



Biotheek Netknipsels #205 – 20 juni 2007

Goed bezig: fietsen langs biobedrijven, biolammetjes en andere fijne beestjes aaien, leren en smullen van de kookkunsten van bekende koks, ... Val ik in herhaling? Neen, in Nederland gaan de bio opendagen dit weekend van start. Wie in beweging wil blijven, hou ik niet tegen, maar wens ik graag een zonnig bezoek toe. In eigen land blikken we nog even op die warme bezoeken, gedreven mensen en bedrijven terug.

Dominique Joos
Redacteur de Biotheek

In dit nummer:

NATIONAAL

Oudste biobedrijf viert dertigste verjaardag
Ter Groene Poorte kookt bio
Onderscheidingen voor natuurvoedingsbedrijf Damhert
Verbeter de wereld en word rijk
Nieuw op de Biotheek-website: onderwijs en beleid
Reeds 30 "FairTradeGemeenten" in Vlaanderen
Uw bioagenda

INTERNATIONAAL

Nieuwe EU-verordening gemiste kans
NL - Fietstochten, culinaire boerenmarathons, rondleidingen, en nog veel meer
NL - Eerste bedrijf verklaart zich tot gentechvrije zone!
NL - Eosta biedt CO2-uitstoot op biologisch product
NL - Pilot met biologische maaltijden in Friese zorgcentra
NL - Promotie biologisch vlees in schap verhoogt omzet
NL - Snelle groei biologische zuivel noch grenzeloos noch risicoloos
NL - Biologica: Substraatteelt niet biologisch
NL - Eerste biologische zeekraal verkrijgbaar
NL - In biologische akkerbouw sneuvelen relatief veel kievitseieren
NL - Biologische chocolade: Onbekend maakt onbemind
NL - Biologische sector zoekt melkveehouders
NL - Triodos Bank: Seminar Kansen voor natuurvoeding
F - Pro Natura neemt Franse bioteler Bioprim over
D - Bio Company heropent 10de biosupermarkt in hartje Berlijn
D - Biokreis-Richtlinien für regionalen und fairen Handel
DM - Denemarken begint campagne biologische teelt
VS - Eetwinkel voor kinderen
VS - Let's make animal welfare competitive, says Whole Foods boss



NATIONAAL

Oudste biobedrijf viert dertigste verjaardag

Het biologisch tuinbouwbedrijf De Hogen Akker in Oedelem bestaat dertig jaar. In de jaren zeventig was het bedrijf van Rolle Debruyne een pionier van de biologische landbouw.

Zaterdag hield het bedrijf een opendeurdag om zijn verjaardag te vieren. Er waren rondleidingen en er kon geproefd worden van groenten- en fruitbereidingen, vegetarische burgers, wijn, kaas, vruchtensappen en ijs. De Hogen Akker werd in 1977 door Rolle Debruyne uit de Oedelemse grond gestampt en is momenteel het oudste actieve biobedrijf in Vlaanderen, weet Het Nieuwsblad. Het telt 3,5 hectare waar intensief geteeld wordt in volle grond, maar er is ook een areaal van 3.000 vierkante meter koud glas.

"In een volledig jaar kweken wij zowat dertig soorten groenten", vertelt Rolle Debruyne. "Wij zijn gespecialiseerd in minder bekende en vergeten groenten en kruiden zoals warmoes, koolrabi, winterpostelein, bladpeterselie, koolraap, wortelpeterselie, rucola, basilicum en koriander". In de biolandbouw is de bodem volgens Debruyne de motor van alles. "Je kan je wel voorstellen dat grond die in geen dertig jaar vergif over zich gespoten kreeg, voor de gezondheid van mensen heel veel te bieden heeft", klinkt het.

Onze regio is niet bepaald de beste leerling van de Europese klas wat biolandbouw betreft. "Er zijn in ons land 712 bedrijven op 24.450 hectare. In België betekent dit slechts 0,50 procent van het landbouwareaal terwijl het Europees gemiddelde op 3,4 procent ligt. En dat terwijl er in België meer en meer bio moet worden ingevoerd om aan de vraag te voldoen. "Daarom hebben we onlangs een onderhoud gehad met Vlaams landbouwminister Yves Leterme om de biosector meer te ondersteunen", besluit Debruyne.

Bron: Nieuwsblad, geknipt uit www.vilt.be, 14/06/2007

Ter Groene Poorte kookt bio

De Brugse hotelschool Ter Groene Poorte nam de 'bioweek' ter harte. Maandag 4 juni kookten de leerlingen er een biologische maaltijd, bioboeren uit de regio leverden de ingrediënten, en twee Brugse topkoks kwamen het allemaal proeven. Ter Groene Poorte vond voor haar project aansluiting bij de veertien bioboeren die zich verenigden onder de noemer 'Bio Brugs Ommeland'. "Er is een brede interesse voor onze producten. Zelfs Geert Van Hecke van de Karmeliet kookt met Bio Brugs Ommelandgroenten", aldus woordvoerder Diederik Steyaert. Ook Patrick Devos (midden zittend) van het gelijknamige Brugse restaurant kookt met biologische producten. Hij hoopt evenwel dat er in de toekomst een gids uitgebracht wordt met de 'biowaarde' van een restaurant. Ook Philippe Snauwaert die in Brugge het vegetarisch restaurant De Bron uitbaat, brak een lans voor het gebruik van bio in restaurantkeukens.

Bron: Krant van West-Vlaanderen, 15/06/2007

Onderscheidingen voor natuurvoedingsbedrijf Damhert



Het Heusdense natuurvoedingsbedrijf Damhert zal zich 2007 nog lang heugen. Niet alleen ontving de firma de Trends Gazellen Award als een van de snelst groeiende middelgrote bedrijven in Limburg. Vorige week kreeg directeur Grete Remen de Livia Award van Unizo omdat ze een druk gezinsleven combineert met een succesvol bedrijf en een bijzonder sterk sociaal engagement. Damhert haalt met tachtig werknemers een omzet van twintig miljoen euro.

De voorbije jaren realiseerde het natuurvoedingsbedrijf een groei van 15 tot 23 procent. De lancering van de wondersuiker tagatose in de herfst van dit jaar zou wel eens kunnen leiden tot een verdubbeling van de omzet. Remen: "Dit natuurproduct heeft geen effect op de bloedsuikerspiegel en is ideaal voor onder meer diabetici en mensen met ADHD. Het kent bovendien een veel lager caloriegehalte dan suiker en bederft het gebit niet".

Damhert is een pionier qua natuurvoeding en levert producten die perfect aanleunen bij de geest en kwalen van de tijd. "Je hebt veel meer bewuste eters dan vroeger", zegt Grete Remen, "en zij kiezen voor producten uit ons gezonde en lekkere gamma. Het gaat niet alleen om mensen die omwille van allergiën en ziekten anders moeten eten, maar ook om meerwaarde-eters". Aan warenhuizen als Carrefour, Delhaize en Colruyt verkoopt Damhert een assortiment biologische voeding, verse vegetarische producten en twintig voedingssupplementen. Allemaal ambachtelijk bereid. Het bedrijf exporteert ook naar Noord-Frankrijk, Portugal, Malta en Denemarken.

Grete Remen is moeder van vier kinderen tussen 3 en 14 jaar oud. Na een korte periode in de advocatuur besloot ze in het familiebedrijf te stappen dat haar vader dertig jaar geleden als eenmanszaak heeft opgestart. "We zijn er dag en nacht mee bezig, een uitgebreid sociaal leven hebben we niet. Ga vooruit en kijk niet achterom is ons motto". Toch is er nog tijd voor het Keniaanse project 'Hope for Kabondo'. En op het eigen bedrijf is er ook plaats voor kansengroepen. "Mijn sociaal engagement is deels aangewakkerd door het autisme van mijn oudste zoon", aldus Remen.(KS)

Bron: Nieuwsblad, geknipt uit www.vilt.be, 13/06/2007

Verbeter de wereld en word rijk

Na de internethype, de groene boom op de beurs

Na de internet- en telecomhype komt er nu een groene boom bij investeerders. Kleiner Perkins zijn niet de enige die groene dollars zien. Wereldwijd werd vorig jaar 51 procent meer geld in groene technologie geïnvesteerd, van 504,1 miljoen dollar in 2005 naar 761,4 miljoen in 2006.

