



Netknipsels #043 week 35/2003 **de Biotheek**

Biotheek Netknipsels #43 week 35 | 28 augustus 2003

* Organic Croco Crunch cookie: een krokant koekje met kokosnootmaak en bedekt met een heerlijk laagje melkchocolade

Cookies? Raakt Bill Gates ooit van zijn wormen af? Herman Bruyninckx heeft het over monoculturen en de mogelijke consequenties. Wil je meer weten over wat er zich heden in de wereld afspeelt op gebied van landbouw en voedsel, kan je het debat bijwonen dat Wervel vzw en JNM organiseren.

* Organic Amandines cookie: een koekje overdekt met amandelen en een delicaat laagje frangipane

Supermachten en op iets kleinere schaal, supermarkten kunnen vanuit hun positie ook een grote positieve bijdrage leveren. Over deze en andere duurzame ontwikkelingen lees je meer in deze Netknipsels.

* Organic Coffee Chocolate dream cookie: een mooi koekje met de gevoelige smaak van koffie en kleine stukjes pure chocolade

Hartelijke groet,
Dirk Verdickt, eindredactie.

In dit nummer:

NATIONAAL

Onderzoek bevestigt: volwaardige biovoeding biedt meer
Koekjes van KMK winnen internationale prijs
Valériane
Uw geld goed besteed bij de boer

INTERNATIONAAL

Europa - Nieuwe EU-verordening biologisch uitgangsmateriaal
Europa - Europees informatiesysteem voor biologische landbouw opgezet
Europa - Bioproducten en Europese supermarkten
NL - Groeicijfers biologische landbouw
NL - Bioveembedrijven: geen vooruitgang in technische resultaten
NL - Start onderzoek biologisch aanbod in supermarkt
NL - Afbreekbaar folie interessant voor biologische aarbeienteelt
NL - Bioboer Brands: Mijn vader kreeg ongelijk
GB - Kankerexpert moedigt gebruik biomest aan
GB - Biopartners in bier en melk
Oostenrijk - Rapport: Oostenrijkse productie biovlees
Tsjechië - Bioboem verwacht na toetreding tot EU
Italië/Oostenrijk/Duitsland - Bio Hotels



Japan - Vraag naar biovoedsel overstijgt aanbod (ingekort)

VS - Studie: Levensfilosofie en niet rijkdom doet bio kopen

VS - Biokatoen in Texas



NATIONAAL

Onderzoek bevestigt: volwaardige biovoeding biedt meer

Hoe gezond is bio? Dikwijls wordt deze vraag verengd tot het al dan niet aanwezig zijn van schadelijke stoffen of organismen op biologische producten. Denken we maar aan pesticidenresidu's, mycotoxinen, nitraat, Salmonella... Maar daarnaast spelen ook nuttige stoffen in een voedingsmiddel een belangrijke rol. De meest gekende zijn vitaminen en mineralen. Andere zijn bijvoorbeeld antioxidantia, de natuurlijke bewaarmiddelen. Hierover ontbreekt nog heel wat kennis: wanneer worden ze gevormd, welke functie hebben ze in de plant, welke invloed hebben ze op de gezondheid van de mens...

Recentelijk zijn hierover toch enkele interessante wetenschappelijke onderzoeken gepubliceerd. We zetten ze op een rijtje.

- Een studie uit Californië, begin 2003 bevestigt dat aardbeien, maïs en braambessen geteeld zonder pesticiden 19 tot 60% meer flavenoiden bevatten. Flavenoiden zouden een rol spelen bij de bescherming tegen hartziekten en kanker.

- In een Schots onderzoek in 2001 werd in soep van biologische groenten zes keer zoveel salicylzuur gevonden dan in soep van gangbaar geteelde groenten. Aan salicylzuur – het hoofdbestanddeel van aspirine – wordt een beschermende werking tegen hart- en vaatziekten toegeschreven.

- Een Duits onderzoek toonde aan dat biologische broccoli twee tot zes maal zoveel glucorafanin bevat. Na omzetting geeft deze stof een beschermende werking tegen kanker.

- In Denemarken toonde een onderzoek aan dat het gehalte aan CLA in biologische melk doorgaans hoger is. CLA is een vetzuur, dat ons immuunsysteem verbetert, ontstekingen vermindert en tegen kanker beschermt.

- De universiteit van Wageningen onderzocht de aanwezigheid van antioxidantia bij appelsap. Meer dan de helft van de antioxidantia blijven achter in de pulp. Indien er tijdens het proces enzymen gebruikt worden om zoveel mogelijk sap aan de appels te onttrekken, blijft er zelfs maar 3% van de antioxidantia over. Troebel, ongefilterd sap met pulp zou dus gezonder zijn. De juiste werking en de invloed op onze gezondheid van anti-oxidanten is nog niet helemaal duidelijk. Wel worden aan deze stoffen dikwijls kankerwerende en andere positieve eigenschappen toegeschreven. Uit de vergelijkende onderzoeken komt meestal naar voor dat hun gehalte in bioproducten hoger is, waarvoor verschillende wetenschappers de meer natuurlijke productie-methode als reden naar voor schuiven. Als een plant beschermd wordt met synthetische pesticiden, maakt zij minder natuurlijke verdedigingsstoffen aan. Onbewust heeft deze gangbare techniek de kwaliteit van ons voedsel veranderd.

