

# OIKOPOLIS NEWS

Éd. spéciale „NACHHALTIGKEIT“

N°15 | OKTOBER 2018



## BIOG, NATURATA & CO: SEIT 30 JAHREN „BIO & FAIR & REGIONAL“

2019 steht für Anhänger der Luxemburger Biolandwirtschaft ein Doppeljubiläum an: 40 Jahre biologische und biologisch-dynamische Wirtschaftsweise im Hofbetrieb, 30 Jahre kooperative Vermarktung der landesweit dabei gewonnenen Erzeugnisse.

Vom Hüpperdinger Schanck-Haff, der schon Ende der 1970er-Jahre auf Bio umstellte, und den anderen Bio-Pionieren, die ihm in den Achtzigerjahren folgten, bis zur Gründung der Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg 1988 machten Bioproduzenten dabei stets gemeinsame Sache mit engagierten Konsumenten. Kein Wunder, denn Bio-kunden sind sich bewusst, dass jede Kaufentscheidung auch bestimmte Standards bei Herstellung, Verarbeitung und Vermarktung des gekauften Produkts unterstützt.

**Die Standards der BIOG-Genossenschaft sind klar: sie steht für eine nachhaltige Landwirtschaft, die ökologisch und ressourcenschonend ist, und für „Agri-Kultur“ im umfassenden Sinn. Dazu gehören Kooperation und Solidarität, soziales Miteinander, faire Zusammenarbeit und Bildung.**

Für diese Werte stehen BIOG-Mitglieder – ob Produzenten oder Konsumenten – bis heute. Auch die Vermarktungsinitiativen, die aus der Genossenschaft heraus entstanden sind, halten die BIOG-Werte hoch. Allen voran BIOGROS und NATURATA: auch sie sind, wie das

NATURATA-Logo seit 1989 betont, „fair a kooperativ mat de Bio-Bauern.“

Mit dem Grossisten und Verarbeiter BIOGROS wiederum führt die Genossenschaft die Lebensmittelmarke BIOG, deren Produkte auch in konventionellen Supermärkten zu finden sind. Das komplette BIOG-Sortiment führen allerdings nur die NATURATA Bio Marchés und – Hofläden.

Das rot-weiße Markenlogo mit der Ähre steht für ein Dutzend Pluspunkte. Von zentraler Bedeutung sind diese: alle BIOG-Produkte stammen aus biologischem oder biodynamischem Anbau. Sie werden überwiegend in Luxemburg verarbeitet und verpackt und verfolgen dasselbe Ziel wie die BIOG-Kooperative selbst: die Bio-Landwirte und -Gärtner vor allem in Luxemburg so zu unterstützen, dass sie ihre Arbeit an der Erde nachhaltig in die Zukunft weiterführen können.

### MIT BIOLANDBAU NACHHALTIG IN DIE ZUKUNFT

„Bio & Fair & Regional“, wie es auf ihren Milchkartons steht, produziert auch die 2016 gegründete BIOG-Molkerei in Bascharage. Dies bedeutet Zukunftssicherung durch Nachhaltigkeit – nicht nur für Produzenten. Schon die Gründer der Genossenschaft bedachten die Konsequenzen ihrer Aktivität für Mensch und Natur, kümmerten sich um Verpackungsmaterial, Pfandsysteme und umweltschonenden Warentransport.

Als im Rollingergrund die erste zentrale Verkaufsstelle der Biobauern entstand, kamen Energieversorgung und Haustechnik als weitere Themen hinzu.

Bei all diesen Fragen geht es BIOG, NATURATA & Co um Nachhaltigkeit. Ihr Einsatz für die Biolandwirtschaft bedeutet ein hohes ökosoziales Verantwortungsbewusstsein auf allen Stufen der Wertschöpfungskette – vom Acker bis auf den Teller und nicht nur in Sachen Umweltschutz.

### AUCH SOZIALE NACHHALTIGKEIT IST GEFRAGT

Ebenso wichtig wie die Ökologie ist uns die soziale und kulturelle Dimension der Nachhaltigkeit.

Deshalb richten wir unser tägliches Handeln nach folgenden Faktoren aus:

- **Unsere Wertschöpfungskette ist eine Wertschätzungskette**
- **Ressourcenschonung gehört zu unserem Selbstverständnis**
- **Soziales Miteinander ist Teil unserer unternehmerischen Verantwortung.**

Einen Einblick in alle drei Bereiche bekommen Sie auf den folgenden Seiten – als Kurzfassung unseres über 100 Seiten starken Nachhaltigkeitsberichts.

Mehr zum Thema incl. Broschüren-Download unter: [www.biog.lu](http://www.biog.lu), [www.biogros.lu](http://www.biogros.lu), [www.naturata.lu](http://www.naturata.lu), [www.oikopolis.lu](http://www.oikopolis.lu) ■

## ÖKOLOGISCHE VERANTWORTUNG IST UNSER METIER:

Biolandwirtschaft und Umweltschutz gehören zusammen. Das folgt aus der Definition ökologischer Landwirtschaft, denn sie will die natürlichen Grundlagen für kommende Generationen stärken und bewahren. Deshalb haben alle Betriebe, die seit 1989 aus der Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg hervorgegangen sind, streng genommen, zwei Ziele:

1. die **Biolandwirtschaft zu fördern**
2. auch außerhalb von Feld und Hof **achtsam mit unseren natürlichen Ressourcen umzugehen.**

Das betrifft den Sektor Energie, gilt für sämtliche Rohstoffe, den Faktor Fläche

und die Qualität von Boden, Luft und Wasser sowie die natürliche Artenvielfalt von Tieren und Pflanzen.

