



BioForum Vlaanderen

BioForum laat de biosector uit één mond spreken en organiseert campagnes en persacties.

Je kan bij ons terecht met al je vragen over biologische land- en tuinbouw. Wij willen dat iedereen bio eet en drinkt! Dat klinkt ambitieus, maar daar gaan we voor.



Bioknipsels
In- / uitschrijven

Ma	Di	Wo	Do	Vr	Za	Zo
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28



BioForum Bioknipsels 13 - 2 april 2009

Uit onderstaande artikels blijkt dat de bio en eco-gedachte zich tegenwoordig niet alleen laat voelen aan tafel, maar ook in de crèche, in onze kleerkast en badkamer, en in onze tuin... Laten de klokken binnenkort lekkere chocolade bio-eitjes vallen op uw gazon? Of misschien brengt de paashaas wel het leuke boekje "de opstand van krielkip" mee? Hoedanook, de nieuwe paaskleur is groen!

Dit en nog veel meer in de Bioknipsels van deze week. Veel leesplezier!

PS: De Bioknipsels gaan twee weken op vakantie. Op donderdag 16 april ontvangt u de nieuwe editie.

Peggy Verheyden
BioForum Vlaanderen

CONSUMENT - ALGEMEEN

- [Bio-baby's](#)
- ["Volle kar uit biowinkel als ultieme traktatie"](#)
- [De nieuwe kleur is groen](#)
- ["De opstand van Krielkip"](#)
- [Opdorp wil wedstrijd winnen met cursus "Tuinieren voor kinderen"](#)
- [Sojahanddoeken winnen cradle-to-cradleprijs](#)
- ["Het hoeft niet perfect te zijn"](#)
- ["Rondlopende groenten"](#)
- [Bio snoep niet gezonder](#)

PRODUCENT - GGO

- [De cijfers vliegen al rond](#)
- [Ook Duitsland zoekt meer biolandbouwers](#)
- [Koppelen van bedrijven blijft nodig](#)



- [Biologische veredeling vraagt om duidelijke keuzes](#)
- [IFOAM heeft nieuwe directeur](#)
- [NL: Drie demonstratieprojecten Biologische Landbouw 2008 ontvingen steun](#)
- [Wat is "verbrede landbouw" en hoe kun je het meten?](#)
- [Goed mestmanagement voorkomt vliegenoverlast](#)

VERWERKER

- [Catering: Schrijf je in op de Grootkeukendag van BioForum Vlaanderen \(update 2/04/2009\)](#)
- [Catering: Bio in bedrijfskantine heeft beperkt effect](#)
- [Comment les consommateurs perçoivent-ils le vin biologique ?](#)
- [Sustainable Foods Summit Unveiled](#)
- [Nieuwe kauwgum kleeft niet aan de schoenen](#)
- [Geen concessies aan duurzaamheid](#)

en de Biokalender ...



CONSUMENT - ALGEMEEN

Bio-baby's

De eco-gedachte laat zich ook voelen bij onze baby's. Zo prediken milieubewuste moeders het gebruik van wasbare luiers en seizoensgebonden fruitpapjes.

Nu we zo gewoon zijn geraakt aan het sorteren van afval, zou je bijna gaan denken dat het gebruik van wasbare luiers uit een ver verleden stamt. Fout: vandaag is het ecologisch opvoeden van je baby zelfs een heuse trend. Nieuwe mama's lijken massaal te vallen voor afvalbesparing, ethische mode en biologische voeding.

Volgens de eco-mama's moet je je gewoontes durven veranderen om mee te helpen bouwen aan een maatschappij die de natuur respecteert. «Je kan ecologisch verantwoorde kleding kopen (hennep, biokatoen, linnen, wol) of zelfs tweedehands-kleertjes. Het papje kan je dan weer maken met lokale producten die seizoensgebonden zijn, in plaats van bereide potjes te kopen. En ook wasbare luiers en doekjes behoren tot de opties», klinkt het. Een makkelijke en handige manier om je steentje bij te dragen aan een beter milieu, in een wereld waar alles uit 'wegwerp' lijkt te bestaan.

Biocrèches vallen in de smaak

Milieubewuste kinderdagverblijven - kortweg biocrèches - zijn in opmars in Vlaanderen. Dat schrijft Het Nieuwsblad. In een biocrèche worden de kleintjes op volledig natuurlijke wijze in de watten gelegd: de billenzalf is ecologisch, luiers zijn recyclebaar en het speelgoed komt rechtstreeks uit de kringwinkel. Om drie uur krijgen de kinderen

geen koekjes, maar bioappelschijfjes. "Ik wil die kleine mensjes zo zuiver mogelijk opvoeden. Bio was dan ook het logische antwoord", legt Ineke Taffijn, zaakvoerster van De Biotoop in Gent, uit. Keerzijde van de medaille is wel dat biocrèches vrij duur zijn. Kwaliteit heeft ook hier zijn prijs.

Bron: Metro, 02/04/2009



"Volle kar uit biowinkel als ultieme traktatie"

"Geld moet rollen." Tv-presentatrice Evy Gruyaert laat in haar betaalkaarten kijken.

Evy Gruyaert leidt een druk leven maar wil lichaam en geest toch goed verzorgen. Haar hang naar een evenwichtig leven weerspiegelt zich in haar aankopen. 'Ik heb onlangs een Wii Fit gekocht', vertelt ze. De Wii Fit is een spelconsole van Nintendo waarmee je thuis aerobics, yoga en evenwichtsoefeningen kunt doen. 'Ik dacht dat dat speelgoed was, maar ik hoorde er zoveel over praten dat ik het zelf wilde uittesten. En eerlijk, het doet veel meer dan ik had gedacht.'

Toch blijft de Wii Fit eerder een aanvulling op het 'echte' sporten: 'Ik sport toch het liefst buiten', vertelt Evy. 'Als mijn knie niet pijn doet ga ik lopen, ik fiets ook en in de winter train ik vaak op de crosstrainer. Dat laatste is bovendien een goede manier om mijn collectie dvd's uit te kijken.' Zo om de drie dagen vult Evy haar trainingsprogramma aan met een rondje Wii Fit. 'Het leuke eraan is dat het een soort personal trainer is: het systeem houdt bij wat je doet, hoe vaak je sport en tikt je indien nodig op de vingers.'

Naast lichaamsbeweging is ook een gezonde voeding essentieel. 'Ik heb mij een aantal dagen geleden te goed gedaan aan een volle kar in de biologische voedingswinkel. Voor mij is dat een uitstap, net zoals shoppen. Zo'n volle kar kost wel wat, maar voor mij is het een heerlijke manier om mezelf te verwennen.'

In haar biologisch verantwoorde karretje zitten steevast: vegetarische worstjes, frisdrankjes van Canéo, broodbeleg met tofu en verse tuinkruiden, en droge worstjes voor haar vriend. De vegetarische worstjes gaan tussen een boterham met veel mosterd, Evy's gezonde vorm van fastfood. 'Het cliché dat biologische voeding geen smaak heeft, klopt soms, maar gaat toch ook vaak niet op. Je moet proefondervindelijk op zoek gaan naar goede producten.'

Hemelse schoenen

Evy heeft ook schoenen van Masai Barefoot Technology gekocht. 'Opnieuw nadat mensen het mij hadden aangeraden.' MBT's zijn schoenen die de heilzame werking van blootsvoets op een natuurlijke ondergrond lopen, nabootsen. 'Je spieren werken tot 20 procent meer dan met gewone schoenen en je verbruikt meer calorieën. Ik leg heel wat afstanden af in de gangen van de VRT, en met mijn MBT's is het alsof ik op wolkjes loop.' Evy's lichaamshouding en evenwicht zijn volgens haar al beter en haar knie speelt haar minder parten. 'De schoenen zijn niet goedkoop, maar ze zijn erg stevig en duurzaam.' Een verantwoorde uitbreiding van haar schoenencollectie van 150 paar. Veel tijd om uit eten te gaan heeft Evy niet, maar onlangs vond ze toch

een gaatje in de agenda om met haar maatje Alexandra naar A Food Affair in Gent te gaan. 'Ik ben momenteel aan het bouwen in de ruime omgeving van Gent en ik begin mijn toekomstige buurt wat te verkennen.' A Food Affair is een gezellig, oosters geïnspireerd restaurantje waar Evy van de sushi en Thaise wok heeft gesmuld: 'Alles is supervers en heel erg lekker. Voor een redelijk budget heb je hier echt goed gegeten.' Evy is niet zo'n caféganger, liever gaat ze naar een restaurant met eventueel een loungebar, waar ze rustig kan genieten. De meeste centen heeft Evy de laatste tijd echter aan bouwrekeningen uitgegeven. 'Een serieuze kost, maar ik zie een huis bouwen als een vorm van sparen. Tegenwoordig is dat misschien wel de beste investering. Soms doet het pijn dat je je aan een budget moet houden, maar ik ben heel tevreden met hoe het huis er zal uitzien.'

