

BNN ^{1/2021} nachrichten



Verantwortung



Klimaschutz

Nachhaltige Kühlung im Einzelhandel

Viva Attacke 2021

Was macht der Transformationsprozess des BNN?

Lieferkettengesetz

„Ausbeutung stoppen – menschenwürdige Arbeit weltweit schaffen!“
Meinungsbeitrag von Sascha Raabe, MdB

Nutri-Score

BNN-Verbraucherkampagne im Bio-Laden

Inhaltsverzeichnis



BNN AKTUELL

Viva Attacke 2021: Was macht der Transformationsprozess des BNN?

Ein Werkstattbericht	4
BNN-Mitgliederversammlung 2021 erneut digital	6
Wir feiern unsere Jubilare!	7
Neu im BNN: Veggie Specials, Auwald Bio, Biobaula und Bananeira	8
Wissenschaftlicher Beirat des BNN: Neuer Beirat für Kosmetik- und WPR-Bereich berufen	11

BNN & MARKT

Bio-Fachhandel 2020 stark gewachsen: Gesundheit und Nachhaltigkeit für

Kund*innen am wichtigsten	10
Großhandel befragt: Einschätzung zur Marktentwicklung 2021	11



FAIRER HANDEL

„Ausbeutung stoppen – menschenwürdige Arbeit weltweit schaffen!“

Meinungsbeitrag von Dr. Sascha Raabe, MdB und entwicklungspolitischer Sprecher der SPD-Fraktion	12
Lieferkettengesetz: EU plant deutlich strengere Vorgaben als Bundesregierung	13
Menschenrechte und Umweltstandards – Thore Quednau, Vertriebschef von Lebensbaum zum neuen We Care-Standard	13

MITGLIEDER AKTUELL

Diesmal von und mit:

Taoasis, Alnatura, Sodasan, Ppura, Ökofrost, Taifun-Tofu, Voelkel, Kornkraft Naturkost, Isana/bio-verde, Sonett, Bohlsener Mühle, Terra Naturkost, Schrozberger Milchbauern, Ölmühle Moog, Herbaria, Yarra, Barnhouse, Bio Company, Ökoland, Cosmondial/benecos, Sonnentor, Naturkost Schramm, Bauckhof Mühle, Moin Bio, Almawin, Grell Naturkost, Byodo	14
--	----



ENERGIE & UMWELT

Nachhaltige Kühlung im Einzelhandel

Klimaschutz mit der Kühltruhe	22
Klimafreundlich kühlen: „Eine frühe Umstellung rentiert sich oft schnell“	24

FOKUS ERNÄHRUNG

Nutri-Score: Verbraucherinformation im Bio-Laden

BNN-Kampagne mit Plakaten, Flyern und digitalen Inhalten	26
--	----

Editorial

Liebe Leser*innen, liebe Mitglieder und Fördermitglieder,

in diesem Jahr wird unser Verbandsmagazin jeweils ein Schwerpunktthema haben. Die erste Ausgabe geht zum Thema „Verantwortung“. Im Sommer folgt „Mut“ und im Dezember werden wir dieses Jahr magazintechnisch (und auch sonst) mit „Herz“ beenden.

Alle drei zusammen – **Verantwortung, Mut und Herz** – stehen für Qualitäten, die in dieser Zeit besonders nötig sind. Daher wollen wir sie in unseren Magazinen beleuchten und zugleich als Qualitäten hervorheben, die der Bio-Branche seit jeher eigen sind.

In „Verantwortung“ steckt zunächst das Antworten auf etwas und schließlich das Einstehen für etwas. Beides hat die Bio-Fachbranche in ihrer DNA, beides sind starke Triebkräfte unseres Tuns.

Es beginnt bei der **Ursprungsidee**: Lebensmittel und Waren des täglichen Bedarfs so natürlich wie möglich herzustellen, entspringt einem tiefen Verantwortungsgefühl für die Natur und die Gesundheit sowohl der Planeten als auch der Menschen, die auf ihm leben. Unter dem Eindruck der sich stetig zuspitzenden Klimakrise geht es jedoch längst um mehr: Den Schutz von Böden, Wasser und Artenvielfalt, mindestens klimaneutrales, besser noch **klimapositives Wirtschaften und Handeln**, überhaupt darum, vieles anders zu machen, damit wir eine lebenswerte Zukunft haben.

Auf den Seiten 12 bis 19 mit den Nachrichten aus den Mitgliedsunternehmen des BNN finden sich in dieser Ausgabe viele beeindruckende Beispiele dafür, wie unsere Mitglieder diese wachsende Verantwortung annehmen und umsetzen.

Unser Titelbild zeigt einen Eisbären, dessen arktischer Lebensraum bereits massiv vom Wandel des Klimas bedroht ist. **Klimafreundliche Kühlung** gehört zu den Herausforderungen des ökologischen Lebensmittelhandels. In dem Beitrag zum EU-Projekt für klimafreundliches Kühlen, an dem der BNN beteiligt ist, zeigen wir, wo die Stellschrauben liegen und worauf Läden beim Austausch von Geräten achten sollten (S. 22–25).

Ebenfalls um Verantwortung geht es beim Thema **Lieferketten**. Nach langer Blockade durch Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier haben sich nun Wirtschafts-, Arbeits- und Entwicklungsministerium auf einen abgeschwächten Gesetzentwurf zur sogenannten Sorgfaltspflicht in der Lieferkette geeinigt. Inzwischen hat die EU jedoch bereits eine europäische Verordnung angekündigt. Die bekannt gewordenen Eckpunkte belegen: In Europa wird man weit über das hinausgehen, was in Deutschland bis dato konsensfähig war. MdB Sascha Raabe, entwicklungspolitischer Sprecher der SPD-Fraktion im Bundestag, hat uns Einblicke gegeben in den Gesetzgebungsprozess und seine persönliche Motivation, Verantwortung in globale Lieferketten zu verankern. Dabei nimmt er auch explizit Bezug auf unseren Offenen Brief an Lebensmittelwirtschaft und Politik vom Dezember 2020. Das freut uns! Mehr dazu ab Seite 12.

Verantwortung ist auch ein zentraler Punkt in unserer Task Force **Viva Attacke 2021**. Ab Seite 4 berichten wir aus unserer Transformationswerkstatt. Seit der Mitgliederversammlung im November 2020 haben wir Strukturen geschaffen und um die Schwerpunkte der inhaltlichen Arbeit gerungen. Das



war nicht immer ganz einfach, gleichwohl ist der Prozess auf einem guten Weg und freut sich nun auf zahlreiche weitere Mitstreiter*innen aus der Branche.

Ich wünsche Ihnen und Euch eine inspirierende Lektüre!

Herzlich,

Kathrin Jäckel

Impressum

BNN Nachrichten: Mitgliederzeitschrift des BNN für die Biobranche // Drei Ausgaben pro 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, Dirk Müller // Autor*innen dieser Ausgabe: Kathrin Jäckel, Hans Kaufmann, Katja Niedzwecky, Manuel Pick, Sascha Raabe, Marion Schlage, Dorothee Quarz // Gestaltung: Martina Puchalla für Zitrusblau, Berlin // Fotorechte für alle Fotos der Seiten 14–21 liegen bei jeweiligen Unternehmen, wenn nicht anders vermerkt // Fotorechte ohne Angabe auf den übrigen Seiten: BNN e.V. // Titelfoto: © gettyimages // Seite 4: Ali Kazal/unsplash; Seite 10: Raquel Martinez/unsplash; Seite 22: gettyimages // Nachdruck oder Verbreitung nur mit Genehmigung der Redaktion // Inserenten dieser Ausgabe: Sonett (S. 25), AlmaWin (S. 27) und Ökoland (U4).

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

Druck und Papier: CO₂-neutraler Druck mit mineralölfreien Druckfarben, Papier: 100% Altpapier (EU Ecolabel, Blauer Engel)

Viva Attacke 2021: Was macht der Transformationsprozess des BNN?

Ein Werkstattbericht

Alles neu machte für den BNN im vergangenen Jahr nicht der Mai, sondern der November: Auf der Tagesordnung der Mitgliederversammlung 2020 stand der Transformations-Impuls für Branche und Verband. Was Mitglieder und Gremienvertreter*innen mit viel Herzblut im digitalen Raum formulierten, mündete in positiver Resonanz und dem klaren Auftrag an Vorstand und Geschäftsführung: „Die Entwicklung unseres Zukunftsbildes als Verband und Branche“ unter aktiver Beteiligung der Mitglieder „einzuleiten und durchzuführen“. Der Name ist Programm: Task Force Viva Attacke 2021. Hier berichtet die Steuergruppe über die ersten Schritte des Erneuerungsprozesses.

Ihr Mitglieder habt eine Verbandsentwicklung befürwortet, die einen echten Change bedeutet, die den Verband grundlegend modernisiert und neue Entwicklungsperspektiven für die Branche aufzeigt. So sind wir frisch gestärkt in die Arbeit am Erneuerungsprozess Viva Attacke gegangen. Seitdem ist einiges passiert ...

Attacke braucht Struktur!

Euer klarer Auftrag hat uns noch mal mehr ermutigt, den eingeschlagenen Modernisierungspfad weiterzugehen. Schnelle erste Learnings:

1. Auch Attacke will – bei aller Energie – gut und sauber gearbeitet sein.
2. Attacke ist als schnelle und gerichtete Bewegungsform eine, die unserem Verband nicht unbedingt im Blut liegt und die wir deshalb wieder lernen müssen.
3. Partizipation ernsthaft zu leben ist mindestens so ungewohnt wie Attacke.
4. Struktur, Begleitung, Denken werden wichtige Begleiter für die Arbeit an Eurem Auftrag sein.



Großer Auftrag, kleine Schritte

Der Auftrag ist, bei aller Klarheit in der Formulierung, denkbar komplex. Die Erwartungen und Wünsche an den Verband der Zukunft betreffen verschiedenste Ebenen. Der BNN soll lebendiger und netzwerkartiger funktionieren, soll Think Tank und starke Stimme für Bio sein und die Idee von einer anderen Form der Ernährungswirtschaft sicht- und hörbar machen.

Viva Attacke ist deutlich mehr als die Umsetzung einer spontanen Zwischendurch-Idee. Es geht um die nachhaltige und professionelle Bewegung in die Zukunft, darum, uns neu zu definieren und anders wirksam zu werden. Und das ist deutlich leichter gesagt als getan. Wir haben – das haben die intensiven und nicht immer konfliktfreien Diskussionen im Laufe der Arbeit gezeigt – gut daran getan, uns mit Birgit Wohlgemut und Joachim Ziegler von den Mira-Companions erfahrene Prozessbegleiter*innen an die Seite zu holen. In der Zusammenarbeit mit den Beiden sind Projektumfang und Projekttiefe deutlich geworden. Es geht ums Eingemachte. Mit Manuel Pick, bestens bekannter Inspirator der Bio-Szene, haben wir zusätzlich einen freien, unabhängigen und vorausschauenden Blick integriert. Er begleitet und koordiniert inhaltlich bis zur Mitgliederversammlung 2021.

Ankerpunkte und Ressourcen

Wir haben mit einer Steuergruppe die Viva Attacke dauerhaft im Verband verankert und ihr so eine Heimat gegeben. Diese übergeordnete Gruppe hat den Auftrag, die Idee der Erneuerungsbewegung zu sichern und für Ergebnisorientierung und Beteiligung zu sorgen. Kurz: Sie hält die Fäden zusammen, fördert den Prozessfortschritt und behält dabei Weg und Ziel im Blick.

Die erarbeitete Projekt-Architektur hat den Viva Attacke Prozess mitten im Verband platziert und dabei ein möglichst hohes Maß an Beteiligung und Integration organisiert (siehe Organigramm). Nicht zuletzt haben wir in der Geschäftsstelle die Ressourcen geschaffen, die die Tages-Arbeit aus der Viva Attacke versorgt. Namentlich heißt diese Ressource – neben allen projektbezogenen Einzelleistungen aus der Geschäftsstelle – Marlen Helminski-Koch, die sich schon nach den ersten Arbeitseinheiten als unabdingbar und wertvoll erwiesen hat.

Von Kultur, Organisation und der Zukunft von Bio

Die Steuergruppe hat im Wesentlichen zwei große, strategische Themenfelder für die Entwicklung von Branche und Verband ausgemacht.

1. Die Form

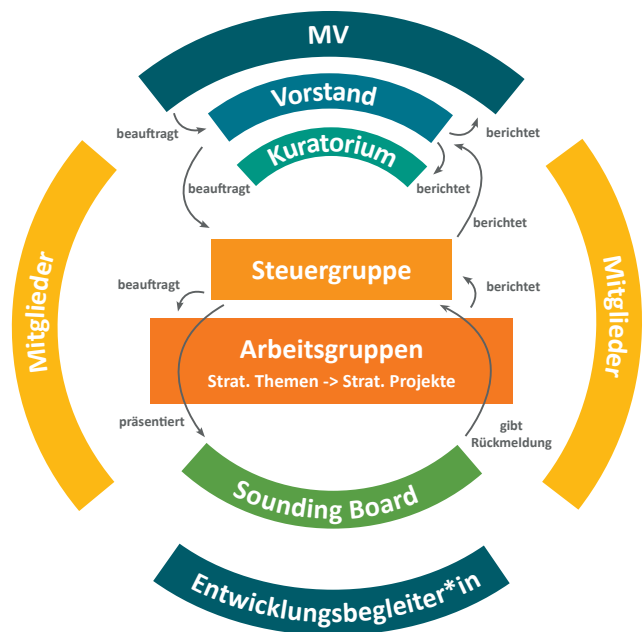
Wenn wir etwas Neues wollen, dann braucht das eine neue Form und eine neue Art der Zusammenarbeit. Also geht es um Kultur- und Organisationsentwicklung. Um eine Architektur, die bestmöglich die Anforderungen unserer Branchenvertretung abbildet. Diese wird – immer im Spannungsfeld zwischen Beteiligung und Ambition – in einer Arbeitsgruppe entwickelt.