### VERANTWORTUNG FÜR DIE ZUKUNFT

In unserem ersten Nachhaltigkeitsbericht, der 2013 erschienen ist, haben wir detailliert dargelegt, wie BIOGROS, NATURATA & Co in diesem Sinne verantwortungsvoll und zukunftsbewusst handeln. Auch bei den Gemeinwohl-Audits, die wir 2014 und 2016 durchlaufen haben (s. S. 8), ist eine Fülle ökologisch wirksamer Maßnahmen in die Bewertung unserer Unternehmensaktivitäten eingeflossen.

Die Neuauflage unseres Nachhaltigkeitsberichts von 2018 stellt die Gemeinwohlorientierung unserer Betriebe und deren Streben nach Nachhaltigkeit in einen größeren Zusammenhang und zeigt auf, wie unser Verständnis von assoziativem Wirtschaften alle Aktivitäten durchdringt. Der verantwortungsvolle Umgang mit Naturgrundlagen und sozialer Umwelt ergibt sich daraus quasi von selbst. Die Auflistung einzelner Maßnahmen steht deshalb beispielhaft für ein umfassendes Gesamtkonzept. ■

## NACHHALTIG HANDELN HEISST...

In ökologischer Hinsicht bedeutet unser Selbstverständnis als wertorientierter Wirtschaftsbetrieb unter anderem Folgendes:

### ✓ Erneuerbare Energien:

Atomenergie und fossile Brennstoffe lehnen wir grundsätzlich ab. All unsere Betriebe beziehen ausschließlich Strom aus regenerativen Quellen (Wasser- und/oder Windkraft, je nach Ermessen unseres Energielieferanten). Das Gründach unseres OIKOPOLIS-Zentrums ist mit einer großen Photovoltaik-Anlage bestückt. Über die OIKOPOLIS Participations sind wir an der Hëpperdanger Wandenergie sàrl beteiligt, die ihrerseits ein Viertel der Wandpark Hengescht SA besitzt und mit dieser den zweitgrößten Windpark Luxemburgs betreibt.

### ✓ Elektromobilität:

Alle OIKOPOLIS-Mitarbeitenden einschließlich der Leitungsebene betreiben Car-Sharing, denn das einzig verfügbare Dienstfahrzeug ist ein gemeinschaftlich genutzter Kleinwagen. Dieses E-Car wird ausschließlich mit dem von uns abonnierten „grünen“ Strom betankt. Auch KundInnen des OIKOPOLIS-Zentrums können die dafür vorgesehenen Stellplätze samt Ladesäulen nutzen.

### ✓ Car-Sharing:

Bei der Einsatzplanung in unseren Schichtteams werden Fahrgemeinschaften berücksichtigt. Für Mitarbeitende, die per

„Co-Voiturage“ zur Arbeit kommen, sind spezielle Parkplätze reserviert. Mitarbeitende, die mit öffentlichen Transportmitteln zur Arbeit kommen, erhalten einen Fahrkostenzuschuss.



### ✓ Umweltbewusster Transport:

Unsere Lieferfahrzeuge sind geleast. So vermeiden wir das Festhalten an überholten Umweltnormen aus reinen Kostengründen, denn der Eigentümer unserer LKW-Flotte sorgt dafür, dass auch bei den energieaufwändigen Kühlfahrzeugen der bestmögliche Kompromiss zwischen Umweltschutz und Lebensmittelsicherheit gefunden wird.

### ✓ Selbstkontrolle:

Wir erfassen alle Auswirkungen unserer Unternehmensaktivität auf die Umwelt und rechnen diese mit einer Spezialsoftware in CO<sub>2</sub>-Äquivalente um. Die Analyse der Ergebnisse (jährliche Dokumentation seit 2008) dient als Grundlage bei der Identifikation neuer Optimierungspotenziale.

### ✓ CO<sub>2</sub>-Kompensation:

Seit 2013 kompensieren wir den jährlich ermittelten „ökologischen Fußabdruck“ unserer Betriebe durch freiwillige Ausgleichszahlungen an unabhängige Institutionen, die dem Klimaschutz dienen – und zwar unmittelbar vor unserer eigenen Haustür, denn wir wollen, dass die Entlastung der Atmosphäre den Menschen dort zugutekommt, wo die Umweltbelastungen entstanden sind.

### ✓ Ökologisches Bauen:

Unsere Techniker planen, bauen und renovieren ökologisch: im Gebäudeinneren (Verkaufs- und Lagerflächen, Aufenthalts- und Büroräume) sowie auf den Außenflächen (Parkplätze, Ladenbeleuchtung) nutzen wir nur noch LED-Technik. Kühlmöbel sind geschlossen und ihre Abwärme wird ebenso wie die aus größeren Kühlhäusern über Wärmetauschsysteme in eine innovative Fußbodenheizung eingespeist. Das Gesamtkonzept unserer ökologisch nachhaltigen Haus- und Gebäudetechnik wurde schon mehrfach mit (inter-)nationalen Umweltpreisen gewürdigt.

