

OIKOPOLIS NEWS

N°19 | JULI 2021



DIE OIKOPOLIS-GRUPPE SETZT SICH EIN – MIT ERFOLG!



Die OIKOPOLIS-Gruppe hat ihre dritte GWÖ-Zertifizierung mit insgesamt 669 von maximal erreichbaren 1000 Punkten erfolgreich abgeschlossen – nur eine Handvoll Unternehmen konnte sich bisher im vorbildlichen Bereich klassifizieren. Ausschlaggebend waren die konsequent ökologische Ausrichtung in allen Bereichen des Unternehmens sowie das soziale Engagement für eine umweltverträgliche und gemeinwohlorientierte Gesellschaft. Dazu gehört auch die Teilnahme an der Initiative „Devoir de Vigilance“, welche verpflichtende Gesetze zur Gewährleistung der Menschenrechte in den Lieferketten fordert.

Im Sinne der Gemeinwohlökonomie gehört neben Umweltschutz und Ressourcenschonung auch die unternehmerische Sozialverantwortung untrennbar zu unserem selbst gestellten Anspruch und ist daher ebenfalls eine logische Konsequenz unseres Verständnisses von alternativem Wirtschaften. Mit Blick auf unser Ideal des Assoziativen Wirtschaftens ist unsere Wertschöpfungskette daher auch eine Wertschätzungskette. Die Forderung nach „menschengerechten“ Arbeitsplätzen an jeder Stelle

dieser Kette versteht sich deshalb von selbst. Wir möchten dieser Verantwortung für unsere Unternehmensgruppe weiterhin gerecht werden und sie weiterentwickeln.

- Aender Schanck

Die Unternehmen der OIKOPOLIS-Gruppe setzen ihr Engagement unterdessen schon mit etlichen Maßnahmen wie unter anderem den Marktgesprächen und dem eigens ins Leben gerufenen Label „fair&associative“ auf etlichen BIOG-Produkten um. Dies sind wichtige Bestandteile einer fairen und an Werten ausgerichteten Wirtschaftspraxis. Mithilfe der kontinuierlichen Arbeit an Punkten mit noch nicht vollkommen ausgeschöpftem Optimierungspotential wird beim nächsten GWÖ-Audit ein noch besseres Ergebnis zu erzielen sein. ■



GEMEINWOHL
ÖKONOMIE
Ein Wirtschaftsmodell
mit Zukunft
Bilanzierendes
Unternehmen
mit externem Audit

LESEN SIE AUCH:

- Editorial S. 2
- NATURATA S. 3-5
Rückblick 2020
 - ▶ Neue Bio-Traiteur-Linie
 - ▶ Umbau in Merl: Zweite beauty&culture-Filiale
- BIOGROS S. 6-8
Rückblick 2020
 - ▶ Vermarktungsstrukturen der Marke BIOG
 - ▶ 100% kompostierbare Folien-Verpackung
 - ▶ Neue Motive bei BIOGROS-Lkws
- Gründung von Bio-Gaart Altréier S. 8
- Erfolgreich im Umgang mit Corona S. 9
- Abschied von René Arendt S. 9
- 20 Jahre OIKOPOLIS-Zentrum S.10
- Flowforms: Wasserinstallation im Hof S. 11
- BIOG-Produktwelt S. 12

JAHRESRÜCKBLICK UND AUSBLICK

Mitte März gab Landwirtschaftsminister Romain Schneider eine Pressekonferenz, auf der er den Stand der Dinge nach einem Jahr Bioaktionsplan darstellte. Dieser steht als wichtigstes Instrument für die Regierungsvorgabe Pan-Bio 2025, deren Ziel es ist, dass bis Ende 2025 20% aller landwirtschaftlich genutzten Flächen des Landes biologisch bewirtschaftet werden. Diese Zielvorgabe ist sehr ambitioniert, da zum jetzigen Zeitpunkt gerade einmal 5% der Flächen, das sind 6300 ha, von 157 Bio-Betrieben bewirtschaftet werden. Im vergangenen Jahr kamen einige Betriebe hinzu, doch mit dieser Steigerung von 0,7% ist noch nicht viel erreicht. Minister Schneider sieht darin jedoch den Beweis dafür, dass die bislang ergriffenen Maßnahmen erste Wirkungen zeigen.

