

# BNN

1/2020

## nachrichten



Bundesverband  
Naturkost Naturwaren



## Der Öko-Trend – Vom Lifestyle zur globalen Bewegung

Markt  
Deutliche Umsatzsteigerung in  
2019, auch dank Greta-Effekt

ÖKO STATT EGO:  
Wir werden groß!

Gut gemeint,  
aber nicht gut gemacht?  
PRO & CONTRA Nutri-Score

# Inhaltsverzeichnis



## MARKT & BRANCHE

Gastbeitrag: Der Öko-Trend – Vom Lifestyle zur globalen Bewegung	04
BNN-Umsatzmonitor: Deutliche Umsatzsteigerung in 2019, auch dank Greta-Effekt	06

## BNN AKTUELL

Neuer Pressereferent beim BNN	07
BNN-Mitgliederversammlung tagt im Mai in Bad Aibling	07
BNN auf der BIOFACH	07



## KAMPAGNE

ÖKO STATT EGO: Wir werden groß!	08
---------------------------------	----

## FOKUS QUALITÄT

Gut gemeint, aber nicht gut gemacht? PRO & CONTRA Nutri-Score	10
„Bio kann nicht sauberer sein als die Umwelt, in der es angebaut wird“	
Einblicke in die Arbeit der Pestizidfahnder*innen des BNN-Monitorings	12

## MITGLIEDER AKTUELL



### Aktuelle Meldungen aus den Unternehmen:

Taifun Tofu, PRIMAVERA, BIO COMPANY, Neumarkter Lammsbräu, LaSelva Bio-Feinkost, Barnhouse, benecos, ÖMA, Byodo, Sodasan, Kornkraft Naturkost, Molkerei Söbbeke, Tofu Manufaktur Nagel, ISANA NATURFEINKOST, Grell Naturkost, Terra Naturkost, BIOGARTEN, MOIN, Sonett, Bauchhof Mühle	16
--	----

## FOKUS FACHHANDEL

BNN-Veranstaltungen auf der BIOFACH 2020	22
Erfolgreiche Zukunft mit Bio – Weiterbildungsangebote für die Branche	23

# Impressum

**BNN Nachrichten:** Mitgliederzeitschrift des BNN für die Naturkost- und Naturwarenbranche // erscheint i.d.R. 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: Katrin Hehberger, Kathrin Jäckel, Hans Kaufmann, Dorothée Quatz, Marion Schlage (Chefredaktion) // Autoren und Autorinnen dieser Ausgabe: Kirsten Buchecker, Katharina Frier-Obad, Kathrin Jäckel, Hans Kaufmann, Marion Schlage, Achim Spiller, Anke Zühlsdorf // Gestaltung: Martina Puchalla für Zitrusblau, Berlin // Fotorechte für alle Fotos der Seiten 16-21 liegen bei jeweiligen Unternehmen, wenn nicht anders vermerkt / Fotorechte ohne Angabe auf den übrigen Seiten: BNN e.V. // Titelfoto: © Fabian Melber/www.wir-haben-es-satt.de // Nachdruck oder Verbreitung, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung der Redaktion // Inserenten dieser Ausgabe: BioMessen (S. 15) und MOIN (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.

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

# Editorial

## Liebe Leser\*innen,

2020 hat so dicht begonnen, wie 2019 geendet hat: In den vergangenen vier Wochen haben wir 27.000 Menschen in Berlin bei der Wir-haben-es-satt-Demonstration gesehen. Die Internationale Grüne Woche stand im Zeichen der Nachhaltigkeit. Und auch auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos war die Rettung des Klimas das Top-Thema.

In einem Zeitungsbericht las ich, dass Davos vor allem gezeigt habe, dass Greta Thunberg mit ihrem Anliegen nicht mehr allein ist. Während sie im vergangenen Jahr noch nahezu unerkannt in Davos unterwegs war, war das dieses Jahr schon sehr anders. Diese Beobachtung steht stellvertretend für die gesamte Entwicklung der vergangenen zwölf Monate. Wir haben Ihnen in dieser Ausgabe, die pünktlich zur BIOFACH 2020 erscheint, eine Reihe von Beiträgen zusammengestellt, die gleichermaßen zurück wie nach vorn blicken. Zukunft ist das Thema – eben nicht erst seit gestern.

Lena Papasabbas vom Zukunftsinstitut beschreibt in ihrem Gastbeitrag, dass Öko die Nische verlassen hat und die ganze Breite unseres Lebens und Wirtschaftens erfasst. Am Ende wird – so die These – nachhaltiger ökologischer Konsum der Standard sein. Er wird es sein müssen. Folgt man dieser These, ergeben sich spannende Fragen an das Tun, die Zukunft und die Rolle des Naturkostfachhandels.

Die Branche hat 2019 umsatztechnisch ein ziemlich gutes Jahr gehabt. Rund 8 Prozent Zuwachs vermelden die Großhändler der jährlichen BNN-Umsatzstatistik aufs Gesamtjahr gesehen. Interessant ist dabei der Blick auf die einzelnen Monate. Normalerweise ist das erste Halbjahr umsatzstark. 2019 war es anders. Je weiter das Jahr voranschritt, desto stärker stiegen die Umsätze. Und nicht nur das: Auch

die Zahl der Bons ist gewachsen. Und die Umsätze pro Bon. Das heißt: Je prominenter Klimaschutz und Nachhaltigkeit auf der gesellschaftspolitischen Agenda waren, desto mehr Kund\*innen haben im Naturkostfachhandel eingekauft.

Die gesellschaftspolitische Debatte wirkt sich also auf das Konsumverhalten der Verbraucher\*innen aus. Diesen Trend unterstützen wir auch 2020 intensiv mit der Branchenkampagne **Öko statt Ego**. Ende September 2019 auf der BioSüd in Augsburg mit zahlreichen Maßnahmen zur Gewinnung von Partner\*innen und Follower\*innen gestartet, steht 2020 nun die Verbraucherkommunikation im Vordergrund. In diesem Heft geben wir darauf einen kurzen Ausblick. Drei Stichwörter verrate ich Ihnen hier schon einmal: Kino. Großflächenplakate. #Ökostories. Es wird spannend. Mehr dazu erleben und erfahren Sie auf der BIOFACH.

Die außerordentliche Qualität der Lebensmittel und Waren und deren Vielfalt im Naturkostfachhandel ist eines der stärksten Verkaufsargumente. Diese zu sichern und weiterzuentwickeln – dafür engagieren sich die Unternehmen der Branche und der BNN als Branchenverband. Unser Monitoring-Team geht hier mit detektivischem Spürsinn vor. Unterstützt von der außergewöhnlichen Zusammenarbeit der beteiligten Unternehmen miteinander für das gemeinsame Ziel: Höchste Qualität. Lesen Sie mehr darüber ab Seite 12.

Abgerundet wird unser Heft wie immer von vielen Nachrichten aus der Branche, die das Wirken und Werden der Unternehmen zeigen. Von Nachhaltigkeitspreisen über Innovationen und gesellschaftlichem Engagement. Der Naturkostfachhandel bewegt – und ist in Bewegung.



Ich wünsche Ihnen und uns ein erfolgreiches und dynamisches Jahr!

Und natürlich eine spannende Lektüre.

Mit herzlichen Grüßen

*Kathrin Jäckel*

Kathrin Jäckel

# Der Öko-Trend: Vom Lifestyle zur globalen Bewegung

Gastbeitrag von Lena Papasabbas, Zukunftsinstitut



Die Welt steht in Flammen. 2019 brennen in Europa, in den USA, in Kanada, dem Amazonas und sogar in der Arktis und in Sibirien hunderttausende Quadratkilometer. Im September beginnt es in Australien zu brennen. Im Januar 2020 sind dort bereits über eine Milliarden Tiere gestorben. Ein Ende der Buschfeuer ist nicht in Sicht.

## Die Welt geht unter

Die Zukunft des Planeten ist gleichbedeutend mit der Zukunft der Menschheit: Seine Erhaltung ist somit die größte Herausforderung für die globale Gesellschaft. Zwei Hitzesommer haben den Klimawandel von einem theoretischen Diskurs zu einer realen Bedrohung gemacht, deren Folgen jetzt auch in Deutschland spürbar sind. Selbst Tropenkrankheiten verbreiten sich mittlerweile auch in Europa. Der Klimawandel ist auch bei uns Realität geworden.

Gleichzeitig häufen sich die Meldungen von immer neuen traurigen Rekorden aus aller Welt: In Brasilien werden Flächen in der Größe dreier Fußballfelder pro Minute abgeholzt. Die weltweite Population von großen Süßwassertieren ist seit 1970 um 88 Prozent zurückgegangen und in deutschen Wäldern hat sich der Tierbestand seitdem halbiert. Die Anzahl an Einwegflaschen, die allein Coca-Cola jährlich produziert (88 Milliarden) würden aneinandergereiht 31-mal zum Mond und wieder zurückreichen. Schätzungen zufolge sind bisher 86 Millionen Tonnen Plastik im Meer gelandet. Kurz gesagt: Wir steuern auf eine ökologische Katastrophe zu.

## Von der Nische in die Mitte der Gesellschaft

Die Fridays-for-Future-Bewegung hat nicht nur im deutschsprachigen Raum dieses Wissen

„Der Klimawandel krepelt die Regierungs- und die Parteienpolitik um. Umwelt wird zum Mainstream-Thema, zum neuen Kriterium für gut und schlecht, richtig und falsch.“

mit neuer Wucht in die Headlines der Nachrichten und auf die Agenden politischer Diskurse katapultiert. Beim Global Climate Strike for Future finden um die 1.700 Kundgebungen in über 100 Staaten statt. Gründerin Greta Thunberg wird zur Ikone. Die Grünen feiern bei der Europawahl 2019 Rekordergebnisse. Der

Klimawandel krepelt die Regierungs- und die Parteienpolitik um. Umwelt wird zum Mainstream-Thema, zum neuen Kriterium für gut und schlecht, richtig und falsch. Und zum kleinsten gemeinsamen Nenner einer ganzen Generation.

### Die Generation Global

Getragen von einem anwachsenden Umwelt- und Verantwortungsbewusstsein der Menschen entwickelte sich auf den Säulen von Ökonomie, Ökologie und Ethik über die Jahre eine neue Handlungsmoral, die mittlerweile unseren kompletten Alltag beeinflusst. Unseren Planeten bewohnbar zu halten, ist eine Herausforderung und Aufgabe, die die Menschheit als Ganzes betrifft. Das schweißt zusammen, führt zu einer neuen kollektiven Identität. Besonders junge, gebildete Menschen, die gut informiert sind und globale Zusammenhänge verstehen, teilen diese globale Identität. In ihrem Zentrum steht die Erkenntnis, Bewohner eines geteilten, fragilen Planeten zu sein.

