

FESTBROSCHÜRE
zum 25-jährigen Jubiläum
der Vermarktungsinitiativen
BIOG, NATURATA und
OIKOPOLIS



Impressum:

Die Jubiläumsbroschüre „25 Jahre BIOG – NATURATA – OIKOPOLIS“ wurde gedruckt auf chlorfreiem, ungebleichtem Recyclingpapier.

Die OIKOPOLIS-Gruppe dankt:

Agrarminister Fernand Etgen für sein Grußwort und allen, die für ein Interview zur Verfügung standen.

Herausgeber:

OIKOPOLIS-Gruppe Munsbach, Text und Redaktion: Margot Scheffold (OIKOPOLIS), Design und Layout: Laura Ly Folschette (Oiko-Consulting), verantwortlich im Sinne des Presserechts: Änder Schanck (OIKOPOLIS).

Copyright:

OIKOPOLIS Gruppe Munsbach, Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung der OIKOPOLIS-Gruppe.

Munsbach, April 2014

Inhaltverzeichnis | 03

Grußwort des Ministers | 4

25 Jahre und mehr | 5

Editorial | 5

BIOG | 7 - 11

- › Interview mit dem BIOG-Präsidenten Marc Emering
- › Interview mit BIOG-Geschäftsführer Volker Manz
- › Arbeitsfelder der BIOG
- › BIOG-Mitglieder

NATURATA | S. 12 - 14

- › Interview mit NATURATA-Geschäftsführer Roland Majerus
- › NATURATA-Läden

BIOGROS | S.15 - 16

- › Interview mit dem BIOGROS-Abteilungsleiter Obst und Gemüse Pierrot Schmit

BIOG – die Marke | S.18

OIKOPOLIS Participations | S.20 - 26

- › BIOG & OIKOPOLIS-Netzwerk
- › OIKOPOLIS-Beteiligungen
- › Interview mit dem OIKOPOLIS-Vorstandsvorsitzenden Änder Schanck
- › Interview mit dem Präsidenten des OIKOPOLIS-Aufsichtsrats Tom Kass

Nachhaltigkeitsarbeit | S.27 - 29

- › Gemeinwohl-Ökonomie
- › OIKOPOLIS am Dialog

25 Jahre BIOG & NATURATA –

25 Jahre Pionierarbeit

Wenn man über die Entwicklung des biologischen Landbaus in Luxemburg spricht, kommt man nicht umhin, die Verarbeitungs- und Vermarktungsgesellschaft BIOG zu erwähnen, denn sie hat maßgeblich zu dieser positiven Entwicklung beigetragen. Ohne sie und die kurz danach gegründete Naturata wäre es den damaligen Biobauern viel schwerer gefallen, ihre Produkte an die Konsumenten heranzubringen und so diese besondere Bewirtschaftungsweise im ganzen Land bekannt zu machen.

Diese Entwicklung gehorchte stets dem selbst gestellten Ziel der BIOG: eine gemeinsame Verarbeitung und Vermarktung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen der Luxemburger Bio-Bauern, die getragen wird von den Leitwerten Qualität und Solidarität. Die im Untertitel des NATURATA-Logos stehende Kurzformel bringt das Ziel der gesamten Gruppe auf den Punkt: „Fair a kooperativ mat de Bio-Bauern“. Davon profitieren auch die Verbraucherinnen und Verbraucher:

Mit dem Großhändler BIOGROS und weiteren in ihrer ökologischen sowie sozialen Ausrichtung verwandten Betrieben hat sich seit 2005 unter dem Dach der OIKOPOLIS Participations SA ein regelrechtes Netzwerk gebildet. Diese Entwicklung hat sich aus Marktzwängen heraus so ergeben und trotzdem immer weiter dafür gesorgt, im Interesse ihrer Basismitglieder, den Luxemburger Biobauern, für einen regelmässigen Absatz ihrer Produkte zu sorgen. Dazu tragen – neben der Qualität und Vielfalt regional erzeugter Bio-Lebensmittel – unter anderem die OIKOPOLIS-typischen Marktgespräche bei, in denen Vertreter der Bio-Bauere-Genossenschaft, des Bio-Groß- und -Einzelhandels (BIOGROS, NATURATA und weitere

Vermarktungspartner) zusammen mit Konsumentenvertretern am Runden Tisch nach gemeinsamen Lösungen suchen, die die spezifischen Interessen aller Beteiligten berücksichtigen. So soll einseitige Dominanz des einen oder anderen Marktteilnehmers verhindert werden. In den letzten Jahren ist die Keimzelle dieses Netzwerks, die Bio-Bauere-Genossenschaft BIOG, zum Vorbild für einige andere Betriebe mit ähnlicher Ausrichtung geworden. Dank finanzieller Beteiligungen durch die OIKOPOLIS-Beteiligungsgesellschaft wurde sie Teil eines Netzwerks, das auch kleineren Unternehmungen oder Familienbetrieben ohne Betriebsnachfolger ihre Wirtschaftlichkeit sichert und erhält bzw. sogar noch steigert. Voraussetzung ist freilich, dass der jeweilige Betrieb in die Philosophie der Gruppe passt.

So wurden die Werte und Ziele der BIOG über die Jahre hinweg durchdekliniert und dabei in ihrem Kern bestätigt und gestärkt. Auch heute, mehr denn je, soll die biologische Landwirtschaft gefördert und dem durch viele Lebensmittelskandale verunsicherten Verbraucher nahegebracht werden. Zum diesjährigen doppelten Jubiläum von BIOG und NATURATA wünsche ich der gesamten OIKOPOLIS-Gruppe weiterhin viel Erfolg sowie einen guten Spürsinn um die Tendenzen am Markt rechtzeitig zu erkennen und mitverfolgen und -gestalten zu können, so wie sie es bisher fertiggebracht hat. Die Konkurrenz auf dem Biomarkt wächst ständig, aber ich bin zuversichtlich, dass sie sich dank ihrer soliden Basis und der langjährigen Erfahrung dort weiterhin behaupten kann und noch lange Jahre den Luxemburger Konsumenten mit Bioprodukten aus dem In- und Ausland beliefern wird.

Fernand Etgen

Minister für Landwirtschaft, Weinbau und Verbraucherschutz



Fernand Etgen | Minister für Landwirtschaft, Weinbau und Verbraucherschutz



25 Jahre und mehr | 05 - 06

Editorial

Ein Jubiläumsjahr ist eine gute Gelegenheit, innezuhalten und zurückzublicken, um dann auch einen tastenden Blick in die Zukunft zu werfen.

In dieser Jubiläumsbroschüre tun wir beides. Wir, das heißt in diesem Falle: die luxemburgischen Bio-Vermarktungsbetriebe, die im Laufe der letzten 25 Jahre entstanden sind, nachdem schon einige Bio-Landwirte und –Gärtner Pionierarbeit auf ihren Höfen geleistet hatten. Vor der Gründung der BIOG-Genossenschaft hatten diese Pioniere sich 1988 in den Vereinen „Demeter“ und „bioLABEL“ zusammengefunden, um Anbau-Richtlinien sowie ein entsprechendes Kontrollsystem zu entwickeln und intensive Öffentlichkeitsarbeit zu leisten.

Damals zeigte sich schnell, dass es nicht genügt, nur ideell unterwegs zu sein. Landwirte, die auf eine biologische Wirtschaftsweise umstellen wollen, können dies nur tun, wenn sie ihre Produkte auch auf dem Markt absetzen können. Die ersten Pioniere waren durchaus in der Lage, dies selbst zu leisten. Als später weitere Betriebe umstellten, ergab sich jedoch die Frage nach einer gemeinschaftlichen Vermarktung. Mit einigem Mut, aber auch etwas Naivität, weil man ja nicht wusste, was auf einen zukam, wurde Ende 1988 die BIOG-Genossenschaft gegründet, die im Sommer 1989 mit Einrichtung der ersten Hofmolkerei konkret aktiv wurde.

25 Jahre später sind aus dieser Genossenschaft eine ganze Reihe weiterer Betriebe entstanden, die alle demselben Ziel dienen: die Bio-Landwirtschaft durch Verarbeitung und

Vermarktung ihrer Produkte zu fördern. Dass dabei ein komplexes Netzwerk entstehen würde, das sich durch die Beteiligung aller Akteure der Wertschöpfungskette – von den Bauern über die MitarbeiterInnen in den Betrieben bis zu den interessierten KonsumentInnen – auszeichnen würde, war nicht strategisch geplant, sondern hat sich aus einem steten Tun, das sich an den Zeit-Notwendigkeiten ausrichtete, entwickelt.

An dieser Stelle sei allen Weggefährten herzlichst gedankt für ihr Mitgehen, an welchem Platz auch immer – verbunden mit der Hoffnung, dass weitere in Zukunft dazustoßen. Frei nach dem Motto: der Weg ist das Ziel.

Änder Schanck

Gut für Mensch und Natur

Jeder Fünfte verbindet in Luxemburg Bio-Lebensmittel spontan mit der Marke BIOG. Das ergab eine Umfrage der TNS Ilres im Herbst 2013. Angesichts der Vielzahl von Bio-Labels ist das ein guter Wert. Die Marke BIOG bietet aber auch eine gute Geschichte – vor allem für die VerbraucherInnen in Luxemburg. Denn die BIOG-Geschichte dreht sich um Land und Leute. Um Boden, Pflanzen, Tiere und Menschen. Menschen, die den Boden bepflanzen und Tiere darauf halten und Menschen, deren Lebensmittel so entstehen. Werte spielen in dieser Geschichte eine zentrale Rolle. Die BIOG ist eine starke Gemeinschaft von Bauern, Gärtnern und engagierten Privatleuten, denen die Förderung der Biolandwirtschaft in Luxemburg am Herzen liegt. Dabei stehen Qualität und Solidarität an erster Stelle.



Editorial | OIKOPOLIS-Vorstandsvorsitzender
Änder Schanck



Zum einen soll eine biologische Landwirtschaftsweise unsere Umwelt nachhaltig schützen und im Einklang mit ihr bestmögliche Nahrung produzieren. Zum andern soll zwischen denen, die diese „Mittel zum Leben“ (ver-)brauchen, und all jenen, die mithelfen, sie zu erzeugen, das Bewusstsein gegenseitiger Solidarität wachsen.

Laut BIOG-Statut müssen Mitgliedsbetriebe biologisch oder biologisch-dynamisch (Demeter) wirtschaften und Mitglied in der Vereenigung fir Bio-Landwirtschaft Bio-Lëtzebuerg asbl sein, die einige Kriterien mehr als die EU-Bio-Verordnung verlangt.

Die Biolandwirtschaft gilt heute weltweit, auch in Luxemburg, als Leitbild einer modernen ökologischen Landwirtschaft. Grundlegendes Prinzip ist dabei, so gut wie möglich mit der Natur zu arbeiten und nicht mit industriell hergestellten Hilfsstoffen gegen sie. Mittels anspruchsvoller Richtlinien, die laufend weiter entwickelt werden, und regelmäßiger Kontrollen wird die Erzeugung von gesunden Lebensmitteln auf einem hohen Qualitätsniveau angestrebt. Eine solche Landwirtschaft verdient dann den Namen Agrikultur:

Regional und kooperativ

In der solidarischen Gemeinschaft liegt die Stärke der BIOG. Auf einem „freien“ Markt, der von Discountern und global agierenden Konzernen beherrscht wird, hilft regionaler Zusammenhalt allen Beteiligten.

Bei der BIOG bilden Bio-Bauern und –Gärtner mit Verarbeitern und Verteilern, Händlern und Verbrauchern eine echte Interessengemeinschaft. Übergeordnetes Ziel ist dabei, eine gleichbleibend hohe Produktqualität sicherstellen, ohne dem „Druck des Marktes“ einseitig nachzugeben. Deshalb werden Einzelinteressen in regelmäßigen Rund-Tisch-Gesprächen ausgeglichen.

Dialogkultur und Kooperation finden sich auch auf Betriebsebene. Hier wird ein soziales Miteinander gefördert, das die MitarbeiterInnen zur Beteiligung einlädt und ihre Aus- und Weiterbildung ins Zentrum rückt.

Nachhaltige Entwicklung

Rund um BIOG und NATURATA ist mittlerweile ein ganzes Netzwerk von Betrieben gewachsen, die die Leitwerte der BIOG teilen: Qualität und Solidarität. Zusammen mit dem 1992 gegründeten Bio-Großhandel BIOGROS bilden BIOG und NATURATA nun den Kern der OIKOPOLIS-Gruppe. Deren Name verweist auf die altgriechischen Begriffe *oikos* (Haus- und Wirtschaftsgemeinschaft) und *polis* (eine antike Form der Bürgergemeinde). Das OIKOPOLIS-Zentrum steht in Munsbach im schönen Syrdall. Hier arbeiten unter einem gemeinsamen Dach verschiedenste Kleinstrukturen und Betriebe zusammen, denen eines gemeinsam ist: sie agieren ökologisch und sozial, sind bio und fair und somit im besten Sinne „nachhaltig“.