Im Zentrum dieser AG stehen exemplarisch die folgenden Fragen:

- Welche Institutionen werden gebraucht und wie legitimiert?
- In welcher Haltung unter welchen Rahmenbedingungen können wir effektiv zusammenarbeiten (Kampagnenfähigkeit)?
- Wer hat Lust, Kompetenz und Ressourcen, um mitzumachen?
- Welche Themen müssen untergebracht werden?
- Wie sind die Kommunikationswege und Mittel?

Das ist viel Futter für ambitionierte Organisations-Liebhaber.

VIVA ATTACKE 2021 – Projekt-Organigramm



sind Teil der Steuergruppe, schlagen Prozesse vor, entwerfen Agenden

Mitglieder der Steuergruppe Viva Attacke

Tina Andres für Vorstand und Einzelhandel

Malte Reupert für Kuratorium und Einzelhandel

Sebastian von Eitz für die Hersteller

Sascha Damaschun für den Großhandel

Stefan Becker für Kuratorium und Hersteller

Kathrin Jäckel für die BNN-Geschäftsstelle

Manuel Pick beratend für die Projektkoordination

Marlen Helminski-Koch für den Projekt-Support, BNN

Birgit Wohlgemut beratend

Joachim Ziegler beratend

2. Der Inhalt

Hier geht es um die inhaltliche Weiterentwicklung der Branche und der Verbandsarbeit. Um ehrlich zu sein: Hier war es eine echte Übung der Versuchsarbeit, die eigenen Ideen zu Innovation und Entwicklung einzubringen, zu widerstehen. Den Prozess offen und partizipativ zu gestalten bedeutet, gegen den eigenen unternehmerischen Impuls, nicht eng und nicht vorzudenken. Nach intensiven Diskussionen haben wir uns deshalb für „Open Spaces“ für die Verortung der inhaltlichen Projektfelder entschieden.

„Beyond Bio!“ steht als Slogan für dieses strategische Feld. Beyond Bio – also die Summe dessen, was den Bio-Fachhandel zukünftig ausmachen wird – zu konkretisieren und die passenden strategischen Projekte abzuleiten, wird der erste Schritt der Arbeit sein.

Und natürlich leitet sich auch die Agenda für die politische Arbeit des Verbandes vorwiegend aus diesem Themenfeld ab.

Einige konkrete Projekte werden sich schnell finden. So liegt ja aus Vorüberlegungen und einzelnen Mitgliedsinitiativen die Profilbildung im Bereich Nachhaltigkeit ganz unbedingt auf dem Tisch.

Uns ist aber auch immer wieder das größere Ganze in Form von Fragen begegnet:

- Was muss Bio jetzt werden? Was sind die nächsten Entwicklungsschritte?
- Was sichert in Zukunft Erfolg?
- Welche Marktmechanismen sind hilfreich für die Transformation?
- Was ist „Alternative Lebensmittelwirtschaft“ morgen und übermorgen?
- Wie wirken veränderliche Kundenbedürfnisse auf uns?

Mit diesen Ankerpunkten und Themenfeldern ist der sprichwörtliche Rahmen gebaut und wir steigen in die eigentliche Arbeit ein.

Partizipation braucht Partizipation

Wir brauchen schlaue Köpfe und Herzen aus den Mitgliedsunternehmen. Menschen, die lustvoll mitdenken und mitentwickeln können, wollen und sollen. Unsere Bitte: Entsendet die Menschen, die gleichermaßen ureigenste Unternehmensinteressen denken, dabei aber über den Verbandstellerand schauen. Schickt uns die gesellschaftspolitischen Mitdenker*innen, die Nachhaltigkeitsprofis, die Kommunikations-Talente. Wir brauchen Euch und/oder Eure Mitarbeitenden.

Nach der MV ist vor der MV

Bis zur Mitgliederversammlung am 17. und 18. Juni sind es nur noch ein paar Wochen. In dieser Zeit werden wir:

- die Arbeitsstruktur (Steuergruppe – Geschäftsstelle – Vorstand – Kuratorium – Sounding Board) fertig eingerichtet haben,
- die Arbeitswege definiert haben,
- die Arbeitsgruppen zu den strategischen Themenfeldern eingerichtet und gestartet haben,
- und konkrete strategischen Projekte benennen und vorstellen können.

Wir freuen uns sehr auf die weitere Arbeit im Projekt, gemeinsam mit Euch. Es ist nicht nur eine gedankliche Reise in die Zukunft, es ist ein rundum spannender Lernprozess und ein echtes Abenteuer.

Auf bald!

**Kathrin Jäckel und Manuel Pick
für die Steuergruppe Viva Attacke 2021**

Mitdenken und Mitmachen

Für alle Nachrichten, Anregungen und Kommentare erreicht Ihr uns unter: viva-attacke@n-bnn.de

BNN-Mitgliederversammlung 2021 erneut digital

Die Corona-Infektionszahlen in Deutschland schnellen mit der dritten Welle erneut in die Höhe. Ein Zurück in die ersehnte Normalität ist nach wie vor nicht absehbar. Daher wird auch die diesjährige **BNN-Mitgliederversammlung am 17. und 18. Juni 2021** erneut digital stattfinden. Nach den Erfahrungen aus dem letzten Jahr wird das Mitgliedertreffen im Juni für zwei Tage mit jeweils gut halbtägigem Pro-

gramm geplant. Damit schaffen wir mehr Raum für Diskussion und Austausch untereinander und in Arbeitsgruppen.

Bestärkt durch die positiven Erfahrungen mit unseren monatlichen Mitglieder-Videokonferenzen via Zoom werden wir diese Mitgliederversammlung als Zoom-Meeting durchführen. Unterstützt von OpenSlides als sicheres web-

basiertes Präsentations- und Versammlungssystem zur Steuerung von Tagesordnung, Anträgen und Wahlen. Um das Anmeldeverfahren zur Mitgliederversammlung zu vereinfachen, wird ein Online-Portal für die Registrierung zur Verfügung stehen. BNN-Mitglieder erhalten ihre Einladung zur Mitgliederversammlung Mitte Mai.



BNN-Mitgliederversammlung digital

Save the Date

**17.+18.
Juni 2021**

Wir feiern unsere Jubilare!



Herzlichen Glückwunsch!

Der BNN gratuliert allen Mitgliedsunternehmen, die 2021 ein rundes Firmenjubiläum feiern: Auf weitere erfolgreiche Jahre für eine lebenswerte Zukunft!

Neu im BNN

Vier neue Mitgliedsunternehmen und ihre Leidenschaft für Bio stellen wir heute vor: Auwald Bio, Bananeira, Biobaula und Veggie Specials. Herzlich Willkommen in der BNN-Gemeinschaft!

Veggie Specials: Lebensmittelrettung als Aufgabe

Seit 2017 rettet das Online-Unternehmen Veggie Specials Lebensmittel, die aus meist unvermeidbaren Gründen (wie hohe Anforderungen an die Restlaufzeit, Etikettenfehler oder Fehlproduktionen wie Untergewichtsware) auf den etablierten Wegen nicht mehr vertrieben werden können. Das Angebot von Veggie Specials umfasst ausschließlich hochwertige, vegane Bio-Produkte, die im Direktvertrieb schnell zu günstigen Preisen ihre Abnehmer*innen finden. Um Produkte wieder marktfähig zu machen, haben Gründer und Inhaber Matthias Beuger und sein Team für das Relabeling Eigenmarken wie Tofu Mama und Saitan zusammen mit Unternehmen wie Taifun Tofu entwickelt. Alles mit dem Ziel, über den Online-Shop möglichst viele Bio-Produkte zurück in den Kreislauf zu bringen. Aktuell ist Veggie Specials erneut für den Bundespreis „Zu gut für die Tonne“ nominiert.

„Der frische Wind im BNN hat mich und uns als Startup beflügelt, unsere Energie an dieser Stelle zu investieren und die Veränderung gemeinsam mit Euch als Vorreiter zu gestalten,“ so Matthias Beuger zum Beitritt in den BNN. „Wir freuen uns



sehr auf die gemeinsame Arbeit und auf die Viva Attacke!“

Weitere Informationen sowie einen Erklärfilm auf <https://veggie-specials.com>.

ÖKO KOSTET NICHT DIE WELT. NICHT-ÖKO SCHON.

Gutes Einkaufen für eine bessere Welt.

ökostattego.de

„Öko statt Ego“ ist eine Initiative von Bioläden, Biosupermärkten, Biohersteller*innen und Biogroßhändler*innen. 100% Bio. Voll Öko.



Auwald Bio: Feines und Gutes aus der Region



Der 2008 in Bruckmühl im Landkreis Rosenheim eröffnete Bioladen Auwald Bio hat sich den Verkauf biologisch erzeugter Waren vorwiegend aus regionaler Erzeugung zur Aufgabe gemacht. Das umliegende Voralpenland bietet dafür beste Voraussetzungen. Das nach den Bedürfnissen der Kundschaft ausgewählte Sortiment von Inhaber Markus

Winkler bietet Erzeugnisse für verschiedene Bereiche des alltäglichen Bedarfs an: Neben Frischeprodukten und Milch- und Fleischerzeugnissen auch Gewürze und Öle, Getränke, Tiefkühl- und Backwaren wie auch pflanzliche Arzneimittel, Kosmetika und Wasch- und Reinigungsmittel. Darüber hinaus gibt ein Angebot an Snacks und fertig zubereite-

ten Speisen, Heiß- und Kaltgetränke, täglich ein warmes Mittagsgeschicht und einen Außenbereich mit Biergarten. Eine große Produktauswahl ist auch im Online-Shop und über den Lieferservice erhältlich.

Weitere Informationen auf der Website von Auwald Bio www.auwaldbio.de

Biobaula: Für eine bessere Welt



Seit 2018 entwickelt Unternehmensgründer Markus Winkler – zunächst für seinen Bioladen Auwald Bio in Bruckmühl – nachhaltige Reinigungsmittel in Tab-Form unter der Marke Biobaula. Das oberbayerische Unternehmen führt verschiedene Tab-Sorten im Produktsortiment: Öko Waschmittel Tabs, Haushalt-Reiniger Tabs (Glas, Bad, Boden, Küche und Allzweck), Hygiene-Reiniger Tabs sowie Auto-Reiniger Tabs, erhältlich in über neun Ländern im stationären Handel sowie online. Biobaula setzt sich für die Eindämmung der weltweiten Plastikflut und für saubere Weltmeere ein. Von den Rohwaren über die Produktion bis zum Versand ist Nachhaltigkeit die ober-

BIOBAULA®
für eine bessere welt

ste Maxime. Mit der Meeresschildkröte (spanisch Baula) als Markenzeichen und Sinnbild für die zu schützende Umwelt arbeitet das Team daran, für immer mehr Lebensbereiche nachhaltige und umweltverträgliche Reinigungslösungen anbieten zu können.

Weitere Information auf der Website von Biobaula www.biobaula.de

Bananeira: Fair, nachhaltig und ökologisch für eine gerechte Welt



2014 gründeten die Freunde Jonas Schmidle und Ümit Sormaz den Bio-Großhandel Bananeira GmbH & Co. KG in Erlangen. Die Geschichte von Bananeira (bras. portugiesisch „Bananenbaum“) startete schon zwei Jahre zuvor in einem brasilianischen Bio-Fairtrade-Restaurant in Erlangen, woraus die beiden heutigen Geschäftsführer die Geschäftsidee für Import, Produktion und Vertrieb ökologisch und fair erzeugter Produkte unter eigenem Label entwickelten. Von Beginn verfolgte das Unternehmen das Ziel, so klimaneutral wie möglich zu arbeiten und alternative Verpackungslösungen zu finden. Dabei setzt Bananeira auf Mehrweg-Pfandsysteme, bei dem sie u. a. die klassischen Joghurtgläser als Pfandgläser für viele andere Produkte nutzen.

Neben Bioläden beliefert Bananeira Unverpacktläden in ganz Deutschland. Auch Gastronomen, Hersteller und Startups zählen zu den Kunden, die mit nachhaltigen Rohstoffen beliefert werden oder für die produziert wird. Mit einem Shop-in-Shop-System können Partner



ihre Produkte über ein deutschlandweites Kundennetzwerk liefern lassen. Gut 400 verschiedenen Fairtrade- und Bio-Produkte, vor allem Lebensmittel, produziert und vertreibt das Unternehmen. Am Firmensitz in Erlangen sind 25 Mitarbeitende tätig. Aktuell entsteht in Hamburg mit Bananeira Nord ein zweiter Unternehmensstandort. „Wir freuen uns über die Mitgliedschaft beim BNN, da uns die gemein-

same Vision einer nachhaltigeren und somit besseren Welt verbindet. Wir sind davon überzeugt, dass man sich im gemeinsamen Austausch inspirieren, gegenseitig weiterhelfen und die gemeinsame Vision weiter in die Welt tragen kann.“

Weitere Informationen zu Bananeira: www.bananeira.de

Bio-Fachhandel 2020 stark gewachsen

Gesundheit und Nachhaltigkeit für Kund*innen am wichtigsten

Die Umsätze im Fachhandel für Biolebensmittel und Naturwaren sind 2020 stark gewachsen: Der Gesamtumsatz des Facheinzelhandels lag nach Hochrechnung des BNN e.V. 2020 bei 4,37 Milliarden Euro und damit 16,4 Prozent über dem Vorjahr (2019: 3,76 Milliarden Euro). Die positive Marktentwicklung ist vor allem geprägt durch ein gesteigertes Bewusstsein der Verbraucher*innen für nachhaltige und gesunde Lebensmittel.

Die Corona-Pandemie hat das Interesse an gesunden und ökologisch nachhaltigen Lebensmitteln und Waren 2020 deutlich verstärkt. In den Lockdown-Phasen im Frühjahr und am Ende des Jahres lagen die Umsätze teils 20 bis 30 Prozent über dem Vorjahr. Der Naturkostgroßhandel hat 2020 um 21,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr zugelegt und lag bei einem Umsatz von 2,34 Milliarden Euro (2019: 1,92 Milliarden Euro).