### Bio & fair werden Standard

Diese globale Sicht auf Probleme erzeugt ein Gefühl von Entsetzen. Doch sie stärkt auch den Willen, zu handeln, bei sich anzufangen und die eigene, lokale Umwelt besser zu machen. Die Vertreter dieser jungen Generation werden auch die Wirtschaft in den nächsten Jahrzehnten in einer nie dagewesenen Art umformen. Ihre Ansprüche an Politik, Unternehmen und Arbeitgeber werden in den nächsten Jahrzehnten zu zählen, aber stetigen Veränderungen führen. Vom Tourismus bis zum Hygieneartikelhersteller – bio und fair werden zum neuen Standard, nicht nur in der Lebensmittelbranche. Die heutigen progressiven Jungen werden sich mit einem einfachen Bio-Siegel auf Produkten aber nicht mehr zufriedengeben. Sie wollen einen ganzheitlichen Ansatz. In Zukunft sollte bio und fair selbstverständlich sein. Es ist durchaus denkbar, dass sich Siegel durchsetzen, die Produkte kennzeichnen, die den neuen Standards nicht genügen. Bio wird zum neuen

## „Vom Tourismus bis zum Hygieneartikelhersteller – bio und fair werden zum neuen Standard, nicht nur in der Lebensmittelbranche.“

Standard und andere Produkte tragen Warnsignale: Achtung, dieses Produkt schadet der Umwelt! Achtung, unfair, Massentierhaltung, schlechte CO<sub>2</sub>-Bilanz ... usw.

### Eine neue Handlungsmoral

Nachhaltiger Konsum ist nicht mehr Avantgarde, sondern in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Auch Discounter führen Biolebensmittel, Vegetarismus ist ein neuer Standard und auch Veganer sind keine Exoten mehr. Die Themen Müllvermeidung, Recycling und Kreiswirtschaft rücken in den Mittelpunkt alltäglicher Diskurse und bringen neue, minimalistische Lebensstile hervor, weit weg von der alten Öko-Ästhetik. Social Start-ups spritzen wie Pilze aus dem Boden, übertreffen sich gegenseitig mit klugen Ideen zu Produkten und Dienstleistungen, die der Umwelt keinen Schaden zufügen – oder bereits zugefügten Schaden wieder gut machen wollen. Sie setzen auf ganzheitliche Werte, Sinn und Gemeinwohl und geben sich nicht damit zufrieden, nur „bio“ oder nur „fair“ zu sein. Unternehmen, die noch im Sinne des Massenkonsums und der Wegwerfgesellschaft handeln, geraten dagegen in die Kritik. Auch wenn ihre Geschäftsmodelle mitunter noch Jahrzehnte bestehen können, zeichnet sich am Horizont das Ende dieser Art des Wirtschaftens ab.

Die Umweltbewegung ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Ursprünglich geprägt von Anliegen einiger weniger, dominiert sie heute nicht nur die politische Arena. Erstmals

gibt es ein Anliegen, das Menschen rund um den Globus zur Entschlossenheit bewegt, eine echte Veränderung einzuleiten. Der individuelle Lifestyle ist zur gesellschaftlichen Bewegung geworden.



Autorin Lena Papasabbas befasst sich mit dem Wandel der Wissensgesellschaft, ihren Menschen, Werten und Technologien. Nach ihrem Studium der Kulturanthropologie, arbeitete sie als Autorin, Herausgeberin und Seminarleiterin. Seit 2015 ist sie für das Zukunftsinstitut als Redakteurin, Social Media Beauftragte und Speakerin tätig.

Das Zukunftsinstitut, 1998 von Matthias Horx gegründet, ist ein internationaler Think Tank für die Trend- und Zukunftsforschung.

# Deutliche Umsatzsteigerung in 2019, auch dank ‚Greta-Effekt‘

## BNN-Umsatzmonitor für den Naturkost- und Naturwarengroßhandel

**Der Gesamtumsatz des Naturkostgroßhandels ist 2019 deutlich angestiegen. Dieser verzeichnet für 2019 einen Umsatzzuwachs von rund 8 Prozent. Der ‚Greta-Effekt‘ und das gesteigerte Bewusstsein der Verbraucher\*innen für Nachhaltigkeit haben einen deutlich positiven Einfluss auf die Marktentwicklung.**

Der deutsche Naturkostgroßhandel steigerte seinen Umsatz um 7,92 Prozent, von knapp 1,78 Mrd. Euro (2018) auf gut 1,92 Mrd. Euro (2019). Der Blick auf die einzelnen Monate zeigt: Alle schließen mit einem Umsatzgewinn ab. Dabei ist das erste Halbjahr traditionell das stärkere – diesmal war es jedoch genau umgekehrt. 2019 war von einer besonderen Dynamik geprägt. Im zweiten Halbjahr 2019 fiel die Umsatzentwicklung deutlich höher aus, als nach dem ersten Halbjahr zu erwarten war. Für den Facheinzelhandel lässt sich daraus ein Umsatzplus von 8,67 Prozent und ein Gesamtumsatz von 3,76 Mrd. Euro hochrechnen (2018: 3,46 Mrd. Euro).

Der deutliche Umsatzzuwachs des zweiten Halbjahrs zeigt auch, dass durch die politisch-gesellschaftlichen Entwicklungen in 2019, wie ‚Fridays for Future‘ und den Klimastreiks, das Thema Nachhaltigkeit viel stärker bei Verbraucher\*innen angekommen ist, als im vorherigen Jahr.

Der Fachhandel hat 2019 nicht nur neue Kunden\*innen gewonnen, sondern die Kund\*innen haben grundsätzlich mehr Naturkost und Naturwaren gekauft als 2018. Messen lässt sich das mittels Auswertung der Kassenbons. 2018 lag der Betrag pro Bon höher, allerdings stagnierte

die Anzahl der Bons. Für 2019 gilt: Mehr Bons pro Tag und ein deutlicher Anstieg der Bonbeträge – wiederum besonders im zweiten Halbjahr.

Kund\*innen wollen heute mehr als nur ein Produkt. Und auch mehr als nur Einkaufen. Der Fachhandel vermittelt authentisch und glaubwürdig sein konsequentes und beständiges Engagement für ökologische Lebensmittel und die dahinterstehende Wirtschaft. So kann er auch

in Zeiten starker Konkurrenz auf Kund\*innen zählen, für die Nachhaltigkeit nicht nur ein Trend ist, sondern ebenfalls Ausdruck einer Haltung. Diese besondere Kundenbindung und das Gewinnen neuer Kund\*innen fördert die Branche aktuell mit der Kampagne „Öko statt Ego“, die zu einem bewussten und ökologisch-nachhaltigen Konsum aufruft.

Hans Kaufmann

### Stimmen aus dem Großhandel

**„Wir nennen es bei uns den „Greta-Effekt“. Das Jahr 2019 war geprägt durch einen intensiven gesellschaftlichen und politischen Diskurs zu Umwelt- und Klimafragen. Das hat bei vielen das persönliche Verantwortungsbewusstsein in Bezug auf Nachhaltigkeit gestärkt.“**

Sabine Moeller-Schritt, Geschäftsführerin  
Kornkraft Naturkost GmbH

**„Bio ist kein neuer Hype! Seit Beginn der Bio-Bewegung geht es konstant aufwärts. (...) Ich bin mir sicher, dass den Verbrauchern in Zukunft Discounter-Bio nicht reichen wird: Sie fordern Authentizität, Vertrauen und Transparenz – und das kann nur der Naturkostfachhandel bieten!“**

Meinrad Schmitt, Geschäftsführer  
Terra Naturkost Handels KG

### BNN-Umsatzmonitor

Der BNN wertet seit über 20 Jahren monatlich die Umsatzergebnisse des Naturkostgroßhandels aus. Die Auswertungen basieren auf getätigten Umsätzen differenziert nach Frische-, Trockensortiment inklusive Non-Food und erfassen Umsätze auf Bestands- und Neufächen. Die Umsatzergebnisse des BNN weisen aufgrund der hohen Abdeckung der relevanten Unternehmen beste Validität auf. Am BNN-Umsatz-Monitor beteiligen sich bundesweit 20 Naturkostgroßhändler.

### Großhandelsumsatz 2019

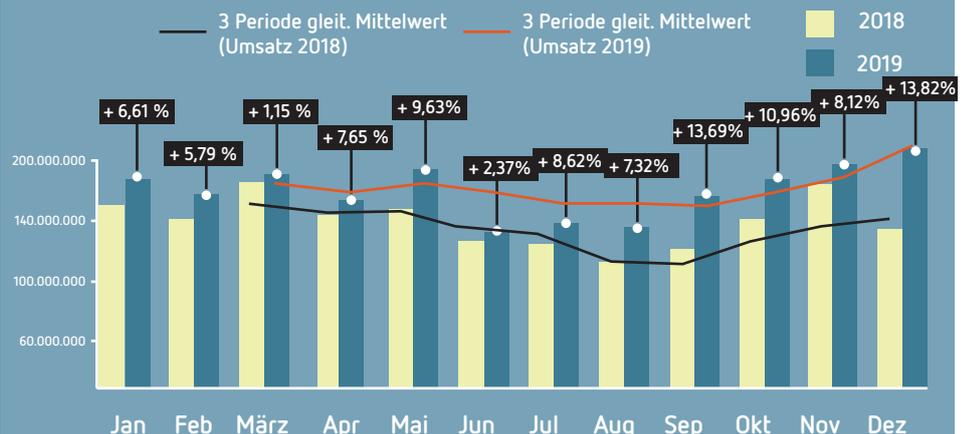
2018: 1.782.839.480

2019: 1.924.091.430

Gesamt



### Umsatzentwicklung 2018/2019



## Neuer Pressereferent beim BNN



Hans Kaufmann ist neuer Pressereferent des BNN

Seit dem 1. Dezember 2019 komplettiert **Hans F. Kaufmann** das BNN-Team als Referent für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Verbandes. Zu seinen Aufgaben gehören die inhaltliche, strategische und auch operative Planung und Umsetzung der Kommunikation des BNN. Der studierte Politikwissenschaftler arbeitete zuletzt als Public Affairs Berater in Agenturen für politische Kommunikation mit Schwerpunkt auf der strategischen Pressearbeit für Ministerien, Unternehmen und Verbände, u.a. aus der Lebensmittel- und Agrarbranche.

Sie erreichen Hans Kaufmann per E-Mail unter [kaufmann@n-bnn.de](mailto:kaufmann@n-bnn.de) oder telefonisch **030-847 12 24-51**. Oder persönlich vom 12. – 15. Februar auf der BIOFACH/VIVANESS in Nürnberg am Messestand des BNN (Halle 9, Standnummer 350).

### BNN-Obst- und Gemüse-Monitoring unter neuer Leitung

Auch beim BNN-Monitoring für Obst und Gemüse und für das Trockensortiment gab es eine personelle Veränderung. Im Oktober 2019 hat **Holger Scharpenberg** die Leitung beider Bereiche übernommen. Darüber hinaus betreut der studierte Biologe und Bienenexperte beim BNN die Themen Ökologische Züchtung, Gentechnik und das EU-Forschungsprojekt Liveseed.

Mehr zur Arbeit des Obst- und Gemüse-Monitorings und zur Person erfahren Sie in unserem Interview-Beitrag **„Bio kann nicht sauberer sein als die Umwelt, in der es angebaut wird“** ab S. 12 dieser Ausgabe.

## BNN-Mitgliederversammlung tagt im Mai in Bad Aibling

Die BNN-Mitglieder treffen sich in diesem Jahr, am **14. und 15. Mai** zu ihrer Mitgliederversammlung im bayerischen Bad Aibling. Der bekannte Kurort liegt rund 50 Kilometer südlich von München und ist sowohl mit der Regionalbahn (von München oder Salzburg aus) wie auch mit dem PKW (über die A8) gut zu erreichen. Tagungsort wird das B&O Parkhotel sein, das abseits des Ortes ruhig und ländlich gelegen ist. Das Hotel zeichnet sich als besonders nachhaltiger Tagungsort aus, es setzt auf regenerative Energieerzeugung, Ökostrom und auf biologische und regionale Produkte.