Die BIOG-Genossenschaft wurde vor nunmehr einem Vierteljahrhundert gegründet, um den damals noch wenigen Bio- und Demeter-Betrieben eine gemeinsame Verarbeitung und Vermarktung ihrer Produkte zu ermöglichen. Die ersten Aktivitäten waren Einrichtung und Betrieb einer Hofmolkerei auf dem Schanck-Haff, danach wurde auch Getreide gemahlen und verpackt. Doch beim Versuch, diese Produkte über den bestehenden Bio-Einzelhandel zu vermarkten, musste man feststellen, dass die bestehenden Läden nicht auf ein solches Angebot vorbereitet waren.

Die Konsequenz daraus war, dass die BIOG im Rollingergrund, also in unmittelbarer Nähe des Stadtzentrums von Luxemburg, eine Halle anmietete und dort mit tätiger Hilfe aller Mitglieder ein Bio-Geschäft einrichtete. Aus rechtlichen Gründen wurde der Laden aber nicht von der Genossenschaft betrieben, sondern von einer separaten Gesellschaft, die zusammen mit Freunden der jungen Waldorfschule gegründet wurde. Damit war die NATURATA Luxemburg geboren. Einige Jahre später ging aus ähnlichen Gründen auch der Naturkostgroßhandel BIOGROS aus der BIOG-Genossenschaft hervor.

Der heutige Vorstand der Genossenschaft besteht aus folgenden Personen: Marc Emering / Sprinkange (Präsident), Roland Fischbach / Enscherange, Francis Jacobs / Kalborn, Tom Kass / Rollingen-Mersch, Armand Keiser / Tadler, Mario Kleer / Everlange, Roland Majerus / Helmsange und Änder Schanck / Hupperdange, Jos Schanck / Hupperdange.

Interview mit dem BIOG-Präsidenten Marc Emering

• Im Jahr 2000 haben Sie Ihren Betrieb in Sprinkingen – einen Fleischbetrieb mit Milchkühen – auf Bio umgestellt. Was hat Sie dazu veranlasst?

Die BSE-Krise. Wir waren zehn, zwölf Rinderhalter, die dadurch zum Nachdenken kamen und einen Neuanfang wollten. Den haben wir in der Biolandwirtschaft gesucht und gefunden.

Rinderhaltung ist bei Ihnen längst passé. Stattdessen betreiben Sie einen Geflügelhof – und neuerdings eine Manufaktur für Frischei-Nudeln. Aber in der BIOG sind Sie nach wie vor...

Weil ich mit ihr regelrecht verheiratet bin. Sicher, für Milchbauern bietet die BIOG (v.a. mit dem BioPlus, Anm. d. Red.) eine finanzielle Sicherheit, die man sonst nicht hat. Aber ich habe gemerkt, dass immer weniger Fleisch konsumiert wird – und wenn, dann überwiegend weißes. Deshalb habe ich auf Geflügel umgestellt. Ohne die BIOG hätte ich das nie geschafft. Aber dank BIOG war der Absatz für meine Bio-Hähnchen von Anfang an gesichert.

Ich habe deshalb der OIKOPOLIS Participations als Muttergesellschaft der BIOG eine zehnprozentige Beteiligung an unserer neuen Nudelmanufaktur geschenkt, weil ich diese Beziehung als Geben und Nehmen verstehe. Schließlich profitiere ich auch mit unserem neuen Produkt von dieser Vernetzung: meine Bio-Nudeln gelangen unter dem Markennamen BIOG in alle NATURATA-Geschäfte.



Interview mit dem BIOG-Präsidenten Marc Emering

Es gibt einen bestehenden Markt, und der Markenname BIOG hat einen hohen Bekanntheitsgrad. Das sollte man nicht unterschätzen.

Ich weiß, wovon ich rede, denn neben meiner BIOG-Mitgliedschaft habe ich mir mit den Hähnchen auch andere Vermarktungswege aufgebaut. Jahrelang habe ich selbst ausgeliefert und bin dabei bis ins Ösling gefahren. Irgendwann ging das einfach nicht mehr, aber den E-Mailverteiler mit Kundendaten nutze ich immer noch. Bei meiner letzten Schlachtung habe ich Selbstabholern einen Preisnachlass versprochen und war ganz überrascht, wie viele darauf eingegangen sind. Manche sind für meine Hähnchen mehr als 100 Kilometer weit gefahren. Das geht nur, wenn die Leute das Produkt kennen und seine Qualität schätzen. Solche Kundenbeziehungen muss man sich über Jahre hinweg aufbauen. Dazu haben Bauern doch gar keine Zeit mehr.

• **Wie sehen Sie als BIOG-Präsident die Selbstvermarktung?**

Ich finde es enorm wichtig, dass jeder Mitgliedsbetrieb der BIOG, egal welche Spezialisierung er hat, seine Erzeugnisse auch selbst an den Endverbraucher verkaufen darf. Dadurch wächst die Identifikation mit dem Produkt und man vermeidet eine „Mitnahmentalität“, bei der man alles der Genossenschaft überlässt, ohne selbst aktiv zu werden. Außerdem beugt es Unzufriedenheit vor, wenn man selbst erlebt, wie hart Preisverhandlungen heutzutage sein können.

• **Wo soll die Biolandwirtschaft in 25 Jahren stehen?**

Ganz einfach: die biologische Landwirtschaft sollte „konventionell“ heißen. Was wir heute als konventionelle Landwirtschaft kennen, ist ja nur eine kurze Etappe in der Geschichte der Menschheit – gerade einmal 40 bis 50 Jahre alt. Schon deswegen kann diese Form der Landwirtschaft nicht das „Normale“ sein. Im Gegenteil: biologisch zu wirtschaften, müsste die Regel sein. Nicht die Ausnahme, für die man sich rechtfertigen muss. Als „konventioneller“ Bauer konnte ich spritzen und düngen, so viel ich wollte – nie hat jemand gefragt, ob ich überzeugt bin von dem, was ich da tue. Als Biobauer wirst Du das andauernd gefragt.

• **Wenn es normal wird, biologisch zu wirtschaften – wie müsste dann diejenige Form der Landwirtschaft heißen, die wir heute konventionell nennen?**

Ganz krass. So, wie sie arbeitet: industriell.

Auf der Mitgliederversammlung 2013 übernahm Volker Manz, langjähriger verantwortlicher Mitarbeiter, die Geschäftsführung der Genossenschaft von Änder Schanck, der sie seit der Gründung innehatte. Mit Blick auf das silberne Jubiläum der Genossenschaft würdigt er das, was die BIOG bisher erreicht hat.

Interview mit BIOG-Geschäftsführer Volker Manz

„Immer mehr Leute erkennen die Wichtigkeit des Erhaltens einer bäuerlichen Struktur in der Landwirtschaft. Sie ist die Basis für eine ressourcenschonende, biologische Landwirtschaft, mit all ihren Vorteilen für Mensch und Natur. Diesen Zeitgeist schon vor 25 Jahren erkannt zu haben, und darauf aufbauend eine eigene Verarbeitungs- und Vermarktungsstruktur geschaffen zu haben, die als Bindeglied zwischen Bauern und Verbrauchern eine Art Brückenfunktion übernimmt – das ist für mich die Errungenschaft der BIOG schlechthin.“

• **Und wie entwickelt sich die historische Errungenschaft weiter?**

„Auch wenn die BIOG ihre eben beschriebene Aufgabe als Bindeglied in der Wertschöpfungskette zusammen mit BIOGROS und NATURATA seit 25 Jahren beispielhaft erfüllt, ergeben sich ständig neue Aufgabenfelder. Grundsätzlich gilt es festzustellen, dass wir in dem kleinen Luxemburg nicht immer die geeigneten Partner im Bereich der Verarbeitung finden, um unsere Ziele zu erreichen. So müssen wir eigene Initiativen ergreifen oder mit den Partnern in unserer OIKOPOLIS-Gruppe manche Dinge selbst in die Hand nehmen. Ich denke da an unsere Obst- und Gemüse-Verarbeitung („4ème und 5ème Gamme“), aber auch an das OIKO-Bakhaus, das aus der Bäckerei Obertin hervorgegangen ist. Es ist nicht auszuschließen, dass weitere Projekte folgen.“



Interview mit BIOG-Geschäftsführer Volker Manz

- **Welchen allgemeinen Herausforderungen muss die BIOG sich in den nächsten Jahren stellen?**

„Wir brauchen unbedingt noch mehr Bio-Bauern, die für uns Produkte, vor allem Milch und Getreide, produzieren. Deshalb müssen wir versuchen, mehr Bauern zur Umstellung zu bewegen. Hier in Luxemburg, aufgrund der guten Einkommenssituation der konventionellen Kollegen, ist dies eher schwierig, aber nicht unmöglich.“

- **Und welche konkreten Vorhaben stehen auf der Agenda?**

„Ein nächstes konkretes Projekt heißt „Zentrufanmühle“. Mit einer Zentrufanmühle kann man Vollkornmehl in einer Feinheit vermahlen, die es ermöglicht, damit sogar Feingebäck zu herzustellen. Ein weiterer Vorteil davon ist, dass die Kleie nicht ausgesiebt und verfüttert werden muss. Mein Motto als Geschäftsführer der BIOG lautet: Kontinuierlich auf allen Ebenen weiterarbeiten, um das Beste für die Bauern zu erreichen. So ermöglichen wir den Bauern auch, ein Maximum an Einsatz für den biologischen Landbau zu erbringen.“

Arbeitsfelder der BIOG:

Die Aktivitäten der BIOG sind vielfältig. In der Genossenschaft werden vier Produktkategorien unterschieden: Milch (incl. Milchprodukte), Getreide (incl. Ölsaaten), Gemüse (incl. Obst) und Eier (incl. Fleischwaren). In all diesen Bereichen mussten die BIOG-Mitglieder zehn Jahre lang die Produkte selbst verarbeiten und verpacken. Erst später, vor allem nach Eröffnung des OIKO-POLIS-Zentrums in Munsbach, konnten professionelle Partner in Luxemburg gefunden werden, die einen wesentlichen Part dieser Arbeit übernahmen.

Jede Produktgruppe kennt dabei ihre eigenen Besonderheiten. Allen gemeinsam ist jedoch der Name, unter dem Lebensmittel, die aus landwirtschaftlichen „Rohstoffen“ von Mitgliedsbetrieben der Bio-Bauere-Genossenschaft entstehen, in den Handel kommen: BIOG – wie die Genossenschaft selbst.

Milch:

Ein gutes Drittel aller BIOG-Mitgliedsbetriebe hält Milchkühe. Hier stellt sich, noch drängender als in der konventionellen Landwirtschaft, die Frage einer fairen Milchpreisgestaltung für die Bio-Bauern. Um dies zu erreichen, geht die BIOG neue Wege.

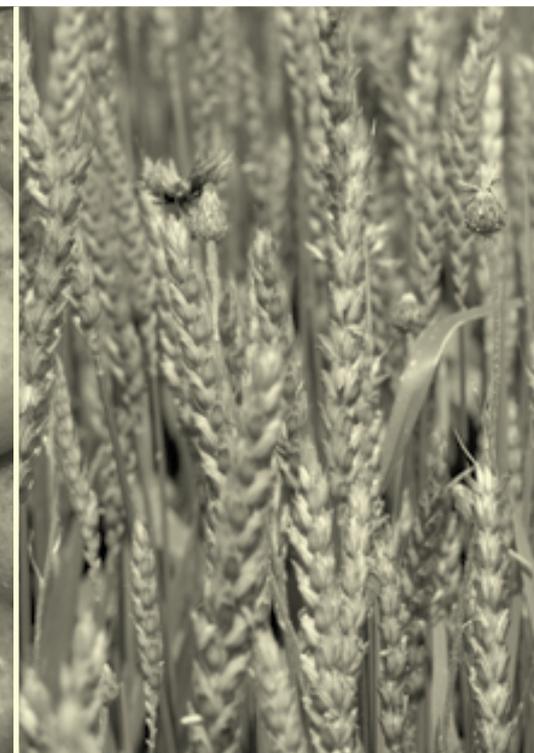
Luxlait und BIOplus

Das Gros der in BIOG-Mitgliedsbetrieben erzeugten Bio-Milch wird von der Genossenschaft Luxlait verarbeitet. Auf Basis eines bilateralen Vertrags aus dem Jahr 2000 stellt diese für die BIOG folgende Produkte her: frische Bio-Voll- und teilentrahmte Milch (3,5% und 1,5 %), UHT-Bio-Milch (1,5%), Bio-Natur-, -Erdbeer- und -Vanille-Joghurts sowie Bio-Eis mit Schokoladen- und Vanillegeschmack.