Laut aktuellem Öko-Barometer, das jährlich vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) in Auftrag gegeben wird, haben die „Begleitumstände der Pandemie (...) bei vielen Konsumentinnen und Konsumenten auch dazu geführt, ihre Ernährung und ihr Einkaufsverhalten zu hinterfragen und unter anderem ökologischer zu konsumieren“. Besondere Motive dafür sind Umwelt- und Klimaschutz sowie artgerechte Tierhaltung. Auch die Bedeutung von Regionalität und ökologischer Produktion ist bei den Verbraucher*innen erheblich gestiegen.

Durch den Pandemie-bedingten Wegfall der Außer-Haus-Verpflegung waren die Menschen 2020 gefordert, verstärkt selbst zu kochen und haben sich daher intensiver mit der Herkunft und der Qualität ihrer Lebensmittel beschäftigt. Das hat sie vermehrt in den Bio-Fachhandel geführt.

Einkaufsverhalten ändert sich

Die Corona-Pandemie hat auch das konkrete Einkaufsverhalten der Kund*innen im Naturkostfachhandel 2020 geprägt. Die Verbraucher*innen haben die Zahl der Einkäufe reduziert, um so das persönliche Ansteckungsrisiko zu minimieren, aber dafür deutlich mehr gekauft. So ging die Zahl der Kaufvorgänge im Gesamtjahr um mehr als zehn Prozent zurück. Gleichzeitig wuchs die durchschnittliche Einkaufssumme pro Bon um ca. 25 Prozent. Damit ging der Trend auch im Naturkostfachhandel deutlich zum One-Stop-Shopping.

Hans F. Kaufmann



Umsatzentwicklung Naturkosteinzelhandel

Jahre	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Umsätze in Mrd. Euro	2,1	2,3	2,53	2,82	3,04	3,21	3,29	3,46	3,76	4,37

Quelle: Projekt Marktdaten Naturkostfachhandel; BNN Umsatzmonitoring 2019/2020

Einschätzung zur Marktentwicklung 2021

Wir haben vier BNN-Großhandelsmitglieder gefragt, wie sie das erste Quartal 2021 und die weitere Entwicklung bewerten:



„Wir konnten den Umsatz-
aufschwung aus 2020 gut
ins erste Quartal übertragen
und die erhöhten Tagesum-
sätze halten. Überdurch-
schnittlich stark profitieren

die von uns versorgten „Grünen Kisten“ von der
pandemiebedingten Sondersituation. Erfreulich
ist: Das Qualitätsbewusstsein der Men-
schen, die bei den von uns versorgten
selbständigen Bioläden und Frische-Liefer-
diensten einkaufen, ist weiterhin hoch. Das
zeigt die Nachfrage nach Qualitätsmarken im
breiten Trockensortiment, aber auch in den
Frischsegmenten.“

**Iris Koch, Geschäftsleitung Marketing und
Vertrieb bei BODAN**

„Nach einem umsatzstarken Jahr 2020, hatten
wir uns auf ein stabiles Jahr 2021 eingestellt.
Aktuell erleben wir weiterhin ein zweistelliges
Wachstum getragen von unseren Bestands-
kunden und getrieben von Lieferdiensten und
Neukunden.“

**Matthias Deppe, Geschäftsführer Naturkost
Nord**

„Wir sind erfreut, dass wir den Umsatz vom
Vorjahr im 1. Quartal 2021 nahezu halten
konnten – Januar und Februar waren stärker
als geplant. Auch bei uns wachsen die
Lebensmitteltrockensortimente noch immer
überdurchschnittlich (trotz teilweise unzurei-
chender Lieferquoten der Hersteller), aber
auch Produkte zum Wohlfühlen zuhause

(Kerzen), auf Balkon und im Garten (Säme-
reien) sind stark gefragt.“

**Susanne Arndt, Geschäftsleitung
BIOGARTEN**

„Als regionaler Naturkostgroßhändler beob-
achten wir bei Grell Naturkost eine positive
Marktentwicklung im ersten Quartal 2021 und
verzeichnen dank des großen Einsatzes unse-
rer Mitarbeiter*innen und Partner am Markt
erneut eine deutliche Umsatzsteigerung ge-
genüber dem ohnehin schon starken Vorjah-
reszeitraum.“

**Jan Bolten, Leitung Organisation und
Entwicklung bei Grell Naturkost**

Neuer Beirat für Kosmetik- und WPR-Bereich berufen

Wissenschaftlicher Beirat des BNN

Im März ist **Ulrich Heinze** neu in den Wissen-
schaftlichen Beirat des BNN berufen worden.
Der studierte Chemiker und Branchenkenner
wird den BNN in fachlichen Fragenstellungen
zu Kosmetik und WPR beratend zur Seite ste-
hen und den bislang dreiköpfigen BNN-Beirat
ergänzen.

Ulrich Heinze ist der Biobranche seit Jahren
eng verbunden. Nach seinem Chemiestudium
führte er gemeinsam mit Kolleg*innen über
zwei Jahrzehnte – bis ins Jahr 2000 – den
Kölner Bioläden „Was die Bäume sagen“ (als
Nachfolger von Bioladengründer Heinz Dieter
Gasper). In dieser Zeit arbeitete Heinze auch
eng mit dem damaligen BNN-Einzelhandels-
verband zusammen und war dort u.a. an der
Entwicklung der ersten Non-Food Richtlinie
beteiligt. Es folgten berufliche Stationen beim
KATALYSE Institut für angewandte Umweltfor-
schung e.V. in Köln und beim nova Institut,
bevor er sich 2005 selbständig machte. Seit-

dem ist Ulrich Heinze als Berater für Kosmetik,
WPR, Bedarfsgegenstände und Biozid-Pro-
dukte tätig und berät unter anderem die
BIOFACH/VIVANESS in Fragen des Kosmetik-
sortiments.

Mitte März tagte der Wissenschaftliche Beirat
des BNN nun erstmals mit vier Mitgliedern,
gemeinsam mit BNN-Geschäftsführerin Kathrin
Jäckel und den Fachreferent*innen des Teams.
Auf der Agenda des digitalen Arbeitstreffens
standen neben dem ersten Austausch auch in-
haltliche Themen wie der BNN-Orientierungswert,
aktuelle Verpackungsthemen sowie
Strategien der Nachhaltigkeitskommunikation
am Beispiel konventioneller Kosmetikerhersteller.
„Unser erstes Treffen war sehr inspirierend für
viele wichtige Themen und Fragestellungen
unserer Mitgliedsunternehmen und der Bran-
che. Wir begrüßen Ulrich Heinze im Beirat und
sind glücklich, mit ihm wertvolle Expertise für
Kosmetik und WPR und enorme Branchener-

fahrung hinzugewonnen zu haben“, erklärt
Kathrin Jäckel und unterstreicht die besondere
Bedeutung des Wissenschaftlichen Beirat für
den Verband: „Seit 20 Jahren unterstützen die
Mitglieder des Beirats den BNN ehrenamtlich
und leisten großartige und wertvolle Arbeit bei
wichtigen Fragestellungen für die Herstel-
lungs- und Handelspraxis. Ihnen allen an dieser
Stelle ein großes und herzliches Dankschön für
ihr außergewöhnliches Engagement!“

Dem 2001 gegründeten Wissenschaftlichen
Beirat des BNN gehören neben Ulrich Heinze
weiterhin **Dr. Günter Lach** (Lach & Bruns Part-
nerschaft, Beratende Chemiker), **Martin Rom-
bach** (Leiter der Prüfgesellschaft ökologischer
Landbau mbH) und **Prof. Dr. Thomas Simat**
(Professor für Lebensmittelkunde und Bedarfs-
gegenstände an der TU Dresden) an. Der Beirat
tagt regelmäßig ein- bis zweimal im Jahr zu
Themen aus den BNN-Monitorings und der
Qualitätsarbeit des BNN.



“ Ausbeutung stoppen – menschenwürdige Arbeit weltweit schaffen! ”

Ein Meinungsbeitrag von Dr. Sascha Raabe, MdB und entwicklungs-
politischer Sprecher der SPD-Fraktion



Dr. Sascha Raabe ist Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Er setzt sich vor allem ein für faire Handelsabkommen mit menschenwürdigen und guten Arbeitsbedingungen entlang globaler Lieferketten. Für die Einführung des Lieferkettengesetzes kämpft er seit der ersten Stunde. Im Deutschen Bundestag sitzt Raabe seit 2002 als Abgeordneter für den Wahlkreis Hanau.

Mit dem Lieferkettengesetz wollen wir einen Beitrag dazu leisten, Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Hungerlöhne und menschenunwürdige Arbeitsbedingungen in globalen Lieferketten zu stoppen. Ausbeutung darf kein Wettbewerbsvorteil sein! Persönlich setze ich mich bereits seit 2002 im Ausschuss für Wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung und als entwicklungspolitischer Sprecher der SPD-Fraktion gegen Ausbeutung und für menschenwürdige Arbeit weltweit ein. Ich habe u.a. maßgeblich dazu beigetragen, dass 2017 die EU-Konfliktmineralien-Verordnung beschlossen wurde, die seit 2021 auch in Deutschland in

Kraft getreten ist. Damit wurden erstmals in einem besonders problematischen Teilbereich der Wirtschaft gesetzlich verbindliche Regeln zur Einhaltung von grundlegenden Menschenrechten geschaffen. Das war sicherlich auch ein Türöffner für das nun geplante Lieferkettengesetz, das alle Branchen umfassen wird.

Bis dieser Gesetzentwurf tatsächlich vom Kabinett beschlossen wurde, war es ein sehr harter Kampf, den wir gegen Bundeswirtschaftsminister Peter Altmaier (CDU) und große Wirtschaftsverbände führen mussten. Es ist bekannt, dass wir Sozialdemokrat*innen uns bei den zivilrechtlichen Haftungsregelungen, den Unternehmensgrößen, beim Umweltschutz sowie bei den mittelbaren Zulieferern durchaus noch weitergehende, eindeutige Regelungen gewünscht hätten. Dennoch möchte ich betonen, dass der Gesetzentwurf in seiner jetzigen Form, insbesondere auch im offiziellen Begründungsteil, viele Durchsetzungsmöglichkeiten entlang der gesamten Lieferkette eröffnet.

Der gefundene Kompromiss ist insgesamt gelungen und wird den historischen Wechsel von der freiwilligen zur gesetzlich verbindlich vorgeschriebenen Einhaltung von Menschenrechten durch Unternehmen in ihrer gesamten Lieferkette einleiten. Arbeitsminister Hubertus Heil hat im Kabinett starke Durchsetzungsbestimmungen errungen. Der hohe Bußgeldrahmen, der bei großen Unternehmen mehrere Millionen Euro betragen kann, und der drohende Ausschluss von öffentlichen Aufträgen wird eine präventive Wirkung zur Einhaltung der Sorgfaltspflichten entfalten. Gleichzeitig schaffen wir eine personell gut ausgestattete behördliche Überwachung. Besonders positiv ist auch die breite Definition der menschenrechtlichen Sorgfaltspflichten, die unter anderem zu einer erheblichen Stärkung der Arbeitnehmerrechte vor Ort führen wird.

Auch wenn wir uns beim Umweltschutz mehr gewünscht hätten, werden ökologische

Aspekte mit dem Entwurf vor allem indirekt gestärkt. Denn vieles was beispielsweise dem Gesundheitsschutz von Arbeitnehmer*innen während der Produktion dient oder die Landrechte von Kleinbauern und Indigenen stärkt, nützt auch dem Umweltschutz.

Ich freue mich, Sie als MitstreiterInnen an meiner Seite zu haben, denn auch ich möchte – wie Sie es Ihrem offenen Brief vom Dezember 2020 schreiben – „an einem enkeltauglichen Ernährungssystem (arbeiten), in dem Menschen an allen Stellen Menschen sind. Menschen, die in Würde wertige und gesunde Lebensmittel herstellen und handeln und in dem Verbraucher*innen zu Beteiligten werden, die auch im Konsumieren ihre wertschätzende Haltung und Integrität behalten.“

Lassen Sie uns gemeinsam weiter dafür kämpfen, dass wir auf nationaler Ebene mit einem wirksamen Lieferkettengesetz vorangehen und auf europäischer Ebene ebenfalls eine umfassende Verordnung erreichen.

Meinung gefragt!

In diesem Format haben politischen Entscheider*innen die Möglichkeit, persönlich zu Themen Stellung zu beziehen. Bei Verantwortung, dem Oberthema dieser Ausgabe, steht diesmal das aktuelle Lieferkettengesetz im Fokus. SPD und CDU haben lange um dieses Gesetz gerungen. Der aktuelle Gesetzesentwurf bleibt in einigen wichtigen Punkten hinter den Erwartungen von Umwelt- und Sozialverbänden zurück. Dennoch interessiert der Blick von „innen“. Daher haben wir den entwicklungspolitischen Sprecher der SPD-Bundestagsfraktion Dr. Sascha Raabe um einen Meinungsbeitrag gebeten. Raabe setzt sich seit vielen Jahren für ein starkes Lieferkettengesetz ein.

Lieferkettengesetz: EU plant deutlich strengere Vorgaben als Bundesregierung

Das Bundeskabinett hat am 3. März 2021 den Entwurf eines Lieferkettengesetzes beschlossen, das noch in dieser Legislaturperiode verabschiedet werden soll. Der Gesetzentwurf sieht vor, dass Unternehmen ab 2023 verpflichtet sind, alle direkten Lieferanten auf die Einhaltung sozialer und ökologischer Mindeststandards zu überprüfen; bei Verstößen drohen Bußgelder. Betroffen wären zunächst Unternehmen in Deutschland mit mehr als 3.000 Beschäftigten und ab 2024 auch Firmen ab 1.000 Beschäftigten. Gegenüber früheren Entwürfen hat die Regierung diesen Entwurf deutlich abgemildert.

