

# BNN <sup>4/2020</sup> nachrichten



## „Lasst uns Veränderung sein! Wer, wenn nicht wir?“

---

**BNN-Mitgliederversammlung startet Erneuerungsprozess**

---

**Finanzsektor fordert Ökologisierung der Landwirtschaft**  
Gastbeitrag von Tobias Bandel

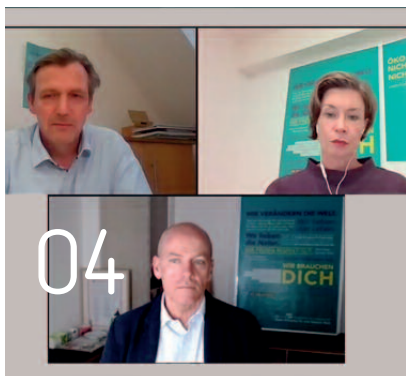
**Neun Punkte für den Wandel**  
Wie eine Politik für nachhaltigere Ernährung aussehen kann

**Zukunft im Einzelhandel: 2020 und wie weiter?**  
Drei Bio-Märkte geben Antworten

---



# Inhaltsverzeichnis



## BNN & BRANCHE

---

„Lasst uns Veränderung sein! Wer, wenn nicht wir?“	04
BNN-Mitgliederversammlung 2020 spricht sich für Erneuerungsprozess aus	04
„Moralische Argumentation führt zu nichts“ – Ein Gespräch zwischen Zukunftsforscher Tristan Horx und BNN-Geschäftsführerin Kathrin Jäckel	06
Neues BNN-Mitglied Fairfood Freiburg: Mehr als Bio: Faire Nüsse im Pfandglas	07

## FOKUS FACHHANDEL & MARKT

---

„Finanzsektor fordert Ökologisierung der Landwirtschaft“ – Gastbeitrag von Tobias Bandel	08
„Dem Fachhandel eng verbunden“ – Drei Fragen an Sepp Brunnbauer vom Biokreis	09
Zukunft im Einzelhandel: 2020 und wie weiter?	
Drei inhabergeführte Bio-Märkte geben Antworten	10

## MITGLIEDER AKTUELL

---

Diesmal von und mit:	
Voelkel, Ölmühle Moog, Bauck, Spa Vivent, Byodo, Sonett, Kornkraft Naturkost, Ökoring, Taoasis, Sonnentor, Herbaria, Mani Bläuel, Primavera, Rheinsberger Preussenquelle, Ökoland, Bio Company, Almawin, Vegorganic, Ökofrost, Barnhouse, Terra Naturkost und BioBoden Genossenschaft	12

## FOKUS ERNÄHRUNG

---

Ernährungspolitik: Neun Punkte für den Wandel	
Ein Gutachten zeigt der Politik, was sie tun muss, damit wir uns nachhaltig ernähren können	20

## FOKUS ÖKO-ZÜCHTUNG

---

Am Tag x nach CRISPR/CAS9 oder eine kleine Geschichte des Brokkoli von Petra Boie, Bingenheimer Saatgut AG	22
Öko-Züchtung: Ernährungssicherung für die Zukunft	
Drei Fördermitglieder im BNN über ihre Projekte und Perspektiven	24

## FOKUS NETZWERKE

---

„BIO Hilft! – Solidarität mit Moria“	
Solidaritätsaktion von Bio-Unternehmen hilft Geflüchteten auf Lesbos	27



# Editorial

## Liebe Leser\*innen, liebe Mitglieder und Fördermitglieder,

Zukunftsforscher Tristan Horx (siehe Interview Seite 6), mit dem ich für dieses Heft gesprochen habe, ist überzeugt, dass gelingende Beziehungen für unsere Zukunft entscheidend sein werden. Wenn das stimmt (und davon bin ich überzeugt), dann werden die kommenden Jahre eine sehr gute Zeit für die Bio-Branche.

Denn die vergangenen Monate haben uns noch einmal besonders eindrücklich gezeigt, dass wir das können: Wir können in Beziehung miteinander sein, uns miteinander verbinden. Mit unseren Kund\*innen, mit unseren Partner\*innen, miteinander. Diese Qualität, die in vielen Jahren der Gemeinschaft und der gemeinsamen Arbeit an großen Zielen in unserer Branche entstanden ist, hat uns durch dieses Jahr getragen.

Als Verband haben wir 2020 allerdings auch gesehen, dass gelingende Beziehungen nicht vom Himmel fallen. Sie wollen beständig entwickelt und manchmal auch neu erarbeitet werden. Es hat sich viel bewegt im BNN. Die Fragen, die daraus entstanden sind, werden Zeit und Raum für Wachstum und Entwicklung brauchen. Im Bericht zur BNN-Mitgliederversammlung (ab Seite 4) spiegelt sich das eindringlich wider. Die Mitglieder des BNN haben bei ihrer Zusammenkunft Anfang November einen starken Impuls für Veränderung und Transformation gegeben. Es geht um nichts weniger als den Beitrag der Branche zu einer lebenswerten Zukunft und einer zukunftsfähigen Lebensmittelwirtschaft.

Die Impulse dafür, wie wir künftig Lebensmittel erzeugen, herstellen, handeln und konsumieren, werden vielfältig sein und aus überraschenden Richtungen kommen. Tobias Bandel (Seite 8) zeigt, dass ausgerechnet die Finanzwirtschaft eine entscheidende Rolle in der Transformation der Lebensmittelwirtschaft spielen wird. Leo Frühschütz (Seite 20) analysiert die neun Punkte, die der Wissenschaftliche Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz (WBAE) der Politik für einen gelingenden Wandel aufgibt. Beide Autoren zeigen die komplexen Zusammenhänge und Perspektiven, die auf unser Feld wirken.

Gleichwohl bin ich überzeugt, dass unsere Branche bereits alles in sich trägt, was sie für ihren Weg in die Zukunft braucht. Schauen Sie mal in die Unternehmensmeldungen (ab Seite 12): Judith Faller-Moog ist Unternehmerin des Jahres in Frankreich geworden, Voelkel ist gemeinwohlabilanziert, Bauck baut eine hochmoderne Mühle, Kornkraft einen nachhaltigen Unternehmensstandort, Byodo bleibt familiengeführt, Sonnentor spart CO<sub>2</sub>, Mani Bläuel produziert klimaneutral und noch so viel mehr! Wir sind bereits jeden Tag mittendrin und auf dem Weg. Spannend und berührend ist auch, was uns drei Einzelhändler\*innen darüber beraten haben, wie sie in die Zukunft schauen.

Auf dem kommenden Jahr ruhen große Hoffnungen. Vieles macht schon jetzt Mut. Ich bin gespannt und freue mich auf alles, was sich in



den kommenden Monaten zeigen wird und was wir bewegen werden. Vor allem aber hoffe ich, dass viele persönliche Begegnungen dabei sein werden.

Ihnen wünsche ich

eine inspirierende Lektüre,  
eine schöne Weihnachtszeit,  
einen guten Start ins neue Jahr  
und: Gesundheit.

Herzlich,

Kathrin Jäckel

## Impressum

**BNN Nachrichten:** Mitgliederzeitschrift des BNN für die Naturkost- und Naturwarenfachbranche // erscheint viermal im Jahr // Druckauflage 1.000 // 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.: Kathrin Jäckel // Redaktion: Marion Schlage (Chefredaktion), Hans Kaufmann, Dorothee Quarz // Autor\*innen dieser Ausgabe: Tobias Bandel, Petra Boie, Leo Frühschütz, Kathrin Jäckel, Hans Kaufmann, Marion Schlage, Dorothee Quarz // Gestaltung: Martina Puchalla für Zitrusblau, Berlin // Fotorechte für alle Fotos der Seiten 10-19 liegen bei jeweiligen Unternehmen, wenn nicht anders vermerkt / Fotorechte ohne Angabe auf den übrigen Seiten: BNN e.V. // Titelfoto: © Edi Libedinsky/unsplash // Nachdruck oder Verbreitung, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion // Inserenten dieser Ausgabe: Sonett (S. 19) und Ökoland (U4).

**Redaktionelle Anmerkung:** Aus Gründen der Geschlechtergerechtigkeit gendern wir mit Sternchen\*, sofern nicht weibliche und männliche Sprachformen zusammen genannt werden. Das Sternchen verweist zugleich aber auf andere Geschlechter, die sich weder männlich noch weiblich definieren. Namentlich gekennzeichnete Gastbeiträge stellen Meinungsbeträge dar, die nicht unbedingt der Meinung der Redaktion entsprechen.

**Druck und Papier:** CO<sub>2</sub>-neutraler Druck mit mineralölfreien Druckfarben, Papier: 100% Altpapier (EU Ecolabel, Blauer Engel)

# „Lasst uns Veränderung sein! Wer, wenn nicht wir?“

## BNN-Mitgliederversammlung 2020 spricht sich für Erneuerungsprozess aus



Digitaler Auftakt der Mitgliederversammlung: auch für BNN-Geschäftsführerin Kathrin Jäckel, Sascha Damaschun (Bodan) und Tina Andres (EVG Landwege u. Vorstand BNN) ein neues Terrain.

Chat, Live-Stream und digitale Break-Out-Rooms im Home-Office statt persönlicher Gespräche am Rande der Sitzungen, Wortmeldungen per Fingerzeig oder Abendprogramm: So sehen im Corona-Jahr 2020 viele Veranstaltungen aus. Auch die BNN-Mitgliederversammlung, die dieses Jahr erstmals ausschließlich digital stattfand. Am 6. November kamen dazu 70 BNN-Mitglieder, die BNN-Gremien und BNN-Mitarbeiter\*innen der Geschäftsstelle zum ganztägigen Austausch via Bildschirm zusammen.

Diese Mitgliederversammlung stand ganz im Zeichen von Aufbruch und Erneuerung.

### Viva Attacke: Aktiv gestalten!

Der Erneuerungsprozess, initiiert von Mitgliedern aller drei Handels- und Herstellungsstufen, lebt von der Beteiligung möglichst vieler im BNN. Alle, die mitgestalten wollen, können sich unter [viva-attacke@n-bnn.de](mailto:viva-attacke@n-bnn.de) melden.

Schwerpunktthema war der Antrag für einen Erneuerungsprozess, der die Bio-Branche und ihren Heimatverband gleichermaßen betrifft. Die aus einem Impuls aus der Mitgliedschaft heraus gebildete Mitgliedergruppe „Viva Attacke 2021“ präsentierte Ideen für einen umfangreich partizipatorischen Erneuerungsprozess. Ziel dieses Prozesses ist es, bis zur Mitgliederversammlung 2021 ein Zukunftsbild für den BNN und die Bio-Branche zu entwickeln und zur Abstimmung zu stellen. Der Verband soll zu einem aktiven Gestalter eines gesamtgesellschaftlichen Umbaus werden, um auch nachfolgenden Generationen mit Blick auf Umwelt, Klima und sozialgerechtes Wirtschaften eine lebenswerte Zukunft zu ermöglichen.

„Wir sind eine Branche von Pionieren, die zu den notwendigen ökologischen und gesellschaftlichen Transformationsprozessen so viel an ideellen, politischen und wirtschaftspolitischen Inhalten beizusteuern hat – es aber noch zu wenig wirklich gemeinsam tut“, betonte Sascha Damaschun von Bodan, der einer der Initiatoren der Task Force ‚Viva Attacke‘ ist. Hintergrund für diesen Erneuerungsimpuls ist, dass sich die Bedingungen und die Gewisshei-

ten, was die Bio-Branche ausmacht, in den letzten Jahren grundlegend geändert haben. Die Branche mit ihren Unternehmen und Verbänden sollte wieder in der Lage sein, die drängenden Fragen dieser Zeit zu bearbeiten und den Pioniergeist aus den Anfangsjahren wieder anzufachen.

„Wir Akteure der Bio-Branche haben uns zu lange auf unseren Bio Lorbeeren und unserem Pionierstatus ausgeruht. Bio verkaufen andere heute genauso gut wie wir, Klimawandel und Artensterben haben sich massiv verstärkt und die Lebensmittelwirtschaft hat heute einen größeren Anteil daran als noch vor 30 Jahren, als wir antraten, um genau das zu verhindern, was heute passiert. Wir als ökologische Lebensmittelbranche haben – mehr als jeder andere Wirtschaftszweig – die Möglichkeit, das zu ändern“, so die Überzeugung von Tina Andres, Mitglied des BNN Vorstands und Vorstand bei EVG Landwege. Und sie appellierte an die Mitglieder: „Wenn wir es schaffen, von reinen Bio-Verarbeitern und -Händlern zu wirklich nachhaltigen Unternehmen zu werden, klima- und true cost bilanziert, sozial, fair und transparent, haben wir nicht nur die dringend notwendige neue Profilierung für unsere Unternehmen und unseren Leib- und Magenverband, den BNN, geschaffen, sondern können wirksam unseren Teil zur Erreichung des 1,5 Grad Zieles erreichen. Dafür will ich mich einsetzen, denn dafür bin ich einmal angetreten. Lasst uns Veränderung sein! Wer, wenn nicht wir?“

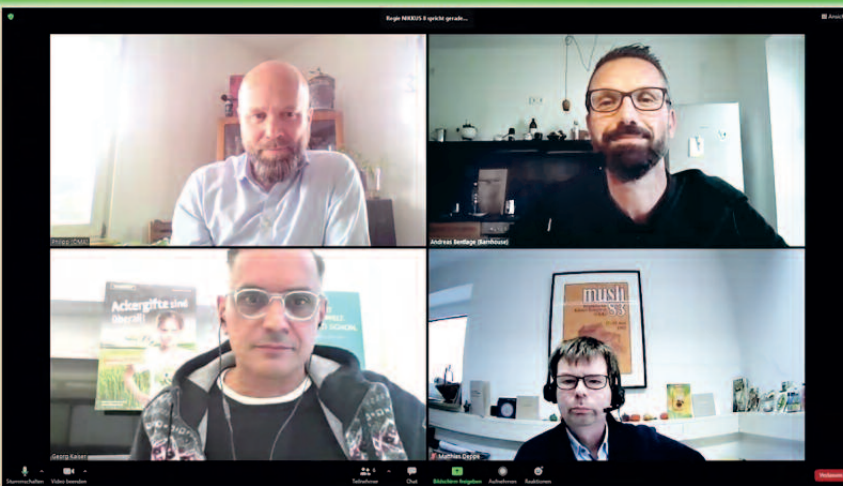
In der Task Force haben bisher zehn BNN-Mitglieder sowie Vertreter\*innen aus Vorstand und Kuratorium in zwei Workshops mit den Prozessentwicklern von Mira Companions erarbeitet, wie der Erneuerungsprozess gestaltet werden kann. Zentral dabei ist, dass der Erneuerungsprozess transparent und partizipativ durchgeführt wird und für alle aus dem Mitgliederkreis offen ist.

