

# böl-journal

Newsletter des Bundesprogramms Ökologischer Landbau Ausgabe Juli 2003

Herzlich willkommen zur 1. Ausgabe von **böl-journal**!

Auch wenn wir noch etwas am Layout arbeiten müssen und wir Ihnen **böl-journal** zunächst nur im elektronischen Format übermitteln können, freuen wir uns, Ihnen einen neuen Newsletter aus dem Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) vorstellen zu können, der über die einzelnen Maßnahmen näher berichtet.

Nun werden Sie vielleicht fragen: Warum denn erst jetzt – das Bundesprogramm gibt es doch schon seit Beginn 2002? Unsere Antwort: Nach Vergabe aller Aufträge - die bekanntlich per langwierige Ausschreibungen erfolgt – befindet sich das Programm seit etwa einem Jahr in der praktischen und aktiven Durchführung. Unserer Meinung nach ist also jetzt, nach einem Jahr Praxis Bundesprogramm, der ideale Zeitpunkt, um eine Zäsur zu setzen und eine Zwischenbilanz zu ziehen. Und daher nun die erste Ausgabe von **böl-journal**.

Wir werden Ihnen im folgenden die Maßnahmen des BÖL nochmals kurz beschreiben (daher wird diese erste Ausgabe etwas umfangreicher sein, obwohl wir noch nicht einmal alle Maßnahmen berücksichtigen konnten) und Sie informieren, wie der derzeitige Stand ist bzw. Ihnen auch einen kleinen Ausblick über die weiteren Aktivitäten geben. So sind sie mit uns „am Puls von BÖL“. Viel Spaß beim Lesen wünscht das gesamte BÖL-Team!

P.S. Einige Maßnahmen sind in dieser Ausgabe noch nicht aufgeführt. Wir empfehlen Ihnen daher – schauen Sie doch einfach nach im nächsten **böl-journal** (August/September 2003)!

Bei weiteren Fragen zu den hier dargestellten Maßnahmen wenden Sie sich bitte an die jeweiligen Auftragnehmer. Die Kontaktdaten erfahren Sie unter <http://www.oekolandbau.de/>. Und zu guter Letzt: Haben Sie Anregungen, Kritik oder Lob zu unserem neuen Journal? Dann schreiben Sie uns unter [geschaeftsstelle-oekolandbau@ble.de](mailto:geschaeftsstelle-oekolandbau@ble.de)! Danke!

## **Bundesprogramm soll über den Ökolandbau informieren**

Wir erinnern uns: Eine wesentliche Aufgabe des Bundesprogramms ist es, alle Akteure - vom Verbraucher über den Landwirt, den Produzenten und den Händler bis hin zum Wissenschaftler - umfassend über den ökologischen Landbau zu informieren. Im Mittelpunkt des Programms stehen daher Schulungs-, Aufklärungs- und allgemeine Informationsmaßnahmen sowie die Forschungsförderung und Maßnahmen zum Technologie- und Wissenstransfer (auf letztere Gruppe – also den F & E-Bereich – werden wir aus „Platzgründen“ erst in der nächsten Ausgabe näher eingehen können). Angelegt sind die Maßnahmen von BÖL entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Das bedeutet, es gibt fünf große Maßnahmengruppen, nämlich für

- a.) Landwirtschaftliche Produktion
- b.) Erfassung und Verarbeitung
- c.) Handel, Vermarktung und Verbraucher sowie
- d.) Forschung und Entwicklung,

und in dieser Gliederung ist auch der vorliegende Newsletter aufgebaut. Davon ausgenommen ist allerdings als übergeordnete Maßnahme das Internetportal, das als „Informationsknotenpunkt“ **allen** Zielgruppen zur Verfügung steht. Und damit beginnen wir jetzt.....

## Zentrales Internetportal Oekolandbau.de

Die „Portal-Macher“ Zadi, FiBL und SÖL zeichnen verantwortlich für den Aufbau des Portals, und das seit Anfang April 2002. Das Portal kann somit als erste Maßnahme von BÖL bezeichnet werden. Zur Struktur des Portals: Es verfügt über die Teilbereiche „Erzeuger“, „Händler“, „Verarbeiter“, „Großverbraucher“, „Verbraucher“ sowie „Kinder und Jugendliche“, so dass jede Zielgruppe auf bedarfsgerechte Informationen zugreifen kann. Insgesamt ist es in drei „Wissenstiefen“ untergliedert: „Einsteigerwissen“, „Praktikerwissen“ und „Expertenwissen“. Das „Einsteigerwissen“ wurde in verhältnismäßig kurzer Zeit erstellt, so dass das Portal am 5. September 2002 von Bundesverbraucherministerin Künast in Berlin mit einer Pressekonferenz eröffnet werden konnte. Und knapp vier Monate später – pünktlich zur IGW 2003 – wurde das Teilportal für Kinder und Jugendliche freigeschaltet. Mittlerweile steht auch der Bereich „Praktikerwissen“ und Teile des „Expertenwissen“ kurz vor seinem Abschluss und die Portal-Macher sind gerade dabei, die A-Homepage – auch Einstiegsseite genannt – neu zu gestalten mit täglich wechselnden Nachrichten. Ein Freischaltungstermin steht auch schon fest: 21. Juli 2003. Hart gearbeitet wird derzeit auch an der Einrichtung, die Bilder des BÖL Bildarchivs (siehe Seite 11) in Zukunft direkt aus dem Internet herunterzuladen. Noch steht nicht ganz fest, wann das Bildarchiv definitiv on air geht, aber wir halten Sie diesbezüglich auf dem Laufenden!

Noch ein Blick nach vorne: Im September 2003 plant das Portal die Subdomain „Schule“ frei zuschalten. Inhalt: Die innerhalb des BÖL erarbeiteten Informationsmaterialien für den Unterricht an Berufs-, Fach- und allgemeinbildenden Schulen zum ökologischen Landbau. Hierzu in der nächsten Ausgabe mehr – soll doch die Freischaltung mit einem großen Event gefeiert werden. Was läuft noch aktuell? Viel, aber nicht auf alles kann hier näher eingegangen werden, daher: Schauen Sie selbst nach auf [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de)! Auf drei Aktionen möchten wir aber noch aufmerksam machen, und zwar auf:

- Die Aktion „Donnerstag ist Öko-Tag“: Praktische Tipps und pfiffige Rezepte zeigen dem Verbraucher, dass Kochen mit Bio-Produkten genauso klappt wie mit herkömmlichen Zutaten. Unter dem Motto „Donnerstag ist Öko-Tag“ stellt das Portal jeden Donnerstag ein neues Rezept vor und zeigt, dass gesunde und vollwertige Ernährung nicht komplizierter ist als die konventionelle Küche. Und damit die „Umstellung“ nicht am Geldbeutel scheitert, enthält jedes Rezept eine Gegenüberstellung der Preise für ökologische und konventionelle Zutaten. Vielleicht auch etwas für bereits „Umgestellte“?>> zum Kapitel ["Donnerstag ist Öko-Tag"](#).
- Neue Interview-Reihe im Erzeuger-Bereich von Oekolandbau.de: Zum Auftakt stand Bundesverbraucherschutzministerin Renate Künast Rede und Antwort: vom Inhalt ihres Kühlschranks über Bio-Deutschland 2020 bis zur EU-Osterweiterung. Lesen Sie über Vorteile von Zitronensaft, blühende Landschaften und den weltweit größten Binnenmarkt ... >> [Interview mit R. Künast](#);
- Das Umsteller-Tagebuch im Erzeugerbereich von Oekolandbau.de. Was ist das? Eine Umstellung auf Öko-Landbau erfolgt Schritt für Schritt und nicht von heute auf morgen. Das Internetportal hat daher zwei Landwirte aufgesucht, die Anfang 2002 mit der Umstellung ihrer Betriebe begonnen haben und begleitet sie nun bei ihrer täglichen Arbeit auf dem Hof und schaut ihnen dabei über die Schulter. Im Abstand von zwei bis drei Wochen berichtet das Portal in kurzen Beiträgen, was es Neues auf den verschiedenen Höfen gibt.  
>> [Umsteller-Tagebuch](#)

Zum Schluss noch ein Wort zur Klick-Rate von Oekolandbau.de: Das Portal verzeichnete eine steigende Besucheranzahl von Dezember 02 (Ø 200 unterschiedliche Besucher/Tag) bis April 03 (Ø 350 unterschiedliche Besucher/Tag) mit jeweils ca. 20 aufgerufenen Seiten/Besuch. Haben **Sie** heute schon geklickt?

