



BioForum VLAANDEREN
BIODIVERSITEITSLABORATOIRE VAN DE BIOTECNISCHE LANDBOUW EN HANDELSKUNDE

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

bio **ZOEKT BOER**
* een gezamenlijk initiatief van Biovrienden, ABC en BioForum

2010
 Waar draait het om?

BioForum Bioknipsels 59 - 22 juli 2010

De Europese Commissie geeft in een nieuw rapport cijfermateriaal vrij over de biologische landbouw. Het bioareaal in de EU neemt sterk toe en bedroeg in 2008 7,6 miljoen ha. Rundvee, schapen, geiten en kippen worden frequent biologisch gehouden. De consumptie van bio neemt fors toe. Biologische bedrijven zijn gemiddeld groter dan hun concurrenten en bioboeren blijken ook jonger dan de bedrijfsleiders van gangbare landbouwbedrijven. Dat betekent dus hoop voor de toekomst in tijden van economische crisis!

Veel leesplezier,
 BioForum Vlaanderen

Het doel van de Bioknipsels is weer te geven in welke mate en met betrekking tot welke thema's bio in de algemene en gespecialiseerde pers aan bod komt. De Bioknipsels vertolken dus niet het standpunt van BioForum Vlaanderen, tenzij zij worden aangeduid met dit logo:

BioForum 

ALGEMEEN

- [Verkoop bio blijft stijgen](#)
- [100 km stappen...](#)
- [Kinderdagverblijf serveert enkel nog vegetarisch](#)
- [De komkommertijd is ook bessentijd](#)
- [Ozzy Osborne pleit voor levensstijl met biologische voeding](#)

PRODUCENT

- [Europa kiest weg van minste weerstand bij goedkeuring van ggo's](#)
- [Areaal biologische landbouw in de EU groeit sterk](#)
- [Fors minder Q-koorts bij biologische geiten](#)
- [NL - Handboek Bio](#)

- [Wakker dier: "Meer varkens in de modderpoel"](#)

VERWERKER

- [The Bio-Hotel Balance in Wallis](#)
- [Taifun – more than tofu](#)

VERKOOPPUNT

- [Toename biologische wijnen in Franse supermarkten](#)
- [Renaissance of owner-managed shops](#)

ALGEMEEN

Verkoop bio blijft stijgen

12/07/2010 - De bestedingen van de Belgische gezinnen aan biologische producten, opgemeten door GfK Panelservices Benelux voor VLAM, stijgen, ondanks de crisis, ook verder in 2010. Gemiddeld groeide de totale biobesteding (verse voeding) in het eerste kwartaal 2010 met 20% in vergelijking met hetzelfde kwartaal in 2009. De groei was het sterkst in de verstedelijkte gebieden (vooral Brussel), bij de jonge alleenstaanden (>40 jaar) en bij de welgestelden (gezinnen met kinderen en gepensioneerden met hoger inkomen).

De minder welgestelden (gezinnen met kinderen en gepensioneerden met beperkt inkomen) schroefden in het eerste trimester van dit jaar hun biobestedingen fors terug.

Het marktaandeel van bio (selectie voor VLAM) is ook stijgend en kwam in het eerste kwartaal 2010 uit op 1,7%. Het marktaandeel van biozuivel ligt rond het gemiddelde met 1,6%. Het grootste marktaandeel hebben de biologische vleesvervangers (bijna 24%). Het kleinste marktaandeel hebben de biovleeswaren (0,4%).

Voor de plantaardige bioproducten (2,3% marktaandeel), met de biogroenten op kop, blijven het uitstekend doen. De biogroenterayon wist ook in het eerste kwartaal 2010 meer kopers aan te trekken.

Het aandeel van ‘speciaalzaak, natuurvoedingswinkel en overige’ groeide in de periode april 2009 tot maart 2010 lichtjes verder tot 30,6%. De klassieke supermarkt blijft het grootste kanaal met ruim 48% maar verliest wel wat marktaandeel aan hard discount.

100 km stappen...

Beste vrienden, kennissen, suikertantes ;-)

Ik heb een ongewoon verzoekje... Eind augustus stap ik 100 km met enkele collega's. Met een team van 4 vrouwen stappen we 100 km in maximaal 30u doorheen de Hoge Venen en omstreken.

We doen dat niet zomaar. We doen mee aan de Oxfam Trail Walk. Elk jaar worden wereldwijd op prachtige plekken verschillende 100km-tochten uitgestippeld. Teams van 4 personen worden uitgedaagd deze tocht als team af te leggen in maximaal 30 km. En om sponsorgeld te verzamelen ten voordele van de projecten van Oxfam Solidariteit. Dat is een organisatie die via projecten en ondersteuning enerzijds en via lobbywerk anderzijds, tracht onrecht en armoede uit de wereld te helpen.

Met onze deelname willen we mee de boodschap van Oxfam Solidariteit uitdragen. En uiteraard zijn wij ook gevallen voor de sportieve uitdaging (nu noem ik het nog sportief, maar binnen enkele weken eerder 'gekkenwerk'). 100 km in 30u, dat is flink doorstappen en weinig slapen en je ondertussen afvragen waar je in godsnaam aan begonnen bent. We hebben een eerste trainingstochtje achter de rug, 35 km op een zonnige zaterdag aan een stevig tempo van 5,8 km per uur (want de 'Hoge Venen, ça tue' - we moeten de eerste 50 km op maximaal 10u afleggen of we worden uit de wedstrijd gezet). Om maar te zeggen, ik zal nog heel wat afwandelen deze zomer!

Dus, kijk eens in je portemonnee voor wat verdwaalde euro's. Of 'spaar' een fiscaal attest bijeen voor het goede doel. Je doet er ons, stappers, én heel wat mensen in het zuiden, een groot plezier mee!

Dank en graag gauw tot ziens.

Misschien kom ik deze zomer wel eens voorbij gewandeld ;-)

Groet!

Petra

0494 50 02 19

Praktisch: ons team heet "bioboots" - we zijn team nr 112 en je vindt ons

en een hoop informatie, terug op deze site: www.oxfamtrailwalker.be

Je kan een bedrag storten via de site: je zoekt ons team en klikt dan op "schenk" in de rechter kantlijn en verder volg je gewoon de instructies. Heel erg bedankt!!!