Die cijfers over de eerste drie kwartalen spreken boekdelen. In Money Week van juni hebben ze het dan ook over The Great Global Warming Profit Opportunity: "Dit is geen bubble, maar een boom. De beste trends die je kunt volgen zijn die met genoeg potentieel om jaren, zo niet decennia te blijven duren. Klimaatverandering en nieuwe energie zullen ons nog vele decennia bezighouden", voorspelt Money Week.

Wie op groene sokken rijk wil worden, investeert niet alleen in voor de hand liggende zaken als windenergie of biodiesel, maar ook in bioyoghurt, zonneovens, voedselpakketten en zwaardviskwekerijen.

Mensen zoals Paul Munsen, die kookfornuizen op zonne-energie verkoopt in meer dan 128 landen, namen zelfs een hypotheek op hun huis in het begin. Nu zien ze hun omzet exponentieel groeien. Andere onverwachte ecomiljonairs zijn de ecoviskwekers van Kona Blue op Hawaï, groene afvalverwerkers als PyroGenesis en helaas ook firma's als Nutriset, die noodvoedsel produceren. De klimaatopwarming veroorzaakt ook meer droogte en overstromingen, waardoor oogsten mislukken of vernield worden en hongersnood hoogtij viert.

Gary Hirshberg: Stichter van een yoghurtimperium



Probleem Door pesticiden, hormonen en antibiotica worden landbouwgebieden vervuild en krijgen mensen zuivel en vlees van inferieure, soms de gezondheid bedreigende kwaliteit op hun bord.

Oplossing Op een bioboerderij met zeven koeien in New Hampshire maakte een vriend van Gary Hirshberg in 1983 'yoghurt volgens een fantastisch lekker recept'. Nu leidt Hirshberg met Stonyfield het grootste bioyoghurtbedrijf in Amerika, dat zonder problemen andere niet bioyoghurt beconcurrereert. Stonyfield Farm is het op twee na grootste yoghurtmerk in Amerika.

Waarom? "Ik wou dertig jaar geleden iets doen tegen de opwarming van de aarde", zegt Hirshberg. "Ik realiseerde me dat ik meer mensen zou bereiken met een consumptieproduct dan door een ngo op te richten. De geschiedenis gaf me gelijk."

De winst Hirshberg is hoofd van een bioyoghurtimperium dat 300 miljoen dollar waard is. De jaarlijkse omzet van Stonyfield Farm zit rond de 100 miljoen.

De toekomst Een nieuwe markt veroveren, namelijk Engeland. "Daar zit de verkoop van bio nog onder de 10 procent van de totale voedselverkoop", zegt Hirshberg.

Bron: De Morgen, 16/06/2007

Nieuw op de Biotheek-website: onderwijs en beleid

De Biotheek biedt je voortaan nog meer informatie over biovoeding en -landbouw op haar website. Nieuw is het luik met tips en informatie voor studenten en docenten en de uitgebreide informatie over beleid en wetgeving.

Voor het onderwijs is er een algemeen luik voor scholen en leerkrachten, een luik speciaal voor het secundair landbouwonderwijs en een voor het hoger landbouwonderwijs. Er zijn tips voor leerlingen, studenten en docenten, leerpakketten, ideeën voor eindwerken en onder meer informatie over de scriptieprijs Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen.

Ook gerichte info over beleid en wetgeving vind je nu makkelijk terug. De informatie is netjes opgedeeld in landbouw, milieu / duurzame ontwikkeling, economie, onderzoek, gezonde voeding, onderwijs, wetten en regels en de Europese werking.

Benieuwd? Surf gauw naar www.biotheek.be

Bron: De Biotheek, 20/06/2007

Reeds 30 "FairTradeGemeenten" in Vlaanderen

Brussel 15 juni 2007- Boutersem kreeg als 30ste gemeente de titel FairTradeGemeente overhandigd. In 40% van de Vlaamse gemeenten nemen inwoners, overheid, winkeliers, horeca-uitbaters, scholen, verenigingen, bedrijven en vele anderen initiatieven om fair trade en duurzame landbouw te promoten.

Vlaanderen

De provincie Antwerpen is met 47% actieve gemeenten koploper in Vlaanderen. 11 Antwerpse gemeenten hebben de titel al behaald. De kleinste provincie van Vlaanderen, Limburg, doet het ook heel goed. Daar is er actie in 43% van de gemeenten en zijn er al 6 titels uitgereikt. In de provincie West-Vlaanderen doen 37,5% van de gemeenten mee. In Oost-Vlaanderen en Vlaams-Brabant zijn er trekkersgroepen aanwezig in 35% van de gemeenten en zijn er al respectievelijk 3 en 4 titels uitgereikt.

Titels



De 30 FairTradeGemeenten liggen verspreid over Vlaanderen. Zowel grote steden als Antwerpen, Brussel en Gent als kleinere gemeenten zoals Voeren, Hamont-Achel, Wijnegem, Deerlijk en Eeklo hebben de titel reeds behaald. Het is dus niet enkel een voorrecht van grote steden of kleine dorpen. FairTradeGemeente is haalbaar voor elke Vlaamse gemeente.

Internationaal

Het FairTradeGemeentemodel vindt zijn oorsprong in Groot-Brittannië en werd vrij snel overgenomen door Ierland en later door België (Vlaanderen). Ook elders vindt het nu navolging o.a. in de Verenigde Staten, Canada, Frankrijk, Finland en Noorwegen en sinds vorige maand ook in Wallonië.

Groot-Brittannië heeft als initiatiefnemer na 7 jaar al 270 FairTradeGemeenten en nog eens zoveel actief. Als we de vergelijking maken met Vlaanderen is het duidelijk dat we internationaal koploper zijn met 40 procent actieve gemeenten. In Groot-Brittannië is dat ongeveer 30%.

Redenen van succes

FairTradeGemeente is een concreet actiemodel waar elk individu mee kan beginnen. De invulling gebeurt lokaal, elke gemeente heeft zijn accenten en sterke punten.

Er wordt niet enkel met fairtradeproducten gewerkt, maar de campagne stimuleert ook de lokale landbouw. Hierdoor krijg je een breder netwerk en een volledig verhaal: niet enkel in het Zuiden maar ook hier in Vlaanderen ijveren wij voor een eerlijke prijs voor elk product.

Via de trekkersgroepen komen nieuwe mensen met elkaar in contact, zo wordt het netwerk vergroot en ontstaan nieuwe, boeiende samenwerkingen.

Steeds meer winkels bieden ook zelf fairtradeproducten aan en ook meer bedrijven kiezen spontaan voor het gebruik van fairtradeproducten. Dit helpt natuurlijk ook bij het behalen van de criteria.

De FairTradeGemeentetitel krijg je niet zomaar cadeau

Om de titel te behalen moeten 6 criteria (zie achteraan dit persbericht) worden vervuld. Zo wordt een trekkersgroep gevormd, stemt de gemeente een resolutie voor fairtrade en duurzame landbouw en koopt ze die producten ook aan, zijn er voldoende horecazaken en winkels die fair trade aanbieden, doen er scholen, bedrijven en verenigingen mee en zijn er ook initiatieven om de lokale duurzame landbouw te promoten.