## MASSNAHMENGRUPPE „LANDWIRTSCHAFTLICHE PRODUKTION“

### Informationsmaterialien für den Unterricht an Berufs- und Fachschulen

Für den Unterricht an landwirtschaftlichen Berufs- und Fachschulen existierte bisher kein einheitliches und zentral verfügbares Informationsmaterial zum ökologischen Landbau. Lehrer und Schüler mussten sich die Informationen aus unterschiedlichsten Quellen individuell zusammenstellen. Im BÖL war man sich daher schnell einig, dass dies nicht so bleiben kann. Doch wie schafft man es, Material zu erstellen, das sowohl von Auszubildenden als auch von Lehrern gleichermaßen als „tauglich“ erachtet wird, mit dem aber zugleich ein hoher Ausbildungseffekt erzielt werden kann? Eine Aufgabe, mit deren Lösung das Team aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e.V. und ScientificConsulting, Agentur für Projektberatung, -Planung und -realisierung beauftragt wurde. Beide sind übrigens Projektkoordinatoren von InfoSCHUL, einem Projekt des BMBF innerhalb der Initiative „Schulen ans Netz“.

Seit August 2002 erarbeitet nun das „Didaktik-Team“ Broschüren, Foliensätze, Kopiervorlagen, interaktive CDs und verschiedene Unterrichtsübungen. Alles bedarfsgerecht aufbereitet für die sechs Zielgruppen der Berufsschulen Landwirtschaft und Gartenbau, der Fachschulen Landwirtschaft, Gartenbau und Obstbau sowie Berufs- und Fachschule Weinbau. Geplant ist, dass alle Schulen ein kostenloses Exemplar der angefertigten Materialien erhalten. Darüber hinaus werden die Materialien auch im Internet-Portal zum Download bereitgestellt. Termin: Teil I der Infomaterialien für das Schuljahr 2003/2004 erscheint im September 2003, zeitgleich mit der Freischaltung der Subdomain „Schule“ des Internetportals. Teil II folgt im Winter.

### Weiterbildung für Berater und Tierärzte/Traineeprogramm für Fachhochschulen und Hochschulabsolventen

Ein altes Sprichwort aus dem Volksmund besagt: *„Was der Bauer nicht kennt, das isst er nicht.“* Dieses Sprichwort ist immer dann zitiert worden, wenn scheinbar kultivierte Menschen beweisen wollten, dass Bauern rückständig wären. Dabei ist es verständlich, dass jemand das nicht isst, was er nicht kennt! Im übertragenen Sinne gilt dieses Bild auch für den Ökolandbau: Damit Landwirte abschätzen können, ob der Ökolandbau für sie ein Zukunftsmodell ist, benötigen sie zunächst einmal umfassende Hintergrundinformationen. Aus diesem Grund wurde innerhalb des BÖL-Programms ein breit angelegtes Weiterbildungsangebot entwickelt, das Informationen für landwirtschaftliche Berater, Tierärzte, spezialisierte Öko-Berater und solche, die es werden wollen, bereithält und sie dabei unterstützt, in jedem individuellen Fall, Chancen und Risiken sachlich gegeneinander abzuwägen.

Welche Erfahrungen haben wir bei BÖL nun mit den Weiterbildungsprogrammen gemacht? Fangen wir mit dem **Traineeprogramm** an: Auftragnehmer dieses Projektes ist die Stiftung Ökologie und Landbau (SOEL), welche die Organisation des Programms dem SOEL/AHA-Projektbüro Traineeprogramm bzw. den erfahrenen Beratern Jan Plagge und Britta Weitbrecht übertragen hat. Insgesamt 25 junge Diplom-Agraringenieure stehen derzeit bundesweit bei 20 staatlichen und privaten Beratungsorganisationen des ökologischen Landbaus in der einjährigen Ausbildung zum Öko-Berater. Neben der praktischen Ausbildung bei den Beratungsstellen durchlaufen die angehenden Öko-Berater in der Andreas-Hermes-Akademie-in Bonn-Röttgen (AHA) vier einwöchige, überbetriebliche Lehrgänge, in denen Managementfähigkeiten trainiert werden. Eine Disziplin, welche die Öko-Trainees bereits zur ihrer eigenen Sache gemacht haben, denn schließlich gilt es, sich nach einem Jahr fit für den Arbeitsmarkt zu präsentieren. So haben die Trainees bereits eine eigene Homepage entwickelt, Flyer kreiert und Veranstaltungen mit organisiert, auf denen sie sich der Fachpresse und auch Renate Künast vorstellten! Offenbar auch erfolgreich, denn einige Trainees haben bereits Stellenzusagen erhalten. Derzeit planen das SOEL/AHA-Projektbüro zum Abschluss des Ausbildungszeitraumes einen Workshop am 12. September in der AHA, zu dem mehr als 600 Institutionen und Unternehmen des In- und Auslandes eingeladen wurden, um die neue Generation von Öko-Beratern zu präsentieren. Das möchte **böI-journal** natürlich unterstützen und wird Sie daher, sobald das Programm des Workshops steht, in der nächsten Ausgabe ausführlich darüber informieren. Jetzt schon neugierig? Dann hier die Adresse, auf der Sie weitere Informationen erhalten: [www.soel.de/projekte/trainees.html](http://www.soel.de/projekte/trainees.html).

Die Weiterbildungsangebote der SOEL für **Spezialberater und Tierärzte**, die bereits im Ökolandbau tätig sind, treffen ebenfalls auf eine positive Nachfrage. Kennzeichnend für diese Gruppe ist – wie bei den jungen Trainees – dass die Eigenbeteiligung der Teilnehmer sehr groß ist und der „Beratungslehrplan“ maßgeblich durch das Einbringen eigener Problemfragen mitbestimmt wird. Dort entsteht ein regelrechtes Netzwerk, denn der

Wissensaustausch wird von allen rege nachgefragt. Auch an den ersten Ergebnissen aus den BÖL-F&E-Studien sind die Spezialberater enorm interessiert. Daher ist geplant, die ersten Studienergebnisse auf Tagungen ab Herbst 2003 zu präsentieren, damit sie möglichst schnell Eingang in die Praxis finden.

Eine ebenfalls gute Nachfrage erfahren die **mehrtägigen Einführungsseminare und Exkursionen für Tierärzte**, die zukünftig in die Betreuung ökologisch wirtschaftender Betriebe einsteigen wollen. In den Seminaren werden zwei Themenschwerpunkte erörtert: 1.) Welche speziellen Anforderungen werden an die Haltung von Tieren im ökologischen Landbau gestellt, um Krankheiten grundsätzlich vorzubeugen zu können und 2.) Welche alternativen Heilungsmöglichkeiten gibt es im Krankheitsfall in der alternativen Veterinärmedizin. Projektnehmer ist hier die Landjugendakademie Altenkirchen, die reichlich Erfahrung zu dieser Thematik vorweisen kann.

