

BNN

nachrichten

2/2023



Bundesverband
Naturkost Naturwaren e. V.

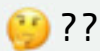
Lust auf eine toxische Beziehung?



16:03 ✓✓

Nein Danke. Mache gerade detox.

16:04 ✓✓



16:05 ✓✓

Bio machts möglich! ❤️

16:05 ✓✓



**Verursacherprinzip auf
den Kopf gestellt**

Gesetzesentwurf zu
Neuer Gentechnik

**Gegen Gentechnik und
mit VIVA-NOW auf Kurs**

BNN-Mitgliederversammlung
2023

**„Wir sind da gut
aufgestellt!“**

Bio-außer-Haus in
der Biobranche

Inhaltsverzeichnis



BNN aktuell

Toxische Beziehung: Gentechnik und Pestizide bedrohen die ökologische Transformation Gemeinsam gegen eine Wiedertzulassung von Glyphosat!	04 05
Gesetzesentwurf Neue Gentechnik: Die EU-Kommission stellt das Verursacherprinzip auf den Kopf Postkartenaktion für ein gentechnikfreies Europa!	06 07
BNN-Mitgliederversammlung 2023: Resolution gegen Gentechnik und mit VIVA-NOW auf Kurs 40 Jahre BNN: Der Talk	08 10
Positive Umsatzentwicklung im Bio-Großhandel im zweiten Quartal 2023	11
Projekt ReformBio: Perfekte Harmonie durch Foodpairing	12
Aus der Geschäftsstelle: Neue Gesichter beim BNN	13
BNN und Mehrwegverband Deutschland	13

Fachhandel & Markt

Bio-außer-Haus-Verpflegung in der Biobranche: „Wir sind da gut aufgestellt!“	14
---	----

Portrait

Portrait der ARIES Umweltprodukte GmbH & Co. KG: Aus der Tradition die Zukunft gestalten	18
--	----

Mitglieder aktuell

Diesmal von und mit: MOIN Bio Backwaren, MANI Bläuel, BIO PLANÈTE, Holle baby food, BODAN, PRIMAVERA, TOPAS/Wheaty, Bauckhof, bio verlag, Ökodorf Brodowin, Voelkel, Terra Naturkost, PPURA, BIO COMPANY, Ökoring, Byodo Naturkost, AlmaWin, Neumarkter Lammsbräu, VEGGIE-SPECIALS, Bohlsener Mühle, Ökoland	20
---	----

Editorial

Liebe Leser*innen, liebe Mitglieder

geht es Ihnen und Euch auch so? Ich denke in letzter Zeit immer öfter: „Wir sind am A***h. Aber so richtig.“ Das ist kein schöner Gedanke und er macht wahrlich keine gute Laune, egal, wie nah der Urlaub und die Sommerpause sind. Aber so ist es nun mal: Die Welt jagt von einem Hitzerekord zum nächsten, Hitzeglocken türmen sich über Kontinenten, Wälder brennen, die Meere sind zu heiß und was El Niño mit all dem machen wird, mag man sich kaum noch ausmalen.

Weil ich eine notorisch begeisterungsfähige Idealistin bin, denke ich in solch einem Moment: Okay, aber dann werden ja jetzt wenigstens die Regierungen der Welt endlich einsehen, dass das Diskutieren aufhören und das Handeln anfangen muss. Aber leider auch da: Weit gefehlt. In Brüssel findet derzeit ein dermaßen verstörendes Feilschen um Pestizidreduktion und die Deregulierung der Neuen Gentechnik statt, dass man sich fassungslos fragt: Echt jetzt?

Je extremer sich der Klimawandel bemerkbar macht, desto stärker werden all jene Stimmen, die mit Versprechen auf Innovation und Fortschritt vermeintlich schnell Erleichterung verschaffen (Stichwort: Technologieoffenheit!). Während zugleich längst klar und belegt ist, dass gentechnisch veränderte Pflanzen bislang weder den Einsatz von Pestiziden reduzieren noch auch nur eins ihrer Versprechen im Hinblick auf Welthunger und Förderung kleinbäuerlicher Strukturen eingelöst haben. Im Gegenteil: Die Abhängigkeiten sind heute größer denn je. Und die Einnahmen der Konzerne, die zufällig die passenden Produkte bereithalten, auch.

Und jetzt? Ja, diese Situation macht ratlos. Aber Aufgeben gilt nicht. Deshalb kämpfen wir auch im Schulterschluss mit vielen weiteren Verbänden in Brüssel, Berlin und bei den Verbraucher*innen dafür, dass alle Agierenden klarsehen und nicht vergessen, was diese Pläne für die europäische Bio-Wirtschaft und auch für alle konventionellen Hersteller*innen gentechnikfreier Lebensmittel bedeuten. Nämlich die künftige Unmöglichkeit, Lebensmittel, egal ob bio oder nicht, frei von Gentechnik zu halten. Und die Abkehr von Vorsorgeprinzip und Kennzeichnungspflicht. Sie sollten außerdem nicht vergessen, was ihre Wähler*innen wollen. Spoiler: Ungekennzeichnete Gentechnik im Essen ist es nicht. Mehr dazu auf den Seiten 4-5 sowie 6-7.

Gibt es denn noch gute Nachrichten in diesen Tagen? Durchaus!

Nach einem schwachen ersten Quartal zeigen sich die Umsätze des Bio-Großhandels im BNN im zweiten Quartal mit einem leichten Plus, insgesamt liegt das erste Halbjahr nicht schlechter als der Vorjahreszeitraum und nach wie vor deutlich besser (zweistellig besser) als der Vergleichszeitraum im Vorkrisenjahr 2019. Und das, obwohl sich weder die Ukraine-Krise noch die Inflation in der Zwischenzeit deutlich gebessert haben. Mehr dazu auf Seite 11.

Und auch sonst zieht Bio Kreise: Immer mehr Einrichtungen in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung wollen Bio in ihren Küchen und auf den Tellern. Die Bio-Großhandelsunternehmen sind hier nicht nur die natürlichen Partner, sondern haben auch die Expertise. Unser Beitrag ab Seite 14 zeigt, was bereits erreicht ist und wohin die Reise noch gehen könnte.



Angesichts all dieser drängenden, zukunftsrelevanten Themen fällt es schwer, sich in eine Sommerpause zu verabschieden. Wir tun es trotzdem – und gerade deshalb. Denn wir werden in diesem Herbst all unsere Kräfte brauchen, um Schlimmeres zu verhindern und nicht nachzulassen mit der ökologischen Transformation der Lebensmittelwirtschaft. Dafür brauchen wir volle Akkus.

In diesem Sinne wünsche ich eine inspirierende und aktivierende Lektüre ebenso wie einen erholsamen Sommer und erfolgreiches Auftanken, herzlich

Kathrin Jäckel

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), Katrin Hehberger, Hans Kaufmann, René Neumann, Dirk Müller, Anna-Katharina Thiel // Autor*innen dieser Ausgabe: Leo Fröschütz, Kathrin Jäckel, Hans Kaufmann, René Neumann, Marion Schlage, Lothar Schmitz // Gestaltung: Martina Puchalla für Zitrusblau, Berlin // Fotorechte für alle Fotos der Seiten 14-27 liegen bei den jeweiligen Unternehmen bzw. abgebildeten Personen, wenn nicht anders vermerkt // Nachdruck oder Verbreitung nur mit Genehmigung der Redaktion // Inserent*innen dieser Ausgabe: BioMessen (S. 07), Sonett (S. 13), AlmaWin (S. 17) und Ökoland (U4).

Redaktionelle Anmerkung: Aus Gründen der Geschlechtergerechtigkeit gendern wir bei eigenen Beiträgen mit Sternchen*, sofern nicht weibliche und männliche Sprachformen zusammen genannt werden oder es sich um Zitate handelt. Das Sternchen verweist zugleich auf andere Geschlechter, die sich weder männlich noch weiblich definieren.

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

Toxische Beziehung

Gentechnik und Pestizide bedrohen die ökologische Transformation



Die EU-Kommission hat den Plan vorgelegt, bis 2030 den Pestizideinsatz zu halbieren. Doch die Verordnung über die nachhaltige Verwendung von Pestiziden (SUR) wird von konservativen Politiker*innen heftig attackiert. Nun steht ein „Kuhhandel“ im Raum, der es in sich hat: Die Pestizidreduktion soll nur kommen, wenn die Neue Gentechnik dereguliert wird.

Am 22. Mai 2023 ging es im Agrarausschuss des Europäischen Parlaments zur Sache: Vize-Kommissionspräsident Frans Timmermans machte den Abgeordneten deutlich, dass das europäische Gentechnikrecht nur aufgeweicht wird, wenn die konservativen Abgeordneten der Europäischen Volkspartei (EVP) der Pestizidreduktion zustimmen. „Wenn Sie in ihren Schützengräben bleiben und am Status Quo festhalten, bedeutet dies, dass es keine SUR und keine NGTs gibt“, wird Timmermans zitiert.

Der Vorgang zeigt nicht nur, wie vehement sich die konservativen Parteien in Europa gegen einen ökologischen Umbau der europäischen Landwirtschaft wehren. Es zeigt vor allem auch, wie stark in der EU-Kommission der Irrglaube vorherrscht, die neue Gentechnik könne

einen konstruktiven Beitrag zur Pestizidreduktion leisten. Dabei steht dieses Argument auf wackeligen Füßen.

Mythos: Pestizidreduktion durch Gentechnik

Seit Mitte der 1990er Jahre entwickeln Agrochemiekonzerne weltweit ein neues Geschäftsmodell, das den Verkauf von Pestiziden mit dem von Saatgut verbindet. Stein des Anstoßes: die Gentechnik. Die Konzerne entwickelten gentechnisch veränderte Pflanzen, die gegen bestimmte Schädlinge oder Herbizide resistent sind. Gleichzeitig haben sie Pestizide entwickelt, die speziell auf diese gentechnisch veränderten Pflanzen abgestimmt sind. Durch den Verkauf des gentechnisch veränderten Saatguts und der dazu passenden Pestizide konnten die Unternehmen an beiden Produkten verdienen.

Bereits vor zwanzig Jahren behaupteten Konzerne und einige Wissenschaftler*innen, dass der Einsatz von Gentechnik zu weniger Pestiziden und Insektiziden auf den Äckern führen würde. Tatsächlich führten vor allem herbizidresistente Gentechnik-Pflanzen zu einem sprunghaften Anstieg des Pestizideinsatzes,

wie die österreichische Umweltorganisation Global2000 in einem im Mai 2022 veröffentlichten Report schreibt.

Starker Anstieg des landwirtschaftlichen Glyphosat-Einsatzes

Glyphosat ist ein weit verbreitetes Totalherbizid, das zur Unkrautbekämpfung eingesetzt wird. Es wurde erstmals in den 1970er Jahren von dem Unternehmen Monsanto entwickelt und unter dem Markennamen Roundup vertrieben. Zahlreiche Studien verweisen mittlerweile auf die potenziell negativen Folgen für Gesundheit und Umwelt. Das Gift tötet nicht nur Unkräuter ab, sondern schädigt die Artenvielfalt in der Agrarlandschaft. Besonders Mikroorganismen und Insekten leiden auf unterschiedliche Weise, wenn sie Glyphosat aufnehmen.

„In den USA hat der Einsatz von Glyphosat dazu geführt, dass sich resiliente Wildkräuter entwickelt haben, denen das Mittel nichts mehr anhaben konnte“, sagt der Leiter des BNN-Pestizidmonitorings Holger Scharpenberg. „Das führte zum Einsatz weiterer Herbizide – und setzte eine gefährliche Spirale in Gang, die zu mehr chemischen Giften auf den Feldern führte.“ Die Zahlen sprechen eine deutliche Spra-

che: Weltweit stieg der Glyphosatverbrauch von 51.000 Tonnen im Jahr 1995 auf 747.000 Tonnen im Jahr 2014. Dieser Anstieg steht direkt im Zusammenhang mit der starken Zunahme des Anbaus von gentechnisch verändertem Soja in Lateinamerika.

Kommt das Glyphosat-Verbot?

Bereits 2017 bestand die Chance, den Wirkstoff Glyphosat auf EU-Ebene zu verbieten. Dies scheiterte jedoch unter anderem daran, dass der damalige Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt entgegen der Absprache der Bundesregierung für eine Verlängerung der Zulassung in der EU stimmte. Mit der EU-Biodiversitätsstrategie 2030 hat die EU-Kommission wirksame Maßnahmen angekündigt, um den Pestizideinsatz in Europa um 50 Prozent zu reduzieren. Doch die Europäische Behörde für



Lebensmittelsicherheit (EFSA) hat kürzlich in einem lange erwarteten Gutachten den Einsatz von Glyphosat als unbedenklich eingestuft. Das hat bei Umwelt- und Verbraucherorganisationen und natürlich auch in der Biobranche Empörung und scharfe Kritik ausgelöst. Zumal

die Risikobewertung der Behörde als Grundlage für die Entscheidung der EU-Kommission und der Mitgliedsstaaten gilt, ob die Zulassung von Glyphosat verlängert wird oder nicht. Zwar gibt es keine Verpflichtung, das Gutachten zu berücksichtigen, aber ein Freibrief für alle jene, die aus wirtschaftlichem und politischem Kalkül den Verharmlosungen der Pestizidlobby folgen, ist es schon.

Die aktuelle Bundesregierung plant, Glyphosat ab Anfang 2024 komplett zu verbieten. Damit dieses Vorhaben vollständig umgesetzt werden kann, darf es keine weitere Zulassung in der EU geben. Im Herbst 2023 haben wir erneut die Möglichkeit, das Gift von Europas Äckern zu verbannen. Daher lasst uns gemeinsam für ein Glyphosatverbot eintreten!

