



Biotheek Netknipsels #141 – 19 januari 2006

Terwijl Bioplanet een vierde vestiging voorbereidt in het Leuvense, buigt Stef Aerts zich over de vermeende hypocrisie van de doorsnee 'supermarktconsument'. Schijnbaar moeten we niet trachten om een grote groep consumenten te overtuigen van de meerwaarde van bio: slechts een tiental mensen is voldoende om het aanbod in de supermarkten te doen wijzigen. Het gaat er alleen om de juiste tien te pakken te krijgen!

Hartelijke groet,
Petra Tas
Projectcoördinator de Biotheek

In dit nummer:

NATIONAAL

"Modern voedingspatroon maakt mensen depressief"
De Wroeter ontvangt Limburgse milieu- en natuursprijs
Doe mee aan de Provinciale Milieuprijs 2006 (Vlaams-Brabant) en win 2.500 euro!
Bioboulevard in Antwerpen
Vierde Bio-Planet komt aan Leuvense Vaart
Diervriendelijke consument is niet hypocriet
Uw bio-agenda voor de komende weken

INTERNATIONAAL

wereld - Flinke groei voor ggo
EU - Commissie laat drie GGO's van Monsanto toe
EU - Europeanen willen meer dierenwelzijn op boerderij
EU - EU betaalt mee aan promotie bloemen en biologische producten
NL - Aanstelling ketenmanager voor de biologische speciaalzaak
NL - Biologisch groeit, maar heeft het niet makkelijk
NL - Lidl neemt bio-producten op
NL - Biolandbouw moet verschillen in visies koesteren
NL - 10% Biologisch alleen mogelijk bij kleiner prijsverschil
NL - Provincie Noord Holland promoot biologische landbouw
NL - Noordelijke subsidie voor verladerssamenwerking sierteelt en biologische rozen
D - Biosector waarschuwt voor politiek ten nadele van biolandbouw
D - 12th International Conference on Cultivation Technique and Phytopathological Problems in Organic Fruit-Growing
D - Duitsland: 4,6% landbouwareaal biologisch



NATIONAAL

"Modern voedingspatroon maakt mensen depressief"

'De Belg wordt almaar depressiever'. Het is maar één mediabericht dat onderstreept dat we ons almaar vaker slecht in ons vel voelen. En volgens The Observer wordt die golf van depressies deels veroorzaakt door het moderne voedingspatroon. Een Brits onderzoek zegt dat ons dieet chemische stoffen ontbeert die noodzakelijk zijn om de geest gezond te houden.

De vetrijke voeding wordt in het onderzoek met de vinger gewezen. Dat we weinig of geen groenten en fruit, vis of noten eten, maakt namelijk dat de hersenen een tekort hebben aan noodzakelijke vitaminen en voedingsstoffen. De hersenen hebben een mengsel nodig van koolhydraten en essentiële vetzuren plus vitaminen en water.

Het moderne dieet bevat echter veel onverzadigde oliën die ons brein niet de nodige 'voeding' geven. Daardoor wordt de productie van aminozuren afgeremd, en die zijn belangrijk voor onze psychologische gezondheid. Een van die aminozuren, tryptofaan, is verantwoordelijk voor de aanwezigheid van serotonine en die dirigeert dan weer onze gevoelens van tevredenheid of angst en speelt een rol in het beteugelen van depressies, aldus de onderzoekers.

Bron: De Morgen, geknipt uit vilt, 16/01/2006

De Wroeter ontvangt Limburgse milieu- en natuurprijs

De Milieu- en Natuurprijs 2005 van de provincie Limburg is toegekend aan vzw De Wroeter Arbeidscentrum voor het Natuurproject Siegerveld.

Vzw De Wroeter Arbeidscentrum is een biologisch landbouwbedrijf in Kortesseme dat werkgelegenheid biedt aan langdurig werklozen en sociaal kansarmen. Behalve zorg zijn natuur en milieu een ankerpunt in het biobedrijf. In 2004 diende het een bijzonder leefmilieuproject in. Dit jaar sleepte dit project de Milieu- en Natuurprijs 2005 in de wacht. Dat het project een nieuwe doelgroep aanspreekt, was voor de jury een doorslaggevend argument.

Het opzet van het project was dubbel: een rijker natuurleven in de omgeving van het bedrijf én een beter inzicht bij de doelgroep in natuur en natuurbeheer. De werkomgeving rond de serres en de gebouwen in Sint-Lambrechts-Herk werden heringericht met inheemse bomen, hagen en struiken. Salamanders en kikkers toeven weer volop in de herstelde poel naast de appelplantage. Vzw De Wroeter legde ook een bloemenweide, een strook met akkerkruiden en een bijenhal aan.

De Wroeter is een biobedrijf met groente- en fruitteelt. Behalve veiling- en directe verkoop heeft het bedrijf een webwinkel. Meer informatie over dagcentrum en arbeidscentrum De Wroeter leest u op www.dewroeter.be

bron: Milieub@BBEL, geknipt uit Biotheek, 16/01/2006

Doe mee aan de Provinciale Milieuprijs 2006 (Vlaams-Brabant) en win 2.500 euro!

De provincie Vlaams-Brabant kent jaarlijks een provinciale milieuprijs toe ter waarde van 2.500 euro aan één of meerdere initiatiefnemer(s) die een originele bijdrage leverden aan het Vlaams-Brabantse leefmilieu. De doelgroep is erg breed. In aanmerking komen jeugd- of socioculturele verenigingen, bedrijven, wetenschappelijke instellingen, lokale overheden en scholen, maar ook andere organisaties en particulieren. Heeft u in het jaar 2005 een origineel project opgezet rond natuur en milieu, dan maakt u zeker kans! Wie wil deelnemen, kan zijn projectfiche tot 31 januari 2006 indienen. Let wel op: het project moet uitgevoerd zijn voor 31 december 2005. Meer



informatie en aanvraag projectfiche: Dienst leefmilieu, 016 26 72 79,
lieselot.decleyn@vlaamsbrabant.be

In 2005 won het biologisch bedrijf De Wroeter de Limburgse prijs. - zie artikel hierboven nvdr

bron: Milieub@BBel, 17/01/2006

Bioboulevard in Antwerpen

Jacques Cochez van Bioboulevard:
"Kortste weg van bron naar klant"

Biomarkten vormen een originele aanvulling op de natuurvoedingswinkels en supermarkten. De boeren, bakkers, slagers... verkopen er de producten die ze zelf oogsten of maken. Voor Jacques Cochez, biobakker en voorzitter van Bioboulevard, is het 'broneffect' de sleutel van het succes.

