlichen Gentechnik-Pflanzen auch.

EU-Entscheidung zu neuen Techniken

Nach jahrelangem Zögern hat die EU-Kommission im Sommer angekündigt, sie wolle bis Ende 2015 entscheiden, welche der neuen Züchtungsmethoden unter das Gentechnikrecht fallen und welche nicht. Eine Einstufung als Gentechnik würde für das entsprechende Verfahren das Aus bedeuten – zumindest auf dem EU-Markt. Die Stellungnahmen der einschlägigen Beratungsgremien deuten darauf hin, dass einige Methoden, insbesondere ODM und ZFN, als „nicht gentechnisch“ eingestuft werden. Die damit hergestellten Pflanzen würden weder einem Zulassungsverfahren mit Risikoprüfung noch Kennzeichnungs- oder Koexistenzregelungen unterliegen. Bei problematischen Eigenschaften wie einer Herbizidresistenz gäbe es keinen Schutz vor Auskreuzungen und niemand würde für Verunreinigungen haften.

In der ökologischen Pflanzenzucht ist die Integrität der Zelle ein entscheidendes Kriterium. Sie wird durch die hier vorgestellten Methoden

Der BNN hat ein Positionspapier zu Methoden der Pflanzenzüchtung veröffentlicht. Im Fokus steht die Beurteilung neuer Züchtungstechniken, die gezielt in das Erbgut von Pflanzen eingreifen, wie die TALEN-Technik oder die Oligonukleotid-gerichtete Mutagenese (ODM). Die BNN-Mitglieder sehen diese und ähnliche neue Verfahrenstechniken nicht mit der Würde der Pflanze vereinbar, – wie auch in der Verbandsatzung verankert. Sie sprechen sich dafür aus, im Ökolandbau nur Sorten aus Techniken zu nutzen, die das Genom (Erbgut) und die Zelle als unteilbare Einheit respektieren.

Als Download zu finden auf www.n-bnn.de

verletzt. Deshalb kommen sie für Öko-Züchter nicht in Frage. Doch ist der Ökolandbau auf absehbare Zeit insbesondere bei Obst und Gemüse auf Sorten der konventionellen Pflanzenzüchtung angewiesen – und kommt dadurch in Berührung mit modernen Züchtungsmethoden. Das zeigen die aus Zellfusion hergestellten CMS-Hybriden. Sie gelten nicht als gentechnisch verändert und sind deshalb nach EU-Öko-Verordnung erlaubt. Aus Sicht der Medien und vieler Verbraucher handelt es sich zumindest um Gentechnik light. Die intensiven Anstrengungen der Bio-Verbände, CMS-Hybride auszuschließen, werden durch deren weite Verbreitung bei bestimmten Arten erschwert. Zudem besteht die Gefahr, dass der Ökolandbau vom züchterischen Fortschritt bei diesen Arten ausgeschlossen wird, weil konventionelle Züchter nur noch mit CMS-Hybriden arbeiten. Das Beispiel zeigt, wie wichtig es ist, zu verhindern, dass Saatgut aus neuen Züchtungsmethoden ohne Auflagen auf den Markt kommt. Gleichzeitig sind die Akteure des Ökolandbaus gefordert, rechtzeitig mit Partnern aus dem Saatgutbereich ökolandbautableiche Lösung für die künftige Pflanzenzüchtung zu finden.

Leo Frühschütz

Gute Gründe für echte Naturkosmetik

In den letzten Jahren boomt Naturkosmetik, weil Kunden in allen Lebensbereichen auf Nachhaltigkeit und Gesundheit achten. Dazu gehört natürlich auch, dass Produkte, die mit der Haut in Kontakt kommen, gut verträglich und wirksam sowie umweltfreundlich sind. Unerwünschte Inhaltsstoffe, wie Mineralöle haben in echter Naturkosmetik keine Chance.

Da natürliche Kosmetik bei Verbrauchern hoch angesehen ist, es aber nach wie vor keine rechtsverbindliche Definition für Naturkosmetik in der EU gibt, versuchen einige Hersteller ihren Produkten einen „grünen Schimmer“ zu verleihen. Diese Produkte sind oft meilenweit davon entfernt, die strengen Kriterien der Naturkosmetik-Standards zu erfüllen und tragen keines der anerkannten Labels für zertifizierte Naturkosmetik. Mitgliedsläden im BNN beispielsweise dürfen nur zertifizierte Naturkosmetik führen. Dies regelt die Sortimentsrichtlinie, die auch festschreibt, welche der zahlreichen Standards aktuell die hohen Ansprüche des Naturkostfachhandels an echte Naturkosmetik erfüllen.

Keine Erdölderivate

Die Naturkosmetik-Standards (siehe Grafik unten) haben en Detail festgesetzt, welche Rohstoffe und Herstellungsverfahren erlaubt sind und welche Ansprüche die Verpackung von Naturkosmetik erfüllen muss. Allen gemein ist, dass echte Naturkosmetik weder Inhaltsstoffe

auf Mineralölbasis noch synthetische Farb- und Duftstoffe enthalten darf und nicht an Tieren getestet wird. Konventionelle Kosmetik dagegen besteht zum Großteil aus besonders kostengünstigen raffinierten Erdölbestandteilen, die als Grundstoffe eingesetzt werden, aber zahlreiche gesundheitliche Nachteile und negative Effekte für die Umwelt mit sich bringen. Es kommen oft gereinigte Mineralöle zum Einsatz. Diese enthalten gesättigte und aromatische Kohlenwasserstoff-Anteile, wobei die aromatischen MOAH in Verdacht stehen, erbgutverändernd und krebserregend zu sein.