René Neumann

Gemeinsam gegen eine Wiedezulassung von Glyphosat!

Im Herbst dieses Jahres wird auf EU-Ebene über die Wiedezulassung von Glyphosat entschieden. Das Bündnis für eine enkeltaugliche Landwirtschaft (BEL) will nun mit einer Kampagne das Bewusstsein der Bevölkerung für die Problematik des Glyphosat-Einsatzes schärfen. Damit soll auch der Druck auf die deutsche Bundesregierung wachsen, damit diese in Brüssel gegen die Wiedezulassung stimmt. Ein weiteres Kernanliegen der Kampagne: Verbraucher*innen darauf aufmerksam machen, dass der Kauf von mehr Bio-Produkten dazu beiträgt, dass weniger Glyphosat eingesetzt wird.

Petition gegen Wiedezulassung gestartet

Gemeinsam mit Greenpeace, dem Umweltinstitut München, Slow Food Deutschland und der Organisation Ek hat das BEL die Petition „Glyphosat-Verbot“ gestartet. Die Petition kann jeder auf der Website enkeltauglich.bio/glyphosat unterzeichnen, um die Forderung zu unterstützen. Außerdem können interessierte Privatpersonen und Unternehmen das Aktionsmaterial „Glyphosat stoppen“ kostenfrei über ein Online-Formular der Website beziehen. Dort gibt es Kampagnenpakete aber auch einzelne Poster und Unterschriftenflyer.



Kampagnenmaterial

Für unsere Mitglieder haben wir auf der internen BNN-Website das Kampagnenmaterial mit Links zu den verschiedenen Materialien bereitgestellt. Macht mit!

Die EU-Kommission stellt das Verursacherprinzip auf den Kopf

Gesetzesentwurf zu Neuer Gentechnik

Die EU-Kommission will das Vorsorgeprinzip für gentechnisch veränderte Pflanzen fast vollständig abschaffen. Die Folgen für Bio sind schwerwiegend.

Mit dem am 05.07.2023 veröffentlichten Gesetzesentwurf zu neuen gentechnischen Verfahren will die Europäische Kommission (EU-Kommission) ungeprüfte und nicht gekennzeichnete gentechnisch veränderte Pflanzen (GVO) auf Europas Felder, in die Supermärkte und auf die Teller der Verbraucher*innen bringen. Für etwa 95 Prozent der Pflanzen, die mit Verfahren wie beispielsweise CRISPR/Cas verändert wurden, entfielen somit Risikoprüfungen, Rückverfolgbarkeit und Transparenz nahezu vollständig. Damit bricht die Kommission mit dem bisher geltenden Vorsorgeprinzips bei Gentechnik.

Für die Bio-Branche bleiben diese Pflanzen zwar auch mit dem neuen Entwurf verboten, aber wirksame Regelungen zur Koexistenz liefert die Kommission nicht mit. „In der Konsequenz würde dies für die Unternehmen der Bio-Branche einen deutlich höheren Aufwand in der Sicherung der Qualität von Bio-Lebensmitteln bedeuten“, kommentierte BNN-Geschäftsführerin Kathrin Jäckel den Entwurf: „Zudem steigt damit die Gefahr der Kontamination von Bio-Produkten mit neuer Gentechnik aus der konventionellen Landwirtschaft. Das stellt das Verursacherprinzip auf den Kopf“. Da der Gesetzesentwurf keine durchgängige Kennzeichnung bis in den Handel mehr vorsieht, müssen die Bio-Unternehmen aus Herstellung und Handel die Gentechnikfreiheit selbst sicherstellen und die damit verbundenen hohen Kosten tragen.

Der Vorschlag der EU-Kommission stellt damit die bewährten Haftungsregeln für Schäden durch gentechnisch veränderte Pflanzen in Frage. Denn: Es wird keine einheitliche EU-Regelung für Maßnahmen zum Schutz vor solchen Verunreinigungen geben. Stattdessen wird die Verantwortung vollständig auf die einzelnen EU-Mitgliedstaaten abgewälzt. „Gleichzeitig untergräbt der Gesetzesentwurf deren Souveränität: Deutschland oder gar die Bundesländer sollen



© iStock.com/wavebreakmedia

die Freisetzung neuer gentechnisch veränderter Organismen nicht mehr verhindern können“, kritisiert die BÖLW-Vorsitzende Tina Andres.

Angriff auf die gentechnikfreie Wirtschaft – mit Nachhaltigkeitsargumenten

Die EU-Kommission nimmt sehenden Auges in Kauf, die gentechnikfreie Land- und Lebensmittelwirtschaft den Interessen der Agroindustrie zu opfern. Sie folgt dabei den Versprechungen der Industrie, neue gentechnische Verfahren könnten helfen, neue Pflanzensorten schneller und präziser zu züchten. Eng verknüpft ist diese Erzählung auch mit dem Nachhaltigkeitsargument: Neue Pflanzensorten könnten widerstandsfähiger gegen Trockenheit, Hitze, Krankheiten und Schädlinge werden. Eine erhöhte Resistenz gegen Krankheiten, Pilze oder Fraßschädlinge wiederum, so die Theorie,

könnte den Einsatz von Pestiziden reduzieren. Bisher hat es allerdings noch keine trocken-tolerante Pflanzensorte aus dem Labor herausgeschafft – dafür aber herbizidtolerante Pflanzen.

Wie geht es jetzt weiter?

Noch ist der Entwurf kein Gesetz. Die EU-Kommission hat den Entwurf jetzt an das Europäische Parlament und den EU-Ministerrat weitergeleitet. Das heißt für uns: Wir werden nun die politische Arbeit mit Blick auf das Europäische Parlament und die Bundesregierung gemeinsam mit unserem Netzwerk aus anderen Bio-Verbänden, Verbraucherschutz- und Umweltorganisationen weiter ausbauen. Außerdem werden wir die nächsten Monate die Verbraucherkommunikation verstärken, um den Druck von dieser Seite zu erhöhen.

René Neumann

Postkartenaktion für ein gentechnikfreies Europa!

Aktuell werden in Europa die Weichen gestellt, ob auch in Zukunft eine gentechnikfreie Saatgutarbeit und Lebensmittelherzeugung – konventionell und ökologisch – möglich sein wird.

Die Lage ist brisant: Um auch in Zukunft gentechnikfreie Lebensmittel zu haben, braucht es jetzt den Druck auf politische Entscheidungsträger*innen. Es gilt, die geplante Deregulierung der neuen Gentechniken zu verhindern. Mit einer Postkartenaktion wird Bundeslandwirtschaftsminister Cem Özdemir aufgefordert, die Zukunft der gentechnikfreien Saatgutarbeit und Lebensmittelherzeugung zu sichern. Minister Özdemir muss in der Bundesregierung und im EU-Ministerrat für eine Beibehaltung der strikten Regulierung auch der neuen Gentechniken sorgen – und den Verordnungsvorschlag zurückweisen.

Herr Özdemir, stellen Sie die Weichen für Gentechnikfreiheit in Europa!

Initiator*innen der Postkartenaktion sind die Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft (AbL) e.V., IG Saatgut und Dreschflegel e.V. Unterstützt werden sie durch den BNN e.V. sowie einem breiten Bündnis von Bio-Verbänden und weiteren Organisationen.

Die Postkarte liegt den BNN-Nachrichten bei. **Bestellt werden können weitere Postkarten auf der Website der AbL (www.abl-ev.de)** zur Verteilung an Kolleg*innen, Freunde und Bekannte, zur Auslage im Hof- und Bioladen, in Abo-Kisten, am Milchautomaten oder bei Veranstaltungen.

Jetzt aktiv werden – Postkarten bestellen und verteilen!



Mit Bio handeln. Für Bio handeln.



BioSüd Augsburg

10. September 2023 | 9 – 17 Uhr

biosued.de



BioNord Hamburg

17. September 2023 | 9 – 17 Uhr

bionord.de



Alle vier BioMessen sind klimaneutral



Besuchenden- und Ausstellendenservice: T 05 11.35 90 100 und über info@biomessen.info. Gutscheine für die Akkreditierung über Ausstellende/ausstellenden Großhandel. **Aktuelles Ausstellendenverzeichnis** auf biomessen.info. Besucht gerne unsere Facebook-Seite.

Resolution gegen Gentechnik und mit VIVA-NOW auf Kurs

BNN-Mitgliederversammlung 2023



Gruppenfoto der BNN-Mitgliederversammlung im Hof von Schloss Montabaur.

“Der BNN setzt sich seit jeher für den Schutz der natürlichen Vielfalt und den Verzicht auf Gentechnik in der Lebensmittelproduktion ein. Wir stehen für Transparenz und die Wahlfreiheit der Verbraucher*innen, die genau wissen möchten, was sie auf ihren Tellern haben.”

BNN-Geschäftsführerin Kathrin Jäckel

Am 25. und 26. Mai 2023 trafen sich die BNN-Mitglieder nach vier Jahren erstmals wieder in Präsenz zur Mitgliederversammlung des BNN im rheinland-pfälzischen Montabaur. In einer gemeinsamen Resolution lehnten die Vertreter*innen der Unternehmen aus den Bereichen Bio-Herstellung sowie Bio-Groß- und -Einzelhandel eine Aufweichung des europäischen Gentechnikrechts ab. Grünes Licht gab es auch für die Transformationsmission des BNN: Der Transformationsprozess VIVA-BNN geht in die Umsetzungsphase und heißt nun VIVA-NOW.

Der BNN hat auf seiner diesjährigen Mitgliederversammlung in Montabaur eine wegweisende Resolution verabschiedet und damit erneut seinem Engagement gegen eine Aufweichung des Gentechnikrechts Nachdruck verliehen. Unter dem Titel „Natürliche Vielfalt statt genetischer Einfachheit - Keine Gentechnik in unseren Lebensmitteln“ spricht sich der Verband klar und deut-

lich gegen die von der EU-Kommission geplante Lockerung des europäischen Gentechnikrechts aus (siehe auch Bericht S. 06).



BNN-Geschäftsführerin Kathrin Jäckel bei ihrer Eröffnungsrede.



Im Amt bestätigte Vorstandsmitglieder Thomas Hölscher (Naturkost Erfurt) und Volkmar Spielberger (Spielberger Mühle)

Hintergrund der Resolution ist die Befürchtung der Biobranche, dass die Aufweichung der regulatorischen Vorgaben zu neuen gentechnischen Verfahren wie CRISPR/CAS dazu führt, dass bestimmte gentechnisch veränderte Pflanzen künftig nicht mehr unter das strenge europäische Gentechnikrecht fallen. Diese Entwicklung würde eine unabhängige Risikobewertung der neuen Verfahren verhindern und dazu führen, dass durch CRISPR/CAS veränderte Pflanzen und daraus hergestellte Produkte nicht mehr als Gentechnik gekennzeichnet werden müssten. Dies hätte erhebliche Auswirkungen auf die Erzeugung und den Handel von Bio-Lebensmitteln, da die Transparenz und Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln gefährdet wäre.

„Der BNN setzt sich seit jeher für den Schutz der natürlichen Vielfalt und den Verzicht auf Gentechnik in der Lebensmittelproduktion ein. Wir stehen für Transparenz und die Wahlfreiheit der Verbraucher*innen, die genau wissen möchten, was sie auf ihren Tellern haben“, betont BNN-Geschäftsführerin Kathrin Jäckel. „Mit der Verabschiedung der Resolution senden wir ein starkes Signal an die EU-Kommission, dass wir eine Lockerung des bestehenden Gentechnikrechts strikt ablehnen und den Schutz unserer Lebensmittel und unserer Umwelt weiterhin gewährleistet sehen wollen.“



Anna Haslauer, BioMarkt LA VIDA



Beste Stimmung auf und am Rande der Tagung

Aus VIVA-BNN wird VIVA-NOW

Neben der Verabschiedung der Resolution war auch der Transformationsprozess VIVA-BNN ein wichtiger Punkt auf der Tagesordnung der BNN-Mitgliederversammlung. Die Mitglieder beschlossen zwei wichtige Anträge zur Weiterentwicklung dieses Prozesses. Der erste Antrag beinhaltet den Übergang in die dritte und abschließende Phase von VIVA-BNN. Im Zentrum dieses Prozess-Abschnitts steht die Überführung und Umsetzung der Ergebnisse aus insgesamt 6 Arbeitsgruppen in die aktive Verbandsarbeit. Der zweite Beschluss ist zugleich ein solcher erster Umsetzungsschritt: Er gewährleistet die Integration der Jugendplattform BNN.Next in die Vorstandsarbeit des Verbandes. Im Rahmen dieses Beschlusses werden zwei ständige Gäste von BNN.Next bis zur Mitgliederversammlung 2024 den Vorstand ergänzen und aktiv in die Gremienarbeit des BNN eingebunden. Ab 2024 wird die Jugendplattform mit zwei ständigen Sitzen und vollem Stimmrecht im Vorstand des BNN vertreten sein.



BNN.Next NOW! Vertreter*innen der jungen BNN-Plattform auf der MV. BNN.Next will jungen Menschen in der Branche eine politische Stimme geben und aktive Mitgestaltung ermöglichen.