Via FairTradeGemeenten dragen de gemeenten bij aan een meer rechtvaardige handel. Fair trade wil immers bijdragen aan de duurzame ontwikkeling van kleine boeren in het Zuiden.

11.11.11 doet ook mee

Initiatiefnemers van FairTradeGemeenten zijn Max Havelaar, Oxfam-Wereldwinkels, Vredeseilanden en sinds kort ook 11.11.11. De grote bekendheid en goede lokale aanwezigheid van 11.11.11 kan van FairTradeGemeenten een nog groter succes maken.

Bron: www.ikbenverkocht.be, 15/06/2007

Uw bioagenda

WEKELIJKSE BIOMARKTEN

- zondag, 9-12u: Heist-op-den-Berg, parking van de Krinkel, Noordstraat 25: kleine maar fijne biomarkt, waar u seizoensgebonden biologische producten kunt kopen: groenten, fruit, brood en gebak, plantgoed voor moes -en siertuin, kruiden, zaden en hulpmiddelen voor de ecologische tuin. Eveneens 2-wekelijks stand met natuurcosmetica Natuuria en Ollekebolleke met een stand van droge voeding, wijnen, dieetproducten en kinderkleding. Nieuwe kaasstand "het Wanthof" met overheerlijke jonge en oude "grottenkaas" gerijpt in de mergelgrotten van Zichen-Zussen-Bolder,



verder lekkere platte kaas en yoghurt.

- woensdag, 9-14u: Brussel, het Muntplein.
- vrijdag, 8-13u: Gent, Groentenmarkt.
- 1e zondag van de maand, 10-16u: Antwerpen, Veemarkt.
- 1e vrijdag van de maand, 15-19u: Antwerpen, Draakplaats.
- 2e vrijdag van de maand, 15-19u: Mortsel, marktplaats
- 3e vrijdag van de maand, 15-19u: Zwijndrecht, parking nr 1, achter de kerk, Richard Orlentstraat.

OPENDEUR OP DE WIJNGAARDHOF

Zaterdag 23 juni 2007, 10-18u

Intro: Kom kijken, proeven, ruiken, luisteren ... al uw zintuigen worden geprikkeld. Meer dan 40 verschillende teelten te bezonderen, in de serre en in openlucht. Rondleiding om 11u en om 14u. De winkel is open van 10 tot 16u. 10% korting op al uw aankopen!

Plaats: Wijngaardhof te Westmalle

Info: Meer info: Godfried Bervoets, wijngaardhof@skynet.be, www.wijngaardhof-biogroenten.be

KANSEN IN EUROPA

Studiedag van maandag 25 juni is verplaatst naar het najaar

Intro: Op 25 juni wordt er een dag georganiseerd met als thema 'Kansen in Europa' bij het Nationaal Luchtvaart - Themapark Aviodrome Pelikaanweg 50, 8218 PG, Lelystad. Deze dag is toegankelijk voor alle biologische primaire producenten maar ook voor ondernemers die verderop in de biologische keten actief zijn.

Plaats: Themapark Aviodrome Pelikaanweg 50, 8218 PG, Lelystad

Info: Bartold van der Waal, PPO van Wageningen UR, bartold.vanderwaal@wur.nl

Bron: de Biotheek



INTERNATIONAAL

Nieuwe EU-verordening gemiste kans

Zopas keurde de Europese Ministerraad de nieuwe Europese Verordening Biologische Landbouw goed. Hierin blijven genetisch gemanipuleerde organismen (ggo's) verboden, maar wordt de grens van 0,9% besmetting door toevallige en onvrijwillige aanwezigheid van ggo's gehanteerd. De sector zelf pleitte voor een grens van 0,1 % en vindt dit een gemiste kans. Op vraag van de sector stemden de Belgische, Italianse, Hongaarse en Griekse ministers daarom tegen deze nieuwe verordening.

Op 12 juni keurde de Europese Landbouwraprad het nieuwe voorstel van verordening inzake biologische productie en etikettering van biologische producten goed. Deze verordening biedt het wettelijke kader dat een sluitende controle op de biologische productie garandeert. Hierop baseren bioconsumenten hun vertrouwen. De eerste Europese verordening dateert al van 1991 en was na een 50-tal wijzigingen aan een grondige herziening toe. De nieuwe verordening gaat van kracht op 1 januari 2009.

Positief

Ongetwijfeld bevat de verordening een aantal goede punten die bijdragen aan de ontwikkeling van de biologische sector. Zo is er een nieuw en duidelijk kader gecreëerd dat de biologische productieprincipes duidelijk omschrijft. Mogelijke nieuwe addities moeten verplicht getoetst worden aan duidelijke criteria. Aquacultuur, het kweken van vissen, en de wijnbouw worden gereguleerd. Positief is ook dat er ruimte is voor flexibiliteit, weliswaar gekoppeld aan duidelijke criteria.

Negatief

Ronduit negatief is dat in de verordening een detectiegrens van 0,9% voor ggo's is opgenomen. Voor de sector is dit echt een gemiste kans: "Het is onbegrijpelijk dat de Europese Ministerraad het rapport van het Europees parlement gewoon naast zich neer heeft gelegd", zegt Leen Laenens, beleidsmedewerster bij BioForum. "Hierin was de oorspronkelijke tekst geamendeerd en werd duidelijk een 0,1 grens gehanteerd".

Opvolging

BioForum Vlaanderen en BioForum Wallonië volgden de herziening van de huidige verordening 2092/91 tijdens de afgelopen 18 maanden nauwgezet op en blijven dat in de komende tijd doen. Met deze stemming werd slechts een eerste fase afgesloten. Vervolgens worden de productieregels in detail vastgelegd, waaronder de bestaande bijlagen van de verordening 2092/91. Samen met IFOAM, de internationale koepelorganisatie voor Biologische Landbouw, zal BioForum erop aandringen om maximaal bij deze herziening betrokken te worden. Vooral het opstellen van de criteria is cruciaal. De implementatieregels moeten de integriteit van biologische landbouw en voeding blijven garanderen.

Bron: de Biotheek, 14/06/2007

NL - Fietstochten, culinaire boerenmarathons, rondleidingen, en nog veel meer

In het weekend van 23 en 24 juni vinden de tiende Open Dagen van Biologica plaats. Verspreid over het hele land stellen 200 biologische boeren en tuinders hun deuren open voor het publiek. Met rondleidingen, proeverijen en allerlei andere boerenactiviteiten is iedereen welkom om te ervaren wat er zo bijzonder is aan biologische landbouw.



Opening door Minister Gerda Verburg

Het grootste jaarlijkse biologische evenement wordt op zaterdag 23 juni om 10 uur geopend door landbouwminister Gerda Verburg op boerderij Klein Olden Aller in Putten. Op boerderij Klein Olden Aller staat dat weekend ook het reizende Restaurant de Aandacht, waar chef-koks biologische topdiners uitserveren. Locatie: Boerderij Klein Olden Aller, Olden Aller Allee 5, 3882 RW Putten (Gelderland)

Lustrum Lunch voor de Dieren en Keukenconfessies

Ter gelegenheid van het Open Dagen Lustrum heeft Biologica de Design Academy Eindhoven en de chef-koks van Keukenconfessies benaderd om een Lunch voor Dieren te bereiden. Op biologische boerderijen is dierenwelzijn een belangrijk speerpunt. Net afgestudeerde fooddesigner Franke Elshout en chef-kok Maarten Lockefer van Keukenconfessies hebben zich verdiept in de essentie van de biologische landbouw en geven daar uiting aan in een Lunch voor de Dieren. De Lustrum Lunch voor de Dieren is een ode aan de kippen, varkens en koeien op de biologische boerderijen in het algemeen en de dieren op de Gennep Hoeve in het bijzonder. Op zondag 24 juni zullen de chef-koks van Keukenconfessies koken voor mensen tijdens de culinaire boerenmarathon van Van Eigen Erf op de Gennep Hoeve.