Besonders bei Lippenpflege auf Mineralölbasis kommt es dazu, dass Mineralölbestandteile über den Mund in den Verdauungstrakt gelangen. Inwieweit Mineralöle die (manchmal natürlich auch rissige oder wunde) Haut durchdringen, ist nicht genau erforscht. Schweizer Wissenschaftler konnten jedoch feststellen, dass bei stillenden Frauen, die mineralölbaltige Brustsalbe verwendeten, der Gehalt an Mineralölen in der Muttermilch deutlich anstieg. Der bewusste Verzicht echter Naturkosmetik auf mineralölbasierte Stoffe betrifft aber noch zahlreiche weitere Zutaten, beispielsweise die in konventioneller Kosmetik verwendeten Tenside (bspw. SLS = Sodium Lauryl Sulfate), Peelingkügelchen aus Polypropylen (PP) oder Polyethylen (PE), Konservierungsmittel (meist Parabene), Silikone und chemische Lichtschutzfilter (bspw. 4-MBC). Über den gesamten Herstellungs-, Verwendungs- und Entsor-

gungszyklus wirken diese Bestandteile umweltbelastend.

Aber Naturkosmetik ist mehr als der Verzicht auf kritische Inhaltsstoffe. In ihrer Gesamtkomposition sind die Produkte sehr gut wirksam und umweltschonend hergestellt. Bereits die natürlichen Fette, Öle und Wachse, die als Basis dienen, liefern zahlreiche Wirkstoffe und pflegen. Zudem sind Bio-Anbau und Verarbeitung der Pflanzen, aus denen die natürliche Fette gewonnen werden, praktizierter Umweltschutz – und zwar international.

Cornelia Dressler

Braucht Naturkosmetik staatliche Regularien?

Ab und zu wird der Ruf nach einer verbindlichen Definition oder staatlichen Regeln für Naturkosmetik in der EU laut. Eine internationale Arbeitsgruppe befasst sich bereits seit sechs Jahren damit, eine weltweite Definition und Detailregelungen für Naturkosmetik zu erarbeiten. In der Arbeitsgruppe sind die Kosmetikindustrie, Kosmetikverbände und die Internationale Organisation für Normung (ISO) vertreten. Aber gut gemeint ist nicht gleich gut gemacht. Der momentane Entwurf bleibt weit hinter dem zurück, was europäische und amerikanische Verbraucher unter echter Naturkosmetik verstehen und die privaten Label bereits zertifizieren. So sollen für die ISO-Norm 16128 beispielsweise Zutaten, die aus oder durch GVO hergestellt wurden, erlaubt sein.

Nach Ansicht von Branchenexperten, die sich im Oktober auf dem Naturkosmetik Branchen-Kongress in Berlin trafen, kann es noch Jahre dauern, bis das Regelwerk fertiggestellt ist. Auch wird es in Europa und den USA vermutlich keinen rechtsverbindlichen Charakter haben. Für Märkte, wo es aktuell keine allgemeine Verkehrsauffassung für Naturkosmetik gibt (beispielsweise in Asien), könnte die ISO-Norm eine wichtige Rolle spielen.



Pestizidpolitik – wie kommen wir weiter?

Drei Fragen an den Grünen-Politiker Harald Ebner

Pestizidhersteller feiern Rekordumsätze. Trotz staatlicher Vorgaben, den Pestizideinsatz zu reduzieren wie bspw. durch den „Nationalen Aktionsplan zur nachhaltigen Anwendung von Pflanzenschutzmitteln“ (NAP), landet immer mehr Gift auf unseren Äckern. Die negativen Auswirkungen auf Umwelt, Gesundheit und Biodiversität sind seit Jahren bekannt. 30 Jahre nach dem ersten Sondergutachten des Sachverständigenrates für Umweltfragen zu Umweltproblemen der Landwirtschaft kritisiert das Umweltbundesamt, dass der Anteil der landwirtschaftlichen Belastungen an den Gesamtbelastungen zugenommen habe. Die Politik ist dringend gefordert. Wir sprachen mit Harald Ebner, Sprecher für Gentechnik und Pestizidexperte der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen.

Herr Ebner, warum haben wir immer noch ein Pestizid-Problem?

Die Pestizidpolitik läuft in eine falsche Richtung. Den Preis dafür zahlt die Umwelt und konkret die Landwirte, die keine Pestizide einsetzen. Und indirekt wir alle, da Pestizide vor allem auch Wasser, Boden und die biologische Vielfalt enorm belasten. Ökolandwirte sind dabei mehrfach geschädigt: Pestizide zerstören zum einen die natürliche Nützlingsbalance, auf die die ökologische Landwirtschaft angewiesen ist. Darüber hinaus haben Ökolandbau und Öko-Verarbeiter gleich ein doppeltes Risiko zu tragen: Denn je mehr Pestizide ausgebracht werden, desto größer ist das Risiko von Abdrift oder späterer Kontamination und desto mehr Geld müssen die Betroffenen, und nicht die Verursacher, aufwenden für vorsorgende Maßnahmen und Analytik, um die Rückstandsfreiheit der eigenen Produkte zu belegen. Das ist vor dem Hintergrund der aktuellen Diskussion um eigene Rückstandsgrenzwerte in der Öko-Verordnung besonders fatal.

Glyphosat ist ja momentan stark in der Diskussion ...