Die von der SOEL angebotenen Einführungsseminare bzw. Exkursionen für vorwiegend im **konventionellen Landbau tätige Berater** wurden insgesamt zurückhaltender nachgefragt als erwartet. So zeigte sich, dass Berater, die sich für das Thema Ökolandbau interessieren, bereits über einen guten Wissensfundus verfügen. Für diese Beratergruppe bietet es sich daher in Zukunft an, ganz gezielt eintägige Seminare zu bestimmten Schwerpunktthemen zu organisieren.

Schließlich gibt es noch mehrtägige Fortbildungskurse für **ehrenamtliche Leiter regionaler Arbeitskreise** des Ökolandbaus mit den Schwerpunkten Moderationsverfahren und Öffentlichkeitsarbeit, die ebenfalls recht rege nachgefragt werden. Kein Wunder, denn sie werden von erfahrenen Moderatoren der Landjugendakademie Altenkirchen in Zusammenarbeit mit dem Fachgebiet „Landwirtschaftliche Kommunikations- und Beratungslehre“ der Universität Hohenheim durchgeführt.

#### **Informationsveranstaltungen für Landwirte und Junglandwirte**

Für konventionell wirtschaftende Landwirte und ihre Mitarbeiter wurden ebenfalls bundesweit Informationsveranstaltungen angeboten – meist auf Ökolandbau-Betrieben – um sie über die Möglichkeiten und Risiken des Ökolandbaus zu informieren. Während die Landwirte dieses Angebot wenig nachfragten – einige der mehrstündigen Veranstaltungen konnten nur mit wenigen Teilnehmern durchgeführt werden bzw. mussten in Einzelfällen sogar abgesagt werden – nahmen die Junglandwirte hingegen die angebotenen Wochenendseminare gut an. Dort nutzten sie die Gelegenheit, mit Gleichaltrigen und Praktikern zu diskutieren und Ökoberiebe zu besichtigen.

Auftragnehmer: AFC, Bioland Bayern, Bioland Verband, LA für Landwirtschaft und Gartenbau Sachsen-Anhalt, KÖN Niedersachsen

#### **200 Demonstrationsbetriebe bilden bundesweites Netzwerk**

Mit der Schaffung eines bundesweiten Netzwerkes von so genannten Demonstrationsbetrieben wurde die Agentur M&P in St. Augustin bei Bonn betraut, so dass sich mittlerweile ein Netz von 200 Demobetrieben von Mecklenburg-Vorpommern über die Schwäbische Alb bis hin zum Bodensee erstreckt. Ziel der Maßnahme ist es, Landwirten, Verbrauchern, aber auch Verarbeitern, Händlern und Verkaufspersonal konkrete Einblicke in die praktische Umsetzung der ökologischen Landwirtschaft zu geben. Zur bundesweiten Bekanntmachung des Projektes wurde ein Faltblatt produziert, das bei M&P gerne abgerufen werden kann. Es stehen aber auch Faltblätter zu jedem einzelnen Hof zur Verfügung, welche die Betriebe zur Streuung an die Öffentlichkeit selbst nutzen. Seit dem Start des Projektes im Juli 2002 führten die Demonstrationsbetriebe bereits mehr als 1.300 Informationsveranstaltungen durch. Über 950 davon waren öffentlich und wendeten sich mit Hofführungen und besonderen Einzelthemen in erster Linie an interessierte Verbraucherinnen und Verbraucher. Höhepunkte innerhalb dieser Verbraucherveranstaltungen waren am 18.12.2002 die „Bio-Glühwei(h)nnacht“ in Zusammenarbeit mit der CMA und am 24.05.2003 der „Tag der Demonstrationsbetriebe“. Einige Besucher der Veranstaltungen schwärmen noch heute davon....

Weitere rund 350 „geschlossene“ Termine boten vor allem für umstellungsinteressierte Landwirte Informationen und Beratung etwa zu Produktionsverfahren, Vermarktung und Computernutzung.

2003 bieten die Bio-Höfe insgesamt 1.400 Termine an, die wöchentlich auf [demonstrationsbetriebe.oekolandbau.de](http://demonstrationsbetriebe.oekolandbau.de) aktualisiert werden. Dort erfahren Sie zudem, ob es auch einen Demonstrationsbetrieb in Ihrer Nähe gibt bzw. dort finden Sie weitere Informationen.

### **Filmreportagen zum ökologischen Landbau**

„Der Öko-Bauer arbeitet doch noch mit Sense und hackt sein Unkraut mit der Hand, der weiß doch gar nicht was ein moderner Mähdrescher ist“ oder aber „Öko-Restaurants? Da bekommst du doch nur so komische Vollkorn-Dinkel-Bratlinge, die elendig trocken sind“. So oder ähnlich hört man es heute noch recht häufig – egal ob vom Landwirt, Verarbeiter oder Verbraucher. Daher beauftragte BÖL die beiden Unternehmen IMAGO Film und Filmzeit Medien GmbH damit, erfolgreiche Unternehmer und ihre modernen Betriebe in den Bereichen Landwirtschaft, Verarbeitung und Außer-Haus-Verpflegung zu portraituren und ihre Visionen bzw. Strategien zu verdeutlichen. Herausgekommen sind jeweils vier Filme in unterschiedlichen Längen zu Themen wie etwa „Portraits erfolgreicher Ökolandwirte“, „Blick über die Grenzen – Ökolandwirtschaft bei unseren Europäischen Nachbarn“ oder aber „Bio gewinnt – erfolgreiche Verarbeiter der Lebensmittelbranche“. Im ersten Schritt werden die Filme auf Messen und auf weiteren Veranstaltungen eingesetzt. Darüber hinaus wurden auch internetfähige Clips aus den Filmen produziert, die teilweise themenspezifisch ins Internetportal eingestellt wurden. Doch bei diesen Einsatzmöglichkeiten allein wird es nicht bleiben: Um einen möglichst großen Nutzen aus dem Material zu erzielen, ist geplant, das Videomaterial auch in die anderen Maßnahmen des BÖL zu integrieren, wie etwa in die Presse- und Medienarbeit von BÖL. Dort werden in Kürze etwa zehn verschiedene Themenaufhänger fernsehgerecht entwickelt und das Material zu Doku- und Reportagetreatments umgeschnitten, um es im Anschluss etwa den dritten Programmen der öffentlich rechtlichen TV-Sendeanstalten anzubieten. Ziel: Die Platzierung des Themas Ökolandbau unter verschiedenen Themenaufhängern im Medium TV. Wir halten Sie über eventuelle TV-Berichte auf dem Laufenden!

### **Landwirtschaftliche Fachmessen: BMVEL-Spezial Ökologischer Landbau „Perspektive Ökolandbau“**

Unter dem Motto „Perspektive Ökolandbau“ präsentiert sich das BMVEL-Spezial Ökologischer Landbau auf landwirtschaftlichen Fachmessen. Die dabei zum Einsatz kommenden Standbauelemente (diese werden natürlich auch bei den Fachmessen für die Ernährungswirtschaft eingesetzt siehe S. 6) sind modular veränderbar (von 30 qm bis 500qm) und weisen einen hohen Wiedererkennungswert auf. Neben zwei regionalen Veranstaltungen war die EuroTier 2002 in Hannover bislang der Höhepunkt im Tourenplan. Erfreulich war dort die Anzahl der Besucher am Stand, die das Beratungsangebot der 10 Fachexperten gezielt nachfragten und dem ein oder anderen Vortrag lauschten. Auch das Öko-Rahmenprogramm in den EuroTier-Foren und bei der EuroTier-Management-Konferenz fand bei den Landwirten großen Anklang. Selbst Bundesverbraucherministerin Renate Künast ließ es sich nicht nehmen, den Stand zu besuchen. Reges Treiben herrschte schließlich beim abendlichen „Get-Together“, das u.a. durch das äußerst schmackhafte Büffet unseres United Cook Piquardt begründet war. Doch auch ansonsten war für ein gutes Abendprogramm gesorgt: Peter Gaymann, ein bekannter Cartoonist, zeichnete vor dem begeisterten Publikum illustre Bilder, die noch am gleichen Abend zu einem wohltätigen Zweck versteigert wurden. Das meist verwendete Motiv seiner Bilder waren gackernde Hühner. Welche Anschauungsobjekte ihn wohl an diesem Abend dazu inspiriert haben mögen?