Bron: Het Nieuwsblad, 27/03/2009



De nieuwe kleur is groen

Ecologisch, biologisch, organisch. Deze woorden slaan tegenwoordig niet alleen op groente, vlees en fruit. Ze staan ook steeds vaker op de labels aan onze T-shirts, rokken en broeken. En niet alleen als ze in kleine hippe boetiekjes hangen. C&A hing tien dagen geleden de voorjaarscollectie 100% Bio cotton in de rekken. En de Bijenkorf volgt binnenkort met Pure, een collectie basics gemaakt met oog voor milieu en maatschappij. "De tijd is er rijp voor", aldus de woordvoester van de Bijenkorf. "Er is vraag naar."

"Duurzaamheid is, misschien door de economische crisis, versneld volwassen geworden", zegt Jan van der Kaaij van Between-us in Breda, een adviesbureau voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Hij is vandaag een van de sprekers op het congres 'Fairplay in Fashion', over de ecologische trend en de modebranche. "Bedrijven zien het niet als een marketingtrucje of filantropie. Met elkaar zorgen de planeet leefbaar te houden hóórt er gewoon bij."

"Crisis of niet, duurzaamheid gaat door bij driekwart van de bedrijven", zegt ook Mark Huis in 't veld, directeur van MADE-BY, dat de markt voor duurzaam geproduceerde kleding wil vergroten. Kleren van aangesloten merken (inmiddels dertig) zijn te herkennen aan een blauwe knoop. "En 20 procent van de bedrijven wil zelfs méér investeren in duurzaamheid. Het is niet een impuls van 'laten we ook eens een ecologisch T-shirt proberen', maar het is onderdeel van de bedrijfsfilosofie. Ze zijn bereid de hele collectie op te schonen, zowel op sociaal gebied, qua arbeidsomstandigheden, als op het gebied van het milieu, qua katoenteelt en verven en reinigingsmiddelen. Dat is best wat en dat gaat niet van de ene dag op de andere."

Een bedrijf waarbij het 100 procent goed is, kent hij niet. "Daar geloof ik niet in. Dan moet ook het knopje, de rits, de verpakking en alles goed zijn. Er komt zoveel bij kijken. Katoen wordt gesponnen, geweven, gereinigd, geverfd bedrukt, in elkaar gezet. Voordat het bij de consument ligt, ondergaat het zóveel behandelingen en overal heb je te maken met sociale- en milieuaspecten. Wij vinden het dan ook belangrijker te focussen op vooruitgang. Laten zien hoever de merken

zijn. De ecologische hype van de laatste jaren heeft bij consumenten tot scepsis geleid; ze denken 'zal wel' als weer iemand roept dat hij groen is."

"In kleding zie je heel veel verschillende eco-labels. De consument kan door de bomen het bos niet meer zien en de claims achter sommige labels zijn erg onduidelijk", beaamt Van der Kaaij.

"Ik denk dat rond 1 procent van alle kleding die wordt gemaakt, 'groen' is. Het is een eerste begin", zegt Niels Oskam van het vier jaar geleden opgerichte Elsewear, een organisatie die 'groen is het nieuwe zwart' als meest dominante modetrend van deze tijd promoot en eveneens een project is gestart, Clean & Unique, waarbij ontwerpers en kleine modebedrijven zich kunnen aansluiten. "Vooral voor kleine modebedrijven is het vaak lastig om de schone stoffen te vinden in de gewenste kleur en kwaliteit. En dan een kledingproducent die jouw handschrift kent en die óók nog duurzaam is."

Naast diverse adviesbureaus speelt de Amsterdamse Kamer van Koophandel, samen met de Hogeschool van Amsterdam hierop in met een onlangs opgericht instituut dat adviezen en opleidingen voor en kennis en kunde over duurzame mode en stoffen gaat leveren.

Biologische kleding had, nadat het het geitenwollensokkenimago van zich af had geschud, de naam duur te zijn. Oskam: "Het is niet zozeer duur omdat het groen is, maar omdat het exclusief is, met aandacht voor design en geproduceerd in kleine aantallen." Mark Huis in 't Veld van MADE-BY: "Het biologische katoenen garen is misschien 20 procent duurder dan conventionele katoen. Maar de katoen maakt maar een fractie van de consumentenprijs uit; er spelen ook nog zoveel andere elementen een rol."

H&M en Hema, die al langer een biologische lijn hadden, en C&A brengen hun verantwoorde kleding voor gewone prijzen. "De katoen is voor ons wel duurder om in te kopen, maar dat berekenen we bewust niet door in de prijs", aldus C&A.

Uit onderzoek blijkt dat 58 procent van de consumenten niet méér wil betalen voor verantwoorde kleding. Nog eens 35 procent wil slechts tot 10 procent meer betalen. Jan van der Kaaij van Between-us: "Als iets duurder is, moet het ook echt beter zijn willen mensen het kopen."

Niels Oskam, die binnenkort komt met vergelijkingssite 'Rank a Brand', waarop je kan zien hoe groen en verantwoord merken zijn: "Stel dat je nieuwe sportschoenen wilt kopen. Als je dan heel snel op internet informatie vindt over de merken die je toch altijd al mooi vindt, bijvoorbeeld Nike, Reebok en Adidas, en één springt eruit qua duurzaamheid, is de keuze gauw gemaakt. Ik denk dat de verkoop van verantwoorde mode dan heel snel de lucht in schiet."

Bron: De Telegraaf, 1/04/2009



"De opstand van Krielpip"

Jaren geleden werd vzw Land-in-zicht opgericht met als doel landbouwgronden vrij te kopen en te verpachten aan bioboeren, om op die manier de financiële grondlast van de bioboer zijn schouders te nemen, de opstart van nieuwe bedrijven mogelijk te maken, het land

blijvend binnen het biologisch landbouwcircuit houden, en zo een duurzamer grondbeheer mogelijk te maken. In Machelen-aan-de-Leie werd toen 4 ha land vrijgekocht door de vzw (met behulp van private leningen) waardoor wij er een nieuw biologisch-dynamisch bedrijf 'De Zonnekouter' konden opstarten, waar we nu biologische groenten telen voor een zeshonderdtal rechtstreekse klanten (van ons en onze dichte collega-bioboeren). Na 7 jaar hebben we, na vele benefiet-folkfestivalletjes, boerderijfeesten en kleine en grote milde schenkingen, genoeg bijeen vergaard om de helft van deze leningen te vervangen door schenkgeld. Schenkgeld van mensen die op die manier hun verantwoordelijkheid willen opnemen voor de grond waarop hun voedsel geteeld wordt. En nu komt de kat op het koord, de aap uit de mouw. de kip op de stok: Als volgend initiatief om de vzw te steunen (de andere helft van de leningen moet ook nog terugbetaald worden) is een leuk kinderboekje ontsproten aan het brein van Henk Coudenys (ook organisator van onze jaarlijkse folkfestivalletjes): "De opstand van Krielkip", dat verkocht wordt ten voordele van v.z.w. Land-in-zicht. (zelfs Marc De Bel is fan, en dat wil al wat zeggen!)

De Opstand van Krielkip vertelt het verhaal van een kuiken dat in het geheim opgroeit in een legbatterij. Op een dag ontsnapt ze en keert ze terug om een opstand tegen de boer te organiseren, met de hulp van de anarchistische kippen van Bioboer Coens (!) en een heleboel windeieren. En raad eens? De opstand slaagt! De Opstand van Krielkip is voorleesbaar vanaf 7 jaar (en leesbaar tot 107), werd gedrukt op recyclagepapier, heeft een harde kaft, telt 48 pagina's en tal van mooie tekeningen. ISBN 978-90-77101-063; NUR: 280; Schrijver en uitgever: Henk Coudenys; tekeningen: Lot Tissen Je kunt het boekje kopen door - een mailtje met je bestelling te sturen naar An Verboven, dezonnekouter@skynet.be - én per boekje 12 euro + 1,40 verzendingskosten (voor meerdere boekjes is het gezamenlijk verzendtarief lager; dan informeer je best even) te storten op rekening 523-0406758-15 van V.Z.W. Land-in-zicht, met vermelding: 'Krielkip + aantal exemplaren'. Het boek wordt je dan opgestuurd.

Bron: De Zonnekouter, 31/03/2009



Opdorp wil wedstrijd winnen met cursus "Tuinieren voor kinderen"

Paul Van der Wildt wil Opdorp nog maar eens een titel bezorgen. Voor de wedstrijd 'Dorp met toekomst' is zijn 'Biologisch tuinieren voor kinderen' een van de 35 geselecteerde projecten.

In het centrum van Opdorp, vlakbij de Dries en tegen het natuurgebied Diepmere aan, ligt een ruime tuin die de familie Van der Wildt ter beschikking stelt van de lokale kleuterschool. Weldra klauwen ijverige handjes er in de aarde om er te zaaien, planten en oogsten. Opdorp ontving immers 2.500 euro om er een tuinbouwproject te starten. Over enkele maanden wordt de winnaar van 'Dorp met toekomst' bekendgemaakt.