Glyphosat ist ein gutes Beispiel dafür, warum wir über Pestizide streiten müssen. Es ist ein Allround-Pflanzenvernichter, entwickelt und eingesetzt, um kosten- und aufwandsarm im Wortsinn „das Feld zu räumen“. Hier geht es nicht mehr um den gezielten Einsatz eines bestimmten Wirkstoffs im Sinn des integrierten Pflanzenschutzes, sondern um den Ersatz vielfältiger Anbaumaßnahmen durch den breiten Einsatz eines Gifts. Mit Pflanzen-„Schutz“ hat Glyphosat definitiv nichts zu tun! Die Folge ist, dass inzwischen fast überall Glyphosat-Rückstände gefunden werden: im Wasser, im Urin, oder – gerade erst wieder – in Backwaren. Warum sollte eine Gesellschaft in Kauf nehmen, permanent einem Pestizid ausgesetzt zu werden, das als „wahrscheinlich krebserregend“ eingestuft ist?

Das zeigt, dass dringend eine politische Lösung her muss. Wie kann die Ihrer Ansicht nach aussehen?

Nimmt man das Vorsorgeprinzip ernst, dem die europäische Verbraucherpolitik verpflichtet ist, darf es keine Wiederzulassung von Glyphosat auf Basis des lücken- und fehlerhaften BfR-Berichtes geben. Aber Glyphosat ist nur ein aktuelles Beispiel für die Mängel im Gesamtsystem, wie Zulassung auf Basis von Industriestudien, fehlende Daten zur Exposition von Anwendern, Anwohnern und Gesamtbevölkerung und fehlende Forschung an Alternativen.

Wir brauchen eine klare und effiziente Pestizidreduktionsstrategie statt vagen Versprechungen im NAP. Wir fordern deshalb einen Baukasten von Maßnahmen wie zum Beispiel strengere Zulassungs- und Anwendungsbestimmungen für Pestizide, die sich stärker an den Umweltauswirkungen und am



Harald Ebner, Sprecher für Gentechnik- und Bioökonomiepolitik (Bündnis 90/Die Grünen), seit 2011 im Bundestag

Vorsorgeprinzip orientieren. Ein Humanbiomonitoring, um Daten zur menschlichen und Umweltbelastung zu erheben. Und im Bundeshaushalt auch finanzielle Mittel für Forschung und Erprobung von nicht-chemischen Pflanzenschutzmaßnahmen.

Was die Bundesregierung momentan unternimmt, ist den Aufgaben nicht angemessen – und verglichen mit den Geldern, die in andere Forschungsgebiete fließen, lächerlich wenig. Geschweige denn, dass sie wirkliche Lenkungsmaßnahmen zur Pestizidreduktion ergreift. Für uns ist klar, dass die Reduktion erfolgen muss – gerne diskutieren wir mit allen Beteiligten, wie ein Mix aus ordnungsrechtlichen Maßnahmen, Anreizen für den Verzicht auf Pestizide, bspw. durch Ausgleichszahlungen, und einer Pestizidabgabe – als finanzieller Anreiz und zur Finanzierung der Schadensbeseitigung – aussehen kann.

Auf dem Weg zum echten Bio-Huhn

Die ökologische Landwirtschaft braucht eigene Geflügelrassen

Schnelleres Wachstum, mehr Brustfleisch, mehr Eier pro Jahr – in der Geflügelzucht gelten seit 60 Jahren Superlative. Die Zucht liegt heute weltweit in der Hand von fünf Großbetrieben, die die Tiere auf Intensivhaltung getrimmt haben – mit spezialisierten Hochleistungs-Hybridlinien für die Legehaltung und für die Fleischerzeugung. Die Probleme sind bekannt: das Töten von rund 45 Millionen männlichen Küken gleich nach dem Schlüpfen allein in Deutschland, Gesundheits- und Verhaltensprobleme.

Auch Bio-Betriebe müssen Bruteier und Küken bei den großen Anbietern kaufen, weil wirtschaftlich tragbare Alternativen fehlen. Das bringt nicht nur Abhängigkeiten, sondern auch Probleme in der Haltung mit sich, denn was im Konventionellen geht, ist bei Bio weder erlaubt noch erwünscht: mehrfache Antibiotikagaben, Schnabelkürzen und der Verzicht auf Freiland-Auslauf. Hochleistungshennen stellen zudem extrem hohe Ansprüche ans Futter, um zu „funktionieren“. Synthetische Aminosäuren, Vitaminpräparate und gentechnisch veränderte Soja sind im Öko-Landbau jedoch verboten, die Ansprüche lassen sich somit nur mit Mühe erfüllen. Der Ökolandbau braucht also dringend eigene, an die Bio-Bedingungen angepasste Geflügelrassen, die auch mit 100 Prozent Bio-Futter gut zurechtkommen. Die Ökologische Tierzucht gGmbH, ein im Mai 2015 gegründetes Gemeinschaftsprojekt von Bioland und Demeter, will diese Herausforderung meistern. Ein Gespräch mit Geschäftsführerin **Inga Günther**.

Eine eigene Geflügelzucht für die Biobranche, wie kann das funktionieren?

Zum Glück stehen uns drei Herden zur Verfügung, die auf der Domäne Mechthildshausen in Hessen seit mehr als 20 Jahren züchterisch bearbeitet worden sind. Unser Ziel ist es, diese Tiere weiter zu verbessern und an die Gegebenheiten der ökologischen Landwirtschaft anzupassen. Dazu müssen wir in eine Prüfstation investieren, um dort Hühner in ausreichender Anzahl und in elektronischen Nestern prüfen zu können. Über einen Sensor kann man mit so einem System ablesen: „Das ist Emma, die legt jetzt ein Ei.“ Wir müssen zu jedem Einzeltier praxisrelevante Daten sam-



eln und beurteilen. Wie dick sind die Eierschalen, wie ist das Verhalten? Dann können wir sagen: Huhn A passt zu unserer Zielvorstellung, Huhn B nicht. Wir brauchen robuste Legehennen und Masthähnchen, die auch mit 100 Prozent Öko-Futter eine gute Lege- und Mastleistung erbringen, heimische Leguminosen gut verwerten und an den Auslauf im Freiland angepasst sind. Dafür müssen wir die Tiere über mehrere Generationen unter Bio-Bedingungen halten und selektieren.