Die Biomilch wird von der Luxlait separat erfasst, gelagert und verarbeitet. Dies ermöglicht eine Regelung, auf die die BIOG großen Wert legt: in Absprache mit Luxlait, Groß- und Einzelhandel wird von jedem Liter verkaufter Bio-Milch ein bestimmter Betrag an die Bio-Bauern ausgezahlt – zusätzlich zum üblichen Einkaufspreis für Milchlieferanten. Das so genannte BIOplus wird auf jeder BIOG-Milchpackung genannt, aktuell beträgt es 13 Cent pro verkaufter Liter. Jeweils am Monatsende verteilt die BIOG das BIOplus an die Erzeuger. Derzeit sind zehn Luxemburger Bio-Bauern diesem Programm angeschlossen. So unterstützen die VerbraucherInnen mit dem Kauf eines BIOplus-Produkts aktiv die einheimischen Bio-Bauern.

BIOG-Hofmolkereien

Zwei weitere BIOG-Mitgliedsbetriebe produzieren biologisch-dynamische Milch, die einen anderen Weg nimmt. Die Demeter-Milch des Schanck-Haff in Hupperdange und des Kass-Haff bei Rollingen/Mersch wird direkt vor Ort verarbeitet – in Käseereien, die die BIOG auf diesen Höfen betreibt. Der Vorteil dieser Kooperation ist, dass in diesen Minimolkereien individuelle Hofprodukte entstehen, ohne dass der Bauer zum Käser mutieren muss. Er kann sich voll und ganz auf seine landwirtschaftliche Arbeit konzentrieren, um damit einen optimalen Rohstoff für „seine“ Käse zu liefern.



Die Hofmolkerei auf dem Schanck-Haff ist ein BIOG-Pionier der ersten Stunde. Schon seit 1989 werden hier eine wachsende Palette von Hart- und Schnittkäsesorten, der „Mëllen Hëpperdänger“ (eine Art Camembert) und der „Stoffi“, ein Quark, produziert. Im Frühjahr 2014 nahm auf dem neu errichteten Kass-Haff eine zweite Minimolkerei den Betrieb auf. Nun teilen sich beide die Herstellung der beliebten Demeter-Spezialitäten. Ziel dieser Aufteilung ist, dass die festeren Käsesorten auf dem Schanck-Haff und die weicheren, auch der „Stoffi“, auf dem Kass-Haff hergestellt werden.

Getreide:

Auch die BIOG-Produktgruppe „Getreide“ profitiert von der Kraft der Kooperation. Schon seit 2004 wird der größte Teil des biologisch angebauten Brotgetreides in der Echternacher Moulin J.P. Dieschbourg gemahlen und von dort aus an die Biobäckereien des Landes, geliefert. Zu diesen gehört das OIKO-Bakhaus, das im Sommer 2013 im OIKOPOLIS-Zentrum Munsbach eröffnet wurde. Es führt die mehr als 30-jährige Tradition der Boulangerie Artisanale F. Obertin aus Remerschen fort und sichert so unter Beteiligung der OIKOPOLIS Participations den Luxemburger Bio-Bauern auch weiterhin den Absatz für ihr Brotgetreide (Weizen, Dinkel, Roggen).

Speziell für den Luxemburger Bio-Dinkel hat die BIOG eine weitere Kooperation ins Leben gerufen, die das Know-How der ganzen Großregion bündelt. Hierfür wird der Luxemburger Bio-Dinkel im benachbarten Saarland von der Dörnwies-Mühle zu Feinmehl vermahlen, das dann in Belgien vom Familienbetrieb Freja Food in Louvain weiterverarbeitet wird. Der mehrfach ausgezeichnete Biobäcker macht daraus das BIOG-Feingebäck und die BIOG-Waffelherzen aus 100% Dinkelmehl. Weil diese sich in Luxemburg verkaufen „wie warme Waffeln“, wird Woche für Woche frisch gebacken.

Eine umfassende Zusammenarbeit verbindet die Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg auch im Bereich Getreide mit ihrem Schwesterbetrieb BIOGROS. Dort wandern Getreide und Mehl nicht nur in Großbinde für professionelle Verarbeiter. Beachtliche Mengen werden hier auch in Haushaltsgrößen abgefüllt. Diese Kilotüten werden im BIOGROS-Atelier Munsbach gepackt, zwischengelagert und später über BIOGROS ausgeliefert – in diesem Fall an den Luxemburger Einzelhandel.

Gemüse:

Auch im Bereich Gemüse ist die Biobauere-Genossenschaft BIOG, unterstützt vom Großhändler BIOGROS, für ihre Mitglieder tätig. Kartoffeln und Möhren werden kistenweise bei den Landwirten abgeholt, um dann in Munsbach verpackt, zwischengelagert und von dort aus ausgeliefert zu werden. Dasselbe gilt für anderes Feldgemüse, wie Sellerie, Kohl und Zwiebeln, sowie für allerlei Feingemüse, das von den Mitgliedsgärtnern angeboten wird. Um die Mengen und Lieferzeiten dieser Produkte aufeinander abzustimmen, werden regelmäßige Treffen mit allen beteiligten Produzenten organisiert.

Erntefrisches Gemüse aus BIOG-Mitgliedsbetrieben wird seit einiger Zeit aber auch direkt im Munsbacher OIKOPOLIS-Zentrum weiterverarbeitet. Im so genannten „4ème- und 5ème-Gamme-Atelier“ von BIOGROS wird seit 2011 Gemüse küchenfertig gewaschen, geschnitten und verpackt (= „4ème Gamme“). Seit 2012 entstehen hier aus saisonaler Ernte auch nährstoffreiche Fertiggerichte der „5ème Gamme“ wie die „Bio-Zopp“ der Marke BIOG.

Eier:

Spannende Kooperationen verbinden auch die BIOG-Produktgruppe Eier mit professionellen Partnern, die teilweise selbst Mitglieder der Genossenschaft sind. Dies gilt z.B. für den Meyers-Haff in Windhof, der Demeter-Eier an die BIOG liefert. 2004 wurde die artgerechte Legehennenhaltung des biologisch-dynamisch



bewirtschafteten Hofes zu dessen Haupterwerbszweig ausgebaut. Seitdem haben die Besitzer viel bewegt. Unter anderem entstand eine Packstelle, in der die BIOG-Demeter-Eier sortiert, gekennzeichnet und verpackt werden. Anfang 2014 eröffnete auf dem Hof zudem der dritte NATURATA-Hofladen nach dem Schanck-Haff im Norden und Kass-Haff im Zentrum des Landes.

Alle anderen Bio-Eier, die unter der Marke BIOG verkauft werden, verpackt die Bio-OVO SA, die 2012 aus der Houtmann-Odem Sàrl hervorging. Mit dieser hatte die BIOG bereits seit 2002 zusammengearbeitet. Die Produzentengemeinschaft vereint regionale Legehennenbetriebe, die sich in einem Radius von maximal 80 km rund um die Packstelle in Buschdorf / Kanton Mersch befinden. Die Vermarktungsgesellschaft, deren Vorstandsvorsitzender Jos Houtmann ist, sammelt und verpackt auch Eier für andere Kunden. Die hier zusammengeschlossenen Betriebe haben sich eigene Richtlinien für Aufzucht und Haltung ihrer Tiere gegeben, die über den EU-Bio-Standard noch hinausgehen.

BIOG-Mitglieder:

Aktuell (Stand April 2014) sind folgende Betriebe Mitglieder der Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg – BIOG:

- Arend-Stemper Guy | Pétange,
- Bertrand Johnny | Uewersyren,
- Colling Jean-Louis | Colmar-Berg,
- Dondlinger Albert | Ospern,
- Dormans-Reiff Pierre | Fischbach,
- Emering Marc | Sprinkange,
- Fischbach-Reiff Annick | Enscherange,
- Forum pour l'emploi asbl – Projekt „am gaertchen“ | Diekirch,
- François Patrick | Hostert / Rambrouch,
- Goedert Charel | Ospern,
- Hoeser Anouk | Bergem,
- Houtmann-Odem, Joseph | Buschdorf,

- Jacobs-Theisen Francis | Kalborn,
- Kaes-Wagener Marianne & Jean-Marie | Hoscheid-Dickt,
- Kass-Haff Sàrl | Rollingen (Mersch),
- Keiser Armand „Toodlermillen“ | Tadler,
- Kleer Mario | Everlange,
- Koeune Marco | Harlange,
- Krijnse Locker Hugo | Mamer,
- Linden-Wirth Josiane | Reichlange,
- Meyers-Weis Guy | Windhof,
- Philipp Henri | Steinsel,
- ProActif asbl – Projekt „am gaertchen-sud“ | Remich,
- Schanck Jos | Hupperdange,
- Scharll Roland | Lellingen,
- Schmit André | Dudelange,
- Terrenhof Betriebsgemeinschaft | St.Vith (B),
- Van Dyck Serge | Leudelange,
- Wilhelm Christian | Capellen,
- Witry Pierre | Dippach.

Die flächen- und umsatzbezogenen Kapitaleinlagen der Genossenschaftsmitglieder bilden die Basis der Eigenmittel für das Gemeinschaftsunternehmen BIOG. Bei aller kooperativen Vernetzung ist der Mitgliederbeitrag für die Vermarktungsaktivitäten der Genossenschaft bis heute unverzichtbar. Im Gegenzug versteht es sich von selbst, dass die Erzeugnisse der Mitglieder immer vorrangig vermarktet werden.

Mehr über die Schwerpunkte der einzelnen Höfe unter:
www.biog.lu/de/genossenschaft/mitglieder/



Die NATURATA SA wurde 1989 mit einem klar definierten Ziel gegründet: Bio- und Demeter-Lebensmittel sowie andere Naturwaren dem Konsumenten zu einem fairen Preis anzubieten und zugleich die biologische und bio-dynamische Landwirtschaft, vor allem in Luxemburg, zu unterstützen.

In diesem Spannungsfeld von Ökologie und Ökonomie hat NATURATA Luxemburg neue Wege beschritten. Wirtschaftliche Zusammenarbeit steht hier unter dem Motto des „assoziativen Wirtschaftens“, inspiriert von Rudolf Steiner, dem Begründer der biologisch-dynamischen Landwirtschaft. Vor bald 100 Jahren forderte dieser eine Zusammenarbeit aller Akteure der Wirtschaft (Produktion, Handel, Konsumtion). Nur so könne man die Probleme lösen, die die „freie“ Marktwirtschaft mit all ihren Einseitigkeiten nach sich ziehe.

Um hier gegenzusteuern, beteiligt sich die NATURATA SA an Kooperationen zwischen allen Beteiligten der Wertschöpfungskette. Regelmäßige Marktgespräche mit Vertretern der Bio-Bauere -Genossenschaft, des Großhändlers BIOGROS und der Konsumenten sowie mit anderen Verarbeitern und Vermarktern biologischer Produkte dienen dem Perspektivwechsel aller Beteiligten. Mit dem wachsenden Verständnis für die Situation des jeweils anderen soll ein echter Interessenausgleich gefunden werden. So entstehen Optimierungseffekte in der gesamten Wertschöpfungskette, die sowohl dem ökologisch orientierten Produzenten als auch dem umwelt- und ernährungsbewussten Konsumenten zugute kommen.

Regionale Vermarktung hat Vorrang

Ganz bewusst fördert NATURATA beste Bio-Qualität, wenn möglich Demeter, und zwar „vom Acker bis auf den Teller“. Getreu dem Motto von NATURATA Luxemburg – „Fair a kooperativ mat de Bio-Bauern“ – haben regionale BIOG-Lebensmittel bei der Vermarktung den Vorrang. Dabei gilt Transparenz der Vermarktungswege als oberstes Gebot.

Mit aktuell zehn Filialen, darunter drei Hofläden, sowie einem Online-Shop, einem Bio-Restaurant & Catering und einem Fachgeschäft für ökologisches Bauen und Wohnen ist die NATURATA SA der führende Fachhändler für Bioprodukte in Luxemburg. Ihren Namen und das Konzept hat die Gesellschaft aus Deutschland übernommen, und viele NATURATA-Produkte bereichern das Angebot auch in Luxemburg. Dennoch ist NATURATA Luxemburg von dem deutschen Naturkost-Hersteller komplett unabhängig. Eine ideelle Verbundenheit beider Unternehmen zeigt sich aber z.B. bei ihrem Einsatz für die Züchtung von samenfestem Bio-Saatgut. Dieser erfolgt innerhalb des Vereins „NATURATA-International e.V.“, dem auch andere, vor allem deutsche, Bioläden gleichen Namens angehören.

