AUSGABE
03/2006

bio-siegel report

AKTUELL

Die Vorreiter der deutschen Bio-Szene glaubten an den Erfolg

Deutschlands Bio-Pioniere

Sie glaubten an den Bio-Boom, als er noch gar kein Thema war. Anfangs für ihre Vision belächelt, stehen sie heute für den Erfolg einer der größten Wachstumsbranchen im deutschen Lebensmitteleinzelhandel: die deutschen Bio-Pioniere.

Visionäre, die mit kreativen Ideen, Ausdauer und Mut zum Risiko ihr Ziel verfolgen, sind häufig Garanten für den Erfolg einer Branche. Die deutsche Bio-Szene lebt von ihren Idealisten, deren Glaube an den Erfolg des ökologischen Landbaus ihnen heute Recht gibt. Zu den großen Bio-Pionieren Deutschlands gehören unter anderem Prof. Dr. Claus Hipp, Herr über die Bio-Babynahrung im Glas, Georg Schweisfurth, Mitbegründer der Bio-Supermarktkette basic, und Wolfgang Gutberlet, Geschäftsführer der tegut... Einzelhandelsmärkte, eines der wenigen konventionellen Einzelhandelsunternehmen, die Bio als festen Bestandteil ihres Verkaufskonzepts sehen. Mit ihrem Engagement haben sie maßgeblichen Anteil am Imagewandel der deutschen Bio-Szene.

Einer der Ersten, der Bio den Verbrauchern schmackhaft machte, war Claus Hipp. Als er 1956 begann, seine Landwirtschaft auf organisch-biologische Erzeugung umzustellen, wurde er belächelt. „Der spinnt, der Hipp, haben viele Bauern gesagt, als ich sie vom Bio-Anbau

Fortsetzung auf S. 2

Prof. Dr. Claus Hipp war einer der Ersten, der Bio in Deutschland bekannt machte.

EDITORIAL

Liebe Leser,
als wir uns vor gut 50 Jahren mit biologischem Landbau beschäftigten, belächelten uns viele Bauern, Wissenschaftler und Politiker. Damals wurde noch ohne Bedenken auf den Feldern gesprüht, und die Bauern haben sich gesträubt, auf ökologische Bewirtschaftung umzustellen. Heute ist es umgekehrt. Viele Landwirte würden gerne umstellen, doch die wirtschaftliche Lage lässt es nicht zu. Hinzu kommt nun ein neuer Gegner: die Gentechnik. Wenn die derzeitigen Regelungen gelockert werden, ist der Öko-Landbau ernsthaft in Gefahr. Denn wenn wir nicht mehr garantieren können, dass Bio-Produkte gentechnikfrei sind, verlieren wir im Handumdrehen das Vertrauen unserer Kunden. Es hat lange genug gedauert, bis wir sie vom Wert ökologischer Erzeugnisse überzeugen konnten. Heute ist Bio in allen Gesellschaftsschichten angekommen. Nicht nur die Naturkostläden setzen neue Maßstäbe mit ansprechenden und innovativen Verkaufskonzepten, auch im Lebensmitteleinzelhandel fristen Bio-Waren nicht länger ein Nischendasein. Nun müssen wir darauf achten, dass die Kunden unseren Produkten auch in Zukunft vertrauen können.

Prof. Dr. Claus Hipp
Geschäftsführender Gesellschafter der Hipp GmbH

Fortsetzung von S. 1

überzeugen wollte“, erinnert sich Hipp, der heute der weltweit größte Verarbeiter von organisch-biologischen Rohstoffen ist. Bereits seit 1969 verwendet Hipp Bio-Zutaten für seine Babykost. Doch es sollte 25 Jahre dauern bis seine Idee von der ökologischen Babynahrung bei den Kunden Anklang fand und zum Erfolg führte. Heute umfasst das Bio-Angebot mehr als 150 Produkte. Für die Erzeugung seiner Waren bewirtschaften 6.000 Bauern rund 15.000 Hektar Land nach ökologischen Kriterien. Der jährliche Umsatz beträgt 300 Millionen Euro. Mit 46 Prozent Marktanteil ist Hipp unangefochtener Marktführer für Babykost in Deutschland.