Ist auch die Züchtung eines Zweinutzungshuhns geplant?

Das könnte die Entwicklung sein, die das Ganze nehmen wird. Aber wir können nicht so sofort nur auf das Zweinutzungshuhn setzen, dafür brauchen wir einen gesellschaftlichen Wandel, den wir nicht erzwingen können. Wir Verbraucher müssten uns daran gewöhnen, dass Bio-Eier nicht für 30 Cent zu haben sind, sondern 40 oder 50 Cent kosten. Ein Ei einer Zweinutzungshenne liegt sogar eher bei 60 Cent. Denn ein verbessertes Kombihuhn wird weniger Eier legen, der Produzent kann also weniger an die Händler liefern. Die Produktionskosten steigen, denn die Tiere wachsen langsamer und brauchen mehr Futter.

Welche Bedeutung haben Bio-Projekte, die männliche Küken aufziehen?

Es gibt Konzepte wie die ‚Bruderhahn-Initiative‘, ‚ei care‘ und einige Hofprojekte, die wunderbar funktionieren. Aber es sind Brückenlösungen, an der Wurzel hilft das nicht weiter. Die Bruderhähne werden über die

Eier subventioniert, das geht nur über die hohe Leistung herkömmlicher Legehennen. Die können wir aber im Ökolandbau nur unter großer Anstrengung und mit Kompromissen hochfüttern. Deshalb sagt auch die Bruderhahn-Initiative ganz klar: Wir brauchen eine eigenständige Züchtung. Rassen, bei denen die Henne nicht immer am Limit läuft und der Hahn als eigenständiges Produkt verkauft werden kann, und zwar als ganzes Tier.

Ist die Geschlechterbestimmung im Ei eine sinnvolle Lösung?

Das hört sich erstmal nach einer supersmartem Lösung an. Aber was hilft das dem Küken? Es

Die Ökologische Tierzucht gGmbH

Im gemeinnützigen Projekt von Bioland und Demeter geht es um die zuchtbedingten Probleme in der ökologischen Eierproduktion und bei der Hähnchen-Mast. Ziel ist die Züchtung von Hühnern auf ökologischer Basis, ökologisch von Anfang an. Die Züchtungsarbeit läuft in enger Kooperation mit Praktikern aus beiden Verbänden. Auch weitere Züchtungsinitiativen und der Austausch zwischen den Zuchtprojekten sollen unter dem Dach der Gesellschaft Platz finden.

Website: www.oekotierzucht.de

wird zwar dahin gehen, dass die Eier schon vor dem fünften Tag sortiert werden können, da die Verbraucher alles andere nicht akzeptieren werden. Viel schlimmer ist jedoch der Strukturwandel, der mit der Geschlechtererkennung einhergehen wird. Das ist ja kein kleines, günstiges Maschinchen, das schnell informiert, ob da ein Hahn oder eine Henne wächst, sondern hochspezialisierte, teure Labortechnik. Sämtliche Eier aus ganz Deutschland kämen also zu einer oder maximal zwei Großbrütereien. Wir als Öko-Branche wären gar nicht in der Lage, so etwas selbst einzurichten und dadurch wieder auf konventionelle Strukturen angewiesen.

Welche Hürden gibt es auf dem Weg zum Bio-Huhn?

Was uns momentan fehlt, sind ausreichende finanzielle Ressourcen. Wir müssen in eine Prüfstation investieren, und wir müssen Öffentlichkeitsarbeit leisten. Innerhalb der Ökologischen Tierzucht gGmbH sorgen Bioland und Demeter in den nächsten Jahren für die Grundfinanzierung, also für die Fütterung und Versorgung der Tiere aus Mechthildshausen. Die Finanzierung zum Aufbau der Zuchtstrukturen setzen wir wie ein Puzzle zusammen: Stiftungsgelder, öffentliche Mittel und Projekte mit wissenschaftlichen Einrichtungen. Aber wir möchten auch den Bio-Handel einbeziehen, das ist einer unserer wichtigsten Bausteine. Wir entwickeln ein Konzept, wie das Projekt gut an die Kunden vermittelt werden kann, so dass zum Beispiel ein Aufschlag von einem Cent pro Ei möglich wäre.

Katja Niedzwecky

Bio-Fachhandel engagiert sich

Der Handel ist ein wichtiger Partner der Bio-Tierzüchtung. Gut gelaufen ist bereits eine zweiwöchige Aktion, bei der von jeder Saatgutmischung 'Essbare Blütenpracht' je 25 Cent gesammelt wurden. Die Zukunftsstiftung BioMarkt (BioMarkt-Verbundgruppe u. dennree-Gruppe) überreichte die Spende von 10.635 Euro im Juli an die Ökologische Tierzucht gGmbH.

Inga Günther, Geschäftsführerin der neu gegründeten Ökologische Tierzucht gGmbH



Fotos © Sara Gibler



Sonett – so fein

ÖKOLOGISCH KONSEQUENT

Handseifen Geschenk-Set mit Lavendel-, Rose- und Citrus-Duft



Handseife

Lavendel: der Duft französischen Lavendels aus der Haute Provence wirkt beruhigend und harmonisiert die Seele.

Handseife

Rose: blumig und sinnlich. Eine wunderbar warm duftende, mild pflegende Seife mit dem Duft der Damaszener Rose.

Handseife

Citrus: frisch und spritzig und belebend. Mit ätherischem Öl aus den Blättern des immergrünen Zitronengrases.