©B&O Parkhotel

### Bitte vormerken:

BNN-Mitgliederversammlung 2020  
Start: 14.05.2020, 13 Uhr  
Ende: 15.05.2020, ca. 14 Uhr  
B&O Parkhotel, Bad Aibling  
[www.bo-parkhotel.de](http://www.bo-parkhotel.de)

Bitte beachten: Die Einladungen erhalten unsere Mitglieder Ende März/Anfang April. Zimmerreservierungen erfolgen über den BNN.

### BNN auf der BIOFACH

**BIOFACH2020**  
into organic

Vom 12. – 15.02.2020 trifft sich die Biowelt in Nürnberg zur BIOFACH und VIVANESS. Auch der BNN ist vor Ort: mit Messestand, dem BNN-Empfang „Come together!“ am ersten Messeabend und weiteren spannenden Veranstaltungen. Besuchen Sie uns in Halle 9 am BNN-Stand (9 – 350) direkt am Fachhandels-treff. Wir freuen uns auf Sie und

informieren gern zu allen Themen und Leistungen des BNN sowie zur Branchenkampagne „Öko statt Ego“. Besonders empfehlen möchten wir unsere Vortrags- und Diskussionsveranstaltungen: Eine **Übersicht der Highlights finden Sie auf Seite 22** oder auf der BNN-Webseite [www.n-bnn.de](http://www.n-bnn.de).

# Wir werden groß!

## Was die letzten Monate geschah



Gutes Einkaufen für eine bessere Welt.



▲ Start der Kampagne auf der BioSüd



▲ Öko statt Ego auf der Straße: Klimastreik/Wir haben es satt!-Demo



Öko statt Ego in der Zeitung ▲



▲ #ÖkoStories in Social Media



◀ Öko statt Ego im Laden und auf der Straße ▲



▲ #MondayMotivation in Social Media

# Was passiert jetzt?

## Öko statt Ego auf der BIOFACH

Anzeigen auf BIOFACH-Shuttlebussen ▶

Werbung Nürnberger Straßenbahn: Öko statt Ego und ebl Naturkost ▶



Kinospot-Dreh mit Produktionsfirma paperkite pictures, Premiere auf dem BNN-Come together auf der BIOFACH ▼



Werkstattgespräch:  
„Öko statt Ego – So stärken wir gemeinsam den ökologischen Fachhandel“  
13.02., 10 – 10:45 Uhr  
Forum Fachhandel, Halle 9 Stand 9 – 348 auf der BIOFACH

# Was kommt 2020?

## „Öko statt Ego“ goes Cinema ▶

Mit dem Kinospot von Öko statt Ego beginnt eine neue Phase der Kampagne. Der Spot wird von April bis Dezember 2020 in sieben Städten in ganz Deutschland auf der Leinwand zu sehen sein, sowohl in kleinen Programmkinos als auch in den großen Multiplexkinos. Wir erwarten eine Reichweite von rund 350.000 Kinobesuchern. Damit erreicht die Kampagne auch Menschen, die bisher vielleicht noch nicht im Naturkostfachhandel einkaufen. Die Kampagnenteilnehmer können den Kinospot außerdem mit ihrem Unternehmensnamen individualisiert in ihrer Region zu schalten.



## Öko statt Ego in den Bahnhöfen ▼

Im Mai beginnt die Öko statt Ego-Plakat-Kampagne. Deutschlandweit werden in 16 Städten, genauer gesagt in deren Bahnhöfen, zehn Tage lang Großflächenplakate der Kampagne an den ICE-Gleisen zu sehen sein. Mit Hilfe eines eigens für die Kampagne bereitgestellten Online-Tools haben alle Kampagnenpartner ab Mai die Möglichkeit, individualisierte Großflächenplakate in ihrer Region zu schalten.



## #Ökostories ▶

In Zusammenarbeit mit dem Journalisten Gerhard Waldherr, der u.a. bereits für die brand eins und die Süddeutsche Zeitung geschrieben hat, erzählen wir #Ökostories der Kampagnenteilnehmer\*innen. Gerhard Waldherr hat sich bereits auf die Reise gemacht und Interviews mit Unternehmer\*innen der Branche geführt. Mit Blick auf die Quartalsthemen der Kampagne, hat er bereits zum Thema „Gemeinwohl“ einen Text verfasst. Die Texte werden auf der Kampagnenseite veröffentlicht und für die Social Media-Kommunikation der Kampagne genutzt.

Fragen oder Anmerkungen? Kontaktiert uns:  
Kampagnenbüro „Öko statt Ego“  
Mail: [team@oekostattego.de](mailto:team@oekostattego.de)  
Tel.: +49 30 847 12 24 33

# Nutri-Score: Gut gemeint, aber nicht gut gemacht?

Im letzten Herbst hat Bundesernährungsministerin Julia Klöckner die Weichen für den Nutri-Score gestellt. Mit dem Fünf-Buchstaben-Bewertungsschema sollen Verbraucher\*innen schneller erkennen können, welche Lebensmittel gut oder weniger gut für sie sind. Auf EU-Ebene steht noch die Notifizierung aus, aber der Nutri-Score wird kommen. Auf einigen Produkten ist er schon zu finden, große Lebensmittelhersteller haben die Umsetzung angekündigt.

Was bedeutet das für die Bio-Branche? Macht das simplifizierende Label für vollwertige Sortimente Sinn? Auf den ersten Blick scheint der

Nutri-Score ein geeigneter Schritt zur Orientierung zu einer gesünderen Ernährungsweise zu sein. Jedoch berücksichtigt der zugrunde liegende Algorithmus lediglich die Mengen von Fett, Salz, Ballaststoffen, Zucker und den Kaloriengehalt eines Lebensmittels. Eine ganzheitliche Abbildung eines Lebensmittels ist durch diese Nährwertkennzeichnung kaum möglich, denn weder der Verarbeitungsgrad noch die Anzahl der Zusatzstoffe werden dabei berücksichtigt. Wir greifen in dieser Ausgabe die aktuelle Diskussion auf und haben Expert\*innen zu ihrer Einschätzung gefragt. Lesen Sie dazu das folgende PRO und CONTRA. Darüber hinaus laden wir alle interessierten Branchenakteure



Julia Klöckner bei der Vorstellung des Nutri-Score. ©BMEL/Janine Schmitz/photothek.net

zur BNN-Veranstaltung „Braucht Bio eine Reduktionsstrategie?“ auf der BIOFACH ein, wo eine Expert\*innenrunde die Nährwertkennzeichnung aus ernährungswissenschaftlicher und lebensmitteltechnologischer Perspektive diskutieren wird (siehe Veranstaltungshinweis nächste Seite oben).

## PRO Nutri-Score

In der Debatte um eine erweiterte Nährwertkennzeichnung sind sich viele Bio- und konventionelle Anbieter in der Ablehnung einig. Wir denken: Die pauschale Ablehnung des Nutri-Score greift zu kurz und verbitt Chancen zur Profilierung von Bioprodukten.

Frische und unverarbeitete Produkte sind ernährungsphysiologisch die beste Wahl. Im zeitknappen Alltag lassen sich Konsument\*innen jedoch gerne Küchenarbeit abnehmen. Die Biobranche hat sich mit ihrem Angebot auf den Zeitgeist eingestellt und bietet zahlreiche Fertigprodukte wie Pizzen oder Frühstückscerealien an. Besonders beim Vergleich von verarbeiteten Lebensmitteln einer Kategorie bietet der Nutri-Score für Verbraucher\*innen einen deutlichen Mehrwert in punkto Transparenz. Die intuitiv verständliche Symbolik mit Ampelfarben auf der Vorderseite einer Verpackung visualisiert zentrale Nährwerteigenschaften zusammengefasst auf den ersten Blick und erleichtert damit die Einordnung der Nährwerttabelle. Durch die Einbeziehung von ernährungsphysiologisch günstigen Eigenschaften (z. B. Ballaststoffgehalt) und die fünfstufige Skala ist der Nutri-Score wissenschaftlich nachgewiesen deutlich hilfreicher

als andere Nährwertkennzeichnungsmodelle (z. B. Lebensmittelampel oder Keyhole-Label).

Bioprodukte haben für viele Verbraucher\*innen ein positives Gesundheitsimage. Nicht wenige Bioprodukte enthalten aber zu viel Zucker, Fett oder Salz. Bio hat bei den Konsument\*innen einen Vertrauensvorschuss, der nicht verspielt werden sollte. Zu einer ehrlichen Kommunikation gehört die alltagsverständliche Darstellung der Nährwertqualität eines Produktes. Aus Marketingsicht ist verständlich, wenn Bio-Hersteller nicht begeistert auf ein Label reagieren, das Schwachstellen aufdecken könnte und vergleichbar macht. Aber besser als den Überbringer der Botschaft (das Label) zu erschlagen, wäre es, die Produkte zu verbessern.

Der Nutri-Score ist noch nicht perfekt. Der für die Vollwerternährung wichtige Verarbeitungsgrad etwa ist nicht erfasst. Das intern viel diskutierte Nova-Klassifizierungssystem, was diesen abbildet, ist noch nicht weit genug entwickelt. Auch müssten für Öle und einige andere Produkte Sonderregelungen gefunden werden. Statt gegen ein grundsätzlich geeignetes Hilfsmittel zu kämpfen, sollte die Branche die Fortentwicklung des Labels mitgestalten. Und der biotypische Verzicht auf Zusatzstoffe kann ja auch anders kommuniziert werden.



Foto: Juliane Fellner

**Prof. Dr. Achim Spiller** ist Professor für „Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte“ an der Georg-August-Universität Göttingen. Seine Forschungsschwerpunkte sind Konsumentenverhalten, Nachhaltigkeitsmanagement, Animal Welfare und Supply Chain Management im Agribusiness.



Foto: Juliane Fellner

**Dr. Anke Zühlsdorf** ist geschäftsführende Gesellschafterin der Zühlsdorf + Partner Agentur für Verbraucherschutz und Lebensmittelmarketing und Lehrbeauftragte an der Universität Göttingen. Seit 2016 ist sie Mitglied der Deutschen Lebensmittelbuchkommission.

Typisch für Naturkostsortimente ist ein bewussterer Einsatz von Zucker und Fett. Braucht es dennoch eine Reduktionsstrategie, um einen wirksameren Beitrag zur gesunden Ernährung zu leisten? Welche konventionellen Strategien gibt es derzeit und wie könnte eine ehrliche Reformulierung für Naturkostsortimente aussehen? In einer Diskussionsrunde stellen wir zudem den Nutri-Score auf den Prüfstand und erörtern, welche Rolle die Ernährungskompetenz der Kund\*innen spielt.

Mit: Kirsten Buchecker (Project Manager Sensory Analysis Laboratory / Hochschule Bremerhaven), Prof. Dr. Annette Buyken (Institut für Ernährung, Konsum und Gesundheit / Universität Paderborn), Lea Leimann (Vorstand, Slow Food Deutschland e.V.), Prof. Dr. Achim Spiller (Department für Agrarökonomie und Rurale Entwicklung / Universität Göttingen), Moderation: Elke Röder (BNN e.V.)

Donnerstag, 13.02.2020, 11 – 11:45 Uhr,  
Raum Riga, NCC Ost, BIOFACH Nürnberg



Cola light besser als naturtrüber Apfelsaft? Ein mögliches Ergebnis des Nutri-Score, da der Einsatz synthetischer Ersatzstoffe wie z. B. Süßstoff in den Kriterien des Scores nicht berücksichtigt wird.