Und was steht im zweiten Halbjahr 2003 an? Neben drei regionalen Fachmessen (siehe Terminkalender BÖL S. 14) wird die Agritechnica in Hannover am 11. bis 15. November 2003 der Höhepunkt der zweiten Halbjahres 2003 sein. Schwerpunkt dort: Pflanzenbau und Technik.

Auftragnehmer: Ulrich Frohnmeyer

### **MASSNAHMENGRUPPE B – „ERFASSUNG UND VERARBEITUNG“**

#### **Informationsmaterialien zur Verarbeitung ökologischer Erzeugnisse für die Aus- und Weiterbildung im Ernährungshandwerk und -wirtschaft**

Welche Zutaten dürfen bei der Verarbeitung von Bioprodukten verwendet werden? Welche Verarbeitungstechniken sind in den verschiedenen Sparten der Ernährungswirtschaft am günstigsten? Um diese Fragen bereits in der Aus- und Weiterbildung des Ernährungshandwerks und -wirtschaft beantworten zu können, werden z.Zt. Informationsmaterialien zum Thema Verarbeitung ökologischer Erzeugnisse erarbeitet: Foliensätze, Kopiervorlagen, interaktive CDs und Übungsaufgaben für die verschiedenen Sparten der Ernährungswirtschaft sollen also in Kürze im Unterricht zum Einsatz kommen.

Entsprechend der verschiedenen Fachrichtungen wurde die Maßnahme in fünf Bereiche unterteilt:

- 1: Berufsaus- und Weiterbildung im Bäckerhandwerk
- 2: Berufsaus- und Weiterbildung im Fleischerhandwerk
- 3: Berufsaus- und Weiterbildung im Molkereiwesen
- 4: Berufsaus- und Weiterbildung von Lebensmitteltechnikern, Brauern und Mälzern
- 5: Berufsaus- und Weiterbildung in den Bereichen Ernährung und Hauswirtschaft und von Fachverkäufern

Aktueller Status: Erste Materialien liegen in allen Bereichen vor. Bei 2-5 wird das Gros der Materialien – wie bereits beim Internetportal erwähnt – zu Beginn des neuen Schuljahres an die jeweiligen Berufs- und Fachschulen sowie an die Weiterbildungsinstitute versendet und darüber hinaus im Internet-Portal als Download zur Verfügung gestellt. Um die eigentliche Zielgruppe, also die Lehrer, auf die Materialien aufmerksam zu machen, wurde im Januar 2003 ein Flyer entwickelt und dieser in einer bundesweiten Mailing-Aktion versendet. Ein zweiter Flyer mit Hinweise auf konkrete Arbeitsergebnisse und deren Verwendung im Unterricht steht kurz vor seinem Abschluss. Und wer ist für die Durchführung der Maßnahme verantwortlich? Scientific Consulting GmbH und der aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e.V.

#### **Informationen für die Ernährungswirtschaft über den Einsatz ökologisch erzeugter Produkte**

„Wenn wir es nicht tun, besetzen andere Mitbewerber diese Marktnische!“ So das Fazit vieler Teilnehmer am Ende einer Informationsveranstaltung, die in diesem Jahr für Fleischermeister organisiert worden war. Thema: Einsatz ökologischer Produkte. Derart unisono war das allerdings nicht bei jeder Infoveranstaltung zu hören, die neben dem Fleischer- auch für das Bäckerhandwerk und für weitere Bereiche der Ernährungswirtschaft (z.B. industrielle Verarbeiter) angeboten werden. Insgesamt bestätigte sich aber: Die Veranstaltungen tragen grundsätzlich dazu bei, die doch z.T. sehr diffusen Vorstellungen der Ernährungswirtschaft zum Thema Ökolandbau durch Fachwissen zu ersetzen. So gaben auch weiterführende Fachseminare den Teilnehmern die Möglichkeit, sich mit dem Thema „Einsatz ökologisch erzeugter Produkte – ja oder nein?“ im Detail auseinander zusetzen.

Auch diese Maßnahme ist unterteilt: Den Bereich Fleischerhandwerk betreut der Deutsche Fleischer-Verband, der bislang elf Informationsveranstaltungen und drei Fachseminare durchgeführt hat. Insgesamt ist das Interesse des Fleischerhandwerks an der Weiterbildung groß, so dass in 2003 noch weitere Veranstaltungen geplant sind.

Für die Ansprache des Bäckerhandwerks wurde die Unternehmensberatung Synergie und Mercabio Consult beauftragt. Hierbei werden Bäckermeister und solche, die es werden wollen, ebenfalls durch Veranstaltungen bzw. Fachseminare über den Einstieg ins Bio-Angebot informiert. Umstellungsinteressierte Bäckermeister bekommen darüber hinaus mit der Broschüre „Auf dem Weg zum erfolgreichen Bio-Bäcker“ weitere profunde Informationen an die Hand.

Industrielle und handwerkliche Verarbeiter innerhalb der Ernährungswirtschaft werden von der Öko-Prüfzeichen GmbH und Dr. Borzner public affairs angesprochen. Hier zeigte sich, dass so genannte In-House-Veranstaltungen (exklusive Veranstaltungen für einzelne Unternehmen, Wirtschaftsverbände und IHK' mit spezifischem Informationsangebot) stärker nachgefragt werden als ein- bzw. weiterführende Infoveranstaltungen, an denen verschiedene Unternehmen gleichzeitig teilnehmen. In Zukunft soll daher den In-House-Veranstaltungen der Vorrang gegeben werden.

Interessantes Service-Detail: Ab August 2003 steht der gesamten Zielgruppe dieser Maßnahme von Montag bis Donnerstag drei Stunden täglich eine Hotline unter der einheitlichen Telefon-Nr. 0180/1000 745 zur Verfügung.

#### **BMVEL-Spezial Ökologischer Landbau „Ökologisch Märkte erschließen“ – Präsentation der Verarbeitung ökologischer Erzeugnisse auf Fachmessen der Ernährungswirtschaft**

Unter dem Motto „Ökologisch Märkte erschließen“ ist das BMVEL-Spezial Ökologischer Landbau in 2002-2003 auf insgesamt 5 Verarbeitungsmessen vertreten. Bisheriger Höhepunkt: Messebeteiligung auf der Internorga 2003 in Hamburg vom 21. bis 26. März mit insgesamt 140m<sup>2</sup> Standfläche, vier Fachberatern und Rahmenprogramm. Messeschwerpunkt der Internorga: Die Außer-Haus-Verpflegung (AHV). Ein geeignetes Forum also, um z.B. den Wettbewerb „Bio-Star“ auszuloben, bei dem deutsche Großküchen für die besten Bio-Konzepte ausgezeichnet wurden. Dass der Einsatz von Bio-Lebensmitteln in der AHV machbar ist, zeigte auch United Cook Bernd Trum, der mit seinem Schaukocher dafür sorgte, dass bei den Anwesenden das Wasser im Munde zusammenlief.

Nächstes Highlight wird die ANUGA 2003 sein. Der Standort des 500 m<sup>2</sup> großen Messeauftritts befindet sich in Halle 3.2 direkt gegenüber den Ausstellungsflächen des Gemeinschaftsstandes des BMVEL, so dass dem Besucher eine große Bioplattform mit Produktneuheiten präsentiert werden kann. Was kann der Besucher darüber hinaus noch am Stand erwarten? Neben der Innovationspreisverleihung im Bereich Bio-Lebensmittelverarbeitung (siehe nächster Abschnitt) durch Renate Künast stehen 6 Fachberater zur Verfügung und – die United Cooks sind auch wieder zum Zaubern geladen.....