Die Handseifen von Sonett gibt es im Geschenk-Set zum Probieren mit 3 feinen, wunderbar pflegenden Seifen für Hände, Gesicht und den ganzen Körper in praktischen Pumpflaschen für den sparsamen Gebrauch. Hergestellt aus reinen Pflanzenölen und ätherischen Ölen, die zu 100 % aus kontrolliert biologischem Anbau stammen. Mit rhythmisierten balsamischen Zusätzen und energetisch verwirbeltem Wasser. www.sonett.eu **Sonett – so gut.**





Tierisch gesucht

Milch, Fleisch und Eier aus ökologischer Landwirtschaft

©Naturland Marktgesellschaft

Der Öko-Markt boomt, aber die Bauern zögern mit der Umstellung. Rohwaren tierischen Ursprungs aus ökologischer Landwirtschaft wie Milch, Fleisch und Eier sind beim Verbraucher beliebt, kommen jedoch noch zu oft aus dem Ausland. Während Discounter hier wie im konventionellen Markt agieren, kann sich der Fachhandel gekonnt mit fairen Projekten für Tier, Umwelt und Landwirt absetzen. Das jedoch kostet Zeit, Geld und jede Menge Nerven.

Das Wachstum im Markt mit Öko-Milch, Öko-Schweinefleisch und Öko-Eiern scheint nicht zu stoppen. In Deutschland wird, für die Preise, die bisher bezahlt wurden, nicht ausreichend produziert, der Handel ist auf Importe angewiesen. Leider stellen Landwirte ihren Betrieb nicht so schnell um, wie Verbraucher ihr Einkaufsverhalten anpassen. Es ist mühsam, neue Öko-Landwirte zu gewinnen. Das hat mehrere Gründe: Eine Umstellung kostet zunächst Geld, es muss in neue Ställe und Maschinen investiert werden. Die Landwirte haben Sorgen, etwas zu verändern, schließlich hängt ihr gesamtes Familieneinkommen am Hof. Der Bauer hat auch Angst, dass seine Produkte auf dem kleinen Öko-Markt durch billigere Auslandware ersetzt werden.

Und zu guter Letzt hat auch die Öko-Szene mit Slogans wie „Öko-Bauer – guter Bauer, konventioneller Bauer – schlechter Bauer“ zur bestehenden Polarisierung beigetragen. Aber es gibt auch konventionelle Betriebe, die nicht weit entfernt von den Öko-Richtlinien der EU sind. Gerade im Milchbereich heißt es manchmal nur: Tore auf zur Weide und Öko-Futter in die Ställe – fertig ist der Öko-Milchviehstall.

Öko-Milch – die Euter sind leer

Das Potential an Bauern, die wir jetzt so dringend brauchen, wohnt also in der Nachbarschaft. Offizielle Zahlen sprechen von einer Unterversorgung von 30 Prozent mit heimischer Öko-Milch in Deutschland. Das ‚weiße Gold‘ kommt momentan auch aus den Nachbarländern Dänemark und Österreich. Konventionell ist der Milchpreis mit zurzeit 28 Cent pro Liter katastrophal. 33 Cent wären kostendeckend. Viele Landwirte fragen allein deshalb inzwischen bei Öko-Verbänden an, ob sich eine Umstellung für ihren Betrieb lohnt, denn Öko-Milch wird mit rund 47 Cent pro Liter vergütet. Ein Abstand von 19 Cent zur konventionellen Milch. Durchschnittlich lag der Abstand in den letzten zehn Jahren bei 10 Cent.



Oft ist die Milch, sind der Joghurt oder die Butter derselben Molkerei im Fachhandel als Markenprodukt und als Eigenmarke des LEH oder des Discounters verpackt. Das ist bei Basis-Produkten unproblematisch. Der Fachhandel braucht diese günstigen Grundnahrungsmittel genauso wie die Spezialitäten mit Regionalbezug, etwa eine Fassbutter oder eine nicht-homogenisierte Milch.

„Sollten jetzt viele Milchbauern umstellen, wäre der Markt relativ lange aufnahmefähig“, sagt Diana Schaack, Marktexpertein bei der AMI, denn neben dem Öko-Frischmilchmarkt sei auch der Käseabsatz im vergangenen Halbjahr wieder kräftig angestiegen.

Wo sind all die Öko-Schweine hin?

„Anders ist es im Markt für Schweinefleisch“, erklärt die Expertin. Hier sei gerade die Hölle los und die Erzeugerpreise schießen durch die Decke. „Ein großer Discounter wollte Anfang 2015 sein Sortiment im Öko-Fleisch-Bereich ausbauen. Parallel dazu fehlten aber nach einem Seuchenausbruch bei Ferkelerzeugern vor mehr als einem Jahr immer noch die Ferkel und Masttiere. Eine Sogwirkung setzte ein. LEH und Discounter gingen vor wie im konventionellen Handel, doch mit geringem Erfolg und noch nicht absehbaren Folgen.“

Was genau ist geschehen? Ist zu wenig Fleisch auf dem Markt, geht der Handel auf seine Verarbeiter zu. Die Verarbeiter, ob Wursthersteller oder Frischfleischlieferant, suchen dann Rohware. Im konventionellen Bereich finden sie immer Produkte, weil sie vom Weltmarkt abgezogen werden – irgendwo auf der Welt fehlt dann Schweinefleisch. Davon bekommt in Deutschland niemand etwas mit. Im Öko-Schweinefleischmarkt geht dieses Konzept nicht auf. Es gibt schlichtweg nicht mehr Öko-Schweine. Da steht den Verarbeitern der Angstschweiß auf der Stirn, schließlich wollen sie ihren Händler nicht enttäuschen. Auch wenn der Markt mit Öko-Schweineprodukten klein ist, fürchten sie doch um das konventionelle Geschäft. Da der Händler nicht nur einen, sondern fünf Verarbeiter angefragt hat, laufen nun alle fünf los und akquirieren neue Öko-Schweinemäster und Ferkelerzeuger. Bis die ersten Ferkel geboren und die Mastschweine auf die Schlachtbank kommen, dauert es mindestens ein Jahr. Dann jedoch sind zu viele Mastschweine auf dem Markt und die Preise fallen so stark, dass die Bauern oft drauf zahlen müssen. Diesen Vorgang, das Auf und Ab des Schweinefleischpreises, nennen Experten „Schweinezyklus“.