## RESSOURCENSCHONUNG, ABFALLMANAGEMENT & MEHR

### ✓ Ökologische Beschaffung:

Nicht nur bei Bauprojekten setzen wir auf energiesparende Technologien und nachhaltige Werkstoffe. Dasselbe gilt auch im Backoffice, denn bei Bürotechnik und Schreibwaren achten wir ebenfalls auf nachhaltige Produkte, z.B. ohne Lösungsmittel und Weichmacher bzw. auf Basis nachwachsender Rohstoffe. Dabei gelten folgende Grundsätze:

- o *Möglichst papierlos!* Wenn Papier, dann recycelt, aus nachhaltiger Forstwirtschaft und mit dem „Blauen Engel“
- o Pappe statt Plastik
- o Wenn Kunststoff, dann Bio, also ohne Mineralöl

### ✓ „Ökobon“:

Seit 2017 sind die Kassenzettel bei NATURATA „grün“... auch wenn sie eher grau aussehen. Das innovative Thermo-papier ist FSC-zertifiziert, kommt ohne chemische Farbentwickler aus und ist dennoch lebensmittelecht und archivierbar. Durch die Umgruppierung der Informationen sparen wir Platz und damit Papier – am laufenden Meter!

### ✓ Lebensmittelrettung:

- **Zweite Chance:** Krumm gewachsene Früchte, Obst und Gemüse mit Druckstellen, Mini-Eier, Backwaren vom Vortag oder Molkereiprodukte kurz vor Erreichen ihres Mindesthaltbarkeitsdatums sind zu wertvoll für die Tonne. Deshalb weisen wir die NATURATA-KundInnen mit einem orangefarbenen Etikett darauf hin, dass es diese Qualitätsprodukte zum ermäßigten Preis gibt.
- **Mitarbeiterrabatt:** Was dennoch keine zahlenden Abnehmer findet, bieten wir zu einem symbolischen Preis von 1 Euro pro Kiste unseren Mitarbeitenden an.
- **Eco-Box:** Seit August 2018 beteiligen sich die NATURATA Bio Restaurants und Bistros am Eco-Box-System, bei dem bestellte Menüs oder nicht aufgegessene Speisen in einem recyclingfähigen Pfandgefäß mitgenommen werden können. Auch dies reduziert Lebensmittelabfall.
- **Weiterverarbeitung:** Die „Cuisine artisanale“ bei BIOGROS ist ein dankbarer Abnehmer z.B. von vollreifem Gemüse, das sie zu Gemüsesuppen der Marke BIOG einkocht.
- **Spende:** Zudem überlassen wir nicht verkaufsfähiges Obst und Gemüse, bei dem die „Inneren Werte“ die äußeren Makel überwiegen, dem Cent Buttek. Dort geben ehrenamtliche HelferInnen

die Bio-Lebensmittel an Bedürftige aus oder kochen daraus Konfitüren, Suppen und Soßen, die über ihre vier Standorte ebenfalls unentgeltlich an Betroffene verteilt werden.

• **Biogas:** Lebensmittel, die auch der oben skizzierte „Mehrstuftenplan“ nicht für den Verzehr retten konnte, sowie organische Abfälle aus unseren Restaurants, Bistros und Verarbeitungsküchen leiten wir gesammelt an einen kooperierenden Bauern weiter. In seiner Biogasanlage entsteht daraus Energie, die er im eigenen Betrieb nutzt.



### ✓ Abfallvermeidung:

Intern wie extern wollen wir Müll vermeiden. Wo er unvermeidlich ist, handeln wir getreu dem Motto „auch Abfälle sind Wertstoffe“ und führen diese den entsprechenden Wiederverwertungs-Kreisläufen zu. Für die „Offallgestioun“ (Müllmanagement) gibt es an jedem unserer Standorte eine/n verantwortliche/n MitarbeiterIn und im OIKOPOLIS-Zentrum Munsbach eine Beauftragte mit Koordinationsfunktion. Sie kümmern sich um...

- **Mülltrennung in Mitarbeiterküchen und Pausenräumen:** Hier wird rund ein Dutzend Wertstoffe getrennt gesammelt und später den entsprechenden Wiederverwertungskreisläufen zugeführt. Hierfür sind wir von der „SuperDrecksKëscht fir Betriber“, einer Rücknahmestruktur des Luxemburger Ministeriums für nachhaltige Entwicklung bzw. deren Abteilung für Unternehmen, mit einem speziellen Label prämiert.
- **Sortierung und Weiterleitung von Wertstoffen aus den Bereichen Büro- und Baumaterial (incl. Leuchtmittel etc.)**

### ✓ Produktverpackung:

Natürlich fördern wir Wertstoffkreisläufe vor allem dort, wo wir selbst die betreffenden Produkte samt Verpackung in Verkehr bringen. Wie beim Kampf gegen Lebensmittelverschwendung setzen wir auch bei der Vermeidung von Verpackungsmüll an mehreren Punkten an:

• **Valorlux-System:** BIOG, BIOGROS und NATURATA sind Mitglieder des nationalen Valorlux-Rücknahme- und Recycling-Systems („Blauer Sack“, Altglas- und Papiersammlung) und unterstützen dieses durch Beitragszahlungen entsprechend dem Volumen der von uns in Umlauf gebrachten Verpackungen. Für Altglas haben wir allerdings eine eigene Lösung:

• **Eigeninitiative:** Im Sinne der Produzentenverantwortung kooperiert NATURATA mit der internationalen Naturkostszene über ein eigenes Pfand- und Rücknahmesystem für Glasflaschen und -becher (bei Joghurts). Unsere KundInnen nehmen dieses System schon seit Jahren sehr gut an.