## CONTRA Nutri-Score

Mit der Einführung der nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie gab es eine erste Reaktion des BMEL auf die starke Zunahme ernährungsbedingter Erkrankungen, fokussiert auf das Thema Übergewicht. Ein Schwerpunktthema ist die Reduktion von Zucker. Natürlich enthalten auch Biolebensmittel Zucker – er gehört zu etlichen Produktgruppen dazu. Auf der Biofach 2019 war bereits zu beobachten, dass die Hersteller der Biobranche sich mit der Strategie beschäftigen und mit reduzierten Zuckergehalten oder ungesüßten Produkten geworben haben. Als Verbraucher\*in kann ich mir bei Bioprodukten sicher sein, dass Saccharose nicht durch einen Süßstoff mit E-Nummerkennzeichnung ersetzt wurde.

Mit dem Ziel den Verbraucher\*innen die Orientierung in Bezug auf Nährwertprofile zu erleichtern, führt das BMEL jetzt das Nutri-Score-System auf freiwilliger Basis ein. Auffällig ist, dass bisher vor allem große Unternehmen oder Konzerne das Thema positiv bewerten.

Gegenüber bisher diskutierten Systemen werden in der französischen Vorlage der Nutri-Score-Berechnungstabelle auch einige ernährungsphysiologisch positive Aspekte mit einbezogen, wie z. B. enthaltene Früchte, Gemüse, Ballaststoffe, Oliven- und Walnussöl. Somit wäre ein Müsli, das die Süße aus Früchten erhält, besser eingestuft. Allerdings fließen weitere Zusatzstoffe, bei denen derzeit auch negative Auswirkungen auf die Gesundheit diskutiert werden, wie z. B. Süßstoffe, synthetische Farbstoffe oder eine veränderte sensorische Wahrnehmung durch Aromen, nicht in die Bewertung ein. Ebenso Vitamine und Mineralstoffe, die nicht aus Früchten und Gemüse stammen.

Hätte zum Beispiel ein Analogkäse einen besseren Nutri-Score als ein Käse auf Milchbasis? Was würde dieses für ein traditionelles und geschütztes Produkt wie einen Bergkäse bedeuten? Eine Frage, mit der man sich beschäftigen muss.

Hersteller konventioneller Lebensmittel haben größere Möglichkeiten, durch den Einsatz zugelassener Zusatzstoffe den Nutri-Score positiv zu beeinflussen. Die Biobranche hat sehr bewusst diese Möglichkeiten nicht, da die EU-Öko-Verordnung und noch expliziter die Verbandsvorgaben den Einsatz von Zusatzstoffen stark minimiert hat, um ge-

sündere, ehrlichere und authentischere Lebensmittel herzustellen. Zu kritisieren ist auch, dass schonende Verarbeitungsverfahren und ein geringerer Verarbeitungsgrad keinen Einfluss auf den Nutri-Score haben.

Für die Biobranche ist dieses System in der derzeitigen Form nicht ausreichend. Die Branche definiert den Gesundheitswert eines Lebensmittels nach einem ganzheitlicheren Ansatz. Es wäre wünschenswert, wenn sich das BMEL offener zu diesen Aspekten positionieren würde.



© Hochschule Bremerhaven

**Kirsten Buchecker** ist Diplom-Ingenieurin für Lebensmitteltechnologie. Sie arbeitet seit 2006 als Sensorikexpertin an der Hochschule Bremerhaven. Sie ist langjährige Referentin der BNN-Sensorikschulungen und war u.a. an verschiedenen Forschungsprojekten beteiligt.

# „Bio kann nicht sauberer sein als die Umwelt, in der es angebaut wird“

## Einblicke in die Arbeit der Pestizidfahnder\*innen des BNN-Monitorings

Das Obst- und Gemüsemonitoring (OGM) wird volljährig: Seit 18 Jahren betreibt der BNN mit dem Monitoring ein Qualitätssicherungssystem mit dem Fokus auf Pestizide. Dazu analysiert es Obst und Gemüse von mittlerweile 24 Bio-Großhändlern und Importeuren. Ende 2019 hat sich das Team hinter dem Monitoring personell neu zusammengesetzt. Florentine Henning und Holger Scharpenberg vom BNN-Monitoring und BNN-Geschäftsführerin Elke Röder berichten von alten und neuen Herausforderungen und warum das BNN-Monitoring etwas ganz Besonderes ist.

In 18 Jahren Pestizid-Monitoring ist einiges passiert. Wie ist denn derzeit die Situation?

**Elke Röder:** Wir haben mittlerweile 8.000 Probenergebnisse von Obst, Gemüse, Nüssen und Ölen in der OGM-Datenbank. Das ist ein enormer Schatz, den wir als Basis unserer Arbeit aktiv nutzen.

Das Pestizid-Monitoring wie auch die staatliche Kontrolle zeigen: Biolebensmittel sind hundertmal weniger mit chemisch-synthetischen Pestiziden belastet als konventionelle Lebens-



Das neue Monitoring-Team im Interview: BNN-Geschäftsführerin Elke Röder mit Florentine Henning, Koordinatorin der Analyseaktionen, und Holger Scharpenberg, der seit Oktober 2019 das BNN-Monitoring leitet.

mittel. Das ist ein positives Fazit. Dennoch kann es keinen hundertprozentigen Schutz vor Umweltbelastungen geben, denn Jahr für Jahr setzt die konventionelle Landwirtschaft in Deutschland etwa 40.000 Tonnen an pestiziden Wirkstoffen ein. Das ist fast eine Messerspitze des hochgiftigen reinen Wirkstoffs pro Jahr und Quadratmeter.

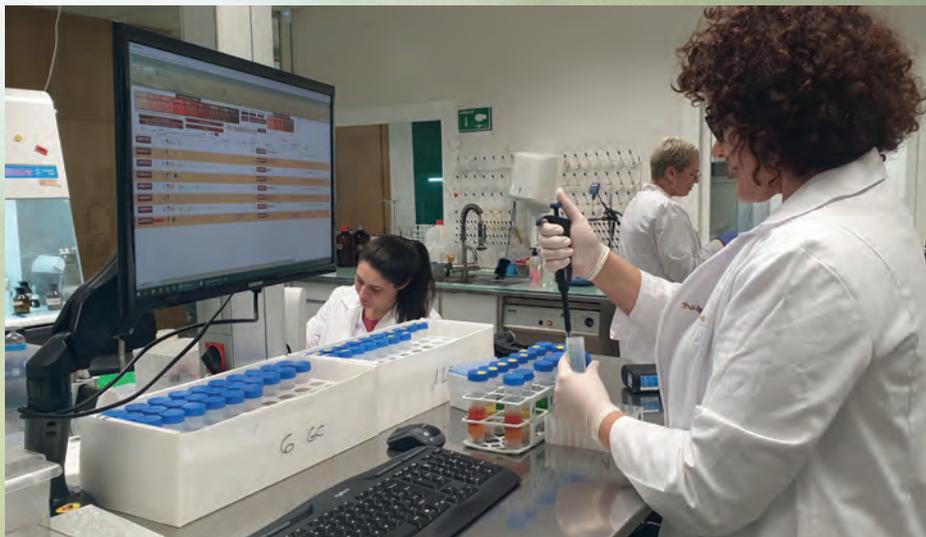
**Da ist das Monitoring ja so wichtig wie nie.**

**Elke Röder:** Genau. Wenn in Bioprodukten Spuren von Agrarchemikalien gefunden werden, stellt sich immer die Frage, ob eine unerlaubte Anwendung vorliegt oder ob es sich um eine Belastung aus der Umwelt handelt. Denn natürlich kann Bio nicht sauberer sein als die



## BNN-Monitoring Obst und Gemüse und Trockensortiment

Seit 18 Jahren untersucht das von 24 Bio-Importeuren und -Großhändlern finanzierte BNN-Monitoring Obst und Gemüse aus dem Naturkosthandel systematisch auf Pestizidverunreinigungen. 2012 kam ein Monitoring für das Trockensortiment hinzu. Die BNN-Koordinierungsstelle unterstützt Unternehmen bei der Beurteilung von Pestizidnachweisen, der Ursachenrecherche und im Kontakt mit Kontrollstellen und Behörden.



Pestiziden auf der Spur. Im Labor der Analytica Alimentaria GmbH, einem der zwei Kooperationslabore des OGM. © Analytica Alimentaria

Umwelt, in der es angebaut wird. Null geht nicht, das muss in unsere Köpfe. Die Biofelder liegen leider nicht unter einer Glasglocke, mit einem Schild am Feldrand: Pestizide müssen draußen bleiben. Wenn in der konventionellen Landwirtschaft Pestizide auf den Acker ausgebracht werden, wird oft angenommen, dass die Stoffe nur auf die Pflanzen und den Boden wirken. Aber so ist es nicht, stattdessen verteilen sie sich durch Luftbewegung und Regen im ganzen Ökosystem. Das ist die Situation, mit der wir täglich arbeiten. Wir müssen also ganz genau hinschauen. Der BNN-Orientierungswert hilft uns dabei.

### Wie ist das Procedere?

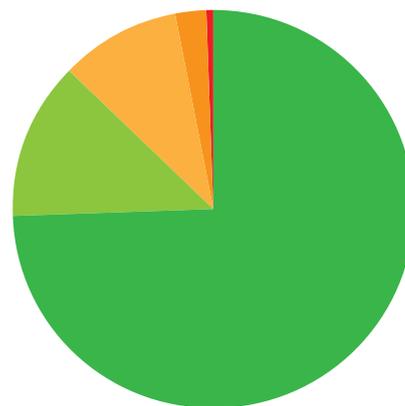
**Florentine Henning:** Wenn durch die Fachlabore ein Rückstand gefunden wird, beginnt unsere aktive Arbeit. Wir prüfen, ob dieser

Rückstand den gesetzlichen Höchstgehalt überschreitet oder ob die Latte des BNN-Orientierungswerts gerissen wird. In diesem Fall beginnen wir mit der detaillierten Recherche in Zusammenarbeit mit unseren Teilnehmer\*innen bis hin zum Erzeuger. Gleichzeitig erhalten alle Teilnehmer\*innen des Monitorings eine Warnmeldung. Laut internem Kodex ist die Ware dann gesperrt, sprich: Alle Teilnehmer\*innen, die diese Ware auf Lager haben, handeln sie bis zur endgültigen Klärung des Rückstands nicht.

### Was ist aus eurer Sicht das Besondere am OGM?

**Holger Scharpenberg:** Für mich ist das Besondere eindeutig die Zusammenarbeit von Wettbewerbern, denn viele der Teilnehmer sind ja auch Konkurrenten am Markt. Es wäre vielleicht naheliegend, gegenüber Konkurrenten

### BNN-Monitoring für Obst und Gemüse im Naturkosthandel: Aktuelle Bilanz der Pestizidkontrollen 2019\*



- keine Pestizide nachweisbar 74,6 % (541 Proben)
- Spuren unter oder gleich 0,01 mg/kg 12,8 % (93 Proben)
- Nachweise oberhalb des BNN-Orientierungswertes 9,7 % (70 Proben)
- im Ökolandbau zugelassene Pflanzenschutzmittel in zulässiger Menge 2,6 % (19 Proben)
- Nachweise oberhalb der gesetzlichen Höchstgehalte 0,3 % (2 Proben)

**725 Proben** aus dem BNN-Monitoring für Obst & Gemüse im Naturkosthandel (Untersuchungszeitraum Januar bis Dezember 2019)  
\* inklusive Phosphonsäure

nicht preiszugeben, wo und weshalb es ein Problem gibt. Daher finde ich es beeindruckend, dass im BNN-Monitoring der Informationsaustausch sehr konstruktiv und reibungslos klappt. Diese Kooperation ist eine sehr schöne Sache – und auch einzigartig. Durch die Transparenz steigt die Sicherheit für alle.