Der Antrag der Task Force, der Vorstand und Geschäftsführung beauftragt, den Prozess un-





Aufmerksame Teilnehmer\*innen (hier Gremienvertreter\*innen, Geschäftsführung und Versammlungsleitung) beim Austausch zum Antrag von Sabine Schritt (Kornkraft), links unten im Bild.



Berichteten aus ihren Arbeitsgruppen zum Viva Attacke-Vorschlag: Philipp Thiel (ÖMA), Andreas Bentlage (Barnhouse), Georg Kaiser (Bio Company) und Matthias Deppe (Naturkost Nord).

verzüglich einzuleiten und die Durchführung zu organisieren, wurde von den Mitgliedern mit großer Mehrheit angenommen.

Darüber hinaus sprach sich die Mitgliederversammlung mehrheitlich dafür aus, das Lieferkettengesetz als Handlungsleitlinie für die Biobranche anzuerkennen und sich für eine Umsetzung des Gesetzes in nationales Recht einzusetzen.

Ebenfalls votierten die Mitglieder für eine gesetzliche Verankerung der Richtlinie gegen unlautere Handelspraktiken (UTP), und sie sprachen sich für den Weltagrabericht und die „Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ (SDG) der UNO als grundlegende Leitziele für die weitere Verbandsarbeit aus. Diese und weitere richtungweisende Berichte sollen in den Erneuerungsprozess eingebunden werden.

### BNN-Vorstandswahlen

Letzter großer Tagesordnungspunkt waren die Wahlen zu Kuratorium und Vorstand. Rosi Weber (Biogarten Handels GmbH), Friedemann Vogt (Schrozberger Milchbauern) und Gerhard Bickel (ebl-naturkost GmbH & Co. KG) wurden nach Ablauf ihrer zweijährigen Amtszeit in ihren Vorstandstätigkeiten bestätigt und mit großer Mehrheit wiedergewählt.

### BNN-Kuratoriumswahlen

Aus dem Kuratorium schied Dr. Manon Haccius aus (Alnatura Produktions- und Handels GmbH), da sie sich nicht erneut zur Wahl stellte. Auf Haccius folgt Malte Reupert (Biomare GmbH), der mit großer Mehrheit gewählt wurde. Auch Judith Faller-Moog (BIO PLANÈTE Ölmühle Moog GmbH) und Thomas Hölcher (Naturkost Erfurt GmbH) wurden mit hoher Zustimmung im Amt bestätigt.



*Wir engagieren uns für eine Erneuerung des BNN, weil wir an einem entscheidenden Wendepunkt der Branchenentwicklung stehen. Es geht um mehr als um Bio-Qualität von Lebensmitteln. Es geht ums Ganze. Wir sind unseren Kindern und Enkeln verpflichtet wie auch der Gründergeneration unserer Bewegung. Wir wollen dafür sorgen, dass eine positive Zukunft für alle möglich ist. Dazu müssen wir ein paar große Steine ins Rollen bringen und das schaffen wir nur gemeinsam. Im BNN können wir dabei auf einer starken Basis aufbauen.“*

Sascha Damaschun, Bodan Großhandel



*Ich möchte mich am Erneuerungsprozess beteiligen, weil wir gemeinsam immer mehr erreichen als allein. Ich finde es wichtig, dass alle Generationen zusammenarbeiten und einen Weg ebnen für unsere gemeinsame Zukunft. Wer möchte, dass sich etwas ändert, muss sich meiner Meinung nach auch beteiligen.“*



Anna Haslauer, La Vida Biomarkt



# „Moralische Argumentation führt zu nichts“

## Ein Gespräch zwischen Zukunftsforscher Tristan Horx und BNN-Geschäftsführerin Kathrin Jäckel

Auf den diesjährigen Öko-Marketingtagen hat der Zukunftsforscher Tristan Horx die These vertreten, dass Zukunft aus gelingenden Beziehungen besteht. Das hat BNN-Geschäftsführerin Kathrin Jäckel hellhörig gemacht, und so haben die beiden sich zu einem digitalen Gespräch über die Zukunft der Bio-Branche, Kooperation mit Wettbewerbern und Fridays for Future getroffen.

**Kathrin Jäckel:** Wir haben im BNN ein Jahr mit vielen Veränderungen hinter uns, und auch da merken wir, dass Beziehungen eine große Rolle spielen: Die Beziehung der Mitglieder zu ihrem Verband oder die Unternehmen untereinander mit ihren Wettbewerbern und ihren Zielgruppen. Warum genau spielen Beziehungen für die Zukunft so eine wichtige Rolle?

**Tristan Horx:** Von Zukunftsforschern erwartet man eine technologisierte Zukunftsdeutung: Digitalisierung wird unser Leben bestimmen und wir haben das Menschliche überwunden. Wir sehen uns aber als humanistische Zukunftsforscher. Denn die Frage ist ja: Warum wollen wir Fortschritt? Doch nicht zum Selbstzweck, sondern weil Menschen zufriedener, entspannter und in gelingenderen Beziehungen sein wollen. Dafür brauchen wir einen besseren zwischenmenschlichen Diskurs, statt rein technische Lösungen.

**KJ:** Gelingende Beziehungen als Voraussetzung für gutes Leben in der Zukunft – was bedeutet das, wenn wir auf die ökologische Frage schauen?

**TH:** Auch in Fragen der Ökologie ist es zentral, dass wir nicht alles technologisch lösen können. So ähnlich wie die Lösung in der Corona-Pandemie auch eine Mischung aus sozialem Verhalten und Technologie ist, muss es das auch in der ökologischen Frage sein. Wenn man Nachhaltigkeit auf der individuellen



**Tristan Horx erforscht die Zukunft aus Sicht der Jugend am Zukunftsinstitut.**

© Tristan Horx, Foto: Foto Studio Kamenar

Ebene praktiziert, merkt man, dass es einen intrinsischen Mehrwert hat. Diesen Mehrwert muss man erfahren. Moralische Argumentation im Sinne von „Du bist schuld, ändere dein Verhalten“ führt zu nichts. Es ist viel besser, wenn man den Leuten sagt: „Mach das mal, es ist total geil.“ Das ist das überzeugendere Argument.

**KJ:** Für mich stehen gelingende Beziehungen im Kontrast zu Gewinnmaximierung und Konkurrenz. Mit Blick auf die Bio-Branche frage ich mich, ob es hier zu mehr Kooperationen und weniger Konkurrenz kommen wird. Gibt es da Erkenntnisse?

**TH:** Dafür gibt es sogar schon ein Trendwort: „Coopetition“. Also die Mischung aus „Cooperation“ und „Competition“ – es braucht nämlich beides. Das funktioniert aber nur, wenn man

höhere Ziele hat und nicht ausschließlich auf Gewinnmaximierung schaut. Konkurrenz ist an sich eine phantastische Sache, weil es zu Innovationen führt. Aber ein höheres Ziel erreicht man nur, wenn man auch kooperiert.

**KJ:** Wenn ich das auf unsere Branche runterbreche, sehe ich den Konflikt zwischen Bio-Lebensmittelwirtschaft und der konventionellen Lebensmittelwirtschaft. Als die konventionelle Lebensmittelwirtschaft anfing, sich das Thema Bio auf den Tisch zu ziehen und mit Bio-Anbauverbänden kooperiert hat, gab es viele Befürchtungen, die bislang nicht eingetreten sind. Trotzdem bleibt eine Abwehrspannung, und die Zusammenarbeit zwischen Bio-Branche und den Konventionellen ist schwierig, auch weil es eine Frage von Werten und Idealen ist. Wie soll da eine Coopetition funktionieren?

**TH:** Ich meine ja, dass die Bio-Branche mit der In-vitro-Branche kooperieren sollte. Beide verfolgen das gleiche Ziel, nur mit anderen Mit-



**Kathrin Jäckel, Geschäftsführerin des BNN e. V.**



keln. Die Massentierhaltung könnte man zu In-vitro-Fleisch verwandeln. Das würde Bio aufwerten statt abwerten. Bei der Coopetition ist immer der Knackpunkt, dass alle anderen kooperieren sollen, nur ich nicht. Da muss man über den eignen Schatten springen und die synergetischen Effekte finden.

**KJ:** Gemeinsam synergetische Effekte zu erzielen ist eine interessante Perspektive. In-vitro-Fleisch widerspricht allerdings den Grundsätzen der Bio-Erzeugung. Insgesamt gesehen ist die Bio-Branche aber ja Teil der globalen Lebensmittelwirtschaft, und da könnte man den Blick stärker drauf lenken, wie man sich womöglich gegenseitig befruchten kann. Statt an alten Abgrenzungen festzuhalten, sollten wir uns auf die großen Aufgaben konzentrieren. Die Mission, mit der die Bio-

Pioniere mal angetreten sind, Bio in die Mitte der Gesellschaft zu bringen, ist im Prinzip erfüllt. Die Frage ist: Was ist das nächste Thema?

**TH:** Ja, warum kann man nicht in Frieden gewinnen? Das Muster erkenne ich auch bei Fridays for Future. Die wollen gar nicht gewonnen haben! Der Trend Neoökologie ist gesellschaftliche Realität. Da braucht es keinen Moralapostel-Kampf mehr, sondern Macher. Wenn man weiterpredigt, ermüden die Leute. Wir müssen jetzt in eine Welt kommen, in der sich Konsument\*innen nicht mehr fragen müssen: Kauf ich jetzt öko & teuer oder billig & schmutzig? Leute lieben Gütesiegel, da muss es endlich ein Einheitliches geben. Negative ökologische und gesellschaftliche Auswirkungen kann man dadurch verhindern, dass man sie besteuert.

**KJ:** Wo sehen Sie da die Politik, die ja bisher hier wenig regulierend eingreift?

**TH:** Auf die Politik zu verweisen finde ich zu einfach. Man versucht mit nationaler Politik internationale Probleme zu lösen, und das funktioniert nicht. Es braucht globale Lösungen. Die UN könnte sich auf Nachhaltigkeitsfragen und Digitalisierung spezialisieren. Lokale politische Ausgestaltungen sind dann immer noch möglich.

**KJ:** Ja, es entsteht viel Frustration und Erschöpfung daraus, dass es keine einfachen Antworten mehr gibt in unserer komplexen Welt. Umso wichtiger, dass wir miteinander im Gespräch bleiben. In diesem Sinne, vielen Dank für das spannende Gespräch, Herr Horx.

**TH:** Danke ebenso!

# Mehr als Bio: Faire Nüsse im Pfandglas

## Herzlich willkommen im BNN! Seit November ist die fairfood Freiburg GmbH neues Mitglied im Verband: Fair, bio und ohne Verpackungsmüll.

fairfood Freiburg steht für Nachhaltigkeit vom Baum bis ins Pfandglas. Deshalb beziehen die Freiburger\*innen ihre Bio-Nüsse und Trockenfrüchte seit der Gründung 2015 nur direkt von Kooperativen, die nach Fairtrade-Standards anbauen und vor Ort verarbeiten. Denn das schafft mehr Arbeitsplätze und Einkommen in den Anbauländern. In der eigenen Manufaktur in Freiburg werden die Nüsse dann mit Sorgfalt und Erfahrung schonend von Hand geröstet und zu Mus verarbeitet.

Nüsse fair zu machen bedeutet für das Team aus rund 30 Mitarbeiter\*innen auch, den Verpackungsmüll zu reduzieren. Nach dem Motto „Pfand statt Plastik“ bietet fairfood Freiburg sein rein veganes Sortiment aus Nüssen, Trockenfrüchten und Nussmusem deshalb in wiederverwendbaren Pfandgläsern an. „Es ist toll, dass Startups, etablierte Unternehmen, Großhändler und Verkäufer hier gemeinsam Lösungen entwickeln“, freut sich Geschäftsführer Amos Bucher über die neue Mitgliedschaft im BNN.

Ein Unternehmen frei von Einwegverpackungen zu werden, das hat sich fairfood Freiburg auf die Fahne geschrieben. Erreichen möchten die Pfandpioniere das mit einer durchdachten Strategie und in Zusammenarbeit mit der Bio-Branche. Daneben hält Bucher es für wichtig, die Lieferketten stärker in den Blick zu nehmen: „Wir wünschen uns, dass faire Löhne, Wertschöpfung im Anbauland und Handel auf Augenhöhe genauso selbstverständlich werden wie das Bio-Siegel.“



Fairfood-Gründerteam Julian Bletscher, Okey Ugwu, Mark Schwippert, Amos Bucher  
© Quelle: fairfood Freiburg



# Finanzsektor fordert Ökologisierung der Landwirtschaft

Ein Gastbeitrag von Tobias Bandel

„Klimarisiko ist Investitionsrisiko. Wir werden Änderungen in der Kapitalallokation schneller sehen als Änderungen im Klima selbst. In naher Zukunft – und früher, als die meisten anderen antizipieren – wird es eine signifikante Umverteilung des Kapitals geben.“ Das schrieb Larry Fink, Geschäftsführer der momentan größten Investitionsgesellschaft BlackRock, Anfang 2020 an die Geschäftsführer\*innen seiner Kundenunternehmen.

Bereits im November 2017 berichtete die große Rating-Agentur S&P Global, dass über die Hälfte der „Downgrades“, also der Herabstufungen der Kreditwürdigkeit von Firmen, von Klima- und Umweltfaktoren beeinflusst waren. Auch die BaFin veröffentlichte im September 2019 ein Merkblatt zum besseren Umgang mit diesen sogenannten Nachhaltigkeitsrisiken. Die Aufsichtsbehörde wies Banken, Versicherungen und Wirtschaftsprüfer darauf hin, bei z. B. der Kreditvergabe auf u. a. Klimaschutz bzw. Anpassung an den Klimawandel, Schutz der biologischen Vielfalt und nachhaltige Landnutzung zu achten.