Biomarkten doken in de provincie Antwerpen vrij recent op in het straatbeeld. In 1999 beet Heist-op-den-Berg de spits af met een wekelijkse biologische boerenmarkt op zondagvoormiddag. De stad Antwerpen volgde in 2003 met een maandelijkse zondagmarkt op het Falconplein. Enkele gemeenten ten zuiden van Antwerpen sprongen een jaar later met vrijdagmarkten mee op de biokar.

De eerste biomarkten kwamen er op initiatief van de Werkgroep voor een Rechtvaardige en Verantwoorde landbouw (Wervel)

"Ze waren enorm succesvol: er kwamen veel marktkramers én veel klanten opdagen", vertelt Jacques Cochez. "Maar sommige kramen waren niet in orde met bepaalde administratieve verplichtingen, zoals de btw en het handelsregister. Dat maakte die markten kwetsbaar, want bij controle konden de wagens die niet in orde waren, weggesleept worden. Samen met enkele collega-marktkramers besloot ik daarom zelf een vereniging op te richten met alleen marktkramers die volledig in orde zijn met de papierwinkel. Eind november 2004 hielden we Bioboulevard boven de doopvont."

Jullie organiseren nu zowel de zondagmarkt op het Falconplein als de vrijdagmarkten in de Antwerpse zuidrand?

Jacques Cochez: "We hebben inderdaad twee circuits: één op zondagvoormiddag en één op vrijdagnamiddag. Voor de markten op vrijdag deden we de ronde van de gemeenten ten zuiden van Antwerpen: we stuurden ze een brief, belden ze op en probeerden een afspraak te versieren om ons concept uit de doeken te doen. De respons was bemoedigend. We ondervonden wel dat het thema politiek gevoelig ligt. Sommige partijen voelen nu eenmaal meer voor een biomarkt dan andere..."

Bioboulevard telt een twintigtal leden, komen die naar elke markt die jullie organiseren?

"Voor onze vaste markten hebben we een kerngroep van marktkramers die elke keer of bijna elke keer komen. Voor de occasionele markten werken we met vrije inschrijving: we laten elk lid de keuze om op een bepaalde uitnodiging in te gaan of niet. Het hangt ook af van het seizoen. Soms krijgen we te horen "er staan zo weinig kramen op de markt". Dat is eigen aan de formule. Als de schapen moeten lammeren, blijft de boer bij zijn dieren. Als de groenteboer te veel werk heeft op het veld, blijft hij op zijn veld."

Of de boer kan de verkoop in die periode aan iemand anders overlaten...

"Dat vind ik geen goede oplossing, want dan ga je voorbij aan de eigenheid van zo'n biomarkt. Wie het product maakt, verkoopt het aan diegene die het product zal opeten of gebruiken. Dat motiveert niet alleen de verkoper, maar ook de koper. Het broneffect noem ik dat. Wat is er



overtuigender dan een brood te verkopen dat je enkele uren ervoor zelf hebt gekneet en uit de oven gehaald?"

Voor de organisatie van jullie biomarkten werken jullie ook samen met de handelaars van de wijk waar jullie neerstrijken. Zien ze jullie wel graag komen?

"We geven alle handelaars die volgens onze principes werken (bio en/of eco en/of fairtrade), de kans om op de biomarkt hun waren aan de man/vrouw te brengen. De meeste beschouwen ons niet als concurrenten, omdat we eerder voor nieuwe klanten zorgen dan dat we klanten van hen afsnoepen. Op een markt bereik je andere mensen dan in een winkel. Dat heeft ook met het tijdstip van onze markten te maken. Op vrijdag mikken we op mensen die na het werk hun inkopen voor het weekend doen. De weekendsfeer zit er dan al goed in. Die zwengelen we aan met animatie en proeverijen. Op veel plaatsen krijgen we daarvoor hulp van het wijkcomité, dat dan natuurlijk ook zelf een standplaats krijgt."

Je staat zelf ook op 'gemengde' markten (met biologische en niet-biologische producten). Is dat geen betere manier om nieuwe mensen warm te maken voor bio?

"Ik denk niet dat de ene formule beter is dan de andere. Beide hebben hun voor- en nadelen. Het werkt in elk geval versterkend als er meerdere bioverkopers samen aanwezig zijn op een markt. Op donderdagvoormiddag verkoop ik mijn brood en gebak op de Dageraadplaats in Antwerpen. Tegenover me verkoopt Godvried Bervoets van 't Wijngaardhof biologische groenten en fruit. Het is plezant om de klanten te zien zappen van Wilfrieds kraam naar het mijne en terug. Dat brengt leven in de brouwerij."

Bioboulevard

Jacques Cochez, gsm: 0484 290 769, Skypenaam: biobrood

e-mail: cochez.stevens@telenet.be

Willy Beeckman, tel.: 03 482 33 23, gsm: 0495 231 962

bioboulevard@biz.tiscali.be

www.bioboulevard.be

Een greep uit het aanbod (verschilt van markt tot markt): groente en fruit, brood en gebak, kruiden, oliën, olijven, confituur, wijnen, zuivel, kleding, verse wafels, roomijs, fruitsappen, vlees, cosmetica, handtassen, rugzakken, wasmiddelen, babyverzorging, kinderspeelgoed. Vaste markten:

- * Antwerpen, Falconplein (eerste zondag van elke maand, van 10 u tot 16 u)
- * Antwerpen, Dageraadplaats (eerste vrijdag van elke maand, van 15u tot 19u)
- * Mortsel, gemeentehuis (tweede vrijdag van elke maand, van 15u tot 19u, vanaf april 2006)
- * Zwijndrecht, Fortbaan (derde vrijdag van elke maand, van 15u tot 19u).
- * Occasionele markten op de vierde of vijfde vrijdag van de maand: Edegem, Lint, Kontich, Wommelgem.

bron: de Biotheek, 10/01/2006

Vierde Bio-Planet komt aan Leuvense Vaart

LEUVEN - Colruyt plant een Bio-Planet aan het Engels Plein in Leuven. Na Kortrijk, Gent en Dilbeek wordt Leuven dan de vierde plaats met een warenhuis met uitsluitend biologische producten. Meteen is het idee om een skatepark in te richten in de oude garage Geens definitief van de baan.

De plannen voor de herinrichting van het Engels Plein en de Vaartkom lokken al meteen investeerders. Colruyt was al langer op zoek naar een geschikte plaats in Leuven voor filialen van Bio-Planet en Dreamland. De voormalige garage Geens biedt een oplossing. De loods staat al jaren leeg.