RICHTIGE IDEE ZUM RICHTIGEN ZEITPUNKT

Bio für alle, lautet das Motto der basic-Märkte. Mit der richtigen Idee zum richtigen Zeitpunkt gründeten Richard Müller, Herman Oswald, Johann Priemeier und Georg Schweisfurth 1997 die Bio-Supermarktkette, die vor allem in Großstädten Kunden ansprechen will. Seither sind die ökologischen Vollsortimenter auf Erfolgskurs. Nach der Alnatura GmbH ist basic die zweitgrößte Bio-Supermarktkette Deutschlands mit einem Umsatz von jährlich rund 53 Millionen Euro (2005). Derzeit gibt es bundesweit 17 basic-Märkte. Der neueste wurde im August dieses Jahres im westfälischen Hagen eröffnet. Auch in Österreich erobert basic mit ihrer Tochtergesellschaft basic Austria Bio den Markt. Mitbegründer Georg Schweisfurth, Sohn des ehemaligen Chefs der Herta-Großfleischer und heutigen Bio-Patriarchen Karl Ludwig Schweisfurth, lebt für Bio. Wie sein Vater verfolgt er die Mission, Bio einer breiten Gesellschaft zugänglich zu machen. „Wir müssen mit den Bio-Märkten endgültig raus aus der Weltanschauungsecke“, meint Schweisfurth. Um dies zu erreichen, setzt basic auf ein modernes Verkaufskonzept, zu dem neben einem ansprechenden Ladenambiente ein großes Angebot an frischen Produkten sowie Convenience-Artikeln gehört. „Unsere Supermärkte haben die Kompetenz des traditionellen Bio-Ladens und das Know-how des klassischen Einzelhandels zusammengebracht“, erläutert Gründerkompagnon Johann Priemeier das Konzept.

REGIONALITÄT GEHT VOR

Dass Bio auch im konventionellen Lebensmitteleinzelhandel erfolgreich sein kann, beweist Wolfgang Gutberlet. Seit 1973 ist er Chef der tegut... Gutberlet Stiftung & Co., zu der rund 300 Lebensmittelmärkte in Hessen, Thüringen, Nordbayern und Südniedersachsen gehören. Bio-Produkte sind seit 1982 fester Bestandteil im tegut... Sortiment. Inzwischen macht das Fuldaer Unternehmen gut 13 Prozent seines Umsatzes mit ökologischen Erzeugnissen. Neben Bio-Frischwaren, bevorzugt aus eigener Produktion, legt Gutberlet großen Wert auf regionale Erzeugnisse. Mit langfristigen Abnahmeverträgen fördert er Bio-Landwirte der Region. Für sein Engagement wurde der mittelständische Unternehmer 2005 als „Ökomanager des Jahres“ ausgezeichnet.

basic-Gründer Georg Schweisfurth (oben) und Wolfgang Gutberlet gehören zu den Pionieren der deutschen Bio-Szene.

www.hipp.de
www.basic-bio.de
www.tegut.com

Bundesprogramm geht bis 2010 weiter

Das Bundesprogramm Ökologischer Landbau wird voraussichtlich bis 2010 weitergeführt. Dies hat das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) im Zuge der Veröffentlichung des aktuellen Haushaltsentwurfs bekannt gegeben. Im kommenden Jahr wird das Bundesprogramm mit 16 Millionen Euro, in den darauf folgenden Jahren mit jeweils zehn Millionen Euro unterstützt.

Vor dem Hintergrund des weltweit steigenden Interesses an ökologischen Erzeugnissen, könne die europäische Land- und Ernährungsbranche hieraus neue und attraktive Marktchancen ziehen, so Bundeslandwirtschaftsminister Horst Seehofer. Aus diesem Grund gelte es, die Wettbewerbskraft deutscher Unternehmen zu stärken. Künftig sollen im Rahmen des Bundesprogramms insbesondere praxisorientierte Forschungs- und Entwicklungsvorhaben gefördert werden, die in Verbindung mit Projekten zugunsten eines besseren Wissenstransfers stehen. Weitere Schwerpunkte liegen auf Aktionen, die über das Angebot an regionalen Bio-Produkten informieren und die Markttransparenz erhöhen.

Anbauverbände fordern bessere Förderung deutscher Bio-Bauern

Öko-Landbau wächst zu wenig

Während der Bio-Handel Jahr für Jahr zweistellige Umsatzgewinne verzeichnet, läuft der ökologische Landbau in Deutschland dem großen Boom weiter hinterher. Trotz Zugewinnen in Fläche und Betrieben wächst der Öko-Landbau nur geringfügig.