Wir als Branche sollten uns der Forderung der Finanzmarktdienstleister nach einer entsprechenden politischen Ausrichtung anschließen. Ganz klar ist aus Sicht der Finanzbranche auch: Egal was die Politik sagt, Extremwetter wie Dürren, Starkregen, Überschwemmungen oder zu milde Winter sind schon da. Sie werden zukünftig noch öfter auftreten und die Attraktivität des Agrar- und Investitionsstandorts Deutschland „downgraden“. Der finanzielle Schaden kommt auf jeden Fall. Die Finanz- und Privatwirtschaft sollte sich schleunigst selbst dieser Herausforderungen annehmen. Denn die Politik schaut zu und unternimmt allenfalls halbherzige Schritte, um die Anpassung an den Klimawandel zu fördern – obwohl die eigene Regulationsbehörde mehr Maßnahmen fordert. Die Politik muss jetzt unpopuläre und eventuell



**Tobias Bandel, Geschäftsführer  
Soil & More Impacts GmbH**

Wählerstimmen kostende Entscheidungen treffen. Denn ein Warten erhöht nur die Reparaturkosten – bereits heute und in Zukunft.

Das Gute ist: Es gibt erprobte Lösungen. Der Biolandbau ist in puncto Klimaschutz und vor allem Anpassung an den Klimawandel ein Werkzeugkasten und im positiven Sinne eine Dauerbaustelle. Untersaaten, Zwischenfrüchte, weite Fruchtfolgen, sinnvolle Bodenbearbeitung, Biomasse-Recycling etc. sind alles Werkzeuge, die nicht nur dem Ideal einer gut anmutenden Landwirtschaft folgen. Es sind auch effektive Maßnahmen, um die Resilienz der Landwirtschaft zu steigern und damit die ökonomischen Risiken im obigen Sinne zu senken. Der Baustellencharakter besteht darin, dass die Grundsätze des Biolandbaus zwar ein festes Fundament sind. Die konkrete Umsetzung muss sich aber frei von Dogmen und wirkungsorientiert, mit dem sich ändernden Klima weiterentwickeln. Dies inkludiert neue Ansätze hinsichtlich Sorten, Pflanzengesundheit, Bo-

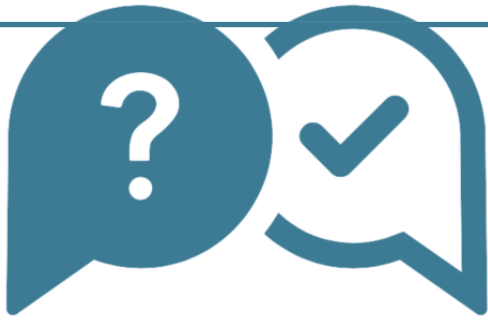
denfruchtbarkeit sowie Betriebs- und Eigentumsstruktur und andere sozioökonomische und kulturelle Themen.

Das Gute – zum zweiten – ist: Wir können die wahren Kosten und Nutzen von landwirtschaftlichen Betrieben und Lebensmitteln pragmatisch und kontextbezogen darstellen. Wir können zeigen, dass gute biologische Landwirtschaft, wie sie der Finanzsektor fordert, mehr Nutzen als Schaden für Umwelt und Gesellschaft generiert. Gleichzeitig weist sie auf betriebswirtschaftlicher Ebene geringere Risiken und mehr ökonomische Möglichkeiten auf. Wichtig wäre, dass der Finanzmarkt bald flächendeckend Mechanismen bereitstellt, diese gute landwirtschaftliche Praxis zu fördern und schlechte abzustrafen. Gerne unterstützt von wirkungsorientierten politischen Richtlinien.

## Zur Person

Nach dem Studium der Agrarwissenschaften mit Schwerpunkt Bodenkunde leitete Tobias Bandel mehrere Jahre den Obst- und Gemüseanbau und Vertrieb bei Sekem in Ägypten. 2007 gründete er mit weiteren Partnern die Nachhaltigkeitsberatung Soil & More Impacts. Heute entwickelt er mit über 20 Kolleg\*innen u.a. nachhaltige Unternehmensstrategien, berät weltweit zur Bodenfruchtbarkeit und stellt digitale Services für das Lieferantenmanagement sowie die Bewertung von Beschaffungsrisiken bereit.





Sepp Brunnbauer ist aktiver Biokreisbauer und steht seit 25 Jahren als Geschäftsführer an der Spitze des Verbandes. Unter seiner Führung etablierte sich der Verband mit seinen Erzeugerringen in ganz Deutschland.



## „Dem Fachhandel eng verbunden“

### Drei Fragen an: Sepp Brunnbauer, Geschäftsführer des Biokreis e.V.

**Der Biokreis ist anders als andere Anbauverbände aus einer Verbraucherbewegung entstanden. Wie prägt das eure Arbeit und euer Selbstverständnis?**

In unserer Arbeit geht es vor allem darum, authentisch zu sein und die Perspektive der Verbraucherinnen und Verbraucher ernst zu nehmen. Wir begreifen den Ökolandbau als eine gemeinsame Bewegung aus Landwirtschaft, Verarbeitung, Handel und Verbraucherschaft. Themen, die von Verbraucherseite als wichtig eingestuft werden, stehen auch für uns ganz vorne auf der Agenda. Ich denke hier vor allem an Tierwohl, Klimaschutz und Regionalität.

**Gottfried Erves, der im Sommer gewählte Vorstandsvorsitzende des Biokreis, spricht davon, die Zusammenarbeit mit dem Naturkostfachhandel voranzubringen. Wie setzt ihr das um?**

Bio bedeutet für uns nicht nur, Lebensmittel ohne chemische Düngemittel oder Pestizide zu erzeugen. Hinter Bio steht ein ganzes Wertesystem, das wir leben. Deshalb fühlen wir uns dem Fachhandel eng verbunden, weil er nicht nur Bio-Produkte verkauft, sondern in seinem gesamten Wirtschaften für Nachhaltigkeit und Ökologie steht.

Nach dem Fachhandelsbeschluss durch unsere Mitglieder, durch den die strategische Arbeit des Biokreis auf eine intensivere Zusammenarbeit mit dem Naturkostfachhandel ausrichtet ist, haben wir in der Branche viele

Gespräche über eine verbindliche und wertschätzende Zusammenarbeit geführt. Daraus haben sich bereits etliche gute Projekte entwickelt. Aber wir stehen erst am Anfang des Weges und haben deshalb beim Biokreis personelle Ressourcen geschaffen, um Wertschöpfungsketten für den Fachhandel zu entwickeln.

**Ihr habt dafür das Projekt „Wertschöpfungsketten für den Bio-Fachhandel“ gestartet. Wie trägt es dazu bei, regionale Netzwerke zu stärken?**

Uns geht es darum, Biokreis-Produkte mit Qualitätsvorsprung in die Naturkostläden zu bringen, die die Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher an hochwertige Bio-Lebensmittel aufnehmen. Daran arbeiten wir mit unseren Projektpartnern aus dem Naturkostfachhandel: Wir entwickeln miteinander Produkte, die unsere gemeinsamen Werte und Überzeugungen transportieren und auf regionalen Lieferketten beruhen. Ich denke hier unter anderem an Lebensmittel mit hohen Tierwohlstandards oder besonders guter Klimabilanz.

So wirken wir daran mit, dass die Bio-Branche auch in Zukunft eine Pionierrolle in der Entwicklung hin zu einer nachhaltigen Land- und Lebensmittelwirtschaft übernimmt.



Der ökologische Anbauverband Biokreis e.V. steht für regionale, vertrauensvolle Netzwerke, für Tierwohl und für eine handwerkliche Lebensmittelverarbeitung im Einklang mit der Natur. Den Grundstein für den Verband legte im Jahr 1979 eine Gruppe engagierter Verbraucher\*innen, die Landwirte aus ihrer Region zu einer ökologischen Wirtschaftsweise motivierten. Heute ist der Biokreis mit 1.300 Bio-Bäuer\*innen und rund 200 Mitgliedsunternehmen aus Verarbeitung und Handel der viertgrößte Anbauverband in Deutschland.

# Zukunft im Einzelhandel: 2020 und wie weiter?

## Drei inhabergeführte Bio-Märkte geben Antworten

2020 ist ein Jahr der Veränderungen und Herausforderungen, besonders auch für den Naturkosteinzelhandel. Den Auswirkungen der Corona-Pandemie muss im Ladenalltag mit viel Kreativität und Einsatz begegnet werden, und die rasanten Veränderungen des Biomarktes mit Discounter- und LEH-Allianzen von Bioland, demeter und Co. gehen nicht spurlos am Fachhandel vorüber. Wir haben drei Einzelhändler\*innen gefragt, wie sie mit diesen Herausforderungen umgehen und wie sie in die Zukunft blicken. Drei Fragen, drei Antworten, aus drei Regionen in Deutschland.



**Bioladen Momo in Bonn,  
Raoul Schaefer-Groebel**



### Wie erlebt ihr die aktuelle Situation rund um Corona?

Die Pandemie hat viele Menschen verängstigt, so dass keine klare Sicht der Dinge handlungsweisend ist, sondern irrationales bis polemisches Auftreten den Alltag prägen. Noch nie haben wir so viele Kunden verloren und auch gewonnen, ersteres aufgrund subjektiv empfundener Ignoranz unsererseits (wir tragen keine Handschuhe, hinter den Schutzscheiben keine Masken...), letzteres aufgrund des besonnenen Umgangs, sachlich und bestimmt, ohne Panik.

Wir räumen jetzt die Ware ein, wenn keine Kunden im Laden sind, das entspannt den Alltag. Und Hygienespray ist auch gegen die normale jährliche Grippewelle sinnvoll. Außerdem gibt's einen Türsteher: Kunden fühlen sich persönlich wahrgenommen, Einkaufswagen werden gereinigt und zur Hand geleitet, persönliches Verabschieden – vielleicht sogar vom Chef, wenn der mal Zeit hast – das macht richtig Spaß. Vielleicht behalten wir das für die „Kampftage“ bei.

### Wie macht ihr euren Laden zukunftsfähig?

Wir kommunizieren unsere Stärken. Die konventionellen Supermärkte mit Biosegment können Preis und Greenwashing, wir können Öko. Das ist zum Beispiel Verzicht auf Flugware, reelle Priorität lokaler Produkte, Handel auf Augenhöhe zwischen allen Handelsstufen, Beratungsqualität, kurz Authentizität. Alleinstellung ist ebenfalls ein wichtiger Aspekt, der uns zudem von den Bio-Ketten abgrenzt. Also: den lokalen Bio-Handel fördern, wo es geht, und platzieren und kommunizieren. Machen wir seit 1983 und auch weiterhin.

### Wo seht ihr euren Laden und die Biofachhandels-Landschaft in 10 Jahren?

Ehrlich, wenn ich „Bio für Alle“ höre, dreht sich bei mir was im Bauch. Na klar ist das das eigentliche Ziel, aber so wie es läuft, ist es der gleiche Mist im grünen Mäntelchen: Frisch eingeflogen aus Ihrem Lieblings-Urlaubsland für den umweltbewussten Verbraucher in den Industrienationen? Na super, das war sicher nicht die Intention der 68er und wird auch nicht Momos, und es ist keine Lösung für die Probleme der Menschheit. Der Weg zu einer dezentralen Versorgung, aus der Region und für die Region, ist ein weiter. Produzenten, die nebenan ein Feld konventionell bewirtschaften oder Öko-Monokulturen, um den Erwartungen der Ketten gerecht zu werden, oder Konzerne, deren Investoren Rendite erwarten, das sind Stolpersteine auf dem Weg in eine ökologische Zukunft. Aber auch Chancen für den verbindlichen Fachhandel, sich zu profilieren.







### Wie erlebt ihr die aktuelle Situation rund um Corona?

Anfangs war natürlich alles recht hektisch und wir wurden etwas überrannt vom Ansturm, aber wir haben uns dann doch alle recht schnell an die neuen Gegebenheiten und Maßnahmen gewöhnt und unseren Laden mit Plexiglas usw. „aufgerüstet“. An den Theken stört das Plexiglas die Kommunikation doch sehr, aber an den Kassen lassen wir sie eventuell sogar. Und das Thema Hygiene ist noch mal mehr ins Bewusstsein gerückt.



### Wie macht ihr euren Laden zukunftsfähig?

Wir optimieren laufend unser Sortiment und überlegen, an welchen Stellen wir den Markt verändern und optimieren können. Wichtig ist es auch, auf veränderte Bedürfnisse der Kunden zu reagieren, z.B. durch Unverpackt-Stationen oder ein wachsendes Sortiment an plastikfreien Produkten.

### Wo seht ihr euren Laden und die Biofachhandels-Landschaft in 10 Jahren?

Das ist aktuell schwer zu sagen, da hier so viele Komponenten mit reinspielen. Allerdings glauben wir natürlich an die Zukunft des Fachhandels, denn sonst hätten mein Bruder und ich uns nicht entschieden, den Biomarkt unserer Eltern weiterzuführen. Wir sind überzeugt, dass wir durch verstärkte Vernetzung und Herausstellen der Alleinstellungsmerkmale durchaus eine Chance haben. Wir müssen uns weiterentwickeln und als Leuchttürme vorangehen.

**BioMarkt Dinkelähre in Neumarkt in der Oberpfalz, Teresa Häußinger**



### Wie erlebt ihr die aktuelle Situation rund um Corona?

Die aktuelle Situation um Corona ist im Verhältnis zum Frühjahr im Ladenalltag kaum mehr zu merken. Nach wie vor haben wir gute Umsätze und eine leichte Tendenz zum Hamstern ist wieder spürbar. Wir haben unsere Öffnungszeiten um eine halbe Stunde nach hinten geschoben und überlegen, ob wir das auch weiterhin beibehalten. Für einige Kund\*innen packen wir nach wie vor Ware zusammen. Dafür ist aber eigentlich unser Laden zu klein und deshalb bewerben wir das auch nicht weiter.

### Wie macht ihr euren Laden zukunftsfähig?

Wir bleiben erst mal auf unserem Weg: sehr kundenorientiert, verschiedene regionale Produkte, auch direkt vom Hersteller oder Erzeuger. Wir setzen auf gute Beratung und ein sehr vielfältiges Sortiment. Dies wird uns auch immer wieder von unseren Kund\*innen bestätigt, insbesondere auch von Tourist\*innen. Und auch durch eine jährliche Urkunde im Bereich Sortimentsvielfalt. Ansonsten denken wir über andere Führungskonzepte und Gemeinwohl nach. Das steckt aber noch in den Babyschuhen.