Enkele jaren geleden vonden krakers er nog onderdak. Een jaar geleden waren er plannen om er



een overdekte skatehall in te richten. Uiteindelijk krijgt de loods dan toch een definitieve bestemming.

Er zijn vandaag slechts drie filialen van Bio-Planet in Vlaanderen: Gent, Kortrijk en Dilbeek. De biosupermarkt biedt meer dan zeventuizend biologische voedingsproducten en ecologische artikelen. Er is een ruim aanbod vegetarische producten, meer dan zeventig soorten vers brood, tientallen biowijnen, maar ook speelgoed, textiel en babyproducten.

Met certificaat

„Alle producten die u bij Bio-Planet aantreft, beantwoorden aan de zeer strenge normen van het lastenboek voor biologische landbouw en worden gecertificeerd door officiële controleorganismen", staat te lezen op de webstek.

Met de komst van het filiaal is het Engels Plein al meteen zeker van een grote investeerder. De stad ziet de biosupermarkt graag komen. „Het past perfect in de toekomstvisie van de stad voor de omgeving van de Vaartkom en het Engels Plein", stelt schepen van ruimtelijke ordening Karin Brouwers (CD&V). „We zijn voorstander om dit soort van grootschalige kleinhandel in die hele hoek van de stad toe te laten. Het hoort niet echt in de binnenstad en anders gaan de mensen allemaal richting Gouden Kruispunt." (BCZ)

bron: Nieuwsblad, regio Leuven, 13/01/2006

Diervriendelijke consument is niet hypocriet

Hoewel de doorsnee burger in enquêtes beweert dat dierenwelzijn erg belangrijk is, koopt hij als consument steevast de goedkoopste producten. Veehouders voelen zich in de hoek gezet door deze ‘dubbele moraal’. Maar is dat wel de juiste terminologie om het debat vooruit te helpen? In het nieuwe boek *Dier en Welzijn* ontrafelt co-auteur Stef Aerts het consumentengedrag en uit die denkoefening blijkt dat van een dubbele moraal helemaal geen sprake is. Volgt u even mee de gedachtegang...

Uit eerdere studies blijkt dat de meeste consumenten bij een keuze tussen vleesproducten van gelijkaardige kwaliteit meer gevoelig zijn voor de prijs dan voor de productiewijze ervan, welke informatie er ook wordt gegeven. Dit roept in veehouderijmiddens wel eens de bedenking op dat met de vragen om meer dierenwelzijn niet teveel rekening moet worden gehouden. Analoog met de bevindingen in de doctoraatsstudie van Dirk Lips onderscheidt Stef Aerts drie argumenten voor deze stelling:

1/ Het is hypocriet om enerzijds meer welzijn te eisen voor landbouwhuisdieren, maar anderzijds de ‘diervriendelijke’ producten niet te kopen omdat ze duurder zijn. Met de mening van hypocrieten moet per definitie geen rekening gehouden worden.

2/ Veel mensen willen dat er niet veel rekening gehouden wordt met het welzijn van de landbouwhuisdieren als dat kostprijsverhogend werkt. Ze kopen immers de goedkoopste producten.

3/ De roep om dierenwelzijn is het grootst wanneer er een crisis is in de veehouderij of de voedselketen, maar dat is snel weer vergeten en dan koopt men weer het goedkoopste. Het is dus veeleer de zorg voor de eigen gezondheid die speelt en niet de zorg om het welzijn van de landbouwhuisdieren.

Deze geparafraseerde argumenten maken duidelijk dat de dialoog tussen producenten en consumenten niet altijd even vlot verloopt. Volgens Stef Aerts is het een brug te ver om de gemiddelde consument als hypocriet te bestempelen. “Hypocriet is diegene die op dezelfde vraag twee verschillende antwoorden geeft naargelang de context waarin de vraag wordt gesteld. Het gaat hier niet om dezelfde vraag in een andere context, maar om twee verschillende vragen: ‘Vind je het welzijn van landbouwhuisdieren belangrijk?’ is helemaal niet hetzelfde als



‘Koop je diervriendelijk geproduceerde koopwaar als je ook de kans hebt om producten met gelijkaardige productkwaliteit te kopen die goedkoper zijn omdat ze met minder aandacht voor dierenwelzijn geproduceerd zijn?’”

De eerste vraag peilt naar iemands opinie. Bij de tweede vraag blijkt of het ideaalbeeld over dierenwelzijn ook tot de topprioriteiten behoort wanneer mensen geconfronteerd worden met beperkte (financiële) middelen. Aerts: “Uit een recente enquête van VILT blijkt dat mensen het welzijn van landbouwhuisdieren wel belangrijk vinden, maar er zijn dingen die ze nog belangrijker vinden. De eigen middelen zijn meestal reeds uitgeput alvorens men aan het dierenwelzijn toekomt. Wie opkomt voor het welzijn maar toch niet de producten koopt die op de meest diervriendelijke manier zijn voortgebracht, is dus niet noodzakelijk hypocriet. Dit ontkracht het eerste argument dat we hierboven vernoemden”.

We redeneren even verder op dit koopgedrag. Het is op zich niet eens zeker dat mensen echt willen dat deze goedkope, minder diervriendelijke producten worden aangeboden. Uit het feit dat de producten in de winkelrekken wel degelijk gekocht worden, kan men namelijk niet met zekerheid afleiden dat de kopers ervan ook echt willen dat ze aangeboden worden. Nochtans is dat wel de manier waarop een aankoop meestal wordt geïnterpreteerd. “Als men eerlijk is, dan weet men zoiets pas zeker wanneer mensen er expliciet zouden om vragen als die producten er niet meer waren”, aldus Aerts. Een dergelijk onderzoek is echter nog niet gevoerd. Een interessante casus is wel de beslissing van de Nederlandse supermarkten om sinds 1 januari 2005 geen batterijeieren meer te verkopen. Af te wachten valt hoe groot op termijn de vraag naar batterijeieren wordt... of net niet. Conclusie is dat ook het tweede argument gebaseerd is op een foute redenering.