Herausforderungen der Fachhandelsbranche

In ihren Berichten reflektierten Vorstand und Kuratorium des BNN die besonderen Bedingungen der Verbandsarbeit und der Branchenentwicklung im zurückliegenden Jahr 2022: „Diesmal war es nicht nur ‚eine‘ Krise, die uns durchgeschüttelt hat, sondern gleich mehrere: Ukraine-Krieg, Energie-Mangel, Energiepreiskrise, explodierende Inflation, Kaufzurückhaltung der Kund*innen und die damit verbundenen Umsatzrückgänge. Wir alle haben unsere Komfortzone im zurückliegenden Jahr verlassen müssen. Eine solche Konstellation geht auch an einem Verband nicht spurlos vorüber“, so Rosi Weber, Vorstandsvorsitzende des BNN. Neben dem krisenbedingten Rückgang der Mitgliederzahl hob sie den nach wie vor bestehenden Modernisierungsbedarf für den Verband hervor und dankte zugleich allen Vertreter*innen der Mitgliedsunternehmen sowie dem Team der BNN-Geschäftsstelle für ihr engagiertes Arbeiten an diesen Aufgaben.



Die BNN-Resolution „Natürliche Vielfalt statt genetischer Einfalt – Keine Gentechnik in unseren Lebensmitteln“ ist hier abrufbar: <https://n-bnn.de/artikel/resolution-natuerliche-vielfalt-statt-genetischer-einfalt-keine-gentechnik-in-unseren-lebensmitteln>

Fortsetzung von Seite 9

Vielzahl politischer Arbeitsfelder

Im Geschäftsbericht des BNN zeigte Geschäftsführerin Kathrin Jäckel die wachsende politische Arbeit des Verbandes auf. Sie machte deutlich, dass die besondere Herausforderung des Berichtsjahres darin bestand, sowohl die ganz akuten wirtschaftlichen Belange der BNN-Mitgliedsunternehmen insbesondere in der Energie-Krise gegenüber der Politik zu vertreten und zugleich alle Kräfte darauf zu konzentrieren, weiter aktiv an den künftigen politischen Rahmenbedingungen für Bio mitzuwirken: „Dazu gehören Themen wie die Nachhaltigkeitskennzeichnung von Lebensmitteln (Planet-score und Green Claims-Richtlinie), das Engagement gegen eine drohende Aufweichung des Gentechnikrechts, der Kampf für eine Reduktion des Pestizideinsatzes und die Forderung nach Schadensausgleich für betroffene Bio-Unternehmen, der Ausbau von Bio in der Außer-Haus-Verpflegung sowie die Vertretung der nachhaltigen Bio-Wirtschaft bei der Erarbeitung der Nationalen Ernährungsstrategie sowie der Weiterentwicklung der Zukunftsstrategie Ökolandbau“, so Kathrin Jäckel vor mehr als 100 Vertreter*innen von BNN-Mitgliedsunternehmen. Parallel hatte die Geschäftsstelle im Berichtsjahr 2022/23 mit dem Relaunch der neuen Verbandswebsite und dem Update des BNN-Pestizidmonitorings auch in der operativen Modernisierung weitere große Schritte gemacht.

BNN-Gremienwahlen

Abschließend folgten die jährlichen Wahlen zu Vorstand und Kuratorium. Die langjährigen Vorstandsmitglieder Volkmar Spielberger (Spielberger Mühle) und Thomas Hölscher (Naturkost Erfurt) wurden für weitere zwei Jahre im Vorstand bestätigt. Ihre Erfahrung und Expertise werden weiterhin maßgeblich zur Stärkung und Weiterentwicklung des BNN beitragen. Bei der Wahl des Kuratoriums wurden erstmals Stephanie Moßbacher (Byodo), Florian Märkl (Biomarkt Dinkelähre), Marius Hoffmann (Bioladen Regenbogen Arnsberg) und Ephron Escher (Naturkost Erfurt) in das Kuratorium gewählt. Erneut im Kuratorium bestätigt wurden Sascha Damaschun (BODAN), Lukas Nossol (dennree) und Stephan Becker (cosmondial).

40 Jahre BNN: Der Talk

Wie fängt man 40 Jahre bewegte Verbandsgeschichte an einem einzigen Abend ein? Am besten mit den Menschen, die Teil dieser Geschichte sind.



Sabine Kauffmann und Heinz-Dieter Gasper erinnerten mit spannenden Einblicken und Anekdoten an die Branchen-Gründerjahre.

Der Talk „40 Jahre BNN“ war der unangefochtene Höhepunkt des Festakts zum 40. Geburtstag des BNN auf der BNN-Mitgliederversammlung im Schlosshotel Montabaur. In festlicher Atmosphäre eröffnete Vorstandsmitglied Volkmar Spielberger den Abend mit einer inspirierenden Rede. Er betonte, dass es an der Zeit sei, sowohl zurückzublicken als auch nach vorn. Im Blick zurück sehe er Dankbarkeit und Anerkennung für all jene, die sich leidenschaftlich für den Verband und die Naturkost- und Naturwarenbranche eingesetzt haben. Ihre Visionen und ihr Engagement hätten, so Spielberger, den Grundstein für den Erfolg der Bio-Branche in Deutschland gelegt. Nach vorn gewandt forderte er alle Mitglieder und Gäste des Abends auf, sich auf dem Weg in die Zukunft von den Pionier*innen inspirieren zu lassen, weiterhin innovativ zu sein, nachhaltige Lösungen zu fördern und den Wandel zu einer bewussteren und gesünderen Gesellschaft so engagiert wie eh und je voranzutreiben.

Im Anschluss führten Sebastian von Eltz und Claas Hohmeyer in einer lebhaften Doppelmoderation durch den Abend und leiteten in lockere Gesprächsatmosphäre mit verschiedenen

Protagonist*innen der Verbandsgeschichte durch 40 Jahre BNN. Die vielen spannenden und amüsanten Anekdoten, die so den Raum füllten, ließen die rund hundert Gäste nicht nur staunen, sondern auch mehr als einmal herzlich lachen.

Sabine Kauffmann vom bioverlag und Heinz-Dieter Gaspar von Heuschrecke Naturkost beleuchteten insbesondere die Verbandsgründung inmitten der gesellschaftlichen und politischen Herausforderungen der Zeit Anfang der 80er Jahre. Es ging um Hindernisse und die Vor-



urteile („Marihuana in feinsten Bioqualität!“), mit denen die Gründer*innen damals konfrontiert waren. Beide teilten dabei viele sehr persönliche Anekdoten und gaben der heutigen Generation wertvolle Ratschläge für ihren Weg mit.

Es folgte eine zweite Talkrunde mit den ehemaligen Vorstandsmitgliedern Georg Kaiser (Bio Company) und Meinrad Schmitt (Terra Naturkost) sowie der ehemaligen Geschäftsführerin Elke Röder (heute Terra Naturkost). Dabei ging es vor allem um die 2013 vollzogene Fusion der Einzelverbände BNN Einzelhandel e.V. und BNN Herstellung und Handel e.V. zum heutigen BNN. Ein Meilenstein der Verbandsgeschichte, denn seitdem vereint der BNN die drei Wertschöpfungsstufen Herstellung, Groß- und Einzelhandel wieder unter einem Dach. Sie diskutierten auch offen über Fehler, die damals gemacht wurden.

Der klare Blick auf den heutigen BNN und dessen Zukunft war das Thema der dritten und letzten Talk-Runde mit Sascha Damaschun (Bodan), Mathilde Szczesny (Aries sowie BNN, Next) und Judith Faller-Moog (Ölmühle Moog). Sie sprachen über die heutige Wahrnehmung

des BNN, die veränderten Rahmenbedingungen und die daraus entstehenden aktuellen Herausforderungen für Verband und Branche. Einig waren sie sich, dass eine der zukünftig größten Herausforderungen der Branche sein wird, sich angesichts des akuten Fachkräftemangels die klügsten Köpfe zu sichern. Der

Abend endete – wie es bei den Bios gute Tradition ist – erst Stunden nach der letzten Talkrunde und inmitten von Tanzmusik und angelegten Gesprächen.

Hans F. Kaufmann,
Leiter BNN-Kommunikation



© Amaury Wenger

Das Publikum fühlte sich bestens unterhalten!

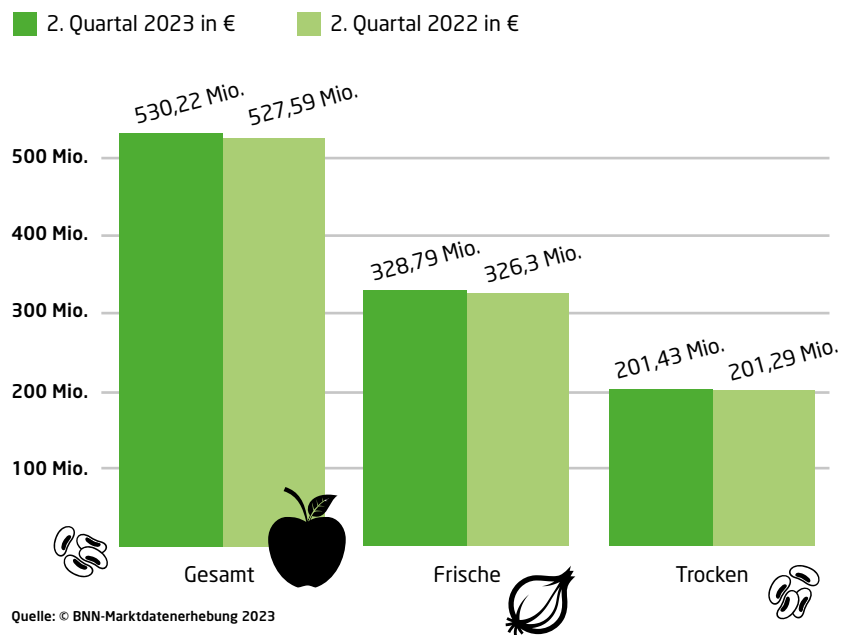
Positive Umsatzentwicklung im Bio-Großhandel im zweiten Quartal 2023

Die BNN-Marktdatenerhebung für das zweite Quartal 2023 zeigt positive Entwicklungen. Der Umsatz im Biogroßhandel hat sich im Laufe des Quartals leicht verbessert. Insbesondere in den Monaten Mai und Juni konnte ein minimales Umsatzwachstum im einstelligen Bereich erzielt werden. Dadurch stieg der Gesamtumsatz für das Quartal auf 530,22 Mio. Euro. Dies entspricht einem leichten Wachstum von 0,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum, in dem ein Umsatz von 527,59 Mio. Euro erreicht wurde. Verglichen mit dem zweiten Quartal 2019, also vor der Corona-Pandemie, ist der Umsatz im zweiten Quartal 2023 sogar um rund 12 Prozent gestiegen.

Diese Entwicklung deutet auf eine Verbesserung der konjunkturellen Lage der Bio-Unternehmen im Laufe des zweiten Quartals hin. Es zeigt sich zudem, dass die Unternehmen eine gewisse Erholung erfahren haben. Es bleibt jedoch abzuwarten, wie sich das Umsatzwachstum im dritten Quartal 2023 fortsetzen wird.

Hans F. Kaufmann, Leiter BNN-Kommunikation

Umsatzentwicklung Biogroßhandel 2. Quartal 2023 im Vergleich zum Vorjahr



Perfekte Harmonie durch Foodpairing

Foodpairing besagt, dass Zutaten mit gemeinsamen Schlüsselaromen mit größerer Wahrscheinlichkeit für ein harmonischeres und intensiveres Geschmackserlebnis sorgen. Geprägt wurde der Begriff 1992 vom britischen Sternekoch Heston Blumenthal, der mit der ungewöhnlichen Kombination von Kaviar und weißer Schokolade Aufsehen erregte. Mit Foodpairing lassen sich darüber hinaus einzelne ungesunde Inhaltsstoffe wie zum Beispiel Zucker reduzieren, ohne dass Geschmack oder Konsistenz leiden. Dies ist möglich, da durch das Foodpairing entstehende aromatische Eindrücke eine Intensivierung der Süßnote hervorrufen können.

Im Projekt ReformBio wurde von der Georg-August-Universität Göttingen eine Online-Studie mit Verbraucher*innen durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen (siehe QR-Code), dass die Potenziale von Foodpairing im Geschmackserleben, der Reduktion von Geschmacksverstärkern und der natürlichen Geschmackshervorhebung gesehen werden. Bio-Intensivkäufer*innen sehen in der Tendenz mehr Potenzial im Foodpairing als die Gesamtstichprobe aller Befragten. Auch bei der Frage, ob Foodpairing zu Bio-Lebensmitteln passt, ist die Zustimmung der Bio-Intensivkäufer*innen höher. Zusätzlich wurden spezifische Foodpairing Kombinationen abgefragt, von eher gewöhnlichen (z.B. Schoko-Haselnuss), über neuartige (Schoko-Ingwer) bis hin zu ungewöhnlichen Kombinationen, wie beispielsweise Erdbeer-Kürbis bei Joghurt.

Chartbook Verbraucherbefragung

Bitte scannen! Die vollständigen Ergebnisse der Studie sind über diesen QR-Code abrufbar:



Produktreformulierung: Auf dem Weg zum Perfect Match

An der Hochschule Bremerhaven werden im Rahmen des Projekts die lebensmitteltechnologischen Entwicklungen zur Zuckerreduktion durchgeführt und sensorisch begleitet. Die schrittweise Reduzierung von Zucker bis 30



Die Projektwissenschaftlerinnen Flora von Steimker und Kirsten Buchecker sowie Dorothea Schmidt (BNN, re.) stellten erste Projektergebnisse zu Foodpairing auf der BIOFACH-Messe im Februar 2023 in Nürnberg vor.