Die Anzahl der ökologisch wirtschaftenden Betriebe in Deutschland ist 2005 um 2,5 Prozent gestiegen. Die ökologisch bewirtschaftete Fläche wuchs um 5,2 Prozent. Die aktuellen Zahlen zur Entwicklung des Öko-Landbaus in Deutschland teilte das Bundeslandwirtschaftsministerium im Juli in einer Presseerklärung mit. Trotz eines leichten Aufwärtstrends gegenüber dem Vorjahr bleibt das Wachstum in der Landwirtschaft verglichen mit der Umsatzsteigerung im Handel marginal. Derzeit werden in Deutschland rund 807.000 Hektar landwirtschaftliche Nutzfläche von insgesamt 17.020 Betrieben nach den Kriterien der EG-Öko-Verordnung bewirtschaftet.

Im Vergleich zur Gesamtzahl der landwirtschaftlichen Fläche, die 2005 um 1,5 Prozent gesunken ist, sieht die Bundesregierung ein positives Signal für den Öko-Landbau in Deutschland. „Hier können in den kommenden Jahren neue und attraktive Marktchancen für einzelne ländliche Räume entstehen“, so Bundeslandwirtschaftminister Horst Seehofer.

Ganz anders nehmen die Bio-Anbauverbände diese Entwicklung wahr. Seit zwei bis drei Jahren stagniere die Anzahl der ökologisch wirtschaftenden Betriebe, resümiert Steffen Reese, Geschäftsführer des Bio-Anbauverbands Naturland e. V. Grund seien die politischen Rahmenbedingungen, die für viele Landwirte eine Umstellung auf Bio nicht lohnenswert machten. Wenn die Fördergelder sowohl vonseiten der Bundesländer als auch vonseiten der Europäischen Union weiter gekürzt würden, sei eine Änderung in nächster Zeit nicht absehbar. Klare Worte findet auch der Bio-Anbauverband Bioland: „Die Boomjahre werden von den deutschen Agrarministern verschlafen“, so Bioland-Präsident Thomas Dosch. „Von den Zuwächsen am Bio-Markt in Deutschland profitieren klar die Bio-Betriebe im Ausland.“

Arbeitsagentur Öko-Landwirtschaft

Einen Grund, den Öko-Landbau zu fördern, dürfte derzeit Bundesarbeitsminister Franz Müntefering haben. Einer aktuellen Studie des Bundes für Umwelt und Naturschutz (BUND) mit dem Titel „Umwelt und Beschäftigung 2006“ zufolge schafft der ökologische Landbau derzeit rund 35 Prozent mehr Arbeitsplätze als die industrielle Landwirtschaft. Das Arbeitspotenzial liege allein bis 2010 bei 160.000 neuen Beschäftigungsverhältnissen, heißt es in dem Bericht. Inklusive Handel und Vermarktung biete die ökologische Lebensmittelwirtschaft beste Voraussetzungen, um neue Arbeitsplätze zu schaffen. Nach Prognosen des Bundes Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW) könnten in der Branche jährlich rund 20.000 neue Arbeitsplätze entstehen.

Bundesregierung solidarisch mit Öko-Sektor

Bei der von der Europäischen Union geplanten Neuregelung der EG-Öko-Verordnung stimmt die Bundesregierung dem Veto der Öko-Anbauverbände zu. „Die Vorschläge sind in der vorliegenden Fassung ungeeignet, erforderliche Rahmenbedingungen für die Weiterentwicklung des ökologischen Landbaus zu schaffen und seine Identität zu wahren“, kritisiert Gerd Lindemann, Staatssekretär im Bundeslandwirtschaftsministerium, den EU-Entwurf. Hiermit verfehle die Kommission die von ihr selbst formulierten Ziele nach Bürokratieabbau, Vereinfachung, Wettbewerbsstärkung und stärkerer Transparenz für Verbraucher. Stattdessen würde die Wettbewerbsstellung des Öko-Landbaus nachhaltig geschwächt und das über die Jahre aufgebaute Vertrauen der Verbraucher ohne Not aufs Spiel gesetzt.

Bundesprogramm startet Analysen zur Verbesserung der Schweinezucht

Bio-Schweinefleisch ausverkauft

Das Interesse an Bio-Schweinefleisch ist groß. Doch das inländische Angebot kann die Nachfrage kaum decken. Grund ist die schlechte Rentabilität der Ferkelaufzucht. Nur erfahrene Erzeugerbetriebe schreiben schwarze Zahlen.