BioForum  , 19/07/2010



Kinderdagverblijf serveert enkel nog vegetarisch

In mei 2009 zorgde de stad Gent voor een primeur door donderdag uit te roepen tot officiële Veggiedag. Kinderdagverblijf De Biotoop in Gent gaat nog een stap verder: vanaf nu krijgen baby's en peuters alleen nog

vegetarisch voedsel voorgeschoteld. Kinderarts Myriam Van Winckel van UZ Gent meent dat vegetarisch eten niet noodzakelijk slecht is voor een opgroeiend kind op voorwaarde van voldoende variatie in de maaltijden.

"Tot vorige maand kregen de baby's en peuters op drie van de vijf weekdays een middagmaal zonder vlees of vis", zegt Stefanie Meuleman van kindercrèche De Biotoop in Gent. "Maar omdat we onze biologisch-ecologische visie nog consequenter willen realiseren, beslisten we alleen nog vegetarisch voedsel aan te bieden".

"Vochtige wegwerpdoekjes zijn hier uit den boze en we proberen alleen met wasbare luiers te werken, een vegetarisch menu voor de kinderen moet onze voetafdruk verder verkleinen", legt Meuleman - zelf een gediplomeerde biologe - uit. "Er is niet alleen minder landbouwgrond nodig voor de productie van plantaardig voedsel, de veeteelt is ook verantwoordelijk voor een belangrijk deel van de uitstoot van broeikasgassen".

"Uitsluitend vegetarisch eten, is niet noodzakelijk slecht voor een opgroeiend kind", zegt kinderarts Myriam Van Winckel van het UZ Gent. "Het belangrijkste is dat er een evenwichtige maaltijd met voldoende variatie wordt aangeboden. Veganisme raadt Van Winckel wel af voor kinderen. Dat is het weren van alle dierlijke producten zoals melk, eieren en kaas".

Voedingsdeskundige John Van Camp van de Universiteit Gent wijst er wel op dat de noodzakelijke voedingsstoffen in vlees - zoals ijzer, eiwitten en vitamine B12 - makkelijker worden opgenomen door het lichaam. "Ze zijn lichter verteerbaar dan de varianten die in groenten zitten".

Het vegetarisch menu van de kinderen kost de ouders wel een flinke duit. "Wij vragen 620 euro per maand omdat biologisch gekweekt voedsel drie keer duurder is dan gangbare producten in de supermarkt", zegt Meuleman. Kind en Gezin, dat De Biotoop erkent, voert geen speciale promotie voor het initiatief, maar heeft er wel bewondering voor. "De Biotoop maakt het zich echt niet gemakkelijk".

Bron: Het Nieuwsblad, 19/07/2010



De komkommertijd is ook bessentijd

Om in de volgende winter te kunnen nagenieten van deze zomer is het aangeraden van nu al je voorbereidingen te treffen. Confituur maken, fruit voor smoothies, milkshake en taarten invriezen, eventueel sap maken. Het is nu de moment.

Wie geen vruchten in eigen tuin heeft of eens iets anders wil, kan terecht in de zelfpluktuin in onze gemeente. Deze is open op maandag,

woensdag, vrijdag en zaterdag van 9u tot 19u, vanaf eind juni tot eind september.

Er is voor elk wat wils. Volgens het seizoen zijn er bramen, frambozen, rode, witte, blauwe, zwarte en kruisbessen, druiven, kersen, krieken, oude appel- en perenrassen, hazel- en okkernoten. Je mag eerst eens proeven van het biologisch geteeld fruit en dan plukken wat je lekker vindt. In plukemmers kan je je oogst vergaren. Je betaalt voor wat je zelf geplukt hebt aan een lichte prijs. Nadien kan je dan thuis aan de slag. Breng liefst je eigen verpakkingen mee.

Deze biologische landbouwers dragen zorg voor een evenwichtig, gezond leefsysteem. De producten bevatten meer vitaminen en mineralen, en minder schadelijke stoffen. Ze versterken de weerstand van mens en dier. Bovendien heeft bio een lekkere smaak.

Het kleinfruitbedrijf PurFruit bevindt zich op het eiland tussen de oude en de nieuwe Leie. Je kan er een ontspannen vakantiedag doorbrengen in de vrije natuur. De toegang is gratis. Uitrusten kan op het zonnige plukterras met een puur sapje of koffie met een stukje blauwebessentaart.

Meer info vind je op www.purfruit.com

PurFruit, Neerhoek 7, 8720 Dentergem, 09 388 37 74

Tussen fietsknooppunt 97 en 95 vind je de Neerhoek.

Het Nieuwsblad online, 21/07/2010



Ozzy Osborne pleit voor levensstijl met biologische voeding

Rocker Ozzy Osbourne is overgestapt op biologische voeding. Ook doet hij oefeningen om zichzelf gezond te houden. De 61-jarige Ozzy eet geen junkfood meer en probeert juist alleen biologische producten te eten. "Ik wil geen junkfood meer. Dit kan ik natuurlijk makkelijk zeggen, aangezien ik het kan veroorloven om biologische eten te kopen. Niet iedereen kan dit echter opbrengen," zei hij.

Bron: BioFood Online, 14/07/2010



PRODUCENT

Europa kiest weg van minste weerstand bij goedkeuring van ggo's

15/07/2010 - De Europese Commissie slaagt er niet in om een degelijk beleid te voeren op vlak van ggo's. In plaats van een antwoord te bieden op de vraag naar een betere evaluatie van nieuwe ggo-teelten, kiest ze voor een beleid waarbij ze de kritische stem van een aantal lidstaten voorgoed wilt breken. BioForum Vlaanderen betreurt deze gang van zaken ten zeerste.

