

Thema des Monats: Bio "plus ..." - Bio-Produkte mit Mehrwert

Bio "plus..." gibt's immer öfter im Fachhandel



*(c) BLE, Bonn;
Foto: D. Menzler*

Erklärtes Ziel der Bio-Bewegung und der Agrarwende-Generation ist, dass immer mehr Menschen Bio-Produkte kaufen – und dadurch die heimische Öko-Anbaufläche immer größer wird. Neben der eigenen Gesundheit sind Naturschutz und Artenvielfalt, weniger Schadstoffe in Luft und in Boden gewünschte Effekte des ökologischen Landbaus.

Das erste Ziel rückt immer näher, denn die Nachfrage nach Bio-Produkten steigt nach wie vor. Aber bei den positiven Effekten für unsere unmittelbare Umwelt scheint es unterschiedliche Ansätze zu geben.

"Bio" im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und beim Discounter wird allzu häufig – wie bei den konventionellen Lebensmitteln – über den Preis verkauft. Um da "mithalten" zu können, werden auch Öko-Rohstoffe und Bio-Produkte zunehmend auf dem Weltmarkt und nicht aus heimischen Landen eingekauft.

Der Bio-Fachhandel - dazu gehören Reformhäuser, Naturkostläden und Bio-Supermärkte - kann sich nicht auf diesen ruinösen, häufig qualitätsgefährdenden Preiskampf einlassen, denn seine Händlerinnen und Händler wollen die Werte und Ziele der Bio-Gründergeneration nicht aufgeben.

Als Kunde finden Sie inzwischen auch bei Bio-Lebensmitteln große Qualitätsunterschiede: Es gibt Waren, die "nur" den gesetzlichen Anforderungen der EG-Öko-Verordnung entsprechen. Und Sie finden Produkte, deren Erzeuger sich zum Beispiel den umfassenderen Richtlinien der anerkannten Bio-Anbauverbände in Deutschland oder weiteren ethischen und sozialen Vorgaben verpflichtet haben.

Gerade der qualitätsorientierte Fachhandel bemüht sich in letzter Zeit, mit Bio "plus..." in verschiedenen Facetten gegen die preisorientierten konventionellen Bio-Anbieter zu punkten. Um Ihnen beim Einkauf eine Entscheidungshilfe zu bieten, stellen wir hier die wesentlichen "Bio-Mehrwert-Konzepte" vor.

Beispiele für Bio "plus"-Konzepte

Hier finden Sie Hinweise auf verschiedene Initiativen, so dass Sie mit Ihrem Einkauf bewusst dazu beitragen können, dass Bio auch in Zukunft mehr bedeutet also "nur" das Weglassen von synthetischen Dünge- und Pflanzenschutzmitteln.

Regionalität "Bio von hier"

Die Verbindung von Bio und Regionalität ist wohl – neben dem Konzept, ausschließlich 100%ige Bio-Produkte anzubieten – am stärksten der Ursprungsidee des ökologischen Landbaus verpflichtet: Die natur- und ressourcenschützenden Maßnahmen des Öko-Landbaus greifen sozusagen direkt vor unser Haustür: Lange Transportwege und damit Umweltbelastungen werden vermieden, absolute Frische und oft auch persönliche Bekanntschaft und Vertrauen zwischen Kunde und Erzeuger sind garantiert.

Beispiele:

- [☞Aktionsgemeinschaft fair & regional Bio Berlin-Brandenburg](#)
- [☞Projekt "regional & fair" \(Biokreis\)](#)
- [☞Verein Bestes Bio - fair für alle](#)
- [☞Die Regionalen: Regional ist 1. Wahl](#)

Bio "plus Klimaschutz"

Häufig finden sich Fachgeschäfte, die in ihrer Verantwortung noch weiter gehen – und für die von ihnen angebotenen Produkte eine Klimabilanz mitliefern. Durch Vermeidung langer Transportwege und durch die CO₂-Kompensationen von Herstellungs- und Vertriebsaufwand werden inzwischen schon erste klimaneutrale Bio-Produkte angeboten.

Beispiel:

[☞Stop Climate Change](#)

Rückverfolgbarkeit: Wo kommt mein Bio-Produkt her?

Einige Bio-Erzeuger nutzen die gesetzlich verordnete Rückverfolgbarkeit, um ihren Produkten im wahrsten Sinne des Wortes ein Gesicht zu geben: Gibt man die an der Ware befindliche Code-Nummer auf der Internetseite der Initiative ein, kann man z.B. den Erzeuger der gerade gekauften Möhren online kennen lernen. Während das Rückverfolgbarkeitssystem "Bio-mit-Gesicht" im zunehmend anonymen Bio-Markt einen direkten, vertrauensbildenden Kontakt zwischen Produzent und Konsument fördern will, möchte "Nature & More" zusätzlich ethische Kriterien für die Bio-Kaufentscheidung kommunizieren.

Beispiele:

- [☞Bio mit Gesicht](#)
- [☞Nature & More](#)

Bio "plus sozial und fair"

Gerade wenn Bio nicht aus der Region kommt, haben Verbraucherinnen und Verbraucher kaum eine Chance, sich ein Bild von den sozialen und ethischen Produktions- und Arbeitsbedingungen im Herkunftsland zu machen. Verantwortungsvoller Konsum bedeutet auch die Entscheidung für Ware, die unter fairen Bedingungen für die Arbeiter entstanden sind, z.B. durch Verzicht auf Kinderarbeit, leistungsgerechte Arbeitslöhne und Bildungsmöglichkeiten für Erwachsene und Kinder.

Beispiele:

- [Naturland: Faire Partnerschaften](#)
- [Rapunzel: Projekt "Hand in Hand"](#)
- [gepa - Fair Handelsorganisation](#)
- [new ethics: Plattform für Konsumethik](#)
- [Trans Fair: Siegel im Fairen Handel](#)

Bio "plus Warenzeichen"

Zusätzlich zu der verpflichtenden Angabe der Öko-Kontrollstelle ist auf vielen Produkten im qualitätsorientierten Fachhandel das Warenzeichen eines der anerkannten Öko-Anbauverbände aufgedruckt. Sie weisen auf die Einhaltung der verbandseigenen Richtlinien für Anbau und Verarbeitung hin und gehen über die Maßstäbe der EG-Öko-Verordnung hinaus.

Lesen Sie mehr in dem Beitrag: [Warenzeichen der Verbände](#)

Basis-Infos im Verbraucher-Bereich

Welcher Einkaufstyp sind Sie?

Was ist Ihnen beim Einkauf wichtig? Inform

Gerne unterstützen wir Sie mit unseren regionalen Einkaufsführern, die es inzwischen für nahezu jede Region in Deutschland gibt. Als Wegweiser zu regionalen Bio-Produkten haben sie sich schon bei vielen umwelt- und ernährungsbewussten Verbraucherinnen und Verbrauchern bewährt. In der jeweiligen regionalen Ausgabe finden selbst Bio-Insider immer wieder neue Hinweise auf kleine, handwerklich arbeitende Betriebe und Anbieter in unmittelbarer Nähe.

zur Übersicht: [Regionale Einkaufsführer](#)

Geschmackserlebnisse aus der Region

Und wir möchten Sie ermuntern, nicht nur im Urlaub die besondern Genüsse und den spezifischen Geschmack einer Region auszuprobieren – auch in unseren Regionen gibt es noch vieles "wieder" zu entdecken. Probieren Sie es gleich aus!

Viele Anregungen für die regionale Bio-Küche finden Sie in der [Rubrik "Kochen"](#).

© BLE 2008

Seitenende