### Wo seht ihr euren Laden und die Biofachhandels-Landschaft in 10 Jahren?

Ich glaube die Konzentration wird weiter zunehmen. Wenn ich mal in unser kleines Kiel schaue, haben wir mittlerweile zwei denn's, drei Erdkorn und jetzt soll auch noch ein Alnatura kommen. Da hat sich das Angebot der Großen in den letzten zwei Jahren mindestens verdoppelt. Auch die konventionellen Supermärkte werden weiter ihr Bio-Angebote ausbauen. Vermutlich werden nur die ganz besonderen kleineren Läden überleben. Wir mit unseren unter 100 m<sup>2</sup> haben sicherlich keine großen Chancen auf dem Markt.



**Brennessel Kiel, Doris Langfeldt (2. v. l.)**



## VOELKEL veröffentlicht erste Gemeinwohl-Bilanz



Stefan Voelkel und der Gründer der Gemeinwohl-Ökonomie, Christian Felber

Als erster deutscher Getränkehersteller hat sich Voelkel nach den Kriterien der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ) bilanzieren lassen und konnte mit 584 Punkten eine der höchsten Punktzahlen aller bislang testierten deutschen Unternehmen mit über 100 Mitarbeiter\*innen erzielen. Für den niedersächsischen Bio-Pionier wird damit seine Unternehmensmaxime „Verantwortung für Mensch und Natur“ mess- und belegbar. Die Gemeinwohl-Bilanz ist ein auf Objektivität und Transparenz ausgelegtes Bewertungsverfahren, mit dem geprüft wird, inwieweit Unternehmen,

Institutionen oder Privatpersonen dem Gemeinwohl dienen. Dabei wird das Verhalten der bilanzierten Institution gegenüber Lieferant\*innen, Mitarbeiter\*innen, Kund\*innen und Mitunternehmern sowie dem gesellschaftlichen Umfeld durch unabhängige Auditor\*innen auf Basis einer Matrix geprüft. Auch die Eigentums- und Finanzstruktur wird evaluiert.

Die GWÖ-Bilanz ist Bestandteil der Gemeinwohl-Ökonomie und wurde vom österreichischen Wirtschaftsreformer Christian Felber ent-

wickelt. Über 700 Unternehmen haben sich bereits nach den Kriterien der GWÖ bilanzieren lassen. „Mit Voelkel verstärkt ein Leuchtturm-Unternehmen des nachhaltigen Wirtschaftens die Gemeinwohl-Ökonomie-Bewegung, das andere inspirieren kann. Der Langzeit-Pionierbetrieb beweist, dass ein prosperierendes Unternehmen mit gesunden Produkten, überwiegend regionalem Zukauf, viel Augenmerk auf gesundem Essen und Bewegung für die würdig entlohnten Mitarbeiter\*innen, Zusammenarbeit mit ethischen und regionalen Banken sowie keine Gewinnausschüttung an Personen zusammengeht“, bekräftigt Christian Felber.

Für Stefan Voelkel, Seniorchef der vor fast 80 Jahren gegründeten Naturkostsafterei, hat die Bilanzierung darüber hinaus noch eine weiterführende politische Dimension: „Für uns ist die GWÖ-Bilanz ein Vehikel auf einem Weg der zukunftsorientierten Transformation unserer Gesellschaft. Die wahren Kosten der konventionellen Landwirtschaft sind neunmal höher als die auf dem Kassenbon. Die versteckten, langfristigen Kosten, die zum Beispiel durch die Verschmutzung der Gewässer verursacht werden, bezahlen wir als Gesellschaft, ohne dass es sichtbar wird. Die Punktzahl der GWÖ-Bilanz kann, wenn sie zum Beispiel auf das Etikett eines Produktes gedruckt wird, auf einen Blick anzeigen, wie gemeinwohlorientiert ein Unternehmen wirtschaftet. Verbraucher gehen dann nicht mehr alle vier Jahre zur Wahl, sondern stimmen mit jedem Griff in das Regal neu ab.“



## Judith Moog

### Unternehmerin des Jahres in Frankreich

Bei der Verleihung der „TROPHÉES DES FEMMES DE L'INDUSTRIE“ ist Judith Moog in Frankreich als „Unternehmerin des Jahres 2020“ ausgezeichnet worden. Die gläserne Trophäe erhielt die Inhaberin der Ölmühle Moog und Gründerin der Marke BIO PLANÈTE am 22. September 2020 in Paris von der Ministerin für Industrie in Frankreich, Agnès Pannier-Runacher.

Die Schirmherrin der Veranstaltung würdigte die bemerkenswerte Entwicklung der Ölmühle Moog, die vor 35 Jahren auf einem Bio-Hof in Südfrankreich ihren Anfang nahm. Heute stellen die 150 Mitarbeiter\*innen an den Standor-

ten in Bram (Frankreich) und Klappendorf (Deutschland) mehr als 70 Premium-Öle in Bio-Qualität her.

„In den 1980ern ging es nicht darum, eine Modewelle zu surfen. Wir brauchten Ausdauer und Überzeugungskraft, um unsere Werte durchzusetzen und anerkannt zu werden“, sagt Judith Moog. „Ich habe damals meine eigene Vorstellung eines Pionierunternehmens entwickelt, in dem das ökologische Wirtschaften eine Schlüsselrolle spielt. Und ich bin überzeugt, dass es wichtig ist, im Einklang mit den eigenen Werten zu wachsen.“



## Bauk GmbH nimmt eine der modernsten Bio-Mühlen Europas in Betrieb



Mit acht Stockwerken, einer Gesamthöhe von 48 Metern und einer Verarbeitungskapazität von bis zu 20.000 Tonnen jährlich, betreibt Bio-Hersteller Bauk seit Mitte September eine der

modernsten und effizientesten Bio-Mühlen in Europa. Mehr als 20 Millionen Euro hat der Mittelständler investiert und 40 neue Arbeitsplätze geschaffen. Neben dem Hauptrohstoff Hafer, bevorzugt von regionalen Bio- und Demeter-Erzeugern, werden Hirse, Braunhirse, Kichererbsen, Reis, Buchweizen, Quinoa und Maisgrits zu Flocken und Mehlen verarbeitet.

### Susan Bauk gibt Vertriebsleitung ab, Ralf Hoppe neuer Verkaufsleiter

Nach rund 30 Jahren hat Susan Bauk das Unternehmen für ein Sabbatical verlassen. 2021 wird sie zurückkehren und eine neue Aufgabe bei Bauk übernehmen. Gemeinsam mit Jan-Peter Bauk prägte sie die Entwicklung der ursprünglichen Demeter-Vertriebsgesellschaft hin zum mittelständischen Mühlenbetrieb mit heute mehr als 200 Mitarbeiter\*innen. Zum

1. Februar 2021 wird Ralf Hoppe die Verkaufsleitung übernehmen. Mit Beginn seiner neuen Tätigkeit verlässt der Diplom-Wirtschaftswissenschaftler seinen Posten als Geschäftsführer Vertrieb D-A-CH bei Allos.

## Byodo bleibt familiengeführt

Geschäftsführungs-Duo beim bayrischen Naturkosthersteller: Gemeinsam mit der geschäftsführenden Inhaberin Andrea Sonnberger wird nun Stephanie Moßbacher, die Tochter von Firmengründer Michael Moßbacher, die Unternehmensleitung übernehmen. Ab sofort verantwortet sie die Bereiche Einkauf, Marketing/PR, Produkt- und Nachhaltigkeitsmanagement. „Nachhaltigkeit und Markenführung sind schon immer meine großen Herzenthemen. Deshalb freue ich mich über die Chance, in dieser Rolle viele Menschen zu einem nachhaltigen Lebensstil inspirieren zu können“, so Moßbacher.

Nach ihrem Bachelor-Studium „Produktmarketing & Projektmanagement für biologische Lebensmittel“ im österreichischen Wieselburg absolvierte Stephanie Moßbacher ihren Master „Sustainable Marketing & Leadership“ an der Hochschule Fresenius in München. Vor dem Einstieg in das Familienunternehmen 2016 sammelte sie erste Berufserfahrung im Marketing und Brand Management. Bei Byodo durchlief sie die Abteilungen Marketing/PR und Produktmanagement, welche sie zuletzt als Bereichsleitung verantwortete. Seit Herbst 2018 ist die 30-Jährige auch als Gesellschafterin am Unternehmen beteiligt.

## Spa Vivent: Jubiläumsjahr mit neuen Herausforderungen und Innovationen



Das Spa Vivent Messeteam auf der BIOFACH 2020, als persönliche Begegnung und Produktpräsentation noch möglich waren.

Für die Spa Vivent Vertriebs GmbH, die in diesem Jahr ihr 10-jähriges Bestehen feiert, war 2020 als Jubiläumsjahr geplant. Durch Corona kam es anders als gedacht, denn alle Messen wurden abgesagt und damit war auch der persönliche Kundenkontakt nicht möglich. „Viele Branchen müssen nun umdenken, besonders auch die (Natur)kosmetik-Branche, denn wie stellt man Produkte vor, die hauptsächlich durch Geruch und Haptik überzeugen? Naturkosmetik, die ausprobiert und erlebt werden möchte? Ein Umdenken ist nötig. Spa Vivent arbeitet bereits an der Umsetzung einer Online-Lösung. Kunden und Interessenten, ob allein oder in der Gruppe,

können bequem online einen Termin buchen und die Produktvorstellung findet virtuell, per Videokonferenz statt. Im Vorhinein werden Produktmuster versendet, sodass das Produkt zeitgleich ausprobiert werden kann.“ Ausgelöst durch die Krise und der Problematik von trockenen Händen durch vermehrtes Händewaschen entwickelte Spa Vivent die neue Produktlinie „unicorn Micro Silber Handpflege“, eine reichhaltige Shea Butter Handseife und Handcreme mit Arganöl und natürlicher Hyaluronsäure. Die neue Handpflege ist antibakteriell und antiviral und stärkt die natürliche Schutzbarriere der Haut.



V. r. n. l.: Andrea Sonnberger, Michael Moßbacher, Stephanie Moßbacher



## Sonett zur aktuellen Corona-Situation

„Aktuell erleben wir bei Sonett die zweite Corona-Welle hautnah. Es gibt eine neue, gewaltige Welle an Bestellungen, vor allem von Seiten unserer Großhändler. Noch sind wir mit unseren Desinfektionsmitteln und Handseifen lieferfähig. Bei Wasch- und Reinigungsmitteln müssen wir jedoch schon wieder anfangen zu kontingentieren. Wir sind wirklich begeistert, in welchem Maß die Kund\*innen begreifen, dass es in einer solchen Krisensituation wesentlich auf die Qualität der Produkte an-

kommt. In den öffentlichen Verlautbarungen kommt zwar der salutogenetische Aspekt, nämlich die Stärkung des Immunsystems auf allen Ebenen, als eigentliche Corona-Botschaft kaum vor, aber die Naturkostkund\*innen haben diesen Aspekt voll begriffen. Die anhaltend enorm hohen Zuwächse, nicht nur bei Sonett, sondern im gesamten Naturkostfachhandel, deuten jedenfalls darauf hin.“

## Kornkraft plant neuen Unternehmensstandort

Der niedersächsische Naturkost-Großhändler Kornkraft wächst kontinuierlich. Für die weitere Zukunftssicherung plant die junge Generation der Familie Schritt eine Erweiterung der Lagerkapazitäten bis auf 10.000 m<sup>2</sup> Nutzfläche. Geplant ist ein CO<sub>2</sub>-neutrales Gewerbegebiet an einem neuen Standort in Großenkneten-Huntlosen. Ende 2021 soll der Bau des ersten Teilabschnitts des neuen Kornkraft-Lagers beginnen.

Der eigene Bau soll nicht nur vollständig mit erneuerbaren Energien betrieben werden. Kornkraft setzt sich darüber hinaus dafür ein, dass das neue geplante Gewerbegebiet als „grünes Gewerbegebiet“ ausgewiesen wird. Mit der umweltgerechten Planung mit nachhaltigen Baumaterialien, Gründächern, Photovoltaik, Regenwassernutzung und der begleitenden Freiraumplanung zur Erhöhung der Biodiversität verspricht der Bau ein Vorzeigeprojekt in der Region zu werden. Abgesenkte Ladezonen in Verbindung mit den Wallanlagen sollen für eine Reduzierung von Schallemissionen sorgen. Kornkraft



ist es dabei auch ein Anliegen, die neuen Gebäude in den dörflichen Kontext einzugliedern. Unter Berücksichtigung aller Aspekte des Umweltmanagements ist es das Ziel, einen Konsens zwischen

betrieblich erforderlichen Prozessen, Landschaftsintegration und Minimierung der Beeinträchtigung der Nachbarbebauung zu gewährleisten.

## Ökoring startet Initiative für Nachhaltigkeit



Als regionaler Bio-Großhändler handelt Ökoring über 10.000 Produkte, die täglich angeliefert, gelagert und an Kunden\*innen ausgeliefert werden. In diesem Prozess fallen ständig Entscheidungen, die direkten Einfluss auf die Umweltbilanz haben. „Fragen wie zum Beispiel nach dem Energieverbrauch oder den Produktionsbedingungen sind in unseren täglichen Prozessen mit einbezogen“, verdeutlicht Geschäftsführer Christoph Weigl. „Nachhaltiges ökologisches Wirtschaften und Handeln bedeutet immer im Blick zu behalten, welche Auswirkungen Produktion, Lieferung und Ent-

sorgung auf das Ökosystem und den Menschen entlang der Wertschöpfungskette haben.“

Mit „Wertvoll Handel(n)“ hat Ökoring nun eine Plattform geschaffen, die Umweltbewusstsein, soziale Verantwortung und Gemeinwohl orientiertes Wirtschaften fördern möchte. Geschäftsführer Thomas Börkey-Biermann freut sich, dass seine Mitarbeiter\*innen diese Initiative mit viel Engagement und Herzblut auf den Weg gebracht haben. „Wertvoll Handel(n) bedeutet, unser Handeln auf Solidarität, Umweltbewusstsein und Transparenz auszurichten und auch andere dabei zu unterstützen, damit auch unsere Kinder und Kindeskiner in eine gute Zukunft blicken dürfen.“

Initiatorinnen der Wertvoll Handel(n) AG: Vanessa Kistner, Lea Bohn, Angelika Börkey, Florentine Jopke und Anna Prade.