Dank der großen Nachfrage in diesem Jahr sind die Preise für Öko-Mastschweine deutlich gestiegen. Das war dringend erforderlich, denn viele Schweine- und vor allem Ferkelerzeuger im Öko-Sektor arbeiten an oder sogar zeitweise unter der Schwelle zur Rentabilität. Im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau wurde erstmals für das Wirtschaftsjahr 2002/2003 eine Betriebszweiganalyse für Ferkelerzeuger und Schweinemäster durchgeführt. Ein Folgeprojekt untersuchte im Anschluss den Zeitraum nach 2004. Die nach dem Standard der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) durchgeführte Analyse ergab für 20 Ferkelerzeuger mit insgesamt 1.000 Sauen – das entspricht rund zehn Prozent aller Öko-Sauen in Deutschland – fast durchweg rote Zahlen. Nur wenige Ferkelerzeuger mit langjähriger Erfahrung in der Mast schaffen die zur Kostendeckung erforderliche Aufzucht von 18 Ferkeln pro Sau und Jahr.

Um die Gründe hierfür zu ermitteln und die Chancen zu verbessern, möglichst viele Ferkel bis zum Verkauf aufzuziehen, wurden gleich mehrere Forschungsprojekte im Rahmen des Bundesprogramms gestartet. Die Projekte, die jeweils den Schwerpunkt auf die Fütterung, das Haltungssystem und die Gesundheit der Tiere legen, werden voraussichtlich bis Ende 2006 beziehungsweise Ende 2007 abgeschlossen sein.

↗ www.bundesprogramm.de

Fruchtstand von Beeren stark von Insektenpopulation abhängig

Auf die Honigbienen kommt es an

Bienen und Hummeln sind für den Fortbestand von Wildpflanzen und -kräutern unverzichtbar. Ihr ökonomischer Wert wird auf bis zu 60 Milliarden Euro geschätzt. Doch die Population der natürlichen Bestäuber nimmt weltweit ab.

In der 30 Jahre alten Öko-Heidelbeeranlage im niedersächsischen Landkreis Soltau-Fallingbostel ist im Frühling viel los: Hummeln und eine Vielzahl verschiedener Wild- und Honigbienen lassen es in der Blütezeit auf den sieben Hektar so richtig brummen. Die Insekten sind für den Fortbestand von Wild- und Kulturpflanzen unverzichtbar. Forscher des Instituts für Bienenkunde in Celle haben in einem Projekt im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau die optimale Bestäubung von Heidelbeeren untersucht und dabei einen interessanten Aspekt herausgefunden. Danach ist es nicht nur wichtig, dass die Blüten überhaupt bestäubt werden, sondern ebenso, wie. So sind die erzielten Fruchterträge hauptsächlich vom aktiven Bestäuber abhängig. Dieser Einfluss variiert zwischen den Heidelbeersorten, wobei die Honigbiene bei beiden getesteten Sorten als Sieger in der Bestäubungsleistung hervorging – bei einer Sorte dicht gefolgt von der Hummel. „Der ökonomische Wert der Bestäubung wird weltweit auf 30 bis 60 Milliarden Euro jährlich geschätzt“, meint Simon Potts von der Universität Reading in Großbritannien. Zusammen mit einem internationalen Forscherteam untersucht er im Rahmen des EU-Projekts „ALARM“ (Assessing LArge scale Risks for biodiversity with tested Methods) Daten von Bestäubern und Pflanzen. Das Ergebnis ist besorgniserregend: Die Verbreitung der Varroa-Milbe, der Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und die Ansiedlung von Monokulturen haben wesentlich dazu beigetragen, dass sich die Zahl der Honigbienen in den vergangenen Jahren stark verringert hat. Nach ersten Analysen sei nicht nur die Wildbienenpopulation in einigen Ländern gefährdet, sondern mit ihr auch die Wildpflanzen. Welche Auswirkungen der Rückgang der Bienen auf die ökologische Pflanzenvielfalt hat, müssten weitere Analysen ergeben.

↗ www.bundesprogramm.de

Einkaufen wird im Gut Wulksfelde zum Erlebnis

Bio-Hofladen mit Vorbildcharakter

Team des Hofladens von Gut Wulksfelde um Marktleiter Henry Humburg (rechts).

„Bio Markt des Jahres“ – diesen Titel trägt der Hofladen von Gut Wulksfelde am westlichen Stadtrand von Hamburg seit November 2005. Beim ersten Bio-Handelswettbewerb hat das Team um Marktleiter Henry Humburg die Goldene Selly für sein modernes Bio-Verkaufskonzept gewonnen. Als einer der wenigen klassischen Hofläden vertreibt Gut Wulksfelde ein Bio-Vollsortiment. Einkaufen ist auf dem ökologischen Demonstrationsbetrieb ein Erlebnis für die ganze Familie. Hier werden Qualität und Transparenz nicht nur groß geschrieben, sondern erlebbar gemacht. Seit 14 Jahren ist Henry Humburg Leiter des Hofladens. Der 53-Jährige kennt die Besonderheiten des Verkaufskonzepts.