De Europese Commissie heeft een halfslachtige oplossing gevonden voor haar probleem. Ze zit ermee verveeld dat ze er al jarenlang nauwelijks in slaagt om nieuwe ggo-teelten goed te keuren. Vooraleer een nieuwe teelt mag plaats vinden op Europese bodem, moet volgens een richtlijn van 2001 aangetoond worden dat het ggo geen bedreiging vormt voor het leefmilieu. De EFSA, de Europese Voedselveiligheidsautoriteit, draagt de verantwoordelijkheid voor die evaluatie. Sedertdien zijn twee ggo's goedgekeurd. Enerzijds Monsanto's ggo-maïs MON810 en anderzijds BASF's aardappel, Amflora. Zeker de goedkeuring van de laatste is te snel en onder zeer dubieuze omstandigheden gebeurd, wat heel wat maatschappelijk protest heeft teweeg gebracht over heel Europa (zie ook eerdere berichten van BioForum Vlaanderen daaromtrent).

Kern van het probleem is dat de huidige erkenningsprocedure onvoldoende rekening houdt met een aantal factoren, zoals bijvoorbeeld de langetermijneffecten op het milieu en de effecten in het algemeen op de verschillende ecosystemen in de EU. Sommige landen tillen daar – terecht – zeer zwaar aan, wat leidt tot jarenlange discussies. Ze verzetten zich niet alleen op Europees niveau tegen een ondoordachte erkenning, maar indien onvoldoende rekening wordt gehouden met hun bezwaren, verbieden ze de teelt op het eigen gebied. De teelt van MON810 is verboden in Frankrijk, Duitsland, Griekenland, Oostenrijk, Luxemburg en Hongarije, die van de Amflora aardappel is niet toegestaan in Hongarije, Luxemburg en Oostenrijk.

In 2008 riep de Europese Raad van Milieuministers tijdens het Franse Voorzitterschap de Commissie op om eindelijk 's werk van te maken van een degelijk evaluatiekader.

Op 13 juli 2010 kwam dan eindelijk het antwoord van de Commissie. Zij wilt vooral de erkenningsprocedure versnellen. Om dit mogelijk te maken krijgen lidstaten iets meer ruimte om de ggo-teelt op eigen grond te verbieden op voorwaarde dat... die lidstaten hun verzet tijdens de erkenningsprocedure laten varen. In plaats van de koe bij de hoorns te vatten en eindelijk werk te maken van een degelijke procedure, tracht de pro-ggo-gezinde Commissie Barroso hiermee het verzet te breken. Op die manier blijft ze falen om het voedsel, veevoer en biodiversiteit te beschermen. Niet de oorzaak, wel de – voor de Commissie – ongemakkelijke gevolgen worden aangepakt, zodat de ggo-industrie rustig haar gang kan gaan. Met de vraag uit de Raadsconclusies van 2008 wordt niets gedaan.

En daar komt nog 's bovenop dat de kritische landen op een vals spoor worden gezet. Ze krijgen nog steeds niet het recht om de teelt te verbieden op grond van belangrijke milieu- of gezondheidsoverwegingen. Het kan wel op grond van ethische factoren, maar dat is juridisch moeilijk te onderbouwen en zal quasi zeker aanleiding geven tot ellenlange gerechtelijke procedures. Komt daarbij dat kritische lidstaten ook vandaag al bepaalde juridische gronden hebben om de teelt op eigen bodem te verbieden, waar ze ook al gebruik van maken. Is het opgeven van het democratische recht om een

kritische stem te laten horen, dan niet een wat te dure prijs?

BioForum Vlaanderen en haar koepel IFOAM EU group hebben – net zoals de Europese milieubeweging – ernstige bedenkingen bij deze gang van zaken. We zijn wel voorstander van ggo-vrije regio's, maar dit mag niet ten koste zijn van een voldoende grondige evaluatie. Bij het al dan niet toestaan van ggo's in Europa moeten milieu en gezondheid primeren. Indien daar geen sluitende garanties voor zijn, dan moet het voorzorgsbeginsel gelden. Samen met de Belgische milieubeweging heeft BioForum de bevoegde ministers hierover aangesproken.

Het debat is nog niet ten einde. Het voorstel van de Commissie vergt deels een aanpassing van de Europese richtlijn van 2001. Zowel de Ministerraad als het Europese Parlement moeten nog goedkeuring geven over deze zgn. hernationalisering.

Klein lichtpuntje is dat de Commissie de lidstaten het recht zal geven om maatregelen te treffen zodat besmettingen ver onder de 0,9% zouden blijven, indien de 0,9% besmetting bepaalde economische sectoren (zoals de biosector) in de problemen zou kunnen brengen. BioForum Vlaanderen zal niet nalaten om de minister daar – in het kader van de op til zijn co-existentiebesluiten – op aan te spreken.

BioForum  , 15/07/2010



Areaal biologische landbouw in de EU groeit sterk

De Europese Commissie geeft in een nieuw rapport cijfermateriaal vrij over de biologische landbouw. Bioboeren blijven met 1,4 procent een minderheid in de EU. Het bioareaal in de EU neemt wel sterk toe en bedroeg in 2008 7,6 miljoen ha. Rundvee, schapen, geiten en kippen worden frequent biologisch gehouden, varkens blijven met 0,5 procent van de EU-populatie achter. De consumptie van bio neemt fors toe.

'An analysis of the EU organic sector' is een update van de beschrijving van de biologische landbouw in de EU zoals die in 2005 reeds gebeurde. Uit het nieuwe overzicht blijkt dat het areaal voor biologische landbouw in de EU tussen 2000 en 2008 gegroeid is van 4,3 tot 7,6 miljoen ha. Dat is een toename met 7,4 procent per jaar en met 20 procent per jaar indien enkel gekeken wordt naar de 12 oude lidstaten.

In Oostenrijk neemt het bio-areaal 15,5 procent in van de totale landbouwoppervlakte en ook vier andere lidstaten hebben een bio-areaal dat 9 procent of meer bedraagt van hun totaal areaal: Tsjechië, Estland, Letland, Oostenrijk en Zweden. In absolute cijfers zijn het vijf andere lidstaten die samen goed zijn voor bijna 57 procent van het biologisch areaal in de EU: Spanje (1,13 miljoen ha), Italië (1 miljoen ha), Duitsland (910.000 ha), het Verenigd Koninkrijk (720.000 ha) en Frankrijk (580.000 ha).