## TaoFarm Vorreiter für ökologische Landwirtschaft in der Region

Mit ihren lila blühenden Lavendelfeldern im Lipperland hat die Duftmanufaktur TAOASIS Bekanntheit weit über ihre Heimatregion hinaus erlangt. Der Lavendelanbau auf deutschem Boden ist dabei nur ein kleiner Teil der TaoFarm, dem demeter-zertifizierten landwirtschaftlichen Betrieb des Unternehmens.

Die TaoFarm hat sich zum Ziel gesetzt, konventionell bewirtschaftete Ackerflächen auf Deme-

ter-Bewirtschaftung umzustellen, und zwar mit aromatischen Pflanzen, die in Lippe, der Heimat des Unternehmens, wachsen. Mit dem Lavendelanbau am Firmenstandort in Detmold war TAOASIS 2012 gestartet. Heute baut das Unternehmen auf rund 20 Hektar Lavendel, Wildblumen und andere aromatische Pflanzen wie Rosmarin an und in den nächsten Jahren sollen weitere 60 bis 80 Hektar dazukommen, so Geschäftsführer Govinda Meyer.



## SONNENTOR: Ein sauberes Geheimnis – neue Verpackungen sind CO<sub>2</sub>-sparender

Anfang des Jahres hat SONNENTOR seine neue Tee-Verpackung auf den Markt gebracht. Ein CO<sub>2</sub>-Check hat nun positive Ergebnisse gezeigt: Mit der Innovation können 20 Prozent CO<sub>2</sub> gegenüber der vorigen Lösung eingespart werden. Der Kräuterexperte hat den CO<sub>2</sub>-Check in Kooperation mit dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL) durchgeführt. „Ein wichtiger Schritt, denn es gilt laufend zu prüfen, ob unsere Entwicklungen im Bereich Verpackung auch tatsächlich eine Verbesserung für die Umwelt mit sich bringen“, erklärt SONNENTOR Gründer Johannes Gutmann. Die Einsparung ist dank mehrerer Optimierungen im

Verpackungsprozess möglich. In den früheren Aufgussbeutelhüllen der Doppelkammerbeutel von SONNENTOR war ein Aromaschutz aus Polypropylen eingearbeitet. Dieser wurde durch eine verbesserte Barriere ersetzt, die aus Holzfolie besteht. Durch den verstärkten Aromaschutz ist bei den Teeschachteln außen keine zusätzliche Verpackung mehr notwendig, und so können jährlich 20.000 kg Verpackungsmaterial eingespart werden. Zusätzlich konnte auch dank einem Papier für die Aufgussbeutelhüllen, welches um ein Drittel dünner ist, der Papierverbrauch deutlich reduziert werden, und zwar um 22.000 kg.

## HERBARIA: Gute Noten für Oregano aus Rheinland-Pfalz



Unter dem Titel „Wenn Gift im Gewürz landet“, nahm die Verbraucherorganisation „Stiftung Warentest“ im September Oregano und Majoran unter die Lupe. Grund der Untersuchungen sind die

immer wiederkehrenden Schadstoff-Auffälligkeiten bei Küchenkräutern aller Art. Der Herbaria-Oregano aus Rheinland-Pfalz vom Bioland-Hof Hammann schnitt im Test besonders gut mit der Bewertung 1,8 ab.

Der süddeutsche Gewürz- und Kräuterspezialist pflegt zu seinen Anbaupartnern direkten Kontakt und bevorzugt regionale Bioland-Rohstoffe. So

baut der Bioland-Partnerbetrieb von Alfred Hammann seit vielen Jahren Oregano an, der in zwei Schnitten geerntet wird. Kurz vor der Blüte, wenn die Blätter das beste Aroma haben, werden sie grob geschnitten und direkt am Hof getrocknet. Nach der Trocknung wird das Erntegut nochmals in die gewünschte Größe geschnitten, die Stiele werden über eine Windsichtung abgeblasen und die Feinbestandteile abgeseibt.

## Grell Naturkost: Zukunft gestalten als Stiftungsunternehmen

„Zukunft zu gestalten“ bedeutet für uns, aktiv Verantwortung für Mensch und Umwelt zu übernehmen. Als Stiftungsunternehmen wollen wir bei Grell Naturkost in unseren Handlungen und Entscheidungen ökologische, soziale und wirtschaftliche Faktoren in Einklang bringen. Für uns ist dabei zentral, die gesunde Ernährung in unserer Gesellschaft zu stärken, denn gesunde Lebensmittel und eine gesunde Umwelt sind fest miteinander verbunden. Mehrheitlich fließen unsere Gewinne aus dem Großhandel an die Gerd Godt-Grell Stiftung, die über zahlreiche Projekte insbesondere die Achtung vor den natürlichen Lebensgrundlagen fördert. So haben wir in den vergangenen Jahren unter anderem eine Vielzahl von Baumpflanz-

aktionen in Norddeutschland initiiert und damit für CO<sub>2</sub>-Ausgleich in der Region gesorgt. Zukunft zu gestalten geht für uns aber auch mit dem Engagement für visionäre Projekte in der Branche einher. Gemeinsam mit bioverita engagieren wir uns, die Bio-Züchtung bekannter zu machen und über ihre positiven Auswirkungen aufzuklären.

**Grell**  
Naturkost



## MANI Bläuel: Produktionsstätte 100 Prozent energieneutral

Der griechische Bio-Pionier und Oliven-Spezialist MANI Bläuel hat durch eine vierfache Erweiterung der Photovoltaikanlage seine Produktionsstätten und Verwaltung energieneutral gestellt. Mit der neuen Anlage, die jährlich Sonnenkraft in ca. 100.000 kw/h umwandelt und so geschätzt 90 Tonnen Kohlen-

dioxid einspart, leistet das Familienunternehmen einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz. Diese Investition konnte MANI Bläuel dank seiner 2019 gestarteten Crowdfunding-Initiative „Olivenbäumchen-Darlehen“ tätigen, an der sich 450 Darlehensgeber beteiligten. Für Felix Bläuel, der die Geschäfte von MANI in zweiter Genera-

tion leitet, ist das Bestätigung und Ansporn zugleich: „Wir freuen uns, dass wir durch den alternativen Finanzierungsweg weiter in unsere Produktqualität, eine existenzsichernde, ökologische Landwirtschaft und in energetische Nachhaltigkeit investieren können.“

## PRIMAVERA: Förderprojekt für beste Rohstoffe



**Frauengruppe Ernte Eukalyptus: Neues Bio-Anbauprojekt Indien**

Mit einem Förderprojekt (pppProjekt) in Asien sichert sich der Aromatherapie- und Naturkosmetikhersteller PRIMAVERA hochwertige ätherische Öle und unterstützt knapp 230 Bauernfamilien in Bhutan, Indien und Kambodscha. Seit seiner Gründung setzt das Allgäuer Unternehmen auf die Zusammenarbeit mit Bio-Anbaupartnern in aller Welt. Durch den Direkteinkauf bei landwirtschaftlichen Betrieben in vielen Ländern dieser Erde kann Primavera direkten Einfluss auf die Produktqualität nehmen und Partner langfristig in den Wert-

schöpfungsprozess einbinden. Im Zentrum des neuen, gemeinsam mit der Deutschen Investitions- und Entwicklungsgesellschaft (DEG) durchgeführten Projekts steht neben Fragen der Produkt- und Prozessqualität der jeweiligen Rohstoffe das Thema Nachhaltigkeit. So sollen mit den Partnern vor Ort soziale, ökologische und ökonomische Nachhaltigkeitsstandards etabliert und gefestigt sowie neue Anbaupartner dazugewonnen werden. Die Zusammenarbeit mit Kleinbauernkooperativen in Bhutan, Indien und Kambodscha umfasst die verschiedenen Facetten der Wertschöpfung, vom Wissensaustausch über den biologischen Anbau von Aromapflanzen und nachhaltige Wildsammlung über Qualitätsfragen bis hin zur Ölproduktion.

Das von PRIMAVERA und der DEG in öffentlich-privater Trägerschaft (Public Private Partnership, kurz develoPPP.de-Projekt) durchgeführte Förderprojekt ist auf drei Jahre angelegt. Es wird durch die DEG aus öffentlichen Mitteln des Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung mitfinanziert.

## Preussenquelle fördert regionale Klimawende

Ein Wald bei Wandlitz bleibt erhalten, statt bebaut zu werden. Ein See in Pankow wird von Schüler\*innen saniert. 150 Hektar konventionelle Landwirtschaft vor den Toren Berlins werden Stück für Stück ökologisch. Diese und viele weitere nachhaltige Erfolge sind Ergebnis privater und schulischer Initiativen, die im September mit dem „Nachhall 2020“ der Rheinsberger Preussenquelle ausgezeichnet wurden. Zwei der sechs Initiativen erhielten den Publikumspreis. Über 4.000 Menschen beteiligten sich an der Online-Abstimmung und wählten unter anderem einen neuen, regionalen Bio-Laden in Wittstock zu den Sieger\*innen. Aufgrund der Vielzahl der guten Einreichungen entschied sich die Jury sogar für zwei Awards in der Kategorie „Schule“.

„Die Klimawende schaffen wir nur gemeinsam. Aber allzu oft bleiben Initiativen von Freunden, Nachbarn oder Schulen unter dem Radar der großen Nachhaltigkeitspreise. Hier sind wir aktiv geworden und froh, gleich beim ersten Mal so viele tolle Bewerbungen erhalten zu haben“, so Preussenquelle-Geschäftsführer Frank Stieldorf.

## Ökoland: Für mehr Tierwohl, Qualität und Versorgungssicherheit

Die Marke Ökoland steht im Fachhandel für Lebensmittel aus Bio-Fleisch. „Obwohl der Anteil fleischloser Produkte ein Drittel des Umsatzes ausmacht, werden wir uns weiter intensiv mit artgerechter Tierhaltung und ökologischen Wirtschaftskreisläufen beschäftigen und alle Sortimente für den Fachhandel erweitern“, so Geschäftsführer Patrik Müller. Seit über 20 Jahren kooperiert Ökoland mit Bio-land- und Biokreis-Landwirten und will vertrauenswürdige Bezugsquellen für Bio-Fleisch weiter ausbauen. Die Zusammenarbeit mit Bio-Landwirt\*innen und regional ansässigen Schlachtstätten, die im Umgang mit Tieren be-

sonders zuverlässig arbeiten, soll ausgeweitet werden.

Seit Oktober verstärkt Leonie Blume (Foto) Ökoland im Bereich „Einkauf und Qualitätsmanagement“ mit Fokus auf artgerechte Tierhaltung und Bio-Fleisch. Die Landwirtin und Agrarwissenschaftlerin promoviert aktuell im Fachgebiet Tierernährung und Tiergesundheit. „Mit den Erfahrungen und Kenntnissen von Frau Blume werden wir uns vor allem bei den für Ökoland sehr wichtigen Themen Tierwohl, Fleischqualität und Versorgungssicherheit noch besser aufstellen“, so Patrik Müller.







## BIO COMPANY mit digitaler Einlass-Ampel

Um den Kundenverkehr unter Corona-bedingten Auflagen besser steuern zu können, nutzt die BIO COMPANY digitale Ampeln zur Einlasskontrolle. „Wir nehmen die Situation ernst und

uns liegt die Gesundheit unserer Kunden und Mitarbeiter sehr am Herzen“, so Geschäftsführer Georg Kaiser. „Wir möchten, dass unsere Kunden weiterhin bei uns vertrauensvoll und auch entspannt einkaufen können.“ Die Ampeln stellen sicher, dass die erforderlichen 10 qm pro Kunde auf der Verkaufsfläche auch eingehalten werden können. Die Bio-Supermarktkette stattet 30 Märkte mit hoher Besucheranzahl pro Quadratmeter Ladenfläche mit den neuen Digitalsystemen aus.

Die Ampeln stehen gleich am Eingang der Märkte und berechnen die Anzahl der Kundenbewegungen. Möglich macht dies eine 3-D-Sensorik an der Decke. Bei einer Überschreitung der Personenanzahl schaltet die Stele auf Rot und gibt zugleich ein akustisches Signal. Die Steuerung kann vom Filialteam direkt an der Stele oder per App erfolgen. In Einzelfällen

werde es auch zusätzlich Sicherheitspersonal geben, die persönlich Einlasshilfe gewähren. Daneben gibt es weiterhin Hände-Desinfektionsmittelspender sowie Desinfektionstücher für Einkaufswagen, ebenso Einwegmasken für Kund\*innen, die ihre Masken vergessen haben.

### Personalwechsel bei BIO COMPANY und Midgard Naturkost

Der langjährige Geschäftsführer von Midgard Naturkost, Felix Wasmuth, verantwortet ab November ausschließlich die Einkaufsleitung der BIO COMPANY. Nach einem Jahr in Doppelfunktion gibt Wasmuth die Geschäftsleitung von Midgard an Dr. Johannes Gaismayer ab. Gaismayer ist studierter Verkehrsbetriebswirt und Doktor der Wirtschaftswissenschaften. Midgard ist eine 100 prozentige BIO COMPANY-Tochter.

## Neues Firmengebäude für AlmaWin

Mit neuem Erweiterungsbau gut aufgestellt für die Zukunft: Im Mai konnte AlmaWin das neu errichtete Firmengebäude am Standort in Winterbach beziehen. Der Neubau ergänzt das Hauptgebäude und bietet viel Platz zum Wachsen. Neben modernen, luftigen Büroräumen für die Verwaltung bietet der Neubau eine Erweiterung der Lagerfläche um 1.800 Paletten-Stellplätze und Platz für eine neue Abfüllanlage für die Verpackungsmaterial einsparenden Öko-

packs der Marken Klar und AlmaWin. Der Neubau befindet sich in unmittelbarer Nachbarschaft zur der im Frühjahr von AlmaWin angelegten 1.000 Quadratmeter großen Nützlingsweide. Die von Juni bis Oktober blühende Weide bietet ganzjährig eine wertvolle Nahrungsquelle für Hummeln, Schmetterlinge, Marienkäfer und Co. und trägt somit zum Erhalt der Artenvielfalt bei. Unter dem Motto „Jeder kann etwas tun!“ begleitet AlmaWin das Pro-



jekt mit ökologisch und sozial nachhaltigen Aktionen vor Ort und am Point of Sale.