Auftragnehmer: AFC

### **Bio-Lebensmittel-Innovationspreis – Preisverleihung auf der Anuga am 11.10.2003**

Die Verarbeiter von Bio-Lebensmitteln haben während der letzten Jahrzehnte viel geleistet und die Verbraucher mit qualitativ hochwertigen Produkten überrascht. Diese unternehmerische Leistung will die Bundesverbraucherministerin mit dem im Februar 2003 ausgeschriebenen „Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung“ würdigen und zugleich zu weiterem Engagement motivieren. Ort und Zeit der Preisverleihung stehen schon fest: Anuga, 11.10.2003, 14.00 Uhr am Messestand BMVEL-Spezial „Ökologischer Landbau“ und „Ökologisch Märkte“ erschließen, Halle 3.2.

Heute kann aber schon mal soviel verraten werden: Nach Ablauf der Bewerbungsfrist Ende Mai lagen insgesamt 48 interessante Bewerbungen vor. Dabei spiegelt sich in den eingegangenen Bewerbungen die gesamte Bio-Branche wider. Denn unter den Anwärtern auf den Innovationspreis finden sich sowohl kleine Handwerksbetriebe und mittelständische Unternehmen als auch Bio-Töchter von großen Lebensmittel-Konzernen. Auch sämtliche Lebensmittel-Sparten (z.B. Fleisch und Wurstwaren, Milch- und Molkereiprodukte, Back- und Teigwaren, Getränke, Convenience-Produkte) sind vertreten.

Bei der Entwicklung des Preiskonzeptes wurde Wert darauf gelegt, dass auch Innovationen berücksichtigt werden, die auf den ersten Blick nicht sicht- bzw. schmeckbar sind, aber dennoch einen entscheidenden Einfluss auf die umfassende ökologische Produktqualität haben. So wird der Preis in fünf Innovationsfeldern ausgelobt: Technologie und Verfahren, Rohstoffart und -erzeugung, Marketing, Umweltleistungen, Kulturelles & Soziales. Für den ersten bis dritten Preis sind Leistungen in mindestens zwei Feldern erforderlich. Herausragende Leistungen in nur einem Feld werden mit einem Sonderpreis ausgezeichnet. Durchgeführt wird das Projekt von der Schweisfurth-Stiftung, modern conclusa public relations gmbh und der FiBL.

### **MASSNAHMENGRUPPE C „VERBRAUCHER, HANDEL, VERMARKTUNG“**

Um möglichst viele Verbraucher zielgruppen- und bedarfsgerecht zu erreichen und sie für das Thema Ökolandbau zu sensibilisieren bzw. langfristig zu gewinnen, wurde im Bundesprogramm ein Bündel von Verbrauchermaßnahmen geschnürt, das im nachfolgenden näher beschrieben wird:

#### **Verbraucherinformation: Informationskampagne**

Mit der Infokampagne sollen vor allem Frauen zwischen 35 und 50 (die Kaufentscheider!), junge Familien, Jugendliche und so genannte Gelegenheitskäufer von Bio-Produkten angesprochen werden. Wie? In einer Zweistufen-Strategie: Zunächst Aufmerksamkeit erregen, Interesse wecken und Lust auf Bio-Produkte machen, um dann ausführlich über die Fakten zu informieren und Wissen aufzubauen. Der Imageaufbau und die Vermittlung von Werten (modern, innovativ, wertvolle Produkte, Genuss, verantwortlich mit der Natur und den Tieren umgehend usw.) gehören dabei genauso zu den Kommunikationszielen wie das Erkennen des mit dem Kauf ökologischer Produkte verbundenen persönlichen und gesellschaftlichen Zusatznutzens (Genuss, Natur, Ethik, Umwelt). Um dies zu erreichen, wurden folgende Maßnahmen entwickelt.

Anzeigen in Publikumszeitschriften; Anzeigen mit Beikleber „Das sollten Sie wissen“: Fakten zum Thema ökologischer Landbau (16 Seiten, Auflage 10,5 Mio., davon 8,5 zu Anzeigen beigeheftet) in Frauenzeitschriften und Magazinen

- Großflächen- und Vitrinen-Plakate an ausgewählten Einkaufsstätten
- Plakate in Einkaufswagen
- FreeCards: Auslage in der Szene-Gastronomie, in Universitäten und Kinos
- Werbung im Internet: Banner / Pop Ups + Microsite; Kooperationen mit diversen Online-Redaktionen
- Entwicklung eines Corporate Design Manuals (CD Manuals) für eine einheitliche Gestaltung aller kommunikativen Maßnahmen

Wer ist mit der Durchführung beauftragt? BBDO mit den Unterauftragnehmern OMD und Exozet.

Was ist Neues im zweiten Halbjahr geplant?

Ein Beihefter zu den verbraucherrelevanten Themen Preise, Kontrolle, Sicherheit und Glaubwürdigkeit von Bio-Produkten als Trägeranzeige (ca. 4 Mio) in ausgewählten Frauenzeitschriften und Magazinen, ein Online-Ökolandbau-Spiel, ein Multi-Einkaufsführer und -berater (Newsletter/Internet/Print) sowie vor Weihnachten Großflächen- und Vitrinen-Plakate.

#### **Verbraucherinformation: Presse-/Medienarbeit**

Die Presse-/Medienarbeit fokussiert sich auf die gleiche Zielgruppe bzw. verfolgt die gleichen Kommunikationsziele wie die Info-Kampagne. Im Vordergrund der Aktivitäten stehen somit erneut die emotionale und die informative Ansprache. Daher beruht unsere Medienansprache neben den verbraucherrelevanten Themen wie etwa Preise, Kontrolle, Sicherheit, Glaubwürdigkeit, Gesundheit, Genuss, Umwelt und saisonalen Themenaufhängern vor allem auf den folgenden Tools:

#### **Schwerpunkt Emotionen: United Cooks of Nature**

Es handelt sich hierbei um eine Vereinigung von 10 Spitzen- und Kantinenköche (und einem Bio-Sommelier), die hauptsächlich Bio-Produkte in ihren Küchen verwenden. Die Bio-Köche sind ein ideales Medientool, denn sie verkörpern glaubhaft und sympathisch ökologische Ernährung. Darüber hinaus bieten sie Potenzial für große und umfangreiche Berichterstattungen. Nach der Phase der Gründung der Vereinigung sind wir seit Mitte Januar 2003 in der „Anwendungsphase“ und das heißt: Verstärkter Einsatz der Köche bei öffentlichen Events bzw. bei Presseveranstaltungen.

Bei den Medien kommen die Cooks an und mit wachsender Bekanntheit steigt das Interesse: Zahlreiche Berichterstattungen in Tages-, Fach-, Bio- und Publikumsmedien belegen dies (dazu im nächsten böJ-journal ein paar Beispiele).

Inzwischen ist die Vereinigung so bekannt, das sich einige Köche von sich aus um einen Beitritt beworben haben.

Die jüngsten/nächsten Auftritte der United Cooks sind bei:

Aktionstage Ökolandbau NRW: 27.06.03, vor Bioladen Ökolonia in Köln; Bahlsen-Kantine: 01.07.03; Internationale Gartenschau in Rostock: 05.09.03; Anuga 2003: Oktober 03; Bioerlebnistage: September 03; weitere Auftritte sind in Planung.....

#### **Schwerpunkt Verstand: Das Ökobarometer**

In Zusammenarbeit mit dem EMNID-Institut werden regelmäßig Verbraucher zu Einstellungen und Kaufverhalten in punkto Bio-Produkte befragt. Mit diesem so genannten Ökobarometer wird der Ökolandbau objektiv betrachtet. Es ist ein Tool, das seine volle Wirkung durch die Reihung von mehreren Erhebungen entfaltet, die fest definierte Parameter periodisch erfassen. Es zeigt somit eine Entwicklung auf. Entsprechend entfaltet es seine Durchschlagkraft bei den Journalisten nach einer Phase der Etablierung, in der das Vertrauen wächst, was wiederum in Medienrubriken münden kann.