• **Verkaufsmethode „Unverpackt“:** Im NATURATA Bio Marché Merl haben wir schon 2016 einen Pilotversuch mit einer „Unverpackt“-Theke gestartet. Dort können unsere KundInnen derzeit 25 verschiedene Trockenprodukte in dort bereitliegende Papiertüten oder mitgebrachte Behälter abfüllen.

• **Verpackungs-Charta:** BIOGROS fungiert nicht nur als Transporteur und Distributeur von Bio-Produkten verschiedenster Hersteller, sondern auch als Verarbeiter für die Produkte der hauseigenen BIOG-Marke. Auch dabei spielt die Verpackung eine zentrale Rolle, denn nicht immer ist sie verzichtbar. Manchmal liegt dies an Fertigungsprozessen, oft aber auch an Hygiene- oder Kennzeichnungsvorschriften, denn die von der EU geforderten Hinweise müssen auf irgendein Trägermaterial aufgebracht werden. Dabei bevorzugen wir kompostierbares Verpackungsmaterial, wo immer dessen Einsatz sinnvoll und möglich ist. Mehr dazu in der Verpackungs-Charta von BIOGROS ([www.biogros.lu](http://www.biogros.lu)) oder in der Langversion unseres Nachhaltigkeitsberichts. ■

Bei weiterem Interesse fragen Sie bitte nach unserem Nachhaltigkeitsbericht 2018 in den Filialen oder bestellen Sie ihn unter: [info@oikopolis.lu](mailto:info@oikopolis.lu)



## VOM ACKER BIS AUF DEN TELLER

Die Erzeugung von Bio-Lebensmitteln ist ein Produktionsprozess besonderer Art: im Zusammenspiel von Mensch und Natur werden natürliche Rohstoffe als Basis für die weitere Verarbeitung gewonnen, die ebenfalls ökologischen Kriterien folgt. So entstehen wahre „Mittel zum Leben“ – für die Verbraucher ebenso wie für die Erzeuger.

Schon deshalb sind Bio-Produzenten und -Konsumenten keine entgegengesetzten Pole. Doch entlang der Verbindungslinie „vom Acker bis auf den Teller“ bzw. „de la fourche à la fourchette“ sind weitere Akteure der Wertschöpfung angesiedelt: Verarbeiter, Klein- und Großhändler, Transporteure und Menschen, die das Produkt verpacken, gestalten und dem Verbraucher nahebringen.

So reihen sich die Stufen im Herstellungs- und Vermarktungsprozess wie Perlen an einer Schnur aneinander und bilden die sogenannte „Wertschöpfungskette“. Um den Geist der Solidarität und Kooperation zwischen ihren Gliedern zu betonen, sprechen wir im Umfeld der BIOG-Genossenschaft gerne von einer Wertschätzungs-kette.

Dennoch ist der Ablauf der Biolebensmittelproduktion keineswegs linear. Wie die nebenstehende Grafik zeigt, bildet er einen doppelten Kreislauf. Indem sie auf dem Naturkreislauf aufbaut, hat die Wertschöpfung im Bereich Bio-Lebensmittel allen modernen Bestrebungen der Kreislaufwirtschaft damit schon eine „Umdrehung“ voraus – und diese natürliche Dynamik wollen wir nutzen. ■

## VON DER GENOSSENSCHAFT ZUM NETZWERK

Bei einer repräsentativen Umfrage nannten 2013 52% aller Befragten spontan „NATURATA“ als erste Adresse für den Kauf biologischer Produkte in Luxemburg – obwohl auch konventionelle Supermärkte ein wachsendes Bio-Sortiment anbieten. Dazu gehören Erzeugnisse der BIOG-Marke ebenso wie Bioprodukte anderer Hersteller. Vieles davon importiert BIOGROS, ein Schwesterbetrieb von NATURATA Luxemburg. Beide sind aus der BIOG-Genossenschaft entstanden.

### KOOPERATION STATT KONKURRENZ

BIOGROS beliefert also auch Konkurrenten von NATURATA – doch in solchen Kategorien denken wir nicht. Uns geht es um kooperative Marktteilnahme im wohlverstandenen gemeinsamen Interesse: die ökologische Landwirtschaft, vor allem in Luxemburg, zu unterstützen. Deshalb vertreibt BIOGROS auch Bioprodukte anderer Herkunft, denn durch den Vertrieb dieser Importwaren wird die einheimische Bio-Nischenproduktion querfinanziert.