Locatie & tijd: Gennep Hoeve, Tongelreepad 1, 5644 RZ Eindhoven (Noord-Brabant). De Lunch voor de Dieren is zaterdag 23 juni van 13 tot 15:30 uur. De culinaire boerenmarathon is zondag 24 juni en start om 11 uur. Iedereen is welkom!

Ruim 40 fietstochten met pitstops op de boerderij

Tijdens de Open Dagen van Biologica heeft Milieudefensie i.s.m. de Natuurwinkel Organisatie onder het motto 'ga de boer op' ruim 40 fietstochten uitgezet met pitstops op de boerderijen. De meeste routes starten bij een natuurvoedingswinkel, waar mensen een gratis lunchtasje kunnen afhalen voor onderweg. De uitgebreide routebeschrijvingen staan op: www.gadeboerop.nl
<<http://www.gadeboerop.nl/>>. Adressen van deelnemende natuurvoedingswinkels staan op: www.biologica.nl/biogids <<http://www.biologica.nl/biogids>> (de winkels met het tasjeslogo).

6 culinaire boerenmarathons

Stichting Van Eigen Erf organiseert op 6 boerenerven een culinaire boerenmarathon. Top-koks bereiden, in mobiele kookstudio's op het boerenerv, verrassende hapjes met de oogst van het land. Van Eigen Erf promoot met dit evenement biologisch eten uit eigen regio, met alle voordelen van dien, zoals de aanzienlijke reductie van voedselkilometers. Kijk voor de 6 locaties van de culinaire boerenmarathons op: www.vaneigenerf.nl <<http://www.vaneigenerf.nl/>>.

Sponsors

De Open Dagen van Biologica zijn mede mogelijk gemaakt door Rabobank. De Lustrum Lunch voor de Dieren en de culinaire boerenmarathons zijn mede mogelijk gemaakt door de Provincie Noord-Brabant, VSBfonds en het Ministerie van LNV.

Adressen bij u in de buurt: Kijk voor alle 200 deelnemende biologische boeren en tuinders op: www.biologica.nl/opendagen <<http://www.biologica.nl/opendagen>>.

Bron: Biologica, 18/06/2007

NL - Eerste bedrijf verklaart zich tot gentechvrije zone!

Vanochtend om 10.00 u is het eerste bordje "gentechvrije zone" geplaatst op biologische boerderij De Zonnehoeve in Zeewolde, Flevoland. Biologische landbouw is gegarandeerd gentechvrij. Met de actie wil Biologica boeren en burgers betrekken bij de discussie over gentech.



De teelt en productie van genetisch gemanipuleerde ("GGO-") gewassen neemt wereldwijd toe. Als tegenreactie verklaren overal in Europa boeren, gemeenten, kerken en regio's zichzelf GGO-vrij. Een meerderheid van de Europese consumenten wil GGO-vrij voedsel. Met het bord 'gentechvrije zone' kunnen de boeren en tuinders hun stukje landbouwgrond ook gentechvrij verklaren. Daarmee laten ze zien dat ze geen gentechnologie gebruiken, ook niet in bijvoorbeeld het veevoer.

Biologica heeft 200 bordjes verspreid onder biologische boeren die op 23 en 24 juni meedoen aan de Open Dagen <<http://www.biologica.nl/opendagen/intro.phtml?>> bij de biologische boer. De belangstelling uit de sector is zeer groot en de reacties zijn enthousiast. Biologische producenten die een bordje willen plaatsen op hun bedrijf, kunnen dit voor E 15,- euro bestellen bij Biologica <<mailto:info@biologica.nl>> .

Biologica vindt dat consumenten het recht hebben om te kiezen voor GGO-vrij voedsel, en dat boeren GGO-vrij moeten kunnen telen. Dit recht wordt momenteel bedreigd door de massale import van gentech mais en soja, en de toenemende teelt van GGO-gewassen in Europa. Het risico op verontreiniging van de voedselproductieketen met GGO wordt hierdoor steeds groter.

Meer informatie over gentechvrije gebieden in Europa staat hier <http://www.biologica.nl/detail_page.phtml?&page=coexistentie_ggovrijegebieden> . Meer informatie over de activiteiten van Biologica op dit gebied is hier <http://www.biologica.nl/detail_page.phtml?&page=gentech_introductie> te vinden. In deze brochure <<http://www.biologica.nl/docs/200603101357337107.pdf?&>> zet Biologica haar voornaamste bezwaren tegen gentech uiteen.

Bron: Biologica, 15/06/2007

NL - Eosta biedt CO2-uitstoot op biologisch product

In het Verenigd Koninkrijk zijn ze er al jaren druk mee bezig. Nu begint het, zeer voorzichtig, ook in Nederland. En, wie loopt er weer voorop? Juist, Nature and More, het kwaliteitssysteem van Eosta, wereldwijd importeur van biologische levensmiddelen. Binnen enkele weken zal het label op al hun producten de CO2-uitstoot van het desbetreffende product vermelden. "Steeds meer consumenten verlangen naar transparantie. Wij zetten dat straks letterlijk en figuurlijk op de kaart", vertelt Eosta directeur Volkert Engelsman aan P+.

Het gesleep met voedsel is milieuorganisaties al jarenlang een doorn in het oog. Langzamerhand komt de top in zicht, met name in Engeland dat ruim driekwart van hun levensmiddelen van buiten het eilandenrijk aanvoert. Is het niet absurd dat Groot-Brittannië 60.000 ton kip naar Nederland exporteert terwijl Nederland 30.000 ton kip naar Groot-Brittannië uitvoert? Of dat Europese supermarkten een steeds groter assortiment goedkope Australische en Zuidamerikaanse wijnen aanbieden terwijl de Franse boeren hun goede wijn aan de straatstenen niet kwijt kunnen? Of er bio-ethanol van moeten maken zoals P+ vorig jaar nog schreef?

De laatste jaren gaan er dan ook geluiden op om consumenten te laten zien waar hun producten vandaan komen en wat dat nu precies aan milieukosten oplevert. Jules Pretty, milieuprofessor uit Essex en alweer vijftien jaar geleden uitvinder van het begrip 'voedselkilometers', heeft het voor Engeland eens uitgerekend. "Mochten alle Britten kiezen voor biologische voeding die in hun nabije omgeving is geteeld en die ze te voet, per fiets of met de bus zijn gaan inkopen, dan kan er in de UK ruim zes miljard euro milieukosten worden bespaard", zo schrijft hij in het vorig jaar verschenen rapport 'Farm Costs and Food Miles: an assessment of the full costs of the UK weekly food basket'.



Biologische voeding die in een straal van dertig kilometer door boeren wordt geteeld en ook door hen op boerenmarkten wordt aangeboden, is inderdaad echt duurzaam te noemen. Maar als die voeding uit Egypte, Zuid-Afrika of Australië komt, is het een ander verhaal. Dan is conventionele teelt uit de nabije omgeving van de consument qua milieudruk veel gunstiger, stelt de milieubeweging. Hoewel The Economist vorig jaar op een totaal andere rekensom uitkwam.

Volkert Engelsman wil als mondiale im- en exporteur van biologische producten onder geen beding bevoogdend worden. "Het is aan de mondige consument zijn of haar eigen oordeel te vormen. Er spelen ook sociaal-culturele aspecten mee. Want wat als je met je aankoop de kleine boeren in Egypte steunt? En een streekeigen ambachtelijk product kan veel inefficiënter vervaardigd zijn dan een product van bijvoorbeeld Unilever die de aardbeien voor de yogurt uit Polen haalt. Dat telt natuurlijk ook in de CO2 uitstoot van het product mee", zegt hij.