Prozent ergibt in einigen Fällen sensorisch weniger ansprechende Rezepturen. So führt bei hohen Zuckerreduktionen beispielsweise die Verschiebung des Süß-Säure-Gleichgewichtes bei Fruchtjoghurt zu einer Abnahme der fruchtigen Note. Dieser Verlust soll durch den Einsatz des Foodpairings und den daraus resultierenden Veränderungen im Aromenprofil positiv beeinflusst werden. Das bekannte Pairing von Erdbeere und Basilikum beispielsweise ergänzt das Produkt um eine frische Zitrus-Note und erhöht darüber die Konsumentenakzeptanz. In der oben genannten Studie der Georg-August-Universität Göttingen wurde auch die Reaktion auf ungewöhnliche Pairings abgefragt. Angelehnt an die Aussagen der dort Befragten wurde in Bremerhaven auch ein Mango-Kohlrabi-Joghurt entwickelt. Auf diese ungewöhnliche Joghurtkreation gab es in Verkostungen sehr positive Reaktionen, da die frisch-floralen Noten der Zutatenkombination die Säure abmildern und einen vollmundigen Geschmack erzielen. Derzeit wird an weiteren Foodpairing unterstützten Joghurt- und Keks-Entwicklungen gearbeitet.

Kristin Jürkenbeck, Flora von Steimker, Lisa Nitze und Kirsten Buchecker

ReformBIO

Reformulierungsstrategien für Biolebensmittel

Im Projekt ReformBio werden seit 2020 Reformulierungsstrategien für Bio-Lebensmittel entwickelt – angepasst an die Vorgaben der EU-Öko-VO und die Verbandsvorschriften der Bio-Branche. Am Beispiel von vier Produktgruppen wird insbesondere die Zuckerreduktion untersucht. Projektbeteiligte sind die Hochschule Bremerhaven, die Georg-August Universität Göttingen und der BNN.

Gefördert durch



aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Neue Gesichter in der BNN-Qualitätsarbeit

Personelle Veränderungen in der Qualitätsarbeit des BNN: Seit Juli ist **Sebastian Drescher** neu an Bord und bereichert die Arbeit des BNN-Teams, ebenso wie **Tessa Javornik**, die nach einem Jahr „Auszeit“ im bio-landwirtschaftlichen Bereich, wieder für den BNN aktiv wird. Beide werden in den nächsten Wochen die Arbeit des Qualitätsbereichs übernehmen und damit sowohl Karin Wegner in ihrer Elternzeit vertreten als auch die Nachfolge von Dorothea Schmidt antreten, die den BNN zum 31. August verlassen wird.



Sebastian Drescher bringt profunde Kenntnisse und Praxiserfahrungen im Lebensmittelbereich mit. Als studierter Lebensmittelchemiker (TU Berlin) vertiefte er seine Studienkenntnisse in einem Handelslabor für Lebensmittelanalysen, wo er über viereinhalb Jahre Erfahrungen in der Probenkoordination und Beurteilung von Analyseergebnissen sammeln konnte. Zentraler Bereich seiner Arbeit war dort auch die Beratung und Betreuung von Kund*innen in Fragen und Aspekten des Lebensmittelrechts und der Lebensmittelanalytik. Mit der Arbeit beim BNN erschließt er sich nun die Bio-Welt und wird künftig gemeinsam mit Tessa Javornik für die Qualitätsbelange und -fragen beim BNN zuständig sein: „Ich freue mich sehr, mich hier beim BNN aktiv für die ökologische Lebensmittelwirtschaft mit ihrer ganzheitlichen Betrachtung von Ernährung, sozialer Verantwortung sowie der Wahrung von vielfältigen Ökosystemen engagieren zu können.“

BNN und Mehrwegverband Deutschland

Der BNN und der Mehrwegverband Deutschland e.V. haben eine gegenseitige Fördermitgliedschaft vereinbart und werden sich künftig gemeinsam für innovative Mehrweglösungen einsetzen. Der im Februar 2022 gegründete, gemeinnützige Mehrwegverband Deutschland ist ein Netzwerk, das verschiedene Mehrweg-Player aus Wissenschaft, Forschung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft zusammenbringt. Sein Ziel ist die Förderung von Wissenschaft und Innovationen, die Stärkung von Kompetenzen und der Auf- und Ausbau der Rückgabe- und Reinigungsinfrastruktur in Deutschland.

„Durch die Zusammenarbeit mit dem Mehrwegverband Deutschland gewinnen beide Seiten wichtige Impulse. Wer Klimaschutz will, sollte Verpackungsmüll weitgehend reduzieren. Mehrweglösungen sind dafür ein wichtiger Hebel“, sagt die BNN-Nachhaltigkeitsexpertin Ulrike Schaal. „Egal ob Food-Start-up oder Bio-Supermarkt: Wir erleben aktuell eine Vielzahl spannender Entwicklungen am Markt. Damit es diese Innovationen in den Handel schaffen, braucht es sowohl den öffentlichen und politischen Willen für Veränderung, als auch mehr Forschung und stärkere Kooperation aller Beteiligten.“



Aus alten Sonett Flaschen werden neue Sonett Flaschen*

*Die ersten Sonett Flaschen mit bis zu 50% Sonett-eigenem Recycling-Anteil sind am Markt. Die Anzahl der Sonett Flaschen mit Sonett-eigenem Recycling-Anteil variiert, abhängig von der Rückgabe leerer Kleingebinde.

Für die Sonett Flaschenrückgabe fragen Sie bitte in Ihrem Naturkostladen.

Sonett recycelt selbst!

- Weil** wir nur dann wissen, was in den Flaschen drin war.
- Weil** Recycling-PE aus dem Gelben Sack Rückstände von synthetischen Duftstoffen und anderen Reststoffen enthalten kann.
- Weil** PE-Recyclat deshalb für Lebensmittel nicht zugelassen ist.
- Weil** Recycling-PE ein wertvoller Rohstoff ist, der vielfach im Kreislauf geführt werden kann.

Sonett – so gut.
www.sonett.eu



Sonett ist Sieger des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2022

„Wir sind da gut aufgestellt!“

Bio-außer-Haus-Verpflegung in der Biobranche

In der letzten Ausgabe haben wir bereits über Bio in der AHV berichtet. In diesem Beitrag geht es nun darum, wie gut die Bio-Branche auf diesen Markt vorbereitet ist.



© iStock.com/wavebreakmedia

Es gibt Kuchen zu verteilen – und das reichlich. Rund 40 Milliarden Euro geben Verpflegungsbetriebe wie Kantinen, Mensen, Caterer, Restaurants und Kioske jedes Jahr für ihre Lebensmittel aus. Bisher sind davon nur 1,3 Prozent Bio, also eine halbe Milliarde Euro. 30 Prozent sollen es werden – das wären 12 Milliarden Euro. Selbst wenn bis 2030 nur die Hälfte erreicht würde, sind das enorme Wachstumschancen. Doch wer ein Stück von diesem Kuchen will, muss gut aufgestellt sein und sich anstrengen. Das zeigen die Bio-Unternehmen, die jetzt schon einen Teil ihres Umsatzes mit Kunden der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) machen.

Hermann Oswald hat sich mit seinem Unternehmen EPOS Biopartner seit 1997 ganz auf dieses Marktsegment konzentriert und setzte im letzten Jahr 21,5 Millionen Euro um. Der Corona-Lockdown brachte das Unternehmen kurz aus dem Takt, doch es hatte sich schnell wieder

erholt. „Wir liegen derzeit etwa 20 Prozent über dem Vorcorona-Umsatz und wachsen weiter“, sagt Oswald und erklärt die steigende Nachfrage so: „Wir haben viele Neukunden, weil viele AHV-Betriebe in der Coronazeit ihre Konzepte überdacht haben, ihre Lieferketten und auch die Themen Regionalität, Nachhaltigkeit und Bio. Diese Unternehmen suchen jetzt nach Möglichkeiten, ihre Konzepte umzusetzen“.

„Wir wachsen im Moment zweistellig“, sagt Robert Klinge, der beim Berliner Regionalgroßhandel Terra Naturkost die Gastro-Abteilung leitet. Der gelernte Hotelfachmann und Koch

kam vor sieben Jahren zu Terra, um die Abteilung aufzubauen. „Damals war Bio in der AHV etwas Besonderes, heute haben wir 800 Gastrokunden und steuern 10 Prozent zum Umsatz von Terra bei“. Auch Peter Schäfer, der beim Regionalgroßhandel Kornkraft die Großkun-

“Viele in der Branche haben lange nicht an das Thema AHV geglaubt.“

Hermann Oswald



Hermann Oswald, EPOS Biopartner

denbetreuung leitet, berichtet von steigender Nachfrage, die inzwischen ein Drittel der Kornkraft-Umsätze generiere. „Wir beliefern seit mehr als 25 Jahren große Caterer und Betriebskantinen, diese Erfahrung schätzen Köche und Betriebsleiter im Nordwesten,“ sagt er.

Zu den regionalen Großhändlern, die im Gastrobereich gut aufgestellt sind, zählen auch Ökoring und Naturkostkontor Bremen. Mit Nabuko in Hannover gibt es noch einen weiteren Spezialisten für Bio-AHV. Bei den Verbänden hat sich Bioland früh um die AHV zu gekümmert und viel Gastro-Kompetenz aufgebaut. So organisiert der Verband jedes Jahr auf der BIOFACH die Sonderfläche „cook&talk“ als Anlaufstelle für Profiköche und andere in der AHV Tätige.

Wer sind die Kunden?

Die Gastro-Kunden der Großhändler sind vielfältig: Hotels und Restaurants, Caterer, Betriebskantinen, Kitas und Schulen sind darunter, von ganz klein bis richtig groß. Die aktuelle Debatte um mehr Bio in der AHV macht sich unterschiedlich bemerkbar. „Bei uns legt derzeit der Bereich Gemeinschaftsverpflegung deutlich zu, weil immer mehr Auftraggeber einen Bioanteil fordern, sagt Robert Klinge für Berlin. Hermann Oswald ist da zurückhaltender: „Noch ist da vieles Reden und nicht Essen“, sagt er. „Wir freuen uns, wenn aus dem öffentlichen Bereich mehr kommt. Das muss aber auch umgesetzt und die Quote kontrolliert werden, sonst bringt das nichts“. Als Beispiel nennt er die Stadt München. Sie hat sich vorgenommen, in allen städtischen Einrichtungen einen Anteil an bio-regionalen Lebensmitteln von 40 Prozent bis Ende 2022 zu verwirklichen und diesen bis Mitte 2025 auf 60 Prozent zu steigern. „Doch es gibt kein Nachweis-Tool, um die Quote

zu messen“, kritisiert Oswald. Was ihn ebenfalls ärgert, sind Ausschreibungen der Stadt, bei denen ein gemeinsames Angebot für konventionelle und biologische Lebensmittel abgegeben werden muss. Diese so genannten Mischlose diskriminieren reine Bio-Anbieter, weil sie konventionelle Ware zukaufen müssten. Das sei auch bei den städtischen Kantinen in Berlin ein Lernprozess gewesen, erzählt Robert Klinge. „Inzwischen funktioniert das mit den separaten Bio-Ausschreibungen ganz gut“. Noch etwas hat Berlin gut gelöst: Für die Verpflegung von städtischen Kitas und Schulen hat die Stadt verbindliche Bio-Quoten und einen Preis pro

„**Wenn eine große Kantine auf Bio umstellt, dann sollte auch der Kartoffelbauer aus dem Nachbardorf, der sie bisher beliefert hat, die Chance haben, auf Bio umzustellen.**“

Peter Schäfer, Kornkraft Naturkost



Peter Schäfer, Kornkraft Naturkost



Jonas Bürger und Robert Klinge (re.), Leiter der Gastro-Abteilung bei Terra Naturkost.

„**Wir wachsen im Moment zweistellig.**“

Robert Klinge, Terra Naturkost

Mahlzeit vorgegeben, den die Caterer bekommen. Dadurch gab es keinen Preiswettbewerb nach unten, sondern die Caterer mussten mit zusätzlicher Qualität punkten, wenn sie einen Auftrag bekommen wollten, etwa mit noch mehr Bio oder regionalen Bezugsquellen. Auch Peter Schäfer wünscht sich klare Regeln für Ausschreibungen und mehr verpflichtende Vorgaben Bio einzusetzen – mit einem ausreichend großen Umstellungszeitraum für die Küchen. „Wenn eine große Kantine auf Bio umstellt, dann sollte auch der Kartoffelbauer aus dem Nachbardorf, der sie bisher beliefert hat, die Chance haben, mit auf Bio umzustellen.“

Erfolgsfaktoren: Kompetent und lieferfähig

Erfolg hat im Gastro-Bereich nur, wer sich auf diese Kunden und ihre Bedürfnisse einstellt. „Wir liefern den Foodservice, den die Kunden vom konventionellen Großhandel gewohnt sind: heute bestellt, morgen geliefert“, formuliert

das Hermann Oswald. Hinzu kämen noch persönliche Ansprache, Beratung und Unterstützung beim Aufbau von regionalen Lieferketten. Denn Regionalität, da sind sich alle Befragten einig, wird für die Kunden immer wichtiger, vor allem bei der Frische.

Oft kommt die Bio-Vorgabe von oben und nicht jeder Küchenchef reagiert darauf mit Begeisterung. Deswegen sei Beratung extrem wichtig, sagt Robert Klinge von Terra: „Wir machen dazu Workshops, Erzeugerbesuche und begleiten die Kunden bei der Umstellung“. Das persönliche Erleben von Bio und viele Gespräche seien notwendig, um die üblichen „Totschlagargumente“ zu entkräften: Zu teuer, nicht verfügbar und ist das überhaupt bio? „Bei solchen Gesprächen können wir als Bio-Pionier punkten“, sagt Peter Schäfer von Kornkraft. „Für viele Kunden steht Kornkraft als Original für die Biowelt, das gefällt ihnen.“ Auch das 100-prozentige Bio-Sortiment sei ein Plus: „Wenn ein Unternehmen sich



Alexandra Schafmeyer, Lebensbaum

schon biozertifizieren lässt, dann will es auch ein passendes Angebot. Da können konventionelle Lieferanten in der Breite und Lieferfähigkeit noch nicht mithalten“.