**Florentine Henning:** Wir legen den Verlauf in der Datenbank komplett offen: Die Ergebnisse, die Maßnahmen und die Details sind für alle einsehbar. So haben wir eine Analyse für 24 Teilnehmer\*innen – davon profitieren alle. Der gemeinsame Grundgedanke, für Natur, Umwelt und Glaubwürdigkeit einzutreten, ist die Basis für das große Vertrauen und die Bereitschaft zur Transparenz. Wir, Holger und ich, haben zwar eine beratende Funktion, aber die Unternehmen treffen die Entscheidung.

**Holger Scharpenberg:** Aus der Zusammenarbeit heraus ergeben sich so viel mehr Möglichkeiten, Schwachstellen in der Wertschöpfungskette zu finden, zu analysieren und zu hinterfragen. Ein Teilnehmer sagte neulich: Wenn jeder all dies alleine stemmen müsste, wäre es schlicht und einfach unmöglich.

#### Gibt es denn vergleichbare Einrichtungen?

**Elke Röder:** Nein. Der konventionelle Handel hat es nicht geschafft, etwas Vergleichbares einzurichten. Neben der öffentlichen Analyseinrichtung CVUA in Stuttgart gibt es nur private Labore, deren Ergebnisse den Kunden vorbehalten sind. Ein öffentliches Ökomonitoring der pestiziden Wirkstoffe in der Umwelt ist übrigens auch eine der großen politischen Forderungen. Wir sind der Meinung, dass die Bundesregierung aus Gründen des vorsorgenden Verbraucherschutzes dazu verpflichtet wäre, so etwas einzurichten. Denn unserer Ansicht nach nimmt die Belastungssituation angesichts der 40.000 Tonnen Pestizid-Wirkstoffe pro Jahr zu. Man könnte auch sagen: Das Hintergründrauschen wird immer lauter.

#### Welche Schwerpunkte setzt ihr für das OGM? Wo soll es künftig hingehen mit dem Monitoring?

**Florentine Henning:** Betriebsmittel sind ein Thema, das gerade an Bedeutung gewinnt. Sie sind ein Überbegriff, dazu zählen Dünger, Bodenpflegemittel und Pflanzenstärkungsmittel. Aufgrund unserer langjährigen Arbeit mussten wir leider feststellen, dass Betriebsmittel nicht deklarierte Wirkstoffe – bspw. gegen Mehltau – enthalten können. Das ist problematisch, wenn diese in der EU-Öko-Verordnung nicht zugelassen sind. Dieses Thema ist noch recht jung, aber wir arbeiten stark daran.



Ein Mitarbeiter des Partnerlabors GALAB Laboratories GmbH bereitet Möhren für die Rückstandsanalyse vor. © GALAB Laboratories

**Holger Scharpenberg:** Bei einer konkreten Belastung eines Produkts gehen wir der Sache nach und recherchieren. Immer häufiger sind Betriebsmittel die Ursache. Wir versuchen dann, alle Akteur\*innen der Wertschöpfungskette für das wachsende Problem zu sensibilisieren. In internationalen Wertschöpfungsketten ist das durchaus eine Herausforderung.

**Elke Röder:** Zusätzlich sind synthetische Düngemittel ein Thema, denn ihr Einsatz ist ein gravierender Verstoß gegen die Ökoverordnung. Die Methode der Wahl ist die Stabilisotopenanalyse, deren Voraussetzungen immer besser werden.

**Florentine Henning:** Seit vielen Jahren tragen die Labore dafür Referenzmaterialien zusammen und innerhalb des BNN-Monitorings führen wir Stichproben mit dieser Methode durch. Es zeichnet sich ab, dass die Methode immer besser greift. Aber Pestizide spielen bei uns nach wie vor die Hauptrolle.

**Elke Röder:** Noch ein Ausblick: Ab 2021 gilt ja die neue EU-Öko-Verordnung. Auch sie sieht keine Pestizid-Grenzwerte vor, aber sie erwartet in Zukunft einen intensiveren Blick auf Rückstände – auch unterhalb der gesetzlichen Höchstmenge. Die Frage wird sein, wie das umgesetzt werden soll. Die Art und Weise, wie wir im BNN-Monitoring arbeiten, ist dafür eine extrem gute Blaupause. Von Bedeutung werden die Vorsorgemaßnahmen der Unternehmen sein. Unsere Teilnehmer\*innen sind im Vorteil, sie können sich an der Arbeitsweise im BNN-Monitoring orientieren und dann auch die Datenbank zur Unterstützung heranziehen.

#### Das OGM als zukunftsweisendes Projekt. Welche Eigenschaften braucht es, um im OGM zu arbeiten?

**Holger Scharpenberg:** Man muss ein detektivisches Gespür entwickeln und zugleich sehr

## Anerkannte Labore

Für die Rückstandsanalytik arbeitet das Monitoring eng mit den Laboren Analytica Alimentaria GmbH und GALAB Laboratories GmbH zusammen. Um Kooperationspartner für das Monitoring zu werden, wird in Laboranerkennungsverfahren überprüft, ob die Labore die besonderen Anforderungen an die Analytik und Beurteilung von Bio-Produkten erfüllen.

vertrauenswürdig sein, um die Kooperationsbereitschaft zu erhalten.

**Florentine Henning:** Das stimmt. Beim BNN-Monitoring muss man Spuren folgen, Mosaikteilchen zusammensetzen können und neugierig sein, Sachen aufklären wollen.

**Holger Scharpenberg:** Als Biologe habe ich mich viele Jahre wissenschaftlich mit Honigbienen beschäftigt, u.a. mit Pestiziden. Hier sehe ich große Parallelen zur Agrarökologie. Meine Erfahrung als Ökologe ist, dass alles mit allem zusammenhängt: Pestizide verschwinden nicht einfach. Sie verlassen ihren Anwendungs-ort, ihre Abbauprodukte reichern sich in der Umwelt an und werden dadurch – nicht nur für Bienen, auch für uns Menschen – zu einer nicht zu unterschätzenden Gefahr. Die Arbeit des BNN-Monitorings bringt kontinuierlich Licht in diese Problematik und kann daher über ihren ursprünglichen Auftrag hinauswirken.

**Elke Röder:** Alles hängt mit allem zusammen, das finde ich sehr schön. Im BNN-Monitoring haben wir wirklich die Bereitschaft, das Detail zu recherchieren und dabei das Ganze zu sehen.

Interview und Text:  
Anne Mikus und Katharina Frier-Obad



**Holger Scharpenberg** leitet seit Oktober 2019 die BNN-Monitorings für Obst und Gemüse sowie für das Trockensortiment. Darüber hinaus ist er beim BNN Ansprechpartner für die Themen ökologische Züchtung, Gentechnik und das EU-Forschungsprojekt Liveseed.  
**Kontakt:** [scharpenberg@n-bnn.de](mailto:scharpenberg@n-bnn.de)



**Florentine Henning** betreut die Analyse-Aktionen und steht im engen Austausch mit Teilnehmern und Partnerlaboren. Darüber hinaus unterstützt sie Holger Scharpenberg bei übergeordneten Themen des Obst- und Gemüse Monitorings. **Kontakt:** [henning@n-bnn.de](mailto:henning@n-bnn.de)



**Elke Röder**, Geschäftsführerin für die Bereiche Grundlagen und Politik, hat 2003 gemeinsam mit BNN-Unternehmen und Experten das BNN-Monitoring auf den Weg gebracht. Darüber hinaus ist sie verantwortlich für die Außenvertretung des BNN, Teamleitung sowie für Innovationen und Schwerpunktsetzung und grundsätzliche Fragen des Fachbereichs.

# Nicht suchen, finden.



**BioWest** Düsseldorf  
19. April 2020 • 9–17.30 Uhr  
Halle 14 • [biowest.info](http://biowest.info)

**BioOst** Leipzig  
26. April 2020 • 9–17.30 Uhr  
Halle 5 • [bioost.info](http://bioost.info)

Wenn es um's Bio-Sortiment geht, sind die BioMessen richtungsweisend.



**Besucher- und Ausstellerservice**  
T 05 11.35 90 100  
[info@biomessen.info](mailto:info@biomessen.info)  
[biomessen.info](http://biomessen.info)

**Eintrittskarten**  
über Aussteller/ausstellenden Großhandel. **Aktuelles Ausstellerverzeichnis** im Internet: [biomessen.info](http://biomessen.info)



Alle vier BioMessen sind klimaneutral



## Taifun Tofu: Gewinner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2020

Herzlichen Glückwunsch: Taifun-Tofu ist Deutschlands nachhaltigstes mittelständisches Unternehmen 2020! Als Begründung nannte die Jury des Deutschen Nachhaltigkeitspreises vor allem den bedeutenden Beitrag, den der Naturkosthersteller mit seinen pflanzlichen Bio-Lebensmitteln für die Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung leistet. Gelobt wurde Taifun-Tofu auch für seine Umwelttechnologien zur Energieeinsparung in der Produktion sowie die Vorreiterrolle im europäischen Sojaanbau. Außerdem hoben die Juroren die vielfältigen Maßnahmen des Unternehmens gegen Lebensmittelverschwendung hervor. Die renommierte Nachhaltigkeitsauszeichnung prämiert Unternehmen, die vorbildlich wirtschaftlichen Erfolg mit sozialer Verantwortung und Umweltschutz verbinden. „Der Deutsche Nachhaltigkeitspreis bedeutet eine besondere Anerkennung für unser



Geschäftsführer Alfons Graf bei der Preisverleihung in Düsseldorf

langjähriges Engagement in Sachen Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Er geht genauso an die Mitarbeitenden wie an unsere Partnerinnen

und Partner, mit denen wir uns gemeinsam täglich für eine zukunftsfähige Gesellschaft einsetzen“, so Geschäftsführer Alfons Graf.

## PRIMAVERA engagiert sich gegen Ackergifte

Das Allgäuer Aromatherapie- und Naturkosmetik-Unternehmen beteiligt sich seit einigen Monaten aktiv an der Kampagne „Ackergifte – Nein Danke!“. Im Rahmen einer bundesweiten Pestizidmonitoring-Studie der Initiative unterstützte PRIMAVERA das Projekt durch die Aufstellung eines Messgeräts, das mögliche Belastungen in der Luft registriert. Von April bis November 2019 stand der sogenannte Passivsammler auf der Blumenwiese auf dem Firmengelände. In Deutschland werden jährlich mehr als 40.000 Tonnen Ackergifte versprüht, von denen viele nachweislich gesundheitsschädlich sind. Die Wirkstoffe binden sich an kleinste Staubteilchen und können durch Wind



und Regen weite Strecken zurücklegen. So gelangen sie in Privatgärten, Wohngebiete und auf Bio-Äcker – mit unkalkulierbaren Folgen für Menschen, Pflanzen und Tiere. Auch die Grundlagen des Bio-Anbaus sind durch künstliche Ackergifte bedroht. „Diese Chemikalien zerstören nicht nur Pilze und Schädlinge, sondern sind eine große Gefahr für alle Insekten, Trinkwasser, Bodenqualität und sogar die angebauten Lebensmittel. Wir unterstützen diese Studie, um wissenschaftlich Daten zu erhalten, die die vermutete Abdrift belegen“, so Geschäftsführer und Mitgründer Kurt L. Nübling. Mit dem Ergebnis wird Ende März gerechnet.