WARUM IST IHR HOFLADEN SEIT ÜBER 14 JAHREN SO ERFOLGREICH?

Es sind viele Kleinigkeiten, die unser Konzept auszeichnen und letztendlich den Erfolg unseres Hofladens ausmachen. Neben unserem hofeigenen Angebot haben wir ein großes Bio-Sortiment von Lebensmitteln bis hin zu Kosmetikartikeln. Für einen Hofladen ist dies schon etwas Besonderes. Denn ein Bio-Vollsortiment erwarten die wenigsten Kunden, wenn sie das erste Mal zu uns kommen. Daneben achten wir auf eine strenge Qualitätssicherung, fachkundiges Personal und ein freundliches Ladenambiente. Der Kunde soll sich bei uns wohlfühlen. Dazu gehört, dass er Vertrauen in die Qualität der Waren hat und kompetent beraten wird.

WIE ERREICHEN SIE ES, DASS DIE KUNDEN VERTRAUEN IN IHRE PRODUKTE HABEN?

Über das Jahr verteilt stammt rund ein Drittel unserer Waren aus der hofeigenen Produktion, wie Brot, Kartoffeln, Gemüse und ein Großteil unseres Fleisch- und Wurstangebots. Bei unseren regelmäßigen Hofführungen oder Verkostungsaktionen können sich die Besucher von der Qualität und Herkunft der Produkte selbst überzeugen. Diese Transparenz schafft Vertrauen. Ebenso wichtig ist die Pflege des Sortiments. Neben einer optimalen Kühlung der Frischeprodukte achten wir darauf, dass keine beschädigten oder überreifen Waren in der Auslage liegen. Alles, was nicht erstklassig ist, wird aussortiert.

UND DAS IST RENTABEL?

Auf jeden Fall, denn unsere Kunden schätzen die Qualität unserer Produkte, die nicht nur geschmacklich, sondern auch optisch erkennbar ist. Die Umsetzung ist eine Frage des kaufmännischen Geschicks und benötigt Sorgfalt, Warenkenntnis und natürlich Zeit. Doch diese Serviceleistung sollte eigentlich in jedem Laden Standard sein.

WAS RATEN SIE ANDEREN BIO-HÄNDLERN, DAMIT DER LADEN GUT LÄUFT?

Konsequentes Handeln in Bezug auf die Qualitätssicherung ihrer Waren, ein helles und modernes Ladenambiente sowie regelmäßige Aktionen für Kunden. Wir veranstalten Hofführungen, Bauernmärkte und Verkostungsaktionen, bei denen wir unsere Produkte vorstellen.

WELCHE ROLLE SPIELT REGIONALITÄT BEI IHNEN?

Neben unseren Hoferzeugnissen beziehen wir vor allem Obst aus dem Alten Land. Ein Großteil unserer Waren stammt saisonal bedingt aus der EU oder von Drittländern. Denn die Kunden wollen das ganze Jahr über zum Beispiel frische Tomaten, Brokkoli oder Blumenkohl. Das Verbraucherinteresse hat sich gewandelt, sodass es keinen Sinn macht, nur regionale Erzeugnisse anzubieten. Dadurch gewinnt niemand Kunden, die das komplette Programm und dazu noch Spezialitäten wollen.

SPÜREN SIE IN IHREM LADEN DIE PROBLEMATIK AUF DEM DEUTSCHEN BIO-MARKT, DASS DAS ANGEBOT DIE NACHFRAGE NICHT DECKEN KANN?

Ja, vor allem durch den Einstieg der Discounter in den Bio-Markt werden viele Lebensmittel knapp. Den Bedarf können die heimischen Landwirte nicht auffangen. Problematisch wird es dann, wenn die Preise gedrückt werden. Aus diesem Grund halte ich auch nicht viel von festen Partnerschaften zwischen Händlern und Herstellern, weil mitunter Abhängigkeitsverhältnisse entstehen können.

SEIT EINIGER ZEIT BIETEN SIE AUF IHRER WEBSITE EINEN ONLINE-SHOP AN. WIE IST DIE RESONANZ IHRER KUNDEN AUF DEN LIEFERSERVICE?