Eine Woche nach Bekanntgabe des dt. Gesetzentwurfs hat sich das EU-Parlament für ein deutlich strengeres Lieferkettengesetz ausgesprochen. Die EU plant noch vor der parlamentarischen Sommerpause einen Entwurf für ein europaweites Lieferkettengesetz vorzulegen. Im Gegensatz zum geplanten deutschen Gesetz, bei dem nur strengere Maßstäbe bei den direkten Zulieferern angelegt werden sollen, fordert die EU, dass die gesamte Lieferkette erfasst wird. In bestimmten Risiko-Sektoren, wie etwa der Textilindustrie, sollen auch mittelbare Zulieferer und Subunternehmer von EU-Firmen deren Verantwortung unterliegen. Die Europaabgeordneten wollen zudem, dass auch Unternehmen ab 250

Mitarbeitern einbezogen werden. Neben großen Unternehmen sollen demnach auch börsennotierte sowie „kleine und mittlere Unternehmen mit hohem Risiko“ den Sorgfaltspflichten unterworfen sein. Der eigentliche EU-Gesetzgebungsprozess beginnt, wenn die Kommission tatsächlich ihren Vorschlag vorlegt und das wird voraussichtlich auch noch einige Zeit dauern. Der deutsche Gesetzentwurf geht als nächstes in den Bundestag, dort beginnen Ende April die offiziellen Beratungen, da es noch im Juni und damit vor der Bundestagswahl im September verabschiedet werden soll.

Hans F. Kaufmann

Menschenrechte und Umweltstandards



Thore Quednau, Vertriebschef von Lebensbaum zum neuen We Care-Standard

Nahezu gleichzeitig zur Vorstellung des Lieferkettengesetzes wurde der We-Care-Standard auf der BIOFACH vorgestellt. War das so geplant?

Nein, das war nicht so geplant. Aber der Zeitpunkt könnte nicht besser gewählt sein. Ein Kritikpunkt am Lieferkettengesetz ist, dass es die Unternehmen überfordert. Mit Alnatura, Bohlsener Mühle und Lebensbaum zeigen Unternehmen aus dem Bio-Fachhandel, dass sie keineswegs überfordert damit sind, sich um Menschenrechte und Umweltstandards in den Lieferketten zu kümmern. Der Pioniergeist steckt in uns allen, wir werden gebraucht, um Dinge zu verändern.

Unternehmen wie Lebensbaum setzen sich seit Jahren intensiv für die Verbesserung sozialer Standards bei ihren Lieferanten ein. Warum jetzt noch ein Siegel?

Egal wie gut es ein Unternehmen meint, ein unabhängiger Nachweis ist wichtig. Hinter We Care

steht mit dem FiBL eine unabhängige und international arbeitende Non-Profit-Organisation, die dem zertifizierten Unternehmen bescheinigt, dass es sich um die Menschen und den Umweltschutz in den Lieferketten kümmert.

Was ist neu an We Care?

We Care ist der erste mir bekannte Standard, der ein ganzheitlich ausgerichtetes Lieferkettenmanagement erfasst und zertifizieren kann. Ein Beispiel dafür: In Äthiopien unterstützen wir gemeinsam mit dem NABU Kleinbauern dabei, ihren Kaffee Bio zertifizieren zu lassen. Dadurch bekommen sie mehr Geld für ihren Kaffee. Außerdem werden in dem Projekt Getränke aus Kaffeeblättern und Briketts aus Kaffeeshalen entwickelt, um zu einer naturnahen Entwicklung im Kafa-Biosphärenreservat und einer grünen Wirtschaft in Äthiopien beizutragen.

Ab wann wird das Siegel auf Produkten zu sehen sein?

Ab Herbst 2021 führen wir das Siegel ein. Es wird eine Zeit dauern, bis alle Produkte mit dem neuen Siegel ausgestattet sind.



Thore Quednau, Vertriebschef von Lebensbaum

TAOASIS: 30 Jahre Duftliebe



Seit Anfang des Jahres arbeitet das rund 60-köpfige Taoasis-Team am neuen Standort in Lage in einem neuen, komplett nachhaltigen Firmengebäude aus Holz. Im angrenzenden Duftgarten und auf den Lavendelfeldern sollen im Sommer zahlreiche Veranstaltungen anlässlich des dreißigjährigen Jubiläums stattfinden. Das Team und die beiden Geschäftsführer Govinda und Axel Meyer (Foto) freuen sich!

In diesem Jahr feiert die TAOASIS Natur Duft Manufaktur ihr dreißigjähriges Jubiläum. Was mit einer kleinen Auswahl von natürlich hergestellten ätherischen Ölen begann, umfasst heute ein Sortiment von mehr als tausend BIO- und Demeter-zertifizierten Produkten. Um das Jubiläum ausgiebig zu feiern, plant das Unternehmen im Sommer mehrere Jubiläumswochen mit Veranstaltungen an seinen Lavendelfeldern und am neuen Firmenstandort in Lage.

1991 gründet Axel Meyer TAOASIS mit dem Ziel die jahrhundertalte Tradition der Aromatherapie wieder als Mittel der Stärkung von Gesundheit

und Wohlbefinden ins Bewusstsein der Menschen zu rufen. Mit seinen Kenntnissen und Erfahrungen schrieb er ein Lexikon der Düfte, eines der ersten deutschen Sachbücher zur Aromatherapie. „Die steigende Nachfrage nach den im Lexikon beschriebenen Düften drängte förmlich danach, diese auch anzubieten“, so Meyer. Dies setzte er in die Tat um und verkaufte seine ätherischen Öle zunächst exklusiv über Apotheken in Deutschland und Österreich, bevor der Bio-Fachhandel und weitere Vertriebswege dazu kamen.

Seit 2018 betreibt TAOASIS mit der Tao-Farm auch einen eigenen Demeter-zertifizierten Hof,



mit dem Ziel, konventionell bewirtschaftete Ackerflächen in Ostwestfalen-Lippe – der Heimat des Unternehmens – auf Demeter-Bewirtschaftung umzustellen. Im Produktsortiment befinden sich mittlerweile über tausend Produkte – von Duftgeräten über Aromakosmetik bis hin zu Bio-Aromen, die zur Verfeinerung von Speisen und Getränken genutzt werden können. In den letzten Jahren ist auch Axel Meyers Sohn Govinda in die Geschäftsführung des Familienbetriebs eingestiegen. Für beide Geschäftsführer gilt, dass der Einklang von Mensch und Natur auch das Wirtschaften bestimmt. Seit 2019 ist TAOASIS Gemeinwohl-zertifiziert.

Alnatura mit neuer We Care-Zertifizierung



Als eines der ersten Unternehmen ist Alnatura nach dem neuen, im Februar 2021 vorgestellten We-Care-Standard für soziale und ökologische Gerechtigkeit entlang der Lieferkette zertifiziert. Es bestätigt Unternehmen der Lebensmittelbranche, dass

sie vom Anbau in den Ursprungsländern bis zum fertigen Produkt ganzheitlich nachhaltig handeln und so Verantwortung für Menschen und Umwelt übernehmen. Der umfassendere Blick auf die Lieferkette unterscheidet We Care von vergleichbaren Standards, so Alnatura. Unternehmen müssten sich im Bereich der Lieferkette Regeln für ihr Handeln setzen, zum Beispiel durch das Ergreifen von Sofortmaßnahmen, wenn Sozial-, Umwelt- oder auch Tier-

wohlstandards verletzt würden. Unabhängiger Träger des Standards ist das Forschungsinstitut für Biologischen Landbau (FiBL) Deutschland e.V. Alnatura ist gemeinsam mit Lebensbaum, das ebenfalls zertifiziert ist, Praxispartner bei der Weiterentwicklung von We Care. Zum Audit angemeldet haben sich weitere Bio-Unternehmen wie Bohlsener Mühle, Midsona, Prima Vera Naturkorn, Peter Riegel Weinimport, Tradin Organic und die Walter Lang GmbH.

Sodasan: Anpacken für eine saubere Welt

Nach jahrelangen Absichtserklärungen von Politik und Großindustrie, dem Klimawandel mit wirksamen Maßnahmen entgegenzutreten, nimmt die Jugend jetzt die Dinge selber in die Hand. Dass diese Entwicklung zu einem Wertewandel in der gesamten Gesellschaft führt, ist eine Hoffnung, die Sodasan mit allen teilt, für die Nachhaltigkeit kein Lippenbekenntnis ist. Deshalb packt Sodasan aktiv mit an und unterstützt das Umweltengagement von Ozeankind e.V. Hierfür wurde eigens die Limited Edition ONE OCEAN konzipiert. Von diesen Produkten geht ein Spendenbeitrag direkt an den Kooperationspartner Ozeankind e.V.

Ozeankind e.V. führt dank dieser unterstützten Umweltprojekte wie nationale und internationale Clean-Ups sowie Bildungsmaßnahmen an Schulen durch. „Ozeankind ist mehr als Müllsammeln“, so Sodasan-Geschäftsführerin Kerstin Stromberg. „Gerade die Jugendbildungsprojekte sind ein sehr wichtiger Baustein in der Verhinderung einer drohenden Klimakatastrophe.“ Durch die Kooperation erhofft sich Ozeankind e.V., mit ihrem Anliegen bekannter zu werden und weitere Unterstützer*innen zu finden, damit die Welt von morgen besser wird.



Kein Trend, sondern Überzeugung: Das Nachhaltigkeitsengagement von Sodasan und Ozeankind e.V. eint das gleiche Ziel, die Welt morgen ein kleines Stück besser zu machen.

PPURA: Kochboxen für Frankfurter Familien in Not



Essen zum Selberkochen vom Spitzenkoch und Ppura

Die Corona-Pandemie hat die Not vieler Familien noch weiter verstärkt. Um Abhilfe zu schaffen, verteilte der Bio-Lebensmittelhersteller PPURA

gemeinsam mit der Hilfsorganisation ARCHE e. V. am Gründonnerstag in Frankfurt Griesheim 120 Kochboxen an bedürftige Familien. Die Boxen enthielten Zutaten für ein einfach zuzubereitendes Pasta-Gericht (Fusilli mit Linsen-bolognese) für sechs Personen, das vom Spitzenkoch Joachim Busch aus dem Frankfurter Restaurant „Gustav“ extra zu diesem Zweck entwickelt wurde.

Seit Beginn der Corona-Pandemie kämpfen Hilfsorganisationen in ganz Deutschland zunehmend verzweifelt gegen die Folgen. Das veranlasste PPURA schon 2020 in Kooperation mit ARCHE zahlreiche Kochboxen an bedürftige Familien zu verteilen. Die Boxen sollten zum

selbstständigen Kochen im Familienkreis ermutigen und enthielten ebenfalls Biozutaten für ein Pasta-Gericht. Die Aktion kam bei Groß und Klein sehr gut an, wie Stephanie Kiefer von der ARCHE erläutert: „Die Familien waren durchweg begeistert von der Kochtüte. Es wurde eifrig gekocht und die Kinder fanden es richtig lecker, obwohl es gemüsig war. Ein echtes Kompliment!“ Für PPURA ist diese Hilfsaktion eine Herzensangelegenheit, wie der Geschäftsführer Cemal Cattaneo erläutert: „2,8 Millionen Kinder in Deutschland leben unter der Armutsgrenze. Wir bei PPURA wollen den Wandel zu einer sozial gerechteren und klimapositiven Wirtschaft vorantreiben. Mit nur ein wenig Engagement aller Unternehmen müsste kein Kind mehr hungern.“

Nachhaltiger Wildfisch: Ökofrost launcht neue Marke „Wildzeit“

Im Februar hat der Berliner Tiefkühl-Pionier Ökofrost mit „Wildzeit“ eine dritte Marke in den Handel gebracht. Nach den Bio-Marken „Biopolar“ und „BioCool“ setzt Ökofrost mit „Wildzeit“ auf nachhaltigen Wildfisch. Die Berliner haben die neue Marke in Zusammenarbeit mit Naturland entwickelt, um den eigenen Maßstäben an Nachhaltigkeit und verantwortungsvollem Handeln im Wildfisch-Segment gerecht zu werden. Die vier ersten Produkte sind nach Naturland Wildfisch Kriterien zertifiziert und werden klimaneutral hergestellt. Zum CO₂-Ausgleich unterstützt Ökofrost in Zusammenarbeit mit NatureOffice ein Waldaufforstungsprojekt in Togo. „Mit Wildzeit öffnen wir uns für Wildfisch-Projekte, die zum Tier- und Umweltschutz beitragen. Mit strengen Richtlinien, was Überfischung und Gefährdung der Jungtierbestände betrifft. Wichtig ist uns als Gemeinwohl-Ökonomie Un-



Die Thunfische für „Wildzeit“ werden auf der Azoren-Insel Faial von Hand geangelt. Foto: ©Fish4ever

ternehmen auch, dass bei Naturland hohe Sozialstandards gelten und unsere Produkte unter fairen Arbeitsbedingungen für die Fischereien

vor Ort entstehen“, betont Anke Frenzel, die bei Ökofrost die Markenführung verantwortet.

Taifun-Tofu: Eiweißreiche Sojasorte für die Tofuherstellung zugelassen



In der Labortofuferei stellen Kristina Bachteler und Kollege Stefan Paul kleine Testtofu aus der neuen Sorte her.