Bislang wurden zwei Umfragen (Trackings) durchgeführt. Hierzu gab es zahlreiche Veröffentlichungen u.a. einen Vorabbericht im Deutschlandfunk. Zwei Trackings folgen noch. Grundsätzlich gilt: Je länger und kontinuierlicher das Ökobarometer weitergeführt wird, desto mehr Aufmerksamkeit und Gewicht bekommt es.

Flankiert wird das Ökobarometer durch aktuelle Blitzumfragen, die von Journalisten sehr gerne als exklusive Medienkooperation genutzt werden: Im Januar und im April 2003 zu den Themen Eier und Verbraucherfavoriten bei Bio-Lebensmitteln.

Auch im Bereich TV und Hörfunk waren wir aktiv. Folgende Kooperationen konnten erzielt werden:

- TV: eine Bio-Reihe mit 10 Beiträgen auf RTL und Einzelbeiträge z.B. in: TV HR, NDR, WDR, n-tv, Vox
- HF: insgesamt 46 Ausstrahlungen mit einer Tagesreichweite von 21.5 Mio Hörern

Was ist im zweiten Halbjahr 2003 bei der Presse-/Medienarbeit geplant? Hier ein paar Beispiele:TV:

TV:Verbrauchernahe Basis-Serie mit 12-16-teiligen Beiträgen im „ARD Büffet“; Kooperationen mit Kochsendungen wie z.B. Vox Kochduell, Kooperationen mit VIVA.

HF: Verbrauchernahe Basis-Serie mit 10 Beiträgen zur Streuung an private HF-Sender; Talkrunden mit Experten bei WDR, BR, NDR und Deutschlandfunk, Kooperationen mit VIVA.

Print:

Einbindung von Promis als Bio-Testimonial für Medienansprache; hierzu:

Pressekonferenz am 24.07.03 in Hamburg – Vorstellung eines ausgewählten Promis als Bio-Testimonial (wer sich dahinter verbirgt, dazu mehr im nächsten böI-journal).

Beauftragte Agentur für Print-PR: TBWA/Heigl, München.

Beauftragte Agentur für TV und Hörfunk: ECC Kohtes Klewes, Bonn.

### **Verbraucherinformation: Bio-Erlebnistage 2003**

Auch in diesem Jahr werden Bio-Erlebnistage stattfinden: Insgesamt acht Veranstaltungen auf Basis der Konzeption Bio-Erlebnistage 2002 (Arena der Sinne) und unter Nutzung der vorhandenen Materialien. Um jedoch verstärkt die regionalen Akteure vor Ort mit einzubinden, wurde die Maßnahme in acht verschiedene Regionen untergliedert und die Konzepte entsprechend ausgerichtet. Dauer der Veranstaltungen: Jeweils ein bis zwei Tage. Hier schon mal der vorläufige Terminkalender der Bio-Erlebnistage 2003:

#### **1. Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland:**

TBWA\Heigl, München

Ort: Frankfurt, Konstabler Wache / Zeil; Fr, 05.09.2003

#### **2. Berlin/Brandenburg:**

Compact Team GmbH, Berlin

Ort: Potsdam Brandenburg-Tag, Breite Straße (nahe Lustgarten) Samstag, 06.09.2003

#### **3. Bayern:**

Ökonsult GbR, Stuttgart

Ort: München, Leopoldstraße/Odeonsplatz; Sa/So 06./07.09.2003

#### **4. Nordrhein-Westfalen:**

Bietergemeinschaft BIO NRW (TK-Skript und Partner)

Ort: Köln, Neumarkt; Sa, 20.09.2003

#### **5. Thüringen/Sachsen:**

BG GÄA e.V., Ökolöwe Leipzig, Thüringen. Ökoherz

Ort: Dresden, vor und in der Altmarktgalerie; Fr/Sa, 26./27.09.2003

#### **6. Sachsen-Anhalt:**

BG Agrarmarketinggesellschaft Sachsen-Anhalt mbH (AMG), Magdeburg

Ort: Magdeburg, Zentrale Feier zum Tag der Deutschen Einheit, Leiterstraße; 03.10.2003

#### **7. Baden-Württemberg:**

Ökonsult, Stuttgart

Ort: Stuttgart, Marktplatz; So 05.10.03

#### **8. Niedersachsen / Hamburg / Bremen / Schleswig-Holstein / Mecklenburg-Vorpommern:**

Ökomarkt e.V.

Ort: Hamburg, Rathausmarkt (Reserve: Gerhart-Hauptmann-Platz); Sa, 11.10.2003

### **Verbraucherinformation: Dezentrale Veranstaltungen**

Die Terminliste der dezentralen Veranstaltungen hier abzdrukken, ist auf Grund der Menge nicht möglich. Näheres dazu auf <http://www.oekolandbau.de/>. Grundsätzlich aber nochmals zur Info: Zwölf Wanderausstellungen für alle Alterstufen werden bundesweit jeweils eine Woche lang an belebten öffentlichen Orten gezeigt. Thema: Besonderheiten des ökologischen Landbaus und seiner Produkte und Beantwortung der wichtigsten Verbraucherfragen. Infomaterial liegt zur Mitnahme bereit (Broschüre/Beihefter, AID-Flyer usw.). Kooperationspartner ist hier der Deutsche Volkshochschul-Verband (DVV) e.V. Insgesamt nehmen ca. 250 Volkshochschulen (VHS) teil. Veranstaltungsorte sind VHS, Rathäuser, Schulen, Einkaufszentren, Messen usw. Die meisten Volkshochschulen organisieren aus Eigeninitiative parallel zur Ausstellung unterschiedliche

Veranstaltungen zu Themen des ökologischen Landbaus, der Ernährung bis hin zu ganzen Ökowochen. Regionale Prominenz, Presse, z.T. HF und TV werden mit einbezogen (siehe auch [www.wanderausstellung.org](http://www.wanderausstellung.org)). Zudem touren zwölf Informationsstände quer durch Deutschland, um auf Wochenmärkten und Messen den Ökolandbau zu präsentieren. Sie werden betreut von je zwei geschulten Personen, die Beratung und Infomaterial bereit halten. Zusätzlich werden Verkostungs- und andere Aktionen parallel durchgeführt. Kooperationspartner: Bietergemeinschaft "Bio-Akteure vor Ort", Fördergemeinschaft Ökologischer Landbau Berlin-Brandenburg e.V. (FÖL).

Weitere Veranstaltung mit Schwerpunkten in den jeweiligen Regionen Deutschlands:

- Süd: Führungen, „offene Türen“ und Radtouren in Zusammenarbeit mit Schulen, Initiativen und Institutionen vor Ort auf Bio-Höfen, in Mühlen und Bäckereien und anderen Verarbeitungsstätten. 2003 Schwerpunkt Seniorenfahrten zu ausgewählten Höfen. Auftragnehmer: Bietergemeinschaft Ecozept und Ökonsult GbR.
- Mitte/Ost: Kinder- und Familienfeste, Aktionstage/-wochen etc. werden als Plattform genutzt, um das Thema Ökologischer Landbau einzubringen. Kooperationspartner 2003: Karstadt Warenhaus AG, Essen; Zoologische Gärten und Parks in den ausgewählten Bundesländern; REWE/Happy Family, Düsseldorf; Deutsches Studentenwerk, Bonn. Kooperationspartner: ECC Kothes Klewes Bonn.
- Nord-Ost: Veranstaltungen v.a. auf Biohöfen, Verarbeitungsbetrieben und Märkten in breiter Kooperation mit den Akteuren des ökologischen Landbaus. Kooperationspartner: Bietergemeinschaft GÄA e.V. Brandenburg-Berlin-Mecklenburg-Vorpommern.