Einen ganz eigenen Schwerpunkt setzt NATURATA Luxemburg bei der Kooperation mit den heimischen Biobauern. Jeder Landwirt ist daran interessiert, seine Produkte direkt an den Konsumenten zu verkaufen. Umgekehrt suchen viele KundInnen gerne „ihren“ Bauern auf, um zu sehen, woher ihre Lebensmittel stammen. Mit diesem Interesse umzugehen und den Direktverkauf selbst zu managen, ist für den Landwirt aber nicht einfach.



Auch für die VerbraucherInnen lohnt sich der Aufwand dauernder Hofbesuche nicht, wenn das dortige Angebot begrenzt ist.

Diese Lücke kann durch die von NATURATA initiierten Hofläden geschlossen werden. Der Bauer bleibt dadurch Landwirt und muss keinen Gewerbebetrieb anmelden. Seine Hofprodukte werden ohne Aufschlag durch die NATURATA-MitarbeiterInnen der „Haff Buttek“ verkauft. Der Kunde wiederum kann sich auf feste Öffnungszeiten verlassen und findet ein vielseitiges Bio-Sortiment. Darüber hinaus bekommt er Kontakt zum bäuerlichen Umfeld.

Umfangreiches, frischebasiertes Angebot

Obst und Gemüse sind ein wichtiger Bereich des Luxemburger NATURATA-Sortiments. Dieses umfasst rund 7.000 Artikel. Bis zu 3.000 davon werden auch in den Hofläden angeboten. Der Hauptakzent liegt dabei stets auf dem Frischebereich. Dazu gehören neben Obst und Gemüse auch Schnitt- und Frischkäse lokaler, regionaler und internationaler Herkunft sowie andere Molkereiprodukte, eine breite Palette an Brot und Backwaren sowie Fleisch und Charcuterie. Hinzu kommen Tiefkühlwaren und Trockenprodukte aller bekannten Biomarken, einschließlich biologischer Babynahrung, vegetarischer, veganer, gluten- und laktosefreier Lebensmittel. Diese sind mit Hilfe von Regaletiketten rasch zu finden. Biologische Weine aus nah und fern runden die Produktpalette im Bereich der Lebensmittel ab.

Zum Angebot gehört aber auch biologisches und bio-dynamisches (Haus-)Tierfutter. Pflgende und dekorative Natur-Kosmetik renommierter Hersteller, die selbstverständlich auf Tierversuche verzichten, biologische Reinigungsmittel und einzelne Haushaltswaren runden die Produktpalette ab.

Roland Majerus, Geschäftsführer der NATURATA SA, war bereits bei der BIOG-Gründung mit dabei. Aktuelle Entwicklungen im Bereich des Biomarkts beurteilt er deshalb vor dem Hintergrund langjähriger Erfahrung.

Interview mit NATURATA- Geschäftsführer Roland Majerus

„Bio ist in der Mitte der Gesellschaft angekommen. Das gilt auch für unsere Geschäfte, die NATURATA Bio Marchés. Mittlerweile nehmen uns viele Menschen in Luxemburg sogar als gleichrangigen Mitspieler im Kreis der hier präsenten Supermärkte wahr. Dabei sind wir nach wie vor ein relativ kleiner Betrieb mit lokalen Wurzeln. Trotzdem haben wir uns in den vergangenen 25 Jahren weiter entwickelt und professionalisiert. Dank der größeren Anzahl an Läden können wir die Gemeinkosten besser verteilen und auch im Bereich Marketing und Werbung haben wir jetzt andere Möglichkeiten als noch vor ein paar Jahren.“

• Wohin geht die aktuelle Entwicklung des Bio-Markts?

„Die Hersteller von Bio-Waren versuchen immer neue Anreize zu schaffen, indem sie ständig neue Produktentwicklungen auf den Markt bringen. Vieles davon ist kurzlebig, weil es den Kundenerwartungen nicht entspricht. Darin unterscheidet der Biobereich sich kaum von der konventionellen Szene. Bei NATURATA gibt es eine fachlich versierte und kundenorientierte Sortimentsgruppe, die Neuheiten prüft. Erst nach reiflicher Überlegung entscheiden wir, ob ein neues Produkt die Chance hat, im Kundenurteil zu bestehen. Wir wollen unsere Geschäfte ja auch für Stammkunden attraktiv halten. Gerade deshalb ist die Balance zwischen dem Aufwand bei der Präsentation neuer Produkte und dem zu erwartenden Kundeninteresse so wichtig.“



Interview mit Naturata-Geschäftsführer
Roland Majerus

- **Was waren die Highlights der letzten NATURATA-Jahre?**
„Selbst während der Finanzkrise gab es bei unseren Umsätzen keinen Einbruch. Wir haben sogar überproportional dazugewonnen. Leider muss man das so sagen: Krisen und Lebensmittelskandale bringen NATURATA neue Kundinnen und Kunden – und die „alten“ setzen mehr denn je auf die Werte, für die wir stehen. Gerade in unsicheren Zeiten investieren viele VerbraucherInnen bewusst in Nachhaltigkeit, Fairness, Ökologie und gesunde Ernährung.“

- **Welche Visionen haben Sie für die Zukunft?**
„Wir wollen unseren Kundinnen und Kunden weiter entgegenkommen und gegebenenfalls neue NATURATA-Geschäfte an entscheidenden Plätzen eröffnen. Über diese praktischen Pläne hinaus hoffe ich auf eine Welt, die nur noch „bio“ is(s)t. Lebensmittel, die ohne Rücksicht auf ökologische Zusammenhänge erzeugt werden, sollten so marginalisiert werden, wie wir selbst es waren, als wir anfangen, biologische Alternativen anzubieten. Ganz generell hoffe ich, dass der Nachhaltigkeitsgedanke immer mehr ins öffentliche Bewusstsein rückt und wir die Klimaproblematik in den Griff bekommen.“

NATURATA-Läden

Im Norden:

- › **Hupperdange:**
 NATURATA Hofladen Schanck-Haff
- › **Erpeldange:**
 NATURATA Bio Marché

Im Süden:

- › **Belval:**
 NATURATA Bio-Marché Esch-Belval
(mit Online-Bestell- und Lieferservice Bio@Home)
- › **Dudelange:**
 NATURATA Bio-Marché
- › **Foetz:**
 NATURATA Bio-Marché
- › **Windhof:**
 NATURATA Hofladen Meyers-Haff

In Luxemburg-Stadt:

- › **Rollingergrund:**
 NATURATA Bio-Marché
(mit Bio-Metzlerei Quintus)
- › **Merl:**
 NATURATA Bio-Marché

Im Zentrum:

- › **Rollingen/Mersch:**
 NATURATA Hofladen Kass-Haff

Im Osten:

- › **Munsbach**
 NATURATA Bio-Marché
(„OIKOPOLIS-Zentrum“: mit NATURATA Bio-Resto & Catering und NATURATA BioBAU)

Weitere Informationen: www.naturata.lu

Online-Bestellung: www.bio-at-home.lu



In diesem Zusammenhang sei bemerkt, dass Kreditaufnahmen für Investitionsmaßnahmen in OIKOPOLIS-Betrieben dankenswerterweise von der Etika-Initiative in Kooperation mit der OIKOPOLIS-Hausbank BCEE unterstützt wurden.



Seit 1992 ergänzt der Bio-Großhändler BIOGROS das eingespielte Duo BIOG und NATURATA zum eng vernetzten Trio. Der Dritte im Bunde wurde nötig, um eine regelmäßige Verteilung des damals relativ kleinen BIOG-Produktsortiments an NATURATA- und andere Läden auch langfristig sicherzustellen. Dafür brauchte man eine bessere Auslastung der Logistik und, der Nachfrage entsprechend, ein breiteres Angebot.

Deshalb übernahm BIOGROS von Anfang an nicht nur die Distribution von BIOG-Erzeugnissen im Großherzogtum, sondern auch den Import weiterer Bio-Produkte. Diese gekoppelte Dienstleistung trägt wesentlich dazu bei, den Umsatz luxemburgischer Bio-Lebensmittel zu steigern, zumal BIOG-Produkte an zentraler Stelle des Vertriebs stehen. BIOG und BIOGROS arbeiten Hand in Hand, und BIOGROS ist auch anderweitig in die Wertschöpfungskette der Bio-Bauere-Genossenschaft eingebunden. Das Vollsortiment umfasst Obst und Gemüse, Trocken- und Molkereiprodukte.

Brückenfunktion im Transport

BIOGROS importiert Bio-Rohstoffe für Luxemburger Verarbeitungsbetriebe, verbringt BIOG-Rohstoffe zur Weiterverarbeitung ins benachbarte Ausland, wenn in Luxemburg entsprechende Betriebe fehlen, und transportiert die fertigen Bio-Erzeugnisse von den Partnerbetrieben wieder zurück nach Luxemburg. So schlägt BIOGROS Brücken zwischen landwirtschaftlichen Produzenten, Betrieben, die deren Rohstoffe weiter verarbeiten, und den Einzelhandelsgeschäften, die die Produkte an den Kunden bringen.



Das Logo des Bio-Großhändlers BIOGROS ziert eine geflügelte Silhouette. Sie steht für Merkur, den römischen Gott des Handels (lat. merx = Ware) und der Reisenden. Speziell in der Stadt Rom galt er als Beschützer des Kornhandels, doch als die erste Kaufmannszunft entstand, nannten sich deren Mitglieder ihm zu Ehren mercuriales. In der antiken Mythologie war Merkur als „Götterbote“ ständig zwischen Himmel und Erde unterwegs und wurde so zum Mittler zwischen den Welten. Sein Trumpf war dabei die Kommunikation.

Beliefert werden neben den NATURATA Bio Marchés auch andere spezialisierte Naturkostfachgeschäfte sowie konventionelle Läden, die mittlerweile alle auch Bio-Produkte führen, sowie entsprechende Fachabteilungen konventioneller Supermärkte. Mit der luxemburgischen Cactus-Kette besteht seit 20 Jahren eine intensive Partnerschaft in fast allen Produktkategorien. Diese beruht auf einem Demeter-Fachhandels-Vertrag mit BIOGROS und dem Demeter-Verein, mit dem es möglich wurde, dass der Grossist BIOGROS nicht nur biologische, sondern auch biologisch-dynamische Produkte dorthin liefern kann.



Auch Kunden aus der Gastronomie werden direkt von BIOGROS oder indirekt über La Provençale beliefert. Die direkte Auslieferung erfolgt, je nach Bedarf täglich oder wöchentlich, mit emissionsarmen Kühl-LKWs, die BIOGROS beim jeweiligen Fahrzeughersteller least.

Weitere Aktivitäten

Neben der Großhandelsaktivität hat BIOGROS sich in enger Kooperation mit der BIOG-Genossenschaft sukzessive weitere Geschäftsfelder erschlossen. Dazu gehört neben dem Abfüllen von Trockenprodukten, z.B. Getreide und Mehl, Müsli und Nüssen, auch das Verpacken von Bio-Obst und –Gemüse. Gerade diese Aktivität, die quasi exklusiv für den Großkunden Cactus geleistet wird, erfordert ein Höchstmaß an Spezialisierung, gilt es doch in einem schnellen Tagesgeschäft die Transparenz der Herkunft jedes einzelnen Produktes pro Charge zu garantieren.

Seit 2011 betreibt BIOGROS zudem eine Verarbeitungsstätte im OIKOPOLIS-Zentrum Munsbach. Dort werden 4ème- und 5ème-Gamme-Produkte hergestellt. Erstere umfassen küchenfertig konfektioniertes Gemüse (gewaschen und geschnitten), zu letzteren zählen Fertiggerichte wie z.B. Lasagne, die in den NATURATA-Läden angeboten werden, und die „Bio-Zopp“, die unter der Marke BIOG auch einer breiteren Kundschaft von BIOGROS angeboten wird.

Pierrot Schmit, BIOGROS-Mitarbeiter der ersten Stunde, hat als Bereichsleiter Obst & Gemüse langjährige Erfahrung mit dem umsatzstärksten Bereich des Bio-Großhändlers. Als „Reisender in Sachen Frischware“ steht er nicht nur mit den Luxemburger Biobauern in stetem Kontakt, sondern kennt auch fast alle Lieferanten aus dem Ausland persönlich.