Das Bundessortenamt hat eine neue Sojasorte mit besonderen Eigenschaften für die Tofuherstellung zugelassen. Die Sorte „Tori“ ist von der Taifun-Tofu GmbH und der Universität Hohenheim entwickelt worden. Der Tofuproduzent engagiert sich seit über zehn Jahren in der Züchtung von Sojasorten für den heimischen Anbau. 2019 wurde mit Tofina die erste Sorte aus der Kooperation mit der Uni Hohenheim zugelassen. Die neue Sorte „Tori“ zeichnet sich vor allem durch ihren sehr hohen Proteingehalt von ca. 45 Prozent aus und erhielt bei der amtlichen Sortenprüfung die höchste Wertung

in dieser Kategorie. Damit eignet sie sich besonders gut zur Tofuherstellung. Taifun-Tofu erwartet von der neuen Züchtung außerdem einen hohen Ertrag. Denn die Standfestigkeit der Pflanze macht sie attraktiv für Landwirte. Weil die neue Sorte vergleichsweise spät reift, passt sie gut ins zunehmend mildere Klima Süddeutschlands. „Durch ihre lange Wachstumsperiode kann die Tori am Ende mehr Bohnen hervorbringen“, erklärt Kristina Bachteler, Agrarbiologin und bei Taifun für die Sortenentwicklung zuständig.

Voelkel: Guerilla-Aktion für mehr Mehrweg



Hamburger Straßenkünstler setzten Anfang März in einer Plakataktion gemeinsam mit Voelkel ein Zei-

chen für mehr Nachhaltigkeit. Ein weißes Plakat. Links ein mit 30 Tetra-Pak-Behältern gefüllter Müll-

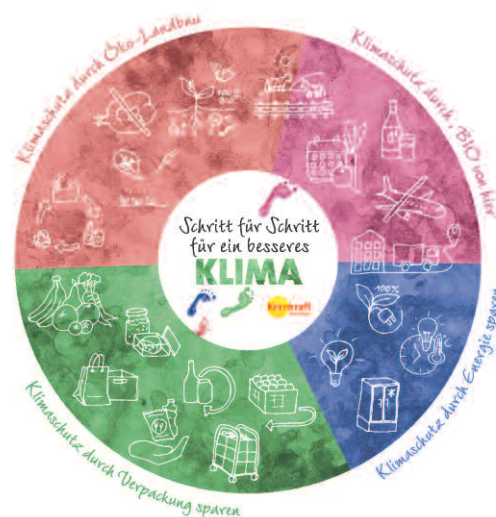
beutel aus Plastik. Die Überschrift: „Kann man machen“. Rechts davon eine Glasflasche. Überschrift dort: „Muss man aber nicht“.

Die Protest-Aktion an der Hamburger Sternschanze trifft den Kern der Sache: Die Installation des überdimensionalen gelben Sacks veranschaulicht eindringlich die Müll-Problematik und zeigt zugleich eine Alternative auf. Umdenken erwünscht: Glasflaschen, wie in der Aktion gezeigt, sind mehr als dreißig Mal wieder zu verwenden und halten länger. Voelkel füllt seinen Hafer Drink von Beginn an in die umweltfreundliche Mehrwegflasche und läutet damit die Wende in puncto Verpackungsmüll bei den Pflanzendrinks ein. Ein wichtiger Beitrag, wenn man an die Unmengen an Verbundverpackungen denkt, die ausgerechnet in den Tonnen der Verwerfungen landen, die an Nachhaltigkeit und veganer Ernährung überdurchschnittlich interessiert sind.

Kornkraft: Bis 2025 Klima-positiv

Der Norddeutsche Naturkostgroßhändler Kornkraft hat sich das Ziel gesetzt, bis 2025 Klima-positiv zu wirtschaften. „Wir sind der Meinung, dass wir als Naturkostbranche und Unternehmer*innen die Aufgabe und Verantwortung haben, uns dem 1,5 °-Ziel zu verpflichten“, so das Unternehmen. „Und wie es zu uns passt, beleuchten wir zur Erreichung dieses ehrgeizigen Ziels nicht nur unseren Betriebsstandort

und unsere Logistik, sondern die gesamte Lieferkette, vom Erzeuger über uns als Großhandel, dem Bioladen bis hin zum Endverbraucher.“ Dieses Ziel als Leitlinie werde in den nächsten Jahren der Ansporn sein, denn das UN 1,5° Ziel sei nicht verhandelbar, so die Überzeugung des Großhändlers aus Hüntlosen.



GEMEINSAM VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

ISANA/bio-verde: Verantwortung für eine enkeltaugliche Zukunft

„Das Thema Verantwortung rückt gerade in Krisenzeiten in den Vordergrund. Für uns zeigt sich, dass die Verbraucher vermehrt zu einer nachhaltigeren Zukunft beitragen wollen. Sie fordern uns Unternehmen auf, unseren Teil zu einer grüneren Zukunft zu leisten. Dieser Verantwortung den Menschen und der Natur ge-

genüber sind wir uns bewusst und arbeiten täglich daran, bio-verde nachhaltiger zu machen.

Nachdem seit 2019 die Entwicklung nachhaltiger Produktverpackungen im Fokus stand, haben wir als weiteren Schritt eine Einkaufsstrategie entwickelt, die sich an den 17 UN-Nachhaltigkeitszielen orientiert und entlang der gesamten Wertschöpfungskette ökologisches und soziales Handeln fordert. Zudem streben wir kontinuierlich weitere Zertifizierungen für unsere Rohwaren an, suchen nach

Wegen für regionales Sourcing und Sozialzertifizierungen. Bis Ende des Jahres strebt bio-verde auch eine Zertifizierung nach CSE-Standard an, wobei die Unternehmensgesamtheit auf seine Nachhaltigkeitsleistung geprüft wird.

Die Erkenntnis als Unternehmen aktiv Teil für eine nachhaltige und lebenswerte Zukunft zu sein, beflügelt und bewegt uns, weiter intensiv an diesen Themen zu arbeiten. Gemeinsam für eine enkeltaugliche Zukunft: eine Überzeugung, die bio-verde seit 1986 lebt.“



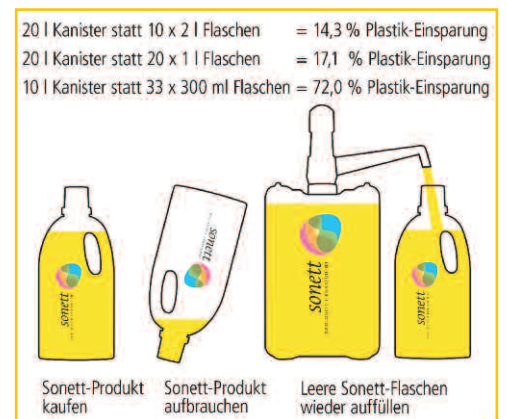
Sonett Pilotprojekt „Recyclingkreislauf“ erfolgreich

2019 startete Sonett ein Pilotprojekt für die Wiederbefüllung und das Recycling eigener PE-Verpackungen gemeinsam mit über 150 Unverpackt-Läden. 80 Prozent der zurückfließenden Kanister konnten dabei gereinigt und wieder befüllt werden. Die nicht verwertbaren Kanister wurden geschreddert, gewaschen, getrocknet und als Recyclat neu produzierten Flaschen zugemischt. Seit Dezember 2020 ist die erste Flaschenserie von Sonett mit 50 Prozent Sonett Recyclat-Anteil auf dem Markt.

Sonett führt nur eigene PE-Flaschen und Kanister in den Kreislauf zurück, da bei PE-Recyclat aus dem gelben Sack niemand sagen könne, welche Reststoffe wie Schwermetalle, Pestizide oder synthetische Duftstoffe darin enthalten seien, so das Unternehmen. Mit dem eigenen Recyclingkreislauf soll ein Maximum an Plastik

und CO₂ eingespart werden, denn Polyethylen (PE) ist, wie Glas, unbegrenzt recyclebar. Der eigene Kanister-Kreislauf weist eine gute Ökobilanz auf: So beträgt die Einsparung bei Wiederbefüllung des 20-Liter-Kanisters 68,75 Prozent CO₂ e. Berechnet wird der CO₂-Verbrauch von der Neuherstellung und Anlieferung der Kanister als CO₂ e (äquivalent), eine Maßeinheit, die aussagt, wie viel ein Stoff zur globalen Erwärmung beiträgt. Für die Berechnung der CO₂ Einsparung wurden die CO₂ Emissionen für Rücktransport, Transportkarton und Reinigung der Kanister ermittelt und einbezogen.

Die positiven Ergebnisse stimmen die Geschäftsführung zuversichtlich: „Die weitere Entwicklung und der Umfang dieses einmaligen Sonett Kreislaufsystems wird allerdings auch davon abhängen, wie sich die Rückführung der leeren Sonett-



Flaschen und -Kanister, zusammen mit unseren Naturkost-Handelspartnern organisieren lässt“, so Beate Oberdorfer, die zusammen mit Gerhard Heid, Oliver Groß und Andreas Roth die Geschäfte des Stiftungsunternehmens Sonett führt.

BOHLSENER MÜHLE unterstützt Kulturschaffende in der Region

Kulturschaffende haben in Pandemiezeiten wenig Auftrittsmöglichkeiten und daher kaum ein Einkommen. Um Künstler*innen in der Region zu unterstützen, lud die Bohlsener Mühle ein, sich mit Videos für einen Auftrittsort zu bewerben. Der Clou dabei: Gezahlt wird die Gage sofort, Auftritte finden statt, wenn die Pandemie-Entwicklung es wieder zulässt. Der Bio-Hersteller aus der Lüneburger Heide stellte dazu ein Budget von 10.000 Euro zur Verfügung, um ausbleibende Einnahmen für Kulturschaffende abzufedern und ihnen Auftrittsperspektiven zu bieten. Mit großer Resonanz: rund 70 Bewerbungen von ganz unterschiedlichen Kunst- und Kulturschaffenden erreichten das Team der Bohls-



Das plattdeutsche Duo Muul Op aus dem Wendland gehört zum Kreis der Künstler*innen, die von der Bohlsener Mühle ausgewählt wurden.

sener Mühle. „Mit so vielen unterschiedlichen Bewerbungen hatten wir nicht gerechnet. Dass Kultur Kraft gibt, zeigte sich allein in der Aus-

wahlphase – es hat ungemein gutgetan, sich mit der Planung zukünftiger Events zu beschäftigen, auch wenn es im Moment nicht den Live-Auftritt, sondern nur die Vorfreude darauf geben kann. Denn so schön und wichtig die digitalen Angebote gerade sind, das gemeinsame Erleben fehlt“, so Volker Krause, geschäftsführender Gesellschafter der Bohlsener Mühle.

Ausgewählt wurden 14 Künstler*innen, darunter verschiedene Bands und Musik-Duos sowie eine Fotokünstlerin und ein Zauberer. Gemeinsam mit dem Bohlsener Mühle-Team freuen sich alle auf die Feste, Lesungen und Events, die hoffentlich bald wieder möglich sein werden.

Terra baut Lkw-Flotte mit neuer LNG-Zugmaschine aus



Gute Alternative für den Übergang: Die neue Erdgasbetriebene Zugmaschine von Terra Naturkost.

Da es für den Lkw-Fernverkehr immer noch keine praktikablen Elektromotoren gibt, setzt der Berliner Bio-Großhandel Terra Naturkost auf Erdgas als gute Alternative für den Übergang. „Denn wir können und wollen nicht einfach abwarten, bis die perfekte Motorenlösung da ist, sondern optimieren unsere Flotte fortlaufend“, erklärt Meinrad Schmitt, Inhaber und Geschäftsführer der Terra Naturkost Handels KG. Sieben CNG-Zugmaschinen, die mit komprimiertem Erdgas (Compressed Natural Gas) Liefertouren bis

maximal 500 Kilometer bedienen, sowie eine LNG-Zugmaschine (Liquified Natural Gas) hat Terra derzeit auf der Straße. Damit kann die Flotte auch auf der langen Strecke bis 1000 km den Ausstoß gesundheits-, klima- und umweltschädlicher Emissionen reduzieren. Die LNG-Zugmaschine werde überwiegend auf Touren nach Süddeutschland eingesetzt werden. „Zusammen mit dem zugehörigen Auflieger unterstreichen Terra und Neumarkter Lammsbräu ihr Engagement für die biologische Vielfalt“, erklärt Meinrad Schmitt.

Schrozberger Milchbauern: Aus Leidenschaft stur!

Die genossenschaftlich organisierten Schrozberger Milchbauern gehen kommunikativ neue Wege. Kern ist ihr Slogan „Aus Leidenschaft stur!“, mit dem auch das neue Online-Magazin der Schrozberger betitelt ist. Zu finden ist das neue Magazin mit vielen aktuellen News, spannenden Hintergrundinformationen zu den Schrozberger Milchbauern und ihren Produkten und zahlreichen authentischen Fotos auf der ebenfalls neu designten Website www.schrozberger-milchbauern.de.

Die Schrozberger Milchbauern, zu denen mittlerweile 105 zertifizierte Demeter-Höfe zählen, haben 1974 die erste und mittlerweile größte

Demeter-Molkerei gegründet. Genossenschaftlich organisiert und damit unabhängig sind sie aus Überzeugung: „Manche sagen, Genossenschaften sind altmodisch. Aber als Genossenschaft haben wir Schrozberger Milchbauern alle Entscheidungen selbst in der Hand und müssen weder auf Banken noch auf Aktionäre Rücksicht nehmen. Wir bestimmen selbst, wie wir wirtschaften und in welche Neuerungen wir investieren. Unsere Entscheidungen sollen vor allem der Qualität unserer Produkte zugutekommen.“ Heute verarbeitet die Molkerei rund 29 Mio. kg Milch nach strengen Demeter-Richtlinien und bietet weltweit das größte Sortiment an Demeter-Milchprodukten.