Van het totale biologische areaal werd 47,1 procent in 2006 ingenomen door permanent grasland. Dat is aanzienlijk meer dan in de gangbare landbouw waar permanent grasland 30,3 procent van het landbouwareaal beslaat. De meer extensieve productiewijze in de biologische veehouderij heeft nood aan meer grasland per rund. Bij de akkerbouwgewassen zijn granen veruit het belangrijkste met 1,2 miljoen ha in 2007, dat is 18,4 procent van het totale biologische areaal. De grootste graanproducenten zijn Italië en Duitsland. Groenten werden vooral in de EU-15 geteeld op een areaal van ongeveer 90.000 ha.

De dierlijke biologische productie laat een snelle groei zien van dieren die met gras gevoed kunnen worden (rundvee, schapen en geiten). Het biologisch houden van varkens en kippen wordt bemoeilijkt omdat granen en eiwitten noodzakelijk zijn in hun voederrantsoen. In totaal is 2,7 procent van de runderen in de EU gecertificeerd als biologisch, wat neerkomt op 2,4 miljoen dieren. Duitsland is de grootste producent van biomelk met meer dan 100.000 biologische melkkoeien. De landen met het grootste aandeel biologisch melk- en vleesvee zijn evenwel Oostenrijk (15,6%), Denemarken (9,6%) en Italië (3,2%).

Het aantal schapen en geiten dat biologisch wordt gehouden, bedraagt 3,5 en 5 procent van de volledige EU-populatie. Schapenhouders in zowel Italië als het Verenigd Koninkrijk houden in totaal 850.000 dieren, waarmee zij 52 procent van de totale biologische schapenpopulatie in de EU voor hun rekening nemen. 19 miljoen kippen werden in 2007 biologisch gehouden, waarvan er zes miljoen gehuisvest waren in Frankrijk. Duitsland is met 200.000 varkens op een totaal van 900.000 de grootste producent van biologisch varkensvlees. Slechts 0,5 procent van alle varkens in de EU wordt biologisch gehouden.

In 2008 produceerden 197.000 bedrijven in de EU biologisch. Dat is 1,4 procent van het totaal aantal landbouwbedrijven in de EU-27. In Roemenië en Bulgarije zijn de bio-boeren het kleinst in aantal (minder dan 0,1%). Oostenrijk voert de EU-lijst aan met 12,2 procent van de landbouwers die biologisch produceren.

Biologische bedrijven zijn gemiddeld groter dan hun concurrenten. Gemiddeld zijn gangbare bedrijven 13 hectare groot in de EU-27 en biologische bedrijven 38 hectare. Bioboeren blijken ook jonger dan de bedrijfsleiders van gangbare landbouwbedrijven: 56 procent van de gangbare boeren is ouder dan 55, terwijl dit maar 36 procent is van de bioboeren.

In 2007 waren er naar schatting ongeveer 33.800 gecertificeerde verwerkers van biologische producten. De consumptie van biologische voedingsmiddelen neemt toe in de EU, ook al blijft het maar twee procent uitmaken van de totale voedselconsumptie in de EU-15. In de 15 oude lidstaten gaven consumenten in 2006-2007 14,4 miljard euro uit aan biologische voedingsmiddelen. Meer dan 80 procent van dat bedrag werd besteed in vier lidstaten: Duitsland, het Verenigd

Koninkrijk, Frankrijk en Italië.

In de vier grootste markten voor bioproducten wordt spectaculair meer bio gekocht: de consumptie van biologische producten neemt elk jaar met 18,1 procent toe in Frankrijk, met 14 procent in Duitsland, met 8,7 procent in Italië en met 11,9 procent in het Verenigd Koninkrijk. Door de economische crisis in 2009 viel de consumptie in het Verenigd Koninkrijk met 13,6 procent terug, maar bleef die stabiel in Duitsland en kon zelfs nog groeien in Frankrijk en Italië.

Bron: Vilt, 20/07/2010



NL - Fors minder Q-koorts bij biologische geiten

De biologische geitenhouderij sprong er positief uit gedurende de Q-koorts epidemie. Het percentage besmette bedrijven lag er namelijk een factor 4 lager dan bij de gangbare bedrijven. De biologische boeren zijn ervan overtuigd dat de lagere besmetting direct te maken heeft met een hogere weerstand van de geiten tegen dierziekten. Biologisch geitenhouder Gerrit Verhoeven: “De geiten hebben meer weerstand omdat ze naar buiten gaan, elke dag lekker grazen in de wei. Elke dag lekker zon, frisse lucht, veel gras en hooi, daar worden onze geiten sterk en vrolijk van. Zo worden ze minder snel ziek en heb je minder medicijnen nodig. Het is tijd dat Nederland dit hoort.

Bron: De Groene Geit, 9/07/2010



NL - Handboek Bio

Begin volgend jaar de eerste editie van het Handboek Bio op de markt. Dit nieuwe handboek is een naslagwerk voor iedereen in de biologische sector. U kunt er al uw professionele, zakelijke partners in vinden! Het handboek verschijnt in januari 2011 op de BioVak in een oplage van 6.000 exemplaren.

In dit handboek staan alle bedrijven die actief zijn in de biologische sector. Zo zal het nieuwe handboek een overzicht bevatten van handelaren, fabrikanten en producenten van agf, zuivel, vlees/vis, droge kruidenierswaren, brood/banket, diepvries, conserven, dranken, textiel en planten. Daarnaast worden ook dienstverleners, verpakkingsleveranciers, retail, natuurvoedingszaken en boerderijwinkels in het Handboek Bio opgenomen.

Bedrijven die een substantieel deel van hun omzet halen uit de biologische sector kunnen hun gegevens kosteloos in het handboek op laten nemen. Het wordt net als onze andere handboeken gratis verspreid onder alle (in het boek opgenomen) handelaren en hun (potentiële) leveranciers. Ieder bedrijf met een gratis vermelding ontvangt ook gratis per post een exemplaar van het Bio Handboek.