Voorlopig is het 'Nature and More' label de enige in Nederland die met hun CO2-vermelding de discussie op scherp stelt. Over het algemeen durft de biologische sector – die sowieso minder CO2 uitstoot dan de reguliere – het niet aan hun producten op alle sociale en milieuaspecten door te rekenen. Volgens Volkert laat de biologische sector daarmee kansen op kapitalisatie van innovatie liggen. Uitsluitend streekeigen producten promoten, gaat immers voorbij aan het feit dat we in een globaliserende wereld leven.

P+ webtip: Nature and More

Bron: www.peopleplanetprofit.be, 17/06/2007

NL - Pilot met biologische maaltijden in Friese zorgcentra

Maaltijdservice Fryslân uit Menaldum gaat de afnemers eenmaal in de week een maaltijd voorzetten gebaseerd op biologisch producten. In eerste instantie gaat het om een proef die de organisatie opzet in samenwerking met de biologische sector in Friesland. De maaltijdservice levert dagelijks 2200 maaltijden af en op een aantal locaties zullen de mensen een keer per week biologisch eten, vertelt accountmanager Marten Bleeker.

Een van de zaken die de pilot duidelijk moet maken betreft het functioneren van de logistiek. Het is de vraag of er op een bepaalde dag telkens de gewenste hoeveelheid van een bepaald biologisch product geleverd kan worden, aldus projectleider en biologisch boer Sjoerd de Hoop.

Om de ingrediënten voor een biologische maaltijd niet van ver te halen zal er meer rekening moeten worden gehouden met het groeiseizoen van bepaalde producten. Dat zal leiden tot een menucyclus. Zoals asperges in het voorjaar en witlof in de winter. Bij de proef wordt ook geëxperimenteerd met welke producten wel en welke niet geschikt zijn voor de maaltijdservice.

Bron: Agriholland, 18/06/2007

NL - Promotie biologisch vlees in schap verhoogt omzet

De omzet van biologisch vlees in de supermarkt stijgt als promotiemiddelen rondom het schap het vlees beter zichtbaar maken. Dat komt naar voren uit een experiment van het LEI, onderdeel van Wageningen UR in een aantal supermarkten die het biologische vlees bij elkaar in het schap aanbieden. Het maakt wel uit welke boodschap wordt uitgedragen.

Luidt de boodschap 'gezond van smaak, natuurlijk lekker' of 'je proeft de aandacht', dan neemt de omzet het meest toe. Alleen nadruk op 'geniet van puur natuurlijke smaak' werd minder beoordeeld en verhoogde de omzet slechts in een enkele supermarkt. Kopers van biologische producten vinden



het vleesschap aantrekkelijker als promotiemiddelen worden ingezet.

Opzet onderzoek

In het experiment wilden onderzoekers nagaan of en hoe consumenten die biologische producten kopen, reageren op meer promotiemateriaal in het vleesschap bij het biologisch vlees. Drie verschillende beelden zijn getest: 'lekker en genieten', 'natuurlijke herkomst met dier' en 'natuurlijke herkomst zonder dier'.

Deze beelden zijn door De Groene Weg en een reclamebureau van tekst en beeldmateriaal voorzien, die zijn weergegeven op verschillende promotie-uitingen in en buiten het schap. In het schap kwam het beeld op de etiketten op de verpakking, de plastic schapstroken en schapdividers. Buiten het schap werden de beelden ook op plafondhangers en vloerstickers gebruikt.

Conclusies

De belangrijkste bevinding is dat lightusers van biologische producten reageren op het promotiemateriaal bij biologisch vlees in de supermarkt. Ze vinden het biologisch vlees in de winkel dan aantrekkelijker. Ook verhoogt het materiaal de omzet van biologisch vlees in de meeste winkels.

Het uitgebreide pakket met promotiemateriaal verhoogt de aantrekkelijkheid het meest. Bij het uitgebreide pakket is er geen verschil in aantrekkelijkheid tussen het promotiemateriaal met een afbeelding zonder of met dier. In de meeste gevallen is de omzet van biologisch vlees bij de testwinkels significant hoger. De marketingcommunicatie versterkt het beeld van 'natuurlijk origine' dat burgers van biologisch hebben.

Op basis van deze onderzoeksuitkomsten zal in 2007 onderzoek worden gedaan hoe 'gezond van smaak, natuurlijk lekker' nog beter kan worden neergezet.

Bron: BioKennis - Wageningen UR, 13/06/2007

NL - Snelle groei biologische zuivel noch grenzeloos noch risicoloos

Biologische voeding in het algemeen en biologische melk en zuivel in het bijzonder zijn onmiskenbaar in trek bij de Europese consument, met dubbele groeicijfers in sommige sectoren als gevolg. Maar die snelle groei lijkt noch grenzeloos noch risicoloos, waarschuwt Jurgen Jansen van het Productschap Zuivel. Devaluatie van het begrip biologisch ligt op de loer. De voortgaande verbreding van de doelgroep zorgt er bovendien voor dat biologisch voor verdere groei steeds afhankelijk wordt van consumenten die in toenemende mate hun behoeftes al vervuld zien door ontwikkelingen in het reguliere circuit.

In haar Biomonitor 2006 rapporteerde Biologica voor Nederland voor zuivel een bovengemiddelde omzetstijging van 10,6%. In Duitsland, Europa's belangrijkste markt voor biologische producten, groeide de omzet in biologische melk en -producten in 2006 met 38%, veel meer dan de markt voor biologische voeding in zijn totaliteit. In het Verenigd Koninkrijk steeg de omzet van biologische melk in de periode maart 2006 / maart 2007 met 15,5%.

De totale biologische melkproductie in Europa wordt inmiddels op zo'n 2,5 miljard kg geschat, dit is nog geen 2% van de totale Europese melkplas. Belangrijkste landen bij de productie van biologische melk zijn Duitsland, Denemarken en Oostenrijk, samen goed voor de helft van het totale volume. De productieontwikkeling in Europa kan vooralsnog de sterke groei in de vraag naar biologische melk op de korte termijn niet bijbenen. Dit heeft tot krapte geleid met internationale melkstromen tot gevolg. Landen als Polen en de Baltische staten maken zich dan ook op om deze lucratieve markt te betreden.



Verenigd Koninkrijk snel zelfvoorzienend

De Organic Milk Suppliers Co-op (OMSCO), de biologische zuivelcoöperatie die circa tweederde van de biologische melkplas in het Verenigd Koninkrijk vertegenwoordigt, voorspelt echter de nationale markt voor biomelk daar binnen een paar jaar in evenwicht zal zijn. Door instroom van omschakelaars en hogere productie bij bestaande bedrijven zal de productie naar verwachting in drie jaar tijd toenemen met 84%, tot een beschikbaar volume van 545 miljoen liter in 2008/09. Dit zal voldoende zijn om aan de Britse vraag te voldoen. Dit lijkt vooral een niet mis te verstaan signaal aan producenten elders in Europa, die in hun lange termijnstrategie uitgaan van structurele krapte op de Britse markt.

Het ideële aura voorbij

De goede ontwikkeling van de markt voor biologisch geeft aan dat dit segment hard bezig is om zich richting 'mainstream' te ontwikkelen. De accenten in het imago van biologisch zijn hierdoor ook verschoven. Scoorde biologisch voorheen eerst en vooral bij een relatief kleine groep kritische, maatschappelijk betrokken consumenten, tegenwoordig associëren steeds meer mensen biologisch vooral met natuurlijk, gezond en lekker. De consument die nu biologisch kiest, voelt zich geen onderdeel meer van een beweging.

Controle op biolabel

De doelgroepverbreding van biologisch biedt kansen en risico's. Enerzijds lijkt de robuustere markt biologische melkveehouders meer houvast te bieden voor de langere termijnafzet, waar in het verleden omgeschakelde ondernemers nog wel eens geconfronteerd werden met het feit dat hun biologische melk noodzakelijkerwijs in het reguliere circuit verdween (Engeland, Denemarken) en de meerkosten zich niet terugbetaalden in de markt. Die markt lijkt met de huidige ontwikkeling meer volwassen te worden.