BIO PLANÈTE: Judith Faller-Moog in den Zukunftsbeirat berufen



Der Sächsische Staatsminister für Energie, Klimaschutz, Umwelt und Landwirtschaft Wolfram Günther hat Judith Faller-Moog, Gründerin der Ölmühle Moog, in den Zukunftsbeirat Innovation berufen. Das neugegründete Gremium soll das Land Sachsen dabei beraten, dessen Innovationsfähigkeit weiterzuentwickeln sowie regulatorische Rahmen und För-

dermöglichkeiten für die innovativen Ansätze aus Gesellschaft und Wirtschaft zu schaffen. Von Austausch in dem 15-köpfigen Beirat erhofft sich Judith Faller-Moog, dass aktuelle Erkenntnisse schneller von der Politik aufgegriffen werden: „Themen wie Nachhaltigkeit, Klimaschutz und True Costs beschäftigen uns als Hersteller von Bio-Ölen seit vielen Jahren jeden Tag. Mein Ziel ist es, dass die Ideen aus dem Beirat auch ihren Weg in die Umsetzung finden.“

Nachhaltige Etiketten und weniger Verpackung

Mit dem Launch der neuen Fresh & Fruity Ölziehmischung verzichtet die Ölmühle Moog auf Verpackungshüllen aus Pappe und die Messbecher aus biobasiertem Kunststoff. Damit kann das Unternehmen drei Tonnen Verpackungsmüll im Jahr einsparen. Darüber hinaus wird in allen Bereichen versucht, jeglichen Materialeinsatz sinnvoll abzuwägen. Der Einsatz von Werbematerialien und die Umstellung auf FSC-Material sind dabei wichtige Themen.

Herbaria erneut EMASplus zertifiziert



Die Herbaria Kräuterparadies GmbH ist 2021 erneut EMASplus zertifiziert. 2020 erfolgte die erste Validierung nach dem erweiterten Standard.

EMASplus basiert auf dem europäischen EMAS-System (Eco Management and Audit Scheme) und erweitert das Umweltmanagement um die soziale und ökonomische Perspektive zu einem integrierten und ganzheitlichen Managementsystem. Ein Fokus Schwerpunkt liegt dabei auf langfristige Partnerschaften und die enge Zusammenarbeit zwischen allen Partner*innen der Wertschöpfungskette bis hin zu den Mitarbeitenden im eigenen Unternehmen und den Kund*innen.

Seit dem letzten Jahr gibt es bei Herbaria neben einem Umweltbeauftragten auch eine Nachhaltigkeitsbeauftragte. Darüber hinaus ist in jeder Abteilung des Unternehmens eine Person für das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele verantwortlich.



Yarrow wechselt auf 100% recyclebare Verpackungen

Ab April wird das Yarrow Trockenfutter in neuer, recyclebarer Verpackung in den Marktregalen zu finden sein. Auch wenn man es den 6 oder 15 KG-Packungen auf

den ersten Blick nicht ansieht, macht das verwendete Material einen großen Unterschied. Alle Verpackungen fürs Trockenfutter, die bei Yarrow einen Anteil von 25 Prozent ausmachen, bestehen nun zu 100 Prozent aus dem robusten und Lebensmittelsicheren Monostoff Polyethylen (PE). Dieser ist vollständig recyclebar und kann für die Herstellung anderer Produkte

wiederaufbereitet werden. „Bei Bio darf nicht Schluss sein. In unserem Bestreben nach positiven nachhaltigen Veränderungen sind wir bei Yarrow froh darüber, etwas zum Wertstoffkreislauf beitragen zu können und damit Verantwortung zu übernehmen,“ erklärt Christian Franke, Vertriebsleitung D/A/CH beim Bio-Tierfutter-Hersteller Yarrow.

Barnhouse baut regionalen Getreideanbau weiter aus



Johann Hobmaier, einer von nun 88 Barnhouse Bäuerinnen und Bauern.

Seit der Ernte 2020 verarbeitet Barnhouse zu 100 Prozent Hafer- und Dinkelflocken, die auf den regionalen Feldern von 66 Vertrags-Bäuerinnen und -Bauern wachsen. Die steigende Nachfrage sowie der Einsatz der Regio-Flocken auch in ausschließlich für den Export produzierten Krunchy-Sorten machte nun eine Erweiterung der Kooperation notwendig. Ab diesem Jahr bauen insgesamt 88 Verbandslandwirte Getreide für den bayerischen Hersteller an. „Von Anfang an war es unser Ziel, hier in der Region den ökologischen Anbau weiterzuentwickeln und die Erzeuger zu stär-

ken“, freut sich Barnhouse Geschäftsführer Martin Eras über den Erfolg. Barnhouse's Fokus auf den regionalen Anbau hat eine Strahlkraft, die auch im europäischen Ausland Wirkung zeigt. „Auch wenn für Kunden im Ausland das Getreide aus unserer Gegend in geographischer Hinsicht natürlich nicht ‚regional‘ ist, so wird das Konzept, das dahintersteht, dort sehr wohl gesehen und wertgeschätzt. Die Bedeutung einer echten Partnerschaft mit den Bauern, faire Preise sowie das damit verbundene ökologische Engagement kennt keine Grenzen.“

Wechsel der Gesellschaftsform: Bio Company wird SE

Der Berliner Einzelhandelsfilialist BIO COMPANY wechselt zum 1. Juli 2021 seine Gesellschaftsform von der GmbH zur europäischen Societas Europaea (SE). Dabei handelt es sich um eine Aktiengesellschaft ohne offen zirkulierende Aktien. Gründer und geschäftsführender Gesellschafter Georg Kaiser wechselt dabei in den Aufsichtsrat, dem außerdem Markus Lüthi, Präsident des Verwaltungsrates der Bio

Development AG, angehört. Der künftige Vorstand wird sich aus den langjährigen Mitarbeiter*innen Daniela Feldt (Finanzen/Personal), Nicole Korset-Ristic (Verkauf/Expansion) und Boris Frank (Marketing/Einkauf/IT) zusammensetzen. Georg Kaiser zieht sich nach über 20 Jahren aus dem operativen Geschäft zurück und wirkt fortan auf einer neuen Ebene für die BIO COMPANY und die Branche.



Neue Führungsspitze bei der BIO COMPANY ab 01.07.21: (v.l.n.r.) Vorstände Nicole Korset-Ristic, Boris Frank, Daniela Feldt und Aufsichtsrat Georg Kaiser.

Ökoland: Wiederverwertbare Verpackung



Lebensmittelverpackungen nachhaltiger zu gestalten ist ein wichtiges Anliegen von Ökoland. Kunststoff als Verpackungsmaterial steht oft in der Kritik, ist aber nicht für alle

Produktionsprozesse immer ersetzbar. In Abwägung verschiedener Nachhaltigkeitsstrategien hat sich der norddeutsche Naturkosthersteller für Recycelfähigkeit des Verpack-

kungsmaterials entschieden, damit möglichst viel davon wiederverwertet werden kann. Statt üblicher Verbundstoffe setzt Ökoland auf Monomaterialfolien, die nahezu komplett aus Polypropylen (PP) bestehen und guten Produktschutz und die Funktionalität anderer Folien bieten.

„Verbundverpackungen aus Kunststoff und Papier können kreislaufwirtschaftlich problematisch sein, ebenso wie häufig verwendete Folien aus verschiedenen Kunststoffen, soge-

nannte Multilayer“, erklärt Norma Stangl, öffentlich bestellte Sachverständige für Verpackungsentsorgung. Den Verpackungsreife auch für sein Premium Schinken Sortiment nutzt Ökoland nun für den Einsatz der stofflich fast vollständig recycelbaren, nachhaltigeren Verpackungsalternative. Ein unabhängiges Prüfinstitut bescheinigte der neuen Verpackung eine sehr gute Recycelbarkeit. Das Zeichen „Folie aus PP – gut recyclebar“ auf der Verpackung gibt darüber Auskunft.

Cosmondial: Neues Konzept mit benecos BIO

Mit der neuen Linie benecos BIO will sich Naturkosmetikhersteller Cosmondial klarer positionieren: in Gestaltung und Kommunikation „provokativer, lauter, nicht so brav wie bisher“. Dafür stehen auch die pointierten Sprüche und Namen der einzelnen Produkte, die komplett bio, vegan und nach COSMOS ORGANIC-Standard zertifiziert sind. Darüber hinaus kommen sie in umweltfreundlichen 500ml

rPET (recyceltes PET) Flaschen auf den Markt, für die es Nachfüllbeutel geben wird. Neu und nachhaltig sind auch die Etiketten, die die aufwändige Bedruckung der Flaschen ersetzen. So können diese später einfacher in den Recyclingkreislauf zurückgeführt werden. „Nach dem Launch der Care Linie im Frühsommer dieses Jahres folgt schon bald auch ein kleines, feines Sortiment der Dekorativen

Kosmetik. Schon jetzt können wir so viel verraten, es wird in puncto plastikfreie Kosmetik ganz neue Maßstäbe setzen“, kündigt Cosmondial an.



Sonnentor: Wenn Arbeit eine Sinn-Win-Situation ist

Der Bio-Pionier aus dem österreichischen Waldviertel zeigt seit mehr als drei Jahrzehnten: „Andersmachen“ zahlt sich aus. Trotz der aktuellen Herausforderungen wurden rund 30 neue Arbeitsplätze geschaffen und der Ausbau der Kräutertrockner gestartet. Für Sonnentor ist das Engagement für die Umwelt und die Mitmenschen („Sinnmaximierung statt Gewinnmaximierung“) der Schlüssel zum Erfolg. „Unser Wirtschaftssystem verbraucht zu viele Ressourcen und die Mehrheit strebt nach kurzfristiger Gewinnmaximierung. Anstatt neue Probleme zu verursachen, müssen wir lernen, Teil der Lösung zu sein“, erklärt SON-

NENTOR Gründer Johannes Gutmann und ergänzt: „Ich lebe schon immer meine Vision. Was mir im Arbeitsalltag wichtig ist: gesund bleiben, Freude haben, gebraucht werden und mit Menschen zusammenarbeiten, die meine Werte teilen.“ Aufgrund der starken Nachfrage nach den Tees und Kräutern des Bio-Unternehmens wurden in den vergangenen Monaten sowohl in der Produktion als auch in der Handverpackung neue Mitarbeitende eingestellt. In Summe zählt das Team mehr als 500 Menschen in Österreich, Deutschland, Tschechien und Rumänien, die aus 10 verschiedenen Nationen kommen. Der Anteil an Frauen be-



30 neue Arbeitsplätze in Produktion und Handverpackung.

trägt 55 Prozent. Hinzu kommen rund 1.000 Bio-Bäuerinnen und Bauern weltweit.

Naturkost Schramm: Wie Bio und sozial kann importiertes Obst und Gemüse sein?



Naturkost Schramm aus Appenweier im Schwarzwald importiert seit über 30 Jahren Bio-Obst und -Gemüse aus Spanien, Frankreich, Marokko und Süddeutschland für den Bio-Fachhandel. Um Verbraucher*innen wie auch Produzent*innen mehr Sicherheit in punkto Qualität und faire Erzeugung zu geben, hat der Importeur mit SIVISIO nun eine Eigenmarke geschaffen, die nach strengen ökologischen, sozialen und ethischen Stan-

dards durch Ecovalia, einer non-profit-Organisation des spanischen Bio-Zertifizierers CAAE, kontrolliert wird. „Unser Obst und Gemüse wird absolut sauber produziert. Dabei halten wir uns bei unseren SIVISIO-Produzenten an die Richtlinien der strengen spanischen „ecovalia +social“-Zertifizierung, jeder sollte von seiner Hände Arbeit gut und planbar leben können“, erklärt Christian Kaufmann, Geschäftsführer von Naturkost Schramm. „Deshalb sind auskömmliche Löhne selbstverständlich und Saisonkräfte erhalten lebenswerte Unterkünfte. Ein weiterer Fokus liegt auf Chancengleichheit,

auf Maßnahmen gegen Diskriminierung und eine strenge Kontrolle der Einhaltung aller Gesetze, Vorschriften und Abmachungen.“

Im Rahmen der ecovalia +social-Zertifizierung gilt u.a. eine Offenlegungspflicht von Lohnbüchern und es finden unangekündigte Besichtigungstermine und Mitarbeitergespräche statt. Der Zertifizierungsprozess ist intensiv und dauert bis zu zwei Jahre. Voraussetzung für die Zertifizierung ist, dass jeder Betrieb seit mindestens fünf Jahren als hundertprozentiger Biobetrieb arbeitet.

Bauckhof Mühle: Kuchenbackmischungen jetzt mit heimischem Rübenzucker



Die glutenfreien Kuchenbackmischungen der Bauckhof Mühle werden regionaler und damit nachhaltiger. Statt Rohrzucker aus der Ferne enthalten die Produkte nun Bio-Rübenzucker aus Deutschland, dadurch verringern sich die Transportkilometer und die regionale Bio-Landwirtschaft wird gestärkt. Die Umstellung erfolgt schrittweise ab April 2021.

Gleichzeitig werden die Verpackungen immer nachhaltiger. Der Großteil des Sortiments ist bereits auf siegelbare Papierverpackungen

Ein Stück nachhaltiger mit heimischem Rübenzucker
© Bauckhof/iStockphoto, Derek Brumby

umgestellt. Die seien nicht nur nachhaltiger, sondern böten auch einen besseren Produktschutz durch die Barrierefunktion und seien schneller lieferbar, da sich Produktion und Druck schneller umsetzen ließen, so das Unternehmen. Bei den wenigen Produkten, die noch in Kunststoffpackungen ausgeliefert werden, stellt Bauck auf Mono-PP um. Dieses Material ist kein Verbundstoff und lässt sich so sehr gut recyceln. Über einen QR-Code auf den Verpackungen können sich Kund*innen schnell und einfach über die Vorteile der Verpackungen informieren.

Artenvielfalt bewahren mit AlmaWin



Insekten sind die Grundlage für ein funktionierendes und ausgeglichenes Ökosystem. Dennoch sind sie in ihrer Vielfalt und ihrem Fortbestand massiv bedroht. Hier übernimmt AlmaWin Verantwortung und setzt nach Aktion „Nützlingsweide“ im vergangenen Jahr das Engagement für mehr Biodiversität im Jahr 2021 fort und sät eine „Schmetterlingsweide“ mit 2.000 qm am neuen Firmenge-

bäude in Winterbach. Die firmeneigene „Schmetterlingsweide“ ist für AlmaWin nur ein erster Schritt, sie soll Anstoß für alle sein, selbst aktiv zu werden: Im Rahmen von zwei neuen Nachfüllbeutel-Aktionssets verschenkt AlmaWin 35.000 Päckchen samenfester „Bio-Schmetterlingsweide“ für das eigene Insektenparadies zuhause.