Blijft nog het argument dat consumenten eigenlijk enkel bezig zijn met hun eigen gezondheid en dierenwelzijn als een soort drogreden gebruiken. Het blijkt inderdaad zo te zijn dat de vraag om meer welzijn voor landbouwhuisdieren groter is wanneer crisissen in de veehouderij de aangewende technieken in de media brengen. “Mensen worden dan met de neus op de feiten gedrukt en veel mensen laten dan ook in hun aankoopgedrag merken dat ze niet akkoord gaan met deze praktijken. Ze doen dat echter meestal niet door meer diervriendelijke producten te kopen, maar door het eten van vlees te laten”, stelt Aerts vast. Dit effect is zeer tijdelijk en doorgaans bereikt de consumptie na drie maanden weer zijn normale peil. Mogen we dan besluiten dat de consument wel roept om meer dierenwelzijn maar uiteindelijk alleen bekommerd is om de eigen gezondheid? “Dat is een overhaaste en onproportionele conclusie”, antwoordt Aerts categoriek. (...)

Geen 10 mensen

De meest logische gevolgtrekking uit het voorgaande is volgens Aerts dat er bij de meeste mensen geen dubbele moraal leeft. Blijft natuurlijk nog wel de vaststelling dat het moeilijk is om aan de kassa de extra kosten die welzijnsvriendelijke huisvestingssystemen met zich meebrengen te valoriseren. Labels bieden een uitweg, maar om ze in de markt te duwen is een berg geld nodig. “Veel efficiënter is om het dierenwelzijn te integreren in bestaande labels. Vandaag zijn in heel wat labels al enkele bepalingen opgenomen, maar dit is zelden uitgebreid en nooit gebaseerd op wetenschappelijk onderzoek. Bovendien leggen te weinig mensen een link tussen de labels en het dierenwelzijn. Op dit vlak is dus nog heel wat verbetering mogelijk”, aldus Aerts.

Nog veel makkelijker zou zijn indien de grootdistributie zich gezamenlijk zou engageren voor het dierenwelzijn. Tussen de miljoenen landbouwers in Europa en de honderden miljoenen consumenten zitten er maar enkele tientallen warenhuisketens die een groot deel van de markt beheersen. Die supermarkten ontwikkelen steeds massaler een eigen productlijn. Welke boodschap achter het eigen merk schuilgaat, kan het warenhuis zelf bepalen. Via lastenboeken kan de productiewijze immers nauwgezet gestuurd en opgevolgd worden. Dit kan gaan van het bepalen van de smaak van chips van het huismerk tot het bepalen op welke manieren de dieren



gehuisvest moeten worden wanneer een producent binnen dat label wil leveren. “De grootdistributie bezit onmiskenbaar een groot hefboomeffect”, zegt Aerts. “Er moeten in België of Nederland niet eens tien mensen een gezamenlijke beslissing nemen om wezenlijke resultaten te boeken”.

Daarmee is nog niks gezegd over de twee partijen die het meest in de kijker lopen als het gaat om het welzijn van landbouwdieren: de veehouder en de overheid. Dat het voor geen van beiden in de huidige economische context makkelijk is om grote verbeteringen te forceren, is duidelijk. “Als boeren kostprijsverhogende normen opgelegd krijgen, dreigt een migratie van de dierlijke productie waar nog minder diervriendelijk geboerd wordt”, aldus Aerts. Wat niet betekent dat er geen manoeuvreerruimte bestaat. (...)

“Ieder heeft zijn verantwoordelijkheid”, vat Aerts samen. “De persoonlijke verantwoordelijkheid wordt wel groter naarmate het aantal individuen op een sleutelpositie kleiner wordt. Het is dus aan de consument en aan de boer, maar zeker ook aan de distributie en aan de overheid om mee de kar van de verandering te trekken. De wegen naar verandering die hierboven beschreven staan, zullen niet alleen zaligmakend zijn, maar wanneer ze gecombineerd worden met de nodige inspanningen van alle betrokken partijen, kunnen we ons voorstellen dat de consumptie van dierlijke producten niet meer synoniem hoeft te zijn met slecht dierenwelzijn”.

Het volledige artikel vind je op: <http://www.vilt.be/gevilt/detail.phtml?id=918>

bron: vilt, 16/01/2006

Uw bio-agenda voor de komende weken

zaterdag 14 januari 2006

Vormingsdag Genetisch Gemanipuleerde Gewassen

Dit zal geen klassiek panelgesprek met vóór- en tegenstanders van GGO's zijn, maar het zal vooral gaan over systeemdenken in de landbouw en moet bijdragen tot de ontwikkeling van een noodzakelijke visieverandering (paradigmashift).

Wie wenst deel te nemen aan de ganse dag en gebruik wil maken van de lunch geeft een seintje aan : info@wervel.be

Plaats : CIMIC VZW (Centrum voor Intercultureel Management en Internationale Communicatie), Lange Ridderstraat 36-38, 2800 Mechelen

Tijd : 9.45 - 17.00 u

Organisatie : Wervel vzw, Vooruitgangsstraat 333A, 1030 Brussel, tel. 02/203.60.29

website: <http://www.wervel.be>

maandag 16 januari 2006

De Velt-afdeling Beringen-Leopoldsborg stelt voor:

Voordracht Ecologische Bemesting door Pierre Zanders, omdat ecologisch bemesten veel meer is dan alleen compost gebruiken...

Cultureel Centrum Leopoldsborg, Kastanjedreef 1, 3970 Leopoldsborg, maandag 16 januari '06 om 19u30

Inkom: Velt-leden €1, niet-leden €2

contact en info: info.beringen-leopoldsborg@velt.be

e-mail: info.beringen-leopoldsborg@velt.be

van zaterdag 25 februari 2006 - tot zaterdag 4 maart 2006

Workshop huidverzorgingsproducten

Loca Labora organiseert een tweedaagse praktijkgerichte cursus (zaterdag 25 februari en 4 maart) rond het maken van handcrème, bodymilk en dagcrème. Tijdens de cursus krijgt u heel



wat informatie over de kruiden die u kan gebruiken, leert u de producten zelf maken en nadien ...krijgt u deze natuurlijk mee om er zelf van te genieten!

Plaats : Loca Labora, Bulskampveld 12, 8730 Beernem

Tijd : 13.30 - 16.30 u

Prijs : € 60 per persoon (alle ingrediënten zijn inbegrepen)

Vooraf inschrijven is noodzakelijk : contacteer Timothy Vande Ginste – 050/ 28 00 48

of info@localabora.be, uw inschrijving is definitief na storting van € 60 op rekening 001-1787173-24 met vermelding “cursus verzorging”

website: <http://www.localabora.be>

van zondag 5 maart 2006 - tot zondag 28 mei 2006

Cursus bijenteelt voor beginners

Cursus van 24 lesuren, telkens op zondagvoormiddag.