Anderzijds draagt verbreding ook een afbreukrisico in zich, zeker als zoals nu de vraag het aanbod overstijgt. Industrialisatie van de sector ligt op de loer. Nu het etiket 'biologisch' overal en nergens opduikt, is het daarom meer dan ooit zaak voor controlerende organisaties en certificeerders (zoals Skal) om scherp toe te zien op de kwaliteit en geloofwaardigheid van de producten. Dit helpt slijtage van de term biologisch voorkomen. Dat geldt temeer nu internationale melkstromen een belangrijke rol gaan spelen in de grondstof-voorziening. Een productgroep als biologisch die zijn onderscheidend vermogen vooral ontleent aan een goed verhaal met betrekking tot de productiewijze, is immers relatief gevoelig voor imagoschade als gevolg van incidenten.

Gedifferentieerde melkstromen doodskus?

Intussen zijn zuivelondernemingen hard bezig om hun reguliere melkplas steeds meer gedifferentieerd aan te bieden en gaan zij in de positionering daarvan aspecten als gezondheid en beleving van de consument sterker benadrukken. Deze ontwikkeling kan een aanvullend risico vormen voor het biologische segment, omdat deze aspecten juist ook bij nieuwe, potentiële kopers van biologisch meespelen. Dit maakt het dus lastiger om verdere groei in biologische melk te realiseren. De vraag rijst in hoeverre deze dreigende kannibalisatie op termijn niet de doodskus voor verdere groei in biologisch betekent.

Bron: Agriholland, 18/06/2007

NL - Biologica: Substraatteelt niet biologisch

Biologica blijft voor grondgebonden teelt. De organisatie is tegen het voorstel van enkele glastuinbouwers om substraatteelt als biologisch toe te staan. Bert van Ruitenbeek, directeur van Biologica, lichtte dit op 13 juni toe in een artikel in het Agrarisch Dagblad. Het past niet bij de verwachtingen van het vraaggestuurde en op bewuste consumenten gerichte EKO-keurmerk.



De biologische productiemethode kent een aantal herkenbare uitgangspunten: geen kunstmest, geen chemisch-synthetische middelen, geen kunstmatige kleur- geur- en smaakstoffen, geen gentech en buitenuitloop voor de dieren. Telen in de volle grond hoort daar ook bij en heeft bewezen ook vaak tot een volle smaak te leiden.

Ook al zou een product gekweekt op substraat in een bepaald geval 'duurzamer zijn', dan is dat ondergeschikt aan duidelijkheid voor de consument en lange termijn duurzaamheid, waarbij de biologische sector allereerst zoekt naar innovatieve verbeteringen binnen het ecosysteem, aldus Van Ruitenbeek.

Bron: Agriholland, 15/06/2007

NL - Eerste biologische zeekraal verkrijgbaar

Het Zeeuwse bedrijf Saltygreens heeft een primeur met de eerste gekweekte biologische zeekraal. De vraag naar zeegroenten blijft toenemen, constateert de producent. Groothandel en supermarkten van biologische producten zijn enthousiast. Ook bedrijven die zich niet specifiek op biologische producten richten hebben interesse getoond voor het product.

Door vernieuwde kweekmethoden is het voor Saltygreens nu mogelijk om het hele jaar verse biologische zeekraal te leveren. Zeekraal wordt veel gecombineerd met visgerechten, maar doet het ook goed in vers salades, wok, pasta en sushigerechten.

Bron: Agriholland, 14/06/2007

NL - In biologische akkerbouw sneuvelen relatief veel kievitseieren

Milieubioloog Steven Kragten, werkzaam bij het Centrum voor Milieuwetenschappen Leiden (CML), vergeleek het nestsucces van kieviten op biologische en gangbare akkerbouwbedrijven in Flevoland. Het blijkt dat op biologische bedrijven relatief veel kievitseieren verloren gaan. De resultaten van het onderzoek zijn vorige maand gepubliceerd in het vooraanstaande vogeltijdschrift Ibis.

De manier waarop biologische boeren hun land bewerken brengt veel risico's met zich mee voor kievitsnesten, stelt Kragten. Omdat zij onkruid bestrijden met mechanische methoden lopen de nesten op hun akkers groter gevaar. Bij het vergelijken van biologische en gangbare landbouwgrond is het daarom niet voldoende om te kijken naar dichtheden aan vogels, zoals veel in eerder onderzoek is gebeurd. Het is belangrijker om na te gaan hoeveel nesten er uitkomen en dat is wat Kragten heeft gedaan.

Akkerbouwbedrijven in Flevoland

Kragten voerde zijn onderzoek uit bij 20 paar akkerbouwbedrijven in Oostelijk Flevoland en de Noordoostpolder. Ieder paar bestond uit een biologisch en een gangbaar bedrijf, waarbij het omliggende landschap zo veel mogelijk gelijk werd gehouden. In de jaren 2005 en 2006 brachten Kragten en zijn collega's eenmaal per week een bezoek aan elk bedrijf. De onderzoekers speurden naar kievitsnesten en noteerden tijdens elk bezoek of de nesten bebroed, verloren of uitgekomen waren.

Nestsucces lager op biologische bedrijven

De resultaten van het onderzoek laten in 2005 een groot verschil zien in nestsucces: bijna 50% van de nesten op gangbare bedrijven kwam uit, tegenover slechts 25% van de nesten op biologische bedrijven. Dit terwijl het absolute aantal nesten per hectare op biologische bedrijven groter was. In 2006 was er geen significant verschil in nestsucces, maar volgens Kragten gaven de atypische



weersomstandigheden dat jaar een vertekend beeld. Het weer in 2005 was representatiever voor het huidige Nederlandse klimaat. Het onderzoek laat volgens Kragten dan ook duidelijk zien dat biologische bedrijven meer kieviten aantrekken, maar dat er negatieve effecten van biologische landbouw op het nestsucces kunnen zijn.

Ook aandacht voor voedselaanbod

Ook van andere akkervogels, zoals de veldleeuwerik, is inmiddels bekend dat relatief veel nesten verloren gaan op biologische landbouwgrond. Biologische boeren moeten een stap extra doen om de populatie van akkervogels in stand te houden, meent Kragten. Dat kan bijvoorbeeld via markering van nesten door vrijwilligers. Los daarvan is er meer nodig om de akkervogelpopulatie op peil te houden dan alleen nestbescherming, stelt de onderzoeker. Het voedselaanbod voor de jonge vogels moet ook toereikend zijn om hen een goede overlevingskans te bieden.

Bron: Agriholland, 15/06/2007

NL - Biologische chocolade: Onbekend maakt onbemind

De verkoop van biologische voeding neemt toe. Toch bestaat er onder retailers nog heel wat watervrees om biologische chocolade in de schappen op te nemen. Dat stellen Pieter Heesterbeek en Jan Matthijssen, respectievelijk general manager en salesmanager van De Katjang uit Zevenbergen. Het bedrijf dat biologische chocolade en rijstwafels produceert haalt dan ook het leeuwendeel van de omzet elders in Europa. De Katjang behoort in West-Europa tot de drie grootste producenten van biologische rijstwafels.

De Katjang legt zich toe op de productie en verkoop van biologische chocolade en rijstwafels, in het bijzonder onder private label. Zo zijn er verschillende soorten candybars, suikervrije chocoladerepen en rijstwafels. Er wordt ook een chocoladevervanger gemaakt van de Johannes Pitmeelboom en het bedrijf levert tevens chocolade waarin de dierlijke melk is vervangen door soja. Het bedrijf heeft zes productielijnen en telt 14 werknemers.