DGE-Zertifizierung für Kita-Verpflegung von Byodo

Gesund, vollwertig und lecker soll das Mittagessen von Byodo für die mittlerweile 12 Kitas und Kindergärten im Landkreis Mühldorf sein. Für den ausgewogenen Speiseplan, der regional und saisonal aus hochwertigen Bio-Produkten zusammengestellt wird, erhielt das Naturkostunternehmen nun die Zertifizierung der Deutschen Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE) nach dem DGE-Qualitätsstandard für die Verpflegung in Tageseinrichtungen für Kinder.

– ebenso wie die gesundheitsfördernde Zusammenstellung der Kindermenüs.



Marcus Hofer, Verantwortlicher für die Kita-Verpflegung bei Byodo und Küchenleiter Florian Gallus

Für die Zertifizierung wurde die gesamte Prozesskette bei Byodo unter die Lupe genommen – also Planung, Einkauf, Zubereitung sowie Entsorgung und Reinigung rund um das Kita-Catering. Auch die Qualifikation der Mitarbeiter*innen und die Kommunikation rund um das Verpflegungsangebot wurden geprüft

MOIN Bio: Testsieger ohne technische Enzyme



Für die Ausgabe 2/2021 testete die Stiftung Warentest 23 Aufbackbrötchen. Bei den tiefgekühlten Brötchen schnitten die MOIN Bio „Sonntags Krustis“ mit einer Gesamtnote von 1,6 (GUT) am besten ab und wurden Testsieger. In den Kategorien „mikrobiologische und sensorische Qualität“ erhielten sie sogar die Bestnoten 1,0. Für den norddeutschen Backwaren-Spezialisten ist das Ergebnis Bestätigung für ihre Arbeit. Denn Moin verzichtet bei allen Produkten auf den Zusatz technischer Enzyme, da deren Wirkung auf den menschlichen Körper zweifelhaft sei, so das Unternehmen. Statt künstlicher Zusätze vertraut Moin auf die Qualität der natürlichen langen Teigreife und auf das handwerkliche Können der Bäcker*innen.

GEMEINSAM VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

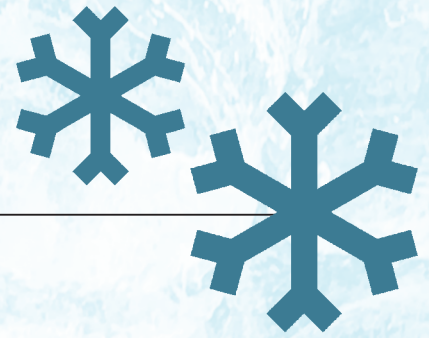
Grell Naturkost

„Als Unternehmen sind wir ein festes Mitglied dieser Gesellschaft und beeinflussen durch unser Handeln unsere Umwelt. Deswegen ist für uns entscheidend, Verantwortung auch an den Stellen zu übernehmen, an denen wir einen freiwilligen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung unserer Gesellschaft leisten können. Dies beginnt zum Beispiel bei der Förderung wichtiger Initiativen unserer Branche. Deshalb haben wir erst kürzlich unser Engagement bei der Kampagne „1 Cent pro Ei“ verlängert. Aber auch bei der Zusammenarbeit mit unseren Erzeugern*innen können wir Verantwortung übernehmen, indem wir ihnen faire und langfristige

Partnerschaften auf Augenhöhe bieten. Die ökologische Saatgutzüchtung liegt uns besonders am Herzen. Deshalb fördern wir auch in diesem Jahr gemeinsam mit der Gerd Godt-Grell Stiftung unsere Partner von Apfelgut e.V. und Saatgut e.V. Als Aktiv-Mitglied von bioverita können wir die Arbeit für die Bio-Züchtung ausweiten und die Förderung samenfester Sorten aus biologischer Züchtung sowie die Stärkung von Transparenz einzelner Sorten in der Wertschöpfungskette aktiv mitgestalten. Darauf freuen wir uns!“



Klimaschutz mit der Kühltruhe



Rechtzeitig planen, Kostenfallen vermeiden



Klimaschutz bei der Kältetechnik

- Die **F-Gas-Verordnung** der EU legt fest, dass klimaschädliche Kältemittel seit 2015 immer knapper und damit teurer werden. Klimafreundliche Alternativen mit niedrigem GWP sollen sie bis 2030 nach und nach ersetzen.
- **GWP** steht für Global Warming Potential – das potenzielle Treibhauspotential einer chemischen Verbindung, das in CO₂-Äquivalenten angegeben wird. Ein Kilogramm Methan trägt zum Beispiel 28 Mal so stark zum Treibhaus-effekt bei wie ein Kilogramm CO₂, das sehr häufig verwendete Kältemittel Tetrafluormethan (R 134a) sogar 1.430 Mal so stark.
- Die Produktion einiger Gase wird ganz verboten. Das betraf im letzten Jahr R404A – das Mittel mit einem GWP-Wert von fast 4.000 ist nun nur noch als Recyclat auf dem Markt und irgendwann Geschichte.
- Die besten Alternativen sind **natürliche Kältemittel** wie Kohlendioxid, Ammoniak und die Kohlenwasserstoffverbindungen Propan und Butan. Sie kühlen genauso gut und schützen dabei das Klima.

Kühlung ist für viele Bioläden kein Herzenthema, aber entscheidend für die Bilanz, finanziell und ökologisch. Bis zu 60 Prozent der Stromkosten gehen auf die Kappe der Kühlgeräte – und dann ist da noch die Sache mit den Kältemitteln: Die sogenannten F-Gase heizen den Klimawandel an.

Ihre Gefriertruhe setzt immer öfter Eis an? Sie wollen als Bio-Fachgeschäft dazu beitragen, dass die EU ihre Klimaziele erreicht? Dann ist es Zeit, sich die Kühlmöbel mal genauer anzuschauen. So manch altes Schätzchen tut zwar noch seinen Dienst, versteckt aber tief im Rohrsystem ein unfeines Geheimnis: teilfluorierte Kohlenwasserstoffe als Kältemittel, kurz HFKW. Sie sind aufgrund ihres extrem hohen Treibhausgas-Potenzials besonders klimaschädlich – zum Teil mehrere tausend Male schädlicher als CO₂.

Deswegen werden diese Kältemittel nach und nach vom Markt verschwinden. Die F-Gas-Verordnung der EU hat 2015 eine schrittweise Verknappung eingeleitet, so dass bis 2030 die Menge der HFKW um fast 80 Prozent gesunken sein wird. Was knapp ist, wird teurer – das sieht man schon jetzt am Preisschild vieler herkömmlicher Kältemittel. Je höher das Treibhauspotential eines Kältemittels, umso teurer wird es im Laufe des sogenannten Phase-Downs. „Es ist also nie zu früh, den Umstieg zu planen“, rät Ulrike Schaal vom Bundesverband Naturkost Naturwaren. Der BNN engagiert sich mit acht weiteren europäischen Partnern im EU-Projekt „Refrigerants Naturally! for LIFE“ – kurz RefNat4LIFE

– für die Umstellung auf klimafreundliche und natürliche Kältemittel im Naturkostfachhandel. Gleich zwei gute Gründe dafür nennt Ulrike Schaal: „Einerseits, weil Bio und Nachhaltigkeit, also auch nachhaltige Kühlung, einfach zusammengehören. Außerdem wollen wir den inhabergeführten Einzelhandel dabei unterstützen, rechtzeitig vor einem Wechsel der Kühlgeräte die erforderlichen Informationen zu bekommen.“

Kühl kalkulieren – rechtzeitig!

Denn wenn die Kühltruhe im Laden streikt, muss es schnell gehen. Wer sich dann ins Thema schon ein bisschen eingefuchst hat, kann in einer solchen Stress-Situation trotzdem ökologisch verantwortungsbewusst entscheiden und gerät später nicht in eine Kostenfalle. Außerdem sind längst nicht alle Kältefachfirmen fit in Sachen umweltfreundlicher Kühlung oder setzen auf „business as usual“. Rechtzeitig den eigenen Dienstleister zu prüfen und gegebenenfalls Ausschau zu halten nach einem neuen mit Sinn für moderne Umwelttechnik, das erleichtert den Weg zu einer praxistauglichen und klimafreundlichen Lösung enorm. Denn einfach ein neues, klimafreundliches Kältemittel einfüllen, das ist leider fast nie eine Option.

Den Einstieg erleichtern Leitfäden, die im Projekt „Refrigerants Naturally! for LIFE“ entwickelt worden sind: Welche Vorschriften gibt es – und was darin ist relevant für den Lebensmittelhandel? Wie erkenne ich energieeffiziente Geräte? Welche Eigenschaften haben die verschiedenen Kältemittel? Eine Vorlage für die Geräte-Inventarisierung im Geschäft und eine Checkliste für die Auswahl klimafreundlicher Alternativen helfen bei der ersten Orientierung. Für den Herbst sind auch E-Learning-Kurse für Ladenbesitzer geplant.

Sylvia Haslauer vom Biomarkt LaVida in Oberbayern steckt schon mitten in der Planung für eine Umstellung. Die Geräte sind schon ziemlich alt und „so eine Kühlanlage sagt vorher ja nicht, dass sie kaputt geht“, lacht die Inhaberin. Von ihrer bisherigen Kältefirma hat sie sich verabschiedet: „Da konnte ich mir den Mund dumm und dusselig reden, der hat keinen Draht dafür. Es gibt leider nicht viele, die ökologisch denken und praktische Erfahrung

haben.“ Anderen Bioladenbetreibern rät sie, einen Beratungstermin zu machen, auch wenn das was kostet: „Sich schlaue machen, was ist möglich bei mir, was kostet es? Kompetente Beratung ist das A und O.“ Sylvia Haslauer's neuer Kältetechniker knobelt übrigens noch an der richtigen Lösung – das klimafreundliche Happyend muss also noch etwas warten.

Der Staat unterstützt Klimaschutz-Upgrades

Da die Investition etwas größer sein kann, lohnt es sich, den Förderrechner für Investitionen in Kälte- und Klimaanlage auf der Website der Nationalen Klimaschutzinitiative (www.klimaschutz.de) anzuwerfen. Für die Umstellung auf umweltfreundliche Kältemittel gibt es staatliche Zuschüsse. So lohnt sich der Aufwand noch mehr, nicht nur für die Klimabilanz des eigenen Ladens, sondern auch finanziell: Mit energieeffizienten Geräten, vielleicht sogar Wärmedämmung und Wärmerückgewinnung, lässt sich auf Dauer sehr viel Strom sparen.

Gute Erfahrungen mit natürlichen Kältemitteln hat Klaus Leiter vom Eekenhof in Friesland – mit Isobutan in Stand-Alone-Geräten schon seit 2014, und seit 2017 auch mit Kohlendioxid. Der Bio-Hofladen gehört zu einem Gemüsebau-Betrieb, so dass Kühlung in etwas größerem Maßstab benötigt wird. Bei der Umbauplanung wurde Leiter klar, dass die alten Kältemittel keine Option waren – viel zu hoch sind die GWP-Werte (Global Warming Potential, also das Treibhauspotenzial). „Für mich als Biopionier war das irre und witzig, es

galt eine bessere Lösung zu finden.“ Aber auch hier winkte der bisherige Kältetechniker ab. „In 15 Kilometer Entfernung hab ich dann jemanden gefunden, der hat gesagt, das ist interessant, ich klemm mich dahinter“. Mehr und mehr Kältetechniker hätten die Botschaft inzwischen gehört, ist Klaus Leiter überzeugt, man müsse im Zweifel ein wenig herumfragen.

Die neue Anlage für den Gemüsebau war teurer als eine vergleichbare mit F-Gasen, aber Leiter rechnete weiter: „Es ist ja klar, dass das richtig teuer wird mit den alten Kältemitteln, und der Umbau ist eine Investition auf Jahrzehnte. Ich bin sicher, dass wir das wieder einsparen.“ Auch im Laden stehen noch einige Verbesserungen an, unter anderem gibt es noch einen Tiefkühlschrank mit dem F-Gas 404A, einen Käsereisen, zwei Kühlhäuser und ein Kühlregal für Molkereiprodukte. Die klimafreundliche Lösung ist im Detail gar nicht so einfach zu finden, weil die Lastanforderungen zu niedrig sind für ein System mit Kohlendioxid. Mit dem Umbau möchte er auch die Abwärme der Kühlung nutzen. „Das wäre eine echte Energie-Ersparnis, wenn man die Heizung und die Warmwasserbereitung mit einem Wärmetauscher anschließt.“ Anderen Umbauwilligen rät er, unbedingt auf natürliche Kältemittel zu setzen und wenn möglich, das Kühlaggregat draußen aufzustellen, und er rät, sich nichts aufschwätzen zu lassen: „Uns steht das als Bioladen und als Biobranche nicht nur gut zu Gesicht, sondern es ist die einzige Alternative! Das ist Dinosaurier-technik, wenn wir jetzt noch die alten Kältemittel nehmen.“

Katja Niedzwecky



Bisher sind die Kühlmöbel auf dem Eekenhof mit zwei Kühlaggregaten im Außenbereich verbunden. Inhaber Klaus Leiter wünscht sich eine Verbundanlage, die beide ersetzt und die mit Hilfe eines Wärmetauschers auch für Warmwasser und Raumheizung sorgt.



EU-Projekt für klimafreundliches Kühlen

Ziel von „Refrigerants, Naturally! for LIFE“ *(RefNat4LIFE) ist die europaweite Förderung von klimafreundlichen natürlichen Kältemitteln im klein- und mittelständischen Lebensmittel-Einzelhandel, insbesondere im Bio-Fachhandel.

Finanzierung:

Über das EU-Programm LIFE, das Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen fördert

Projektlaufzeit:

Juni 2019 bis Dezember 2021

Das bietet das das Projekt:

- Leitfäden und Checklisten für die Praxis und Beispiele zur klimafreundlichen Kühlung – für die zweite Jahreshälfte sind auch weitere Online-Informationsangebote wie Erklärvideos geplant.