Bron: Biokennis, 13/07/2010



NL - Wakker dier: "Meer varkens in de modderpoel"

Ruim 200 mensen stappen vandaag om één uur samen in de modderpoel bij de biologische varkens van de Jofrahoeve in Esch. Deze 200 mensen reageerden op een oproep van Wakker Dier: doe mee met de Recordpoging Meeste Mensen in een Modderpoel. Binnen no-time was het modderbad volgeboekt. De diervriendelijke consumenten in de poel willen meer modder voor varkens, omdat nog teveel varkens in deze hitte in potdichte stallen zijn opgesloten. Zij zullen daarom andere consumenten vanuit de modder oproepen om in de winkel niet te kiezen voor kiloknallers, maar voor biologisch. Met andere woorden, om Wakkere Winkelaar te worden. Wakker Dier hoopt dat de varkens het bad durven delen met de 200 diervriendelijke consumenten.

De modderpoel in de Jofrahoeve heeft een eiland. Volgens boer Frank Wagenberg 'een bounty eiland voor het Blue Lagoon gevoel van zijn varkens'. Dennis de zoon van de Jofrahoeve heeft de afgelopen weken met een vlot in de modderpoel gevaren om de varkens vast te laten wennen aan 'vreemde eenden in de bijt'.

Het afgelopen jaar is er nog nooit zoveel diervriendelijk vlees verkocht. De verkoop van biologisch neemt toe, maar ook is er meer 'tussensegment' vlees te vinden. Wakker Dier voert actie tegen het allergeedkoopste industrie vlees: de kiloknaller. Maar ook stimuleert zij consumenten om voor diervriendelijke producten te kiezen met de Wakkere Winkelaar. Dit is een wekelijkse email nieuwsbrief met daarin de diervriendelijke (EKO, twee- en drie Beter Leven sterren en vleesvervangers) van de 10 grootste supermarkten. De Wakkere Winkelaar heeft 15.000 inschrijvers.

De actie valt binnen een campagne van Wakker Dier: meer varkens naar buiten. Met dit mooie weer lijden 12 miljoen varkens in de dichte stallen van de vee-industrie. Vooral de moedervarkens in de vee-industrie hebben een zwaar leven: een aaneenschakeling van stangen, inseminatie, bevallen, meer stangen. Zij krijgt jaarlijks wel 25 biggen maar ziet er nooit een opgroeien. Biologische moedervarkens hebben toegang tot een weide en kunnen op warme dagen verkoeling zoeken in een modderpoel. Binnen deze campagne organiseert Wakker Dier ook jaarlijks de Mooiste Modderpoel Verkiezing en de Diervriendelijkste vegetarische BBQ voor biologische varkens. Wakker Dier zal zondag ook een promotiefilmpje maken voor varkenspoelen: door consumenten voor consumenten.

Bron: Agripress, 18/07/2010



VERWERKER

Zwitzerland - The Bio-Hotel Balance in Wallis

Hotel Balance has been a member of the Bio-Hotels group since 2003, although this business in Switzerland was launched more than 25 years ago. The building, that is more than 100 years old, radiates a special aura. Its location is high up in the mountains, so it has a fantastic view of the Alpine panorama. Silvia Raabe visited Bio-Hotel Balance last year, and she wrote this article. The Bio-Hotels group currently consists of 65 members in five countries, but this hotel marketing association estimates that by the end of the year the figure could rise to about 70.

In the Canton Wallis in French-speaking Switzerland the mountains don't bother with foothills – they simply stand there, mighty, rugged, and rise straight up. To get to Les Granges by car from the valley, guests have to follow the steep, winding road – wrestled from the rock but not dangerous – for 15 minutes. At the top await little villages with houses at all angles made of wood and stone. They have retained their original robust charm, in keeping with the mountain world of Wallis. You won't find houses with rendering in a pseudo-Alpine look specially for the tourists. Nature itself is both decoration and attraction enough for the visitors. Hotel Balance is in Les Granges (50 km south of Bern as the crow flies) in the wild and idyllic Vallée du Trient, a good 600 metres above the village of Martigny down in the valley. Les Granges has just 120 inhabitants.

For Roland Eberle it was love at first sight when in 1984 – also on a lovely sunny winter day – he flung open the shutters of this hotel in Les Granges. He let his gaze wander over the mountain panorama covered in fresh snow and sensed that it was here that he would realise his dream: to create a place where people could meet and interact, a hotel with healthy food. Roland and his first wife Lea kept to a strict macrobiotic diet and knew from experience how difficult it was to adhere to this practice when on holiday, because there simply weren't the appropriate hotels available. At the time, Roland – a German Swiss – worked as a teacher in a vocational school. Having graduated in business studies, he spied a gap in the market that he wanted to fill in keeping with his personal philosophy of life.

On 12 April 1984, Roland (who is now 56) bought the old hotel that dates back to 1897. It had stood empty for seven years and was desperately in need of restoration. With the help of skilled craftsmen he already knew, Roland renovated the building bit by bit. During the first five years in the history of Hotel Balance, he oscillated between two worlds – from Monday to Thursday he continued to work as a teacher near St. Gallen, and the rest of the week was spent on the building site in Les Granges. Each storey needed its own sanitary equipment, the rooms had to be bigger and the wooden walls between rooms had to be sound-proofed. Despite all this conversion work, it was essential to retain the character and substance of the more than 100-year-old edifice that was perfect from the building biology point of view. The restoration work lasted 20 years. As the years passed, the number of beds increased steadily, and that meant more and more guests.

Just about every day, you'll find Roland's wife Ulrike (a graduate in sports science) in her treatment room, where she offers guests Shiatsu, Ayurveda and massage. She loves meeting the guests. Hotel Balance helps her to follow her own personal path. She explains her philosophy: "The hotel is here for me; I'm not the servant of the guests – we meet our guests on the same level. We interact, and both sides derive strength from the interchange. But we don't impose anything on anybody."

In the main building of the hotel, that celebrated its 25th anniversary last year, there are 23 rooms with 44 beds. For a long time now, all rooms have been en-suite. No two rooms are exactly alike. Each room is individually furnished with old rustic and natural wood furniture. Above many of the beds you see pictures woven by Roland's father, a baker who discovered this skill in his retirement. The staircase and wooden floors of the old building make a homely creaking noise; some of the walls and ceilings – made of wood like in a Swiss chalet – are uneven. On cold days an open fire flickers in the little library near the hotel's entrance. On the one hand, Ulrike and Roland have retained the original character of the building; on the other hand, they have constantly changed and extended Hotel Balance over the years. Generously proportioned, modern apartments have been built which are separate from the main hotel. The biggest of the seven apartments is equipped with a corner bath with jacuzzi, a dining table, a kitchen, a leather sofa, and a double bed and a child's bed. Some time ago, they constructed a hamam next to the little Finnish sauna, and currently a room with a private spa is being built onto the main building. Regarding building materials and furnishings, the two hoteliers select those that as far as possible conform to building biology standards.