'Vorig jaar hadden we al een gelijkaardig initiatief', verduidelijkt Van der Wildt. 'Onlangs installeerden we bovendien een container als leslokaal, er is sanitair en bij regen kunnen de kinderen schuilen in een

remise. Alles is voorhanden om er de kleuters op speelse wijze te laten kennismaken met de natuur.'

Dat kan trouwens in de ruimst mogelijke zin, want niet alleen het natuurgebied wenkt, maar er zijn ook heel wat dieren en fruitsoorten te bespeuren.

Kleuters bij de les houden is moeilijk. Daarom wordt ook een grasperk ingezaaid, waar ze vrijuit kunnen ravotten.

Maar de binnentuin moet ook volwassenen aanspreken: (groot)ouders die bereid zijn om hun oogappels een handje toe te steken kunnen er tegelijk ook hun eigen kennis verrijken. Leden van de lokale tuinclub krijgen er demonstraties rond zaaien, planten en snoeien.

'De tuin wordt tot slot ook een vertrekpunt', onderstreept Van der Wildt. 'Op 24 mei vertrekt hier bijvoorbeeld een lentewandeling met een pannenkoekenbak nadien.'

Van der Wildt stelt tevreden vast dat het project aanslaat. 'We kregen al vragen uit Nederland en het zet een flink aantal mensen in beweging. En mensen op de been brengen, dat was toch een van de doelstellingen van deze wedstrijd, niet?'

Bron: Het Nieuwsblad, 2/04/2009



Sojahanddoeken winnen "cradle-to-cradleprijis"

Het West-Vlaamse textielbedrijf Clarysse Jules won de cradle-to-cradleprijis voor zijn sojahanddoeken. "Er gaat geen week voorbij of een textielbedrijf gaat failliet. Door innovatief te zijn, kunnen wij ons onderscheiden."

Het textielbedrijf is de grote winnaar van de cradle-to-cradlewedstrijd van de Vlaamse minister van Sociale Economie, Kathleen Van Brempt (SP.A). Met die wedstrijd wilde ze bedrijven, organisaties en studenten ertoe aanzetten om na te denken over een ecologisch productieproces. Bij 'cradle to cradle' moeten alle materialen die bij de productie worden gebruikt, opnieuw kunnen worden ingezet.

Gisteravond bleven vijf laureaten over: Babymatters met de 'DotPot', een soort emmertje voor baby's dat dienst doet als potje, wc-trainer en wc-opstapje; Roltex, met een volledig CO₂-neutraal dienblad dat bovendien uit plantaardige vezels is gemaakt; Saint-Gobain Gyproc Belgium, dat oud gips tot gyprocplaten verwerkt; en Wienerberger, dat bouwafval een tweede leven geeft als bouwgrondstof. Maar de grote winnaar was het West-Vlaamse textielbedrijf Clarysse Jules, dat bad- en keukentextiel maakt.

Voor al de sojabandhanddoeken van het bedrijf sprongen de jury in het oog. 'De handdoeken zijn gemaakt uit een mengeling van katoen en sojavezels', zegt bedrijfsleider Peter Bauwens. 'Die sojavezels zijn gemaakt uit het restproduct dat ontstaat bij de productie van yofu, uit sojabonen. Daardoor vormen wij geen concurrentie voor de hectaren landbouwgrond die voor voedselproductie zijn bestemd.'

De handdoeken, die iets duurder zijn dan gewone handdoeken, worden al enkele weken in Carrefour verkocht. Later zullen ze ook in andere winkels, zoals Casa, beschikbaar zijn. 'Wij denken dat we dit jaar tussen drie en vijf miljoen van de handdoeken zullen verkopen', zegt Bauwens.

Voor wie niet overtuigd is: naar het schijnt, zijn ze 'zijdezacht', maar toch absorberend. Ze drogen ook sneller dan elke andere handdoek. En al gaan ze niet eeuwig mee, 'hoe meer je ze gebruikt, hoe mooier en beter ze worden'.

'We zijn al jaren bezig met ecologisch en duurzaam ondernemen', zegt Bauwens. 'Ik denk niet dat we de prijs alleen voor onze sojahanddoeken hebben gekregen. We proberen ook efficiënt met energie om te springen. De warmte die onze compressoren vrijgeven, gebruiken wij om het gebouw te verwarmen. Wij verbruiken een miljoen liter water per dag, maar dat wordt allemaal gezuiverd en opnieuw gebruikt.'

Waarom doet hij het? 'Er gaat geen week voorbij of er gaat wel ergens een textielbedrijf failliet. De sector heeft het moeilijk. Dat verplicht je om innovatief te zijn. Het is hard knokken, maar zo kunnen we ons van andere bedrijven onderscheiden. Niet alleen in België, maar in heel Europa.'

Clarysse Jules haalt 90 procent van zijn omzet uit de export. Het is actief in 28 landen en telt 350 werknemers. 'Wij merken ook dat het de crisis is. Maar bij ons staan er geen banen op de helling.'

De winnaar krijgt binnenkort nog een workshop cadeau van cradle-to-cradle goeroe Michael Braungart. 'Ik hoop dat hij ons nog enkele tips kan geven.'

Tip: www.sojahanddoek.be

Bron: De Standaard, 31/03/2009



"Het hoeft niet perfect te zijn"

Hooglede/Sint-Jozef Hoogledenaar Roger Deleu kreeg de liefde voor het kweken van groenten, fruit en bloemen mee van thuis. Als zoon van een kleine landbouwer leerde hij met de natuur omgaan.

Roger Deleu (63) beschikt in de Delaeystraat op Sint-Jozef over drie ruime serres en een grote lap grond waar hij groenten, fruit en bloemen kweekt. De passie voor tuinieren heeft hij al zijn hele leven. Roger is burgerlijk ingenieur en werkte tot aan zijn pensioen bij de firma Mol in Sleihage. "Veel mensen hebben een tuin, maar het onderhoud ervan is bijna een last. Voor mij is het werken met planten een passie. Ik probeer zowel in mijn serres als in de grond biologisch groenten, fruit en bloemen te telen. De vruchten hoeven er niet perfect uit te zien, maar ze moeten wel lekker smaken !" Roger kweekt van alles wat een ander niet doet : asperges, artisjokken, rode biet, Japanse wijnbes, Amerikaanse blauwbes, nectarines en noem maar op. In zijn serres staan nu al diverse planten in bloei en hij moet er nauwgezet op toezien dat ze het 's nachts niet te koud hebben.

Nu Roger met pensioen is, heeft hij nog meer tijd voor zijn serres en veld. "Toen ik nog op kantoor werkte, kon ik mij 's avonds in mijn serres en tuin uitleven. Nu vul ik mijn dagen voor een groot stuk met tuinieren. Ik probeer ook gezond te leven en maak geen gebruik van sproeistoffen of groeistimulerende middelen. Alle vruchten en fruit die ik kan oogsten, worden verwerkt tot confituur of belanden in de diepvries. Mijn drie kinderen komen wat graag helpen."

Roger zou niet zonder zijn tuin kunnen. De kennis die hij al die jaren in zijn eigen tuin opgedaan heeft, wil hij graag delen met anderen. Als bezieler van de moestuinclub en voorzitter van Velt Staden probeert hij ook andere mensen warm te maken voor biologisch tuinieren en een gezonde levenswijze. Roger heeft ook bijenkorven staan. En niet alleen voor de honing : "Vorig jaar kon ik zo'n 70 kg honing oogsten, maar mijn bijtjes doen meer dan dat. Zij vervullen ook een belangrijke rol bij de bestuiving van de planten in mijn serres. Zonder hen zou ik zelf bloem per bloem moeten bestuiven."

Op zaterdag 4 april van 9.30 uur tot 11.30 uur organiseert de moestuinclub Midden West-Vlaanderen onder de vleugels van Velt een gratis toegankelijke infosessie rond het verspenen van zaailingen en verpotten van plantgoed in de serres van Roger Deleu, Delaeystraat 52, Sint-Jozef. En op maandag 1 juni is er opentuintag bij Marcel Casteleyn in de Delaeystraat 64.

Bron: Krant van West-Vlaanderen / 422 , 27/03/2009



"Rondlopende groenten"

Willy Garwig uit Diksmuide is er ieder jaar vroeg in de tuin. En het loont. "De groenten die je zelf kweekt, verschillen dag en nacht met groenten uit de winkel", vertelt hij.

Willy Garwig (71) woont samen met zijn vrouw Maria Soenen (70) in de Rozenlaan in Diksmuide. De gepensioneerde diamantslijper en voorzitter van de lokale afdeling van de Vlaamse Volkstuin heeft maar één grote hobby : tuinieren. "Ik ben al sinds mijn 16de gepassioneerd door tuinieren", vertelt hij. "Mijn vader gaf mijn broer en mij een stukje grond. Mijn broer legde een siertuin aan, ik een moestuin. Die zelfgekweekte groenten zijn heel lekker. De smaak verschilt dag en nacht met groenten uit de winkel. Onze groenten en ons fruit zijn niet geforceerd, de kweek gaat wel trager, maar wij moeten niet sproeien en krijgen betere groenten op ons bord. Wij kweken echt biologisch."