Sehr gut. Unsere Kunden schätzen vor allem die bequeme Anlieferung. Derzeit haben wir rund 1.600 Produkte im Angebot, die wir an über 1.000 Kunden im Raum Hamburg ausliefern.

Neuerung des Gentechnikgesetzes schwächt Vertrauen der Verbraucher

„Gentechnikfrei“ bald Vergangenheit?

Die Weiterentwicklung der Grünen Gentechnik bzw. Agro-Gentechnik ist nach wie vor ein heikles Thema. Forschung ja, Kommerz nein lautet der Standpunkt von Bundeslandwirtschaftsminister Horst Seehofer, der für die Gleichberechtigung von Forschung und dem Schutz von Mensch und Umwelt plädiert.

Für die einen ist es eine Gewissensfrage, für die anderen die Frage nach der Zukunft des Wissenschaftsstandorts Deutschland. „Es wäre doch grob fahrlässig, wenn wir die Erkenntnislücken etwa in Sicherheitsfragen durch Unterlassung der Forschung offenlassen“, begründet Landwirtschaftsminister Horst Seehofer sein Ja zur Förderung der Grünen Gentechnik. Der Minister wünscht sich ein friedliches Nebeneinander von herkömmlicher Landwirtschaft und Gentechnik. Doch so leicht lassen sich die Anbauformen nicht miteinander vereinbaren. Denn bei der Freisetzung gentechnisch veränderter Organismen (GVO) ist eine mögliche Übertragung auf gentechnikfreie Felder ein unkalkulierbares Risiko.

Die hauptsächlichen Übertragungswege sind Verunreinigungen des Saatguts etwa durch Pollendrift, Rückstände in Mähmaschinen, zugelassene, konventionelle Hilfsstoffe oder Futtermittel sowie durch Vermischung in Sammelstellen während des Transports oder der Verarbeitung.

Nach anhaltendem Druck von Gegnern und Befürwortern der Grünen Gentechnik sowie der Europäischen Union ist Seehofer in der Pflicht, das aktuelle Gentechnikgesetz zu novellieren. Ein Entwurf vom Mai 2006 beinhaltet eine Abstandsregelung von 150 Metern bis zum Nachbarfeld und sieht vor, die derzeit geltende Haftungsregelung bei GVO-Kontamination einzuschränken. Demnach haben Bauern nur dann ein Anrecht auf Ertragsentschädigung, wenn die Verunreinigung ihrer Felder mit GVO den gesetzlichen Kennzeichnungswert von 0,9 Prozent überschreitet. Diese Maßnahme birgt für alle Landwirte, die bewusst auf Gentechnik verzichten, dramatische Vermarktungsprobleme. Da sie selbst kein Anrecht auf gentechnikfreie Erzeugnisse haben, können sie ihre Produkte schwerer als solche vermarkten.

Für ökologische Erzeugnisse hätte eine derartige Lockerung des Gentechnikgesetzes erhebliche Folgen. Denn die Verbraucher vertrauen auf die Einhaltung der strengen Richtlinien für Bio-Waren. Können diese nicht mehr uneingeschränkt gewährt werden, schwindet nicht nur das Vertrauen, sondern auch der Umsatz.

Landeswappen im Bio-Siegel

In Mecklenburg-Vorpommern wird das Bio-Siegel ab Herbst 2006 mit dem Landeswappen und dem Zusatz „aus Mecklenburg-Vorpommern“ ergänzt. Dies gab das Landwirtschaftsministerium des Landes im Juni bekannt. Die Nachfrage nach Bio-Produkten aus der Ostseeregion steige, so Landwirtschaftsminister Dr. Till Backhaus. Mit dem Zusatz auf dem Bio-Siegel soll auf die Vorzüge der Region aufmerksam gemacht werden. In den nächsten vier Jahren will Mecklenburg-Vorpommern die Fördergelder für den Öko-Landbau auf 105 Millionen Euro anheben. Vom bundesweiten Förderrahmen für Bio-Betriebe weicht das Land dennoch ab. Nur 85 Prozent der Förderung sollen ausgezahlt werden.

Nein zur Gentechnikförderung

Laut einer repräsentativen Umfrage der Umweltorganisation Greenpeace im Juli 2006 sprechen sich knapp 70 Prozent der Deutschen gegen eine Förderung der Grünen Gentechnik mit Steuergeldern aus. Stattdessen ist gut die Hälfte der Befragten der Ansicht, dass Bio-Bauern höhere Agrarsubventionen erhalten sollten als konventionelle Landwirte. Neben gezielten Förderungen für gesunde Lebensmittel wünschen sie sich mehr Transparenz in der deutschen Agrarwirtschaft. Rund 70 Prozent der Deutschen möchten laut Umfrageergebnis wissen, wer von den knapp sechs Milliarden Euro profitiert, die jährlich von Brüssel in die heimische Agrarwirtschaft fließen.