„Im konventionellen Markt ist dieser Zyklus sehr ausgeprägt“, sagt Diana Schaack von der AMI. „Öko-Schweinehalter bekamen davon bisher etwas weniger mit. Nun droht jedoch auch hier ein echtes Problem, zumal völlig unklar ist, wie viel der Einzelhandel und letzten Endes die Verbraucher kaufen werden.“ Der konventionelle Discounter ist hier oft die Ursache, übernimmt aber für die Folgen meist keine Verantwortung. Um den Zyklus zu durchbrechen helfen den Bauern langfristige, garantierte Abnahmeverträge und verlässliche Partner in Handel und Verarbeitung.

Öko-Eier – Masse oder Mobilstall

Kein anderes tierisches Öko-Produkt ist so beliebt wie das Ei. Bereits gut 10 Prozent aller in Deutschland verkauften frischen Eier kommen aus ökologischer Haltung. Das Marktwachstum scheint trotz des hohen Marktanteils ungebremst. Der Absatz ist von Januar bis September 2015 um 8 Prozent gewachsen, zeigen AMI-Analysen des GfK Handelspanels.

Auch viele Öko-Eier kommen aus dem benachbarten Ausland, insbesondere beim Discounter. Doch langsam nimmt auch hier der Importanteil ab. Damit der Verbraucher einen stärkeren Bezug zu Huhn und Bauer bekommt, sind Projekte wie ‚ei care‘ bei Terra Naturkost oder Bruderhahnprojekte bei anderen Großhändlern echte Marketinghits mit Sinn für Mensch und Tier. Beim ‚ei care‘-Projekt erzeugt die besondere Hühnerrasse ‚Les Bleues‘ Eier und Fleisch. Es handelt sich um ein Zweinutzungshuhn aus Frankreich, bei dem sowohl die Eierleistung als auch die Mastleistung bei den männlichen Tieren passt.

Doch Vorsicht, auch der LEH schläft nicht. Regionale Eier, etwa aus Mobilställen, gibt es inzwischen auch in Shop-in-Shop-Konzepten im Supermarkt.

Jörg Große-Lochtmann von der Naturland Marktgesellschaft, der das ‚ei care‘-Projekt gemeinsam mit Meinrad Schmitt von Terra Naturkost ins Leben gerufen hat, gibt folgendes zu bedenken: „Lebensmittel aus solchen Projekten sind immer spürbar teurer. Der Grund: kleine Chargen, geringere Leistungen der Tiere und mehr Handarbeit. Sie sind aber auch ein ganz wichtiges Marketing für jeden Fachhändler.“

Der Autor Stefan Simon berät als Fachberater bei Naturland seit sechs Jahren Umstellungsbetriebe. Sozialisiert mit der Öko-Landbau-Bewegung der 1980er-Jahre, zupfte er Brennesseln, lernte Landwirtschaft, trank naturtrüben Apfelsaft und musste Torten aus Vollkornteig essen. Ein kulinarisches Leben, das nicht unbedingt seiner Idealvorstellung entspricht. Trotzdem kauft er zu 95 Prozent ökologisch ein, auch Produkte aus Weißmehl oder H-Milch. Schwarz-Weiß-Denken führt für ihn nicht zum Ziel einer besseren Welt mit mehr Öko-Landbau.



Les Bleues-Huhn auf dem Hof von Anne Reinsberg
©Naturland Marktgesellschaft

Der Zusatznutzen muss richtig kommuniziert werden und das kann nur der Händler im Laden. Hilfreich sind gute Werbematerialien und eine vertrauensvolle Herkunft und Zertifizierung wie Naturland Fair im Fall von ‚ei care‘. Noch wichtiger jedoch sei es, sagt Große-Lochtmann, „dass der Handel dieses Produkt auch als Werbemaßnahme sieht und hier anders kalkuliert. Man muss nicht den gängigen prozentualen Aufschlag nehmen, es geht auch derselbe Cent-Aufschlag wie beim günstigen Öko-Ei der Rasse Lohmann.“ Darüber hinaus müsste eigentlich jeder Verbraucher, der auch Eier kauft, nach 220 Eiern ein Suppenhuhn und ein Hähnchen erstehen. Denn so viele Eier legt eine ‚Les Bleues‘-Henne in ihrem Leben.

Fazit

Polemik und Fingerzeigen helfen nicht, wenn es darum geht, neue Betriebe zu gewinnen. Denn ohne neue Höfe in Deutschland sind wir auf Importe angewiesen. Es gibt kaum noch konventionelle Höfe, die dem Idealbild von Landglück entsprechen, das der Verbraucher aber auch viele Menschen in der Öko-Szene im Kopf haben. Aber es gibt viele professionell wirtschaftende Höfe die zügiger umstellen könnten. Wir müssen sie nur wollen, ihnen Anreize geben und ihre bisherige Arbeit wertschätzen.