Von Landwirtschaftsseite hört und liest man, dass sicher mehr Betriebe auf Ökolandbau umstellen würden, wenn deren Produkte auf dem Markt abgesetzt werden könnten. Insbesondere bei den Milchproduzenten gäbe es solche, die Interesse an einer Umstellung bekunden würden. Betrachtet man jedoch die Zahlen der Statec, stellt man fest, dass der Bio-Lebensmittelkonsum in Luxemburg mit 12% dem 2,5fachen der biolandwirtschaftlichen Fläche entspricht und an dritter Stelle in der gesamten EU liegt – nach Dänemark und der Schweiz. Erst an vierter Stelle, also nach Luxemburg, kommt dann Österreich – ein Land, das schon jetzt etwa 25% Biolandwirtschaft hat. An den Beispielen Luxemburg und Österreich sieht man, dass es keine unbedingte Relation zwischen Bio-Markt und Biolandwirtschaft gibt. Luxemburgs

Probleme liegen demnach tiefer. Man kann davon ausgehen, dass in den vergangenen Jahrzehnten hierzulande andere Aspekte bezüglich Landwirtschaftsentwicklung und damit auch im Bereich Subventionen etc. ausschlaggebend waren.

Viele Lebensmittelprodukte, ob konventionell oder Bio, werden unter anderem aus Deutschland importiert. Das direkte Nachbarland hat 83 Millionen Einwohner, Luxemburg dagegen gerade einmal 620.000, also gut 130mal weniger. Wenn aber in Luxemburg eine mittelgroße Molkerei oder Mühle den Konzentrationsprozess des letzten Jahrhunderts überlebt hat, sind in Deutschland nicht etwa 130 solcher Produktionsstätten noch aktiv, sondern allenfalls 20. Das bedeutet aber auch, dass diese Produktionsanlagen viel größer sind als ihre Pendants in Luxemburg und damit viel effektiver arbeiten können.

Hinzu kommt, dass in Luxemburg aufgrund seiner Entwicklung zum Dienstleistungsland mit Banken, Versicherungen und nicht zuletzt den staatlichen Institutionen, eine Lohn- und Mietsituation geschaffen wurde, die nicht unbedingt die Voraussetzung dafür bietet, dass hiesige Hersteller aus landwirtschaftlichen Basis-Produkten weiterverarbeitete Produkte zu konkurrenzfähigen Preisen auf den Markt bringen können. Dasselbe gilt für den Groß- und Einzelhandel. So ist es nur allzu verständlich, dass in unseren größeren Nachbarländern preisgünstigere Lebensmittel hergestellt und dann auch hierzulande zahlreich angeboten werden.

Will man dem etwas entgegensetzen, muss man schon erfinderisch werden. Der Ab-Hof-Verkauf eigener Produkte ist eine Möglichkeit, die aber vor allem auch Kundennähe voraussetzt. Ist das nicht der Fall oder sind die Bedingungen so, dass man z.B. einen Schwerpunkt seiner Aktivität in der Milchproduktion hat, sind andere Wege notwendig. Dann braucht es Großabnehmer, in diesem Fall Molkereien, die ihrerseits wieder die entsprechende Kundschaft im Handel haben müssen, damit die Produkte zum Endkunden gelangen.

Da dies alles vor gut 30 Jahren nicht vorhanden war, gründeten die damaligen Bio-Bauern die BIOG-Genossenschaft, aus der dann in den Folgejahren die unterschiedlichen Betriebe der OIKOPOLIS-Gruppe hervorgegangen sind. Das Besondere an der Entstehung dieser Betriebe war, dass von Anfang an Nicht-Landwirte, also ökologisch Interessierte sowie Bio-Konsumenten, sich mit engagierten und sogar mittels dreier Kapitalzeichnungen dazu beigetragen haben, dass diese der Landwirtschaft nachgelagerten Unternehmen entstehen und im durchaus nicht einfachen Umfeld bestehen konnten.