In 2003, Hotel Balance was the first hotel in Switzerland to be awarded the maximum five ibexes (a Swiss environmental logo) for its sustainability concept. As early as 1986, Roland was using solar panels to produce hot water, and since 2006 the hotel has covered at least 50 % of its electricity consumption with its own photovoltaic installation. An LED display near the entrance shows guests how much electricity the PV panels are producing at any one time.

To finance the PV equipment, Ulrike and Roland adopted new strategies, among other things loans and donations from guests. "Our guests were pleased to help, because they were able to invest their money in something positive," explains Roland, "I want to demonstrate with our hotel that sustainability is achievable, especially in the sphere of tourism." So the sauna and the hamam are only heated when needed and requested by guests, thus avoiding a senseless waste of energy. The only worry they still have is the heating. The basic fabric of the 19th century edifice is perfect from the building biology perspective, but it is not insulated to current standards. The consumption of heating oil is too high, and this goes against Roland's holistic approach. So the next big project he is going to undertake is heating based on geothermal energy, in other words using the earth's natural heat.

The cuisine at Hotel Balance has also changed in the course of time. Roland and Ulrike no longer follow the pure doctrine of macrobiotics. However, the cuisine is still vegetarian and only occasionally is fish served. Animal products like milk and cheese are served mainly for breakfast only. The couple began to experience macrobiotics as too limiting, and they developed it further for themselves and for their guests. Hotel Balance embraced organics from the very start. Everything organic that Roland could lay his hands on was served to the guests. Together with his employee Ljubo, who has worked for thirteen years at Hotel Balance, he prepares all the dishes fresh every time and by hand. He values as many seasonal ingredients as possible, and he has contempt for the fact that even organic products are now flown halfway round the world. The standards imposed by Bio-Hotels are a guarantee that, among other things, only certified organic food products are used. Very few exceptions are permitted, and the guests must be made aware of them. In the case of Hotel Balance, these are milk, yoghurt and cheese from the only farmer who still operates in Les Granges. As the owner of Hotel Balance, Roland Eberle would like to support his neighbour and prevent the last farm from disappearing from the village.

Steep, winding streets, a little village without the usual tourist attractions, no meat, no reception, no television – as Roland explains: “Sometimes it happens that a guest arrives up here, at the end of his tether and wanting to leave the next day, because it’s not what he expected. The first thing I do is make him a cup of coffee or tea, talk to him, let him unwind. And so far everybody has wanted to stay on here.”

Awards and certification:

- * Swiss logo for sustainability: Five Ibexes (2005)
- * Award for one of the best hotels in Europe by GEO-Saison, category eco-hotels (2009)
- * Certified since 2003 as compliant with the standards of the Bio-Hotels Association

Tip: www.vegetarisches-hotel.ch

Bron: Organic-Market.info, 21/07/2010



D - Taifun – more than tofu

Life Food GmbH Taifun stands for original and innovative tofu products, but just as much for research into soya, international involvement in GM-free agriculture, regional cropping projects and environmental protection as well. The tofu specialities from Freiburg are well known and popular at home and abroad, and we see the evidence in the steady growth of the company.

Taifun products are listed in over 8,000 organic shops across Europe.

Life Food GmbH (Taifun) sells its products in Germany and 15 other European countries. "We feel just as much at home in the Netherlands and Spain as in Germany," says Jesus Bastante. The Spaniard has been the sales manager at Taifun for quite some time and likes being in Freiburg. The company's growth in turnover is a reflection of market development: strong domestic growth of 6.5 % in the first quarter of 2010 and 15 % in the international market.

"In an organic shop in Italy you'll find just as many Taifun products in the chilled cabinets as in Germany," explains Gert Wodtke, Life Food's press spokesman. Mr Bastante points out that when new shops are opened in France many Taifun products are on sale straightaway – which shows how well known the brand is. But he adds that the German market continues to be the focus of sales activities, with many tastings, training sessions, campaigns and participation in trade fairs, in particular BioFach. As well as tasting events organised by Taifun itself, shops and promotion teams hold their own tasting sessions, and statistically there is a Taifun tofu product tasting practically everyday somewhere in Germany.

A workforce of about 160 produces an average of 300,000 packs (ca. 60 t of tofu) of the 37 tofu specialities every week. Roughly half of production is destined for other countries in Europe. "This is something quite special for a medium size business producing chilled goods," explains Jesus Bastante. The sell-by date is 34 days from leaving the factory for wholesalers, which leaves plenty of time for sales. "The great thing is that the important European markets, Italy and France, have also become important sources for some of the 80 raw materials we use," says Bastante. This applies in particular to the most important raw material, namely soya beans.

The pilot project "Regional Soya Cropping" was started 14 years ago. In 1996 soya was grown on about 30 ha around Freiburg, but in the meantime it has expanded greatly. Contract cropping has become a southern European project with land under soya in the region round Freiburg, in Alsace (400 ha), Burgundy (130 ha), the Po plain in Italy (150 ha) and in Austria (90 ha). High-value tofu soya beans are being grown this year on more than 700 ha. "I'm really delighted that our idea of making organic soya a domestically grown crop in Germany and Europe has been so successful. We're experiencing at first hand how simple it is to create an affinity for a traditional Asian food like tofu," says the managing director Wolfgang Rainer Heck.

Taifun regularly introduces innovations. Promising new initiatives at the beginning of this year were the separate product range for gastronomy and large-scale users. In response to customer enquiries, Life Food has developed a process that enables it to supply frozen tofu products. A chilled range too in practical large packs was warmly welcomed when new products were presented at this year's BioFach in Nuremberg. And the product development team has thought up something special for the specialist retail trade: the tofu spread "Pâté Verdi" with a strong herbal note and delicate flavour of truffle that

customers are very enthusiastic about, and “Pâté Rossini” that tempts you with its sharp cranberry and delicate smoky note.