Selbst im Fachhandel brauchen wir beides: die Höfe, die größere Chargen produzieren und individuelle, besondere Projekte zwischen Landwirten und Händlern. Nur wenn der Handel diese Projekte unterstützt, können auch die besonderen und meist kleinen Familienbetriebe überleben.

Stefan Simon

Trocken-Sortiment bleibt Umsatztreiber

BNN-Umsatzmonitor für die ersten drei Quartale 2015

Mit einem Umsatzzuwachs von 12,1 Prozent in den ersten drei Quartalen 2015 erzielte der Naturkostgroßhandel* erneut ein deutliches Plus. Der Bereich Trocken entwickelte sich mit 14,7 Prozent weiter besser als das Frisch-Sortiment mit 10,56 Prozent. Der Dreivierteljahresumsatz beträgt knapp 1,14 Milliarden Euro bei gleichbleibender Anzahl der Verkaufstage.

Das Gesamtumsatzplus fällt mit 12,1 Prozent höher aus als im Vergleichszeitraums 2014 (8,4 Prozent). Dazu trugen beide Bereiche bei, – allerdings in unterschiedlicher Ausprägung. Dabei verdoppelte der Frischbereich mit einem Zuwachs von 10,5 Prozent die 5,6 Prozent Zuwachs aus dem Vorjahr nahezu. Der Umsatz Frisch stieg auf gut 701 Mio. Euro nach knapp 635 Mio. Euro im Vorjahr. Im Trockenbereich wurde mit einem Umsatz von knapp 437 Mio. Euro ein Zuwachs von 14,7 Prozent realisiert (2014 waren es knapp 381 Mio. Euro oder 13,3 Prozent) (s. Diagramm 1).

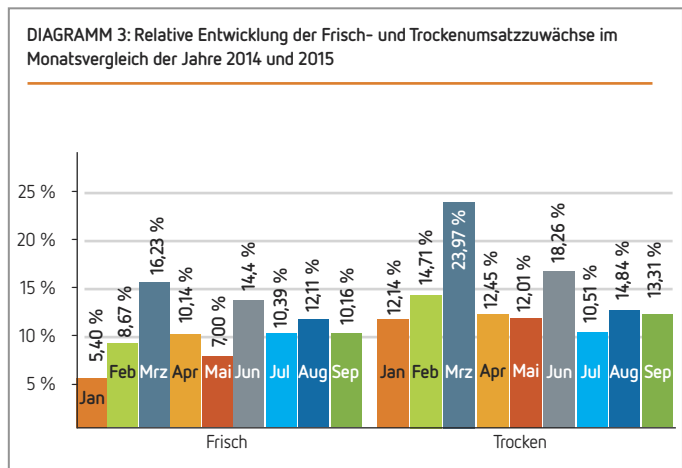
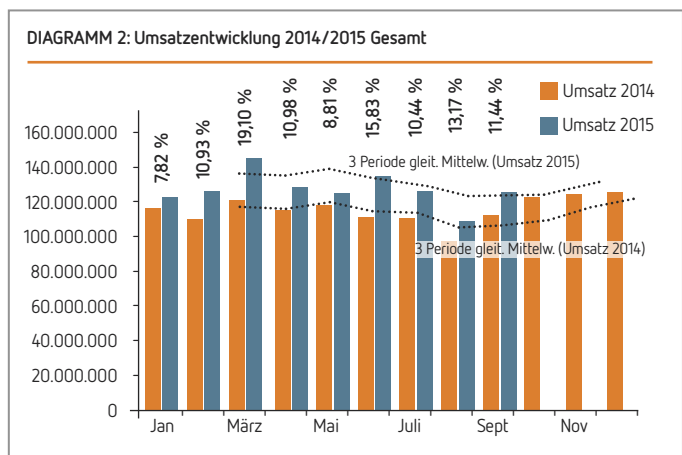
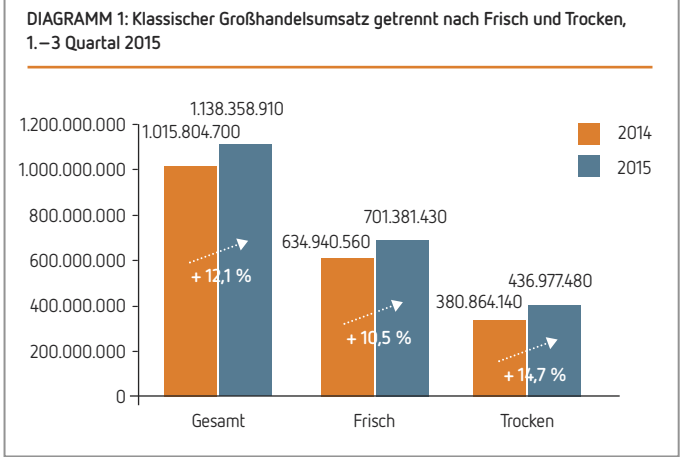
Betrachtet man die Gesamtumsatzzuwächse in den einzelnen Monaten 2015, so weisen nur Januar (7,82 Prozent) und Mai (8,81 Prozent) einstellige Zuwachsraten auf. Mit März (19,1 Prozent), Juni (15,83 Prozent) und August (13,17 Prozent) weist pro Quartal jeweils ein Monat hohe Zuwächse aus (s. Diagramm 2).

Zu dieser monatlichen Entwicklung haben beide Bereiche durch Zuwächse in allen Monaten beigetragen. Dabei verzeichnet der Frischbereich in drei der neun Monate ein einstelliges Wachstum zwischen 5,4 Prozent (Januar) und 8,67 Prozent (Februar). Der größte Zuwachs für Frisch ist im März mit 16,23 Prozent zu verzeichnen. Ebenfalls im März gab es den höchsten Umsatzzuwachs im Trockenbereich. Dieser liegt bei 23,97 Prozent. Mit 10,51 Prozent Zuwachs bildet der Juli das Pendant mit dem niedrigsten Zuwachs im Trockenbereich (s. Diagramm 3).