Interview mit dem BIOGROS- Abteilungsleiter Obst und Gemüse Pierrot Schmit

- **Über das BIOGROS-Obst- und Gemüse-Sortiment sagt er:**
„Im Jahresdurchschnitt macht der Luxemburger Anteil an unserem Produktbereich etwa 16% aus.“

Aus der Luxemburger Bio-Landwirtschaft kommen vor allem Kartoffeln, Karotten, Sellerie, Kohl und Salate. Natürlich liefern die BIOG-Mitgliedsbetriebe auch viele andere Gemüse- und natürlich Obstsorten an BIOGROS, aber diese Mengen sind – im Jahresdurchschnitt gesehen – relativ gering, weil die Anbauzeit in unseren Breitengraden nun mal begrenzt ist.

Dem entsprechend, steigt der Anteil an Obst und Gemüse aus heimischer Produktion ab April deutlich an. Selbst wenn die Erntezeit vorbei ist, bringen wir noch Luxemburger Erzeugnisse in Verkehr. Schließlich sind gerade die wichtigsten (Feld-)Früchte aus unserer Region unter den richtigen Bedingungen sehr gut lagerfähig. So gesehen, haben die Erzeugnisse von Luxemburger Biobauern und –gärtnern bei BIOGROS das ganze Jahr über „Saison“. Allerdings nehmen Vielfalt und Gesamtmenge im Winterhalbjahr natürlich ab. Die Nachfrage nach Frischware macht aber keine Winterpause. Deshalb ergänzen wir das Luxemburger Angebot fallweise, vor allem außerhalb der Saison und im Bereich von Sorten, die in unserem Klima nicht anbaufähig sind, mit Importen.“



Interview mit dem BIOGROS-Abteilungsleiter Obst und Gemüse Pierrot Schmit

BIOG-Obst und –Gemüse aus luxemburgischem Bio-Anbau (je nach Saison):

Obst

Trauben, Äpfel, Birnen, Zwetschgen, Mirabellen, Erdbeeren, Himbeeren

Gemüse

Kartoffeln, Karotten, Kohl, Wirsing, Blumenkohl, Broccoli, Sellerie, Rote Bete, Steckrüben, Kohlrabi, Zwiebeln, Schalotten, Knoblauch, Lauch, Kürbis, Salat, Feldsalat, Radicchio, Rucola, Petersilie, Radieschen, Spinat, Chicorée, Auberginen, Zucchini, Gurken, Fenchel, Tomaten, Paprika, Buschbohnen

• Woher stammen die Importprodukte?

Grundsätzlich achten wir auf kurze Transportwege. Deswegen kommt viel aus den Nachbarländern Frankreich und Deutschland und davon wiederum etliches aus der näheren Umgebung, z.B. Saarland und Rheinland-Pfalz. Wir haben aber auch Lieferanten in den Niederlanden, Italien oder Spanien. Im Winter kommt Freilandgemüse sogar aus Marokko, weil wir bestrebt sind, Gewächshauskulturen zu vermeiden. Hier wie auch bei den Produkten, die aus Übersee kommen – Bananen, Mango etc. – setzen wir, wo immer möglich, auf Schiffsfracht, um die klimaschädlichen Auswirkungen des Flugtransports zu umgehen.

• Und wie erfolgt die Auswahl der ausländischen Lieferanten?

Indem wir sie besuchen und uns persönlich davon überzeugen, ob sie unseren Kriterien entsprechen – vom biologischen Anbau und dem Verzicht auf gentechnische Eingriffe im Herstellungsprozess über den Umgang mit dem Personal vor Ort bis zur Philosophie des jeweiligen Betriebs. Das ist aber nicht bei allen Produzenten möglich.

• Wer gewährleistet dabei die Qualitätssicherung?

Die Bio-Landwirtschaft ist im Prinzip in Europa und darüber hinaus klar geregelt. Als erstes müssen wir uns demnach auf die staatlichen und privaten Kontrollinstanzen für Bio-Landwirtschaft verlassen, und das ist schon eine gute Ausgangsbasis. Des Weiteren sind wir Mitglied im BNN – dem Bundesverband Naturkost und Naturwaren, einem Verband von Verarbeitern, Inverkehrbringern, Groß- und Einzelhändlern ökologischer Lebensmittel in Deutschland und Europa. Der Verband kontrolliert die Waren seiner Mitglieder im Zwei-Wochen-Turnus auf Rückstände von Pestiziden und Fungiziden. Dabei findet auch ein Informationsaustausch unter den Mitgliedern statt. So könnten wir im Bedarfsfall schnell reagieren, wenn z.B. ein deutscher Großhändler Mängel feststellt oder Ware reklamiert. BIOGROS selbst wird im Auftrag der ASTA (Administration des Services Techniques de l'Agriculture) einmal pro Jahr von einer deutschen Kontrollstelle überprüft, die dann auch die weitergehenden Demeter-Kriterien anschaut.

• Welche Rolle spielt das Thema Verpackung bei BIOGROS?

Wir nehmen die Müllproblematik sehr ernst und haben deshalb eine eigene Verpackungscharta ausgearbeitet, auf die wir großen Wert legen – nachzulesen unter www.biogros.lu/sortiment. Generell verpacken wir unsere Ware im Bereich Obst & Gemüse, soweit dies möglich ist – und soweit wir sie überhaupt verpacken –, mit kompostierbarem Material. So heben sie sich im Regal der Supermärkte, die wir beliefern, von konventioneller Ware ab. Leider wirkt sich dieses Umweltbewusstsein auch auf den Preis aus, denn kompostierbare Materialien sind teurer als Plastiktüten auf der Basis von Mineralöl.



BIOG– die Marke | 18-19

Im Jahr 2000 begann für die Produkte der Biobauere-Genossenschaft Lëtzebuerg eine neue Epoche: ihre Herkunftsbezeichnung wurde zum Markennamen – inklusive Logo und Charta. Den äußeren Anlass hierzu bot die Einführung der BIOG-Milch im Tetrapak, Ausgangspunkt einer vielfältigen Kooperation von BIOG, BIOGROS und Luxlait. Im Umfeld dieser Markteinführung entwickelten die Biobauere-Genossenschaft und der Naturkostgroßhändler den Namen der Genossenschaft zu einem gemeinsamen Markenzeichen weiter: So sollte der Wiedererkennungswert der Produkte erhöht und die dahinter stehende Markenphilosophie auf den ersten Blick erkennbar werden. Eine Charta bringt diese Philosophie auf den Punkt – oder vielmehr: auf bald ein Dutzend Punkte. Das Engagement der Marke BIOG für eine ökologische, nachhaltige Landwirtschaft steht unter der Überschrift „Fair-Trade mit Bio-Produkten aus der Region“. Darunter addieren sich einzelne „Plus-Punkte“ zur Summe dessen, was die BIOG-Markenpolitik ausmacht.

Neben dem hohen Standard an Bio-Qualität und dem Vorrang regionaler Produkte wird diese Produktphilosophie geprägt durch das Credo „Solidarität zu fairen Preisen“. Preisgerechtigkeit soll vor allem durch eine gleichberechtigte Kooperation von herstellenden, verarbeitenden, Handel treibenden und konsumierenden Personen erreicht werden – mit anderen Worten: durch kooperative Zusammenarbeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Gesellschaftsrelevante und umweltbezogene Leitwerte halten sich somit in der „BIOG-Charta“ die Waage – getreu den Leitwerten der Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg: „Qualität und Solidarität“.

Ausführliche Darstellung der BIOG-Pluspunkte unter:
www.biog.lu/de/produkte/charta/



Rund 300 Produkte tragen mittlerweile das einprägsame BIOG-Markenlogo mit der weißen Ähre auf rotem Grund – von der in Kooperation mit der Molkerei Luxlait entstandenen Frischmilch über Käse aus einer der beiden BIOG-Hofmolkereien und frische Eier über offenes wie verpacktes Obst und Gemüse, Getreide und Mehl bis hin zu Feingebäck und Teigwaren, Frühstückscerealien, Trockenfrüchten und Nüssen, Säften, Senf und Suppen.

Dabei schafft jedes Produkt – unabhängig von seiner Herkunft – einen direkten Bezug zur Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg, denn dank der bereits beschriebenen Synergie-Effekte bei der Vermarktung sind die Import-Produkte der Marke BIOG für heimische Erzeugnisse überlebenswichtig. Für sich alleine hätte deren relativ begrenzte Sortimentsauswahl keine Chance auf eine dauerhaft effiziente Verteilung und Verbreitung.

So gesehen, werden die originär luxemburgischen Produkte der Marke BIOG durch die ins Sortiment genommenen Importprodukte querfinanziert – auch wenn viele der Luxemburger BIOG-Waren bei den KonsumentInnen ausgesprochen populär sind und entsprechend viel gekauft werden. Dabei unterstützen die VerbraucherInnen mit dem Kauf von Produkten der Marke



BIOG, unabhängig von deren Herkunft, die biologische und biodynamische Landwirtschaft in Luxemburg. Auf diesen Zusammenhang wird auf allen BIOG-Produktetiketten ausdrücklich hingewiesen.

Letztlich ist die Herkunft aus Luxemburger Anbau und / oder Produktion das zentrale Merkmal, das BIOG-Produkte von anderen Bio-Lebensmitteln unterscheidet. Darüber hinaus benennt Werner Mohr, Produktverantwortlicher der BIOG-Marke, noch einen weiteren wichtigen Punkt:

„Im Gegensatz zu vielen Konkurrenzprodukten, die anderswo im ganz großen Stil, quasi bio-industriell, hergestellt werden, legen wir bei der Marke BIOG großen Wert auf einen fairen und solidarischen Umgang mit unseren Partnern. Das Interesse an den Bedürfnissen aller am Herstellungsprozess Beteiligten ist für uns eine unverzichtbare Grundvoraussetzung für die Suche nach sinnvollen Lösungen. Deshalb orientiert sich unsere Zusammenarbeit mit den BIOG-Mitgliedsbetrieben (auch) an den Idealen Fairness und Kooperation. So gesehen, sind „Fair & bio“ für uns untrennbar. Dieses Ideal versuchen wir auch in der Zusammenarbeit mit den am Produktionsprozess beteiligten Partnern der Marke BIOG zu erreichen – zumindest, soweit unser Einblick und/oder Einfluss reicht.“

BIOG-Produkte unterscheiden sich aber noch in einem anderen Punkt von denen der Mitbewerber: bei der Etikettierung streben wir nach größtmöglicher Transparenz. Deshalb nennen wir Kooperationspartner wie z.B. „unseren“ belgischen Waffelbäcker sogar mit Namen und unter Erwähnung der jeweiligen Betriebsstätte.“



OIKOPOLIS Participations | 20 - 26

Die Gründung der Bio-Bauere-Genossenschaft Lëtzebuerg legte 1988 den Keim für eine organische Entwicklung, die bis heute anhält. Bis 1992 war aus der Produzentengemeinschaft bereits ein spezialisierter Einzel- und Großhändler hervorgegangen. Seitdem stützt sich die gemeinsame Verarbeitung und Vermarktung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse von Luxemburger Biobauern auf drei Hauptzweige desselben Ideenstammes: BIOG, BIOGROS und NATURATA.

Im Zuge der BSE-Krise und der kurz danach grassierenden Maul- und Klauenseuche, die zu einer massiven Vernichtung erkrankter Tierbestände führte, wuchs die Nachfrage nach Bio-Fleisch in ganz Europa. Auch das florierende Dreiergespann rund um die Bio-Bauere-Genossenschaft BIOG bekam weiteren Auftrieb. Zusätzlich beflügelt von einer rapide wachsenden Nachfrage nach heimischen Bio-Produkten, galt es nun, neue Infrastrukturen zu schaffen, um das Ziel der Genossenschaft sach- und fachgerecht zu verwirklichen.

Zentrale Strukturen wurden nötig und passende Räumlichkeiten geplant. Dazu riefen die Initiativträger der Genossenschaft zunächst die OIKOPOLIS sàrl und dann eine Immobiliengesellschaft namens OEKimmO ins Leben. Sie erwarb ein Grundstück in der Syrdallgemeinde Munsbach und wurde Bauträgerin für zwei dort zu errichtende Verwaltungs-, Wirtschafts- und Verkaufsbauwerke: das OIKOPOLIS-Zentrum.