Belangrijk is ook dat de verdere verwerking van het product op een zo natuurlijk mogelijke manier gebeurt. De conclusie is duidelijk: volwaardige biologische producten bieden het meest.

Dit artikel werd geschreven voor de Biotheek door Geert Gommers, stafmedewerker Velt.

Een uitgebreide literatuurlijst kan je aanvragen bij Geert Gommers, 03-281 74 75 of

geert.gommers@velt.be. Zie ook voor meer uitgebreide informatie de volgende Seizoenen

(Bron: www.biotheek.be, 12 augustus 2003)

Koekjes van KMK winnen internationale prijs

Een van de leden van Probila-Unitrab en gebruiker van het Biogarantielabel, KMK COOKIES, heeft op de prestigieuze Fine Food Awards 2003 drie prijzen in ontvangst mogen nemen.

Het gaat hier om de volgende producten:

- * Organic Croco Crunch cookie: een krokant koekje met kokosnootmaak en bedekt met een heerlijk laagje melkchocolade

- * Organic Amandines cookie: een koekje overdekt met amandelen en een delicaat laagje



frangipane

* Organic Coffee Chocolate dream cookie: een mooi koekje met de gevoelige smaak van koffie en kleine stukjes pure chocolade

Meer info: KMK bvba, Steenweg op Waarloos 41 te 2840 Rumst, tel: 0032 (0)3/844.00.32

(Bron: [Newsflash 16](#), van Probila, 15 augustus 2003)

Valériane

un Salon International pour notre santé et celle de la terre

Rendez-vous en 2003 pour la 19ème édition , les 5, 6 et 7 septembre 2003 au Palais des Expositions de Namur (Belgique)

Vendredi de 10 à 21 h - samedi et dimanche de 10 à 19 h

Valériane, c'est:

Le plus grand marché bio de Belgique

300 exposants sur plus de 10.000 m2

Alimentation et produits frais biologiques

Agriculture et jardinage biologique

Librairie spécialisée

Décoration et habitat sain & Construction écologique

C'est aussi ... des ateliers et des conférences pour les adultes

Des activités en permanence pour les enfants

Une garderie gratuite pour les petits de 3 à 12 ans

Maquillage pour tous

Le thème de 2003 est particulièrement citoyen et vise à amener le visiteur vers une réflexion profonde au sujet de ses attitudes de consommation et de l'orientation générale de la société. Il s'intitule « Quels choix pour demain ? » et interpellera le visiteur tout au long de sa visite du salon sur son mode de vie, sa façon de consommer, sa façon de gérer et respecter son environnement, en bref son comportement en général.

Invités d'honneur : « Les producteurs bio du Limousin »

Programme:

Près de 300 exposants sur un espace de 10.000 m2 seront présents dans les domaines les plus variés comme celui de l'alimentation, de l'agriculture et du jardinage biologiques, l'éco-construction secteur en plein essor à Nature & Progrès mis en place pour promouvoir la construction et la rénovation écologiques, le monde associatif, l'habitat sain, ...en bref, tout ce qui gravite autour d'une meilleure qualité de vie dans le respect de son environnement.

Les producteurs wallons de viande bio seront également à l'honneur !

(Bron: Nature & Progrès, www.natpro.be, 20 augustus 2003)

Uw geld goed besteed bij de boer

Wervel en JNM organiseren, naar aanleiding van hun tweede "duurzame landbouw kamp", een debat.



Varkenspest, dioxinecrisis, BSE, vlees met PCB,s, mond- en klauwzeer, aviaire influenza. Niemand twijfelt er nog aan, er loopt iets mis met onze productiewijze. Wie is daarvoor verantwoordelijk? En wie betaalt de miljarden schade?

50 miljoen ton geïmporteerde diervoeders (waarvan 29 miljoen ton soja) worden verbruikt door een steeds verder geïndustrialiseerde veestapel om een overschot aan dierlijke producten, graangewassen en drijfmest te produceren. Vervolgens worden deze voedseloverschotten uitgevoerd onder de kostprijs, hetgeen de belastingbetaler handenvol geld kost. Wie profiteert van die intensieve productie en voor wie is die export zo belangrijk? De gewone boer, de belastingbetaler, de boeren uit het Zuiden of de agro-industrie?

Bijna de helft van de Europese begroting, 42 miljard euro, wordt ingenomen door het gemeenschappelijk landbouwbeleid. 10 jaar geleden al koos de EU ervoor te werken met rechtstreekse betalingen (m.a.w. subsidiëring van de producent i.p.v. het product) in combinatie met lage landbouwprijzen. De huidige landbouwhervormingen gaan nog een stap verder in deze richting. De concurrentiepositie van de landbouw van de EU werd versterkt door de Europese landbouwprijzen terug te verlagen en dit te koppelen aan rechtstreekse inkomenssteun voor onze boeren. Bijgevolg wordt nog een groter deel van de landbouwinkomsten gedragen door de belastingbetaler.