## BIO COMPANY: schafft Einwegbecher ab



Seit dem 1. Januar 2020 gibt es keine Einwegbecher mehr in den 58 Filialen der Bio Company.

Im Back-Bistro-Bereich werden alle Heißgetränke zum Mitnehmen ausschließlich in Mehrwegbechern angeboten. Damit will der Bio-Filialist die Müllberge deutlich reduzieren: Rund 250.000 Einwegbecher können so im Jahr eingespart werden. Neben von Kund\*innen mitgebrachten Mehrwegbechern setzt der Biohändler vor allem auf das ReCup-System. Hierbei handelt es sich um ein bundesweites Pfandsystem, bei dem die Kund\*innen ihren Becher für 1 Euro erwerben und ihn überall bei den teilnehmenden Geschäften wieder gegen 1 Euro abgeben können. Die ReCup-Pfandbecher werden gereinigt und gelangen so im Kreislauf wieder zurück an die nächsten Kund\*innen.

„Wir arbeiten konsequent daran, den Verpackungsverbrauch weiter zu reduzieren. Damit wollen wir unseren Beitrag leisten, die Umwelt und ihre Ressourcen nachhaltig zu schonen“, unterstreicht Geschäftsführer Georg Kaiser das Anliegen der BIO COMPANY. Bereits seit 2016 führt das Unternehmen Filialen mit Unverpackt-Stationen zum Selbstabfüllen loser Ware. Seit 2018 können Verbraucher\*innen in allen BIO COMPANY Märkten verpackungsfrei mit eigenen Boxen an den Frischetheken für Fleisch und Wurst einkaufen. Der Obst- und Gemüse-Bereich ist zu 90 Prozent plastikfrei. Auch die sogenannten Plastik-Knotenbeutel sind in allen Filialen abgeschafft.

## EMAS-Award für die Neumarkter Lammsbräu

Die Neumarkter Lammsbräu hat 2019 den EMAS-Award in der Kategorie mittelständische Unternehmen gewonnen. Die europäische Auszeichnung für herausragendes Umweltmanagement wurde am 25. November im spanischen Bilbao von der Europäischen Kommission verliehen. „Die Auszeichnung freut uns sehr“, sagte Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsführer der Neumarkter Lammsbräu. „Sie ist eine tolle Bestätigung für unseren konsequenten Weg zu noch mehr Nachhaltigkeit und den unermüdlichen Einsatz aller unserer Mitarbeiter. Ihnen gebührt unser größter Dank.“

Die Oberpfälzer Familienbrauerei hatte bereits vor 40 Jahren die Weichen für ein durchgängig nachhaltiges Unternehmenskonzept gestellt und damit begonnen, ihr Sortiment komplett auf Bio umzustellen. Gemeinsam mit Landwir-

ten rief die Neumarkter Lammsbräu vor 30 Jahren die regionale Erzeugergemeinschaft für Ökologische Braurohstoffe (EZÖB) ins Leben. Seit 1996 ist die Bio-Brauerei EMAS-registriert. In einer Vielzahl von Projekten und Kooperationen in und außerhalb des Unternehmens arbeitet das Lammsbräu-Team für den Umweltschutz, den Erhalt biologischer Vielfalt und die Stärkung kleinbäuerlicher Kulturlandschaften. Mit einem eigenen Code of Conduct sowie einer Nachhaltigkeitsbewertung bindet das Unternehmen zudem seine Rohstoff-Lieferanten aktiv in den kontinuierlichen Verbesserungsprozess ein.

Der EMAS-Award ist die renommierteste Auszeichnung für Umweltmanagement. Seit 2005 wird die beste Umweltleistung in unterschiedlichen Bereichen prämiert.



„Tolle Bestätigung für unseren konsequenten Weg“ – Geschäftsführer Johannes Ehrnsperger bei der Preisverleihung im Guggenheim Museum in Bilbao. ©UGA/Fabian Eder

## Tanti Auguri: 40 Jahre LaSelva Bio-Feinkost und Wein



Bio-Hersteller LaSelva feiert in diesem Jahr 40 Jahre ökologischen Anbau und Feinkost-

Kreation in der Toskana. 1980 bereitete der Münchener Karl Egger sieben Hektar Land in der Toskana für eine naturbelassene Landwirtschaft und ein unverfälschtes, intensives Genusserebnis vor. Heute trägt dies biozertifizierte Feldfrüchte für seine italienische Feinkost-Marke. Sie reifen mittlerweile auf über 700 Hektar des eigenen Landgutes und mit Schwerpunkt regional toskanisch sowie landesweit auf den Feldern italienischer Öko-Betriebe. Die zweite Generation bei LaSelva verarbeitet Gemüse, Kräuter und Obst aus zirka 80 Kulturen in unternehmenseigener Regie unter anderem zu Tomatenspezialitäten, Pesto, mediterranen Kochzutaten,

Bruschetta, Gemüsecremes, Antipasti und Wein. Zirka 95 Prozent der Rohstoffe für die eigene Verarbeitung kommen aus dem LaSelva-Anbau und aus Italien. Auch mit traditionellen Verarbeitungsbetrieben für landestypische Zusatzsortimente arbeiten die Toskaner zusammen.

Der Feinkost-Hersteller, der über die Jahre ein vielfältiges Öko-Netzwerk in der Toskana und weit darüber hinaus aufgebaut hat, verzeichnet ein kontinuierliches Wachstum. Heute vertreibt das Unternehmen international 200 typisch italienische Bio-Spezialitäten sowie 15 vegane Bio-Weine.

## Barnhouse: Eigentümerwechsel und neue Geschäftsführung

40 Jahre leiteten die Barnhouse-Gründer Sina Nagl und Neil Reen die Geschicke des Unternehmens und entwickelten Barnhouse zur einer renommierten Naturkostmarke. Im vergangenen Jahr stellten sie die Weichen für eine erfolgreiche Weiterführung des Unternehmens und übergaben das Unternehmen zum 1. November 2019 an die S.HIPPS GmbH. „Die Übernahme ist eine Privat-Initiative der neuen Gesellschafter Stefan und Sebastian Hipp, die beide mit großer Leidenschaft Bio-Produkte herstellen und die besondere Unternehmenskultur einer Bio-Marke verstehen,“ so das Unternehmen. Der neue Geschäftsführer Martin Eras wird im Übergang begleitet von den Gründern und bisheri-

gen Gesellschaftern. Eras verfügt über 18 Jahre Erfahrung in der Geschäftsführung mittelständischer Unternehmen.

### Krunchy jetzt ohne Palmöl

Seit Ende 2019 produziert Bio-Hersteller Barnhouse seine Krunchys ohne Palmöl. Im Zuge dieser Umstellung sei auch bei vielen Sorten der Zuckergehalt behutsam reduziert und der Geschmack verbessert worden, so das Unternehmen. Auch die Regionalität ist ein wichtiges Anliegen, aktuell stammen 85 Prozent der Hafer- bzw. Dinkelflocken für die Krunchys von Partner-Landwirten aus der Re-



Neuer Geschäftsführer Martin Eras

gion. Mit der Ernte 2020 sollen es 100 Prozent werden.

## 10 Jahre benecos!

10 Jahre ist es her, dass Silke und Stephan Becker zum ersten Mal mit ihrer Marke benecos zertifizierte dekorative Kosmetik zum attraktiven Preis auf der VIVANESS in Nürnberg vorgestellt haben. Seitdem ist einiges passiert: Das überschaubare dekorative Sortiment von damals ist auf gut 200 Produkte gewachsen und wird durch ein umfangreiches Pflegesortiment sowie seit 2017 auch durch eine Pflegeserie für Männer ergänzt. 2019 folgte dann mit GRN – shades of nature die Einführung einer weiteren Marke, mit der das Unternehmen neue Trends im Naturkosmetikmarkt setzen möchte. Auch für 2020 haben sich Silke und Stephan Becker gemeinsam mit ihrem Team viel vorgenommen: Eine neue Pflegeserie in Family-Size mit natürlichen Zu-



Team-Spirit in Sulzbach a.M.: Mittlerweile sind 50 Mitarbeiter\*innen bei Cosmondial beschäftigt.

laten, milden Tensiden und frischen Düften ist in Planung. Mehr Informationen und Produkte gibt's

am Benecos- und GRN-Stand (3C-325) auf der VIVANESS Mitte Februar zu entdecken.

## ÖMA: Nachhaltiges Käseeinpackpapier

Die Ökologischen Molkereien Allgäu (ÖMA) haben ein zweites nachhaltiges Käseeinpackpapier und damit eine weitere Alternative zu herkömmlichen Kunststoff-Papieren auf den Markt gebracht. 2018 führte ÖMA das „BioPap Käsepapier“ ein, ein Papier auf Zellulosebasis, das vollständig im Altpapier recycelt werden kann. Das neue „ÖMA Käseeinpackpapier“ besteht aus zwei Lagen, Papier und Folie, die nach dem Gebrauch zu trennen sind, um dem Recycling-Prozess korrekt zugeführt zu wer-



ÖMAs zweilagiges Käseeinpackpapier mit biobasierter Folie

den. Die Papierseite lässt sich über das Altpapier entsorgen. Die ergänzende biobasierte Folie, die zu 96% aus dem nachwachsenden Rohstoff Bio-Zuckerrohr besteht, gehört in den Kunststoffmüll. Bioläden können nun wählen, welches Material sie im Handling bevorzugen. Umweltverträgliche Verpackungen sind für die ÖMA ein wichtiges Thema. Bereits 2013 hatte der Bio-Pionier seine Frischeboxen für Käse-Scheiben auf ein Material aus Maisstärke umgestellt. Weitere innovative Verpackungen folgten, wie für Convenience-Produkte des Sortiments ein Karton aus Graspapier, bei dessen Herstellung 25% des Holzschliffs energie- und ressourcenschonend durch Grasfasern ersetzt werden. „Es gibt noch kein Patentrezept für umweltverträgliche Verpackungen, die für Käse eingesetzt werden können. Mit verschiedenen Hersteller- und Forschungspartnern arbeiten wir an Lösungen und gehen weitere Schritte in Richtung weniger bzw. nachhaltigere Verpackungen“, so Geschäftsführer Ulrich Kurz.

## EMASplus Nachhaltigkeitszertifizierung für



Die Herbaria Kräuterparadies GmbH startet ausgezeichnet nachhaltig in das Jahr 2020. Im Dezember 2019 ist das Bio-Unternehmen erstmals nach dem Nachhaltigkeitsmanagementsystem EMASplus validiert worden. Der oberbayerische Spezialist für ökologisch erzeugte Gewürze, Kräuter, Tees und Kaffees qualifizierte sich dabei nicht nur als einer der ersten beiden Bio-Unternehmen in Deutschland, sondern als eines der ersten beiden Lebensmittelhersteller überhaupt. „Wir sind sehr stolz darauf, nicht nur ein Bio-Unternehmen der ersten Stunde zu sein, sondern jetzt auch als Nachhaltigkeitspionier in der deutschen Lebensmittelbranche voranzugehen“, freut sich Herbaria-Geschäftsführer Erwin Winkler.