60 Prozent der Babynahrung im Glas bereits in Bio-Qualität

Bio – nur das Beste fürs Baby

Bei der Babynahrung hat Bio die Nase vorn. Laut einer Analyse der Zentralen Markt- und Preisberichtstelle (ZMP) auf Basis der Handelspanels von bioVista und ACNielsen liegt der Bio-Anteil bei Babykost im Glas inzwischen bei rund 60 Prozent.

Bio-Babynahrung wird immer gefragter. Während in anderen Warengruppen Produkte aus ökologischer Herstellung bislang noch einen kleinen Teil im Gesamtabsatz ausmachen, ist Bio-Qualität bei der Kindernahrung heute fast schon Standard. 60 Prozent beträgt derzeit der Bio-Anteil beim Absatz von Babynahrung im Glas, so das Ergebnis einer Analyse der ZMP.

Ein Grund für die Beliebtheit der Bio-Babykost ist das positive Image der ökologischen Erzeugnisse. Viele Eltern vertrauen den strengen Richtlinien, nach denen Bio-Produkte erzeugt und verarbeitet werden, denn sie garantieren eine hohe Qualität. Zahlreiche Untersuchungen haben ergeben, dass Lebensmittel aus ökologischem Anbau weitgehend frei von Schadstoffen sind. Stattdessen sind sie, bedingt durch ihr langsameres Wachstum, reich an natürlichen Nährstoffen und haben zum Teil einen höheren Trockenmassegehalt. Dies zeichnet sich in ihrem intensiven Geschmack aus.

VIEL NAHRUNG FÜR EINEN KLEINEN ORGANISMUS

Ernährungsexperten empfehlen frische Bio-Produkte aufgrund ihres hohen Nährstoffgehalts als Teil einer ausgewogenen Kindererernährung. Gerade bei Kleinkindern raten sie Eltern, auf eine schadstoff- und nitratarme Ernährung zu achten. Denn im Vergleich zu ihrem kleinen Organismus nehmen Babys sehr viel Nahrung auf. Die beste Lösung zum Wohl der Kleinen sei es nach wie vor, den Babybrei selbst zuzubereiten. Schließlich enthalten frische Zutaten die meisten Nährstoffe. Die richtige Mischung für die ersten Monate besteht aus verschiedenen saisonalen Gemüsesorten und Kartoffeln. Besonders Möhren eignen sich hervorragend als Beikost nach den ersten Stillmonaten.

An die Töpfe fertig los

Ende November startet die BIOKids-Tour im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau in die zweite Runde. Unter dem Motto „BIOKids – an die Töpfe fertig los“ touren die BIOSpitzenköche wieder durch neun deutsche Ganztagsschulen, um zusammen mit den Schülern zu kochen und sie auf den Geschmack der Bio-Küche zu bringen. Im Zentrum der Tour stehen dieses Mal die Themen Ernährung und Bewegung. Mit im Gepäck haben die BIOSpitzenköche daher einen Ernährungsberater und einen Tanztrainer. Sie wollen den Kindern spielerisch die Bedeutung einer ausgewogenen Ernährung in Verbindung mit regelmäßiger Bewegung nahebringen. Tourstart ist voraussichtlich am 21. November 2006 in Essen.

Mehr Bio-Joghurt für Europa

Der französische Nahrungsmittelkonzern Danone möchte seine Position auf dem europäischen Markt mit Bio-Molkereiprodukten ausbauen, berichtet die französische Zeitung „Le Monde“. Dafür hat das Unternehmen zusammen mit der amerikanischen Molkerei Stonyfield die europäische Tochtergesellschaft Stonyfield Europe gegründet. Die Danone GmbH hält 80 Prozent des Kapitals. Die restlichen 20 Prozent hält die amerikanische Molkerei, an der Danone ebenfalls mit 80 Prozent beteiligt ist. Als ersten Schritt in Richtung Bio-Markt hat sich Stonyfield Europe mit gut einem Drittel an der irischen Molkerei Glenisk beteiligt. Glenisk hat sich auf Bio-Milchprodukte spezialisiert und gilt in Irland als Marktführer.