Aangezien dit op historische basis berekend werd, blijven 40 % van de fondsen gaan naar 4% van de bedrijven! Hoe lang zal de belastingbetaler het nog pikken dat hij vooral de grootste en rijkste bedrijven financiert? En dat dit, samen met de lage prijzen, jaarlijks 200.000 landbouwbedrijven laat verdwijnen.

De tendens naar verdere liberalisering is ook voor de boeren in het Zuiden een ramp.

Directe inkomenssteun of het oude subsidiesysteem, in feite verandert er niets. De Europese boeren krijgen subsidies en die van het Zuiden niet. Het blijft dumping, alleen het instrument verandert.

Datum: 5 september 2003, 20 u

Locatie: zaal nieuwwand, nederrij 100, Herentals.

programma: zie www.wervel.be/flyerdebatjnm.HTM

Voor meer info:

Wervel vzw

tel / fax: 02 / 203 60 29

e-mail: wervel@pi.be

website: www.wervel.be

(Bron: e-mailbericht Wervel vzw, augustus 2003)

INTERNATIONAAL

Europa - Nieuwe EU-verordening biologisch uitgangsmateriaal

Op 15 augustus jl. heeft de Europese Unie de nieuwe verordening voor het gebruik van biologisch uitgangsmateriaal gepubliceerd (Verordening nr. 1452/2003; PbEG L206/17). Deze verordening bepaalt dat de uitzonderingsbepaling op grond waarvan het gebruik van gangbaar zaaizaad en vegetatief teeltmateriaal was toegestaan (artikel 6, lid 3, onder a van EU-verordening nr. 2092/91), na 31 december 2003 wordt voortgezet.



De nieuwe verordening geeft aan volgens welke procedures en criteria gangbaar zaaizaad en pootaardappelen gebruikt mogen worden. Vanuit het ministerie van LNV is al eerder dit jaar een project gestart om de nieuwe voorschriften in Nederland te implementeren. Het gaat daarbij ondermeer om het opzetten van een databank voor biologisch uitgangsmateriaal en de systematiek van het verlenen van de ontheffingen voor het gebruik van gangbaar teeltmateriaal.

(Bron: nieuwsgrazer.nl, 22 augustus 2003)

Europa - Europees informatiesysteem voor biologische landbouw opgezet

Er is een Europees project gestart om de situatie van de biologische landbouw in 32 landen vast te leggen, te analyseren en marktgegevens te vergelijken. Een omvangrijke databank met gegevens moet uiteindelijk leiden tot optimale groei van de biologische landbouw in Europa. Het project heet "European Information System for Organic Markets" (EISfOM).

De opdracht voor het project komt van de Europese Unie. Er zijn 9 landenpartners, voor Nederland is het LEI deelnemer aan het project. 32 landen worden onderzocht: 15 EU-lidstaten, 13 kandidaat lidstaten en 4 EFTA-landen. De databank gaat gegevens vastleggen die politici, boeren, verwerkers, groothandelaren en andere marktactoren een beter overzicht geven in de stand van zaken.

Door de snelle groei van de biologische landbouw in veel landen was de verzameling van gegevens erg ad hoc en wisselend van kwaliteit. Sommige gegevens ontbreken volledig. In het project zullen eerst betrouwbare en vergelijkbare gegevens worden vastgelegd en worden contacten gelegd tussen alle organisaties die statistieken rond de biologische landbouw registreren.

(Bron: AgriHolland.nl, augustus 2003)

Europa - Bioproducten en Europese supermarkten

Nederlandstalige samenvatting

De laatste jaren werd een belangrijk deel van de ontwikkeling van de biologische markt verwezenlijkt door supermarkten doorheen Europa. Het Zwitserse biologische landbouwinstituut FiBL heeft een studie gemaakt rond de verkoopstrategieën van supermarkten die bioproducten verkopen in 11 landen. De studie is vooral gebaseerd op literaire besprekingen en ontelbare interviews met sleutelfiguren uit de supermarkt- en biowereld. Algemeen werd bevestigd dat de grootte van de nationale biomarkt stijgt indien een groter deel aan bioproducten worden verkocht door supermarkten. Supermarkten zijn aldus een belangrijke factor in de vooruitgang van de biomarkt.

Het volledige artikel

In recent years a crucial portion of the development of the organic market has been achieved by sales through supermarkets throughout Europe. Swiss organic farming research institute FiBL has taken a look at the different strategies employed by supermarkets which sell organic products in 11 European countries. The study is essentially based on literature reviews and numerous interviews with key persons within the supermarkets and/or from the organic industry.

The available data about supermarkets and their organic food marketing strategies varied considerably between the individual countries. Also the readiness of the retailers to take part in



the survey varied with greatest reluctance to participate in France, Italy and Austria. A somewhat surprising "subsidiary result" of the investigation was that some enterprises have no real notion of their own sales of organic products, because the development their own organic range is not systematically documented and evaluated and / or no own market studies have been undertaken.