## VegOrganic e.V. : Fördermitglied im BNN

Der im September 2014 gegründete gemeinnützige Verein VegOrganic e.V. ist ein Zusammenschluss erfahrener Fachleute aus der Biobranche, die sich schon seit vielen Jahren für einen nachhaltigen und gesunden Lebensstil engagieren. Der Verein setzt sich für die Förderung der öffentlichen Gesundheit unter anderem durch Erstellung und Durchführung eines unabhängigen Zertifizierungskonzepts für pflanzliche Lebensmittel in Bio-Qualität EcoVeg ein. „Wir möchten mit einer Verbindung aus Bio und Vegan gemeinsam für mehr Qualität im anhaltenden ‚Vegan Trend‘ sorgen.“

### Was beschäftigt Euch aktuell und warum?

Mit dem Green Deal und der ‚Vom Hof auf den Teller‘-Strategie hat die EU Ziele für eine Transformation der Wirtschaft formuliert. Zwei Kernhebel dieser Transformation sind pflanzliche Ernährung und ökologische Landwirtschaft. Wie eng die beiden Themen miteinander verbunden sind, wird jedoch bislang nicht hinreichend klar. Aus unserer Sicht macht es keinen Sinn, pflanzliche Produkte losgelöst von ökologischer Landwirtschaft zu denken und zu fördern. Leider sehen wir im weiterhin stark

## GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN

wachsenden pflanzlichen Markt zurzeit einen gegensätzlichen Trend. Daher muss es Aufgabe der gesamten Bio-Branche sein, die Entwicklung hin zu einer überwiegend pflanzlichen Ernährung wieder stärker für den Bio-Bereich nutzbar zu machen.

### Welche Impulse braucht es, um Eure Arbeit voranzubringen?

Der VegOrganic e.V. versteht sich als Wertegemeinschaft. Wir freuen uns daher über Mitglieder wie den BNN, die gemeinsam mit uns die Zukunft gestalten und Themen rund um pflanzliche Produkte in Bio-Qualität denken und weiterentwickeln wollen. Ein Austausch und eine gemeinsame insbesondere politische Positionierung als Branche sind uns daher besonders wichtig. Darüber hinaus stellen wir unseren Mitgliedern das Gütezeichen „EcoVeg“ zur Verfügung, um auch verbraucherseitig ein Zeichen für die Kombination aus „Bio und pflanzlich“ zu setzen, und würden uns freuen, wenn wir damit in den nächsten 5 Jahren ein branchenweites Zeichen setzen würden. Mehr unter [www.vegorganic.de](http://www.vegorganic.de).



## Ökofrost: Zukunft Gemeinwohl orientiert gestalten



„In Anlehnung an Mahatma Gandhis Zitat „Sei Du selbst die Veränderung, die Du Dir wünschst für diese Welt“ sind wir überzeugt, dass die nötigen gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und ökologischen Veränderungen im eigenen Unternehmen beginnen. Wir handeln mit Bio-Produkten. Damit ist für Klima, Tierwohl und Artenschutz schon mal einiges gewonnen. Aber wie führen wir unsere Unternehmen, wie gehen wir mit unseren Lieferanten, Partnern, Kunden und Mitarbeitern um? Wie wollen wir über unsere nachhaltigen Produkte hinaus wirtschaften und arbeiten? Sind wir, ist die Biobranche in puncto Führung und Marktpraktiken nicht teilweise ganz schön konventionell? Diese Fra-

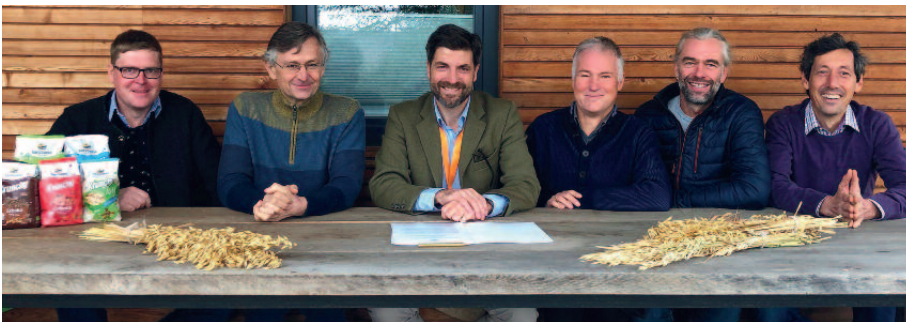
gen treiben Ökofrost seit 2011 um und haben zu tiefgreifenden Veränderungen in der Unternehmenskultur geführt. Seit 2013 sind wir eines der ersten Berliner Gemeinwohl-Unternehmen und blicken auf drei GWÖ-Bilanzierungen. Wir haben in einem intensiven Prozess ein gemeinsames Leitbild und ein transparentes Gehaltsmodell entwickelt, Selbstorganisation in Anlehnung an die Holokratie eingeführt und hinterfragen uns und unser Wirtschaften immer wieder. Es ist uns ein Anliegen, eine neue, integralere Wirtschaftsethik mitzugestalten, die eine gesunde Entwicklung von Mensch, Wirtschaft und Umwelt fördert.“

## Barnhouse: Zukunft sichern mit regionalen Partnerschaften

Mit einem Anschluss-Rahmenvertrag hat Barnhouse die enge Zusammenarbeit mit seinen Part-

ner-Landwirten für weitere drei Jahre bekräftigt. Die „Gemeinschaft der Barnhouse Bäuerinnen und

Bauern“, der über 60 Verbandslandwirte mit kleinbäuerlichen Betrieben aus der Region angehören, wird weiterhin Bio-Hafer und -Dinkel für den Müsli-Hersteller mit Sitz im oberbayerischen Mühldorf anbauen: Zu festgelegten, fairen Preisen, mit Planungssicherheit und der klaren Vision „mehr Bio in der Region“. Das erklärte Ziel, den Ökolandbau voranzubringen, wird dabei mit Maßnahmen für Artenschutz und mehr Biodiversität und der Förderung von Öko-Saatgut verfolgt. Als nächstes Projekt wird Barnhouse 2021 mit seinen Landwirten die Themen „lebendige Böden“ und „Humusaufbau“ in Angriff nehmen.



Vertragsunterzeichnung von Geschäftsführer Martin Eras mit dem Vorstand der Gemeinschaft (v.l. Andreas Remmelberger, Sepp Wasmeier, Martin Eras, Michael Rittershofer/TAGWERK e.V., Gerhard Schweiger u. Hans Reichl)

## Terra Naturkost verstärkt die Unternehmenskommunikation

„Bio für Alle“, was vor einigen Jahrzehnten noch Utopie schien, ist heute greifbarer denn je. Gleichzeitig steht die Naturkost-Branche vor ganz neuen Herausforderungen: von Verbandsware beim Discounter bis zum veränderten Informations- und Einkaufsverhalten jüngerer Zielgruppen. Gerade in Zeiten des Umbruchs sind Kommunikation und gute Zusammenarbeit, die Pflege bestehender Verbindungen und der Aufbau neuer Kooperationen entscheidende Erfolgsfaktoren für eine enkeltaugliche Zukunft. Terra Naturkost hat daher seine Unternehmenskommunikation personell verstärkt. Seit Mitte November ergänzt die ehemalige BNN-Geschäftsführerin Elke Röder das Team. Als Leiterin der Terra-Unternehmenskommunikation wird sie die Zukunft des Bio-Fachhandels nun aus einer neuen Perspektive mitgestalten. Die Bio-Region zwischen Ostsee und Lausitz, Altmark und Oderbruch wuchs seit der Wende

mit und durch den Großhändler Terra Naturkost. Der inhabergeführte und unabhängige Bio-

Großhandel wird seit über 30 Jahren von Meinrad Schmitt geleitet.



V. l. n. r.: Neu im Terra-Team: Elke Röder (Mitte), links, Luise Gemmeke, Meinrad Schmitt, rechts: Burkhard Paschke und Volker Trojahn.



## GEMEINSAM ZUKUNFT GESTALTEN



### BioBoden Genossenschaft: Fördermitglied im BNN

Bio braucht Boden. Im internationalen Jahr des Bodens 2015 wurde deshalb die BioBoden Genossenschaft gegründet. Ihr Ziel: Soviel Boden wie möglich in ganz Deutschland zu sichern, dauerhaft aus dem Markt zu nehmen und einer nachhaltigen, ökologischen Landwirtschaft zur Verfügung zu stellen. In den fünf Jahren ihres Bestehens sicherte die Genossenschaft deutschlandweit für 70 Höfe Boden. Stand heute schon 3800 Hektar. Auch ganze Betriebe wurden für motivierte Junglandwirt\*innen erworben. Ermöglicht wurde dies durch aktuell über 5.100 Mitglieder, die das Kapital für die Landkäufe bereitgestellt haben.

#### Was beschäftigt Euch aktuell und warum?

Landwirtschaft beginnt bei den Menschen, die sie betreiben und diese brauchen dauerhaft Zugang zum Land, um sich für Bodenfruchtbarkeit und Biodiversität engagieren zu können. Im Zentrum unseres Handelns steht daher besonders der Generationenwechsel bei Landwirt\*innen und Land-Eigentümer\*innen, der in den nächsten 10 Jahren aufgrund der demographischen Entwicklung noch zunehmen wird. Es ist wichtig dafür zu sorgen, dass die junge Generation die Voraussetzungen erhält, auch ohne großes Eigenkapital Höfe und Flächen zu übernehmen und ökologisch zu bewirtschaften. Dies ist die Basis für die Weiterentwicklung der Höfe. Hof Mühlenhamm (Bioland) ist ein gutes Beispiel: Ein Junglandwirt konnte dort durch BioBoden die Hofnachfolge antreten. Der konventionelle Nachbarbetrieb ohne Nachfolger hat dann gebeten, seinen Hof auch für diesen Junglandwirt zu erwerben. Jetzt kommt wieder zusammen, was vor 100 Jahren schon zusammengehornte.

#### Welche Impulse braucht es, um Eure Arbeit voranzubringen?

Es ist eine großartige Nachricht, dass sich die Endverbraucher\*innen für dieses Thema begeistern und als Mitglieder von BioBoden Verantwortung für unsere Landwirtschaft übernehmen. Jetzt muss diese Idee weiterverbreitet werden. Hier haben wir schon tolle Erfahrungen mit Handel und Verarbeitung gemacht, es wurden Artikel in Kundenzeitschriften veröffentlicht, Broschüren an der Kasse ausgelegt oder in Lieferkisten beigelegt. So muss es weitergehen! Denn die Bodenfrage und der Generationenwechsel werden uns noch viele Jahre als dringliches Thema begleiten.

Mehr unter [www.bioboden.de](http://www.bioboden.de)

# Unsere neuen Alltagsbegleiter

ÖKOLOGISCH KONSEQUENT

## Sonett Händedesinfektion und Sonett Flächendesinfektion



Auf der Basis von rein pflanzlichem 70%igem Alkohol wirken beide Desinfektionsmittel gegen behüllte Viren, Pilze, Hefen und Bakterien – einschließlich des **Coronavirus SARS-CoV2**.

**Besonderheiten:** Alle Inhaltsstoffe sind 100 % pflanzlich, mit reinen ätherischen Ölen aus 100 % kontrolliert biologischem Anbau. Die Sonett Desinfektionsmittel desinfizieren ohne resistente Keime zu erzeugen – ganz ohne Chlor und Petrochemie.

**Wichtig:** Die zu desinfizierende Fläche bitte vollständig benetzen und einwirken lassen. Sonett Händedesinfektion auf die trockenen Hände auftragen.

Die Sonett Desinfektionen sicher verwenden. Vor Gebrauch stets Kennzeichnung und Produktinformation lesen.

Weitere Informationen [www.sonett.eu](http://www.sonett.eu)

**Sonett – so gut**



# sonett

ÖKOLOGISCH KONSEQUENT



Erhältlich im Naturkostfachladen.



# Neun Punkte für den Wandel

Ernährungspolitik: Ein Gutachten zeigt der Politik, was sie tun muss, damit wir uns nachhaltig ernähren können.



Wie muss eine „Politik für nachhaltigere Ernährung“ aussehen? Diese Frage haben sich 19 hochkarätige Berater\*innen der Bundesregierung für ihr gleichnamiges Gutachten gestellt. Ihre Antwort steht als Auftrag an die Politik im Untertitel: „Eine integrierte Ernährungspolitik entwickeln und faire Ernährungsumgebungen gestalten“.

Der WBAE, so heißt das Expert\*innengremium (siehe Kasten), geht davon aus, dass Landwirtschaft und Ernährung einen wesentlichen Beitrag leisten müssen, um die deutschen und internationalen Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Dafür muss sich nicht nur die Produktion ändern, sondern auch der Konsum. Statt einzelner Maßnahmen plädiert der WBAE für eine integrierte Ernährungspolitik. Darunter

versteht er, dass alle vier zentralen Dimensionen einer nachhaltigeren Ernährung parallel angeschaut und angegangen werden müssen: Gesundheit, soziale Ziele, Umwelt- und Klimaschutz sowie das Tierwohl. Diese Politik zu entwickeln und umzusetzen ist keine leichte Aufgabe, denn die vier Dimensionen sind auf verschiedene Ministerien verteilt und sie können auch zu Widersprüchen führen, die aufge-

löst werden müssen, etwa wenn günstige Nahrungsmittel zwar sozial sind, aber Tierleid verursachen.