Willy teelt in zijn tuin aardappelen, sla, sjalotten, ajuinen, bonen, erwten, spinazie, pompoenen, witlof, courgetten, tomaten, maar ook kruiden zoals Romeinse kervel, rozemarijn en tijm. "Bloemkool en prei teel ik niet omdat die te veel gesproeid moeten worden en omdat ik eigenlijk geen land genoeg heb", zegt Willy. "Je moet weten dat ik al die groenten zaai en plant op een lapje van 50 m². Ik begin ieder jaar te tuinieren als het weer het toelaat. Dat is meestal begin maart. Ik begon dit jaar een drietal weken geleden al met aardappelen, sjalotten en ajuinen. Over de aardappelen legde ik wel plastic omdat er nog altijd kans op vriesweer is. Sjalotten en ajuinen kunnen beter tegen vorst. De andere groenten zijn voor later. Die mogen zeker niet geplant worden vóór de meimaand. Ik zou normaal in juli de eerste sjalotten en ajuinen moeten oogsten. Als de aardappelen klaar zijn, zal ik op die plek met bonen beginnen. Er zijn andere tuinders die al in februari beginnen met kweken, maar dat is heel vroeg. We moeten hier echt geluk hebben met het weer. Niet te veel regen, maar toch één maal per week. Juli is normaal de laatste maand om te kweken, augustus is al te laat." Willy Garwig werkt volgens het stramien van rondlopende groenten.

"Ik kweek ieder jaar de groenten op een andere plaats volgens een vaste ronde", legt hij uit.

Bron: Krant van West-Vlaanderen / 422, 27/03/2009



Bio snoep niet gezonder

Bio ligt goed in de markt, en het assortiment blijft zich uitbreiden. Ook naar voedingswaren die niet meteen bij een gezonde levensstijl horen. Recent kochten wij bij Aldi zelfs biosnoepjes. Ideaal om je kind op iets lekkers te trakteren? Toch niet, meent voedingsdeskundige Inge Coenen van voedingsinformatiecentrum Nice. «Snoep blijft snoep, op welke manier het ook gemaakt is. In de voedingsdriehoek zit het in de restgroep.» Dat het biologisch is, verandert daar dus niets aan? «Nee. Dat is een beetje het probleem: mensen denken vaak dat iets gezonder is, omdat het bio is. Maar eigenlijk slaat die benaming op de manier waarop de producten gemaakt zijn. Met de voedingswaarde heeft dat weinig te maken. Ook in biologische snoepjes zit veel suiker. Ook hier geldt dus: met mate.»

Bron: Het Laatste Nieuws, 28/03/2009



PRODUCENT - GGO

De cijfers vliegen al rond

In de aanloop naar het Bio-Congres, waar de cijfers voor de biologische sector in Nederland bekendgemaakt worden, vliegen de cijfers al in het rond.

In de krant Metro stond gisteren het volgende bericht: "Het Centrum Biologische Landbouw zag de omzet in het vierde kwartaal van 2008 groeien met 15 procent." Het is een komische en veelbetekenende vergissing dat het Centraal Bureau Levensmiddelenhandel nu wordt gepromoveerd tot biologische organisatie ... maar de volledige sectorcijfers zullen toch nog een paar dagen op zich laten wachten: tot het Bio-Congres, dat georganiseerd wordt door Biologica i.s.m. de TaskForce en Triodos Bank.

Ondertussen werd bekend dat België in 2008 25% meer heeft uitgegeven aan biologische producten. Het marktaandeel steeg daar van 1,1% naar 1,3%. Hiermee loopt België nog flink achter op Nederland, waar het marktaandeel in 2007 al 2% bedroeg. In België werden de prijsverschillen tussen biologisch en gangbaar vorig jaar kleiner. In Nederland werden de prijsverschillen volgens recente cijfers van Biofood Magazine groter in de natuurvoedingswinkel, terwijl ze in Albert Heijn kleiner werden.

Bron: Biologica.nl, 1/04/2009



Ook Duitsland zoekt meer biolandbouwers

Vraag naar en aanbod van biologische producten hebben zich sinds 2000 ver uit elkaar ontwikkeld. De grote groei van de consumptie is nooit gevolgd door een even grote groei in de productie. Tijdens Biofach werden enkele zaken op een rijtje gezet. Allerlei initiatieven werden toegelicht en de resultaten ervan werden naar voren gebracht. Het is duidelijk dat er veel aspecten een rol spelen bij de ontwikkeling van de biologische sector. Er is het landbouwkundige aspect. Kan je wel biologisch telen en is dit wel rendabel? Er is de verwerking. Heel wat producten die ingeburgerd zijn in de gangbare verwerking, zijn niet toegelaten voor de verwerking van bioproducten, dus moet men op zoek naar andere recepten of naar andere, toegelaten producten. Ook de handel speelt een voorname rol. Welke producten zijn in trek en welke niet? Moeten we basisproducten aanleveren of moeten ze eerst een verwerking ondergaan hebben? En ten slotte is er ook het politieke aspect. Steunt de overheid de ontwikkeling van bio producten, of staat ze er neutraal of zelfs negatief tegenover?

Bio scoort beter dan gangbaar op rentabiliteit

Een Duitse studie over de rentabiliteit van de biologische productie toont aan dat bio in euro per arbeidskracht een beter resultaat geeft dan de gangbare productie. En toch is het heel moeilijk om gangbare telers te overtuigen om naar de biologische productie over te stappen.

Wat zijn dan de hindernissen die men zichzelf niet ziet nemen? Er moeten te veel aanpassingen gebeuren op het bedrijf en op de bedrijfsvoering. De markt is veel te onstabiel: vandaag is er vraag, morgen wellicht niet meer. Er komt veel te veel bureaucratie bij kijken, alles is te veel vanboven af geregeld. Ik ken geen marktpartners, ik zou dus niet weten waar ik met mijn biologische producten naar toe zou moeten. En, niet het minst, er is veel meer arbeid nodig om de biologische teelten rond te krijgen.

Maar al deze hindernissen zijn relatief eenvoudig te overwinnen. Vraag het maar aan diegenen die de overstap al gemaakt hebben! Of een teler al dan niet omschakelt, ligt meestal bij die teler zelf. Telers die echt willen ondernemen, benutten de marktkansen en die zijn net aanwezig in de biologische sector.

Een heel belangrijke basis is dat men zijn eigen bedrijf eens grondig laat doorlichten door een ervaren persoon, die weet hoe de biologische sector en productie in elkaar steken. (Noot van de verslaggever: ook in Vlaanderen hebben we dergelijke personen en de overheid voorziet zelfs een financiële ondersteuning voor omschakeling.) Deze persoon laat zich in Duitsland graag bijstaan door andere marktdeelnemers (bijvoorbeeld de potentiële afnemers), de gangbare voorlichter, de landbouworganisatie. Om dit te realiseren heeft men in Duitsland een projectteam opgestart. Afnemers van bioproducten brachten een bedrag bij elkaar om 500 doorlichtingen te financieren. Er werd werk gemaakt van de opleiding van voorlichters en er is bij de landbouwers promotie gemaakt rond het aanbod van doorlichtingen.

Niedersachsen ziet marktkansen in bio

Omdat er een markt voor is, wilde Niedersachsen tegen juli 2009 60

bedrijven helpen omschakelen, die samen goed moeten zijn voor minimum 6000 ha bio-oppervlakte. Ook de sectoren werden afgelijnd: ze zochten bedrijven met suikerbieten, aardappelen, melkvee en varkens. Dit doel wilde men bereiken door de voorlichting naar bedrijven te intensiveren.

En het resultaat mag er zijn. De zoektocht heeft zijn vruchten afgeworpen, ver voor de eindmeet bereikt wordt: 13.600 ha werd aangemeld, waarvan 7300 ha akker. Daarnaast werd zo'n 33 miljoen liter melkquotum ter omschakeling opgegeven, naast nog eens 10.000 mestvarkensplaatsen. En in plaats van 60 bedrijven werden er 163 effectief doorgelicht. Een duidelijk succes dankzij een doorgedreven voorlichting.

Grondwater beschermen door meer bio landbouw

In Unterfranken wil men biolandbouw aangrijpen als stap in het beter beschermen van het grondwater. Er werd een project opgestart dat loopt tot eind 2012. Ook hier wil men de kar niet voor het paard spannen, maar vertrekken van de vraag die er vandaag al is in de markt.