#### **Verbraucherinformation: Jugendkampagne**

Für BÖL haben sich die Jugend im Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUNDjugend) und der Bund der deutschen Landjugend (BDL) zusammengetan und ein gemeinsames Projekt auf die Beine gestellt: Die Multivision »Landwirtschaft und Ernährung« - zwei Show-Trucks mit Filmshow und interaktiven Elementen sowohl zum konventionellen als auch zum ökologischen Landbau. Die Show, die vor allem in Schulen zum Einsatz kommt, richtet sich an Jugendliche ab 12 Jahren und tourt unter dem Titel „bio food project“ bis November diesen Jahres durch ganz Deutschland. Insgesamt werden dadurch 240.000 Schüler erreicht.

Neben den Schulterminen stehen noch zwei weitere Termine auf dem Tourenplan: 28.08. - 07.09.03 Jugendtruck auf Messe „Du und Deine Welt“ in Hamburg; Oktober 2003 (genauer Termin noch offen) Jugendtruck auf Messe „You“ in Dortmund.

Auftragnehmer: GUSB Gesellschaft für Umwelt und Sozialbildung mbH.

#### **Verbraucherinformation: Kindergartenspiel Kater Krümel**

„Alle Spielvariationen von Kater Krümel fördern die Aufmerksamkeit der Kinder und selbstverständlich die Freude und den Spaß am gemeinsamen Lernen und Tun. Auch für uns Pädagogen ist die Spielkiste mit seinem umfassenden pädagogischen Begleitmaterial ein großer Anreiz, sich mit diesem Thema auseinander zu setzen.“

So das Fazit einer erfahrenen Erzieherin nach dem Testlauf des Kindergartenspiels Kater Krümel, bevor es im Mai an rund 36.000 Vorschuleinrichtungen kostenlos versendet wurde. Zuvor hatte am 30.04.03 Bundesverbraucherministerin Renate Künast das Spiel in Berlin – stellvertretend für alle Vorschuleinrichtungen – an zwei Berliner Kindergärten überreicht. Das Besondere am Spiel: Das Spiel bringt Kindern zwischen vier und sechs Jahren das Thema Landwirtschaft, Natur und Ernährung näher. Beim Spielen erfahren die Kinder mehr über die Erzeugung von Lebensmitteln, die Haltung von Tieren und speziell über den ökologischen Landbau. Dazu bietet die Spielkiste mit einer großen illustrierten Öko-Landschaft, einem Riesenpuzzle mit 160 cm Durchmesser, eine Vielzahl von Erlebnismöglichkeiten. Zentrale Spielfigur ist jedoch immer Krümel, der Kater, der schon seit sieben Jahren auf einem Bauernhof lebt und den Kindern viel zu zeigen hat. Er begleitet die Kinder daher, wenn sie sich – auch in großen Gruppen – spielerisch viele Antworten zur Entstehung von Lebensmitteln selbst erschließen. Die Spielentwickler: Der Kosmos Verlag und die Öko-Prüfzeichen GmbH in Zusammenarbeit mit erfahrenen Pädagogen.

Obwohl die Spiele bereits vor mehr als zwei Monaten versendet wurden, ist die Resonanz der Vorschuleinrichtungen auf Kater Krümel nach wie vor groß: Erst diese Woche konnte das Ministerium wieder einen Korb von Dankesbriefen entgegen nehmen.....

## **Bildarchiv**

Inzwischen stehen mehr als 2.200 Bilder im Presse-Bereich unter [www.oekolandbau.de](http://www.oekolandbau.de) kostenlos zum Download zur Verfügung. Weitere 800 Bilder kommen noch bis Ende Juli/August hinzu, insbesondere für den Bereich Pflanzliche Erzeugung, da bestimmte Motive auf Grund früherer Vegetationsstadien noch nicht fotografiert werden konnten. Um die Orientierung im Archiv zu erleichtern, wird derzeit ein ausführliches Schlagwortverzeichnis mit Suchfunktion erstellt.

Das Archiv umfasst folgende Themenbereiche: Pflanzliche Erzeugung, Tierproduktion, Betriebswirtschaft, Betriebsmittel, Landtechnik, Kontrolle, Verarbeitung / Produkte, Handel / Vermarktung, Außer-Haus-Verpflegung, Konsument / Speisen, Kommunikation / Werbung / Info / Ausbildung, Diversifizierung, Agrarlandschaft / Naturschutz, Forschung, Institutionen und Betriebsportraits.

## **Informationsmaterialien zum ökologischen Landbau für allgemeinbildende Schulen**

»Die Superstars im Öko-Beet«! So lautet nicht etwa das Remake einer bekannten TV-Produktion, sondern der Titel einer Unterrichtseinheit für Grundschulen, die im Rahmen der Materialien für allgemeinbildende Schulen erstellt werden. Folglich heißen die Stars auch nicht Jeanette oder Daniel Küblböck, sondern Schnurfüßer, Erdläufer, Assel oder Springschwanz. An diesem Beispiel wird es deutlich: Damit ein Thema bei Kindern oder Jugendlichen ankommt, muss es altersgerecht und ansprechend aufbereitet sein. Mit diesem Anspruch vor Augen, entwickeln derzeit der Zeitbild Verlag GmbH und der aid infodienst Verbraucherschutz, Ernährung, Landwirtschaft e.V. Informationsmaterialien für allgemeinbildende Schulen. Neben methodischen und didaktischen Hinweisen sind Foliensätze, Kopiervorlagen für Arbeitsblätter und Übungen, Online-Lerneinheiten mit Online-Quiz sowie Vorschläge für Exkursionen und Projekte an außerschulischen Lernorten geplant.

Ab wann ist mit den Materialien zu rechnen? Schon bald, denn zum Anfang des nächsten Schuljahres soll der erste Teil mit einem Event im Internet-Portal on air gehen und dort zum Download bereitstehen. Genauer Termin ist derzeit noch offen, weitere Infos folgen im nächsten böJ-journal. Damit alle Lehrerinnen und Lehrer über die zukünftigen Materialien informiert sind, wurde eine Lehrerzeitung erstellt, die vor dem Event und kurz vor Aussand der Unterrichtsmaterialien breit gestreut wird. Was ist darüber hinaus in dieser Maßnahme geplant? Weiterbildungsveranstaltungen und Workshops für Lehrerinnen und Lehrer zum ökologischen Landbau.

## **Fortbildungen für Mitarbeiter in Lebensmitteleinzelhandel und Naturkostfachhandel**

Der Präsentation der Bio-Produkte kommt bei der Kaufentscheidung eine entscheidende Bedeutung zu, denn „das Auge kauft ja schließlich mit“. Dass Verbraucher sich diesbezüglich ab und zu mal kritisch äußern, sollte wohl möglichst auf offene Ohren treffen. Denn gerade in „Geiz ist geil“-Zeiten haben es ökologische Produkte besonders schwer, sich beim Verbraucher ins rechte Licht zu rücken. Produktauftritt, -Präsentation und persönliche Beratung sind daher für den Abverkauf von enormer Bedeutung. Doch sind die Mitarbeiter des Lebensmitteleinzelhandels bzw. des Naturkostfachhandels diesbezüglich ausreichend geschult? Entsprechende Materialien wie Hefte, Folien und Bildmaterial sowie Einführungs- bzw. Fortbildungskurse mit Exkursionen zu ökologisch bewirtschafteten Betrieben der Land- und Ernährungswirtschaft sollen Abhilfe schaffen.

Und so ist der aktuelle Stand der Maßnahme:

Die Fortbildung für Mitarbeiter im Lebensmitteleinzelhandel betreut die Bietergemeinschaft aus

- Naturschutz-Zentrum Hessen
- EL+EM Organic Food
- ProZept e. V.
- Verbraucher-Zentrale Hessen e.V. und
- Kulturland-Büro Wirthensohn.