Plaats : AVOWEST, Schipvaartweg 10, Poperinge

Tijd : 9.00 - 12.00

Organisatie : Imkersvereniging De Westerbie van Poperinge, in samenwerking met het VTI – Afdeling land- en tuinbouw Poperinge.

Info en compleet programma : Dirk Desmadryl, Westouterstraat 84, 8970 Poperinge - tel./fax: 057/33 48 65 - e-mail : dirk.desmadryl@belgacom.net

Inschrijving : ten laatste op 15 februari bij Dirk Desmadryl

Prijs : 30 EURO, daarin zijn begrepen: de lessen, de handleiding “Bijen houden in de 21ste eeuw” en koffie tijdens de pauze. Het inschrijvingsgeld dient voor 15 februari 2006 gestort te worden op rekeningnummer 467-3139401-83 van Dirk Desmadryl, Poperinge.

De handleiding (€ 15) zal ook dienstig zijn voor de cursus van het tweede jaar en dient dan niet meer aangekocht te worden.

e-mail: dirk.desmadryl@belgacom.net

donderdag 16 maart 2006

Komboechadrak en perssap, het gebruik van groene Chinese thee, zwam en honing

Demonstratie, zelfbereiding en degustatie.

Wetenschappelijke achtergronden van deze immuunstimulerende en drainerende drank, een uniek voedingssupplement

Plaats : Clobila, Parklaan 18, 9932 Ronsele-Zomergem

Meer info en inschrijving : Clobila : tel. en fax 09/372.75.19 of clobila@skynet.be

website: <http://www.users.skynet.be/clobila>

zaterdag 18 maart 2006

Komposter

Velt Waasland en Natuurpunt nodigen u uit voor een workshop komposter. Opzetten van een komposthoop is echt niet zo moeilijk en je kan er gezonde bio-kompost voor eigen gebruik van maken.

De beste manier om dit onder de knie te krijgen is omzelf aan de slag te gaan. De theorie wordt tijdens de doe-sessie gegeven. Een gedeelte van de kompost kan mee naar huis genomen worden. (breng best een plastieken zak mee om je auto niet vuil te maken).

Plaats : aan Natuurhuis Panneweel, Krekeldijk 2 te Meerdonk.

Tijd : van 9.00 tot 12.00 uur.

website: <http://natuurpunt.bino.be/default.asp?id=27&ACT=5&content=158&mnu=27>

bron: Biotheek, permanent



INTERNATIONAAL

wereld - Flinke groei voor ggo

Het wereldwijde areaal met genetisch gemanipuleerde organismen (ggo) is vorig jaar met 11 procent gegroeid naar 90 miljoen hectare. Ruim 60 procent van het totale oppervlak wordt gebruikt voor sojabonen die resistent zijn tegen bestrijdingsmiddelen. Dat blijkt uit onderzoek van de International Service for the Acquisition of Agri-biotech Applications (ISAAA). Sinds de eerste commerciële toepassing van ggo in 1996 is het wereldwijde areaal volgens deze organisatie zelfs vijftigvoudig van 1,7 miljoen hectare in zes landen naar 90 miljoen in 21 landen.

De meeste ggo voor commerciële toepassingen wordt geproduceerd in de Verenigde Staten (49,8 miljoen hectare), Argentinië (17,1), Brazilië (9,4) en Canada (5,8). In de Europese Unie zijn alleen Spanje, Duitsland, Tsjechië, Frankrijk en Portugal actief op dit gebied. Opvallend is dat Iran vorig jaar het eerste land was dat genetisch gemanipuleerde rijst produceerde. ISAAA denkt dat China snel zal uitgroeien tot een van belangrijkste spelers op de markt. uit: Agrarisch dagbald, 12.1.06

bron: biofood online, 17/01/2006

EU - Commissie laat drie GGO's van Monsanto toe

Drie genetisch gewijzigde maïssoorten mogen voortaan in Europa verkocht worden als voedsel of diervoeder. Dit heeft de Europese Commissie beslist. De aanvragen komen alle drie van Monsanto. Europa heeft sinds enkele jaren een streng evaluatiesysteem voor de erkenning van GGO's. De lidstaten blijven echter hopeloos verdeeld over de zaak, en pogen zelfs niet overeenstemming te bereiken wanneer er een concrete aanvraag is. Daarom komt het de Commissie toe te beslissen.

Nu zijn de aanvragen voor GA21, MON863 en MON863*810 goedgekeurd. Deze gewassen zijn resistent tegen respectievelijk de onkruidverdelger Roundup, keverachtige insecten en bepaalde ziektes. De eerste twee zijn maïs bestemd voor menselijke consumptie, de derde is voornamelijk voor dieren. Geen van de drie zullen in Europa geteeld worden.

Over een paar maanden moet de WTO zich uitspreken over klachten van andere landen tegen de Europese weigering om GGO's toe te laten. Dat moratorium is sinds mei 2004 vervangen door de erkenningsprocedure, maar ook die is nog te streng, volgens de klagers.

bron: Belga, geknipt uit vilt.be, 13/01/2006

EU - Europeanen willen meer dierenwelzijn op boerderij

Uit een niet-representatieve internet-enquête van de Europese Commissie blijkt dat 65 procent van de ruim 44.000 respondenten vindt dat het slecht tot zeer slecht gesteld is met het dierenwelzijn op de Europese landbouwbedrijven.

88 procent is van oordeel dat een verbetering van het dierenwelzijn nodig is. Een opsteker voor de veehouderij is dat 95 procent van de Europeanen vindt dat ingevoerde producten aan dezelfde criteria moeten onderworpen worden als diegene die in eigen land van toepassing zijn. zie ook: www.biologischelandbouw.net

bron: biofood online, 17/01/2006

EU - EU betaalt mee aan promotie bloemen en biologische producten



De Europese Unie trekt in totaal 25,5 miljoen euro uit voor de promotie van bepaalde landbouwproducten. In totaal 14 landen profiteren van de subsidie. Nederland krijgt in totaal bijna 1,8 miljoen euro voor de promotie van bloemen en biologische producten. Zie voor meer informatie de site van de Europese Commissie.

bron: agriholland.nl, 12/01/2006

NL - Aanstelling ketenmanager voor de biologische speciaalzaak

De Stichting Promotiebureau Biologische Speciaalzaak (PBS) heeft in samenwerking met de Task Force Markontwikkeling Biologische Landbouw en zeven groothandels uit de natuurvoedingsbranche Geert-Jan Smits als ketenmanager voor de biologische speciaalzaak aangesteld.