Die neue politische Situation mit den Pan-Bio 2025er Zielen ist nun auch eine Herausforderung für die Betriebe unserer OIKOPOLIS-Gruppe. Im Getreidebereich arbeitet die BIOG-Genossenschaft seit etwa zwei Jahren mit der Kleinbettlinger Mühle zusammen, aber in diesem Großbetrieb können längst nicht all die vielseitigen Anforderungen der Bio-Getreidebauern zufriedenstellend erledigt werden. Und die BIOG-Molkerei, die seit nunmehr fünf Jahren in Bascharage aktiv ist, kann bis auf Weiteres keine neuen Bio-Bauern als Lieferanten annehmen, da die technische Einrichtung in der doch überschaubaren Räumlichkeit es nicht erlaubt, allzu viele eitere Produkte auf den Markt zu bringen. Aktuell wird aber überlegt, mittels neuer Investitionen den Herausforderungen zu begegnen. Noch ist dies nicht spruchreif, aber in den nächsten Monaten wird sich zeigen, was möglich sein wird.

Aender Schanck,
Vorstandsvorsitzender der
OIKOPOLIS-Gruppe ■



NATURATA RÜCKBLICK 2020:

Rückblickend auf das Jahr 2020 fallen manche Trends und Entwicklungen im weltweiten Lebensmitteleinzelhandel ins Auge, die sich auch in Luxemburg manifestierten. Geprägt durch die Corona-Pandemie, kann der als systemrelevant angesehene und damit von Schließungen verschonte Wirtschaftszweig auf ein umsatzstarkes Jahr zurückschauen, denn das Kaufverhalten der Bevölkerung hat sich ab März letzten Jahres aufgrund der allgemeinen Einschränkungen und Unsicherheiten drastisch verändert und auf den Lebensmitteleinzelhandel konzentriert. Dieses Phänomen ist zwar mittlerweile etwas abgeebbt, verstärkt aber eine sich weiterhin verbreitende Bewusstseinsänderung hin zu nachhaltigem und klimaschonendem Konsum. Beide Faktoren hatten einen deutlichen Einfluss auf unser Unternehmen.

Das Jahr brachte Umsatzwachstum...

Zusätzlich befeuern die aktuellen Beschlüsse auf europäischer (Green Deal) und nationaler Ebene (u.a. der Bio-Aktionsplan) die Steigerung des Anbaus, der Verarbeitung und der Vermarktung von Bio-Produkten, sodass der Anteil von Bio-Lebensmitteln am gesamten Lebensmittelmarkt weiterhin deutlich zunimmt. Im Bereich Naturkostfachhandel, in dem NATURATA einen erheblichen Umsatzanteil im luxemburgischen Markt einnimmt, konnten wir uns sehr gut behaupten und den Umsatz gegenüber 2019 sehr deutlich ausbauen. Dieser Umsatzzuwachs ist sicherlich den zuvor genannten Konsumententwicklungen zuzuschreiben, ergibt sich allerdings auch durch die gute strategische Weiterentwicklung unseres Bio-Facheinzelhandels.

...und einige Erweiterungen!

Die Auswirkungen der Pandemie haben alle Planungen für das Jahr 2020 stark beeinflusst. Zwar konnten die wesentlichen Neuerungen aus 2019, wie die Eröffnung der 11. Filiale als Haff-Buttek „Op der Schanz“ in Altrier, die personelle Neuaufstellung in der Cuisine Traiteur in Marnach, die Neuaufstellung der Buchhaltung, die Einführung weiterer IT-Systeme in Warenwirtschaft, Buchhaltung und Personalverwaltung sowie die Konkretisierung der Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Teams in der Zentrale, weiter fortgeführt und verstetigt werden. Andere Vorhaben wie die vollständige Umstellung der Bistro-Belieferung in Belval durch das Restaurant oder andere Vorhaben mussten verschoben oder verworfen werden.



So geht es 2021 weiter:

Allgemein geht die Geschäftsleitung für 2021 davon aus, dass sich der Trend zu nachhaltigem und klimaschonendem Konsum verstärkt fortsetzen wird, und plant dafür gezielt neue Projekte bezüglich neuer und existierender Filialen, Verarbeitung und Service. Angesichts der in Zukunft nicht sicher einzuschätzenden wirtschaftlichen

Entwicklungen ist es den Verantwortlichen ein Anliegen, aufgrund der hohen Investitionssummen nur mit Bedacht ausgewählte Projekte umzusetzen und sie für die gesamte Gruppe gewinnbringend zu planen und zu steuern. Die wohl wichtigste Investition im laufenden Jahr ist die 12. NATURATA-Filiale in Steinsel. Die Arbeiten haben bereits begonnen, die Eröffnung wird für Anfang 2022 avisiert. Des Weiteren

werden die Sozialräume und das Lager der Kass-Haff-Filiale ausgebaut.