Aan de landbouwers van Unterfranken werd gevraagd waarom ze niet omschakelen en ze kregen de volgende antwoorden. De bioproductie vraagt te veel arbeid. Vanwege de omschakelingsperiode duurt het ook te lang vooraleer men bioproducten kan aanleveren. Sommigen staan gewoon niet achter het idee van de biologische productie of zijn ervan overtuigd dat de vermarkting niet te organiseren valt.

Op basis van de volgende bouwstenen willen ze proberen het areaal bio toch uit te breiden. Om te beginnen zullen ze landbouwers en afnemers met elkaar in contact brengen. Daarnaast willen ze de logistiek in de keten verbeteren. Er komt voorlichting via infovergaderingen en voorbeeldbedrijven. De media worden in het gehele verhaal betrokken. Tot slot komt er een steun per ha.

Geen schokeffect bij omschakeling

Om marktonevenwichten te voorkomen, worden omschakelingsinitiatieven best niet te massaal en te kort in de tijd genomen. Niets is slechter dan opeens twintig bedrijven te hebben die omschakelen, terwijl er maar een markt is voor tien. Daarom moet men goed kijken naar de marktvraag en hierop snel inspelen. Het kan ook belangrijk zijn om de bestaande biobedrijven mee te laten groeien. Ook dat kan al een belangrijke productiestijging geven.

Besluit

Omdat men in de keten is beginnen samenwerken, lijken de verschillende initiatieven af te stevenen op een groot succes. Diverse spelers in de keten kunnen marktkansen duidelijk maken. Daarnaast is voorlichting sterk aanwezig; van hieruit vertrekt de doorlichting van het bedrijf. Ook de media worden in het verhaal betrokken en spelen een niet te verwaarlozen rol in de sensibilisering. Anderzijds mag men wel niet vooroplopen op de marktvraag en niet in alle sectoren is er vandaag extra vraag.

Bron: Boer en tuinder, nr 12

Koppelen van bedrijven blijft nodig

In het kader van nieuwe regelgeving voor de uitwisseling van mest én het algemene streven naar een regionale 100% biologische productie is het koppelen van gespecialiseerde bedrijven een goed idee. Dat blijkt ook uit het eind 2008 afgesloten koppelproject in het gebied Veluwe-IJsselvallei. In en om de Veluwe zijn veel biologische veebedrijven gevestigd, vooral legkippenbedrijven. Deze bedrijven hebben veel voer nodig en moeten veel mest afvoeren, terwijl er slechts weinig akkerbouwbedrijven in het gebied zijn.

De productie van voer van eigen bodem was in het project Koppelbedrijven een belangrijk onderwerp. Koppelen is een optie, maar veebedrijven willen toch zoveel mogelijk zelfvoorzienend te worden. Voor koeien is de productie van ruwvoer geen probleem. Lastiger is de productie van krachtvoer - dat vaak moet worden aangekocht. In het project is gewerkt aan krachtvoerproductie voor koeien, varkens en kippen.

Een ander onderwerp was het tekort aan biologische rundermest in de biologische akkerbouw. Dit tekort wordt nu nog met gangbare mest aangevuld. De akkerbouw vraagt om rundveemest vanwege de gunstige verhouding tussen stikstof (N) en Fosfaat (P2O5). In kippenmest zit veel meer fosfaat. Een idee was daarom om met de fosfaatrijke kippenmest het grasland van melkveehouders te bemesten. Hierdoor kwam rundveemest vrij voor de akkerbouw. Zo worden twee vliegen in één klap geslagen; de akkerbouw heeft zijn geliefde rundermest en de kippenmest vult het tekort aan op het gras.

Ook het mengen van mest is een optie. In 2007 is de eerste 100 ton runderdrijfmest 'gepimpt' met ongeveer 4-5 ton verse kippenmest. Zo werd mest verkregen met een N-P-verhouding van 2 op 1. Vermengde mest kan helpen de tekorten aan stikstof en fosfaat in de biologische landbouw op te lossen. De techniek is simpel en energiezuinig. Door het vele vee kan de Veluwe nooit een gesloten kringloop realiseren. In de Flevopolder is de situatie echter omgekeerd en daarom werd vanuit het project steeds meer die kant op gekeken. Een aantal projectdeelnemers met veel dieren maakte afspraken met grote akkerbouwers in de polder.

Meer informatie: Wytze Nauta, Louis Bolk Instituut,
w.nauta@louisbolk.nl

Bron: Biokennis, 2/04/2009

Biologische veredeling vraagt om duidelijke keuzes

In de biologische landbouw wordt steeds meer biologisch zaad gebruikt. Dit betekent: zaad dat gedurende een of twee jaar biologisch vermeerderd is. Dit zaad is echter van rassen die ontwikkeld zijn voor de gangbare landbouw. Een logisch vervolg is het ontwikkelen van echte biologische rassen; optimaal aangepast aan de omstandigheden op

een biologisch bedrijf. Daarvoor is biologische veredeling nodig. In de biologische landbouw is het proces belangrijk: het gaat om de landbouwmethode. Als je op dezelfde wijze naar veredeling kijkt, is de vraag: hoe ontwikkel je rassen met respect voor natuurlijke processen en de integriteit van planten?

De biologische landbouwmethode vraagt om rassen met een brede weerstand tegen ziekten en plagen, die relatief weinig mest en water nodig hebben. Veredeling is een langdurig proces, het ontwikkelen van een nieuw ras kost al gauw 10 jaar. Veredelaars zoeken daarom naar methoden die het proces kunnen versnellen of vereenvoudigen. In de afgelopen decennia zijn vele nieuwe technieken ontwikkeld die niet alleen op plantniveau werken, maar ook op cel-, weefsel- en zelfs DNA-niveau. Welke van deze technieken passen bij de uitgangspunten van de biologische landbouw? Hoe ver willen we ingrijpen in het leven?

Vanaf begin jaren negentig is veel gediscussieerd over de verschillende veredelings- en vermeerderingstechnieken. Dit heeft onder meer geleid tot een (wereldwijd) verbod op het gebruik van GGO's (Genetisch Gemodificeerde Organismen) in de biologische sector. Veredelen op plantniveau is de norm. Dit zegt echter weinig over het huidige rassengebruik. Zo is protoplastfusie, wetenschappelijk gezien een GGO-techniek, niet opgenomen in de Europese GGO-regels. Rassen die gemaakt zijn met deze techniek, vooral koolrassen, zijn voor biologische telers daardoor niet als GGO herkenbaar.

De biologische sector heeft behoefte aan strategieën om toe te werken naar een gewenst assortiment van rassen. Rassen die niet alleen de gewenste eigenschappen hebben, maar die tevens tot stand zijn gekomen met technieken die passen binnen de uitgangspunten van de biologische landbouw.

Klik [hier](#) voor het volledige artikel 'Biologische veredeling vraagt om duidelijke keuzes'.

Bron: Biokennis, 26/03/2009



Nieuwe directeur IFOAM

IFOAM, de internationale federatie van biologische-landbouworganisaties, heeft een nieuwe directeur. Markus Arbenz, een Zwitser met zeer veel internationale ervaring, vervangt de vorige directeur Angela B. Claudell.

Arbenz spreekt 6 talen en heeft werkervaring opgedaan in Zwitserland, Kyrgystan, Afghanistan, Bhutan, Bosnie, Nepal, India, Bolivia, Ivoorkust, Zuid-Afrika en Israel. Hij begint in augustus met zijn nieuwe baan. Tot dan zal interim-directeur Diane Bowen de zaken waarnemen.

Arbenz is een generalist met ervaring in veeteelt en internationale samenwerking. Hij heeft zowel gewerkt als biologische boer, als in leidinggevende rollen op sleutelposities. In een kennismakingsinterview zegt hij: "The strength and the challenge of the

organic movement is in its diversity, its proximity to our bases, our farms and our soil and our natural resources." Zie ook hier.

BioForum Vlaanderen is bestuurslid en de Vlaamse vertegenwoordiger van IFOAM-EU, de Europese afdeling van IFOAM



NL: Drie demonstratieprojecten Biologische Landbouw 2008 ontvingen steun

Van 1 september tot en met 15 oktober 2008 was de module Demonstratieprojecten Biologische Landbouw van de Regeling LNV-Subsidies opengesteld. Van de 10 ingediende aanvragen zijn er 3 goedgekeurd.

Hiermee is in totaal een bedrag van 337.692 euro aan subsidie verleend. De helft van dit bedrag is afkomstig van de EU. Van 2 november tot en met 15 december 2009 is er opnieuw een mogelijkheid om subsidie aan te vragen.

Er is subsidie beschikbaar voor projecten die gericht zijn op demonstratie van:

- De biologische bedrijfsvoering voor gangbare ondernemers, waarbij ervaringen tussen biologische en gangbare sectoren worden uitgewisseld
- Manieren van communicatie en verkoop aan de consument
- De productie, verwerking of verkoop van biologische producten waarbij kostprijsverlaging of kwaliteitsverbetering wordt bereikt
- Het opdoen van kennis en vaardigheden om één of meer niet-agrarische activiteiten uit te oefenen
- Met deze subsidie kan een impuls worden gegeven aan zowel de biologische landbouw als de consumptie van biologische producten in Nederland.