## Byodo beim Großen Preis des Mittelstandes ausgezeichnet



„Preisverleihung Finalisten 2019 – Großer Preis des Mittelstandes“: v. l. Josef Stellner und Stephanie Moßbacher

Die Oskar-Patzelt-Stiftung hat im vergangenen September zum 25. Mal den Großen Preis des Mittelstandes verliehen. Bei der Preisverleihung in Würzburg konnten die Byodo Mitgesellschafterin und Gründertochter Stephanie Moßbacher sowie der kaufmännische Geschäftsführer Josef Stellner die Auszeichnung „Finalist des Jahres 2019“ entgegennehmen. Damit zählt der Bio-Pionier offiziell zu den Top 13 Unternehmen des Mittelstandes in Bayern.

## Sodasan: Nachfüllen statt vollmüllen



Unter dem Motto „Nachfüllen statt vollmüllen“ bringt Bio-Pionier sodasan die ersten Waschmittel, Seifen und Haushaltsreiniger aus seinem Sortiment in der nachhaltigen „Bag-in-Box“-Verpackung auf den Markt. Durch die Umstellung der Kanister-Großbinde auf das Bag-in-Box-System lässt sich der Plastikverbrauch für diesen Bereich um 90 Prozent reduzieren. „Wir bieten unseren Kund\*innen so eine Möglichkeit Plastikverpackungen einzusparen“, erklärt

Firmengründer Jürgen Hack. Dies ist ein weiterer Schritt des Unternehmens, um die Plastikflut auch gerade im Verpackungsbereich von Flüssigreinigungsmitteln, wo es kaum praktikable Alternativen gibt, einzudämmen. Sodasan füllt bereits seit einigen Jahren den Großteil seiner Produkte in Flaschen aus recyceltem PET bzw. PE ab.

## Weniger ist mehr: neue „Pur Bio“-Linie der Molkerei Söbbeke

Die Molkerei Söbbeke produziert seit mehr als 30 Jahren Milch- und Molkereiprodukte in bester Bioqualität. Seit 14 Jahren verzichtet der Hersteller auf zusätzliche Aromastoffe in seinen Produkten. Nun geht die Biomolkerei einen Schritt weiter und lässt in seine Fruchtjoghurts alles bis auf die drei wesentlichen Biozutaten weg: Joghurt, Früchte und Rübenzucker. „Drei Zutaten, voller Geschmack“, das ist das Credo des neuen „Pur Bio“-Konzepts von Söbbeke. Die neue Linie mit cremig gerührtem Joghurt, heimischem Bioland-Rübenzucker und ausgereiften Bio-Früchten kommt zunächst in vier Geschmacksrichtungen auf dem Markt. Erhältlich in 500-Gramm-Mehrweg-Gläsern.



## Kornkraft engagiert sich beim Klimastreik

Aktiv werden gegen den Klimawandel: Großhändler Kornkraft ist überzeugt, dass die Naturkostbranche Zeichen setzen und die Klimadebatte aktiv mitgestalten sollte. Die Mitarbeiter\*innen des Naturkost-Großhandels Kornkraft gingen an den Streiktagen im letzten Jahr mit gutem Beispiel voran und ließen für zwei Stunden die Arbeit ruhen, um sich an internen Workshops zum Thema Klimawandel zu beteiligen. Dabei stellten einzelne Abteilungen ihre Nachhaltigkeitsideen und -Leistungen vor, setzten sich mit Vorträgen und Filmbeiträgen zum Thema auseinander und erweiterten beim Klimaquiz spielerisch ihr Wissen zum Klimaschutz.

herausstellt“, so der Appell von Kornkraft-Geschäftsführerin Nina Schmitt.

Kornkraft Mitarbeiter\*innen veranstalteten einen Workshop am Klima-Streiktag



„Wichtig ist, dass die Biobranche klar Position bezieht, die Aktions- und Streiktage offensiv unterstützt und noch mehr als bisher die Vorteile des ökologischen Landbaus für das Klima

## Neue Führungsspitze bei der Tofu Manufaktur Nagel

Nach dem Tod von Bio-Tofu-Pionier und Unternehmensgründer Christian Nagel im Juli 2018, übernahm im letzten Jahr der älteste Sohn, Johannes Puls-Nagel (Foto rechts) die Leitung des schleswig-holsteinischen Familienbetriebs. Der Führungswechsel war für die Tofu Manufaktur keine leichte Aufgabe, da es menschlich und fachlich eine große Lücke zu schließen gab.

Als gelernter Handelsfachwirt mit Erfahrung u. a. als Filial- und Marktleiter bei Erdkorn und

Temma bringt Johannes Puls-Nagel auf der einen Seite die fachliche Expertise mit. Auf der anderen Seite ist er auch persönlich mit dem Unternehmen verbunden, da er mit ihm groß geworden ist. Mit der Geschäftsführung von Tofu Nagel übernimmt er die Verantwortung für den Familienbetrieb. Mit der Vision, den Pioniergeist seines Vaters aufrecht zu erhalten, neue Märkte zu erschließen und mit seiner offenen Art möglichst viele von gesunden Ernährungsalternativen zu überzeugen.



## ISANA: Kichererbsen aus Niederösterreich

Ab 2020 bezieht Feinkosthersteller ISANA NATURFEINKOST Kichererbsen für seine bio verde-Produkte ausschließlich aus Europa. Größtenteils stammen die Kichererbsen vom Anbaubetrieb Heymann in Niederösterreich, der sich auf den Anbau einer besonders kleinen Erbsensorte spezialisiert hat. Durch die intensive und langjährige Zusammenarbeit zwischen ISANA und seinem österreichischen

Lieferanten wird der Anbau von Kichererbsen in Mitteleuropa gefördert und ausgeweitet. Bei der angebauten Kichererbse handelt es sich um eine spezielle kälteresistente Sorte, die etwas kleiner und runder ist als die üblichen Sorten aus außereuropäischen Ländern. Zur BIOFACH wird ISANA mit dem „Kichererbsensalat mit Gurke und Dill“ ein neues Kichererbsenprodukt auf den Markt bringen.



Bio-Anbauer Josef Heymann prüft den Reifezustand seiner Kichererbsen.

## Grell Naturkost und Terra Naturkost sind neue Aktiv-Mitglieder bei bioverita



Die Großhändler Grell Naturkost und Terra Naturkost haben sich der Vermarktungspartnerschaft mit bioverita angeschlossen, in der sich Bio-Züchter\*innen und Händler\*innen für eine gemeinsame Auslobung und bessere Vermarktung von Gemüse aus biologisch gezüchteten Sorten engagieren. Zur Kennzeichnung wurde das bioverita-Qualitätssiegel entwickelt, das am Produkt kenntlich macht, dass das Saatgut von ökologisch gezüchteten Sorten stammt. Die Züchter\*innen des Saatguts lassen ihre Züchtungsarbeit regelmäßig kontrollieren. In der Züchtungsplattform bioverita arbeiten Züchter\*innen, Jungpflanzenbetriebe, Produzent\*innen und Großhändler\*innen zusammen. Warenflüsse sind somit transparent und

kontrollierbar bis zum Einzelhandel. Bioverita vernetzt seit mehr als 10 Jahren die ökologische Züchtung im deutschsprachigen Raum und hat sich zu ihrem Sprachrohr entwickelt. Zu den Aktiv-Partnern zählen auch Saatgut e.V. und Kultursaat e.V. Bezeichnungen wie ‚samenfeste Sorten‘ werden zukünftig einheitlich durch biologische Züchtung und dem bioverita-Logo dargestellt. Eine Liste anerkannter bioverita-Sorten finden sich unter bioverita.org.

Auf dem „Treffpunkt Bio-Züchtung“ in der Halle 7A auf der BIOFACH erfahren Sie mehr zur Bio-Züchtung und zum Vermarktungsprojekt (Gemeinschaftsstand 731).

## BIOGARTEN erweitert die Geschäftsführung

Zum 1. Dezember 2019 wurden Susanne Arndt und Benigna Lutz zu Geschäftsführerinnen der BIOGARTEN Handels GmbH berufen. Beide freuen sich mit ihrer langjährigen Erfahrung im Unternehmen die Geschäftsführung zu übernehmen und die Weiterentwicklung des Naturwarengroßhandels maßgeblich mitzugestalten. Mit der Erweiterung des Geschäftsführungskreises werden die bisher allein verantwortliche geschäftsführende Gesellschafterin Roswitha Weber sowie Prokuristin Rosemarie Kleemann-Pickartz unterstützt.

### Bereits 24 zertifizierte Verkaufsstellen

Die Zertifizierung „Geprüftes Naturkosmetik Fachgeschäft“ hat BIOGARTEN in Zusammenarbeit mit dem Prüf- und Zertifizierungsunternehmen WESSLING entwickelt und 2019 erstmalig eingeführt. Der Standard für Naturkosmetik Fachgeschäfte oder Fachabteilungen dokumentiert gegenüber Kund\*innen eine hohe Beratungs- und Servicequalität. 24 Naturkosmetik-Verkaufsstellen haben sich bereits in den vergangenen zwölf Monaten zertifizieren lassen. Für 2020 sind weitere Audits terminiert.

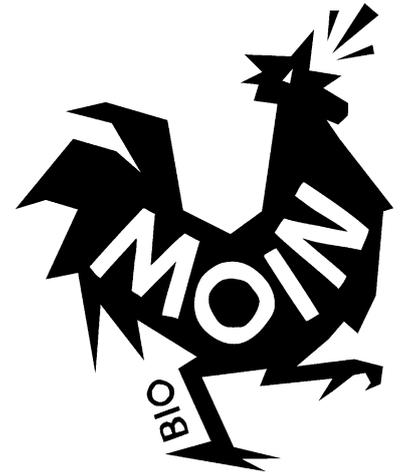


## SAVE THE DATE: MOIN wird 25!

Zur Feier ihres 25-jährigen Jubiläums lädt die MOIN Bio Backwaren GmbH in Glückstadt im Mai zu einem Tag der offenen Tür. Zu diesem Anlass wird auch der Werksladen Premiere feiern und mit dem Duft leckerer MOIN Backwerke auf die Jubiläumsfeier einstimmen. Wer vorbeischauen mag, ist herzlich willkommen, so das Unternehmen. Geplant ist ein abwechslungsreiches Programm mit spannenden Gästen: So wird Johannes Stüttgen mit dem Omnibus für direkte Demokratie zu Gast sein und u.a. über Herzkraftkräfte sprechen. Kunststoffexperte Dr. Harald Käß wird sein Wissen über Bio-Kunststoffe teilen und Food-Aktivist Hendrik Haase spricht

über die Zukunft des Essens. Mit dabei sind auch MOINs regionale Partner und Lieferanten wie die Ökomeiburen der Meierei Horst, der Dannwischhof und weitere. „Wir sind dankbar für die letzten 25 Jahre“, sagt Geschäftsführerin Brigitta Sui Dschen Mattke, „und wir freuen uns auf weitere spannende Zeiten.“ Darauf möchte das inzwischen 65-köpfige MOIN-Team mit allen Gästen anstoßen, ganz nach dem Motto: Don't panic, the future is organic.

MOINs Tag der offenen Tür: 9. Mai 2020, 10 – 16 Uhr, Hintern Hofe 15 in 25348 Glückstadt.