Zentrales Internetportal des Bundesprogramms

Neues Redaktionsteam für www.oekolandbau.de

Seit dem 1. August 2006 hat das zentrale Internetportal des Bundesprogramms Ökologischer Landbau auf www.oekolandbau.de ein neues Redaktionsteam. Es ist ab sofort für die inhaltliche Gestaltung der einzelnen Zielgruppenbereiche verantwortlich. Neu dabei ist das Kompetenzzentrum Ökolandbau Niedersachsen (KÖN), das in einer Anbietergemeinschaft zusammen mit dem Forschungsinstitut für biologischen Landbau FiBL Deutschland e.V. und der Stiftung Ökologie & Landbau (SÖL) die Redaktion des Erzeugerbereichs übernimmt. Für die Inhalte des Verarbeiterbereichs ist die SÖL in Zusammenarbeit mit dem „Büro Lebensmittelkunde und Qualität“ zuständig. Für den Händlerbereich zeichnet künftig Dr. Markus Rippin verantwortlich. Ebenfalls mit im Team ist die JAM Kommunikationsberatung von Jürgen Michalzik, der den Verbraucherbereich übernehmen wird. Den Kinderbereich gestaltet wie gehabt die FiBL.

Im April 2006 wurde das Infoportal vier Jahre nach seinem Start umgestaltet und den Richtlinien der Barrierefreiheit angepasst. Seit dem Relaunch ist die Zentralstelle für Agrardokumentation und -information (ZADI) für die technische Pflege des Portals zuständig. Das Infoportal umfasst mehr als 3.000 Seiten mit aktuellen Nachrichten, Daten und Fakten aus der Bio-Branche sowie einem umfangreichen Angebot an Hintergrundinformationen für Einsteiger und Praktiker der Bio-Branche.

Happy Birthday Bio-Siegel

Wieder ist ein Jahr vorüber. Am 5. September feierte das Bio-Siegel seinen fünften Geburtstag. Mehr als 300 neue Unternehmen haben sich im vergangenen Jahr für die Nutzung des Bio-Siegels angemeldet. Allein im ersten Halbjahr 2006 betrug der Anteil der Erstnutzer knapp sechs Prozent. Auch das Angebot an Produkten wird immer größer. Rund 2.000 Bio-Waren sind seit September 2005 neu hinzugekommen. Aktuell tragen rund 32.800 Bio-Produkte, die nach den Richtlinien der EG-Öko-Verordnung hergestellt und verarbeitet wurden, das staatliche Kennzeichen für Bio-Qualität. Die Zahl der Unternehmen mit gesiegelten Produkten liegt derzeit bei rund 1.700. Aus Bayern, Baden-Württemberg, Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen kommen seit der Einführung des Bio-Siegels 2001 unverändert die meisten involvierten Unternehmen. Knapp zwei Drittel der Siegelnutzer stammen aus den vier Bundesländern, die auch die Rangliste der Länder mit den meisten ökologisch wirtschaftenden Betrieben in Deutschland anführen. Mehr als 70 Prozent aller Produkte mit dem Bio-Siegel stammen aus den vier großen Öko-Ländern.

↗ www.bio-siegel.de

Veranstaltungstermine

11. bis 12. September 2006
2. Bio Handels-Forum, Köln

17. September 2006
Bio-Erlebnistag, Berlin

24. bis 27. September 2006
InterMoPro und InterMeat, Düsseldorf

24. bis 28. September 2006
hogatec, Düsseldorf

29. bis 30. September 2006
Bio-Erlebnistag, Dresden

28. Oktober bis 5. November 2006
Consumenta, Nürnberg

14. bis 17. November 2006
EuroTier, Hannover

Seminartermine

19. Oktober 2006
BÖLW-Herbsttagung, Berlin

15. November 2006
Verarbeitung und Vermarktung von Bio-Produkten, Dresden

↗ www.gaea.de

IMPRESSUM

Der Bio-Siegel Report ist ein Entscheidermedium für Erzeuger, Hersteller, Handel und Verbände.

HERAUSGEBER:
Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE)
Deichmanns Aue 29
53179 Bonn

Initiiert durch das Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz

REDAKTION:
Pleon GmbH
Kaiserstr. 33
53113 Bonn
www.pleon.de

KONTAKT ZEICHENNUTZER BIO-SIEGEL:
Bundesanstalt für Landwirtschaft
und Ernährung (BLE)/Referat 512
– Informationsstelle Bio-Siegel –
53168 Bonn
Tel. 02 28 / 68 45 33 55
Fax 02 28 / 68 45 29 07
bio-siegel@ble.de
www.bio-siegel.de