Good ingredients are a prerequisite in good products – an old adage that is always in the forefront of their minds at Life Food. Their focus is on soya beans, GM-free, organic and varieties with high-value protein. It takes a lot of commitment to maintain quality and at the same time to cover their requirements, that are growing year on year, since soya cultivated in Europe is only half what Taifun needs. This is why the company has long been involved in the classic soya-cropping country Brazil in order to ensure supplies.

“Growth on the outside calls for growth on the inside” is an integral part of the philosophy of Taifun. Regarding physical growth, over the last few years the Freiburg company has expanded its premises at its headquarters, extending its production facilities and investing in a logistics centre and a training centre. The training facility was opened in March and has been created for training and further training of both employees and interested multipliers like shopkeepers, nutrition experts and teachers. Last year, the company held its first Food Experience Day for schoolchildren. More than 500 children took part in workshops on the firm’s main site dealing with the themes organic, sustainability and vegetarian nutrition. The response was very positive, and Taifun is already thinking about repeating the Food Experience Day next year.

Regarding its internal development, the company has always sought to expand its expertise in the field of tofu, and to achieve this aim it works closely with colleges and universities. Young students of ecotrophology or food technology use the experience of working at Taifun to write their BA dissertations. Encouraging and promoting the younger generation is an important issue for Taifun. More finance is being invested in the continuing development process to optimise the production of tofu.

In the current year, a high proportion of investment is being targeted at energy sources. As well as building a new transformer station, refrigeration capacity is being trebled, which is a clear commitment to the location and to confidence in the future. For a number of years Life Food has been using electricity from renewable sources, and this year the plan is to install photovoltaic generation. The commitment of the firm obviously goes well beyond manufacturing tofu products and, to elaborate the sustainability concept, an overarching working group has been created to look at all the aspects that will gradually be implemented in the company.

Company profile 2009:

Employees: 160

Production capacity: 300,000 packs/week

Range: 37 Taifun products, 10 Taifun-Gastro

Turnover: 17.5 million euros

www.taifun-tofu.de



VERKOOPPUNT

Toename biologische wijnen in Franse supermarkten

Het gaat goed in Frankrijk met biologische wijnen. Tussen april 2009 en april 2010 steeg de omzet van vins bio in het supermarktkanaal met 60% ten opzichte van dezelfde periode een jaar tevoren. Dit cijfer is des te opvallender in vergelijking met het groeicijfer voor de verkoop van alle wijn in Franse supermarkten, dat slechts 3% bedroeg.

Biologische wijnen (beter: wijnen van biologisch geteelde druiven) maken echter maar 0,9% uit van de totale wijnomzet in diezelfde supermarkten.

Hoewel dit type verkooppunt bij biologische wijn qua belang voor de omzet voorlopig nog voorrang moet geven aan de directe verkoop vanaf het wijngoed, blijkt uit de sterke groeicijfers wel dat biologische wijn geen marginaal verschijnsel meer is en door inkopers serieus genomen wordt.

Er zijn nog meer aanwijzingen dat biologische wijnbouw nu eindelijk serieus wortel aan het schieten is in Frankrijk. Tussen 2008 en 2009 steeg het aantal biologisch werkende wijnbedrijven met 31,4% en de oppervlakte van biologisch beheerde wijngaarden, inclusief die in overgangsfase, met 38,9%. Vooral de hoeveelheid wijngaarden in overgangsfase groeide explosief, met 72,9%. Biologisch beheerde wijngaarden vormen ondertussen 4,6% van de totale Franse aanplant. Zie ook: www.bythegrape.com

Bron: VMT, 14/07/2010



D - Renaissance of owner-managed shops

For some time it looked as though the independent specialist trade was leaving expansion to the chains. But those who were thought dead, eventually live longer. More and more frequently, experienced specialist retailers are investing in bigger retail space or are opening a second store. Two Frankfurt stores are good illustrations of the trend to a renaissance of owner-managed businesses. And they have a really good chance of success in fought-over locations like Frankfurt.

According to surveys carried out by Organic-Market.Info, the figures for expansion in 2009 reveal that the chains were once again the driving force: 52 % of 58 new specialist stores (25,500 m²) belonged to operators with five or more stores. The figures for 2007 were 55 % and 54 % respectively. According to the statistics compiled by Organic-Market.Info, there are around 550 organic specialist stores (200 – 400 m²) and organic supermarkets (from 400 m²).

After the launch of the first two organic supermarkets in Frankfurt, Alnatura in Bockenheim and Basic in Bornheim on 27 and 31 March 2003, closures began to occur among the old, small-scale shops. Matthias and Sebastian Paust from Grüneburger Bioladen estimate that about half of the specialist shops have closed for various reasons in recent years. Some were no doubt finished off by the competition of the chains. However, two old-established specialist stores in Frankfurt have re-invented themselves. Both Grüneburger Bioladen and Biomarkt Picard (formerly Rödelheimer Naturkostmarkt) moved to new premises and, with much larger retail space, they have created a new profile and have successfully created their own identity vis-à-vis the competitors. These are currently four Alnatura stores, three belonging to Basic and one to Denn's, plus dm, tegut and the organic lines of conventional food retailers. Besides Grüneburger Biomarkt, Rödelheimer Markt and eight stores belonging to chains, there are today only six classic specialist stores in Frankfurt.

Grüneburger Bioladen (formerly Grüneburger Naturkost) was founded by Matthias Paust ten years ago. In 2003, his younger brother Sebastian joined the business. In those days, their 55 m² were already rather restricting, but it was nearly another seven years before they found suitable premises nearby in the Westend district. In December 2009, the brothers moved into their new organic store (200 m² of retail space) just 400 metres from their old shop. The former DHL service station had been completely renovated by the landlord.

Including technology and goods, the Pausts invested around 300,000 euros in the new business. The busy Grüneburgerweg is close to the town centre and, with its specialist shops and restaurants in an affluent residential area, it is an ideal location for the concept of the Paust brothers. Their concept includes lots of fresh food, a carefully crafted product range that also offers a variety of fine foods and specialities, and an inviting bistro. Six parking spaces in the yard mean you can do your bigger shop there too, including crates of drinks.