Zie voor een beschrijving van de inhoud van de 3 goedgekeurde projecten 'Niet-kerende grondbewerking', 'Biologisch kleinfruit' en 'Een korte keten van land naar klant' de site van bioKennis.

Bron: bioKennis - Wageningen UR, 27/03/2009



Wat is "verbrede landbouw" en hoe kun je het meten?

In de afgelopen jaren hebben initiatieven voor verbreding van de landbouw een hoge vlucht genomen. Zorgboerderijen, de verkoop van streekproducten, agro-toerisme en het opwekken van windenergie zijn daar voorbeelden van. Om het gesprek over verbreding op agrarische bedrijven zuiver te kunnen voeren, moet vastgesteld worden wat het economisch belang is van de verbrede landbouw. Daarvoor dient allereerst bepaald te worden wat we eronder verstaan en vervolgens, hoe we de resultaten ervan kunnen meten. Op verzoek van het ministerie van LNV heeft LEI Wageningen UR hier inzicht in gegeven. Verbrede landbouw wordt gekenmerkt door producten en diensten waarvan de toegevoegde waarde komt van een niet-agrarische activiteit, door de inzet van beschikbare productiefactoren op het agrarische

bedrijf zelf.

Naast de directe (economische) effecten op bedrijfsniveau zijn er ook indirecte effecten van verbreding. Natuurbeheer vergroot de toeristische aantrekkelijkheid van een gebied en agrarische zorgdiensten hebben effect op de totale therapiekosten van bepaalde cliëntengroepen. Deze indirecte effecten, kunnen de economische relevantie van verbreding vergroten maar gezien de complexiteit van het in kaart brengen van indirecte effecten is daar in deze studie nog niet op ingegaan. De volgende verbredingstakken zijn in het rapport nader onderzocht: zorgboerderijen, recreatie en toerisme, paardenhouderij, windenergie, streekproducten, kinderopvang en educatie. In april publiceert LEI Wageningen UR een nulmeting van de verbrede landbouw, waarin de omvang van deze bedrijfstak zichtbaar wordt.

Rapport "[Wat noemen we verbrede landbouw?](#)"; Verkenning van definities en informatiebehoeften"

Bron: LEI, 27/03/2009



Goed mestmanagement voorkomt vliegenoverlast

Goed mestmanagement voorkomt vliegenoverlast op biologische varkensbedrijven. Dit concludeert Wageningen UR op basis van een enquête onder 72% van de biologische varkenshouders.

Vervolgonderzoek naar biologische vliegenbestrijding met natuurlijke vijanden zal plaatsvinden, waarvan het effect op de vliegendruk in stallen gevolgd wordt met de plakvalmethode.

Hoe biologische varkensbedrijven omgaan met vliegenoverlast was tot nu toe onbekend. Daarom heeft Wageningen UR een enquête uitgevoerd onder leden van de Vereniging Biologische Varkenshouders (VBV) waaraan 72% deelnam. Uit de enquête is gebleken dat vliegen een dusdanig probleem kunnen vormen dat de biologische varkenshouder zijn toevlucht zoekt in de chemische bestrijding. De helft van de biologische varkenshouders geeft aan dat ze chemische middelen inzet bij de vliegenbestrijding en één op de acht bedrijven dat ze natuurlijke vijanden (sluiptwesp en/of roofvliegen) gebruikt. Om vliegenoverlast te voorkomen, kunnen veel bedrijven hun mestmanagement verbeteren. Hierbij valt te denken aan het regelmatig afvoeren van mest, het rondpompen van mest om vliegenlarven en poppen te verdrinken, en het afdekken van mestvaalten.

Daarnaast is een proefstudie opgezet met als doel om een systeem te introduceren waarmee bedrijven de vliegendruk in de stal kunnen meten. Hiervoor zijn op negen bedrijven twee meetmethoden onderzocht, namelijk de plakval en de blanco systeemkaart (spotcard) die vlakbij elkaar op verschillende plaatsen in de stallen werden opgehangen en wekelijks vervangen. Vervolgens zijn het aantal vliegen op de plakvallen en het aantal poep-/speekselstippen op de systeemkaarten geteld.

Uit deze proef blijkt dat de plakval de voorkeur heeft, omdat hiermee ook de soorten vliegen zijn vast te stellen. Wat betreft de aantallen vliegen waren de verschillen tussen de onderzochte bedrijven groot.

Het best scorende bedrijf paste een biologische bestrijdingsmethode met sluipwespen toe.

Naar aanleiding van dit onderzoek zal een proef naar biologische vliegenbestrijding met natuurlijke vijanden plaatsvinden. Het effect hiervan op de vliegendruk in de stallen zal gevolgd worden met de plakvalmethode. Verder is evaluatie van een geïntegreerde aanpak met managementmaatregelen en aanvullende (terughoudende) chemische bestrijding nodig.

Meer informatie: Monique Mul, ASG van Wageningen UR,
monique.mul@wur.nl

Klik hier voor het rapport '[Vliegenbestrijding in de biologische varkenshouderij](#)': een enquête en evaluatie van een meetmethode'

Bron: Biokennis, 2/04/2009



VERWERKER

Catering: Schrijf je in op de Grootkeukendag van BioForum Vlaanderen (update 2/04/2009)

Op dinsdag 5 mei 2009 organiseert Bioforum, Velt en Vredeseilanden samen met de Bakkerij-, Slagerij-, Hotelschool Ter Groene Poorte een symposium over ecologische voeding in grootkeukens. Wie kiest voor ecologische voeding wordt uitgedaagd om extra creatief te zijn. Sommige koks kunnen echt toveren: we maken kennis met milieubewuste bereidingen met biologische ingrediënten en seizoensgroenten, die bovendien ook nog héél lekker en gezond zijn én niet duur!

De leerlingen van de hotelschool serveren 'budget-bio-maaltijden' in de hotelschool in de bioweek begin juni 2009. In aanloop naar de bioweek brengen professionele koks: Philippe Renard, Mieke Vervecke en Geert Groffen ons een verrassend voorsmaakje: ze laten ons (letterlijk) proeven van hun know how. In de namiddagsessie voorzien we een uitwisseling van ervaringen waarbij alle deelnemers de troeven en de mogelijke knelpunten op tafel leggen. Dit initiatief vloeit voort uit het het KBS-project: Gezond eten op school. Ons motto "het jaar rond gezond van boer tot bord" kan ook u inspireren!

Inschrijven voor het symposium kan u [hier](#).

Download [hier](#) de pdf (3 pagina's) met uitnodiging, programma, inschrijvingsinformatie en voorstelling van de expert-lesgevers.

Download [hier](#) de menusuggesties voor 'budgetbio' recepten ontwikkeld door Ter Groene Poorte en Biofresh.

Let wel: met uitsluitend biologische producten werken vraagt wat voorbereiding. Daarenboven is de vraag enorm hoog in de Bioweek.

Als u nog geen ervaring hebt met bio is het misschien beter op een later moment te beginnen.

Meer info: grootkeukenstudiedag@bioforum.be



Catering: Bio in bedrijfskantine heeft beperkt effect

Het voor korte tijd aanbieden van nieuwe biologische producten in de bedrijfskantine heeft geen direct effect op de bekendheid van de nieuwe producten en maar een beperkt effect op de intentie om het product te kopen. Ook het extra promoten van een nieuw (biologisch) product in het bedrijfsrestaurant lijkt op korte termijn geen effect te hebben.

Consumenten die in hoge mate openstaan voor en betrokkenheid tonen met (nieuwe) biologische producten zullen deze beter evalueren en eerder kopen. Dat blijkt uit een onderzoek van het LEI.

In dit project is ingegaan op de vraag in hoeverre de consument de consumptie ervaring met een nieuw biologisch product in de catering meeneemt naar het eigen huishouden, en in hoeverre dit leidt tot een groeiende belangstelling voor biologische producten bij de retailer. Het LEI ontwikkelde een model om dit te toetsen en deed vervolgens een praktijkexperiment.

Resultaten

- * Het aanbieden van nieuwe biologische producten in de bedrijfskantine voor korte tijd heeft geen direct effect op de bekendheid van de nieuwe producten en een beperkt effect op de aankoopintentie van deze producten.

- * Het extra promoten van een nieuw (biologisch) product in het bedrijfsrestaurant lijkt in elk geval op korte termijn geen effect te hebben op de bekendheid van het nieuwe product en de aankoopintentie van het nieuwe product.

- * Consumenten met een hoge mate van innovativiteit en betrokkenheid op het gebied van biologische producten hebben een betere evaluatie van biologische producten en zijn ook meer geneigd zijn om deze producten te kopen.

- * Consumenten staan op zich niet negatief staat tegenover biologische producten, maar de aankoopintentie en het feitelijke aankoopgedrag is wel erg laag is. Met andere woorden, er is een discrepantie tussen houding en gedrag.