Auf die eintägigen Veranstaltungen mit dem Motto „Wir machen Ihre Mitarbeiter bio-fit“, die firmenintern angeboten werden, besteht große Nachfrage, so dass die Schulungen auch im zweiten Halbjahr 2003 angeboten werden. Es gibt Flyer und Poster, die auf die Veranstaltungen aufmerksam machen. An die Hand bekommen die Schulungsteilnehmer darüber hinaus eine Broschüre im DIN-A5-Format mit dem Titel „Bioprodukte erfolgreich verkaufen – Know-how für den Lebensmittel-Einzelhandel“ – damit sie das frisch Gelernte noch vertiefen können.

Für die Fortbildung der Mitarbeiter im Naturkostfachhandel zeichnet der Bundesverband Naturkost Naturwaren Einzelhandel verantwortlich. Unter dem Motto: „Aktion für Augen, Ohren, Grips und Hände“ bietet das Fortbildungskonzept drei verschiedene praxisorientierte Schulungsangebote zum ökologischen Landbau an:

Halbtägige Seminare, ganztägige Praxisseminare und den so genannten „Mitarbeitertag“ im Großhandel und auf Biobetrieben. Als Arbeitshilfe für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Naturkostfachhandel gibt es ebenfalls eine Broschüre. Titel: „Der ökologische Landbau und seine Produkte“. Dass diese Broschüre mit zum Erfolg beitragen kann, zeigte bereits der Wettbewerb „Beste Mitarbeiterin/Beste Mitarbeiter des Jahres 2003“ auf der diesjährigen BIO FACH. So hatte sich Gewinnerin Sabine Götz im Vorfeld des Wettbewerbs wohl eingehend mit dem Material beschäftigt.

Wie geht es in dieser Maßnahme weiter? Geplant ist, die Seminare in 2003 fortzusetzen und eine Broschüre zum Thema Verarbeitung von ökologischen Produkten zu erstellen.

#### **Informationen über den Einsatz ökologisch erzeugter Produkte für Gastronomie und Gemeinschaftsverpfleger**

Wie viele Kantinen haben Sie bei Ihrer Arbeit in der Nähe, die vielleicht ein Bio-Menü oder zumindest einige Komponenten in Bio-Qualität anbieten? Eine? Zwei? Oder vielleicht gar keine, wie auch die Situation bei der Geschäftsstelle von BÖL ist? Es liegt klar auf der Hand: In der Außer-Haus-Verpflegung (AHV) kommt noch relativ selten Bio-Qualität auf den Tisch, gilt doch der Einsatz von Bio-Lebensmitteln und die notwendige Zertifizierung als zu kosten- und zeitaufwändig.

Um jedoch interessierten AHV-Unternehmen Mut zu machen und Wege aufzuzeigen, wie der Einstieg in die Bio-Küche machbar ist, wurde der Ökologische Großküchen Service (ÖGS) zu einer Info-Kampagne für die AHV beauftragt. Unter dem Motto: „Klasse für die Masse – mehr Bio in der Großküche“ erhalten Großverbraucher wie etwa Betriebskantinen, Krankenhäuser und Kindertagesstätten seit August 2002 gezielte Informationen zur Verwendung von biologisch erzeugten Produkten. So bietet z.B. ein Leitfaden einen guten Überblick zum ökologischen Landbau allgemein und über die verschiedenen Aspekte des Einsatzes ökologisch erzeugter Lebensmittel in Großküchen. Der Ordner enthält zudem praxisnahe Hinweise für den ersten Einstieg in die Bio-Küche, aber auch für einen kontinuierlichen und erfolgreichen Bezug der Produkte. Des Weiteren wurden Schulungsfolien für Multiplikatoren erstellt, die auch als CD-ROM zur Verfügung stehen. Dass der Einsatz von Bio-Produkten in der Gemeinschaftsverpflegung möglich ist, zeigen auch die Beispiele der Schulen, Kindertagesstätten, Kliniken und Krankenhäuser, Betriebskantinen und Caterer, Restaurants und Hotels sowie Mensen, die in insgesamt fünf Broschüren näher vorgestellt werden. Unter der Titelreihe „Mehr Bio in...“ stehen die Erfolgsbroschüren als pdf-Dokumente im Internet-Portal zum Herunterladen bereit.

Darüber hinaus wurden Informationsveranstaltungen („Bio-Infomärkte“) für alle Sparten von Großverbrauchern durchgeführt, wo neben grundlegenden Informationen den Unternehmen die Möglichkeit zum persönlichen Kontakt zu Lieferanten geboten wird. Im weiteren Verlauf des Projektes sind noch Workshops und Exkursionen zu landwirtschaftlichen Betrieben geplant. Ein großes Symposium Ende Januar 2004 in Frankfurt am Main bildet den Abschluss des Projektes.

Auch in dieser Maßnahme steht eine Hotline zur Verfügung: Täglich von 8:00 bis 11:00 Uhr gibt sie unter Tel. 0180/5090180 kompetent Auskunft und bietet ergänzende fachliche Informationen für interessierte Unternehmen.

#### **Forschungs- und Entwicklungsvorhaben und Maßnahmen zum Technologie- und Wissenstransfer**

Hierzu finden Sie Infos – wie schon erwähnt – in der nächsten Ausgabe.

## Terminkalender BÖL (Auswahl bundesweiter Aktionen)

Datum	Ort	Aktion
24.07.03	Studio Cardinale Hamburg	Pressekonferenz Vorstellung Bio-Testimonial
28.08.03 - 07.09.03	Messe „Du und deine Welt, Hamburg	Multivisionsshow-Jugendtruck Messe „Du und deine Welt“
05.09.03	Konstabler Wache/Zeil, Frankfurt	Bioerlebnistag
05.09.03	Internationale Gartenausstellung, Rostock	Schaukochen mit United Cook for Nature Jürgen Piquardt
06.09.03	Brandenburg-Tag, Potsdam	Bioerlebnistag
06.09.03 – 07.09.03	Leopoldstraße/Odeonsplatz, München	Bioerlebnistage
11.09.03- 14.09.03	Regionale Landwirtschaftsfachmesse Mela, Mühlenteez	Messeauftritt „Perspektive Ökolandbau“
12.09.03	Andreas-Hermes-Akademie, Bonn- Röttgen	Abschlussworkshop Traineeprogramm
17.09.03	Kino International, Berlin	Preisverleihung Filmhochschulenwettbewerb
18.09.03- 21.09.03	Regionale Landwirtschaftsfachmesse Norla/NORKOFA, Rendsburg	Messeauftritt „Perspektive Ökolandbau“
20.09.03	Neumarkt, Köln	Bioerlebnistag
26.09.03- 27.09.03	Altmarktgalerie, Dresden	Bioerlebnistage
27.09.03- 05.10.03	Landwirtschaftliches Hauptfest, Stuttgart	Messeauftritt „Perspektive Ökolandbau“
03.10.03	Leiterstraße (Zentrale Feier zum Tag der Deutschen Einheit), Magdeburg	Bioerlebnistag
05.10.03	Marktplatz, Stuttgart	Bioerlebnistag
11.10.03	Rathausmarkt, Hamburg	Bioerlebnistag
11.10.03- 15.10.03	Anuga, Köln	Messeauftritt „Ökologisch Märkte erschließen“
11.10.03- 15.10.03	Anuga, Köln	Innovationspreisverleihung Bio-Lebensmittel
11.11.03- 15.11.03	Landwirtschaftliche Fachmesse Agritechnika, Hannover	Messeauftritt „Perspektive Ökolandbau“

Alle Termine des Bundesprogramms finden Sie unter <http://www.oekolandbau.de/>.