

Gemeinsame Pressemitteilung Assoziation Ökologischer Lebensmittelhersteller (AoEL), Bio mit Gesicht GmbH, Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL)

Tagung zur Herkunftssicherung in der ökologischen Lebensmittelwirtschaft: Wissen und sehen, wo's herkommt

(Frankfurt a. M., Bad Brückenau, 18. Juni 2009) Am 17. Juni hat in Fulda die Tagung "Herkunftssicherung in der ökologischen Lebensmittelwirtschaft" stattgefunden. Zu dieser Veranstaltung hatten das Forschungsinstitut für biologischen Landbau (FiBL), die Assoziation Ökologischer Lebensmittelhersteller (AoEL) und die Bio mit Gesicht GmbH eingeladen.

Unter der Moderation von Dr. Alexander Beck (AoEL) erhielten die über 80 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Erzeugung, Verarbeitung und Handel sowie Vertreter verschiedener Öko-Verbände und Kontrollstellen einen umfassenden Einblick in die Rückverfolgbarkeit und Herkunftssicherung in der Bio-Branche.

In Zeiten des wachsenden und zunehmend anonymer werdenden Bio-Marktes gewinnen diese Aspekte für jedes Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette an Bedeutung. Es gilt, das Vertrauen der Kundinnen und Kunden durch Offenheit und Transparenz aufzubauen und zu stärken.

„Transparenz bedeutet jedoch nicht Informationsfülle“, betonte Andreas Swoboda von der tegut... Gutberlet Stiftung & Co. Vielmehr gehe es darum, Anbieter und Verbraucher mit geeigneten Kommunikationsmaßnahmen zusammenzubringen und sich - sei es als Erzeuger, Verarbeiter oder Händler - im Bio-Markt zu profilieren.

Allgemeine Maßnahmen zur Herkunftssicherung von Lebensmitteln sind notwendig, um gesetzliche Anforderungen zu erfüllen. Für Bio-Produkte sind sie darüber hinaus eine wichtige Voraussetzung für funktionierende Qualitätssicherungssysteme. „Jeder Betrieb muss individuell nach dem eigenen Risiko abschätzen, wie und mit welchem Aufwand er sich absichert“, erläuterte Florian Preuß von der Quant Qualitätssicherung GmbH in seinem Referat.

Verschiedene Ansätze zur Herkunftssicherung zeigte Rolf Mäder vom Forschungsinstitut für biologischen Landbau auf. Um Insellösungen zu vermeiden und um die Herkunft stufenübergreifend nachvollziehbar zu machen, sei eine Vernetzung innerhalb und zwischen verschiedenen Unternehmen erforderlich. Als Grundlage hierfür wurde der Datenstandard organicXML im Rahmen eines durch das Bundesprogramm Ökologischer Landbau geförderten Projektes entwickelt.

Über landwirtschaftliche Betriebsdokumentationssysteme und stufenübergreifende Rückverfolgbarkeitssysteme informierten die Ansprechpartner von Softwareunternehmen in Kurzreferaten und im persönlichen Gespräch an ihren Informationsständen.

Wie sich die Herkunftssicherung von Bio-Lebensmitteln gegenüber dem Endverbraucher kommunizieren lässt, erläuterte Frank Wörner von der Bio mit Gesicht GmbH. Produkte mit dem Hinweis „Bio mit Gesicht“ werden seit 2006 im qualitätsorientierten Handel angeboten,

Herkunftssicherung in der ökologischen Lebensmittelwirtschaft

17. Juni 2009 in Fulda

beispielsweise in den tegut...-Märkten und in Filialen von Feneberg. Durch die Eingabe einer chargenspezifischen Code-Nummer auf der Verpackung gelangen Interessierte über die Internetseite www.bio-mit-gesicht.de zu einem Porträt des Betriebes, von dem das Produkt stammt oder verarbeitet wurde. Bei einem virtuellen Besuch lernen sie die Menschen kennen, die dem gekauften Produkt „ein Gesicht geben“. Steigende Besucherzahlen dieses Portals belegen, dass immer mehr Endverbraucherinnen und Endverbraucher hinterfragen, woher ihr Essen kommt und wie es erzeugt wurde. Eine Entwicklung, die Anbieter auf dem Bio-Markt dazu motivieren soll, die Herkunft ihrer Produkte transparent zu machen und sich durch dieses gewonnene Vertrauen auf dem Markt zu profilieren.

Erste Ergebnisse aus einer Befragung zur Wahrnehmung von Bio-mit-Gesicht-Produkten präsentierte Dr. Flurina Schneider vom Forschungsinstitut für biologischen Landbau. „Bio mit Gesicht“ hat laut Befragung einen erstaunlich hohen Bekanntheitsgrad, wenn man sich vergegenwärtigt, wie jung das Projekt ist. Es wird von der Mehrzahl der Konsumentinnen und Konsumenten positiv wahrgenommen, was dazu führt, dass Bio-mit-Gesicht-Produkte ein höheres Vertrauen genießen als 'normale' Bio-Produkte. Aber, so Flurina Schneider, „Internet als alleinige Kommunikationsform reicht nicht aus, man sollte auch über die Auslage von Printmaterialien nachdenken“.

„Wer sich mit Qualität am Bio-Markt profilieren möchte, sollte nicht mehr allzu lange warten“, ermunterte Frank Wörner die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zum Abschluss der erfolgreichen Veranstaltung. „Gehen Sie jetzt das Thema Herkunftssicherung und deren Kommunikation an, denn vereinzelte Discounter arbeiten schon an solchen Konzepten und gefährden damit die Vorreiterstellung, die die Bio-Pioniere für sich beanspruchen.“

Die Tagung wurde im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau gefördert.

Kontakt:

Dr. Alexander Beck, Tel. +49 9741 4834, E-Mail: kontakt@aoel.org

Rolf Mäder, Tel. +49 69 7137699-0, E-Mail: info.deutschland@fibl.org

Frank Wörner, Tel. +49 69 30038909-0, E-Mail: info@bio-mit-gesicht.de

Veröffentlichung honorarfrei, Belegexemplar erbeten.

ca. 4.000 Zeichen

Bio mit Gesicht GmbH, Galvanistraße 28, 60486 Frankfurt a. M.

Tel. +49 69 30038909-0, Fax +49 69 30038909-9, E-Mail info@bio-mit-gesicht.de