Beperking onderzoek

Bedrijfsrestaurants worden zeer regelmatig bezocht, maar de aankoop van biologische producten is laag. Enerzijds kan dit komen doordat het assortiment voor het grootste gedeelte uit niet-biologische producten bestaat, anderzijds is men wellicht ook niet altijd even goed op de hoogte of iets wel of niet biologisch is. In het onderzoek is niet gevraagd of men wist wat biologisch is.

Zie voor meer informatie het rapport Bedrijfsrestaurant als springplank: Acceptatie van nieuwe biologische producten door introductie in de catering op [de site van het LEI](#).

Bron: LEI - Wageningen UR, 2/04/2009



Comment les consommateurs perçoivent-ils le vin biologique ?

Le but de cette étude est de connaître la perception par les consommateurs du vin biologique par rapport au vin conventionnel, au vin sans sulfite et au vin en biodynamie sur la base d'une étude conduite en France et en Australie.

L'étude a été menée à partir d'un questionnaire. Dans la première partie 17 attributs qualifiant un vin sont proposés (exemples : à boire entre amis, ne donne pas mal à la tête, .), et pour chaque attribut, le répondant coche la ou les catégories de vin qu'il lui associe. La deuxième partie du questionnaire a pour but d'obtenir des données sur les caractéristiques et les habitudes de consommation de produits biologiques des répondants. L'étude réalisée en France a permis de recueillir 192 questionnaires. En parallèle, la même étude a été menée en Australie où 151 questionnaires ont été obtenus. Les résultats présentés ici concernent la France.

Plus de 94 % des personnes interrogées connaissent le vin biologique, et 52 % en ont déjà consommé. En revanche, les appellations bio-dynamique et sans sulfites sont moins connues. En effet, 58 % des répondants ne connaissent pas le vin bio-dynamique et 40% le vin sans-sulfites.

A la question de préférence et d'attraction par type de vin, 62 % des répondants citent le vin conventionnel en choix numéro un. Le vin biologique est majoritairement cité en deuxième choix.

Les personnes interrogées ne font pas de distinction entre les vins biologiques et bio-dynamique. Ces derniers sont associés à des attributs de produits haut de gamme comme « nécessite une éducation pour être apprécié », « plus cher », « innovant » et « à la mode ». Ils sont également associés à une production respectueuse de l'environnement. Le vin conventionnel est associé à un produit de consommation ordinaire, idée renforcée par l'attribut « pour ma consommation quotidienne ». Ce type de vin soutient la production locale, ce qui est peut être dû aux habitudes d'achats (caves coopératives et ventes au domaine). Il est associé à des valeurs conservatrices et altruistes : c'est un vin traditionnel, associé au terroir et que les gens aiment partager. Le vin sans sulfites est perçu comme un vin bénéfique pour la santé et avec un goût particulier. Sa consommation est plus individualiste que celle du vin conventionnel.

Les vins biologique et bio-dynamique sont associés aux mêmes idées. Ce sont des vins qui sortent de l'ordinaire, appréciés par les néophiles.

Bron: Organic-market.info, 1/04/2009



Sustainable Foods Summit Unveiled

The first-ever conference dedicated to eco-labelling and sustainability has been unveiled by Organic Monitor. The inaugural Sustainable Foods Summit will be held in Amsterdam, June 25-27. It aims to bring

together some of the most influential and key organisations involved in sustainability in the European food industry. A key feature of the summit is that it will focus on industry best-practices. A growing number of food companies are making sustainability claims, however how true are these claims and are they substantiated? The summit will give case studies of companies who have successfully and legitimately met the ethical & environmental challenges. Leading experts and organisations at the cutting edge of sustainability initiatives will present papers in a high-level forum. The premier summit will open with a dedicated session on Sustainable Pathways & Eco-labelling. The session will focus on the common pathways to sustainability via eco-labels, covering organic standards, fairtrade concepts, food miles & traceability, carbon labelling and local foods. The major organisations involved in eco-labelling - including Fairtrade Labelling Organisation (FLO), Institute for Marketecology (IMO), Rainforest Alliance, Carbon Trust and UTZ Certified - will present papers and participate in a panel discussion that looks at the future direction of eco-labels 'Sustainable pathways: convergence or divergence'. Investing in Sustainability is the focus of the second session. With sustainability intricately linked to environment and social issues, this session looks at how companies can maximise their sustainable investments. What initiatives have been successful, and how can they be measured? Some of the topics to be covered include ethical financing, investment sources, sustainable investment in developing countries, poverty eradication and government & policy initiatives. Case studies will be given from investors as well as investment recipients. One of the key speakers in this session will look at how investment can encourage sustainability in a war torn region. Nasser Abufarha of Canaan Fair Trade will highlight how investment in organic & fair trade projects has improved the lives of Palestinians in the West Bank. Other speakers in the second session are from the ethical bank Triodos Bank and AgroFair, one of the largest fairtrade companies in the world. The second day of the Sustainable Foods Summit begins with an opening address titled 'Sustainability from Farm to Fork'. The morning address sets the scene for the preceding papers that focus on Sustainable Supply Chains. With food safety and ethical sourcing becoming high on the agenda, this session looks at how companies can develop sustainable and safe supply chains for food products & ingredients. Topics to be covered include ethical sourcing & partnerships, traceability & provenance, sourcing from endangered areas, distribution pitfalls and ethical consumerism. The panel discussion will look at the possibility of gaining a competitive advantage from sustainable supply chains. Key speakers in the third session include executives from Alpro, Earthoil, Boston Consulting Group and TetraPak. The fourth session of the two-day programme focuses on the major Marketing & Industry Issues food companies face when taking the sustainability route. Case studies will be given of companies who have successfully and legitimately met the ethical & environmental challenges. Presentations will cover topics like marketing on sustainable values, building a sustainable business, ethical retailing and building consumer confidence. Deutsch See will share its experiences with sustainable seafood, whilst Starbucks will show how it has integrated sustainability into its corporate strategy. The summit

will close with a post-conference workshop aimed to help companies build sustainable supply chains. The interactive workshop looks at the major challenges companies face when developing sustainable supply chains, offering practical solutions. The Sustainable Foods Summit has been launched by Organic Monitor following its success with similar summits, seminars & workshops. Co-organised with Beyond Beauty Paris, the Natural Beauty Summit has become the premier international conference on the natural cosmetics industry since its launch in 2007.

Bron: Organic Monitor



Nieuwe kauwgum kleeft niet aan de schoenen

Een bio-afbreekbare kauwgum die niet aan trottoir of schoenen kleeft: die bestaat, en wel in Mexico.

De Chicza Rainforest Gum kun je het best omschrijven als kauwgum op grootmoeders wijze, alleen wordt kauwgum vandaag nauwelijks nog op die manier geproduceerd. Terwijl kauwgum vroeger op een natuurlijke manier elastisch gemaakt werd, is het snoepgoed de laatste vijftig jaar rekbaar dankzij synthetisch rubber. Die petrochemische oplossing maakt kauwgum ook tot de nachtmerrie van kuisploegen. Tenzij je de grove middelen inzet, krijg je het kleverige goedje in geen jaren weg. Gespecialiseerde bedrijven verdienen duizenden euro's door trottoirs van winkelstraten schoon te stomen. In België vewijdt APP Allremove enkele duizenden kilo's kauwgum per jaar. In Leuven bijvoorbeeld verwijderde het bedrijf vier jaar geleden 200.000 kauwgumvlekken uit de Bondgenotenlaan voor een bedrag van 60.000 euro. Het stationsperron in Gent werd gereinigd voor ongeveer hetzelfde bedrag.

Maar die problemen zouden binnenkort voltooid verleden tijd kunnen worden. De gomboeren van het Mexicaanse schiereiland Yucatan herstelden het aloude basisingrediënt van kauwgum in ere. De oerkauwgum waar de Maya's eeuwen geleden al op kauwden, is de gom uit de chicozapoteboom.

De Mexicaanse boeren die Chicza ontwikkelden, winnen vandaag opnieuw het rubberachtige sap in het regenwoud. Het grootste voordeel daarvan is dat een uitgekauwde gum niet aan kleren of vloeren kleeft. De kauwgum is zelfs helemaal biologisch afbreekbaar: binnen de zes weken is het snoepgoed helemaal weg, opgelost in water of in de bodem geabsorbeerd.

Volgens Annik Wauters, marketingmanager in België van kauwgummerk Sportlife, is het kleven van de kauwgum een van de uitdagingen van de kauwgumindustrie. Toch ziet ze ook nadelen aan de natuurlijke gom. 'Het product is niet voldoende voorradig om op grote schaal kauwgum te kunnen produceren. Wij hebben er in het verleden al mee geëxperimenteerd, maar de kwaliteit bleek niet constant en het product bleek bovendien niet lang houdbaar. Dus werken wij voorlopig met een mengeling van natuurlijke en synthetische gom. Met Sportlife Explode proberen we op een andere manier een milieuvriendelijk antwoord te formuleren met gumwrappers. Dat zijn kleine papiertjes om je kauwgum te verpakken voor je hem weggooit', zegt Wauters.