De hoofddoelstelling van het PBS ketenmanagement is een bijdrage leveren aan de verhoging van de biologische omzet via biologische speciaalzaken. Voornaamste taak daarbij is het begeleiden van winkelondernemers naar opschaling en vernieuwing van hun winkels en het realiseren van nieuwe winkels in marktgebieden waar nog geen biologische speciaalzaak aanwezig is. Doel is om gedurende de looptijd van het project ketenmanagement 16 tot 20 nieuwe en vernieuwde winkels te realiseren.

De Biologische Speciaalzaakketen presteert de afgelopen jaren goed. Zowel in 2004 als de 2005 ligt de omzetgroei rond de 7%. De biologische omzet van speciaalzaakkanalen bedroeg in 2004 171 miljoen Euro en zal naar verwachting in 2005 ruim boven de 180 miljoen Euro uitstijgen. De meeste groei wordt gerealiseerd door vernieuwing en verbetering van bestaande winkels en vestiging van nieuwe biologische speciaalzaken en bio-supermarkten. Doel van het PBS ketenmanagement is om dit proces van winkelvernieuwing te versnellen.

Het PBS ketenmanagement staat open voor alle marktpartijen die willen participeren. De ketenmanager zal zich voornamelijk richten op de behoeften van bestaande winkelondernemers om de eigen winkelonderneming te vergroten. Het bemiddelen bij het verwerven van nieuwe locaties richting gemeenten en projectontwikkelaars, bij het regelen van financiering, bij eventuele samenwerkingsverbanden tussen verschillende winkelondernemers of tussen winkelondernemers en groothandels behoort tot de primaire taken van de ketenmanager. Daarnaast zoekt hij ook naar mogelijkheden in marktgebieden waar nog geen natuurvoedingswinkels zijn en bemiddelt hij tussen winkelondernemers en kandidaat-winkelondernemers (ondermeer afkomstig van de SON-opleiding*) voor bedrijfsopvolging.

De financiering van de ketenmanager wordt voor 50% gedragen door de Task Force en voor 50% door een zevental groothandels: Bakkerij Verbeek, Bakkerij Van der Westen, De Zaai-Ster, Kroon, Natudis, TerraSana en Udea. Het staat open voor andere partijen die willen participeren. Het project PBS ketenmanagement is door alle betrokken partijen aangegaan tot eind 2007.

Geert-Jan Smits is afkomstig van Udea, waar hij het afgelopen jaar winkels heeft begeleid bij opschaling en vernieuwing. Daarvoor heeft Geert-Jan ervaring opgedaan bij Schuitema als winkelbegeleider. De ketenmanager valt in deze nieuwe functie onder de verantwoordelijkheid van Stichting PBS en rapporteert aan de voorzitter Bert van Ruitenbeek (Biologica) en de algemeen manager Bavo van den Idsert. Tevens werkt de nieuwe ketenmanager intensief samen met de ketenmanagers van de Task Force.

* Voor meer informatie over SON-opleiding: www.son.nu

bron: biofair.nl, 19/01/2006

NL - Biologisch groeit, maar heeft het niet makkelijk



Het areaal biologische landbouw nam in 2004 toe met 6%. Het aantal biologische bedrijven steeg tot boven de 1.200. Dat blijkt uit de cijfers van het Centraal bureau van de statistiek. De groei van de biologische productiewijze gaat in tegen de trend van afname van het aantal gangbare boerenbedrijven (-2%). De kabinetsdoelstelling van 10% biologische areaal in 2010 lijkt onhaalbaar. Volgens een woordvoerder van Platform Biologica blijft het streven van 10% overeind. Het ministerie heeft, zoals al in het plan van aanpak "kiezen voor Landbouw" heeft aangegeven, zijn pijlen gericht op het bevorderen van de afzet.

Ondanks de groei is er voorlopig weinig optimisme. Het lijkt erop dat de prijzenslag in de supermarkten ook het biologische schap niet is ontgaan. De luxeproducten liggen in de frontlinie bij de supermarkten. Zij gaan voor hun eigen huismerken en dat weten a-merken maar al te goed. Dat is ook de reden waarom biologische zuivelproducten het minder goed doen in de supermarkten. De omzet van biologische producten via het supermarktkanaal is dit jaar in het derde kwartaal afgenomen. De groei van biologisch voedsel zit vooral in de verkoop via het natuurvoedingskanaal. Daar was sprake van een omzetsijging van 6%. Dat was onder andere te danken aan het feit dat een aantal biologische speciaalzaken hun verkoopoppervlakte hebben vergroot. Het is met name dit kanaal waarvan de biologische zuivelsector het van zal moeten hebben. Groei zit er volgens de producenten nog wel duidelijk in.

bron: maandbericht uit Den Haag van de Vlaamse Landbouwwraad voor Nederland

NL - Lidl neemt bio-producten op

Vanaf de tweede week in 2006 wil Lidl Duitsland regelmatig biologische producten aanbieden. De discounter start in het vers segment met citroenen, sinasappels, aardappels en uien, later zullen appels volgen. Al in augustus 2005 heeft Lidl tijdens een 'bio-week' een biologisch droog assortiment van 50 producten getest.

Een andere noviteit is dat Lidl voor het eerst een woordvoerder in dienst heeft. Meer transparantie over het ondernemingsbeleid moet de aanhoudende negatieve publieke opinie ombuigen. zie ook: www.bio-markt.info

bron: biofood online, 18/01/2006

NL - Biolandbouw moet verschillen in visies koesteren

De biologische landbouw kan verder groeien door goed in te spelen op de verscheidenheid aan visies en behoeften bij zowel consumenten als producenten. Dat concluderen onderzoekers van Wageningen UR in een drietal rapporten over de positie en groeimogelijkheden van de biologische landbouw.

Mensen met een voorkeur voor biologische producten hebben daarvoor uiteenlopende motieven. Dat geldt zowel voor consumenten als producenten. De studie Visies op biologische landbouw gaat in op die verschillen en op hun betekenis voor de ontwikkelingsmogelijkheden van de sector. Centraal staan vier mensbeelden, die van elkaar verschillen waar het de opvattingen betreft rond 'individueel of collectief' en 'materieel of immaterieel'. In aansluiting daarop kunnen vier soorten productie- en afzetketens worden onderscheiden, die elk min of meer langs de denklijn van één van die mensbeelden zijn georganiseerd: de verantwoorde keten, de berekenende keten, de behoudende keten en de unieke keten.