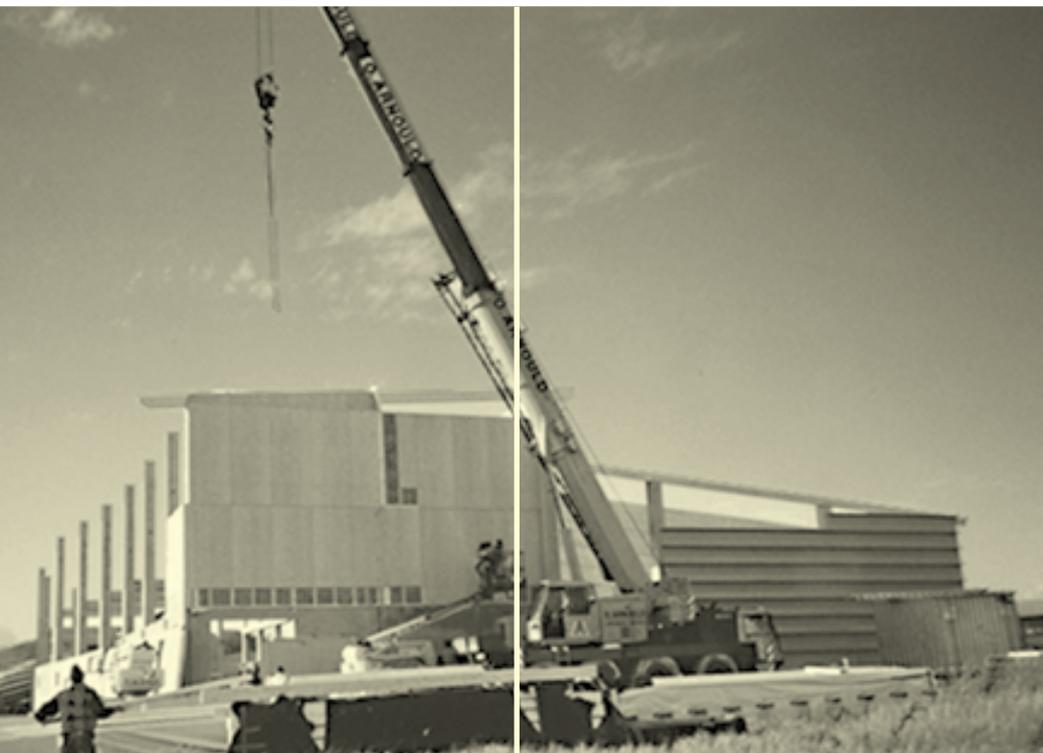
Der Name setzt sich zusammen aus den altgriechischen Begriffen *oikos* für Haus- und Wirtschaftsgemeinschaft und *polis*, eine antike Form der Bürgergemeinde. Er nimmt Bezug auf die solidarisch zusammenarbeitende Wirtschaftsgemeinschaft, die aus der BIOG hervorgegangen ist und eine transparente Brücke vom Produzenten zum Konsumenten schlägt.

Das Ergebnis ist eine „OIKOPOLIS“ im doppelten Wortsinn. Zum einen arbeiten BIOG, BIOGROS und NATURATA am Standort Munsbach mit ähnlich ausgerichteten Vereinen und Institutionen tatsächlich unter einem Dach. Zum andern gibt es auch eine „Hausgemeinschaft“ im übertragenen Sinn: die so genannte OIKOPOLIS-Gruppe.

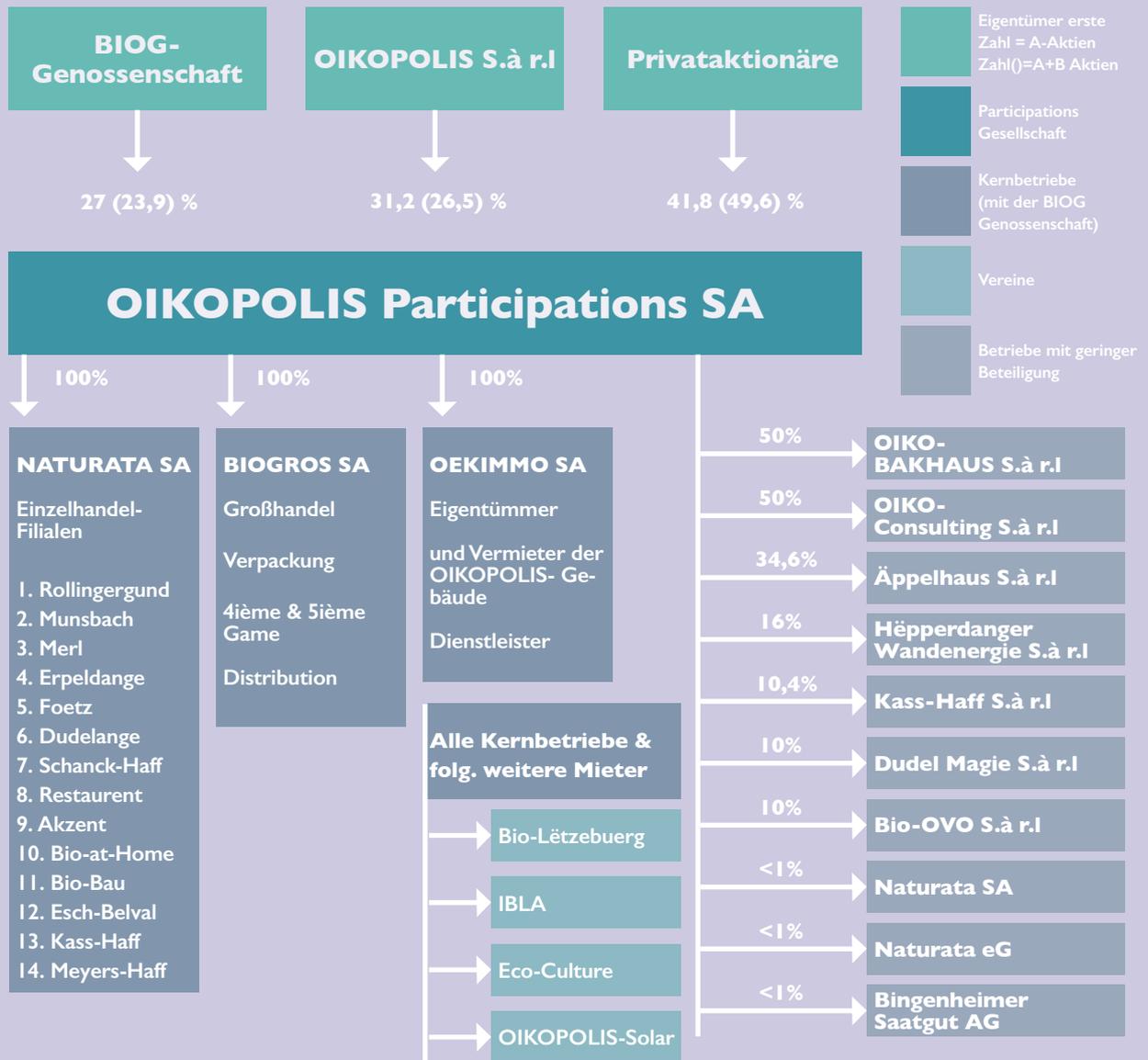
Sie umfasst eine Anzahl von Betrieben ökologischer und sozialer Ausrichtung, die sich nun unter dem organisatorischen Dach der OIKOPOLIS Participations SA gruppieren. Die Gesellschaft wurde 2005 unter maßgeblicher Beteiligung der BIOG gegründet, um ein gemeinsames Finanzierungsinstrument für die Tochtergesellschaften NATURATA, BIOGROS und OEKimmO zu haben und Beteiligungen an weiteren Betrieben mit passender Philosophie zu ermöglichen.

Dabei strebt die OIKOPOLIS-Gruppe nicht nach Vergrößerung um ihrer selbst willen oder Marktmacht „an sich“. Vielmehr will sie auch beim Knüpfen neuer Verbindungen der eigenen Philosophie treu bleiben. Der Geschäftszweck der Gruppe und ihres Netzwerks soll biologisch und fair sein, mit anderen Worten: gut für Mensch und Natur.

Die Gesellschaft wird durch einen Vorstand verwaltet, der seinerseits von einem Aufsichtsrat kontrolliert wird. Den Vorstand bilden vier Personen: Sonny Gottal, Joseph Houtmann, Roland Majerus und Änder Schanck. Dem Aufsichtsrat gehören sechs Personen an: Raymond Aendekerk, Marc Emering, Tom Kass, Martin Kox, Nicolas Nosbusch und Claude Uhres. Sämtliche Mandatsträger üben ihr Amt zunächst bis zur Generalversammlung im Jahre 2018 aus.



BIOG & OIKOPOLIS-Netzwerk



OIKOPOLIS-Beteiligungen

Hersteller und Dienstleister mit ökologischer und sozialer Zielsetzung brauchen eine starke Gemeinschaft zur Absicherung ihrer unternehmerischen Zukunft. Deshalb suchen immer mehr einschlägig ausgerichtete Betriebe den Kontakt zur OIKOPOLIS-Gruppe, um unter das Dach von deren Beteiligungsgesellschaft zu kommen. Dafür gibt es verschiedene Ursachen, wie ein Überblick über die aktuell (Stand April 2014) zehn Beteiligungen der OIKOPOLIS Participations SA zeigt.

Oiko-Consulting sàrl (50%)

Die Oiko-Consulting sàrl wurde am 18. August 2000 von Georges Goedert als Mehrheitseigner (50%), BIOGROS SA und NATURATA SA mit je 25% gegründet. Zweck der Gesellschaft ist die Beratung und Betreuung im Bereich Marketing für Personen, Gesellschaften, Vereinigungen oder Betriebe, die in ihrer Wirtschaftsweise vornehmlich ökologische und soziale Aspekte berücksichtigen. Im Dezember 2012 ließen die Gesellschafter die bisherigen Anteile von BIOGROS SA und NATURATA SA an die OIKOPOLIS Participations SA übergehen.

OIKO-Bakhaus sàrl (50%)

Ausgangspunkt für die Gründung war eine ungelöste Nachfolgefrage im Traditionsbetrieb von Bio-Back-Pionier Fränk Obertin, der sich nach 30 Jahren aus seiner „Boulangerie Artisanale“ in Remerschen zurückziehen wollte. Unter anderem im Sinne der Getreide liefernden BIOG-Bauern und der von Obertin belieferten NATURATA-Filialen galt es nun, die Fortführung dieser wichtigen Stufe der Wertschöpfungskette auch nach Obertins Pensionierung sicherzustellen. Deshalb gründeten Fränk Obertin und ein weiterer NATURATA-Lieferant, Horst Sander aus Saarbrücken, zusammen mit der OIKOPOLIS Participations SA im Dezember 2012 die OIKO-Bakhaus sàrl. Die beiden Biobäcker halten je 25% der Anteile, während die OIKOPOLIS Participations SA

mit 50% Hauptgesellschafterin wurde. Alle Mitarbeiter der „Boulangerie Artisanale“ wurden an den neuen Standort im OIKOPOLIS-Zentrum Munsbach übernommen. So bleibt deren Knowhow erhalten und wird weiter entwickelt. Dies ermöglicht die Fortführung der Luxemburger Bio-Brotgetreide-Produktion und voraussichtlich sogar deren Ausbau.

Aepfelhaus sàrl (34,6 %)

Das 1998 gegründete Unternehmen hat sich als Produzent von Apfelsaft aus heimischem Streuobst einen guten Namen gemacht. Ein Teil des hier für fast 700 Bongerten-Besitzer erzeugten Saftes wird in den Vertrieb gebracht. Dies hilft, die Vielfalt alter Obstsorten zu erhalten. Da die Mosterei auch bio-zertifiziert ist, füllt sie für BIOGROS größere Mengen an Bio-Apfelsaft der Marke BIOG ab.

Im Dezember 2012 stimmte die Gesellschafterversammlung einer Übernahme der bislang von der BIOG-Genossenschaft gehaltenen 180 Firmen-Anteile durch die OIKOPOLIS Participations SA zu. Die restlichen 340 Anteile verteilen sich auf acht Privatgesellschafter.

Hëpperdanger Wandenergie

sàrl (16%)

1995 von Jos und Änder Schanck sowie drei weiteren Kollegen ins Leben gerufen, ging aus der Sàrl drei Jahre später die Wandpark Gemeng Hengescht SA hervor, in der die Hëpperdanger Wandenergie sàrl mit 25% der Anteile damals größte Teilhaber wurde. Weitere Teilhaber waren die damalige CEGEDEL, die SEO (Société Électrique de l'Our), die Agence de l'Énergie, eine Privatfirma namens „Wand an Waasser“ sowie die Gemeinde selbst. Bislang hat die Gesellschaft insgesamt 12 Windkraftanlagen errichtet, weitere Projekte stehen an.



Im Oktober 2012 stimmte die Gesellschafterversammlung der Sàrl dem Antrag der OIKOPOLIS Participations SA zu, allen beteiligten Gesellschaftern Anteile abzukaufen. Aktuell hält die OIKOPOLIS Participations SA 90 von 560 Anteilen, etwas mehr als 16%. Diese Beteiligung hilft der OIKOPOLIS-Gruppe, sich wirtschaftlich breiter aufzustellen und bietet einen Ausgleich für den Verbrauch an fossiler Energie durch die OIKOPOLIS-Betriebe.