## Die Politik ist dran, nicht die Verbraucher\*innen

Mit „fairen Ernährungsumgebungen“ haben die Expert\*innen einen neuen Begriff in die Debatte geworfen. Gemeint sind mit Ernährungsumgebung die vielen Aspekte, die – oft unbewusst – beeinflussen, was und wie wir essen. „Das Ernährungsverhalten wird vielfältig geprägt, etwa durch Portionsgrößen, Preise, Werbung, Infrastruktur oder digitale Systeme. Diese Prägung wirkt sehr viel breiter, als das bisher gesehen wurde“, erklärt Professor Achim Spiller von der Universität Göttingen, einer der WBAE-Experten. Für ihn erklären diese Prägungen, „warum viele Menschen zwar motiviert sind, sich nachhaltig zu ernähren, aber angesichts der derzeitigen Rahmenbedingungen immer wieder scheitern“. Spiller und seine Kolleg\*innen fordern deshalb, dass die Politik deutlich mehr und tiefer als bisher in das Ernährungssystem eingreift und für „faire Ernährungsumgebungen“ sorgt. Für Umgebungen also, die es den Menschen leichter machen, sich für eine nachhaltige Ernährung zu entscheiden. Als damit verbundene Maßnahmen nennt das Gutachten etwa eine hochwertige Gemeinschaftsverpflegung, insbesondere für Kinder, oder Trinkwasserspender in öffentlichen Gebäuden. Gemeint sind aber auch Preisreize, etwa durch eine Steuer auf zuckerhaltige Getränke oder Einschränkungen von Werbung an Kinder und Jugendliche. Auf den Punkt gebracht lautet die Botschaft: Die Politik muss ihre Verantwortung für eine nachhaltige Ernährung endlich annehmen und darf sie nicht weiter auf die Verbraucher abwälzen.

Neben der integrierten Politik empfehlen die Expert\*innen acht weitere Punkte. So sollen Bund, Länder und Kommunen einen „Systemwechsel in der Kita- und Schulverpflegung herbeiführen“. Konkret bedeutet das, diese Essen schrittweise kostenlos anzubieten, die Standards der Deutschen Gesellschaft für Ernährung verpflichtend umzusetzen und für angemessene Räumlichkeiten und Essenszeiten zu sorgen. Für die Gemeinschaftsküchen in anderen öffentlichen Einrichtungen, insbesondere in Seniorenheimen und Krankenhäusern, empfiehlt der WBAE, sie nicht nur „aus einer versorgungspraktischen Perspektive zu betrachten, sondern eine hochwertige Qualität des Essens und der Ernährungsumgebung sicherzustellen“.

## Viel weniger Fleisch

„Eine global verträgliche Ernährung erfordert zwingend einen Rückgang des hohen Konsums tierischer Produkte in wohlhabenden Ländern“, heißt es im Gutachten. Auf konkrete Zahlen legt sich der WBAE nicht fest. Er stellt in seinem Gutachten jedoch ausführlich die Ergebnisse der Eat-Lancet-Kommission vor. Sie nennt nachhaltige Verzehrsmengen für tierische Produkte, die für Fleisch und Milch ein Viertel der derzeit in Deutschland verzehrten Pro-Kopf-Menge bedeuten würden. Der WBAE empfiehlt eine Kampagne, die die Verbraucher für die Klimawirkung tierischer Produkte sensibilisieren und sie motivieren soll, ihr Verhalten zu ändern. Zur Unterstützung sollte der reduzierte Mehrwertsteuersatz für tierische Produkte abgeschafft und ein verpflichtendes Klimalabel eingeführt werden.

Als weiteren Preisanreiz schlägt der WBAE eine neue Verbrauchssteuer auf zuckerhaltige Getränke vor und perspektivisch sogar eine spezifische Nachhaltigkeitssteuer auf alle Lebensmittel. Die eingenommenen Gelder sollten verwendet werden, um die steigenden Lebensmittelpreise für einkommensschwache Haushalte abzufedern, die Mehrwertsteuer für Obst, Gemüse und Hülsenfrüchte zu senken, die Nutztierhaltung umzubauen und die Kita- und Schulverpflegung beitragsfrei zu stellen.

Für einen nachhaltigen Konsum brauchen Verbraucher\*innen verlässliche und klare Informationen, auch am Produkt. Der WBAE empfiehlt dafür staatliche, möglichst verpflichtende Label für die wichtigsten Nachhaltigkeitsdimensionen. „Labels sind nur ein Instrument unter vielen und man sollte ihren Einfluss nicht überschätzen. Sie wirken eher begleitend“, erklärt Achim Spiller. Um zu wirken, müssten sie konsequent eingesetzt werden: Verpflichtend, nachprüfbar und mit einer optisch klaren Aussage. Als Beispiel nennt Spiller den NutriScore für Nährstoffe oder das anfängliche EU-Energielabel.

## Bio alleine reicht nicht

Den Ökolandbau bezeichnet das Gutachten als „ein vergleichsweise umweltfreundliches System, von dem auch Innovationsimpulse für die gesamte Landwirtschaft ausgehen“. Wegen der geringeren Effizienz könne jedoch eine Komplettumstellung der Landwirtschaft nicht das Ziel sein. Stattdessen sollte an nachhaltigeren und langfristig auch zertifizierbaren Landbausystemen gearbeitet werden, „die hinsichtlich der Umweltleistungen mit dem Ökolandbau mithalten können, aber höhere Erträge erzie-

len“, heißt es im Gutachten. „Technologieentwicklungen hinsichtlich deren Nachhaltigkeitsbewertung und Zulassungspraxis überdenken“ steht dort, wobei explizit auch Genome Editing erwähnt ist. Diese Verfahren hätten das Potenzial, zukünftig Nachhaltigkeitsbeiträge zu liefern, schreibt der WBAE und warnt davor, dieses Potenzial zu verschenken. Ansonsten geht das Gutachten auf die Agro-Gentechnik nur mit wenigen Sätzen ein. Es bestehe in der wissenschaftlichen Forschung „ein weitgehender Konsens darüber, dass GVO in Bezug auf Umwelt- und Gesundheitsrisiken nicht anders einzustufen sind als konventionell gezüchtete Pflanzen“, schreibt der WBAE und vertritt die Auffassung, „dass eine pauschale Einordnung der Gentechnik als nicht nachhaltig nach heutigem Stand der Wissenschaft nicht gerechtfertigt ist“.

Auch beim Thema Glyphosat wägen die Expert\*innen ab und schreiben, sie halten „eine Diskussion um Pflanzenschutzintensitäten und einige Anwendungsfelder von Glyphosat“ für dringend geboten. Wegen der Bedeutung von Glyphosat für eine „stärker konservierende Bodenbearbeitung“ bewerten sie ein Komplettverbot allerdings kritisch.

Diese Ausführungen zeigen, dass der WBAE beileibe kein Bio-Gutachten verfasst hat. Aber er macht eindrucksvoll klar, dass Ernährungspolitik eine lang vernachlässigte Querschnittsaufgabe ist, dass die Politik sie angehen muss und nachhaltige Ernährung nicht länger als Privatsache an die Verbraucher\*innen abschieben darf.

## Leo Frühschütz

### Das Gutachten

Der Wissenschaftliche Beirat für Agrarpolitik, Ernährung und gesundheitlichen Verbraucherschutz (WBAE) übergab im August sein 880 Seiten dickes Gutachten „Politik für nachhaltigere Ernährung“ an Bundeslandwirtschaftsministerin Julia Klöckner. Dem interdisziplinär besetzten WBAE gehören 19 hochrangige deutsche Wissenschaftler\*innen an, die mehrere Jahre ehrenamtlich an diesem Gutachten arbeiteten. Auf der Webseite <https://nachhaltigere-ernaehrung-gutachten.de> haben sie ihre Erkenntnisse und Thesen gut lesbar aufbereitet und präsentieren sie auch in Videos.



# Am Tag x nach CRISPR/CAS9 oder eine kleine Geschichte des Brokkoli

Erzählt von Petra Boie, Bingenheimer Saatgut AG

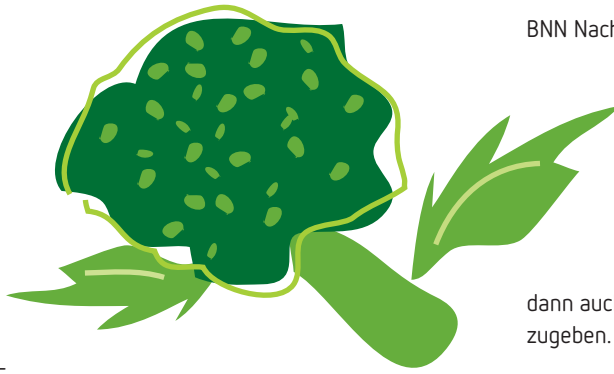
## Was sind CMS-Hybriden?

Um die Kosten der Hybridsaatgutgewinnung zu senken, wird häufig mittels molekularbiologischer Methoden wie Zell- oder Protoplastenfusion künstliche Pollensterilität herbeigeführt (Cytoplasmatische männliche Sterilität, CMS). Diese Methode wird von den deutschen Bio-Anbauverbänden strikt abgelehnt, da sie nicht zu den Grundsätzen des ökologischen Landbaus passt.

## Was ist CRISPR/CAS9?

CRISPR/CAS9 bezeichnet ein Verfahren, in dem mit Hilfe der sogenannten Genschere direkt ins Erbgut eingegriffen wird. Das Bundesamt für Naturschutz fordert, dass die CRISPR-CAS9-Pflanzen als gentechnisch veränderte Pflanzen zu behandeln sind, so wie es auch der Europäische Gerichtshof im Urteil vom Juli 2018 festgelegt hat.





Ich habe es geschafft! Es war ein langer Weg, aber nun stehe ich hier. Über mir blauer Himmel, Wolken, neben mir Baumreihen, unter mir gesunder, feuchter, humusreicher Boden, der vor Regenwürmern nur so strotzt. Wo fing meine Reise an? Nun, eigentlich vor mehr als 2000 Jahren, als ich noch wild und vielfältig war und man begann, mich irgendwo im nördlichen Mittelmeerraum zu zähmen. Langsam aber stetig, Jahrzehnt um Jahrzehnt, verband ich mich mehr mit den Menschen. Die ganze Wegstrecke hier zu erzählen, würde allerdings viel zu lange dauern. So springe ich lieber direkt in das denkwürdige Jahr 2020 n. Chr., als das dritte Dürrejahr in Folge Deutschland und eine Pandemie die ganze Welt in Atem hielt. Gärtner\*innen und Landwirt\*innen fragten sich: „Wie soll es weiter gehen?“ Die Maßnahmen zum Eindämmen der Pandemie lösten eine Selbstverständlichkeit nach der anderen auf: Keine Flugzeuge waren über mir zu sehen, auch Menschen sah ich deutlich weniger. Gesellschaftlich war das damals wohl nicht einfach. Gräben taten sich auf und im Sozialen sowie im Wirtschaftlichen herrschte eine große Verunsicherung. So manchem Menschen wurde in dieser Ausnahmesituation bewusst: Die Art und Weise des Umgangs mit sich selbst und mit der Natur war nicht zukunftsfähig. Und weil das damals ein echter Wendepunkt war, erzähle ich euch aus meiner Sicht – der eines Brokkoli – was es damals bedeutete, als Kulturpflanze nicht zukunftsfähig zu sein.

Ich war noch gar nicht so lange auf den Tellern der Deutschen zu finden, doch ich hatte eine steile Karriere hinter mir und war, ja das schmeichelte mir, zu einer der begehrtesten Gemüsearten geworden. Meine Zähmung war sehr weit fortgeschritten und mir wurde oft ein bisschen schwindelig, weil alles so schnell ging. Die Zeiten, in denen ich vor mich hin blühen durfte, um eine weitere Generation zu bilden, waren so gut wie vorbei. Von meiner Vielfältigkeit war nicht mehr viel übriggeblieben. Ich befand mich auf großen Feldern und neben mir standen lauter sehr gleiche Brokkoli. Das war ziemlich merkwürdig. Über Vögel hörte ich von fernen Verwandten, dass diese noch ein bisschen ursprünglich sein durften, aber sie

kaum Verwendung fänden. Ich hörte von „Uneinheitlichkeit“, „langem Erntefenster“, „zu wenig Ertrag“, „shelf life“, was immer damit auch gemeint war. Und dann eines Tages nach einem Ausflug in ein Labor nannten mich die Menschen plötzlich stolz „CMS-Hybrid“, und ich merkte erst im Nachhinein auf dem Feld, dass meine Blüten kaputt waren. Das habe ich gar nicht mehr verstanden, und mit der Zukunftsfähigkeit war es dann auch vorbei. Gewachsen bin ich trotzdem und brachte zuverlässige Erträge. Zumindest bis die Sommer immer heißer und trockener wurden. Denn ab da klappte es mit mir gar nicht mehr so richtig, und die Gärtner\*innen waren ratlos.

Ab und zu hörte ich nun von „Trockenresistenz-Genen“ und „Crispr-Cas9“. Das gefiel mir vom Klang her schon gar nicht gut. Alles sollte plötzlich ziemlich schnell gehen. Und so musste ich wieder in ein Labor. Es zwickte sehr, und danach war mir mehr als nur ein bisschen schwindelig. Zurück auf dem Feld stimmte etwas bei mir nicht mit der Photosynthese. Es wurde „off-target-Effekt“ genannt, irgendein Eiweiß war wohl verrutscht. So hatte ich endgültig ausgedient und kam, wie schon viele Artgenossen vor mir, in den Sortenhimmel. Doch traurig musste ich gar nicht sein, denn auf der Erde wurde es ohnehin zunehmend weniger lebenswert: Die Landschaften wurden öder, die Felder trockener und die Wälder verloren ihr Grün.

Ich hatte die Hoffnung für die Welt schon aufgegeben, als ich wahrnahm, wie sich dort unten vereinzelt etwas regte. Unter den Menschen schienen nicht alle den Mut verloren zu haben, denn im Wald spross neues wildes Grün und auf den Feldern konnte man Reihen von frisch gepflanzten Bäumen sehen. Ich beobachtete, wie Menschen diese Bäumchen gossen und sich um die Natur sorgten. Sie nannten es Agroforstwirtschaft. Irgendwas begann sich zu bewegen und ich bemerkte, dass ich große Sehnsucht bekam, dort dabei zu sein, wachsen zu können, wieder von Menschen bewundert und geachtet zu werden und mich

dann auch gerne für eine feine Mahlzeit herzugeben.

Ich nahm Anlauf, sprang über die Himmelskante und flog als nachbaufähiges Bio-Samenkorn runter auf die Erde, wo ich von vielen Gärtner\*innen begeistert empfangen wurde. Durch den engagierten Einsatz der ökologischen Züchter\*innen blieb ich nicht lange alleine, sondern es wurden immer mehr nachbaufähige Sorten gezüchtet, die sich den verschiedenen Standort- und Klimabedingungen anpassen und die Menschen langfristig mit leckerem und wertvollem Gemüse versorgen konnten.