De verantwoorde keten haalt momenteel de grootste omzet. De betrokkenen bij deze keten hechten vooral aan de idealen en de manier van produceren van de biologische landbouw. Zij kopen en verkopen bij voorkeur via natuurvoedingswinkels.

De berekenende keten heeft de grootste groeimogelijkheden. De belangrijkste kritische



succesfactor is daarbij het klein houden van het prijsverschil met 'gangbaar' voedsel. Ook in de andere biologische ketens speelt de prijs overigens wel degelijk mee.

In de behoudende keten speelt de band met de maatschappelijke omgeving een belangrijke rol. Deze keten probeert zich dan ook te verankeren in de regio, door diensten rond natuur en landschap te combineren met huisverkoop van eigen producten of streekproducten.

De unieke keten is per definitie klein van omvang. Hij wil de op genot ingestelde consument bedienen met exclusieve, smaakvolle en vernieuwende producten.

De praktijk blijkt deze mensbeelden te herkennen. Door de vier verschillende ontwikkelingslijnen met ieder een eigen accent te benutten, kunnen bedrijven en ketens hun groeimogelijkheden versterken. De onderzoekers adviseren de sector dan ook om veel meer dan tot nu toe de verscheidenheid in alle schakels van de keten te benutten en te organiseren, zij het met behoud van de gemeenschappelijke doelstellingen.

Zie voor meer informatie de studies 'Zicht op de plantaardige biologische keten' en 'Zicht op de dierlijke biologische ketens' op de site van het LEI. (pdf) en het rapport 'Groei van de biologische landbouw; Kwantitatieve analyse met een systeemdynamisch model' op de site van het LEI.

Meer info op

http://www.lei.wur.nl/NL/nieuwsagenda/nieuws/Biolandbouw_moet_verschillen_in_visies_koesteren_persbericht.htm

bron: biofair.nl, 17/01/2006

NL - 10% Biologisch alleen mogelijk bij kleiner prijsverschil

Een omvang van de biologische landbouw van 10% van de totale landbouw is niet haalbaar zonder een verkleining van het verschil in consumentenprijs tussen biologische en reguliere producten. Voor de groei van de consumentenvraag is de prijs het meest van belang, gevolgd door meer waardering van de consument voor de productiewijze, respectievelijk de intrinsieke waarde van het product.

Dat stellen onderzoekers van het LEI in het rapport 'Groei van de biologische landbouw; Kwantitatieve analyse met een systeemdynamisch model'. De studie vormt een onderdeel van het project 'Visies op biologische landbouw: een systeemanalyse'. In dit project worden vier mensbeelden onderscheiden om verschillende visies op de biologische landbouw te concretiseren. De vier mensbeelden zijn: Berekenend, hieronder vallen 33% van de consumenten, Verantwoord 33%, Behoudend 24% en Uniek 10%.

Uit het onderzoek concluderen de onderzoekers verder:

- financiële prikkels zijn het meest van invloed op het berekenende en verantwoorde mensbeeld, prikkels op basis van de intrinsieke productwaarde op het verantwoorde en unieke mensbeeld, en prikkels op basis van de productiewijze op het verantwoorde en behoudende mensbeeld;
- de groeipotentie van de biologische landbouw wordt voornamelijk bepaald door de berekenende en verantwoorde mensbeelden;
- zowel een eenzijdige stimulering van de vraag als een eenzijdige stimulering van het aanbod leiden tot een groei van het totale biologische complex doordat vraag-aanbod verschillen via de prijsmechanismen in de productieketen worden doorgegeven. Het initiële effect van een vraagstijging zakt grotendeels weg door de prijsopdrijving vanwege een achterblijvende productie. Het effect van een productiestijging leidt tot een vertraagde productiegroei, wat door een prijsdaling leidt tot een stijging van de vraag;
- een autarkie van de biologische landbouw leidt tot een duidelijk verminderde omvang van de



biologische landbouw. Bij onbeperkte importmogelijkheden zijn de gevolgen van gesloten kringlopen tussen bedrijven op primair niveau voor de dierlijke en plant-aardige sector beperkt;

- een systeemdynamische benadering van de biologische landbouw kan gebruikt worden voor het verkrijgen van inzicht in de effecten van veranderingen in het biologische complex op de groei;
- empirische gegevens over de biologische landbouw, zeker met betrekking tot de mens-beelden, zijn nauwelijks beschikbaar.

Zie voor meer informatie het rapport '[Groeï van de biologische landbouw; Kwantitatieve analyse met een systeemdynamisch model](#)' op de site van het LEI.

Rapport en meer info:

http://www.lei.wur.nl/NL/nieuwsagenda/nieuws/Biolandbouw_moet_verschillen_in_visies_koesteren_persbericht.htm

bron: agriholland.nl, 17/01/2006

NL - Provincie Noord Holland promoot biologische landbouw

Deze week is in Noord-Holland een uitgebreide actiesite over biologische landbouw on line gegaan. Het vormt de start van een twee jaar durende campagne van de provincie die consumenten moet stimuleren om meer biologische producten van eigen provinciegrond te kopen.

De naam van de nieuwe campagne is 'noordhollandsegrond'. Gepland staan dit jaar onder andere een tweedaags Biologisch Lentefeest voor consumenten met Pasen, een Biologische Oogstweek in september en vele honderden proeverijen en demonstraties in filialen van de regionale supermarkten.

In de campagne wordt samengewerkt met tal van boeren, verwerkers, verkooppunten en 'groene' organisaties, zoals Biologica en LTO-Noord. Met behulp van de media, advertenties, radiospots en de speciale website www.noordhollandsegrond.nl wordt bekendheid gegeven aan de veelheid aan activiteiten. De site bevat veel praktische informatie over recepten, biologisch boeren en hun bedrijven, maar ook over alle plaatsen waar biologische producten te koop zijn. Bezoekers kunnen zo gemakkelijk nagaan welke winkels en boerderijen bij hen in de buurt zijn.

De campagne noordhollandsegrond is een vervolg op de Eerste Biologische Oogstweek in september vorig jaar. De activiteiten in die week trokken bijna 4.000 bezoekers. In september 2006 zal noordhollandsegrond een tweede Oogstweek organiseren. Uiteindelijk doel van de campagne is dat door de toename van de afzet steeds meer boeren in de provincie worden gestimuleerd om over te schakelen naar biologische landbouw. Voor eind 2007 wil de provincie Noord-Holland dat 6% van het areaal biologisch is, tegen 2,6% in 2004.

bron: agriholland.nl, 17/01/2006

NL - Noordelijke subsidie voor verladerssamenwerking sierteelt en biologische rozen

Vanuit de bestuurscommissies Economische Zaken en Toerisme (EZT), Stedelijke Ontwikkeling en Mobiliteit (SOM) en Landelijk Gebied (LG) van het Samenwerkingsverband Noord-Nederland (SNN) is ruim 16 miljoen euro subsidie toegekend aan verschillende projecten in Noord-Nederland. Dit in het kader van het ruimtelijk-economisch ontwikkelingsprogramma Kompas voor het Noorden. Vanuit LG is 80.000 euro uitgetrokken voor de verladerssamenwerking in de sierteelt en de teelt en afzet biologische rozenonderstammen.