Kass-Haff sàrl (10%)

Im Januar 2012 beteiligte sich die OIKOPOLIS Participations SA mit doppelter Motivation an der Gründung der KASS-Haff sàrl. Zum einen lieferte die neue Gesellschaft ein modernes Modell der Trennung von Hofeigentum und Bewirtschafter, zum andern fungierte die OIKOPOLIS Participations SA als Garantieträger für die Banken. So konnte der Traditionshof durch die Aussiedlung aus Rollingen/Mersch in eine extensive Dorfrandlage als Modellbetrieb komplett neu konzipiert werden. Kooperationsvereinbarungen mit BIOG und NATURATA erweitern den Demeterbetrieb nun um eine Minimolkerei und einen Hofladen. Daneben gibt es Seminarräume zur pädagogischen Verbreitung der biologisch-dynamischen Wirtschaftsweise und andere kulturelle Aktivitäten.

Bio-OVO SA (10%)

Seit Mai 2012 hält die OIKOPOLIS Participations SA 10% der neu gegründeten BIO-OVO SA. Dies unterstreicht den logistischen Stellenwert der Verpackungs- und Vermarktungsgesellschaft von Bio-Eiern für die gesamte Gruppe. Vorstandsvorsitzender der SA ist Jos Houtmann aus Buschdorf. Unter seiner Regie entstand ein modernes Partnerschaftsunternehmen, dessen Besitz sich regionale Produzenten, MitarbeiterInnen der Packstelle, das Ehepaar Houtmann-Odem und eine deutsche Partnerfirma zu insgesamt 90% teilen. Für die OIKOPOLIS-Gruppe bot sich die BIO-OVO SA als Partner an, da schon deren Vorläuferfirma Eier der Marke BIOG verpackt hatte und zwei der luxemburgischen Bio-Eier-Produzenten auch Mitglieder der BIOG-Genossenschaft sind.

NATURATA AG und

Naturata eG (< 1%)

Eher symbolisch ist die Beteiligung der OIKOPOLIS Participations SA an zwei Firmen, denen die OIKOPOLIS-Tochter NATURATA ideell verbunden ist. Finanziell ist NATURATA Luxemburg jedoch komplett unabhängig von dem deutsch-österreichisch-schweizerischen Naturkost-Produzenten und Inverkehrbringer NATURATA AG und dessen Logistik-Dienstleister Naturata eG.

Bingenheimer Saatgut AG (< 1%)

Seit 2006 unterstützt NATURATA Luxemburg die „Bingenheimer Saatgut AG“ durch die Abgabe eines fixen Prozentsatzes aus dem jährlichen Obst- und Gemüseumsatz aller NATURATA Bio-Marchés und -Hofläden. Ziel des „FAIR-BREEDING“ genannten internationalen Projekts ist die Erhaltung und Entwicklung samenfester Sorten für den biologisch-dynamischen Gemüseanbau.

Mehr unter:

www.biog.lu/files/affiches_fair_breeding_internet.pdf



Änder Schanck hat als Mitbegründer der BIOG und langjähriges Demeter-Mitglied die Entwicklung der Luxemburger Bio-Szene seit ihren Anfängen begleitet und maßgeblich vorangetrieben. Im Interview gibt er Auskunft über den Status Quo der OIKOPOLIS-Gruppe.

Interview mit dem OIKOPOLIS- Vorstandsvorsitzenden

Änder Schanck

- **Wie beurteilen Sie nach 25 Jahren die Entwicklung der OIKOPOLIS-Gruppe? Gab es eine Strategie, die zu diesem heutigen Netzwerk geführt hat?**

Als erstes gilt es festzustellen, dass die Bio-Landwirtschaft in Luxemburg sich erst mit mehr als einem halben Jahrhundert Verspätung zu anderen Ländern etablieren konnte. Dies hatte natürlich auch Auswirkungen für die Vermarktung der dann hierzulande biologisch erzeugten Produkte. Als die Genossenschaft BIOG und das erste NATURATA-Geschäft gegründet wurden, gab es schon einen relativ gut etablierten Import von Bio-Lebensmitteln über Großhändler aus unseren Nachbarländern. Im Nachhinein scheint mir, dass es diese spezielle und schwierige Ausgangssituation war, die uns herausforderte, mehr oder weniger ganze Arbeit zu leisten.

Die OIKOPOLIS-Gruppe wurde schrittweise weiter entwickelt: Lösungen wurden immer dann gesucht und gefunden, wenn neu anstehende Probleme dies forderten. Und immer wieder konnten zum richtigen Augenblick Menschen gefunden werden, die die dann anfallenden Aufgaben mit viel Engagement übernahmen. So gesehen, gab es also keine Strategie, wohl aber den Willen, die Vermarktungsfrage ganzheitlich anzugehen. Wir hatten uns schon vor der Gründung der BIOG mit Fragen der Kooperation in der Wertschöpfungskette im Sinne von Rudolf Steiners Assoziationsidee auseinandergesetzt.

- **Was war die größte Herausforderung in 25 Jahren OIKOPOLIS-Geschichte?**

Das war ohne Zweifel die Planung und dann der Bau des OIKOPOLIS-Zentrums in Munsbach. Vor allem die Finanzierung dieser für uns damals sehr großen Investition war dann doch eine richtige Herkulesaufgabe. Unsere erste öffentliche Zeichnung für Kapital scheiterte in einem gewissen Sinne, wir erreichten das uns selbst gestellte Quorum nicht. Im Nachhinein, nachdem das geplante Projekt bekannter wurde, ließen sich dann doch die notwendigen Mittel finden. Und beim zweiten Bau, den wir sechs Jahre später errichteten, gab es ähnliche Probleme, die dann aber auch gelöst werden konnten. Mit dieser neuen Infrastruktur wurden wir nicht nur bekannter, wir wurden auch viel leistungsfähiger. Auch die Biolandwirtschaft war damit in Luxemburg angekommen, sie hatte ihre Adresse. Die dann stetig ansteigenden Umsatzzahlen der Kernbetriebe der Gruppe bestätigen die Richtigkeit dieses Schrittes.

- **Die OIKOPOLIS-Gruppe ist heute mehr als die Kernbetriebe BIOG, NATURATA und BIOGROS. Wie kam es zu dem heutigen Netzwerk?**

Ganz einfach, das sind einzelne Lösungen zu einzelnen Problemen, die sich reihum stellten. Aepfelhaus und Oiko-Consulting gehörten schon länger dazu, Bio-OVO und Dudel-Magie sind Betriebe, die von BIOG-Bauern gegründet wurden und deren Anliegen es war, Teil der Gemeinschaft zu sein. Das neu gegründete OIKO-Bakhaus gewährleistet die Fortführung der Bäckerei „Boulangerie Artisanale Obertin“, und ebenso ermöglicht die Beteiligung von OIKOPOLIS an der Kass-Haff sàrl einen landwirtschaftlichen Vorzeigebetrieb, der wohl noch viele Menschen für wesensgemäße Tierhaltung begeistern wird.

Mit Blick auf diese und ähnliche Projekte hat die OIKOPOLIS Participations im Spätsommer 2013 ein öffentliches Zeichnungsangebot lanciert, um ihre Eigenmittel zu stärken und die anstehenden Investitionen sowie Beteiligungen zu finanzieren.



Interview mit dem OIKOPOLIS-
Vorstandsvorsitzenden Änder Schanck



Dieser Aufruf fand breite Resonanz, zeitweise überstieg die Nachfrage sogar das vorhandene Angebot. Das positive Echo zeigt, wie viel regionale Bio-Betriebe den Menschen wert sind. Nachhaltig ökologische Projekte zu fördern oder überhaupt erst zu ermöglichen, erscheint immer mehr Menschen als sinnvolle Form der Geld-Anlage. Sie werden damit reale Teilhaber der Wertschöpfungskette ihrer zukünftigen Lebensmittel, also regelrechte Prosumenten (aus Produzent + Konsument). Die OIKOPOLIS-Gruppe ist nun 25 Jahre lang erfolgreich auf diesem Feld unterwegs und möchte ihren Weg weitergehen. Umso mehr freut es uns, wenn die Menschen im Lande diesen Weg mitgehen.

In Zukunft können durchaus noch weitere konkrete Projekte unter das OIKOPOLIS-Dach kommen. Voraussetzung dafür ist, dass der jeweilige Unternehmer diese Vernetzung aktiv anstrebt und deren Sinn und Zweck richtig einschätzt.

• **Was sind die Zukunftspläne der OIKOPOLIS-Gruppe?**

Wie schon von Anfang an, gilt es offen zu sein für die konkreten Anforderungen. Eine wird die sein, dass wir in Zukunft aufgrund der aktuellen Verhältnisse in der Landwirtschaft nicht mehr allzu viele Landwirte finden werden, die es sich noch leisten können, auf Biolandwirtschaft umzustellen. Und umgekehrt wird es junge Menschen geben, die sich selbstständig in der biologischen Landwirtschaft einbringen wollen, aber kein Land bekommen können. Hierauf müssen wir wohl in Zukunft den Blick richten.

• **Das heißt, die OIKOPOLIS beschäftigt sich auch mit neuen Eigentumsformen?**

Zu allererst gilt es auch hier festzuhalten, dass unsere Leitidee stets die Kooperation aller Partner in der Wertschöpfungskette ist. Das hat dazu geführt, dass wir 2005 bei der Umstrukturierung der Gruppe ein zentrales Organ, die OIKOPOLIS Participations SA, gründeten, deren Aktieninhaber einerseits die Bauern der BIOG-Genossenschaft sowie die Initiatoren und MitarbeiterInnen

der OIKOPOLIS sàrl, andererseits aber auch die Konsumentinnen und Konsumenten sind. Das heißt nun nichts anderes, als dass die ganze Gruppe niemandem direkt persönlich gehört, sondern Menschen oder Gruppierungen von Menschen, die Teilnehmer der Wertschöpfungskette sind und deren ureigenstes Interesse nicht eine hohe Rendite ist, sondern dass unterschiedliche Wirtschaftsbetriebe nachhaltig, also nicht kurzfristig, gesunde Lebensmittel bereitstellen und damit eine biologische oder sogar biologisch-dynamische Landwirtschaft ermöglichen. Das ist eine Form von Rendite, deren Wert in Zukunft wohl nicht in Geld auszudrücken sein wird. Verfolgt man diesen Gedankengang weiter, führt das durchaus in die Richtung, dass die OIKOPOLIS-Gruppe sich mit der Frage der Beschaffung von Land für weitere landwirtschaftliche Betriebe auseinandersetzen muss. Die zur Gruppe gehörende OEKimmo SA könnte durchaus auch hier neue Aufgaben übernehmen.



2012 wurde die Geschäftsleitung der OIKOPOLIS Participations SA in einer außerordentlichen Generalversammlung neu aufgestellt. Per Statutenänderung erhielt die 2005 gegründete Aktiengesellschaft statt des bisherigen Verwaltungsrats zwei einander ergänzende Organe: Vorstand und Aufsichtsrat. In letzteren wurden sechs Personen bestellt, die Aktionärsanliegen vertreten, ohne sich ins Tagesgeschäft vertiefen zu müssen. Die operative Leitung des Unternehmens, v.a. der Tochtergesellschaften NATURATA, BIOGROS und OEKimmO, obliegt dem Vorstand.

Interview mit dem Präsidenten des OIKOPOLIS-Aufsichtsrats

Tom Kass

- **Demeter-Landwirt Tom Kass ist seit der Statutenänderung im Mai 2012 Präsident des Aufsichtsrats der OIKOPOLIS Participations. Über die Strukturänderung der Aktiengesellschaft sagt er:**

In den Anfangsjahren waren die Entscheidungsträger der OIKOPOLIS als kleine Gruppe sozusagen „unter sich“. Viele waren im gleichen Haus auf verschiedenen Posten für einen der OIKOPOLIS-Betriebe tätig. Bei der Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Tochterunternehmen muss es aber nachweislich korrekt zugehen. Um hier Transparenz zu schaffen und neue Menschen mit in die Verantwortung zu holen, wurde die Einführung eines Aufsichtsrats beschlossen.

- **Wie sieht die Aufgabenteilung zwischen Vorstand und Aufsichtsrat aus?**

Alle drei Monate finden Treffen statt, bei denen die Geschäftsentwicklung der einzelnen Bereiche besprochen wird. Der Aufsichtsrat fragt dabei kritisch nach und macht Vorschläge für die künftige Ausrichtung. Grundlegende Strategien bringt jedoch zumeist der Vorstand ein, der ja das operative Geschäft im Detail kennt und verantwortet. Da der Betrieb gut geführt wird und die Geschäftsergebnisse sich positiv entwickeln, hat sich aus der

Kontrollfunktion des Aufsichtsrats bisher stets eine unterstützende Rolle ergeben. So konnten wir dem Vorstand Planungssicherheit für zukunftsrelevante Entscheidungen geben.