Das ist meine Geschichte und ich bin zuversichtlich, dass sie in Erinnerung bleibt und die Menschen nach ein paar Jahrzehnten nicht erneut vergessen, wie sie im Einklang mit uns Kulturpflanzen leben können.

## Die Autorin

Petra Boie (hier mit jungen Brokkoli-Pflanzen) kam nach der Ausbildung zur Gemüsegärtnerin und dem Studium der Agrarwissenschaft für ein Agrarreferendariat nach Hessen. Sie ist seit 1999 in Bingenheim tätig und seit 2001 im zweiköpfigen Vorstand der AG für den Bereich Vertrieb zuständig.



# Öko-Züchtung: Ernährungssicherung für die Zukunft

## Drei Fördermitglieder im BNN über ihre Projekte und Perspektiven

Die Öko-Züchtung leistet einen wertvollen und zukunftsweisenden Beitrag für die gesamte Wertschöpfungskette, denn beim Saatgut fängt alles an. Saatgut ist die Grundlage unserer Ernährung und ein Kulturgut, dass über Jahrhunderte und Generationen hinweg vermehrt und weitergegeben wurde. Die daraus entstandenen Kultursorten sind widerstandsfähig, vielfältig und regional angepasst. Und sie zeichnen sich durch ihre Nachbaufähigkeit aus. Seit Jahrzehnten aber ist dieses Gemeingut bedroht durch eine industrielle Agrarwirtschaft und deren

Abhängigkeit von Chemie- und Saatgutkonzernen, wie auch die Geschichte des Brokkolis eine Seite zuvor zeigt. Die Biobranche zeigt, dass es anders geht. Hier gibt es ein Netzwerk von Initiativen und Organisationen, die sich für den Erhalt und die Weiterentwicklung der Kultursorten in der Öko-Züchtung engagieren. Drei von ihnen, Kultursaat e.V., saat:gut e.V. und apfel:gut e.V., sind auch als Fördermitglieder im BNN aktiv. Wir haben sie zu ihren aktuellen Arbeitsschwerpunkten und zu den Perspektiven ihres Züchtungsengagements befragt.

### Saat:gut e. V.



2010 haben sich Landwirte, Gemüsegärtner, Großhändler, Einzelhändler und engagierte Privatpersonen im Saat:gut e.V. zusammengeschlossen, um den freien Zugang zu Sorten und Saatgut zu sichern, sowie geeignete Gemüsesorten für den professionellen Biolandbau zu züchten und zur Verfügung zu stellen. Der Verein ist Träger des Projekts Saat:gut auf Christiansens Biolandhof. Das Saatgut unserer Sorten wird über die Bingenheimer Saatgut AG und die Sativa Rheinau in den Handel und aufs Feld gebracht.

#### Was beschäftigt Euch aktuell und warum?

Barbara Maria Rudolf: Wir freuen uns, dass in diesem Jahr auch der Brokkoli endlich Kandidaten für eine Sortenanmeldung gezeigt hat. Blumenkohl und Brokkoli sind unser Hauptanliegen, da es hier an geeigneten Sorten für den Biolandbau fehlt. Wir hoffen, dass wir im nächsten Jahr auch mit dem Blumenkohl diesen Schritt vorankommen.

#### Welche Impulse braucht es, um Eure Arbeit voranzubringen?

Barbara Maria Rudolf: Da unsere Arbeit gemeinnützig ist und durch Spenden finanziert wird, brauchen wir natürlich immer Menschen und Unternehmen, die bereit sind uns zu unterstützen. Das ist eine ständige Herausforderung. Für den Erfolg von ökologischer Züchtung ist es aber ebenso wichtig, dass die Kunden verstehen, dass nicht nur das äußere Erscheinungsbild eines Gemüses seinen Wert für unsere Ernährung definiert. Im Gegenteil: Eine gewisse Varianz im Erscheinungsbild kann Indikator dafür sein, dass es sich um eine samenfeste Sorte handelt, die mit ihrer breit aufgestellten Genetik vital auf ihre Umwelt reagieren kann. Diese Balance zwischen äußeren und inneren Werten scheint uns wesentlich, wenn wir als Biobranche mit der Biozüchtung wirklich von den großen Konzernen unabhängig werden wollen.

Mehr erfahrt ihr unter [www.saat-gut.org](http://www.saat-gut.org)



## Kultursaat e. V.



Seit über 25 Jahren widmen sich Kultursaat-Züchter\*innen in etwa 30 biologisch-dynamisch bewirtschafteten Zuchtgärten im deutschsprachigen Raum der Erhaltung und Weiterentwicklung nachbaufähiger Gemüsesorten. Ohne Einsatz von Gentechnik und CMS entstehen dabei qualitativ hochwertige, schmackhafte, an die Bedingungen des vielfältigen Ökolandbaus angepasste Sorten. Ermöglicht durch Spenden und Drittmittelförderung werden die Sorten vom gemeinnützigen Verein als Kulturgut behandelt und stehen frei von gesetzlichem Sortenschutz, Patenten o.ä. zur Verfügung. Mit dieser klaren Ausrichtung trägt Kultursaat zur Stärkung eines konsequenten und unabhängigen Ökolandbaus bei.

### Was beschäftigt Euch aktuell und warum?

Michael Fleck: In der Biologisch-Dynamischen Wirtschaftsweise werden Hybride mit Blick auf die innere Qualität schon lange kritisch betrachtet, gleichzeitig werden im gesamten Gemüsebau mindestens 90 Prozent Hybridsorten aus konventioneller Züchtung verwendet. Diese Diskrepanz hat die Diskussion über eine hybridfreie Demeter-Gemüse Zukunft neu entfacht. Eine zentrale Herausforderung scheint darin zu liegen, den zu erwartenden Minderertrag samenfester Sorten von bis zu 30 Prozent durch angepasste

Produktpreise auszugleichen sowie die weniger uniform sortierte Ware zu vermarkten. Eine Lösung kann nur unter Einbeziehung der gesamten Wertschöpfungsgemeinschaft entwickelt werden – in diesen Prozess wollen wir uns weiterhin konstruktiv einbringen.

### Welche Impulse braucht es, um Eure Arbeit voranzubringen?

Michael Fleck: Wir erleben ein ungebremsstes Interesse junger Menschen an der von uns seit 2008 angebotenen, zweijährigen berufsbegleitenden Fortbildung in biologisch-dynamischer Gemüsezüchtung. Damit einhergehend steigt die Zahl der Kultursaat-Züchter\*innen und dementsprechend auch das Projektvolumen. Diese aufgrund des hohen Bedarfs an ökologisch gezüchteten samenfesten Sorten äußerst notwendige und erfreuliche Entwicklung wird jedoch durch zu wenig finanzielle Mittel begrenzt. Solange eine branchenweite Lösung, wie sie vom BÖLW anvisiert wird, noch in weiter Ferne liegt, ist die Ökozüchtung auf das (auch finanzielle) Engagement einzelner Partner\*innen und Unterstützer\*innen maßgeblich angewiesen!

Mehr erfahrt ihr unter: [www.kultursaat.org](http://www.kultursaat.org)





## apfel:gut e.V.



Der apfel:gut e.V. ist ein gemeinnütziger Förderverein zur Entwicklung und Durchführung ökologischer Obstzüchtung. Zusammen sind wir dreizehn aktive Obstbäuerinnen, Bauern und Züchter\*innen. Für den ökologischen Apfel- und Birnenanbau brauchen wir pilzwiderständige Bäume und gesunde und aromatische Sorten auf einer breiten genetischen Basis. Deswegen haben wir die Züchtung selbst in die Hand genommen. Wir pflanzen die jungen Bäume bundesweit in neun Zuchtgärten auf Demeter- und Bioland Obstbetrieben. Über einen Zeitraum von mehreren Jahren werden die Eigenschaften der Pflanzen erfasst und selektiert.

### Was beschäftigt Euch aktuell und warum?

Inde Sattler: Obstzüchtung ist ein langer Weg, allein vom Kreuzen bis zur ersten Fruchtselektion dauert es mindestens 8 Jahre. Wir sind seit 10 Jahren dabei. Gerade zum Ende des Herbstes ist der Zeitpunkt, wo wir die diesjährigen positiv selektierten Zuchtklone aus den Zuchtgärten zusammentragen und gemeinsam entscheiden, welche Selektionen weiterverfolgt werden. Sie werden dann auf Unterlagen veredelt und für eine dritte Selektionsstufe auf andere Standorte gepflanzt. Unsere Highlights sind spannende robuste Linien, die wir entwickelt haben, z.B. aus dem Seestermüher Zitronenapfel. Außerdem sind zwei Birnen- und drei Apfelzüchtungen in Nord- und Süddeutschland in der Sortenprüfung. Partner\*innen und Kolleg\*innen von uns haben diese ebenfalls in größeren Stückzahlen gepflanzt.

### Welche Impulse braucht es, um Eure Arbeit voranzubringen?

Inde Sattler: Die Finanzierung unserer Arbeit aus Spenden, Stiftungen und öffentlichen Projektgeldern muss zum größten Teil von Jahr zu Jahr verhandelt werden. Da wünschen wir uns mehr Sicherheit. Wir brauchen eine breite Unterstützung auch aus dem Handel für die Akzeptanz und Einsicht in die Notwendigkeit ökologischer Züchtung. Für einen respektvollen Umgang mit den Pflanzen, ohne technische Eingriffe ins Genom, deren Auswirkungen für die Ökosysteme und unsere Ernährung nicht vorhersehbar sind. In 5 Jahren werden wir mindestens drei ökologisch gezüchtete apfel:gut-Sorten in der Anmeldung haben.

Mehr unter erfahrt ihr [www.apfel-gut.org](http://www.apfel-gut.org)

  
Förderverein zur Entwicklung und  
Durchführung ökologischer Obstzüchtung



# „BIO Hilft! – Solidarität mit Moria“

## Solidaritätsaktion von Bio-Unternehmen hilft Geflüchteten auf Lesbos



Schokolade! Jacob und Jurek Voelkel, zwei der Söhne von Stefan Voelkel, sind begeistert von den ersten Warenspenden für die Geflüchteten im Camp von Moria.

Der Brand des Lagers Moria hat die Not der Geflüchteten auf der griechischen Insel Lesbos auf eine kaum noch vorstellbare Weise verstärkt. Während über das Mittelmeer die ersten Winterstürme toben, fehlt es den über 10.000, auf engstem Raum und unter menschenunwürdigen Bedingungen lebenden Männern, Frauen und Kindern an Kleidung,

Essen, Wasser und einem festen Dach über dem Kopf. Unter dem Aufruf „Bio hilft! Solidarität mit Moria“ haben sich nun Bio-Unternehmen aus ganz Deutschland zu einer konzertierten Hilfsaktion zusammengeschlossen.

Ins Leben gerufen wurde die Aktion von Bio-pionier Stefan Voelkel, der vor einiger Zeit in Moria war, um sich ein Bild von den Zuständen vor Ort zu machen. „Nach dem Brand im Moria Camp war klar, dass wir nicht tatenlos zuschauen können“, so Friedrich Roeßler, Trade Marketing-Verantwortlicher und Koordinator der Aktion bei Voelkel. Die Bio-Unternehmen Allos, Bohlsener Mühle und Vivani folgten schnell dem ersten Aufruf.

Ende November startete der erste LKW dieser auf Langfristigkeit ausgelegten Solidaritätsaktion in Richtung Griechenland. An Bord unter anderem 5.500 Tafeln Schokolade der Firma Ludwig, 4.000 Packungen Kekse der Bohlsener Mühle, 3,5 Tonnen Haferriegel und Müsli-Produkte von Allos und rund 16.000 Säfte von Voelkel.



Der erste LKW, gut gefüllt mit Lebensmittelspenden, kurz vor dem Start nach Griechenland. Die Initiatoren der Solidaritätsaktion rufen dazu auf, dass noch viele folgen.

Als einer der Initiatoren ruft Stefan Voelkel die gesamte Bio-Branche zur Teilnahme auf: „Bio ist nicht nur eine EU-Verordnung, sondern in erster Linie eine ethische Haltung der Natur und den Menschen gegenüber. Und diese Haltung hört nicht an Landesgrenzen auf. Schaut also in eure Lager und helft! Insbesondere Milchpulver und Babynahrung werden dringend benötigt, aber auch jegliche weitere, vielleicht verkaufsunfähige Ware kann Leid lindern und Leben retten.“ Der Vater von fünf Kindern hält es für unerträglich, dass in Deutschland systematisch Ware vernichtet wird, deren Mindesthaltbarkeitsdatum teilweise noch Monate entfernt liegt, während in Griechenland „Menschen ohne Essen, Duschen und Würde“ leben müssen. Umgesetzt wird die Hilfsaktion durch den Heimatstern e.V. mit Sitz in München.

### BIO Hilft! – So geht's:

Die Initiatoren von „Bio Hilft!“ freuen sich, wenn weitere Hersteller mitmachen und Ware zur Verfügung stellen. Ansprechpartner dafür ist Friedrich Roeßler von Voelkel ([Friedrich.Roessler@voelkeljuice.de](mailto:Friedrich.Roessler@voelkeljuice.de)). Er koordiniert die Warenlogistik der Solidaritätsaktion unter den Bio-Unternehmen in Deutschland. Der Heimatstern e.V. organisiert den Transport nach Moria, sowie die weiteren logistischen Aufgaben in Griechenland.



**„Bio ist nicht nur eine EU-Verordnung, sondern in erster Linie eine ethische Haltung der Natur und den Menschen gegenüber. Und diese Haltung hört nicht an Landesgrenzen auf. Schaut also in eure Lager und helft!“**

*Stefan Voelkel*





# Unser Knusper Kartoffelsortiment

Rösti und Kroketten  
aus frisch geraspelten  
Kartoffeln, ohne Panade

recyclingfähiger  
PE-Beutel



Verpackung aus  
umweltfreundlichem  
FSC-Papier

- Unser Kartoffelsortiment**
- aus besten Bioland-Kartoffeln
  - hergestellt in Deutschland
  - besonders knusprig
  - glutenfrei, laktosefrei, vegan



Echt GUT, echt FAIR, echt Ökoland