The interviews and literature review were accomplished in the first quarter 2002 and are therefore generally more optimistic than they may have been if they had been made toward the end of 2002 as the generally bad economic situation in most European countries has lead to a greater consumer price sensitivity.

As a general result it was confirmed that the size of the national organic market rises if a higher portion of organic products are sold through supermarkets. Supermarkets therefore hold a key position in the advancement of the organic market. Compared with a FiBL study from 2000 it was noticeable that particularly in Italy and in Switzerland the portion of organic products sold through supermarkets has risen strongly. Within the individual countries the differences between individual supermarket chains increased when considering their organic sales volumes and the share that organic represents of their total food offer. In most countries investigated organic has a particularly significant role in at least one supermarket in terms of market positioning and consumer communication, independently of whether the country has a high national organic market share or not.

Supermarkets which have the highest organic market share compared to total food sales were classified as national market leaders by qualitative criteria and inevitably in each case also obtained the highest national sales volume for organic products. Within Europe some supermarkets stand out, where the marketing of organic products takes a central position. These enterprises are strongly engaged with environmental and social aspects and use the positive image of organic food to win and retain consumers with high purchasing power and try to win market share in sales of organic products in national or regional frameworks. They are evaluated in the FiBL study as "Leaders". They are characterised by an active and strategic approach to the development of their organic offer. Spending on their organic offer is relatively highly and proportionally higher than their organic market share. For example COOP in Sweden spent 15 % of their advertising budget in 2001 on organic products while the organic market share amounted to "only" 7.5 %. Apart from Finland, one supermarket chain that can be classified as a "Leader" exists in each country. Germany is the only country, in which the Leader enterprises (tegut, Feneberg, Bremke & Hörster) are limited to a regional offer rather than a notional one.

Other supermarkets, the so-called "adapters", also offer organic products but show no special activity in the development their organic range. Their advertising budget for organic products is usually very limited. The size of the organic range and the advertising budget for organic food depends more on the strategy of the management than on the size of the enterprise.

FiBL defined factors for successful marketing of organic products in its study and analysed the individual supermarkets intensively in order to point out strengths and weaknesses. Successful tactics for the promotion of organic include co-operation and networks where the introduction of "round table" discussions between possible partners in the marketing chain can help to eliminate prejudices between the market partners and increase the transparency of the market. The experiences of other supermarket chains can help to avoid errors

(Bron: TS Organics, knipsel uit: Newsflash 15 van Probila, 7 augustus 2003)

NL - Groeicijfers biologische landbouw

Het aantal biologische landbouwbedrijven is afgelopen jaar met 6 procent toegenomen tot 1088. Die groei is lager dan in de voorgaande jaren. Biologische bedrijven maken nu 1,2 procent uit van het totaal aan land- en tuinbouwbedrijven. De groei van het areaal bleef stabiel op 15



procent. Op ruim 35.000 ha, 1,8 procent van het totaal, wordt nu biologisch geteeld. Het areaal verdubbelde in Gelderland en groeide ook fors in Zeeland, Noord-Brabant en Zuid-Holland. In Groningen daalde het areaal.

In de akkerbouw was de groei het grootst – het aantal bedrijven steeg met bijna eenderde tot 155. In de melkveehouderij, de helft van het aantal biologische bedrijven, en tuinbouw was er nauwelijks groei. Het aantal biologisch gehouden kippen verdubbelde in 2002, zowel wat betreft leghennen als vleeskuikens. In de biologische varkenshouderij nam met aantal varkens met eenderde toe.

(Bron: nieuwsgrazer.nl, 13 augustus 2003)

NL - Bioveembedrijven: geen vooruitgang in technische resultaten

De veertien Bioveem-bedrijven (Biologische Veehouderij en Management) hebben afgelopen jaar technisch geen verbetering doorgemaakt, ten opzichte van 2001. Melkproductie en gehalten in de melk bleven vrijwel gelijk.

De bedrijven hadden in 2001 gemiddeld 67,41 koeien en in 2002 67,85 stuks. Per koe daalde de melkproductie ruim 8 procent. Dat lijkt veel maar is statistisch niet afwijkend. Onder de individuele bedrijven zitten zowel stijgers als dalers; een rode draad als oorzaak is er niet uit te halen. Het geringere krachtvoerconsumptie speelt zeker mee.

De gehalten in de melk stegen wel, maar gering. Het vetpercentage ging van 4,42 naar 4,50. Deze toename komt vooral voor rekening van één bedrijf dat in 2001 een zeer laag vetgehalte had en dit jaar beter presteerde. Wordt dit bedrijf uit het gemiddelde gelaten, dan stijgt het vetgehalte 0,02 procentpunten. Eenzelfde kleine stijging vertoonde het gemiddelde eiwitgehalte; van 3,42 naar 3,44 procent.

De krachtvoergift per koe daalde met 85 kilo. Het krachtvoerconsumptie in 2001 werd beïnvloed doordat een langere stalperiode vanwege de MKZ-crisis. Op stal ligt het krachtvoerconsumptie doorgaans hoger dan bij weiden. Daarnaast was de maïs in 2002 van betere kwaliteit dan in 2001.