„Ich fahre persönlich zum Kunden und berate ihn bis hin zur optimalen Einstellung der Kaffeemaschine.“

Alexandra Schafmeyer, Lebensbaum

Zwar versucht der konventionelle Gastro-Großhandel aufzuholen. Transgourmet etwa hat 2021 eine eigene Bio-Eigenmarke eingeführt und bietet in seinem aktuellen Katalog rund 450 Bio-Produkte an. Doch das entspricht – wenn alles verfügbar ist – etwa einem Zehntel dessen, was ein Bio-Großhändler an AHV-Produkten bieten kann. Wer da als Konventioneller gleichziehen will, braucht viel Platz im Lager

Schaukochen für Großküchen auf der Hausmesse des Großhandels Kornkraft Naturkost im April 2023: Adelheid Birmelein von demeter Felderzeugnisse demonstrierte einfache und schnelle Zubereitung von Gerichten für die Außer-Haus-Verpflegung. AHV war in diesem Jahr eines der Schwerpunktthemen der Kornkraft Messe.



OHNE DUFT

Ideal für Hautsensible, Allergiker und Babys



und der ist knapp. Hermann Oswald sieht deshalb optimistisch in die Zukunft: Wer etwas Bio machen wolle, werde sich weiter an den konventionellen Großhandel wenden. „Wer ernsthaft Bio machen will, braucht den Spezialisten und das wird auch so bleiben“.

Wünsche an das Sortiment

Die Bio-Produkte für die AHV müssen erstmal hergestellt werden. Einige Hersteller wie Lebensbaum, Byodo, Hügli oder Demeter Felderzeugnisse haben die Chance genutzt und sich auf die Bedürfnisse der Großküchen eingestellt. Diese brauchen Großgebinde mit fünf Litern oder 25 Kilogramm, Lasagneplatten, die genau in die genormten Edelstahlbehälter passen, und viel Tiefgefrorenes. Weil es das Arbeiten in der Großküche einfacher macht. Meist liefern sie ihre Produkte über den Großhandel aus, manche beliefern AHV-Kunden auch direkt. Bei Lebensbaum berät Alexandra Schafmeyer die Gastronomie-Kunden. Sie hatte selbst acht Jahre lang ein Restaurant, was ihr die Beratung leicht macht. Wichtig für sie sind die einschlägigen Gastromessen wie die Gastro Vision, „weil wir da nicht bio-affine Gastronomen treffen. Wenn wir dort erzählen was uns ausmacht, dann stoßen wir auf offene Ohren“. Wichtig sei auch der Austausch in Netzwerken wie den BioHotels, GreenTable und der DeHoGa, dem Hotel- und Gaststättenverband, dem Lebensbaum ebenfalls angehört. Den direkten Draht zum Kunden hält Schafmeyer bei der AHV für ebenso notwendig wie im Einzelhandel: „So können wir noch mehr Begeisterung für unsere Produkte vermitteln“. Das gleiche gelte für den Service: „Ich fahre persönlich zum Kunden und berate ihn bis hin zur optimalen Einstellung der Kaffeemaschine.“

Noch ist ein derartiges AHV-Engagement bei Bio-Herstellern nicht selbstverständlich. „Viele in der Branche haben lange nicht an das Thema AHV geglaubt“, erinnert sich Hermann Oswald und auch heute noch sind manche Wünsche offen. Peter Schäfer etwa hätte im Trockensortiment gerne mehr Zwischengrößen. „Oft gibt es nur 500 Gramm-Packungen für den Einzelhandel oder 25-Kilo-Säcke“. Bei veganen Produkten wie Sahneersatz gebe es oft gar keine Großgebinde. Das sieht auch Robert Klinge so: „Wenn der Kunde für ein Grillfest 300 vegane Bratwürste bestellt und 75 Tüten aufschneiden muss, dann ist das keine Werbung für Bio“. Schwer vermittelbar seien auch Fälle, in denen das Kleingebinde hochgerechnet günstiger sei als das Großgebinde sagt Klinge und nennt als Beispiel Joghurt im 150 Gramm-Becher und im 5 Liter-Eimer. Als ausbaufähig bezeichneten alle Befragten das Sortiment im Convenience-Bereich. Zwar würden viele Kunden frisch kochen, doch durch den Personalmangel steige die Nachfrage nach Vorgefertigtem.

Den Personalmangel spüren auch die Großhändler. „Unsere größte Herausforderung derzeit ist, das notwendige Vertriebspersonal und Logistiker zu bekommen“, sagt Hermann Oswald: „Wir könnten mehr machen.“

Leo Frühschütz

- OHNE KONSERVIERUNGSTOFFE
- OHNE DUFTSTOFFE
- OHNE FARBSTOFFE
- OHNE OPTISCHE AUFHELLER
- OHNE ENZYME
- OHNE MIKROPLASTIK
- 100% NATÜRLICHE INHALTSSTOFFE

Ökologisch zertifizierte Wasch- Spül- und Reinigungsprodukte aus dem Hause AlmaWin

Aus der Tradition die Zukunft gestalten

Ein Porträt der ARIES Umweltprodukte GmbH & Co. KG aus Horstedt



Mit einem Urlaub in Südfrankreich und „Pistal“, einem biologischen Mittel, damals noch gegen Mücken, fing vor 35 Jahren alles an. Heute ist die ARIES Umweltprodukte GmbH & Co. KG ein etablierter Anbieter von ökologisch zertifizierten Insektenvertreibungs- und Bekämpfungsmitteln sowie Düngemitteln, Saatprodukten und Kosmetik. Ein Nischenmarkt. Aber immerhin 80 Prozent aller Bioläden führen mindestens ein ARIES-Produkt.

Mathilde Szczesny und ihr Unternehmen haben etwas Besonderes gemeinsam: Sie sind im selben Jahr zur Welt gekommen. 1988 wurde nicht nur die heutige Geschäftsführerin der ARIES Umweltprodukte geboren, sondern auch ihre Eltern Dieter und Catherine Szczesny starteten in jenem Jahr ihre Unternehmung.

Und das kam so: Während eines Urlaubs in Südfrankreich einige Zeit zuvor, hatten sie sich mit Mücken herumgeplagt, bis sie „Pistal“ entdeckten, damals ein biologisches Mittel gegen Mücken. Basis ist ein natürlicher Wirkstoff, der aus Chrysanthemen gewonnen wird. „Meine Eltern wussten, dass es bis dahin kein vergleichbares Produkt in Deutschland gab und wollten das ändern“, erzählt Mathilde Szczesny. Also starteten sie von Bremen aus mit dem Vertrieb in Deutschland. Dazu gründeten sie ein Unternehmen – im Jahr, als Mathilde zur Welt kam, die jüngste ihrer drei Töchter. Sie waren Bioaffin und engagierten sich in der Anti-AKW-Bewegung. Und wollten umweltbewusste Alternativen statt „Chemiekeulen“ in Alltag und Haushalt.

Als der französische Hersteller die Produktion von „Pistal“ einstellte, wurde aus ARIES ein pro-



Familienbande!
ARIES-Gründungspaar
Catherine Garcia & Dieter
Szczesny mit ihren Töchtern
Elsa und Mathilde Szczesny
in der Mitte (v. l. n. r.)

duzierendes Unternehmen. „Wir beschlossen, die Herstellung zu übernehmen“, berichtet Mathilde Szczesny. Das Produkt wurde im Laufe der Zeit etwas angepasst, beruht zum Großteil aber immer noch auf der Originalrezeptur. Zudem kamen bald weitere Eigenkreationen hinzu, etwa Pheromon-Fallen gegen Motten. Versendet wurde anfangs aus der Scheune einer Mitarbeiterin. „Weil der Betrieb immer weiterwuchs und meine Eltern der Natur näher sein wollten, sind wir irgendwann aus Bremen aufs Land gezogen“, sagt Szczesny. Nach Horstedt, zwischen Bremen und Hamburg.

Wachstum? Ja – aber organisch

„Wachsen“ ist ein wichtiges Stichwort. Zur Unternehmensphilosophie gehört es, langsam

und nachhaltig zu wachsen. Organisch. „Und nur, wenn Bedarf besteht“, betont die heutige Geschäftsführerin. Gewinn um jeden Preis und sich verschulden, das kommt für das kleine Familienunternehmen nicht in Frage. Das Unternehmen strebt eine achtsame Entwicklung an, um den Beschäftigten einen sicheren Arbeitsplatz zu bieten.

Im Laufe der Jahre haben die Szczesnys ihr Sortiment kontinuierlich erweitert. Hauptmotivation war und ist es dabei, Produkte in den Biofachhandel zu bringen, für die es einen Bedarf gibt, aber bis dahin nur eine herkömmliche Lösung. „Wir stellten immer wieder fest, dass es in vielen Bereichen des Bioangebots keine vernünftigen Alternativen zu konventionellen Produkten gab, etwa in der Schädlingskontrolle und -bekämpfung“, sagt Mathilde Szczesny. Diese Lücken schließt ARIES seit nunmehr 35 Jahren.

Heute erzielt das kleine niedersächsische Unternehmen einen Jahresumsatz von rund fünf Millionen Euro, etwa 40 Prozent davon in Deutschland. Der Erlös verteilt sich auf drei Produktgruppen. Für rund 50 Prozent sorgen Mittel zur Schädlingsbekämpfung, also zum Beispiel „Pistal“, Ameisenprodukte oder die „Mottenbox“, das meistverkaufte Produkt von ARIES.

Bei ARIES blühen die Kräuter: insektenfreundlich und 5.000 m² groß! Echter Heillanvendel wächst auf 1.500 m². Die Blüten werden für Duftsäckchen verwendet, Stengel und Blätter als Lavendel-Rauchstoff für den Imkerbedarf.



40 Prozent seines Erlöses erzielt das Unternehmen im Segment Bio/Garten, zum Beispiel mit Düngemitteln, Saatprodukten und Kräutern. Mit 10 Prozent tragen Kosmetik-Produkte und Pastillen zum Gesamtumsatz bei. Hauptabnehmende sind der Biogroß- und Biofachhandel. In geringem Umfang tragen auch der eigene Onlineshop sowie der Verkauf über einige Geschäfte in der Bremer Region zum Geschäft bei.

Viel Aufklärungsarbeit, lange Genehmigungswege

Das Unternehmen ist sich bewusst, eine Nische zu besetzen. Viele Bioläden in Deutschland sind klein und müssen ihr Sortiment konzentrieren. Im Laufe der Jahre ist es ARIES aber gelungen, die nötige Aufmerksamkeit des Biofachhandels zu erzielen. „In rund 80 Prozent der Bioläden in Deutschland sind wir mit mindestens einem unserer Produkte vertreten“, schätzt Mathilde Szczesny, „aber wir wollen natürlich 100 Prozent erreichen.“

Allerdings haben es Produkte wie ein „Fruchtfliegenfallen-Set“ oder „Pistol Profi Insektizid Universalspray“ nicht ganz leicht. „Unsere Produkte sind beratungsintensiv“, weiß die Geschäftsführerin, „und es braucht viel Aufklärungs-

arbeit.“ Und zwar in zwei Richtungen: Die Biofachhändler*innen müssen überzeugt werden, ARIES-Produkte ins Sortiment aufzunehmen. Und die Konsument*innen müssen lernen, dass man für Mittel gegen Schädlinge oder Düngemittel nicht in den herkömmlichen Bau- oder Gartenmarkt muss, sondern dass es sie auch in Bio-Qualität gibt – im Biofachhandel oder im ARIES-Onlineshop. „Unser gemeinsames Ziel muss One-stop-Shopping sein“, findet Szczesny, die Kund*innen sollen alles, was sie in Bioqualität haben möchten, in einem Laden finden.

Eine andere Herausforderung: „Es ist ein sehr langer und kostspieliger Weg von der Idee zu einem fertigen Produkt, das offiziell verkauft werden darf“, erläutert die Unternehmerin. Es gibt strenge Regulierungen, die Biozid-Richtlinie etwa. „Die Genehmigungsverfahren sind schon herausfordernd“, sagt sie. Deshalb beschäftigt ARIES inzwischen sogar eine eigene Anwältin.

Den BNN nach vorn bringen

Einfacher ist da Szczesnys Engagement auf Verbandsebene. Sie bringt sich bei „BNN.Next“ ein, einer Gruppe junger Unternehmer*innen und Mitarbeitender, die gemeinsam mit dem BNN den Verband derzeit so weiterentwickeln, dass

er zukünftigen Anforderungen gewachsen ist. „Das ist ein richtig tolles Netzwerk, wir arbeiten sehr produktiv am Transformationsprozess des BNN mit“, sagt die ARIES-Geschäftsführerin zu ihrem Einsatz. Dabei ist ihr wichtig, dass sich zunehmend auch die junge Generation an Bioproduzent*innen und Fachhändler*innen vernetzt und einbringt.

Apropos junge Generation: Mathilde Szczesny und ARIES werden dieses Jahr 35. 2015 stieg die jüngste Szczesny-Tochter richtig ins Unternehmen ein, doch schon mit neun Jahren verdiente sie sich im elterlichen Betrieb ihr erstes Taschengeld. Später arbeitete sie in einer Unternehmensberatung und im sozialen Bereich. „Aber irgendwann wollte ich wieder bei ARIES arbeiten“, erzählt sie. Ihre Eltern seien über diese Nachfolgelösung sehr froh gewesen.