- Hinweise zu Förderprogrammen für klimafreundliche, Kälteanlagen, Klimaanlage und Wärmepumpen mit natürlichen Kältemitteln bei kleinen Lebensmittelgeschäften

- Schulung von Technikern zu klimafreundlichen Kältetechnologien

www.refnat4life.eu/deutsch/





Klimafreundlich kühlen: „Eine frühe Umstellung rentiert sich oft schnell“

Interview mit Britta Pätzold, Projektmanagerin bei der unabhängigen Umweltberatungsfirma HEAT GmbH

Warum lohnt es sich für Bioläden, die Kühlgeräte kritisch zu inspizieren?

Die F-Gas-Verordnung sorgt dafür, dass klimaschädliche Kältemittel immer knapper werden. Läden sind also nicht verpflichtet, sofort alle alten Geräte mit Kältemitteln mit hohem Treibhauspotenzial außer Betrieb zu nehmen. Aber die Betriebskosten steigen, weil Kältemittel mit hohem GWP immer teurer werden und zum Teil gar nicht mehr verfügbar sein werden. Damit niemand in diese Sackgasse gerät, wollen wir mit „Refrigerants Naturally! for LIFE“ dazu anregen, sich rechtzeitig über klimafreundliche Alternativen zu informieren. Neben dem Kältemittel ist der Energieverbrauch ein wichtiger Punkt: Ein altes, ineffizientes Gerät frisst sehr viel Strom und hat damit einen größeren CO₂-Abdruck als ein vergleichbares neues mit einer guten Energie-Effizienzklasse. Ganz grundsätzlich hat der Biohandel ja ein eigenes Interesse an Nachhaltigkeit, und das Thema wird auch für Kundinnen und Kunden immer wichtiger. Eine klimafreundliche Umrüstung der Kühlmöbel ist ein gutes Thema für die Kundenkommunikation.

Wie ist der Wissensstand im Lebensmittelhandel?

Umfragen für unsere Marktstudie in Europa haben gezeigt, dass das Thema Kältetechnik gerade bei den kleinen Läden nicht an erster Stelle steht. Zum Teil aus Zeitmangel, Ladenbetreiber müssen sich um viele Dinge küm-

mern. Viele Bioläden denken außerdem bei Umwelt- und Klimaschutz eher an Lebensmittel: Wo kommen die her, wie werden sie produziert? Das Thema Kühlung ist sehr technisch, man muss sich ein bisschen einarbeiten. Aber Kühlung ist lebenswichtig! Wenn sie ausfällt, verderben die Produkte. Und im schlimmsten Fall hat ein Laden eine alte Anlage mit einem Kältemittel mit hohem Treibhauspotenzial und da gibt es ein Leck – dann tritt das ganze Kältemittel aus und macht die gute Klimabilanz des Bioladens erstmal zunichte.

Was tun, damit die Kühlung klimafreundlich wird?

Am besten schaut man sich zum Einstieg die Leitfäden auf unserer Website an und macht mit Hilfe der Checkliste schon mal eine Inventur: Was habe ich im Laden, wie alt sind die Geräte, welche Kältemittel sind enthalten? Selbst wenn man dann nicht kurzfristig umstellen will, ist man dann schon mal im Thema und trifft in einer Notfallsituation nicht die falsche Entscheidung. Wer sich für eine Umstellung entscheidet, braucht Experten auf dem Stand der Technik, es sei denn, es geht nur um ein steckerfertiges Gerät. Ladenbetreiber*innen sollten auf klimafreundliche Lösungen bestehen und gegebenenfalls die Firma wechseln, denn es passiert öfter, dass Kältetechniker Lösungen mit synthetischen Kältemitteln empfehlen.

Welche klimafreundlichen Kühllösungen eignen sich für Bioläden?

Generell empfehlen wir neue Geräte mit natürlichen Kältemitteln und nicht den Kauf eines gebrauchten Gerätes mit F-Gasen. Die konkrete Lösung ist dann immer individuell und abhängig von der baulichen Situation – gerade bei größeren Anlagen. Kompetente Kälteexperten erarbeiten auch für kleine und individuell gestaltete Läden Lösungen und setzen sie um. Verbundanlagen lohnen sich für sehr kleine Läden mit kleinen Kälteleistungen oft nicht. Die Hersteller haben aber das Marktsegment für kleine Kälteleistungen inzwischen im Blick, da tut sich gerade viel.

Sind mit natürlichen Kältemitteln betriebene Anlagen teurer?

Das ist nicht so pauschal zu beantworten. Beim Anschaffungspreis sind steckerfertige Kühlmöbel mit natürlichen Kältemitteln oft kaum teurer. Dafür ist der Stromverbrauch meist geringer und die Geräte rechnen sich schnell wieder. In jedem Fall sollten also nicht nur die Anschaffungskosten, sondern auch die Betriebskosten betrachtet werden. Eine frühe Umstellung rentiert sich oft schnell über geringere Betriebskosten, das ist besser, als bis zum Ende der Laufzeit zu warten. Bei Verbundanlagen sind die Preisunterschiede oft größer. Aber auch hier gibt es gute Beispiele, dass sich durch den geringeren Energieverbrauch, staatliche Förderung und hohe Effizienz die Investition rechnen kann.

Unser neuer Alltagsbegleiter Händedesinfektions-Spray in der praktischen Taschengröße

ÖKOLOGISCH KONSEQUENT



Britta Pätzold ist Projektmanagerin bei der unabhängigen Umweltberatungsfirma HEAT GmbH. Sie koordiniert als Vertreterin der Heat GmbH das von der EU geförderte Projekt „Refrigerants, Naturally! for LIFE“, an dem sich neben dem BNN e.V. weitere Organisationen aus der Bio-Branche sowie Kälteexpert*innen und -Verbände aus Belgien, Deutschland, Niederlande, Portugal und Spanien beteiligen.

Foto ©: B. Pätzold

Was tun, wenn eine Kältefachfirma neue synthetische Kältemittel empfiehlt?

Die Kältemittelindustrie setzt teilweise weiterhin stark auf synthetische Kältemittel. Einige Hersteller bringen immer wieder neue Substanzen mit geringerem Treibhaus-Potenzial auf den Markt. Hier sind vor allem die Hydrofluorolefin-Kältemittel (HFOs) zu nennen, die dann als umweltfreundlich beworben werden. Aber der GWP-Wert ist immer noch höher als bei den natürlichen Kältemitteln. Außerdem ist nicht geklärt, welche langfristigen Umweltauswirkungen sie verursachen. Das Umweltbundesamt sieht zum Beispiel Abbauprodukte wie TFA kritisch. Wir empfehlen daher ganz klar natürliche Kältemittel!

Kann man auch selbst etwas tun?

Bei den steckerfertigen Anlagen sollte man selbst regelmäßig kontrollieren, ob das Gerät einwandfrei läuft oder der Stromverbrauch steigt. Denn das kostet nicht nur Geld, sondern verursacht auch Treibhausgas-Emissionen. Und wenn die Temperatur nicht mehr stimmt, hat das auch Auswirkung auf die Qualität der Lebensmittel. In der Umfrage haben wir herausgefunden, dass viele Betreiber ihre Geräte nicht so regelmäßig warten, wie es angebracht wäre. Außerdem ist zum Beispiel der Standort der Geräte im Laden wichtig, und auch die Ausstattung mit Türen oder Abdeckungen.



NEU
100 ml

Auf der Basis von rein pflanzlichem 70 %igem Alkohol wirkt das Händedesinfektionsmittel gegen behüllte Viren, Pilze, Hefen, Bakterien, einschließlich des **Coronavirus** SARS-CoV-2. **Besonderheiten:** Alle Inhaltsstoffe sind 100 % pflanzlich, mit reinen ätherischen Ölen aus 100 % kontrolliert biologischem Anbau. Das Sonett-Desinfektionsmittel desinfiziert ohne resistente Keime zu erzeugen – ganz ohne Chlor und Erdölchemie. **Wichtig:** Sonett Händedesinfektion auf die trockenen Hände auftragen. | Mehr Info unter www.sonett.eu | **Sonett – so gut.** Die Sonett Händedesinfektion sicher verwenden. Vor Gebrauch stets Kennzeichnung und Produktinformation lesen.



sonett

ÖKOLOGISCH KONSEQUENT

Erhältlich im Naturkostfachhandel und bei Alnatura.

Nutri-Score: Verbraucherinformation im Bio-Laden

BNN-Kampagne mit Plakaten, Flyern und digitalen Inhalten

NUTRI-SCORE

GUT GEMEINT, SCHLECHT GEMACHT!

Der Nutri-Score bewertet konventionellen Fruchtjoghurt deutlich besser als Bio-Fruchtjoghurt.

UNANGEMESSEN!

Denn: Konventioneller Joghurt enthält oft künstliche Zuckerersatz- und Zusatzstoffe. Der Bio-Joghurt bekommt durch die Früchte sein Aroma!

Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.

Im Herbst vergangenen Jahres hat der Bundesrat die gesetzliche Grundlage für den Nutri-Score geschaffen. Mit einem Ampelsystem soll Verbraucher*innen auf einem Blick signalisiert werden, wie der Nährwert eines Produktes ist. Immer mehr Hersteller im konventionellen LEH nutzen den Nutri-Score. Damit steigt die Erwartung von Verbraucher*innen an die (vermeintliche) transparente Kennzeichnung.

Im Naturkost-Fachhandel wird der Nutri-Score von Herstellern jedoch bisher sehr wenig genutzt. Wir sollten Kund*innen also erklären, warum das so ist: Der Nutri-Score in seiner jetzigen Gestaltung bewertet nur den Zucker-, Fett- und Salzgehalt in verarbeiteten Lebensmitteln und sagt nichts über eine gesunde und

ausgewogene Ernährung insgesamt aus – was er aber über das Ampelsystem (irreführend) signalisiert. Darüber hinaus benachteiligt er Bio-Lebensmittel. So werden hochwertige Inhaltsstoffe wie mehrfach ungesättigte Fettsäuren, hoher Ballaststoffgehalt und sekundäre Pflanzenstoffe in der Bewertung bestimmter Produktgruppen gar nicht oder nicht ausreichend berücksichtigt, obwohl sie ein ganz wesentlicher Bestandteil gesunder und ausgewogener Ernährung sind. Darüber hinaus wird bei Bio-Lebensmitteln auf synthetische Ersatz- und Zusatzstoffe verzichtet. Das möchten wir Verbraucher*innen gerne vermitteln. Erste Umfragen zur Wirkung des Nutri-Scores auf Bio-Kund*innen haben gezeigt, dass das Fehlen des Nutri-Scores Einfluss auf die Kaufentscheidung hat.

Nutri-Score Kampagne: Kostenlos für BNN-Mitglieder

Deswegen hat der BNN eine Informationskampagne für den Bio-Fachhandel entwickelt: Plakate für den Laden sowie Share-Pics und GIFs (kurze animierte Videos) für die digitale Präsenz machen anhand konkreter Produktbeispiele deutlich, was der Nutri-Score nicht berücksichtigt. Ein Flyer liefert verbrauchergerichte Hintergrundinformationen. Einzelhändler*innen im BNN erhalten die Materialien kostenfrei. Ein Paket enthält 50 Flyer und drei Plakate (unterschiedliche Motive). Wer (noch) kein Mitglied im BNN ist, kann die Materialien zum Produktionspreis bestellen. Auch über unsere BNN-Kanäle veröffentlichen wir die digitalen Kampagnen-Materialien (ab dem 22. April).

BNN-AG Reformulierung

Neben weiterer Presse- und Lobbyarbeit diskutieren wir den Nutri-Score in einer Arbeitsgruppe im Rahmen des Forschungsprojekts ReformBio (s. unten) gemeinsam mit Expert*innen aus der Wissenschaft und BNN-Mitgliedern aus Herstellung, Großhandel sowie herstellende Einzelhändler*innen. Die AG tauscht sich zu politischen Entwicklungen und neusten Forschungsergebnissen aus und erstellt daraus Forderungen an die Politik. Auch in der BÖLW AG Kennzeichnung ist der Nutri-Score derzeit Hauptthema. Die Arbeitsgruppe setzt sich für Änderungen des Algorithmus ein und diskutiert alternative bzw. ergänzende Systeme der Kennzeichnung, die nicht nur die Nährwertqualität eines Produktes deutlich machen, sondern zum Beispiel auch den Verarbeitungsgrad berücksichtigen. Über den Nutri-Score hinaus setzt sich diese AG auch mit weiteren Kennzeichnungssystemen wie etwa dem Tierwohl-Label oder Umwelt-Label (z.B. CO₂-Label) auseinander.

Dorothee Quarz

ReformBio: Blick in die Laborküche

Mehr als 100 (!) unterschiedliche Müsli-Chrunchy-Clusters hat Sensorik-Expertin Kirsten Buchecker an der Hochschule Bremerhaven entwickelt, die jetzt von einem Bio-Müsli-Hersteller verkostet werden. Das Ziel: Zucker zu reduzieren und trotzdem nicht an Geschmack verlieren. Dabei wurden u.a. Agavendicksaft, Dattelsirup, Dattelpulver, Apfeldicksaft und Topinambursirup eingesetzt und unterschiedlich kombiniert. Der BNN ist Praxispartner im Forschungsprojekt ReformBio*, das noch bis 2023 läuft und auf wissenschaftlicher Seite von Kirstin Buchecker (Hochschule Bremerhaven) und Prof. Dr. Achim Spiller (Universität Göttingen) geleitet wird. Neben Müsliprodukten werden auch Reformulierungsstrategien für Erfrischungsgetränke, Kleingebäck und Fruchtjoghurt entwickelt.

* Das Projekt wird gefördert durch das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN).



FÜR DICH



Aktionsset mit Bio-Saatgut für dein eigenes Schmetterlingsparadies!