(Bron: www.boerderij.nl, 15 augustus 2003)

NL - Start onderzoek biologisch aanbod in supermarkt

Maandag 25 augustus start de EKO-telling, het jaarlijkse onderzoek naar het biologisch aanbod in de supermarkt. Enkele weken lang tellen vrijwilligers van Milieudefensie in honderden supermarkten door het hele land het aanbod van het biologisch assortiment. De supermarkt met het grootste aanbod biologisch wordt op dinsdag 21 oktober bekroond met de EKO-Award 2003.

Milieudefensie streeft naar een fikse stijging in het aanbod van biologische producten in de supermarkt. De telling van biologische producten in de supermarkt vindt al zes jaar lang plaats. In 2002 won Volumemarkt Dunnink in De Wijk (Drenthe) met 302 biologische producten. In de meeste supermarkten vormt het aanbod van biologische producten minder dan één procent van het totale aanbod. Nederland loopt dan ook ver achter bij andere Europese landen zoals Duitsland en Engeland waar het aanbod vele malen groter is.

Aan de hand van een tellijst met 135 productcategorieën worden biologische producten met het EKO keurmerk geteld. Filiaalhouders en supermarktpersoneel reageren overwegend positief op



het onderzoek. Het onderzoek besteedt ook aandacht aan het relatieve assortiment; het aantal biologische producten per vierkante meter verkoopvloeroppervlakte.

Door de gestage groei van de biologische landbouw is er dit jaar een overschot ontstaan aan milieuvriendelijke geproduceerde vlees en zuivel. Om meer boeren te stimuleren schoon te produceren is het daarom belangrijk dat ook de afzet groeit. Volgens Milieudefensie kunnen supermarkten hierbij een cruciale rol vervullen door vergroting van het aantal biologische producten in de schappen - dan krijgen consumenten de kans om de milieuvriendelijke spullen ook daadwerkelijk aan te schaffen.

(Bron: Milieudefensie, 22 augustus 2003, knipsel uit: AgriHolland.nl)

NL - Afbreekbaar folie interessant voor biologische aarbeienteelt

Onderzoek van het Praktijkonderzoek Plant en Omgeving (PPO) in Meterik wijst uit dat in de biologische aardbeienteelt met succes gebruik gemaakt kan worden van afbreekbare folie en fertigatie. Door de folie kan veel bespaard worden op arbeid voor het wieden. In Meterik werd het aantal uren wieden teruggebracht van 135 naar 38 uur per hectare. Men hoeft alleen het onkruid dat door de gaten groeit te verwijderen.

De folie wordt ongeveer twee weken na het planten gelegd en gaat circa zes maanden mee. Via druppelslangen wordt het gewas van mest en water voorzien. In het PPO onderzoek werd gefilterde drijfmest toegepast. Men diende 10 m3 toe en dit leidde tot een opbrengst van 35 ton per hectare waarvan 72% in klasse I geleverd werd.

(Bron: Oogst, 22 augustus 2003, knipsel uit: AgriHolland.nl)

NL - Bioboer Brands: Mijn vader kreeg ongelijk

Ik boer sinds oktober 2001 biologisch. Geen kunstmest, geen vergif meer. En de koeien moeten minimaal honderdtwintig dagen per jaar buiten in de wei staan. Dat zijn de grootste beperkingen. Ik ben nu bijna twee jaar bezig. Het was moeilijk. Het gaat niet van de ene dag op de andere. Je moet het leren. Nu vind ik het leuk."

Melkveehouder Jos Brands (44) uit Lemiers is de nieuwe voorzitter van de Mergellandcorporatie in Klimmen. Deze stichting is vijf jaar geleden opgericht om een brug te slaan tussen boeren en natuurbeschermers. In 1997 deed slechts een handvol boeren uit het Heuvelland mee. Na vijf jaar zijn het er een paar honderd. Melkveehouder Jos Brands (44) uit Lemiers steekt niet onder stoelen of banken dat hij grote twijfels heeft gehad. Toen de Mergellandcorporatie biologisch boeren ging propageren, was hij beslist niet haantje de voorste. Zes andere melkveehouders in de regio durfden het toen wel aan. Die maakten in 1998 en 1999 al de omslag. „Ik durfde toen niet. Er waren me te veel onzekerheden. Achteraf was dat misschien mijn grootste fout. Ik heb nu andere leergeld laten betalen. Wat zeker meespeelt, is dat mijn vader het absoluut niet zag zitten. Hij zei dat de melkgift erdoor achteruit zou gaan. Hij heeft ongelijk gekregen. De productie is op peil gebleven. Je moet de dieren alleen goed blijven voeren."

Ook wat betreft de andere bedrijfsactiviteiten heeft Brands goede ervaringen met biologisch boeren. „Kunstmest kun je vervangen door drijfmest. Het enige punt is onkruid. Dat moet ik nu schoffelen en eggen. Dat is een stuk moeilijker. De weilanden heb ik in gezaaid met een gras- en klavermengsel."