„Für mich war der Schritt, ins Familienunternehmen einzusteigen, viel mehr als nur eine berufliche Entscheidung – mir geht es darum, die Werte, die mir von Generation zu Generation vermittelt wurden, zu leben und weiterzugeben“, sagt Mathilde Szczesny zu ihrer Motivation. ARIES biete ihr die Chance, ihre eigenen Ideen und Visionen einzubringen, das Unternehmen voranzutreiben und einen positiven Einfluss auf die Menschen und Gemeinschaften um sie herum zu haben. „Es geht mir um die Freude“, sagt sie, „ein Teil einer starken Tradition zu sein und gleichzeitig die Zukunft zu gestalten.“

Lothar Schmitz



ARIES Umweltprodukte GmbH & Co. KG

Sitz des Unternehmens: Horstedt, Niedersachsen (zwischen Bremen und Hamburg)

Gründung: 1988

Beschäftigte: ca. 30 (Frauenquote: 74 Prozent)

Jahresumsatz: rund fünf Millionen Euro (2022), davon ca. 40 Prozent in Deutschland

Wichtigste Märkte: D, F, GB, Europa

Geschäftsfeld: für den ökologischen Landbau zugelassene Düngemittel, Saatprodukte, Bioland-Vogelfutter, Mücken- und Zeckenmittel sowie Biokosmetik

Abnehmende: Biofachhandel und Biogroßhandel (98 Prozent); Onlineshop; einzelne Läden in der Region Bremen



MOIN BIO BACKWAREN: Nächste Generation rückt in die Geschäftsführung auf

Seit dem 1. Juni 2023 sind Jule Prothmann und Julianna Müller Teil der Moin-Geschäftsführung. Im September wird Vicky Leskien folgen. „Ich freue mich sehr, dass mit Jule Prothmann, Julianna Müller und bald auch Vicky Leskien, drei engagierte und langjährige Moin-Mitarbeiterinnen das operative und strategische Geschäft zukünftig gemeinsam mit mir führen werden“, erklärt Hans-Paul Mattke. Zusammen wollen sie weiterhin „Gutes Essen für andere Menschen machen“ und Moin als engagierte Bio-Bäckerei, verlässlichen Partner und guten Arbeitgeber weiterentwickeln.

„Mich erfüllt es mit Stolz, nun Teil der Geschäftsleitung von Moin zu sein“, freut sich Jule Prothmann. Die studierte Betriebswirtin mit Schwerpunkt Food-Management verantwortet bei Moin die Bereiche Ein- und Verkauf, Kommunikation und Produktentwicklung. Julianna Müller ist als Industriekauffrau und Betriebswirtin verantwortlich für die Produktion, IT & EDV, Technik sowie QS & QM. „Unsere guten Bio-Backwaren Tag für Tag mit unserem multikulturellen, begeisterungsfähigen Team zu machen und damit immer mehr Menschen zu versorgen, ist meine Herausforderung und täglicher Ansporn.“



Moin Wegbereitende und Nachfolgerinnen 2023: Jule Prothmann, Julianna Müller, Vicky Leskien, Hans-Paul Mattke, Brigitta Sui Dschen Mattke

Die aufgrund ihrer Elternzeit erst im September nachfolgende Hotelfachfrau und Betriebswirtin Vicky Leskien wird künftig für Finanzen & Controlling und Verwaltung zuständig sein. „Moin ist für mich nicht nur eine Bio-Bäckerei mit besten Backwaren, sondern auch ein Unternehmen, das immer wieder die richtigen Fragen stellt und mutig vorangeht“, so Leskien.

Mitte Juni sind die Moin-Inhabenden Brigitta Sui Dschen Mattke und Hans-Paul Mattke für diese erfolgreiche Unternehmensnachfolge und -übergabe vom VdU (Verband deutscher Unternehmerinnen) als „Wegbereiter*in des Jahres 2023“ ausgezeichnet worden.

MANI Bläuel nimmt neue Produktionsstätte in Betrieb



Feierliche Eröffnung der neuen Produktionsstätte auf der griechischen Peloponnes. Der neue Gebäudekomplex ist angelehnt an die charakteristische Farbwelt der Region.

Nach rund einem Jahr Bauzeit konnte das griechisch-österreichische Bio-Unternehmen Mani Bläuel seine neue Produktionsstätte in Pyrgos auf der Peloponnes im Mai dieses Jahres in Betrieb nehmen. Damit erweitert der Hersteller von griechischem Olivenöl und Feinkostprodukten seine Produktionskapazität auf 3.000 Tonnen Olivenöl und 1.500 Tonnen Oliven pro Jahr.

Zur Eröffnung der neuen Produktionshalle fand eine große Einweihungsfeier im Beisein von Mitarbeitenden, Freunden, der Familie und

geistlichem Beistand statt. Der Neubau, mit einer Größe von ca. 2.500 m², ermöglicht Gästen über eine Besuchergalerie Einblicke in die Herstellung und Verarbeitung der Olivenprodukte. Die moderne Architektur des Gebäudes fügt sich mit seiner Steinfassade harmonisch in die Berglandschaft ein. Mit der Anschaffung moderner Abfüllanlagen kann Mani Bläuel seine Produktionskapazitäten nun deutlich ausbauen. Die Investition von rund 3.000.000 € wurde zum größten Teil durch das erfolgreiche Crowdfunding-Projekt „Olivenbäumchen Darle-

hen“ mitfinanziert. „Das Engagement unserer Crowdfunding-Community ist für uns nicht nur eine Frage der Reduzierung der Bankenabhängigkeit, sondern auch Ausdruck des bei Mani auf allen Ebenen gelebten Miteinanders“, freut sich Geschäftsführer Felix Bläuel. „Dass wir die neue Produktionsstätte planmäßig in Betrieb nehmen konnten liegt auch daran, dass die Mani-Mitarbeitenden kreativ und tatkräftig geholfen haben, die Herausforderungen des aktuellen Marktumfeldes gut zu meistern.“

BIO PLANÈTE geht Mehrweg

Vorhang auf für die erste Öl-Mehrwegflasche der Ölmühle Moog: „Wir bringen eine Ölflasche mit Ausgießer auf den Markt, welche die Speiseölherstellung ganz im Sinne unseres Leitmotives #ESSEN-VERÄNDERTDIEWELT nachhaltig weiterentwickelt“, berichtet Judith Faller-Moog, Gründerin und Inhaberin der Ölmühle Moog, stolz. „Ich freue mich sehr, dass unsere Bio-Großhändler und Bio-Filialisten unsere Überzeugung und Begeisterung teilen und der neue Mehrweg-Kreislauf Ende des Jahres Realität wird.“

Die einzigartige Lösung für Speiseöle entstand in enger Kooperation mit dem Systemanbieter dotch. Die standardisierte Ölmehrwegflasche kann bis zu fünfzig Mal wiederverwendet werden und ist auf die besonderen Anforderungen von Ölen ausgelegt. Dazu zählt der Ausgießer, der ein einfaches, tropfenfreies Dosieren ermöglicht und verölte Flaschen in der Rückhollogistik vermeidet. In seiner Funktion als Poolbetreiber kümmert sich dotch um die Bereitstellung der Flaschen an die Ölmühlen, die Rückhollogistik ab Großhandel, die Reinigung der Flaschen und die erneute Auslieferung. Als erste Ölmühle startet Bio Planète ab dem vierten Quartal dieses Jahres mit Abfüllung und Vertrieb in der Mehrwegflasche.



Holle baby food AG zählt erneut zu den „Best Workplaces™ Schweiz“

Holle baby food AG mit Sitz in Riehen (Schweiz) erreichte bei dem diesjährigen „Best Workplaces™ Award“ von Great Place To Work® den 3. Platz in der Kategorie „Best Medium Workplaces Schweiz“. Holle trat zum ersten Mal in der Kategorie Medium an (Unternehmensgröße 50–249 Mitarbeitende) und konnte auf Anhieb die Top-3-Platzierung erreichen. Die Auszeichnung steht für besondere Leistungen bei der Entwicklung vertrauensvoller Arbeitsbeziehungen und der Gestaltung attraktiver und förderlicher Arbeitsbedingungen für Mitarbeitende. Bei der Befragung antworteten alle Mitarbeitenden von Holle, dass sie stolz seien, anderen erzählen zu können, dass sie dort arbeiteten. 98 Prozent gaben an, einen wichtigen Beitrag leisten zu können und 93 Prozent stimmten der Aussage zu, dass es ein großartiger Arbeitsplatz sei.

„Diese Auszeichnung ist eine Bestätigung unserer außerordentlichen Teamleistung und wir danken all unseren Mitarbeitenden für ihr stetiges Engagement und Vertrauen. Wir freuen uns gemeinsam in die Zukunft zu gehen und unsere Arbeitsplatzkultur laufend weiterzuentwickeln“, so Anne Mutter, CEO Holle baby food.



BODAN: Nachhaltige Entwicklung braucht Anerkennung der Nachhaltigkeitsleistung

Der Bio-Großhandel Bodan setzt sich mit einer Gruppe von Bio-Unternehmen dafür ein, die Nachhaltigkeitsleistungen in der Ökolandwirtschaft sichtbar zu machen. Blühstreifen für Insekten aussäen, die Bodenfruchtbarkeit stärken, Natur und Wasser schützen: Bio-Landwirt*innen stärken die Funktionsfähigkeit unserer Ökosysteme und unsere Lebensgrundlagen. Um diese und andere Nachhaltigkeitsleistungen zu erbringen, investieren sie viel Zeit und Geld und handeln damit ganz im Sinne des Strategieplans der Bundesrepublik zur GAP (Gemeinsame Agrarpolitik der Europäischen Union) für eine nachhaltige Landwirtschaft. Leider bleiben die meisten ihrer Zusatzleistungen für die Öffentlichkeit unsichtbar und werden nicht angemessen entgolten. Um dies zu ändern, arbeiten Bio-Unternehmen und Bio-Landwirt*innen mit der Regionalwert Leistungen bei Freiburg zusammen. „Die Regionalwert Leistungen hat ein leicht handhabbares Online-Tool entwickelt, mit dem Landwirt*innen anhand von etwa 300 Kennzahlen ermitteln können, welche Zusatzleistungen sie für die Umwelt und das Gemeinwohl erbringen“, sagt Jasmin Meyer, Nachhaltigkeitsmanagerin bei Bodan.

Bodan hat vergangenes Jahr 100 Lizenzen für die Regionalwert-Leistungsrechnung erworben, die er Anbaubetrieben aus seiner Lieferkette zur Verfügung stellt – direkt oder über Hersteller-Partner. „Damit wollen wir Transparenz schaffen und einen starken Impuls dafür setzen, dass die Leistungen der Landwirte fürs Gemeinwohl sichtbar und anerkannt werden“, erklärt Bodan-Geschäftsführer Volker Schwarz.

Als Pilot-Partner von Bodan sind aktuell die Bohlsener Mühle, Höfe aus dem Netzwerk ‚WIR. Bio Power Bodensee‘, Barnhouse und Beutelsbacher dabei. Weitere Bio-Hersteller sind unabhängig davon aktiv geworden (wie Neumarkter Lammsbräu, siehe Meldung). Insgesamt wurde die Regionalwert-Leistungsrechnung bis heute von über 350 Bio-Höfen und -Gärtnereien für mindestens ein Geschäftsjahr durchgeführt. „Die Berechnung der Nachhaltigkeitsleistungen ist eine Grundvoraussetzung dafür, dass die finanziellen Mittel an die richtige Stelle fließen, um schnellstmöglich die notwendige Transformation zu erreichen – beim Produktkauf ebenso wie bei Förderungen und Kreditvergaben“, sagt der Geschäftsführer der Bohlsener Mühle, Mathias Kollmann. „Je mehr Betriebe sich der Initiative anschließen, desto mehr Kraft kann sie auf wirtschaftlicher und politischer Ebene entfalten“, ermutigt Volker Schwarz potenzielle Interessenten.



PRIMAVERA ausgezeichnet bei „Bester Arbeitgeber 2023“

Das Allgäuer Unternehmen Primavera zählt bereits zum 3. Mal in Folge zu den besten Arbeitgebern Bayerns. Das ist das Ergebnis der jüngsten Auswertung des Zertifizierers „Great Place to Work[®]“, der Firmen jährlich auf Grundlage anonymer Mitarbeiterbefragungen und einer Analyse der Unternehmenskultur bewertet.

Die Ergebnisse bescheinigen dem Aromatherapie-Spezialisten und Naturkosmetikerhersteller eine weit überdurchschnittliche Unternehmenskultur. Die Mitarbeitenden bekundeten wieder in großer Übereinstimmung, „stolz zu sein, bei Primavera zu arbeiten“. Ebenso bestätigten sie ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl bzw. starken Teamgeist.

Unternehmensmitgründer und Geschäftsführer Kurt L. Nübling schätzt die Ergebnisse der anonymen Mitarbeiter-Befragung: „Unser Ziel bei Primavera ist es, im Einklang mit Mensch und



Positive Unternehmenskultur: Große Freude bei Team und Geschäftsleitung über die erneute Auszeichnung.

Natur zu handeln. Das stellt hohe Anforderungen an die Qualität des Miteinanders – auch, weil unsere Mitarbeitenden zurecht große Er-

wartungen haben. Es ist tagtäglich eine Herausforderung, sich dieses Vertrauen auch zu erhalten und immer wieder zu verdienen.“

30 Jahre „Wheaty: TOPAS feiert Markenjubiläum mit „Family & Friends“-Party



Festtagsstimmung bei „Wheaty“: Geschäftsführer Charles-Henry Debal (re.) dankt Firmengründer Klaus Gaiser und seiner Frau Sanni für ihre erfolgreiche Pionierarbeit.