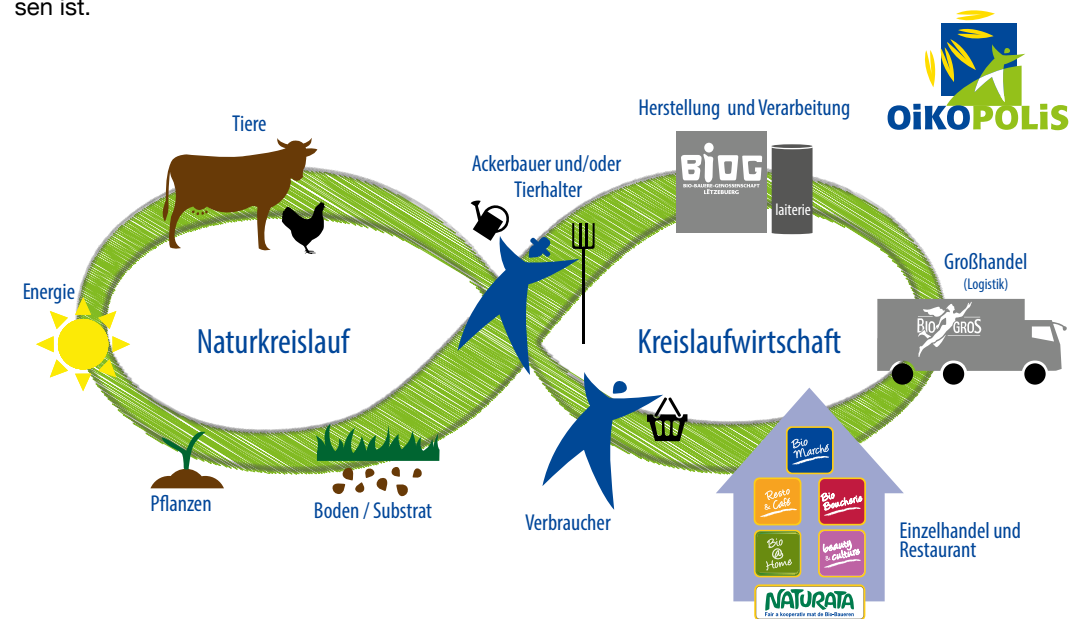
In ähnlicher Weise sind auch andere Vermarktungsinitiativen rund um die BIOG-Genossenschaft entstanden, u.a. mehrere Hofläden, eine Sammelstelle und Packstation für Bio-Eier, ein Öko-Backhaus mit eigener Mühle, zwei Hofkäsereien und eine Pasta-Manufaktur, die Frischei-Nudeln aus Bio-Eiern fabriziert. All diese Initiativen sind untereinander vernetzt und stützen sich gegenseitig. Zugleich profitieren die Netzwerkteilnehmer von der Infrastruktur aus Verarbeitung, Vertrieb und Handel, die rund um die BIOG-Genossenschaft organisch gewachsen ist.

### GEMEINSAMES FINANZIERUNGSMITTEL

Auch das finanzielle Risiko, das Klein- und Familienbetriebe oft an einer erfolgreichen „Marktteilnahme“ hindert, wird im Verbund minimiert. Dafür sorgt seit 2005 eine Beteiligungsgesellschaft, die von BIOG-Mitgliedern, Mitarbeitern ihrer Schwesterbetriebe und engagierten Konsumenten gemeinsam gehalten wird: die OIKOPOLIS Participations SA.

Sie hält nicht nur bis zu 100% der Anteile von BIOGROS, NATURATA, OEKimmO oder aber von der BIOG-Molkerei, um den finanziellen Druck von den dort zusammengeschlossenen BIOG-Milchbauern zu nehmen, sondern übernimmt auch kleinere Anteile an anderen bäuerlich basierten Bio-Herstellern im Land, ohne deren Unternehmensführung zu beeinflussen.

Dank dieser Unterstützung wurde in den vergangenen Jahren eine Reihe von Verarbeitungsbetrieben gegründet, die entscheidende Lücken der jeweiligen Wertschöpfungskette schließen konnten. So entstanden Strukturen, die es in Luxemburgs Bioszene vorher gar nicht gab. Mehr dazu auf der nächsten Seite. ■



Dank ihrer Naturgrundlage zeichnet sich die Wertschöpfungskette von Bio-Lebensmitteln aus landwirtschaftlichen Rohstoffen durch einen doppelten Kreislauf aus.

## ALTERNATIV HANDELN? JA BITTE!

„Im Einkauf liegt der Gewinn“ – diese Händlerweisheit teilen wir ebenso wenig wie den Glauben an die „unsichtbare Hand“, die angeblich den Markt zum Wohle aller Beteiligten reguliert, wenn nur jeder von ihnen den eigenen Nutzen verfolgt. In der landwirtschaftlich basierten Lebensmittelproduktion hat das Festhalten an diesen Marktmechanismen vor allem eines gebracht: ein jahrzehntelanges Bauernsterben.

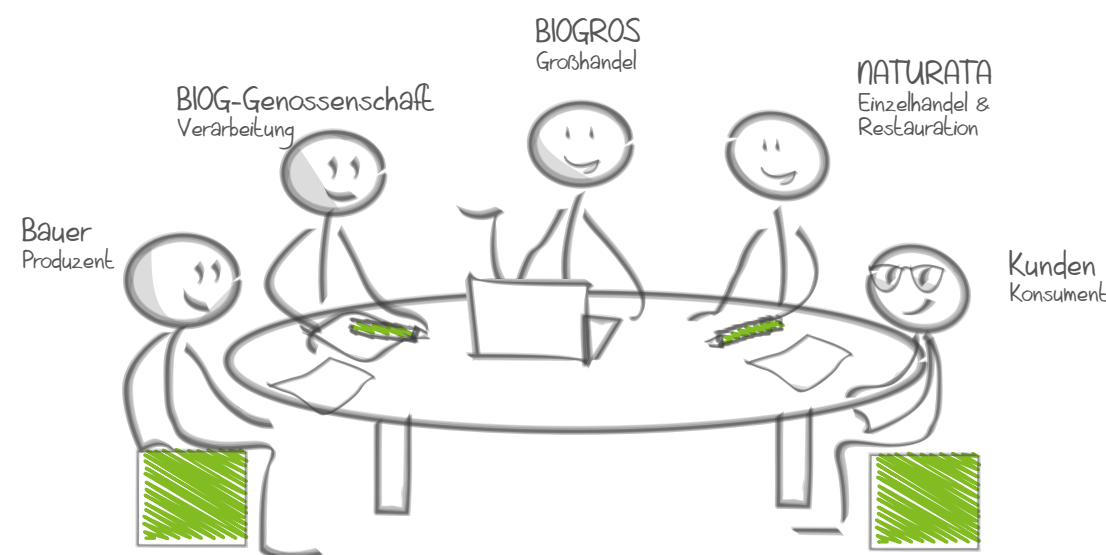
Den mörderischen Druck der Preisspirale stoppt nur strukturelle Veränderung. Aus dieser Erkenntnis heraus haben wir schon Anfang der 1990er-Jahre begonnen, in sogenannten assoziativen Marktgesprächen alle Beteiligten der Wertschöpfungskette an einen Tisch zu bringen, um aus einer Gesamtsicht der Dinge die besten Verhältnisse für jeden Einzelnen herauszufinden. Dies entspricht den Werten der BIOG-Genossenschaft und aller Bio-Vermarktungsinitiativen, die aus ihr entstanden sind, v.a. BIOGROS und NATURATA.