Brands, vader van vijf kinderen, hoopt door zijn biologische aanpak zes eurocent boven op de gewone literprijs voor melk te krijgen. „Dat scheelt op mijn bedrijf dertigduizend euro per jaar.



Natuurlijk staan er extra kosten tegenover, maar per saldo levert het geld op." Brands melkt elke dag zestig koeien en levert jaarlijks 540.000 kilo melk aan Campina.

Helemaal zeker van die meeropbrengst is Brands overigens nog niet. „De afzet van biologisch melk loopt minder dan gedacht. Het heeft zich wat gestabiliseerd. Ik sta dus op de wachtlijst bij Campina. Toen ik eraan begon, dacht ik na twee jaar wel boven aan de wachtlijst te staan, maar ik heb net een brief van ze gehad dat het wat langer kan duren. Een tegenvaller, natuurlijk. Van de andere kant is het ook goed. Je moet geen melk gaan produceren als er geen behoefte aan is." Brands is alles behalve een keuterboer. Biologisch boeren staat niet gelijk met kleinschaligheid, zoals misschien wel eens wordt gedacht. Zijn boerderij 'Op de Leemet' is voortdurend groter geworden. Brands wil ook nu weer uitbreiden. „Ik ga de schaalvergroting doorzetten. Ook biologische bedrijven moeten een bepaalde omvang hebben. Jaren geleden kon je het nog redden met 100.000 kilo melk, toen werd het 200.000. En nu is een bedrijf met 300.000 kilo al een klein bedrijf. Het gemiddeld ligt op 420.000 kilo. Ik wil naar tachtig koeien en 600.000 kilo. Er moet gewoon geld worden verdiend, anders is de lol er snel af."

Natuurlijk heeft Brands er over nagedacht bij te verdienen met andere activiteiten. Een camping, verkoop aan huis of zelf kaas maken. De enige kleine nevenverdienste voor Brands zijn de inkomsten van excursies die 's zomers worden gehouden voor campinggasten uit de buurt. De rondleidingen op het bedrijf worden verzorgd door zijn vrouw Toos, onderwijzeres van professie.

„De insteek die de LLTB voor de Zuid-Limburgs boeren heeft gekozen, hou het maar kleinschalig en zoek een bron van neveninkomsten, vind ik verkeerd. Als je de hoofdtak van je bedrijf niet meer ontwikkelt, duurt het nog maar een halve generatie en het is voorbij. Dat zie ik overal gebeuren om me heen. Het is gewoon uitstel van executie. Er zijn er al genoeg die stoppen. Boeren die cashen door hun melkquotum te verkopen. Die benaderen het heel rationeel. In een boerenbedrijf zit vaak veel kapitaal dat in feite gewoon te weinig rendement oplevert. Ik wil echter boer blijven. Dan móet je groter worden, wil je tenminste straks een van je kinderen de kans geven door te gaan. Alleen volwaardig gespecialiseerde bedrijven blijven over."

(Bron: www.limburger.nl, 21 augustus 2003)

GB - Kankerexpert moedigt gebruik biomest aan

Op een workshop in Windsor waarschuwde kankerspecialist Dr. Dolores Sichiari dat de pesticiden die gebruikt worden door mensen in hun eigen tuin veel kwaad doen aan het milieu en aan de gezondheid van de mens. Deze hobbytuiniers verspreiden 100 keer meer chemicaliën dan landbouwers! Dr. Sichiari vermoedt dat de stijging van kankers bij kinderen de laatste jaren vooral te wijten is aan milieuvervuiling waaronder dus pesticiden. Om je tuin te onderhouden heb je volgens haar enkel een goede bodem nodig, water, verluchting en biologische meststoffen!

(Bron: TS Organics, knipsel uit: [Newsflash 16](#), van Probila, 15 augustus 2003)

GB - Biopartners in bier en melk

Samenvatting

In Dewsbury (Groot-Brittannië) heeft zich een nieuw partnerschap ontwikkeld tussen een biologische zuivelproducent en twee bio-bierbrouwers. De twee totaal verschillende producten worden in hetzelfde gebouw gefabriceerd, de zuivel overdag en het bier 's nachts. Het bier gebruikt andere pijpleidingen dan de melk en voor de avond valt, is het materiaal gekuist en aangepast voor de bierproductie.



(Bron: TS Organics, geknipt uit: [Newsflash 16](#), van Probila, 15 augustus 2003)

Oostenrijk - Rapport: Oostenrijkse productie biovlees

Het Instituut voor Agronomie verbonden aan de Universität für Bodenkultur Wien in Wenen heeft enkele rapporten gepubliceerd betreffende de economie van biologische varkens- en runderkweek. De rapporten bevatten vergelijkingen tussen data, bespreken de economie van biologische varkenskwekerijen en bevatten gedetailleerde interviews met conventionele en biologische varkensboeren.