Auf die wichtigsten Erneuerungen, Investitionen und Aktivitäten im NATURATA-Universum wird in den folgenden Abschnitten noch näher eingegangen.

JETZT NEU BEI NATURATA: HAUSGEMACHTE BIO-TRAITEUR-LINIE



Eine besonders schmackhafte News im NATURATA-Universum ist die Erweiterung der Produktpalette um eine hausgemachte Bio-Traiteur-Linie. Die neuen Produkte werden täglich im eigens eingerichteten Atelier, welches an die NATURATA-Filiale Marnach angrenzt, von Lászlo Pàkozdi und seinem erfahrenen Team in

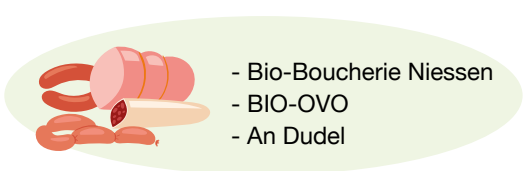
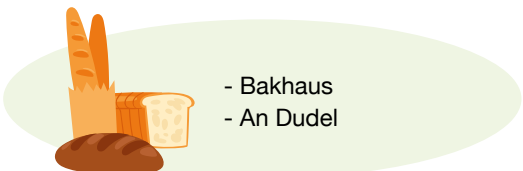
handwerklicher Arbeit frisch hergestellt und in die Theken der Filialen geliefert.

„Die Idee zu der neuen Produktlinie entstand aus dem Wunsch heraus, die wachsende Nachfrage nach hochwertigen Bio-Traiteur-Produkten zu befriedigen und den Bio-Betrieben in der Region weitere

Absatzmöglichkeiten im Bio-Sektor zu erschließen“, so Lászlo. Durch die zentralisierte Produktion in Marnach kann er auf Zutaten regionaler Herkunft zurückgreifen und die Rezepturen aller Produkte bis ins feinste Detail perfektionieren. Selbstverständlich werden ausschließlich biologische Zutaten verwendet.



Diese Produkte bezieht das Traiteur-Atelier aus Partnerbetrieben des OIKOPOLIS-Netzwerks



Die Traiteur-Produkte runden das Angebot unserer Bio-Bouchereien in Merl, Rollingergrund, Munsbach und Howald und zum Teil an den Brot- und Bistrottheken ab. Die Zusammenarbeit mit unserem langjährigen Partner Bio-Boucherie Niessen aus Troisvierges wurde weiter verstärkt, um die ganzheitliche Verwertung des Tieres – seit jeher ein wichtiges Anliegen

von uns – zu maximieren. Die Edelteile wie Steak und Filet werden weiterhin an unseren Metzgertheken erhältlich sein. Die restlichen Fleischstücke werden veredelt und zu Charcuterie-Produkten nach eigener Rezeptur verarbeitet oder der Traiteur-Produktion in Marnach zur Verfügung gestellt. Mit dieser ganzheitlichen Verwendung der Ressource „Tier“

wird dem Problem der Lebensmittelverschwendung entgegengewirkt. Die Metzgertheken haben sich schon vor 2020 überdurchschnittlich gut entwickelt, sodass sich für unsere Partner auf den Höfen stabilere Perspektiven für die Vermarktung von Bio-Fleisch ergeben.

NATURATA-UMBAU IN MERL: NEUES EINKAUFSERLEBNIS IN SICHT



Unsere Filiale in Merl bietet ihren Kunden seit zehn Jahren Qualitäts-Produkte aus biologischer und biodynamischer Landwirtschaft. Nun hat sich die Gelegenheit ergeben, ein noch breiteres Einkaufserlebnis zu schaffen, das einen Rundum-Kundenservice bietet.