### GROSSE RUNDE FÜR FAIRE PREISE

Unsere Unternehmenskultur ist geprägt von Offenheit und Transparenz. Gemeinwohl ist uns wichtiger als Eigennutz, wir setzen auf Kooperation statt Konkurrenz. Wachsender Wohlstand muss gerecht verteilt sein. In diesem Sinne bedarf die „freie“ Marktwirtschaft mit ihren oben kritisierten Zwängen nach unserer Meinung eines Korrektivs. Deshalb fördern wir alternative Wirtschaftsformen wie das assoziative Wirtschaften nach Rudolf Steiner, das den Zusammenhalt innerhalb der Wertschöpfungskette stärken will.

Um dies zu erreichen, pflegen wir den assoziativen Austausch mit Vertretern der gesamten Wertschöpfungskette eines Produkts oder Sortiments – vom Bio-Bauern oder -Gärtner über Verarbeiter, Groß- und Einzelhändler bis hin zum Verbraucher. Wie unten dargestellt, kommen alle in großer Runde zusammen. Schließlich geht es nicht um bilaterale Verhandlungen, sondern um Vernetzung im Gespräch – über Anbaumethoden, Wetterkonditionen und Verarbeitungsformen bis zu einer allseits fairen Preisgestaltung.

Dies bedeutet auskömmliche Erzeuger-, angemessene Händler- und tragbare Verbraucherpreise – als Kompromiss unter gleichberechtigten Partnern. Durch Einsicht in die Situation der anderen und Verständnis für den Sinn des Ganzen werden alle zu Gewinnern. Deshalb haben wir die Teilnahme an solchen Rundtischgesprächen bisweilen zur Bedingung für konventionelle Marktteilnehmer gemacht, die mit BIOG-Produkten handeln wollen. Dem Endkunden verrät ein spezielles Logo, dass das betreffende Produkt „fair & associative“ vermarktet und gehandelt wird. Vor allem Erzeugnisse der BIOG-Molkerei sind seit 2017 mit diesem Siegel versehen worden, das auch international immer mehr Beachtung findet. ■



Das Logo verrät: am Zustandekommen fairer Handelsbeziehungen und solidarischer Vermarktungsstrukturen waren Vertreter aller Wertschöpfungsstufen beteiligt.

## STICHWORT

### „FAIR & ASSOCIATIVE“

Nicht nur Verbraucherschützer klagen über allerlei Labels, mit denen vor allem Lebensmittelkonzerne kritische Konsumenten beruhigen wollen. Doch selbst bei bekannten Begriffen wie z.B. „fair“ gibt es Informationsbedarf.

Der „Fairtrade“-Begriff zielt auf gerechte Handelsbeziehungen mit dem globalen Süden. Der Umgang mit heimischen Produzenten wird dabei kaum hinterfragt. Zudem glauben viele Kunden, bei Bio-Produkten sei die Fairness inklusive. Zu Unrecht, denn weder auf EU- noch auf der viel strengeren Länderebene bezieht der Kriterienkatalog von Bio-Labels Sozialstandards mit ein. Auch deshalb kann biologische Massenware zu Preisen in den Handel kommen, von denen kein Erzeuger leben kann. Bio zu Discounterpreisen ist also keineswegs „fair“.

Hier setzt „fair & associative“ an. Indem sich alle an der Wertschöpfung beteiligten Stufen zusammenschließen bzw. „assoziiieren“, wachsen gegenseitiges Verständnis und der Sinn für Gerechtigkeit. Wer die Situation der Menschen auf vor- und nachgelagerten Stufen der Wertschöpfung kennt, versteht deren Bedürfnisse und kann sich aus freien Stücken entscheiden, sie gleichermaßen fair zu behandeln. Austausch und Abwägen aller Positionen geschieht im OIKOPOLIS-Netzwerk seit langem in den so genannten Marktgesprächen. Mehr dazu im Hauptartikel dieser Seite. ■



## ASSOZIATIV WIRTSCHAFTEN MIT

## FAIR-BREEDING®

Assoziativ Wirtschaften – wie geht das? Ein gutes Beispiel dafür liefert ein Langzeit-Projekt unter Beteiligung von Kunden, Händlern und bio-dynamischer Pflanzzüchtung. Erste Ergebnisse hatten Sie vielleicht schon selbst in der Hand – oder in Ihrem Kochtopf, denn die Blumenkohlsorte mit dem poetischen Namen „Nuage“ entstammt dieser Kooperation, die schon seit 2008 NATURATA-Geschäfte aus verschiedenen Ländern mit der Initiative FAIR-BREEDING® verbindet.