Men wou met het onderzoek vooral uitzoeken hoe het aantal bio-varkensboeren ontwikkelt en het rapport antwoordt hierop dat een uitbreiding van de sector niet voor binnenkort zal zijn. Conventionele varkensboeren krijgen te weinig aanmoedigingen om naar de biosector om te schakelen. Zo zijn de productiekosten niet altijd gedekt door de verkoopprijzen. In 2001 had Oostenrijk nog de grootste biovarkensindustrie in Europa, maar deze is sindsdien aan het zakken.

Naast de structuur van de vleesindustrie is Oostenrijks grootste probleem vooral de economie en de wetgeving.

(Bron: TS Organics, knipsel uit: Newsflash 15 van [Probila](#), 7 augustus 2003)

Tsjechië - Bioboorn verwacht na toetreding tot EU

Volgend jaar in mei wordt Tsjechië een lidstaat van de Europese Unie. Tsjechische boeren verwachten alvast een enorme stijging van hun biologische landbouw aangezien vanaf dan de productiesubsidies erg de hoogte zullen ingaan. Akkerland van 3000 CZK/ha zal van dan af voor 12000 CZK/ha gesubsidiëerd worden. Voor sommige gewassen zullen de subsidies vier keer hoger liggen dan de huidige. Pro-Bio, de biologische landbouwfederatie, levert op het ogenblik aan 180 natuurwinkels doorheen het land maar de biomarkt is nog afhankelijk van bepaalde importproducten zoals fruitsap uit Duitsland.

(Bron: TS Organics, knipsel uit: Newsflash 15 van [Probila](#), 7 augustus 2003)

Italië/Oostenrijk/Duitsland - Bio Hotels

AIAB, de grootste biologische organisatie van Italië heeft toegestemd in een co-operatie met de Oostenrijkse Bio Hotelsketen om meer Bio Hotels op te richten in Italië. De groei van biobedrijven in Italië, Spanje en Frankrijk ligt de laatste jaren duidelijk hoger dan in andere regio's van Europa. De interesse van Italiaanse gasten voor biohotels is eveneens omhooggegaan.

De uitdaging in Italië is vooral de bevoorrading van de nieuwe hotels met biovoedsel. Er zijn potentiële klanten voor, maar welbepaalde structuren die tegemoetkomen aan de noden van de hoteliers ontbreken. Door de ervaring van de Bio Hotelketen en hun koks zullen alle problemen opgelost worden.

De biohotels staan vandaag voor een 2000 bedden verdeeld over 20 verschillende locaties, wat nog een relatief kleine hoeveelheid is.

Info: The bio hotels, Mr. Ludwig Gruber, gruber@biohotels.info, Tel: 0043-664-819.09.34, www.biohotels.info/



(Bron: TS Organics, knipsel uit: Newsflash 15 van [Probila](#), 7 augustus 2003)

Japan - Vraag naar biovoedsel overstijgt aanbod (ingekort)

Samenvatting

Een strenge regelgeving verstikt de binnenlandse productie in Japan en dat terwijl de vraag naar biologisch voedsel groter is dan het aanbod. De landbouwexperte C. Cummings trok door Japan en vertelt wat de Japanse biomarkt te bieden heeft.

artikel

(...) At first glance, the retail food scene in Japan looks pretty much like that of any industrialized nation. The displays are abundant; the packaging is attractive. Food is well labeled and there are multiple brands to choose from. In Japan, the stores are immaculate and they employ all the latest retailing gimmicks. I saw plenty of expensive, imported, and specialty items along with all the basics – although I noticed that portion sizes and packages were much smaller than in the U.S.

(...)

New organic rule winnows producers

Potentially, Japan can be an enormous organic food market. Currently, consumer demand exceeds supply. The explanation most commonly given for this discrepancy is that when Japan's new organic standards law went into effect in April 2001, it required strict adherence to new national standards. The word "organic" could only be used for foods certified and marked under the Japan Agriculture Standard or "JAS" organic seal. Many Japanese farmers had been using methods that reduced or eliminated synthetic chemicals and they were selling their food as "organic." But those who could not become certified dropped out, drastically reducing the number of organic producers in Japan, at least by the official definition.

Japan has a long tradition of honoring natural farming and supporting small farmers. Thee small producers tend vegetable farms of less than 1.5 hectares or rice farms of 4 to 5 hectares. They do not make much money and, like farmers everywhere, they face stiff competition from cheap imports, rising land and labor costs. They are an aging population.

Kenji Matsumoto, the Executive Director of the Japan Organic and Natural Foods Association (JONA) put it this way: "Many Japanese small farmers are too old to learn about complicated regulations and application for certification, even though they have already been in natural and organic farming." He said, however, that some of them are forming groups to grow and market their organic crops under group certification.

The area of land devoted to organic farming in Japan is tiny, just over 12,500 acres. But that small land area does not tell the whole organic food story. After all, Japan is the world's largest food importer, relying on other countries for over 60 percent of its food. For Japan, then, the number of certified organic farmers in the country may not be the best indicator of the potential retail market.

The demand for organic food is growing rapidly in Japan. The Japanese are some of the most demanding consumers in the world. They expect quality, safety and have a high level of environmental literacy. All of which translates into an appreciation for "Yuuki Shokuhin," or organic food. Even with their evident enthusiasm for any food grown according to environmentally sound standards, none of the customers I interviewed -- in what was an admittedly unscientific sample -- knew to look for the new official "JAS" label.