In den vergangenen Monaten wurde die Verkaufsfläche dort einerseits verdoppelt und gleichzeitig modernisiert. Dabei wurde viel Wert auf Nachhaltigkeit gelegt, wie unter anderem bei der Auswahl der Baumaterialien, der Verwendung von baubiologisch wertvollen Farben und stromsparenden LED-Lampen. Zudem wurden Kühlgeräten installiert, die auf dem neuesten technischen Stand sind, was dazu führt, dass unsere Emissionen so gering wie möglich gehalten werden können. „Bei der Gestaltung unserer Märkte ist Nachhaltigkeit ein wichtiges Kriterium. Wir wollen in unseren Märkten nicht nur „Bio“ verkaufen, sondern wollen „Bio“ auch leben. Das ist zunächst sicher aufwändig, letztendlich aber zum Wohle aller“, so Sigmund Walbaum und Peter Altmayer, Geschäftsführer bei NATURATA.

BEAUTY&CULTURE AUCH IN MERL

Nach der Erfolgsgeschichte in Munsbach wurde in Merl Anfang Juni ein zweiter b&c-Markt eröffnet, der von zertifizierter Naturkosmetik und ökologischen Putzmitteln bis zu nachhaltigen Textilien, Haushaltshelfern, ausgewählten Büchern und Geschenkartikeln alles bietet, was fürs Wohlbefinden benötigt wird.

„Wer eine unserer beauty&culture-Filialen besucht, wird sehen, dass Bio-Kosmetik und nachhaltige Reinigungsmittel keine Nischenprodukte mehr sind. Wir führen Bio-Kosmetik verschiedener Hersteller, in

unterschiedlichen Preissegmenten und für jeden Hauttyp. Unsere gutausgebildeten Mitarbeitenden beraten Sie gerne und helfen, das passende Produkt für Ihren Hauttyp zu finden. Bio-Kosmetik verzichtet auf Mineralöle, synthetische Wirkstoffe und Mikroplastik. Das ist nicht nur für unsere Haut, sondern auch für unsere Umwelt besser!“, so Nathalie Schanck, Filialeiterin NATURATA beauty&culture in Merl.



NATURATA BISTRO (AB HERBST 2021)

Aktuell wird der Bistrobereich ausgebaut und komplett neugestaltet. In der Mittagszeit werden die Kunden aus verschiedenen Bio-Gerichten und -Salaten auswählen können, die aus frischen und – wo immer möglich – regionalen Bio-Lebensmitteln zubereitet werden. Alle Gerichte werden dank der Eco-Box auch in umweltschonender Verpackung als To-Go angeboten.

Bis zur Einrichtung des Bistros im Herbst wird der Eingangsbereich für verschiedene Ausstellungen genutzt. Momentan können sich interessierte Kundinnen und Kunden über das Leben der Bienen informieren. Weitere Ausstellungen sind in Planung.

GESCHÄFTSVERLAUF UND LAGE DES UNTERNEHMENS

Die gute Positionierung als Tochterunternehmen der OIKOPOLIS Participations SA (OPSA) und als Marktführer im luxemburgischen Naturkostfachhandel, der weiterhin gestiegene Bekanntheitsgrad, die partnerschaftliche Verbundenheit mit Lieferanten, Mitarbeitenden und Kunden lassen eine positive Entwicklung in 2021 erwarten. Auch in 2021 wird das Unternehmen die Gemeinwohl-Ökonomie und Nachhaltigkeits-Ziele sowie die „fair&associative“-Idee der OPSA weiterentwickeln. ■

BIOGROS RÜCKBLICK 2020:

In der letzten Ausgabe unserer OIKOPOLIS News wurden schon wichtige Neuigkeiten, wie der erste Elektro-Lkw Luxemburgs und der Lean and Green Award, verkündet, andere interessante Projekte sind aber noch in der Pipeline.

Generell konnte BIOGROS als Teil der Lebensmittelwirtschaft die Krise im Vergleich gut überstehen, wie auch die Zahlen verdeutlichen. Die Lieferfähigkeit bei manchen Produktgruppen ist besonders hervorzuheben und ist auf die

besondere Struktur des Unternehmens zurückzuführen. Dennoch kann sich BIOGROS nicht auf seinen Lorbeeren ausruhen und beweist mit zukunftsorientierten und kooperativen Projekten, dass es dies auch nicht tut.