- **Als BIOG-Mitglied und OIKOPOLIS-Aufsichtsrat nimmst Du neben Deiner Arbeit als Demeter-Landwirt eine zusätzliche Doppelbelastung auf Dich. Warum?**

Ich finde die Einbindung in verschiedene Gremien wichtig, um relevante Entwicklungen mitdiskutieren zu können.

- **Der Aufsichtsrat der OIKOPOLIS Participations SA ist paritätisch aus allen drei Aktionärsgruppen besetzt. BIOG, OIKOPOLIS sàrl und Privataktionäre sind mit jeweils zwei Mitgliedern im obersten Kontrollgremium der Gruppe vertreten. Was bedeutet das für die Position der Bio-Landwirtschaft?**

Genau genommen, sind im Aufsichtsrat sogar drei Genossenschaftsmitglieder. Zwei davon sind selber Biolandwirte, der dritte ist diesem Bereich als Forscher und Berater verbunden. Insgesamt ist das eine sehr gute Situation. Die OIKOPOLIS Participations mit ihren Unternehmen hat ja als erstes Ziel, für eine Weiterentwicklung der biologischen Landwirtschaft in Luxemburg und über die Grenzen hinaus zu sorgen. Die Landwirte sind dabei sicher keine schlechte Wahl. Meistens sind sie das schwächste Glied in der Wertschöpfungskette. Das ist hier nicht der Fall, da sie in der Genossenschaft und auch im höchsten Gremium, dem Aufsichtsrat, voll vertreten sind. So können sie eigene Belange einbringen und bekommen Einblick in Entscheidungen, die auf anderen Wertschöpfungsstufen getroffen werden.

- **Welche Ziele sind Dir selbst bei dieser Gremienarbeit besonders wichtig?**

Am wichtigsten ist es mir, die Bedingungen für die Biolandwirtschaft in Luxemburg aktiv mitgestalten zu können. Es ist leicht, sich über die Entscheidungen anderer zu beschweren. Wie komplex aber manchmal die Zusammenhänge sind, die beachtet werden müssen, ehe eine Entscheidung getroffen werden kann, sieht man erst, wenn man selbst aktiv dabei ist.



Interview mit dem Präsidenten des
OIKOPOLIS-Aufsichtsrats Tom Kass



Nachhaltigkeitsarbeit | 27 - 28

Ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht hat die OIKOPOLIS-Gruppe 2013 publiziert. Doch mit ihrer Orientierung an den Leitwerten der BIOG hat sie von Anfang an nachhaltig agiert, ohne dies ausdrücklich so zu nennen, denn die Grundprinzipien der Nachhaltigkeit decken sich mit den Zielen der BIOG. Allein schon die Tatsache, dass es das klar umrissene Ziel der BIOG und der gesamten OIKOPOLIS-Gruppe ist, eine konsequent ökologisch ausgerichtete Landwirtschaft wirtschaftlich zu unterstützen, belegt den Nachhaltigkeitscharakter der Gruppe.

Dies zeigt der Vergleich mit einer 1987 veröffentlichten Formulierung der Vereinten Nationen:

„Nachhaltige Entwicklung ist eine Entwicklung, die den Bedürfnissen heutiger Generationen Rechnung trägt, ohne die Möglichkeiten zukünftiger Generationen zu gefährden, ihren eigenen Bedürfnissen nachzukommen.“

Sowohl die BIOG als auch die später aus ihr hervorgegangenen Betriebe haben stets im Sinne dieser Definition verantwortungsbewusst gewirtschaftet, indem sie ihr Handeln auf eine ökologische Basis stellten und auch in ihrem gesellschaftlichen Umfeld „Generationengerechtigkeit“ pflegten. In diesem Zusammenhang werden ökonomische und soziale Aspekte ebenso beachtet wie geistige. Allerdings ist das Streben nach ökologischer Nachhaltigkeit bei der OIKOPOLIS-Gruppe besonders gut dokumentiert. Dies liegt zum einen daran, dass Maßnahmen zur Energieeinsparung und Ressourcenschonung eine konkrete, messbare Wirkung haben, denn sie beeinflussen den Ausstoß von Kohlendioxid und damit den so genannten ökologischen Fußabdruck (carbon footprint) des betroffenen Betriebs bzw. der gesamten Gruppe.

Zum andern verfügt die OIKOPOLIS-Gruppe dank einer intensiven Kooperation mit dem öffentlichen Forschungszentrum Henri Tudor über ein maßgeschneidertes Softwareprogramm, das die Effekte einer Vielzahl solcher Maßnahmen auf die Klimabilanz der OIKOPOLIS-Gruppe und ihrer Tochterfirmen analysiert, dokumentiert und bildlich darstellt. So kann der Ausstoß von CO₂-Emissionen aller relevanten Bereiche seit 2008 lückenlos verfolgt werden. Diese Gesamtschau ist Grundlage eines beständigen Optimierungsstrebens. Dabei scheint die OIKOPOLIS-Gruppe auf einem guten Weg zu sein. Das beweisen sowohl die Nachhaltigkeitspreise, die sie im Lauf der Jahre bekommen hat, als auch die Zusammenarbeit mit dem CRP Henri Tudor; bei der nun die gemeinsame Teilnahme an einem EU-Interreg-Projekt zur Nachhaltigkeitsplanung ansteht.

Die OIKOPOLIS-Gruppe geht aber auch noch anderweitig über die reine Optimierung von Energiespar-Maßnahmen hinaus. Auch wenn ihr ökologischer Fußabdruck relativ zur Umsatzentwicklung sichtbar sinkt, sind weitere Ausstöße des Treibhausgases Kohlendioxid unvermeidlich. Die Verantwortlichen der OIKOPOLIS-Gruppe haben sich deshalb entschlossen, zum Ausgleich für den Ausstoß klimaschädlicher Gase, den ihre Aktivitäten mit sich bringen, Zahlungen an klimafreundliche Institutionen zu leisten.

Als Zeichen gegen den Preisverfall bei den CO₂-Zertifikaten mit UN-Siegel, der mittlerweile auf 5 Euro pro Tonne CO₂-Äquivalent abgestürzt ist, haben die OIKOPOLIS-Verantwortlichen den Kompensationswert für eine Tonne CO₂-Emissionen auf 20 Euro fixiert. Bei 1.031 Tonnen CO₂-Ausstoß, den die Betriebe der OIKOPOLIS-Gruppe 2012 zu verzeichnen hatten, ergab dies eine Summe von 20.620 Euro, die auf zwei Vereine aufgeteilt wurden:



das „Institut für biologische Landwirtschaft an Agrarkultur Luxemburg“ (IBLA) und „Bio-Lëtzebuerg – Vereenegung für Bio-Landwirtschaft Lëtzebuerg a.s.b.l.“, in dem „Demeter Bond Lëtzebuerg“ und die Asbl „bio-LABEL“ fusioniert sind. Beide fördern die Bio-Landwirtschaft in Luxemburg und tun damit viel für Klima und Umwelt.

Mehr über die positiven Klima-Effekte der Bio-Landwirtschaft unter: www2.oikopolis.lu/de/nachhaltigkeit/

Gemeinwohl-Ökonomie

Die international bekannte Maßeinheit der CO₂-Äquivalente bietet eine allgemein akzeptierte Möglichkeit, einen wichtigen Aspekt der ökologischen Nachhaltigkeit zu dokumentieren und vergleichen. Je stärker der Ausstoß von „CO₂-äq.“ weltweit gesenkt wird, sprich: wie viele Kohlendioxid-Emissionen vor Ort vermieden oder andernorts kompensiert werden, desto größer ist die ökologische Nachhaltigkeit, die sich der betreffende Akteur zugute halten darf.

Weniger einfach ist der Nachweis sozialer, kultureller und wirtschaftlicher Nachhaltigkeit. Doch auch diese hat die OIKOPOLIS-Gruppe sich neben einer ressourcenschonenden Wirtschaftsweise auf die Fahnen geschrieben. Ein allgemein gültiges Instrument zu deren Erfassung gibt es jedoch nicht. Das Nachhaltigkeitsteam der OIKOPOLIS-Gruppe betrachtet aber die Matrix zur Gemeinwohl-Bilanz als praktikablen Ansatz. Den Impuls hierfür gab ein Vortrag des Initiators der Gemeinwohlökonomie (L'Économie du Bien Commun, Economy for the Common Good) Christian Felber, den dieser 2012 am OIKOPOLIS-Zentrum Munsbach vor MitarbeiterInnen, KundInnen und Freunden des Hauses gehalten hat. Seither gehört die OIKOPOLIS-Gruppe zu den Pilotbetrieben, die einen internen Gemeinwohlbericht erstellen, auf dessen Basis der Betrieb später einem externen Audit unterzogen wird.

Als offizielles Mitglied der weltweiten Bewegung „Gemeinwohl-Ökonomie – ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft“ bilanziert die OIKOPOLIS-Gruppe deshalb ihr Handeln mit Blick auf Menschenwürde, Solidarität, ökologische Nachhaltigkeit, soziale Gerechtigkeit und Mitbestimmung. Die Bemessung dieser Faktoren folgt einem vorgegebenen Fragebogensystem. Bei der so vorgenommenen Selbsteinschätzung und der später folgenden externen Evaluierung geht es darum, wie die genannten fünf Grundwerte im Unternehmen selbst gelebt werden und welchen Einfluss dies auf externe Kontakte, zum Beispiel zu ProduzentInnen und KonsumentInnen, hat.



OIKOPOLIS am Dialog | 29

Das Nachhaltigkeitsstreben der OIKOPOLIS-Gruppe ist vielfältig. Aus dem gesellschaftlichen Kontext, in dem sich die Gruppe sieht, leitet sie eine soziale Verantwortung ab – unternehmensintern wie auch in der Kommunikation nach außen. Im offiziellen Leitbild der OIKOPOLIS-Gruppe, das vier Punkte umfasst, entwickelt sich deshalb aus den Leitwerten „Agri-Kultur“, „Faire Zusammenarbeit“ und „Soziales Miteinander“ der Punkt „Bildung“.

Im Wortlaut beinhaltet dieser folgende Selbstverpflichtung:

„Unser ganzheitliches Nachhaltigkeitsverständnis, in dem wie oben beschrieben, Ökologie, Ökonomie und Soziales ineinander wirken, ist eine hochaktuelle Zeitforderung. Wir sehen es als eine unserer Aufgaben an, innerbetrieblich, aber auch nach außen, an der Aus- und Weiterbildung bezüglich dieser Frage mitzuwirken.“

In den Betrieben der OIKOPOLIS-Gruppe hat deshalb die fachliche und persönliche Entwicklung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter große Bedeutung. Dafür sorgt unter anderem ein breites Angebot berufsspezifischer Weiterbildung z.B. zum Biolandbau im Allgemeinen und zur Produktphilosophie der Marke BLOG im Besonderen, aber auch zur Fachkompetenz in einzelnen Bereichen wie etwa Bio-Obst&Gemüse oder aber dem besonders beratungsintensiven Bereich der Naturkosmetik. Hinzu kommen freiwillige Arbeitsgruppen zu Themen wie Gemeinwohl oder Nachhaltigkeit.

Letztere finden sich auch im Dialogangebot nach außen. Mit der Veranstaltungsreihe „OIKOPOLIS am Dialog“ organisiert die OIKOPOLIS-Gruppe eine Art Fachakademie im Kleinen. Im Rahmen öffentlicher Vorträge und Seminare, die allen Interessenten kostenfrei offenstehen, regt diese „OIKOPOLIS-Akademie“ dazu an, sich mit Lebens- und Entwicklungsbedingungen für neue Wirtschaftsformen oder Themen wie Bodenfreiheit durch Solidarbesitz („Terre des Liens“), Kompensation von CO₂-Emissionen per „Carbon Credits“ oder Alternativen zu (teil)sterilen Pflanzenzüchtungen („CMS-Hybriden“) auseinanderzusetzen. Vertiefende Angebote für MitarbeiterInnen geben praktische Hilfestellung fürs Kundengespräch.

Die Einladung zu den unregelmäßig stattfindenden Veranstaltungen im OIKOPOLIS-Zentrum Munsbach erfolgt über die Homepage der OIKOPOLIS-Betriebe, die facebook-Gruppe NATURATA sowie per Plakataushang und Handzettelauslage in den NATURATA-Läden.

Einen Rückblick auf die letzten Veranstaltungen der Reihe „OIKOPOLIS am Dialog“ bieten Homepage-Artikel im Bereich „Publikationen“:

www2.oikopolis.lu/de/publikationen/

Weitere Informationen:

www2.oikopolis.lu/de/bildung/

www4.oikopolis.lu/de/leitbild/