Matsumoto explained that "a lot of people are still not aware of the superiority of certified organic, as opposed to the old idea of natural, and they just do not know to look for the [new] label." In 2000, the Japanese government estimated the market for organic food was about US \$250 million. For 2003, the International Federation of Organic Agriculture Movement (IFOAM)



puts it at more like \$350-450 million.

Those numbers still need to be put into perspective, however. The retail market in Japan is \$2 trillion a year. That's trillion with a "t" - about half of that in food sales. That leaves plenty of room for products like organic cotton and cosmetics. But the significant growth would be in fresh food and produce.

(...)

Japanese still buy locally

Perhaps the most interesting and distinctive feature of Japanese food buying is, unlike other modern industrialized nations, Japan still patronizes its small local retailers. A whopping 70 percent of the total retail food sales take place in the more than 1 million small food stores in Japan.

(...)

Organic food is easily integrated into Japan's exquisite aesthetic. For all its industrial qualities and technological achievements, Japan is still enamored of ideas like living in harmony with nature. Japan's deep respect for the ancient arts, for craftsmanship, for locality and regional distinctions all fit with the values implicit in organic food and farming.

(...)

Lees het volledige artikel op www.probila.be/infoflashDetail_p.asp?id=1207

(Bron: Claire Hope Cummings, knipsel uit: [Newsflash 16](#), van Probila, 15 augustus 2003)

VS - Studie: Levensfilosofie en niet rijkdom doet bio kopen

Sinds 1989 onderzoekt een marketingbureau in Washington consumenten van biologisch voedsel. Men is tot de vreemde vaststelling gekomen dat niet zozeer de welgestelde en opgeleide milieuactivist naar biovoedsel rijkt, maar wel de consument die aan zijn gezondheid denkt of de die een bio-filosofie aanhangt, wat dus eveneens de 80-plussers als de studenten kunnen zijn.

(Bron: TS Organics, knipsel uit: [Newsflash 16](#), van Probila, 15 augustus 2003)

VS - Biokatoen in Texas

Samenvatting

Het westen van Texas is wereldwijde koploper wat de productie van biokatoen betreft.

Ongeveer 30 families van Muleshoe tot San Angelo vormen de Texas Organic Cotton Marketing Cooperative, dat zowat 10,000 aren land omvat.

Volledig artikel

West Texas is at the forefront of organic cotton production worldwide. About 30 families from Muleshoe to San Angelo comprise the Texas Organic Cotton Marketing Cooperative, which has about 10,000 acres of land under cultivation.

La Rhea Pepper has taken it upon herself to tackle the lack of markets for organic cotton products. From her store in O'Donnell, Pepper houses three companies: Organic Essentials, which makes cotton swabs, cotton balls and feminine hygiene products; Cotton Plus, which sells fabrics to wholesalers and individual customers; and Organics for Massage.

In addition, she travels the globe encouraging high-profile clothing manufacturers to use more organic cotton in their products. She was in London earlier this year and just recently returned from a trip to California. In November, Pepper hopes to travel to Thailand.

Her efforts and the efforts of other organics boosters already have yielded fruit. Athletics and outdoors clothing companies, such as Patagonia and Nike, have agreed to use organic cotton in



their clothing.

Pepper's grandfather started cultivating a plot of land in northern Borden County in the '20s. Pepper said he originally was drawn to organics as a way to differentiate his crop from the conventional market.

Despite the efforts of the committed few, doubts remain about organic cotton's ability to compete with conventional cotton. Sukant Misra, associate dean for research at Texas Tech's College of Agricultural Sciences and Natural Resources, researched the market for organic cotton six years ago. "The bottom line I can tell you is the potential for organic market is pretty small," he said. "It's a niche market." Misra said a market exists for the material, particularly in Europe and among people with chemical insensitivities, but he did not see much potential for tremendous growth.

The biggest challenge for organic cotton is its price. A price premium is not "going to grow any further because demand isn't growing," Misra said. "If the supply is already there to meet the demand, there's no need for the market to pay more for the cotton. "About 10 years ago, some people said organic cotton was going to start competing with conventionally grown cotton," he said. "I seriously doubt that'll happen."

(Bron: TS Organics, knipsel uit: [Newsflash 16](#), van Probila, 15 augustus 2003)

Colofon

De Biotheek Netknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen in het kader van het Biotheekproject. De Biotheek is hét informatie- en documentatiecentrum voor de biologische landbouw en voeding, te bereiken via www.biotheek.be of 078/151 152.

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: Petra Tas, Dirk Verdickt en Erik Krosenbrink.

Abonnementenadministratie: Dirk Verdickt. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 800 relaties voornamelijk binnen de sector en de overheid.

Aan- of afmelden kan via de website: surf naar www.bioforum.be en klik op 'Nieuwsbrief' in de horizontale menubalk. Oude nummers kunnen steeds opgevraagd worden bij biotheek@bioforum.be