### SAMENFESTE SORTEN GEFRAGT!

FAIR-BREEDING® hat sich dem Erhalt samenfester, also auf natürlichem Wege über Züchtung vermehrbare, Gemüsesorten verschrieben, denn die Rechte am Saatgut der meisten Nahrungsmittel- und Futterpflanzen liegen mittlerweile in den Händen multinationaler Saatgutkonzerne.

Diese vermarkten vorwiegend Hybriden oder pollensterile Pflanzen (CMS-Hybriden), die bei natürlicher Vermehrung ihre spezifischen Eigenschaften verlieren oder gar nicht erst vermehrt werden können. Auch professionelle Gemüsebauern müssen deshalb jedes

Jahr frisches Saatgut kaufen. Selbst Bio-Gärtner waren dadurch abhängig von den Saatgut-Multis, denn bei einigen Gemüsearten war keine einzige samenfeste Sorte mehr frei verfügbar. Beispiel: Blumenkohl!

## NATURATA

Als Mitglied des Vereins NATURATA International – Gemeinsam Handeln e.V. sind unsere Luxemburger NATURATA-Geschäfte seit 2008 Kooperationspartner der Initiative FAIR-BREEDING®, die hier mit züchterischen Mitteln gesteuert. Über den Verein Kultursaat e.V. arbeitet sie am Erhalt bewährter Kulturpflanzen und entwickelt neue Sorten auf biologisch-dynamischer Grundlage. Mit natürlicher Auslese, Vermehrung und Kreuzung dauert dies mehrere Pflanzengenerationen – bei zweijährigen Pflanzen wie dem Blumenkohl also doppelt so lange wie bei anderen.

### BIO – AUCH BEIM SAATGUT

Ebenso wie rund 20 NATURATA-Läden aus Deutschland und der Schweiz spenden auch die Läden der Luxemburger BIOG-Genossenschaft, welche ebenfalls den Namen NATURATA nutzen, seit

2008 0,3% ihres Jahresumsatzes an Obst und Gemüse dem Verein Kultursaat – speziell zur Entwicklung samenfester Blumenkohlsorten.

Nach zehn Jahren Züchtungsarbeit wurden drei samenfeste Sorten zugelassen, darunter die „Nuage“. Zwei weitere sind



Im Oktober 2017 kam die schmackhafte Sorte „Nuage“ erstmals in unsere NATURATA-Läden. Darüber freuten sich nicht nur Roland Majerus und Sigmund Walbaum (v.l.n.r.) von NATURATA Luxembourg.

in der behördlichen Prüfung. In Zukunft ist Bio-Blumenkohl also nicht nur biologisch angebaut, sondern auch (wieder) ökologisch vermehrt und gezüchtet. Dies ist ein gemeinsamer Erfolg der Assoziation aus Verbrauchern, Händlern und Züchtern. ■

## EINE TRANSPARENTE BRÜCKE VOM BAUERN ZUM KUNDEN

Kommunikation ist für „Netzwerker“ wie BIOG & Co essenziell. In der Kooperative schließen sich Bio-Bauern, -Gärtner, -Winzer und -Imker zusammen, kooperieren mit Verarbeitern und Händlern, auch außerhalb der eigenen Gruppe. Dies bedarf einer gut funktionierenden Koordination und Kommunikation.

Doch es geht um mehr als funktionale Absprachen. Das zeigen assoziative Prozesse wie die Marktgespräche. Für Teilnehmer der gesamten Wertschöpfungskette bedeuten sie u.a. Horizonterweiterung und Perspektivenwechsel (vgl. S. 5). Neben Mitbewerbern, die wir nicht nur zum Gespräch, sondern regelmäßig zu Betriebsbesichtigungen einladen, spielen in diesem Netzwerk auch Konsumentenvertreter eine wichtige Rolle.

Ob intern, extern oder öffentlich – im Kontakt mit all unseren Berührungs-

gruppen dient die Kommunikation stets der Unternehmensmission.

### MISSION ÖKOLANDBAU

Von der BIOG über BIOGROS bis NATURATA – übergeordnetes Unternehmensziel aller OIKOPOLIS-Betriebe ist die Förderung der biologischen und biodynamischen (Demeter-)Landwirtschaft, vor allem auf lokaler und regionaler Ebene.

Die Anteilseigner der OIKOPOLIS-Beteiligungsgesellschaft (vgl. S. 4) teilen diese Privatleute eher ideell als finanziell, denn rund 90% der in unseren Betrieben erwirtschafteten Gewinne werden in neue ökosoziale Projekte reinvestiert. Umso wichtiger ist es, über diese Projekte und generelle Unternehmensziele fortlaufend transparent zu informieren. Wir tun dies online und offline, mit Flyern, Magazinen,

Newsletter und Broschüren, aber auch mit einer breiten Palette kostenloser Veranstaltungen – vom Produzentenbesuch bis zum Workshop und akademischen Vortrag. Die wichtigsten Veranstaltungsreihen heißen „mat NATURATA ennerwee“, „mat NATURATA genéissen“ und „OIKOPOLIS am Dialog“. Die Agenda ist online oder als Newsletter-Abo verfügbar unter [www.naturata.lu](http://www.naturata.lu). ■



Neben vielen eigenen Publikationen finanzieren wir als Sponsor auch die vom Verein Bio-Lëtzebuerg herausgegebene Quartalschrift Agri-Kultur zu etwa einem Drittel.