Verladerssamenwerking in de sierteelt

Het project betreft het verder uitwerken en daarna voorbereiden van de invoering van een ontwikkeld systeem voor verladerssamenwerking in de tuinbouw, bestemd voor de sierteelt in Noord-Nederland. Het project sluit aan bij het voorgaande project "Eelde als Agribusiness Park".

Noord-Nederland heeft zich voorgenomen de glastuinbouw te bevorderen. Daarom is het van groot belang gunstige randvoorwaarden te scheppen om de vestiging te bevorderen. Uit het voorgaande project is gebleken dat samenwerking tussen kwekers in het collectie vervoer en het bundelen van lading een kansrijke oplossing is.

Het project beoogt de deze samenwerking te concretiseren en daarbij de organisatorische, technische en financiële haalbaarheid in kaart te brengen.

Het project ontvangt een UILN-N-subsidie van in totaal € 49.760,-.

Teelt en afzet biologische rozenonderstammen

De teelt van rozenonderstammen heeft zich in het verleden deels verplaatst naar Oost-Europa. Deze ontwikkeling noodzaakt de kwekers tot het inslaan van nieuwe wegen. Dit project is er op gericht om in te spelen op de toenemende vraag vanuit de markt naar biologisch uitgangsmateriaal.

Het project ontvangt een UILN-N-subsidie van in totaal € 30.000,-.

bron: agriholland.nl, 17/01/2006

D - Biosector waarschuwt voor politiek ten nadele van biolandbouw

De aankondiging van federaal landbouwminister Horst SEEHOFER om biologische noch conventionele landbouw politiek te bevoordelen en geen beoordeling te geven van de twee teeltvormen, heeft voor felle reacties gezorgd in de biosector.

Thomas DOSCH, voorzitter van Bioland, verweet de minister een "schijn debat" te voeren over een zogezegde bevoordeling van biolandbouw en op die manier juist verdeeldheid te zaaien tussen biologische en conventionele bedrijven. De opgave van SEEHOFER zou er daarentegen in moeten bestaan raamvoorwaarden te creëren, die zoveel mogelijk bedrijven de kans geven aan biologische landbouw te doen. DOSCH betwistte dat de biolandbouw in het verleden een voorkeursbehandeling genoten heeft. Volgens hem zou de structuur van de overheidssubsidies bedrijven die mikken op een hoogwaardige kwaliteitsproductie juist benadelen. De Bioland-voorzitter waarschuwde de nieuwe minister ervoor het pad te effenen voor gentechniek in de landbouw "en daarmee de weg te versperren voor bedrijven die op een kwaliteits- en klantgerichte voedselproductie mikken". Ook Joachim BAUCK van de Demeter-federatie kritiseerde de houding van SEEHOFER over groene gentechniek: "van een markante gezondheidsexpert hadden we meer omzichtigheid verwacht." De voorzitter van Naturland Hans HOHENESTER verweet de minister de wil van de kiezer te negeren. Hij riep de minister op de vertegenwoordigers van de biolandbouw in het proces van de politieke besluitvorming te betrekken.

Het lijkt erop dat de Duitse landbouwminister zijn uitspraken over deze materie in de toekomst beter zal moeten nuanceren. Wat de minister wellicht bedoeld heeft is dat hij de klemtoon wil leggen op landbouw "in het algemeen" (alle soorten van landbouw) en veel minder op vooral biolandbouw, zoals zijn voorgangster mevrouw KÜNST. Het lijkt ook duidelijk dat de nieuwe minister naast de via de Europese regelgeving voorziene steun aan de biolandbouw geen bijkomende gelden voor deze subsector wil vrijmaken. Onder het bewind van mevrouw



KÜNAST investeerde het federale landbouwministerie heel wat middelen in biolandbouwprojecten en in de promotie van de biologische landbouw en zijn producten. Alles wijst erop dat deze kraan nu wordt dichtgedraaid, of althans niet verder wordt opengedraaid dan dat dit voor de andere landbouwproducties het geval is. Wellicht is er ook sprake van “over-reactie”: omdat de federale klemtoon tijdens de vorige coalitie zo sterk op “bio” lag, was het wellicht logisch dat de nieuwe coalitie zich daar politiek tegen wilde afzetten.

bron: maandbericht uit Berlijn van de Vlaamse Landbouwwaad voor Duitsland en Polen

D - 12th International Conference on Cultivation Technique and Phytopathological Problems in Organic Fruit-Growing

January, 31th to February 2nd, 2006
Weinsberg / Germany

Meer info op : www.foeko.de/ecofruit.htm

bron: www.foeko.de/ecofruit.htm, 18/01/2006

D - Duitsland: 4,6% landbouwareaal biologisch

In Duitsland wordt 4,6% van het landbouwareaal voor de biologische landbouw benut. Er wordt inmiddels 784.000 hectare gebruikt door biologische bedrijven. Het biologische areaal is in de periode 1999 - 2005 met 60% gestegen. Het aantal biologische bedrijven nam in diezelfde periode met 43% toe tot 13.700. Dat blijkt uit cijfers van het Statistische Bundesamt.

bron: agriholland.nl, 17/01/2006

Colofon

De Biotheek Netknipsels worden uitgegeven door Bioforum Vlaanderen in het kader van het Biotheekproject. De Biotheek is het informatiepunt voor de biologische landbouw en voeding, te consulteren op www.biotheek.be U kan de Biotheek ook een vraag stellen via 078 151 152 of mijnvraag@biotheek.be.

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, Dominique Joos en Geertje Meire. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan petra.tas@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 1700 relaties binnen de sector, de overheid en sympathisanten van de bioweek.

Aanmelden en uitschrijven kan via de website: surf naar www.bioforum.be/nieuwsbrief.asp of via een eenvoudig mailtje aan biotheek@bioforum.be.

Oude nummers kunnen opgevraagd worden bij mijnvraag@biotheek.be.