Bio-Hersteller Topas gehört mit seiner Marke „Wheaty“ zu den Pionieren im Markt der bio-vegane Fleischalternativen. Gründer Klaus Gaiser hat in den drei Jahrzehnten seit der Gründung 1993 mit seinen Innovationen zum heutigen Erfolg alternativer Ernährungskonzepte beigetragen.

Getreu dem Motto, ‚Feste soll man feiern, wie sie fallen‘, hat es sich die Familie Gaiser auch in den wirtschaftlich herausfordernden Zeiten nicht nehmen lassen, das ganze Team samt Familien, Freunden und einigen Wegbeglei-

tern zur Feier des 30-jährigen Firmenjubiläums einzuladen.

Ein engagiertes Orga-Team hatte über Monate den Festtag am Produktionsstandort in Kerzen im Remstal vorbereitet. Als es dann soweit war, droht ein Unwetter, die Feier zu verhindern. Doch die Feierlaune wurde nur kurz von einem Schauer unterbrochen – zur Überraschung aller hielt das Wetter dann bis zum Schluss mit Sonnenschein und angenehmen Temperaturen. Und für jeden Geschmack war etwas dabei: so gab es leckeres Essen von der



„Leckerschmecker-Küchenfee“, tolle Getränke und jede Menge Spaß und Entertainment für Groß und Klein. Gefeiert, geschlemmt und getanzt wurde vom frühen Nachmittag - mit der Begrüßung der Gäste durch Senior Klaus Gaiser und Geschäftsführer Charles-Henry Debal – bis in den späten Abend hinein. Die Stimmung hielt – ein gutes Omen für Gaiser und Debal, denn sie dankten allen Beteiligten nicht nur für die vergangenen 30 Jahre, sondern blickten positiv in die Zukunft – und das nächste Jubiläum in 20 Jahren.

Neues bei **Bauck**: Personalien und Foodtruck auf Sommertour

Zum ersten August ist Friedemann Wecker (Foto) in die Geschäftsführung des niedersächsischen Bio-Herstellers Bauck GmbH eingestiegen. Bis 2021 war Wecker Geschäftsführender Vorstand im norddeutschen Demeter-Landesverband, den er aktuell auch als Aufsichtsrat begleitet. Seit dem Wechsel zur Bauck Mühle hat sich Friedemann Wecker in die Bereiche Produktion und Technik eingearbeitet und diese verantwortet.

Künftig wird auch das Thema Nachhaltigkeit bei Bauck noch stärker im Fokus stehen. Im Sommer startet das Unternehmen dazu eine eigene Kampagne mit u.a. Social-Media-Aktionen und der Vorstellung konkreter Maßnahmen. Dabei unterstützt die im Frühling eingestellte Nachhaltigkeitsmanagerin Katrin Porsch, die die Nachhaltigkeit bei Bauck koordiniert.



Foodtruck on Tour: Normalerweise versorgt der Bauck-Foodtruck hungrige Fußballfans bei den Heimspielen des 1. FC Nürnberg mit leckeren

Veggie-Produkten. Während der Spielpause ist der Truck aber in ganz Deutschland unterwegs. Auf verschiedenen großen Festivals wie Rock

im Park, Schlagermove oder Deichbrand begeistert das biovegane Angebot von Bauck viele neue Zielgruppen.

„Blühender Betrieb“: Umweltminister würdigt den **bio verlag**



bio verlag als „Blühender Betrieb“ ausgezeichnet – V. l. n. r.: Bayerns Umweltminister Thorsten Glauber, Sabine Kauffmann, Stefan Reining (beide Geschäftsführung bio verlag), Marion Morgner (Nachhaltigkeitsbeauftragte bio verlag), Monique Rollmann (Qualitätsmanagement bio verlag).

Der bio verlag ist vom Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Verbraucherschutz als „Blühender Betrieb“ ausgezeichnet worden. Bayerns Umweltminister Thorsten Glauber überreichte am 5. Mai die Urkunde an die Mitarbeitenden des bio verlags. Damit würdigte das Staatsministerium das besondere Engagement des Verlags für mehr Artenvielfalt.

So hat der bio verlag in Aschaffenburg vielerlei Maßnahmen zur Förderung der ökologischen Vielfalt ergriffen. Die rund 3.000 m² große Fläche um das Verlagshaus ist wild und naturbelassen gestaltet. Auf dem Gelände befinden sich neben Wiesenflächen auch Laub- und Streuobstbäume sowie ein kleiner Teich mit Seerosen. Die Grünflächen werden nur einmal

im Jahr im zeitigen Frühjahr beschnitten. Die übrige Zeit darf die Pflanzenwelt natürlich wachsen und bietet so Lebensraum für Bienen und andere Insekten. Überdies umgibt das Areal eine Blühhecke aus 16 verschiedenen Arten, darunter Kornelkirsche, Schwarzdorn, Stinische und Mispel, die mit ihrem Blütennektar Futter für Insekten bieten. Vielfältige Nisthilfen sind zudem aufgestellt. Neben Insekten- und Hummelhotels gibt es eine Sandlinse für bodennistende Arten sowie Steinhäufen als Rückzugsorte. Auch überlassenes Totholz bietet Nahrung und Unterschlupf.

„Mut zum wilden Garten, so lautet unsere Devise“, sagt Marion Morgner, Nachhaltigkeitsbeauftragte des Verlagshauses. „Für Bienen und andere Insekten etwas zu tun, heißt auch aushalten zu können, dass der Garten etwas unordentlich aussieht. Damit möchten wir auch andere Menschen inspirieren, den Insekten Lebensraum zu schaffen.“

BioBoden-Genossenschaft zu Gast beim Ökodorf Brodowin



Vom 23. bis 25. Juni 2023 war das Ökodorf Brodowin Gastgeber für die rund 350 Mitglieder der BioBoden Genossenschaft, die sich dort zu ihrer 7. Generalversammlung trafen. Die Brodowiner, die selbst Mitglied und Kooperationspartner der Genossenschaft sind, empfingen

die zahlreichen Gäste bei strahlendem Sonnenschein und sommerlichen Temperaturen, veranstalteten rund um die eigentliche Versammlung Führungen und Workshops und versorgten die Gäste mit bestem Bio-Essen. Das Interesse an den Führungen war groß, über 300 Personen nahmen teil, um sich ein umfassendes Bild von der ökologischen Landwirtschaft und dem Naturschutzengagement des Ökodorfs Brodowin zu machen.

Mit Unterstützung der BioBoden Genossenschaft übernahm Ökodorf Brodowin 2020 eine Fläche von 860 Hektar im nahegelegenen Oderberg und führt diese nun gemeinsam mit der Agrargenossenschaft Oderberg eG. Im selben Jahr begann Brodowin direkt mit der Umstellung der bisher konventionell bewirtschafteten Agrarflächen, die nun langfristig für den Bio-Landbau gesichert sind.

Voelkel nimmt 100-Millionen-Euro-Umsatzgrenze



Seniorchef Stefan Voelkel

Erstmals in seiner fast 90-jährigen Unternehmenshistorie erzielte Bio-Fruchtsafthersteller Voelkel für das Jahr 2022 einen Umsatz von 104,8 Millionen und überschritt damit die 100-Millionen-Euro-Umsatzgrenze. Trotz aller wirtschaftlichen Herausforderungen durch Krieg, Inflation und Verbraucherzurückhaltung gelang es dem Bio-Produzenten aus dem Wendland mit einer Vielzahl an Projekten nachweislich Gewinn für Mensch und Natur zu erzielen. Dies belegt die zum zweiten Mal vom Marktführer für Bio-Säfte im Naturkost-Fachhandel durchgeführte Gemeinwohl-Bilanzierung (GWÖ). Sie bescheinigt dem Unternehmen erneut ein sehr gutes Ergebnis mit einer Ver-

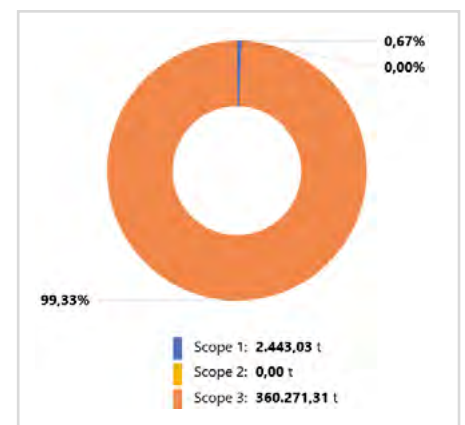
besserung zur vorausgegangenen Bilanzierung. Voelkel liegt damit in den Top 5 jemals gemeinwohlabilanzierter Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeiter*innen und gilt nach Einschätzung der GWÖ mit diesem Ergebnis als „hoch engagiertes Unternehmen mit extrem ausgeprägtem Pioniercharakter“.

„Wir sind ein Familienunternehmen und haben in vier Generationen gelernt, flexibel und schnell, aber immer vorausschauend durch Krisen zu navigieren. Wir denken in längeren Zeiträumen. Das hat sich 2022 ausgezahlt“, erklärt Seniorchef Stefan Voelkel. „Wir sind weniger von den verschiedenen Krisen betroffen als der Branchenschnitt. Das liegt einerseits am Erfolg unserer hochinnovativen Produkte, andererseits an Investitionen, die wir in den letzten Jahren in die Themen Energieeinsparung und faire Beziehungen zu unseren Lieferanten getätigt haben. Als gemeinwohlorientiertes Unternehmen steht der Gewinn für alle bei uns immer im Zentrum des unternehmerischen Tuns. So konnten wir zum Beispiel trotz aller Schwierigkeiten allen Mitarbeiter*innen eine Inflationsausgleichsprämie von 2.000 Euro zahlen und den Apfelbetrieben im Alten Land aus einer echten Krise helfen, indem wir viel mehr Ware abgenommen haben, als wir eigentlich aktuell benötigen.“

Terra kennt seinen CO₂-Fußabdruck

Der Berliner Großhändler Terra Naturkost hat seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK) erstellt. Dabei verwies die Berechnung des Corporate Carbon Footprints (CCF) auf die Logistik als größte CO₂-Quelle. Um einen überzeugenden Fußabdruck zu erhalten, integrierte Terra Naturkost auch die vorgelagerte Logistik in seinen Fußabdruck. Es zeigte sich, dass die eigene Logistik bereits relativ gut aufgestellt ist: Das Liefergebiet ist stark verdichtet und bereits 25 Prozent der eigenen LKW-Flotte fahren mit CO₂ sparendem Erdgasantrieb. Inzwischen können 99 Prozent der Emissionen der vorgelagerten Logistik (Scope 3 Kategorie 4) zugerechnet werden.

Auch jenseits der Logistik wurde einiges erreicht. So stehen die Scope 2-Emissionen aufgrund des Einsatzes von ausschließlich klimaneutralem Grünstrom bereits auf null, PV-Anlage, Blockheizkraftwerk, Wärmerückgewinnung und Angebote emissionsarmer Arbeitswege sind weitere wichtige Elemente von Terras Nachhaltigkeitsstrategie. Alle Maßnahmen zusammen beeinflussen den Fußabdruck allerdings weniger als die vorgelagerte Logistik.



Der Nachhaltigkeitsbericht nach DNK-Standard gibt dem Unternehmen viele Impulse über den CO₂-Fußabdruck hinaus. Denn die Stärkung der biologischen Vielfalt, das Speichern von Niederschlägen, die Förderung des gesellschaftlichen Zusammenhalts und der Chancengerechtigkeit stehen gleichwertig neben dem CO₂-Fußabdruck und zeigen das vielfältige Engagement von Terra Naturkost.

Wie gut und vorbildlich das Nachhaltigkeitsengagement von Terra Naturkost ist, belegt auch die Nominierung des Unternehmens für den Deutschen Nachhaltigkeitspreis. Wir gratulieren zur erfolgreichen 1. Runde des Wettbewerbs und drücken die Daumen!

PPURA: Langjähriges soziales Engagement bei der Tafel gewürdigt

Das Bio-Feinkostunternehmen Ppura, Hersteller von Bio-Pasta, -Pesto und -Olivenölen, wurde im Rahmen des Bundestafeltreffens 2023 mit dem Tafel-Teller ausgezeichnet. Diese Auszeichnung wird an besondere Spender der Tafel verliehen und ehrt Ppura für das langjährige soziale Engagement.

Ppura engagiert sich seit seiner Gründung 2009 für eine ökologische und soziale Wirtschaftsweise. Neben einer breiten Nachhaltigkeitsstrategie beinhaltet dies auch soziales Engagement. So spendet das Unternehmen mindestens 5 Prozent seines Gewinns an gemeinnützige Organisationen zur Armutsbekämpfung. Im Jahr 2022 kamen so insgesamt 1,2 Millionen gespendete Portionen Pasta zusammen.

Für dieses Engagement wurde Ppura im Juli als einer der größten Spender in Deutschland



Ppura-Gründer Cemal Cattaneo freut sich über die Auszeichnung

ausgezeichnet. Der Preis wird alle zwei Jahre von der Bundesfamilienministerin als Schirmherrin der Tafel verliehen. Ppura-Gründer Cemal Cattaneo nahm die Auszeichnung vom Tafel-Vorsitzenden Jochen Brühl sowie dem Tafel-Botschafter, Moderator Jörg Pilawa, entgegen und zeigte sich stolz: „Als langjähriger Unterstützer der Tafel freuen wir uns sehr über diese Ehrung. So wie die Tafel möchten auch wir als Unternehmen den sozialen und ökologischen Wandel vorantreiben und einen positiven Beitrag für die Zukunft leisten.“

Mit über 960 gemeinnützigen Tafeln, die einwandfreie überschüssige Lebensmittel von Händlern und Herstellern sammeln und an mehr als zwei Millionen armutsbetroffene Menschen im ganzen Land verteilen, spielt die Tafel Deutschland e.V. eine bedeutende Rolle als sozial-ökologische Bewegung des Landes.