Voorlopig is Chicza Rainforest Gum alleen te krijgen in de winkels van de Britse keten Waitrose. In België is de nieuwe kauwgum nog niet op de markt.

Bron: Het Nieuwsblad, 1/04/2009



Geen concessies aan duurzaamheid

Hoe controleer je of een biologische koffie- en theeketen vrij is van kinderarbeid? En of de oogst wel net zo duurzaam wordt verwerkt als de fabrikant claimt?

Vandaag praat de Sociaal-Economische Raad (SER) tijdens een congres met ondernemers over de Verklaring Internationaal Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen. Op de agenda staat de vraag hoe ondernemers handen en voeten kunnen geven aan dit vorig jaar door de SER opgestelde lijstje richtlijnen. Het belangrijkste adviesorgaan van de overheid riep toen het bedrijfsleven op actief invulling te geven aan de wijze waarop zij met verantwoord ketenbeheer omgaan.

Drie voorlopers op het gebied van duurzaamheid geven hier alvast een voorschot. 'We doen wat de klant wil', vat directeur Wim Heijboer van Spijkstaal Elektro zijn invulling van verantwoord ondernemensamen. 'Natuurlijk hebben we last van de economische crisis. We leveren elektrische voertuigen voor intern transport, onder meer aan de auto-industrie. Die bedrijven hebben wel iets beters aan hun hoofd dan de vraag of ze nog een elektrotractor zullen kopen.'

'We kunnen dat omzetverlies opvangen met nieuwe projecten. Zo bouwen we op dit moment een prototype van een elektrische vuilniswagen en werken we samen met een aantal andere Nederlandse bedrijven aan een automatisch geleid vervoerssysteem. Dat is voor een stad in de Verenigde Arabische Emiraten die volledig CO2-neutraal moet worden.'

'Concessies doen aan duurzaamheid is voor ons geen optie. We doen gewoon wat onze klanten eisen. We werken veel met de overheid en met bedrijven die met de overheid werken. Die eisen een duurzame toeleverancier. Van Gansewinkel eiste bijvoorbeeld zelfs dat hun nieuwe vuilniswagen volledig volgens via het "cradle-to-cradle"-principe gemaakt zou worden. Dus moest de cabine van staal en niet van kunststof zijn.'

'Door de eisen van de eindgebruikers wordt de hele keten van toeleveranciers duurzaam. Controleren doen wij dat overigens nog niet. Onze toeleveranciers leveren stuk voor stuk ook aan de automotive-industrie en daar gelden al heel strenge eisen. Ik vertrouw er dus op dat dat wel goed zit. We hebben zojuist het ISO 9001-2008 certificaat gehaald. Dat houdt in dat je producten, je processen en je toeleveranciers aan strenge eisen moet voldoen. Slechts een klein percentage van de bedrijven heeft dat certificaat.'

'We kunnen nog meer doen aan duurzaamheid, maar honderd procent duurzaamheid is niet haalbaar. Economische aspecten hebben een hoge prioriteit. Maar zeg nou zelf: we hebben een besparing op onze milieubelasting van 60% gerealiseerd. De CO2-uitstoot is met ruim 60% verminderd. Een mooi resultaat. Waar houd je op?'

'Van Gansewinkel wil een wagen gemaakt via cradle-to-cradle'

Naam: Wim Heijboer (57) Bedrijf: Spijkstaal Elektro Activiteit:
fabricage van elektrische transportvoertuigen Omzet: euro 9 mln
Duurzaam: 'Voor de helft'

'We waren heel voorzichtig met de verwachtingen voor dit jaar. Maar de koffie- en theeverkopen gaan erg goed. Simon Lévelt zit op hetzelfde niveau als vorig jaar. Ik denk dat mensen minder uitgaan, maar zich thuis wel kwaliteit gunnen. Je ziet dat de omzet van supermarkten zelfs stijgt.'

'Een kwart eeuw waren we vooruitstrevend duurzaam, nu lopen we gewoon in de pas met anderen. Het is erg moeilijk om nog grote sprongen te maken als je al heel veel doet. Iets meer dan de helft van onze koffie en thee is biologisch geproduceerd. Een gedeelte van het assortiment is ook Max Havelaar-gecertificeerd.'

'We blijven kijken naar nieuwe projecten. Zo besloten we dit jaar koffie rechtstreeks in de container te vervoeren en niet eerst te verpakken in balen. Daardoor kunnen we meer transporteren met dezelfde CO2-uitstoot. Het gaat maar om een paar procenten, maar iedere stap is er één. Verder leiden we nu 6000 Oegandese boeren op om biologisch te produceren.'

'Duurzaamheid kent zijn grenzen in dit bedrijf. We zijn in eerste instantie een koffiebranderij en theepakkerij. Geen bedrijf dat gespecialiseerd is in duurzaamheid. Zo mag die duurzaamheid ons assortiment niet in hoge mate gaan beperken. We gaan niet de Braziliaanse koffie schrappen omdat die niet biologisch is.'

'Het is lastig te controleren hoe verantwoord de koffie wordt gemaakt. Natuurlijk checken we onze koffie en thee steekproefsgewijs op pesticiden. En we bezoeken onze producenten in onder meer India ieder jaar een paar dagen.'

'Maar of er daardoor gegarandeerd bijvoorbeeld geen kinderarbeid aan te pas komt, dat weet je niet. Gelukkig kennen we de meeste toeleveranciers en zijn de meeste producenten al generaties lang met liefde aan het werk. Ik durf er dus wel mijn hand voor in het vuur te steken.'

'We doen in eerste instantie in koffie, niet in duurzaamheid'

Naam: Mikkelt Levelt (39) Bedrijf: Simon Lévelt Activiteit:
koffiebranderij en theehandel Omzet: euro 10 mln Duurzaam: 'Meer dan de helft van de producten'

'Dekker Hout staat in de top 3 van Europese bedrijven die gecertificeerd hardhout produceren. Het FSC-certificaat (van het Forest Stewardship Council, red.) resulteert in een eerlijke prijs en goede werkomstandigheden voor alle werkers, van houtkappers tot transporteurs en voorkomt schade aan bossen.'

'Maar ik zou niet volledig kunnen overstappen op hout met een duurzaamheidscertificaat, zelfs niet als het beschikbaar was. Twee vijfde van mijn hout heeft nu een certificaat, dat is het maximum dat ik

momenteel kan afnemen. De rest is traditioneel geproduceerd. Dat vind ik jammer. Maar anders zou mijn omzet halveren.'

'Een vijfde van mijn afzet gaat naar de retail. Het zijn bouw- en tuinzaken die aan consumenten leveren. Die willen best verantwoorde artikelen kopen. De rest zet ik af bij bouwbedrijven en de industrie. Deze sectoren zitten veelal niet te wachten op duurder hout. Nog niet zo lang geleden heeft FSC Nederland, waarvan ik bestuurslid ben, wel convenanten gesloten met woningcorporaties, gemeentes en bouwbedrijven voor het gebruik van onder andere kozijnen met FSC-hout.'

'De echte klappen krijgen we waarschijnlijk in de tweede helft van dit jaar. Dan worden de effecten van het verminderde bouwvolume voelbaar. Ondertussen proberen we onze producten voor lagere prijzen op de markt te brengen. In Bolivia beheert Dekker Hout bijvoorbeeld bossen, zagerijen en de industrie. Hierdoor zijn er geen problemen met corruptie en zitten er niet veel tussenpersonen in het proces die winst willen halen op corrupt zijn.'

'Ook als fsc-hout niet duurder is, wil niet iedereen het hebben. Als ik een aannemer een verantwoorde houtsoort aanbied als goede vervanger voor een traditionele geproduceerde soort voor dezelfde prijs zegt hij vaak: te onbekend. De klant wil geen Almendrillo FSC, maar gewoon Bankirai.'

'De klant wil geen Almendrillo FSC, maar Bankirai'

Naam: Robert Jan Dekker (40) Bedrijf: Dekker Hout Activiteit: import, export en verwerking van hout en houtproducten Omzet: euro 100 mln Duurzaam: '40% van het hout, meer gaat nu niet'

Bron: Het Financiële dagblad, 2/04/2009



Colofon

De BioForum Bioknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen, de koepelorganisatie voor de biologische landbouw en voeding. Deze knipselkrant verschijnt wekelijks met actuele informatie over de nationale en internationale biosector. De berichten worden zonder tekstwijziging (hooguit ingekort) geknipt en geplakt, met vermelding van hun bron. Samenstelling: Geertje Meire & Peggy Verheyden. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan geertje.meire@bioforum.be of peggy.verheyden@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 2200 relaties binnen de sector, de overheid en sympathisanten van de bioweek.