## Sonett: Auszeichnung für innovative Waschmitteldosierer



Der Kartonagen-Produzent Pawi Verpackungen hat für den Papp-Waschmitteldosierer von Sonett den European Carton Excellence Award 2019 in den Kategorien „Allgemeine Verpackung“ und „Recycelte Stoffe“ erhalten. „Der kleine Dosierer ist schon etwas ganz Besonderes“, freut sich Sonett-Geschäftsführer Gerhard Heid über den Preis. „Denn statt des üblichen Kunststoffes wird er aus recyceltem Karton hergestellt, wodurch er sowohl dem ökologischen Anspruch des Produktes wie auch dem Zeitgeist

gerecht wird.“ Diese Argumente teilte auch die Jury: „Mit einem Handgriff wird der Waschmitteldosierer vom flachliegenden, logistisch idealen und praktischen Zustand in eine dreidimensionale Form gebracht. Für den beidseitigen Druck wurden ökologisch unbedenkliche Druckfarben eingesetzt. Das Produkt ist ideal für die Aufnahme von Pulver konstruiert (...) Dem umweltbewussten Verbraucher wird hier eine echte Alternative zum Altbekannten geboten“, heißt es in der Begründung.

## Bauck GmbH spart jährlich rund 200 Kilometer Plastikfolie ein

Die Bauckhof Mühle setzt auf eine neue Abpacktechnik und geht damit einen wichtigen Schritt hin zu 100 Prozent recycelbaren Verpackungen. Im November 2019 nahm der norddeutsche Bio-Hersteller die erste innovative Packmaschine in Betrieb, die Papierbeutel direkt beim Packen von der Rolle formen kann. Mit dieser Abpacktechnik konnte bisher nur Plastikfolie verarbeitet werden. Die besondere Papierqualität gewährleistet dieselben Produktschutzeigenschaften wie der bisherige Kunststoffbeutel, wird aber im Altpapier entsorgt und recycelt.

Damit reduziert die Bauckhof Mühle nun schrittweise die Anzahl ihrer Produkte in Plastikfolie. Begonnen wurde mit den Verpackungen der glutenfreien Haferflocken und der glutenfreien Hafermüslis. Durch die bisherigen Umstellungen konnten bereits mehr als 150 Kilometer Plastikfolie pro Jahr vermieden wer-



den. Das Papier schützt den Inhalt zuverlässig gegen die Migration von Schadstoffen aus der Umwelt oder dem Umkarton. Durch eine weitere Verpackungsumstellung bei den Bauckhof Demeter Müzlis ließen sich zusätzlich mehr als

40 Kilometer Plastik einsparen. Hier wurden alle Produktverpackungen auf 100% Papier umgestellt und mit einem Innenbeutel aus Pergamin versehen.

# BNN-Veranstaltungen auf der BIOFACH 2020

Am 12. Februar 2020 starten BIOFACH und VIVANESS in Nürnberg. Ein umfangreiches Veranstaltungsprogramm begleitet die viertägige Weltleitmesse für Bioprodukte. Wir haben unsere Veranstaltungshighlights hier zusammengestellt und laden Sie ein, mit uns, unseren Mitgliedern und Expert\*innen zu brandaktuellen Themen ins Gespräch zu kommen.

## Donnerstag, 13.02.2020

### Öko statt Ego: So stärken wir gemeinsam den ökologischen Fachhandel

#### Werkstattbericht und Ausblick auf 2020:

Im September 2019 ist „Öko statt Ego“ – Gutes Einkaufen für eine bessere Welt“ gestartet. Die Kampagne will den ökologischen Fachhandel stärken und Verbraucher\*innen für den Einkauf im Bio-Fachhandel begeistern. Sechs Monate nach dem Start berichten wir aus der Werkstatt und geben einen Ausblick auf 2020.

**Mit:** Tina Andres (EVG Landwege e.G.), Gerhard Bickel (ebl-naturkost GmbH & Co. KG), Kathrin Jäckel (BNN e.V.)

**10 – 10:45 Uhr, Forum Fachhandel, Halle 9 Stand 9 – 348**

### Bio-Produkte light – Braucht Bio eine Reduktionsstrategie?

Typisch für Naturkostsortimente ist ein bewusster Einsatz von Zucker und Fett. Braucht es dennoch eine Reduktionsstrategie, um einen wirksameren Beitrag zur gesunden Ernährung zu leisten? Welche konventionellen Strategien gibt es derzeit und wie könnte eine ehrliche Reformulierung für Naturkostsortimente aussehen? In in dieser Diskussionsrunde stellen wir zudem den Nutri-Score auf den Prüfstand und erörtern, welche Rolle die Ernährungskompetenz der Kund\*innen spielt.

**Mit:** Kirsten Buchecker (Hochschule Bremerhaven), Prof. Dr. Annette Buyken (Universität Paderborn), Lea Leimann (Slow Food Deutschland), Prof. Dr. Achim Spiller (Universität Göttingen), Marketing für Lebensmittel und Agrarprodukte), **Moderation:** Elke Röder (BNN e.V.)

**11 – 11:45 Uhr, Raum Riga, NCC Ost**

### Kontaminationen im Bienenvolk: Was macht das mit Tier und Mensch?

Pestizide sind überall verbreitet, und auch Honigbienen stehen unter ihrem Einfluss: Einerseits durch Eintrag beim Sammelflug der Tiere, andererseits aber auch bei der Parasitenbekämpfung im Bienenstock bspw. durch den Einsatz von Varroaziden. Die Veranstaltung gibt Einblicke in die ganz konkrete Bedrohungssituation der Honigbienen und die daraus resultierenden Folgen für den Menschen.

**Mit:** Johann Lütke Schwienhorst (Aurelia Stiftung), Holger Scharpenberg (Monitoring Obst & Gemüse und Trockensortiment/BNN e.V.), Albrecht Friedle (Labor Friedle), **Moderation:** Elke Röder (BNN e.V.)

**15 – 15:45 Uhr, Raum Riga, NCC Ost**

## Freitag, 14.02.2020

### Next Generation Vleisch

**Der Markt ist im Wandel:** Eine klimafreundliche Ernährung erfordert Veränderung klassischer Ernährungsmuster. Naturkostsortimente enthalten zahlreiche Pionierprodukte, die diesem Ziel entsprechen. Ein Gespräch zwischen Öko-Fleischherstellern und Öko-Veggieherstellern über die Zukunft ihrer Produkte im Fachhandel.

**Mit:** Manuel Pundt (Gut Kerkow Bauernmarkt GmbH), Yanic Arndt (Bauck GmbH), Charles-Henry Debal (Topas GmbH – wheaty), Oliver Schenkman (SunflowerFamily GmbH), **Moderation:** Elke Röder (BNN e.V.), Matthias Beuger (VegOrganic e.V.)

### Neue Gentechnik: Wie sag ich es meinen Kund\*innen?

Neue gentechnische Verfahren wie CRISPR/Cas 9 bedrohen die Glaubwürdigkeit von Bio. Die Veranstaltung soll auf Kund\*innen-Nachfragen zur Neuen Gentechnik vorbereiten und wird sowohl die umweltpolitische und ökologische Perspektive als auch die des Bio-Handels beleuchten.

**Mit:** Gentechnikexpertin Daniela Wannemacher (BUND), Eva Heusinger (Rapunzel Naturkost), Michael Sendl (Biomichl)

**Moderation:** Elke Röder (BNN e.V.)

**16 – 16:45 Uhr, Forum Fachhandel, Halle 9 Stand 9 – 348**



Digitalisierung war letztes Jahr das Thema der gut besuchten BNN-Veranstaltung im Fachhandelsforum.

# Erfolgreiche Zukunft mit Bio

## Weiterbildungsangebote im Naturkostmarkt

**Bio wächst, die Märkte sind im Wandel. Immer mehr Menschen steigen um auf eine nachhaltigere Lebensweise. Das kommt nicht nur unserer Umwelt zugute, es stärkt und fordert auch den ökologischen Handel und schafft Arbeitsplätze. Der Handel braucht Mitarbeiter\*innen, die gut ausgebildet sind und kompetent beraten können. Es lohnt sich, in Weiterbildung zu investieren!**

Der BNN bietet anerkannte und praxisorientierte Weiterbildungsangebote für Mitarbeiter\*innen im Naturkostfachhandel an und für Menschen, die in die Branche wechseln wollen. In diesem Jahr starten zwei Weiterbildungen zum **Naturkostberater\*in BNN IHK**, im April in Kassel und Anfang September in Nürnberg. Mit der berufsbegleitenden Weiterbildungsmaßnahme Naturkostberater\*in BNN IHK wird in knapp 20 Unterrichtstagen das Fachwissen vertieft und Beratungskompetenz gestärkt. Das Angebot ist speziell auf Beschäftigte im Naturkostfachhandel sowie Interessierte aus anderen Bereichen, die sich im Biobereich qualifizieren wollen, zugeschnitten.

In zwei Modulen mit je 10 Unterrichtstagen, in der Regel dienstags und mittwochs, können sich die Teilnehmer\*innen praxisnah das erforderliche Fachwissen erarbeiten oder bereits bestehende Kenntnisse auffrischen. Die Wissensvermittlung erfolgt durch erfahrene Dozent\*innen, die neben ihrem Fachwissen auch die spezifischen Bedürfnisse des Naturkost-

fachhandels kennen. Damit Lernende den Kontakt zur Branche erleben, finden viele Seminare direkt bei Herstellern und Erzeugern vor Ort statt. Nach erfolgreich absolvierten Abschluss-tests am Ende beider Kursteile erhalten alle Teilnehmer\*innen ein IHK-Zertifikat. Ein Einstieg in den Aufbaukurs ist nach Absprache möglich.

### Naturkostberater\*in BNN IHK: Weiterbildung, die lohnt.

#### Termine für die Region Kassel:

**Grundkurs: 21. April – 16. September 2020.**  
**Aufbaukurs: 27. Oktober 2020 – 10. März 2021 (mit Abschlussprüfung).**

#### Termine für die Region Nürnberg:

**Grundkurs: 8. September – 10. November 2020.**  
**Aufbaukurs: 19. Januar 2021 – 20. Mai 2021 (mit Abschlussprüfung).**

### Save the Date: Fachberater\*in Naturkost und Reformwaren IHK startet im September

Mit der Weiterbildung Fachberater\*in Naturkost und Reformwaren des Bildungswerk BNN und der Industrie- und Handelskammer Bodensee-Oberschwaben gehen Sie den nächsten Qualifizierungsschritt. Der am 21. September 2020 in Weingarten startende neunmonatige Lehrgang qualifiziert zur öffentlich-rechtlich geprüften Fachkraft und eröffnet weiterführende berufliche Perspektiven im aufstrebenden Naturkostmarkt. Der Kurs beginnt am 21. September 2020 und endet am 22. Juli 2021.

#### Weitere Informationen und Anmeldungen bei der IHK Bodensee-Oberschwaben:

**Elke Gögele,**  
Tel. 0751 409-194,  
goegele@weingarten.ihk.de  
www.weingarten.ihk.de



Ausführliche Informationen zu den Inhalten, Terminen und Förderungsmöglichkeiten bei: **Brigitte Wallis,** Tel. 030 847 1224-64 oder per Mail an: info@bildungswerk.bio.

# MANUFAKTUR, INDUSTRIE, DAS WAR GESTERN.

Corfaktor, das ist jetzt und morgen-  
denken und arbeiten vom Herzen aus.



## DAS CORFAKTUR MANIFEST

1. Das Herz ist keine Pumpe.
2. Alles beginnt mit dem Putzen des Bodens.
3. Das Herz ist ein Denkorgan.
4. Qualität entsteht durch Herzkräfte.
5. Gutes Essen ist seelische Nahrung.
6. Die Backstube summt.
7. Wunder müssen erwartet werden.



MOIN Bio Backwaren GmbH  
Hinterm Hofe 15  
25348 Glückstadt

Tel. +49 4124 89 00 2-0  
info@moin.eu  
www.moin.eu