## mat NATURATA genéissen



## mat NATURATA ennerwee



## GWÖ IST...

### ... ein „Wirtschaftsmodell mit Zukunft“.

Das sagen nicht nur der Initiator der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ), der österreichische Publizist und Aktivist Christian Felber und die vielen Mitglieder der internationalen GWÖ-Community – ob prominente „BotschafterInnen oder regionale Akteure. Von der Zukunftsfähigkeit eines alternativen Wirtschaftssystems, das nicht auf eigennützige Profitorientierung setzt, sondern auf ethischen Werten aufgebaut ist, die das Gemeinwohl fördern, sind weltweit schon mehr als 2.000 Unternehmen überzeugt. Etwa 400 von ihnen haben schon mindestens einmal eine Gemeinwohl-Bilanz erstellt, darunter viele Betriebe mit ökosozialer Zielsetzung.

... die **Objektivierung von Wirtschaftsethik**, denn mit ihrer Matrix und den dazugehörigen Impulsfragen bietet sie Unternehmen und Initiativen jeder Größe und Rechtsform das Werkzeug für eine standardisierte Sozialbilanz an.

... ein **Anreiz für die Gesellschaft**, denn vielleicht führt die Bewusstseinsbildung durch Kommunikation und Vernetzung eines Tages bis zum Systemwandel, bei dem gemeinsame Werte mehr wert sind als individueller Gewinn. In diesem Sinne versteht sich die GWÖ als „ergebnisoffener, partizipativer, lokal wachsender Prozess mit globaler Ausstrahlung“, bildlich symbolisiert durch fliegende Löwenzahn-Sämchen. ■

## DIE OIKOPOLIS ALS WERTEGEMEINSCHAFT

Mit Gründung der BIOG-Genossenschaft wurde eine Gemeinschaft geschaffen, die mehr ist als eine Interessenvertretung der Biolandwirte und ihrer KundInnen. Tatsächlich ging und geht es bei BIOG, NATURATA & Co seit nunmehr 30 Jahren um ein Quartett zentraler Werte, aus denen sich neben der ökosozialen Gesamtorientierung auch Anleitungen für das Handeln im unternehmerischen Alltag ergeben:

- Agrikultur
- Faire Zusammenarbeit
- Soziales Miteinander
- Bildung und Kultur

Heute heißt eine solche Haltung „unternehmerische Sozialverantwortung“, doch im OIKOPOLIS-Netzwerk gab es ein gesellschaftlich wirksames Verantwortungsbewusstsein schon, bevor die Kürzel RSE (Responsabilité sociale des entreprises) oder CSR (Corporate social responsibility) modern wurden.

### RSE AVANT LA LETTRE

Praktiziert wurden die gemeinsamen Werte seit 1989, als ein Dutzend Biobauern kooperativ produzierte Milchprodukte in umweltfreundliche Glasflaschen füllte, ein gemeinsames Fahrzeug anschaffte und die Warenverteilung reihum zu koordinieren begann.

Zehn Jahre danach war auch baulich eine neue Infrastruktur vonnöten. Dabei spielte der gemeinsame Wertehorizont eine wichtige Rolle, denn es ging darum, dem Projekt den passenden Namen zu geben. Der wurde mit „OIKOPOLIS“ für die ökologisch orientierte Haus- und Wirtschaftsgemeinschaft in Munsbach gefunden, und das dortige OIKOPOLIS-Zentrum wurde 2001 eingeweiht.

Seitdem wurde das Leitbild der OIKOPOLIS-Gruppe zweimal in aufwändigen Beteiligungsprozessen reflektiert und neu formuliert – zuletzt 2016/17, als die Gruppe zum zweiten Mal nach den Regeln der Gemeinwohl-Ökonomie bewertet wurde.

### GW-BILANZ: „VORBILDLICH“

Bei dieser Zertifizierung prüfen externe AuditorInnen die „Sozialkompetenz“ eines Betriebs anhand zahlreicher Indikatoren. Diese leiten sich daraus ab, wie Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit sowie demokratische Mitbestimmung und Transparenz als gemeinwohrelevante Werte auf fünf „Berührungsgruppen“ angewandt werden: LieferantInnen, GeldgeberInnen, MitarbeiterInnen incl. EigentümerInnen, KundInnen incl. der ihnen angebotenen Produkte und Dienstleistungen sowie Mitunternehmen bzw. Wettbewerber und last, but not least, das gesamte gesellschaftliche Umfeld.

Dabei haben die OIKOPOLIS-Betriebe sehr gut abgeschnitten. Nach einem ersten GW-Audit in 2013, bei dem mit 633 Punkten ein „historisch gutes“ Erst-Ergebnis erzielt wurde, konnte das Resultat beim zweiten Audit 2015/16 auf 712 Punkte gesteigert werden. In der GWÖ gilt dies offiziell als „vorbildlich“.

Uns selbst zeigt das Ergebnis vor allem, dass wir mit unserer Unternehmenskultur auch objektiv auf einem guten Weg sind. Zudem liefert die detailreiche Überprüfung Hinweise auf weitere Optimierungspotenziale, denn „das Bessere ist der Feind des Guten“. In diesem Sinne wollen wir uns weiter entwickeln und hoffen, Sie helfen uns dabei, den Gemeinwohl-Samen weiter zu verbreiten. ■



Jedes Jahr im Herbst beteiligen wir uns an der Aktion „Zukunft säen“. Mehr dazu und zu anderen gesellschaftsrelevanten oder gemeinwohlförderlichen Projekten auf unserer Homepage und im Nachhaltigkeitsbericht 2018.