Penetratie biologisch in NL nog beperkt

Vooralsnog haalt De Katjang het leeuwendeel van de omzet uit onder meer Duitsland, Italië, het Verenigd Koninkrijk en Oostenrijk, landen waar de acceptatie van biologisch volgens Heesterbeek veel verder is. Maar na de biologische groenten, vlees en groenten in pot kijken de nederlandse retailers nu toch ook voorzichtig naar de biologische zoetwaren. Heesterbeek wijst op ook het gebrek aan kennis onder consumenten over wat nu wel en niet precies biologisch inhoudt.

Grondstofprijzen biologisch flink toegenomen

De grondstofprijzen voor het maken van biologische rijstwafels en chocolade zijn de laatste jaren flink toegenomen. Daarbij is het aanbod beperkt, zodat eventuele calamiteiten flink in de prijzen doorwerken. Hetzelfde geldt voor biologische cacaomassa en de vullingen voor onze bonbons, want ook het aanbod hiervan is niet zo bijzonder groot, aldus Matthijssen.

Bron: Foodholland, 19/06/2007

NL - Biologische sector zoekt melkveehouders

De vraag naar biologische melk is de laatste jaren explosief gegroeid. De wachtlijsten die zuivelbedrijven hanteerden, zijn weggewerkt. De sector zoekt naarstig naar nieuwelingen en gaat de boer op.

Reden voor het bedrijfsnetwerk biologische melkveehouderij om een landelijke actie op te zetten. Op



donderdag 28 juni zetten vier biologische melkveehouderijen verdeeld over het land hun deuren open voor collegas. De open middag staat in het teken van toekomstgericht omschakelen naar een biologische bedrijfsvoering.

Op dit moment is er een groot tekort aan biologische melk. De boerenprijs schommelt de laatste tijd rond de 40 cent per kilo. De productie van deze melk geeft meerkosten, maar volgens het LEI hebben biologische melkveehouders vergelijkbare of hogere inkomens dan hun gangbare collegas.

Deze open middagen zijn bedoeld voor melkveehouders die zich vrijblijvend willen oriënteren op de biologische melkveehouderij. De vier melkveehouders lichten hun keuze voor een biologische bedrijfsvoering toe. Daarbij geven ze ook aan wat hen dat economisch, sociaal en maatschappelijk opgeleverd heeft. Naast de biologische melkveehouder zijn ook bestuursleden van Vereniging De Natuurweide, de vereniging van biologisch melkveehouders, en melkverwerkers op ieder bedrijf aanwezig.

De bedrijven die op 28 juni van 13.30 uur tot 16.30 uur hun deuren open zetten zijn: Henk Jan Soede, Oostkanaaldijk 12a in het Utrechtse Loenen aan de Vecht; Barend Mul, Fluitenbergseweg 94 in het Drentse Fluitenberg; Johan van Zelderen, Vredepaaldreef 4 in het Brabantse De Rips en Bert Wagenvoort, Lieferinkweg 2 in het Gelderse Vorden

Bron: Agripress, 19/06/2007

NL - Triodos Bank: Seminar Kansen voor natuurvoeding

Stichting Promotiebureau Biologische Speciaalzaak en Triodos Bank organiseren op 2 oktober a.s. het seminar 'Kansen voor natuurvoeding'. Een avond voor en door ondernemers in de natuurvoedingsbranche.

Marktonderzoek van het LEI (Bio-Monitor) toont aan dat de natuurvoedingsspeciaalzaken de afgelopen zes jaar een constante groei hebben doorgemaakt van gemiddeld 7% per jaar. De reguliere voedingsmarkt is daarentegen jaarlijks slechts met 2 à 3% gegroeid. In 2006 is de groei in de biologische speciaalzaak toegenomen met 9,6%. Doordat winkelondernemers inspelen op de sterk toenemende vraag naar natuurvoeding worden voor 2007 zelfs dubbele groei cijfers verwacht.

De afgelopen jaren zijn verschillende nieuwe winkelformules ontstaan, zoals Estafette, Ekoplaza, Biotoop en Xummum. In 2006 zijn circa 15 nieuwe en/of vernieuwde natuurvoedingswinkels geopend. Ook in 2007 worden opnieuw 10 tot 15 winkelvergrotingen en/of nieuwe winkels verwacht. Er is ruimte in de markt, zowel voor vergroting van bestaande winkels als voor nieuwe vestigingen. In circa 50% van de verzorgingsgebieden is bijvoorbeeld nog geen natuurvoedingswinkel gevestigd. Aanleiding voor veel ondernemers om zich te oriënteren op de verdere groei van hun bedrijf. Het PBS-Triodos Bank Seminar staat dan ook in het teken van groeikansen. Succesvolle ondernemers vertellen over de ontwikkeling van hun bedrijf en gaan in gesprek met de andere deelnemende bedrijven.

Organisatie

Stichting Promotiebureau Biologische Speciaalzaak (PBS) is de brancheorganisatie voor het gespecialiseerde natuurvoedingskanaal. Stichting PBS voert in samenwerking met de Task Force MBL een aantal projecten uit ter ondersteuning van de (structurele) groei van de biologische afzet via de biologische speciaalzaak, ondermeer d.m.v. van de ondernemersopleiding SON, ketenmanagement voor het natuurvoedingskanaal en het project winkelzuilen. Voor meer informatie over PBS: www.stichtingpbs.nl

Triodos Bank is een onafhankelijke bank die staat voor duurzaam, vernieuwend en transparant bankieren. Triodos Bank stond aan de wieg van de fiscale stimuleringsregelingen voor groene,



sociaal-ethische en culturele projecten. De bank lanceerde het eerste groenfonds en cultuurfonds van Nederland en is een autoriteit op het gebied van microfinanciering in ontwikkelingslanden. Triodos Bank zet zich vanaf de oprichting actief in voor de ontwikkeling en stimulering van de biologische landbouw en voeding. Een groot aantal ondernemingen uit de natuurvoedingsbranche is klant van Triodos Bank.

Wanneer en Waar?

2 oktober (vanaf 17.00 uur), Triodos Bank Zeist

Voor meer informatie over het seminar: Ingeborg Zonneveld 0031 30 693 65 31

Bron: Biofoodonline, 13/06/2007

F - Pro Natura neemt Franse bioteler Bioprim over

De biologische organisatie Pro Natura heeft eind mei de Franse bioteler Bioprim in haar Europese netwerk ingelijfd.

De omzet van Pro Natura zal naar verwachting in 2007 groeien tot 80 mln euro. Pro Natura groeide voor de overname al jaarlijks met 20%. Doelen van de overname zijn een grotere klantenkring en het aanbieden van een breder assortiment. Bioprim, dat logistiek gezien ideaal gelegen is in Perpignan op de grens van Frankrijk en Spanje, bestaat al meer dan 20 jaar en is uitgegroeid tot een internationaal bedrijf met 192 werknemers in de Provence, Bretagne, Languedoc-Rousillon, België, Marokko en Togo.

Bron: Agripress, 15/06/2007

D - Bio Company heropent 10de biosupermarkt in hartje Berlijn

Bio Company Hackescher MarktAuf einer Verkaufsfläche von ca. 450 m² präsentiert sich die Bio Company ab dem 14. Juni 2007, 8:00 Uhr mit frischen Bio-Produkten und kompetenten Mitarbeitern im Herzen der Hauptstadt in Berlin Mitte direkt am Hackeschen Markt (Bild) in der Dircksenstrasse / S-Bahnbögen 145-147.

Einen Großteil des Sortiments bestückt die Bio Company in Zusammenarbeit mit regionalen Lieferanten und Erzeugern aus Brandenburg. „Seit Firmengründung ist es unser Bestreben, das Beste aus Brandenburg nach Berlin zu bringen. Wir möchten den Berlinern ein Stück Land in die Stadt bringen“, so Geschäftsführer Georg Kaiser. Erzeuger und Lieferanten des Demeter-Aktiv-Partners Bio Company sind unter anderem das Märkische Landbrot, das Bio Beerenobst von Jana Hebestreit aus Werder und die Braumanufaktur Templin aus Potsdam.