Ausblick

Von der permanenten globalen Wirtschaftskrise ist im Naturkostbereich nichts zu merken. Ob sich die internationale Wirtschaftsentwicklung, die Verunsicherung durch den VW-Abgasskandal oder die aktuelle Flüchtlingssituation noch entscheidend bis zum Jahresende auswirken, lässt sich nicht vorhersagen. Vieles spricht aber dafür, dass sich die durchgängig positive Umsatzentwicklung im Naturkosthandel*, wie sie sich in den ersten drei Quartalen des Jahres gezeigt hat, fortsetzt.

Hans-Josef Brzukalla



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, Rinklin und Terra Naturkost sowie die Umsatzdaten der Nicht-Mitglieder Ecofit, Phoenix, SüdWestBio und Weiling zugrunde.



Für gerechten Welthandel: Kreativer Protest und 500 kg feinste Bio-Äpfel gratis

Groß-Demo am 10. Oktober in der Hauptstadt: Bunt, kreativ & beeindruckend, in einem Meer von Fahnen, Transparenten, Musikcombos und Tanzgruppen zogen rund 250.000 Teilnehmer gegen CETA & TTIP

durch die Straßen Berlins. Mittendrin der BNN, der mit 500 kg Bio-Äpfel – gesponsert von Bio-Obst Augustin – für einen saftigen Protest sorgte. Ganz zur Freude der Mitdemonstrierenden!



Kommentar: Das neue Sternchen am Bio-Himmel

Dass es McDonald's mit seinem neuen vermeintlichen „Bio“-Burger nicht um ein plötzlich entdecktes Verantwortungsgefühl für Mensch, Tier und Umwelt geht, da sind sich Kritiker wie Fastfood-Liebhaber einig. Ja selbst McDonald's gibt fromm und frei zu, dass die Motivation hinter den für acht Wochen eingeführten McB und Long McB nicht Nachhaltigkeit sei, sondern „den Kunden eine Alternative zu bieten“.

Der berechtigten Empörung von tatsächlich nachhaltig und verantwortungsbewusst handelnden Unternehmen und Personen nimmt der Burgerbrater dabei von vornherein den Wind aus den Segeln. Die mit starkem Budget hinterfüterte Werbeoffensive dreht sich um die scheinbar unschuldige Frage: „Darf McDonalds das?“ – Und die unbefriedigende, aber eben korrekte Antwort lautet: Ja. Formal-juristisch darf McDonalds das. Der Trick liegt in der Fußnote.

Der Fastfoodriese hätte eine solch provokante Imagekampagne auch nicht gestartet, wenn er sich juristisch nicht penibel abgesichert hätte.

Doch es gilt: was erlaubt ist, muss noch lange nicht gut sein! Moralisch gesehen ist die Ausrede, man könne einen Burger, der komplett aus Bio-Zutaten besteht, finanziell nicht stemmen, ein Schlag ins Gesicht für jeden überzeugten Naturkost-Unternehmer. Ein neuer Stern am Bio-Himmel wird McDonalds also sicherlich nicht. Zumal die Schnittmengen zwischen den Stammkundschaften des Fastfoodgiganten und des Biofachhandels nicht gerade groß sind.

Vorausgesetzt, der klassische McDonalds-Kunde blickt weiterhin auf den Preis als Kaufkriterium und der überzeugte Biokunde lässt sich von „McGreenwaser“ nicht täuschen – wem soll hier eine Alternative vorgegaukelt werden? Und eine Alternative wozu? Die Reaktionen zeigen: die Verbraucher lassen sich nicht in die Irre führen. „McMurks“, „McVolkswagen“ und „McBluff“ sind nur einige Vorschläge, die beim Social Media-Gewinnspiel „McTrittbrett“ des BNN eingereicht wurden. Es ging eine Welle durchs Netz, bei der selbst die positiven Kommentare mit einem „Ja, aber ...“ beginnen.



Und so wird der McB – wie ehemals die McCurrywurst – eine Fußnote in der Marketinggeschichte eines kriselnden Konzerns bleiben. Am besten man begegnet ihr mit Gelassenheit und Humor. Denn eines zeigt die Causa „Bio“-Burger: Bio hat sich zu einem Trend entwickelt, auf den immer mehr aufspringen. Viele, weil sie sich von unseren Werten überzeugen ließen.*

Marcel-Philipp Werdier

*Es wird aber auch immer solche geben, die versuchen, sich mit einer Sternchen-Fußnote einen Platz im Bio-Himmel zu sichern.

Ökoland

DAS LEBEN KANN SO LECKER SEIN.

LÖFFEL MICH!

www.oekoland.de

Thai Suppe: Die Exotische.

- mit asiatischer Gemüsemischung und magerem Hähnchenfleisch
- pikant gewürzt mit Curry-Gewürzen und Ingwer.
- mit einem Schuss Sahne und Kokosmilch.



Kürbis Cremesuppe: Die Traditionelle. Vegetarisch.

- aus Hokkaido Kürbis und Topinambur zubereitet.
- modern abgeschmeckt mit Curry-Gewürzen, Kokosmilch und Kräutern.
- mit Sahne verfeinert.

NEU

Ö Das Ökoland-Qualitätsgebot
✓ Ohne Hefeextrakt
✓ Ohne Zusatz von Aromen
✓ Ohne Geschmacksverstärker*
*gemäß EU-Bio-VO