After the first organic supermarkets were opened, leading to a fall in turnover, Matthias and Sebastian Paust did not bury their heads in the sand but instead took retaliatory action. Their countermeasures were, at that time, developing core competencies, for example optimising the cheese counter and the fruit and vegetable department. Evidence of success in the old shop was fresh food accounting for 75 % of turnover and the reputation of having the best cheese counter in the city. They have transferred this good reputation acquired on 55 m² to their new store. Sebastian Paust sums it up: "It's our love for all we have plus skilful staff that sets us apart." Although the old shop had long ago reached its limits, when searching for new premises they refused to be put under pressure by the wave of openings carried out by the chains. However, they admit that, if a store had opened too close to them, things would probably have been different. With an eye to expansion, in 2005 they switched from the regional wholesaler Phönix to Weiling as their main wholesaler.

When the new premises, with three and a half times the space of the old shop, became a reality, they worked together with the business consultant Klaus Braun and the specialists from Weiling on a detailed concept. The old and new focus is fresh food of excellent quality that invites people to buy. "With 60 – 65 % of fresh food in our product range, we're a fresh food store," says Matthias Paust. He is also constantly on the lookout for special products, oils, specialities from Italy or artisan fine foods, for example from Berlin. The well stocked cheese counter (200 varieties, of which 50 are sheep and goat cheeses) plus a large selection of antipasti, sausage and meat (self-service) give the store its profile in the same way as the bistro (15 places) in the front window near the entrance. "It's proving very popular, and we're now planning an outside area under the lovely chestnut tree," explains Sebastian Paust.

Since opening in December 2009, as the two brothers explain, they have finally got the space to present their ideas and to experiment. They have increased the product range from 2,000 to 4,000 items. The brothers attribute their success in setting themselves apart from the competition to the following factors: the coherent overall concept is important but also the personal touch and a 100 % customer-oriented service. "We're striving to become the leaders in terms of quality, because leaders in terms of price is something we can't be and don't want to be," stresses Sebastian Paust. "We plan to raise our turnover by 100 % in the first year," he explains. The business plan was fulfilled long ago. "From the outset, we had a good feeling that expansion would pay," adds Matthias Paust. He says that they have quickly moved on from the old shop. "We can hardly imagine now that we stuck it out in that little space for ten years."

Barbara and Volker Picard moved to new premises in January 2010. Just 100 m round the corner from their old shop, after 20 years, they have re-opened their Biomarkt Picard. They have increased their retail space from 125 m² to about 300 m². The new location on the main thoroughfare in the Rödelheim district (the main trunk road from the Taunus region) immediately proved to be a good choice, attracting 50 % new customers (about 300 per day). Wide windows allow you to see into a pretty bistro, and it invites people passing to step inside. Wondering whether to go in was yesterday – today many people in Rödelheim find their way to this well laid-out store. The catchment area extends beyond Frankfurt itself and into the Taunus area. In this part of the city there are many small households, teachers (international school), an established second generation of foreigners, large numbers of Asians and French people. Certainly enough actual and potential customers.

Biomarkt Picard is a partner of both Dennree and Rapunzel. Barbara and Volker Picard have increased their stock from 4,000 to 6,000 articles, with the main focus on cheese (service counter), frozen food (8 m), convenience (10 m chilled counter), spices, teas (among others, loose Oasis), juices and cosmetics.

The two owners report that the bistro area (15 places) near the entrance is now well established. Sweet delicacies and cakes come from the adjoining bakery counter, and the baking section supplies oven-fresh snacks. In general, the product range has balanced prices: “Our customers value choice and often choose a higher priced alternative in preference to an entry price product,” explains Volker Picard. He adds that quality is still appreciated, and people are prepared to pay for it. To promote brand products they organise tasting events at which Volker Picard sometimes plays with his band (Papás Finest Boogie Band). Around 80 % of goods come from Dennree. A customer card is now being introduced.

Before the move to the renovated former Schlecker store, these two experienced store owners sought the advice of Klaus Braun. They also took advantage of the advice of their main wholesaler Dennree regarding expansion and of their offer to supervise the project, including building work. When the Picards first thought about expansion, they made Dennree the main wholesaler for their Rödelheim wholefood store, so that they would have a strong partner by their side, also in respect of the activities of the chains. The regional wholesaler Phönix still supplies regional fresh food. The chains had little negative effect on the specialist store, and after three months they had overcome the decline in turnover.

The shop owner couple were fully aware that retail area is not the be-all and end-all – you have to have something particular to offer your customers as well: “We rely on known, competent staff and our own presence in the store. The atmosphere has to be created by the owners.” Other important points are an uncomplicated ordering service that gives customers a one-stop-shop experience and the already mentioned events that underline the unique character of the store.

The Picards invested around 300,000 euros in furnishings, technology and goods. This was made possible by a KfW loan, goods on credit from Dennree and a participation rights model that is managed by Gernot Meyer. 15 customers have become participants with up to five figure investments. The contract runs for seven years and every year a dividend of 3 – 6 % is paid, which is currently more lucrative than the interest rates paid by the banks. Three months after moving into the new building, the business plan has been achieved, and Barbara and Volker Picard are very pleased with their decision. “We ought to have done it earlier,” she says. They are going to celebrate their 20th anniversary together with all loyal and new customers in the autumn.

Bron: Organic-Market.info, 8/07/2010



Colofon

De BioForum Bioknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen, de koepelorganisatie voor de biologische landbouw en

voeding. Deze knipselkrant verschijnt om de twee weken met actuele informatie over de nationale en internationale biosector. De berichten worden zonder tekstwijziging (hooguit ingekort) geknipt en geplakt, met vermelding van hun bron. De artikels vermelden geenszins het standpunt van BioForum Vlaanderen, tenzij dit er duidelijk bij staat. Samenstelling: Peggy Verheyden & Geertje Meire. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan geertje.meire@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 2200 relaties binnen de sector, de overheid en sympathisanten van de bioweek.

In- / uitschrijven

kan via een eenvoudig mailtje aan info@bioforum.be.

Archief

Oude nummers kun je [hier](#) nalezen, onder 'archief'.