Der Bio-Supermarkt bietet mit der 10. Filiale weitere 15 Arbeitsplätze. Neben einem angenehmen Arbeitsklima bietet Bio Company den Mitarbeitern regelmäßige Aus- und Weiterbildungen. Festangestellte können sich in einer 15-monatigen Ausbildung zum geprüften NaturkostfachberaterIn schulen oder sich weiter zum HandelsfachwirtIn / IHK qualifizieren. In Berlin hat Bio Company derzeit 26 Auszubildende, das entspricht ca. 10 % der Mitarbeiter.

Bio Company wurde 1999 von der anthroposophischen Krankenschwester Undine Paul mit der ersten Filiale in Charlottenburg gegründet und wird seit 2002 von Georg Kaiser und Hubert Bopp geführt. Das inhabergeführte Unternehmen ist mit 10 Filialen in Berlin vertreten und damit Marktführer in der Hauptstadt. Seit dem 29. März 2007 führt Bio Company auch eine Filiale in Braunschweig

Bron: Bio-markt.info, 14/06/2007



D - Biokreis-Richtlijnen für regionalen und fairen Handel

regional & fair Ökologischer Landbau, Regionalität und faire Preise bilden eine Einheit, die zum Überleben kleiner und mittlerer bäuerlicher Strukturen beiträgt, dem Verarbeiter Rohstoffe auf kurzen Wegen und dem Verbraucher eine große Lebensmittelsicherheit garantiert. Deshalb macht es sich der Biokreis e.V. zur Aufgabe, Rahmenbedingungen für regionale wie faire Partnerschaften klar zu definieren und die Beziehungen der jeweiligen Marktpartner langfristig zu stabilisieren.

Der „regional & fair“ Richtlinienkatalog, der ab sofort beim Biokreis e.V. erhältlich ist, beinhaltet die ökologische Wirtschaftsweise nach EU-Öko-VO bzw. nach den jeweils gültigen Regeln der anerkannten Ökoverbände ebenso wie den regionalen Rohstoffbezug. Qualitätsmanagement und Herkunftssicherheit wie auch Partnerschaften auf Basis fester Lieferverträge und fairer Preise sind wichtige Kriterien. Ein maßgebliches Thema ist auch die Stärkung des regionalen Absatzes durch neue Marketing-Strategien. Soziale Kriterien werden in den Richtlinien ebenfalls festgehalten. Darüber hinaus wird die Förderung alter Nutztierassen und Kulturpflanzen ein Bewertungskriterium sein.

Die Einhaltung der Richtlinien wird jährlich im Zuge der Kontrolle durch staatlich anerkannte Öko-Kontrollinstitute geprüft. Anschließend sind die beteiligten Betriebe berechtigt, das Logo „regional & fair“ zu nutzen und damit ihre Produkte dem Verbraucher als regionale und faire Bio-Lebensmittel kenntlich zu machen.

Bron: Bio-markt.info, 17/06/2007

DM - Denemarken begint campagne biologische teelt

Denemarken wil met een nieuwe campagne boeren bewegen om te schakelen naar de bio-logische landbouw.

De campagne is een gezamenlijk initiatief van de landbouwfederatie Dansk Landbrug en de biologische bond Økologisk Landsforening. Ook de biologische slachterij Friland Foodis betrokken. De overheid steunt de campagne met 255.000 euro.

De gunstige ontwikkeling van de markt is het motief voor de campagne. Met name aan vlees, graan en groente bestaat volgens de initiatiefnemers een acuut gebrek. De campagne behelst onder meer de uitgifte van zes themakranten.

Bron: Agripress, 16/06/2007

VS - Eetwinkel voor kinderen

Biologisch belegde boterhammen

In New York heeft Kidfresh onlangs een eetwinkel geopend met maaltijden, snacks en lunches voor kinderen tot tien jaar en hun haastige ouders. De prijzen gaan van 4,95 tot 7,25 dollar per maaltijd. Een kleurcode geeft aan voor welke leeftijdsgroep de maaltijden geschikt zijn. Alle gerechten zijn zoveel mogelijk met biologische ingrediënten bereid en bevatten geen conserveringsmiddelen, kleurstoffen en transvetten. Het aanbod bestaat onder meer uit lunchboxen, sandwiches en zelfs diepvriesbabymaaltijden. Op de website (Kidfresh.com) biedt Kidfresh ook Kids Cook aan, met gezonde recepten voor en door kinderen.

Kidfresh, New York, tel. +1 212 861 1141, e-mail: info@kidfresh.com Bron: Springwise, FoodExpress, Kidfresh



Bron: Trends, 14/06/2007

VS - Let's make animal welfare competitive, says Whole Foods boss

Animal welfare must take a higher priority in organic and other ecological farming systems says John Mackey, the founder of leading US natural food retailer Whole Foods Market.

In a special lecture in London last week hosted by Compassion in World Farming, Mackey argued that the emergence of a new post-industrial era in agriculture — which he called the “ecological era” — provided an opportunity to move animal welfare to the top of the agenda. Organic, natural and artisan food were all produced much less intensively, he said, and allowed better animal husbandry and more compassion for farm animals.

However Mackey said that ‘organic’ or ‘natural’ did not necessarily equate with high animal welfare standards. There were particular issues with organic production in the US, he said, where standards were sometimes lax. But he dismissed the claims of those commentators in America who warn that ‘industrial organic’ is becoming the norm. “78% of organic comes from family farms, despite the picture sometimes painted,” he said.

In a move designed to encourage higher welfare standards Mackey said that Whole Foods was launching a new 5-step Animal Welfare Rating Programme. Step 1 is the benchmark standard for acceptable animal welfare. Suppliers can gain a Step 3 rating if their animals are pasture based, while the Step 5 rating is only available for producers who have on-farm slaughtering, “the least distressing system”.

Mackey said the scheme — which will be monitored by third party inspectors including the Soil Association — would be “deliberately competitive”. He told his audience: “We definitely want suppliers asking themselves ‘what do we need to do to get to Step 4 or Step 5?’.”

Speaking more generally, Mackey said that the natural and organic food movements needed to evolve their thinking. He said: “There is still a tendency to romanticize the past — there never was a golden era. And we really do need to stop the morality play madness and the simplistic good guy, bad guy stereotypes. Anyone who thinks we are going to leave the big corporations behind is just being naïve.”

Mackey also argued that large farms can be as environment-friendly as small ones, in some cases more so. And he added “having a big farm doesn’t actually make you evil”.

Asked about Whole Foods’ commitment to sourcing from UK organic suppliers, Mackey commented: “We kept reading in the press that there was undersupply of organic produce in the UK and that we would have problems. Actually what we found was an unmet demand for good quality organic food from smaller producers who couldn’t, or wouldn’t, supply a big supermarket chain.”

Bron: Naturalproductsonline, 14/06/2007

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 <<http://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.



de Biotheek Netknipsels #205

Samenstelling: Dominique Joos en Geertje Meire. Nieuwtjes en evenementen kunnen steeds voor opname doorgestuurd worden aan geertje.meire@bioforum.be. Momenteel wordt de knipselkrant verzonden naar ruim 1900 relaties binnen de sector, de overheid en sympathisanten van de bioweek.

Aanmelden kan via de website: surf naar http://bioforum.combell.net/biotheekbe_www/form_netknipsels.aspx of via een eenvoudig mailtje aan mijnvraag@biotheek.be.

Oude nummers kun je nalezen op <http://bioforum.combell.net/biotheekbe_www/artikel.aspx?artikelID=106> , onder `archief`.