

Gewürzter Kaffee

Der Hamburger Kaffeeröster *Darboven* hat die Gewürzmühle *Brecht* und deren Tochterunternehmen *Probio* übernommen. Am Geschäftskonzept und dem Standort werde sich nichts ändern, teilte die Gewürzmühle mit. Zur *Darboven*-Gruppe gehören die Kaffeemarken *Idee*, *Eilles* und *Burkhof*. Das Familienunternehmen vertreibt seit 1993 auch Fairtrade-Kaffee.

Richtlinien verschärft

Die Teilnehmer am *BNN*-Monitoring sperren künftig Obst und Gemüse bei Pestizid-Verunreinigungen über dem *BNN*-Orientierungswert sofort nach Bekanntgabe des ersten Analyse-Ergebnisses. Bisher hatten die Unternehmen auf die Absicherung durch ein zweites Labor gewartet, um Fehler auszuschließen. Eine Auswertung zeigte jedoch, dass solche Fehler selten vorkamen.

Demeter:Vorsitzenderneu

Der Aufsichtsrat des neuen *Demeter* e.V. hat den Stuttgarter Landwirt *Christoph Simpfendörfer* zu seinem Vorsitzenden gewählt. *Simpfendörfer* arbeitet seit vielen Jahren im früheren *Demeter-Bund* und im *Demeter-Marktforum* mit. Er führte einige Zeit als ehrenamtlicher Vorstand auch den *Demeter-Bund*.

Rabenhorst: Neuer Chef

Klaus-Jürgen Philipp hat zum Jahreswechsel die Geschäftsführung des Traditionsunternehmens *Haus Rabenhorst* übernommen. Er war zuvor Geschäftsführer einer Mineralbrunnen-Unternehmensgruppe. Sein Vorgänger *Karl Stoffel* hat das Unternehmen auf eigenen Wunsch verlassen. Im Bio-Fachhandel ist *Rabenhorst* mit den Marken *Bioborn* und *Flemming* vertreten.

Mehr Pflege

Die Deutschen haben 2007 rund 12,3 Milliarden Euro für Körperpflege ausgegeben, das sind 3,6 Prozent mehr als im Vorjahr. Am stärksten legten die dekorative Kosmetik und Herrenkosmetik mit je 10 Prozent zu. Wichtigste Vertriebschiene waren mit 45 Prozent Umsatzanteil die Drogeriemärkte. Alle Zahlen unter www.ikw.org

Klimaschutz

Erste CO₂-neutrale Bratwurst

Dass es beim Klimaschutz um die Wurst geht, demonstriert die Ökoland GmbH Nord jetzt auf kreative Weise: Unter dem Motto „Superwurst rettet die Welt“ bietet der Fleischverarbeiter seit Ende Januar die erste CO₂-neutrale Bratwurst an.

„Die *Ökoland*-Bratwurst in Delikatess-Qualität ist vom Bauernhof bis zur Ladentheke klimaneutral gestellt und nach „Stop-Climate-Change-Standard“ zertifiziert“, erläutert Geschäftsführer *Patrik Müller*. Unvermeidliche Treibhausgase, die auf den verschiedenen Verarbeitungs- und Transportstufen entstehen, neutralisiert *Ökoland* durch den Kauf von Klimazertifikaten der vom *WWF* empfohlenen höchsten Kategorie „Gold-Standard“. Daneben sucht die *Ökoland Nord GmbH* nach CO₂-Reduzierungsmöglichkeiten auf den Bauernhöfen, in der Verarbeitung, im Transport und in der Wahl der Stromanbieter.



Ökoland-Werbung: Superman im Wurstgewand als Klimaretter

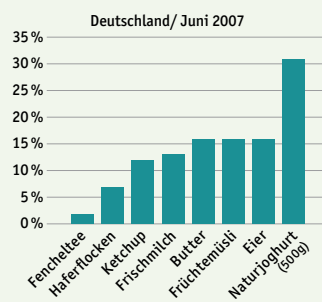
Mit der „flotten Superwurst“, die ein „Ö“ auf der „Brust“ trägt, und ab Ende Januar dem Naturkostfachhandel angeboten wird, wurde ein neues Kapitel im Klimaschutz eröffnet. Ob weitere Produkte klimaneutral gestellt werden können, entscheidet laut *Müller* die Resonanz der Kunden auf die „Superwurst“.

„Aus meiner Sicht wird unser Klima nicht nur auf großen Politik-Konferenzen, sondern vor allem durch viele kleine, kreative und aktive Schritte in allen Lebensbe-

reichen gerettet werden können“, sagt *Patrik Müller*. Und weiter: „Mit der Superwurst wollen wir die Verbraucher in ihren Klimaschutz-Bemühungen stärken und auch in der Lebensmittelbranche ein Zeichen setzen. Deshalb freuen wir uns, wenn andere Unternehmen ähnliche Aktionen starten.“ Die Superwurst-Kampagne wird durch Anzeigen, Werbung am POS und im Internet, Gewinnspiele, Verkostungen und weitere Marketing-Aktionen unterstützt. www.superwurst.info.

Falsches Image

Das Hochpreis-Image der Bio-Supermärkte stimmt nicht mit der Realität überein. Zu diesem Ergebnis kam *Agromilagro research* bei einem Vergleich der Verkaufspreise im LEH mit denen einiger Bio-Supermärkte. Bei einer Reihe von Standardartikeln wie Spaghetti, Apfelsaft oder Honigwaffeln waren die günstigsten Produkte im Bio-Supermarkt nicht teurer als die Konkurrenz inklusive der Discount. Auch bei den übrigen verglichenen Artikeln lag der Aufpreis oft nur bei fünf bis 15 Prozent. Lediglich Naturjoghurt und Weizenmehl waren deutlich



Aufpreise im Bio-Supermarkt: Vergleich zum billigsten LEH-Anbieter inkl. Discount

teurer. „Eine bemerkenswerte Leistung und ein Grund mehr für die Konsumenten, sich dieses Eldorado für den Bio-Lebensmitteleinkauf einmal genauer anzusehen“, folgerte *Agromilagro research*.

Naturkosmetik: EU-weit vereint

NaTrue nennt sich ein europaweiter Zusammenschluss von Naturkosmetik-Herstellern. Der Verband soll die Interessen der Branche gegenüber den europäischen Institutionen und den EU-Mitgliedstaaten vertreten. Er will die Grundlagen für eine in der EU verbindliche Definition der Begriffe „Naturkosmetik“ und „Bio/Organic-Cosmetic“ erarbeiten. Das soll ein international anerkanntes Labeling ermöglichen und echte Naturkosmetik von Nachahmern abgrenzen. Gegründet haben *NaTrue* vor allem die großen deutschen Hersteller.