BIO COMPANY gewinnt Green Buddy Award



BIO COMPANY erhält den Green Buddy Award im Berliner Metropol

Für ihr nachhaltiges Mehrwegprojekt PFABO wurde die Bio Company mit dem Green Buddy Award ausgezeichnet. Erstmals nominiert, konnte das Unternehmen in der Kategorie Einzelhandel auch sogleich den Preis vom Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V. entgegennehmen. In der Begründung hieß es, die Bio Company sei im Bereich des Einzelhandels ein Vorreiter des ökologischen und nachhaltigen Wirtschaftens und zeige auf, wie bereits durch kleine Maßnahmen viel erreicht werden könne. „So setzt es sich insbesondere dafür ein, Einwegverpackungen und Plastikmüll soweit wie möglich zu reduzieren. Verpackungsfreies Einkaufen wird durch die Frischetheken und 18 Unverpackt Stationen

erleichtert. Zusätzlich engagiert sich das Unternehmen im Bereich Foodsharing.“

Der Green Buddy Award bietet eine Plattform für engagierte Unternehmen, für die Ökologie und Nachhaltigkeit Teil der eigenen Firmenphilosophie sind, sowie für beispielhafte private Initiativen, die sich um eine nachhaltige Entwicklung verdient gemacht haben. Zum 12. Mal wurden junge Menschen und Unternehmen gesucht, für die Umweltschutz und Nachhaltigkeit eine Herzenssache ist. Initiiert hat den Umweltpreis die Wirtschaftsförderung des Bezirksamts Tempelhof-Schöneberg von Berlin.

Ökoring: Mehr Bio für die Außer-Haus-Verpflegung

In der Außer-Haus-Verpflegung (AHV), die von Hotels, Gastronomie und Kantinen angeboten wird, gibt es viel Potenzial für Bio-Lebensmittel, denn die Verbrauchernachfrage nach mehr Bio in Kantinen und Gastronomie ist groß. Um mehr Bio in die Gastronomie und AHV zu bringen, haben der Bio-Großhandel Ökoring Handels GmbH und die Rapunzel Naturkost GmbH eine Kooperation beschlossen und bieten künftig gemeinsam ein breites Sortiment für die AHV an. Gastronomische und weiterverarbeitende Betriebe können über den Ökoring auch Großgebäude sowie besondere Rohstoffe und Produkte für die Weiterverarbeitung des Herstellers Rapunzel beziehen. Dieser durch die Kooperation entstandene Vertriebsweg gilt ausschließlich für die Außer-Haus-Verpflegung sowie für verarbeitende Betriebe.



Ökoring nun im AHV-Bereich mit Produkten von Rapunzel an Bord...

Firmenlaptops von Byodo: Sinnvolle Weiternutzung statt Entsorgung

Das Bio-Unternehmen Byodo Naturkost schenkt funktionsfähiger Hardware ein zweites Leben. Über die lokale Malawi-Hilfe ermöglichen die Firmenlaptops einkommensschwachen Studenten im südlichen Afrika das Studium an der Universität.

„Die Studenten benötigen neben der Finanzierung der Studiengebühren durch unsere Bildungspaten auch Hilfe mit Laptops und Smartphones, um überhaupt studieren zu können, und hier helfen wir gemeinsam mit den gebrauchten Laptops von Byodo“, so Konrad Ess, erster Vorsitzender der Malawi-Hilfe Schwindegg, der die Geräte vor Ort persönlich überreicht hat.

Auch das inhabergeführte Bio-Unternehmen selbst setzt häufig auf Gebraucht- statt Neugeräte. Umwelt- und ressourcenschonende Hardware ist Teil ihrer sogenannten „Green IT“-Strategie. Mit der Beteiligung an der Agotech IT-Systemhaus GmbH hat sich Byodo einen kompetenten Partner auf diesem Gebiet



Student Joseph Mussa (links) freut sich über Laptop und Smartphone, die er von Konrad Ess (Mitte) im Namen der Malawi-Hilfe gespendet bekommt. Deus Kumcheza (rechts) ist der Projektmanager vor Ort.

ins Haus geholt. Agotech machte zudem die Laptops für die Malawi-Hilfe kostenfrei fit für ihren neuen Einsatz wozu u. a. die vollständige Datenbereinigung gehört.



AlmaWin: Info-Kampagne für duft- und hautsensible Menschen

Die Marke „Klar EcoSensitive“ von AlmaWin zeichnet sich durch eine parfümfreie Rezeptur und natürliche Inhaltsstoffe aus. Daher eignen sich die Produkte besonders für duft- und hautsensible Menschen, insbesondere für Kinder oder Allergie-Erkrankte. Die Produkte sind dermatologisch getestet und einige Waschmittel werden zusätzlich vom Deutschen Allergie- und Asthmabund (daab) empfohlen. Durch eine Volldeklaration aller Inhaltsstoffe haben Allergiker*innen die Möglichkeit, die Verträglichkeit vorab zu klären. Um die Verbraucheraufklärung zu verbessern, startet AlmaWin in der zweiten Jahreshälfte eine Informationskampagne mit Anzeigen, einem neuen Informationsflyer sowie einem Duftfrei-Einsteiger-Set „Klare Sache!“

Neumarkter Lammsbräu ermittelt konkreten Mehrwert von Bio-Betrieben



Johannes Ehrnsperger mit am Projekt beteiligten Bauern von Lammsbräus Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe EZÖB auf dem Feld.

Rund 53.200 Euro, so viel Mehrwert erbringt ein durchschnittlicher Biolandwirtschaftsbetrieb der regionalen Lammsbräu-Erzeugergemeinschaft EZÖB pro Jahr für Umwelt und Gemeinwohl durch sein nachhaltiges Wirtschaften – zusätzlich zu den von ihm erzeugten Lebensmitteln. Dies war das erste Ergebnis eines laufenden Pilotprojekts des Bio-Pioniers Neumarkter Lammsbräu zusammen mit Regionalwert Leistungen.

„Bio-Landwirtschaft ist der wesentliche Hebel für mehr Umwelt- und Klimaschutz. Unser 2020 gestartetes Pilotprojekt macht die Beiträge der

Bio-Betriebe für die Gesellschaft sichtbar und schafft damit eine Grundlage für eine noch gerechtere Entlohnung der Landwirte,“ ist Johannes Ehrnsperger, Inhaber und Geschäftsführer von Neumarkter Lammsbräu überzeugt. Hinzu käme, dass gerade die kleineren Bio-Betriebe laut Studie höhere Nachhaltigkeitsleistungen erzielen. „Das ist ein klares Signal, dass es sich lohnt, bei der Agrarwende nicht nur an Großbetriebe zu denken und kleinere Betriebe auch mit fairer Bezahlung zu überzeugen. Wir selbst werden diese vielfältigen Erkenntnisse bei der Gestaltung der zukünftigen Rahmenverträgen mit unseren Landwirten nutzen.“

VEGGIE-SPECIALS: Mission Lebensmittelrettung

Damit hochwertige Lebensmittel nicht verloren gehen, rettet Veggie Specials vegane Bio-Produkte, die sonst vernichtet würden und bietet sie zu einem geringeren Preis über ihren Online-shop an. Damit tragen sie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung bei und machen eine bewusste und vegane Ernährung bekannter, beides Ziele, die auch politisch mit der Ernährungsstrategie des BMEL verfolgt werden.

Auch ein Relabeling unterstützt Veggie Specials dabei: Unter der Eigenmarke werden Produkte weiterverkauft, die wegen kleinerer Produktionsfehler wie Untergewicht, geänderter Rezepturen oder falscher Etiketten durch das Ursprungsunternehmen nicht vertrieben werden. Und auch beim Transport setzt das Kölner Unternehmen auf Nachhaltigkeit. So kommen zur Transportkühlung gefrorene Wasserfla-



schen anstelle von Kühllakus zum Einsatz. Das Wasser ist bedenkenlos trinkbar und die Flaschen können wieder in den Pfand-Kreislauf zurückgegeben werden.

Bohlsener Mühle „Applaus macht noch keine zukunftsfähige Landwirtschaft“

Damit die Landwirtschaft eine Zukunft hat, muss sie nachhaltiger wirtschaften. So fordert der GAP-Strategieplan der Bundesrepublik eine Transformation hin zu einem nachhaltigen und resilienten Agrar- und Ernährungssystem. Doch wie kann dieser Schritt gelingen, wenn die vielfältigen Nachhaltigkeitsleistungen von Landwirtinnen und Landwirten von wenigen zwar ideell geschätzt werden, aber die monetäre Vergütung weitgehend ausbleibt?

Der Bio-Getreide- und Hülsenfrüchteverarbeiter Bohlsener Mühle setzt sich gemeinsam mit der Regionalwert Leistungen GmbH und dem Bio-Großhandel Bodan dafür ein, dass diese unbezahlte Mehrarbeit in Zukunft einen Wert bekommt. Mit der Regionalwert-Leistungsrechnung können die sozialen, ökologischen und regionalökonomischen Gemeinwohlleistungen ihrer Bio-Landwirtinnen und -Landwirte abgebildet und konkret in Zahlen ausgedrückt werden. Ziel ist es, mit diesen Kennzahlen eine fundierte Grundlage für eine gerechtere Entlohnung bei gleichzeitiger Etablierung nachhaltiger Praktiken in der Landwirtschaft zu schaffen.

Der Bio-Betrieb Ritzleben in Sachsen-Anhalt ist einer von zehn Höfen, die die Regionalwert-Leistungsrechnung gemeinsam mit der



Begutachtung des Bio-Getreidefelds: Bio-Landwirtin Laura Kulow und Philip Luthardt, Nachhaltigkeitsbeauftragter der Bohlsener Mühle.

Bohlsener Mühle durchgeführt haben. Laura Kulow, die den 500 ha großen Bio-Betrieb betreibt, liefert Bio-Getreide zur Weiterverarbeitung an die Bohlsener Mühle. Als Ergebnis konnte ein Nachhaltigkeitsgrad von 81 % für den Bio-Hof errechnet werden. In Geldwert ausgedrückt bedeutet es, dass der Betrieb pro Jahr 267.818 Euro an Nachhaltigkeitsleistungen erbringt, die nicht vergütet werden. Die Leistungsrechnung zeigt zudem, in welchen Bereichen es noch Verbesserungspotenzial gibt: „Die Ergebnisse der Regionalwert-Leis-

tungsrechnung sind eine ideale Grundlage für Argumentationen, sowie eine Basis, um sich selbst einordnen zu können, wo man bei den einzelnen Punkten steht“, freut sich die Laura Kulow, deren Hof im Juni mit dem Bundespreis ‚Ökologischer Landbau 2023‘ des Bundeslandwirtschaftsministeriums ausgezeichnet worden ist.

Die Bohlsener Mühle selbst arbeitet daran, die gewonnenen Erkenntnisse langfristig in ihre Vertragsgestaltung einfließen zu lassen.

Ökoland engagiert sich für die Zukunft der Bio-Branche



Ökoland unterstützt die Nachwuchsförderung im Bio-Bereich: Angehende Junglandwirt*innen der Öko-Klasse der Justus von Liebig Schule aus Hannover sagen Danke!

Bio-Produzent Ökoland liegt die Zukunft der ökologischen Landwirtschaft, die damit die Erhaltung der Natur sowie der Wasser-, Boden- und Klimaschutz besonders am Herzen. Daher unterstützt das niedersächsische Unternehmen verschiedene

ne Initiativen der Nachwuchsförderung, die für die Zukunft der Bio-Branche wichtig sind.

Zum sechsten Mal in Folge fördert Inhaber Patrik Müller mit einem Deutschlandstipendium

Studierende mit ökologischer Ausrichtung an seinem früheren Ausbildungsort, der Universität Stuttgart Hohenheim. Das Stipendium wird Studierenden mit herausragenden Leistungen zu Teil, die zugleich bereit sind, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen und sich sozial zu engagieren. „Die ökologisch orientierten Fachbereiche kommen bei den Universitätsstipendien immer noch viel zu kurz, obwohl wir einen unglaublich großen Bedarf an ökologisch ausgebildeten Fachleuten haben“, weiß Patrik Müller. „Ich möchte als Öko-Unternehmer einen Beitrag dazu leisten, junge Menschen zu motivieren, damit sie sich mit voller Kraft für die Arbeit an einer ökologischen Zukunft engagieren.“ Darüber hinaus unterstützt Ökoland seit zwei Jahren eine Ökoklasse an der Justus von Liebig Schule in Hannover. Diese Klasse, welche die Ausbildung junger Landwirt*innen im Fachgebiet „Ökologischer Landbau“ ermöglicht, gilt als ein Leuchtturmprojekt in Niedersachsen.



Neu für Schupfnudel-Fans.



Recyclebar als Altpapier



NEU

Top-Seller: beliebt und bewährt
 Stabiler Umsatzbringer
 Wertschöpfung für den Fachhandel

Potenzialartikel mit beliebten Schupfnudeln
 Hochwertige Rezeptur mit Champignons und knackigem Gemüse
 Zum Braten oder mit Sahne verfeinern

- Das Ökoland-Qualitätsgebot
- ohne Hefeextrakt
- ohne Zusatz von Aromen
- ohne Geschmacksverstärker
- Präsentation im Hoch- und Querformat

Echt GUT, echt FAIR, echt Ökoland.
www.oekoland.de