VERMARKTUNGSSTRUKTUREN BEI BIOGROS

Um auf die verabschiedeten nationalen Gesetze und Strategien zur Förderung der Bio-Landwirtschaft auch Taten folgen zu lassen und 20% Bio-Anbau in 2025 Realität zu verleihen, sucht BIOGROS stets neue Absatzwege für die Produkte der heimischen Bio-Bauern der BIOG-Genossenschaft. Die BIOG-Marke ist Aushängeschild und Kommunikationsinstrument ihrer Mitglieder, die ihre regionalen Produkte – vor allem die heimischen Produktionsschlager Kartoffeln, Möhren und Milchprodukte – so auf den luxemburgischen Markt bringen können.

Dafür ist es absolut notwendig, auch importierte Waren unter der Marke zu vertreiben, um die nötige wirtschaftliche Basis zur Sicherung der fairen

Handelsbeziehungen zu schaffen. Durch das vielfältige BIOG-Markensortiment werden die Vermarktungsstrukturen der Luxemburger BIOG-Bauern direkt



oder indirekt unterstützt. Gerade auch die Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern hilft, das Markensortiment zu verbreiten und so die Vertriebskosten für die Luxemburger Bio-Produkte zu senken. Das Thema Bio ist nämlich mehr als nur eine Frage der Erzeugung und Herkunft. Aus diesem Grund unterstützt jedes BIOG-Produkt unabhängig von der Herkunft die Mitglieder der Genossenschaft und ermöglicht so die Weiterentwicklung einer nachhaltigen Landwirtschaft in Luxemburg. Das ist schließlich der zentrale Auftrag der Marke nach dem Motto „Fair a kooperativ mat de Bio-Bauern“.



ZUKUNFTSORIENTIERTE LÖSUNGSANSÄTZE

Mit diesem Hintergedanken wählt BIOGROS stets den Weg der Kooperation und hat sich für eine Partnerschaft mit einem anderen luxemburgischen Großhändler entschieden, der hierzulande vor allem für den Außer-Haus-Markt zuständig ist. Die Zusammenarbeit führt zu Synergien beider Unternehmen und verschafft der BIOG-Marke eine noch größere Plattform und Präsentationsfläche. Erhofft wird sich dadurch, die legislativ gewünschte Steigerung des Angebots auch vermark-

ten zu können und für die biologisch und biodynamisch produzierten Lebensmittel eine entsprechende Abnahme zu gewährleisten, die deren hohe Qualität und Produktionsstandards honoriert. Die zukunftsorientierte Arbeitsweise unseres Großhändlers, neue inländische Absatzmöglichkeiten durch innovative Formen des Handels zu finden, kann neben der besseren Planungssicherheit existierender Bio-Bauern also auch eine Motivationsquelle für Jungbauern

im konventionellen Bereich darstellen. BIOGROS denkt global und handelt lokal und entwickelt Bio entlang der gesamten Wertschöpfungskette – „from farm to fork“, wie es von legislativer Seite aus gefordert wurde.

100% KREISLAUF: NEUE HEIM-KOMPOSTIERBARE VERPACKUNG

Als Bio-Großhändler mit unterschiedlichen Kunden im Einzelhandel ist es für BIOGROS unumgänglich, einige seiner Frischwaren – besonders Obst und Gemüse – zu verpacken. Dabei ist das Unternehmen bestrebt, nur die nötigste Verpackung mit dem gleichzeitig geringsten Umweltschaden zu nutzen. Die kontinuierliche Verbesserung der BIOG-Verpackungen liegt darin, konsequent nach innovativen Alternativen zu suchen und nebenbei den Verpackungsumfang so gering wie möglich zu halten. Die graduelle Reduzierung von fossilen Materialien begann bei BIOGROS schon 2008 mit der Anschaffung der ersten Flowpackmaschine und der damit verbundenen Umstellung auf pflanzenbasierte PLA-Folien. Mit der neuesten Entwicklung kann hier ein weiterer Schritt in Richtung „100% kreislauffähige Verpackung“ gemacht werden.



Marco Meutes, Verantwortlicher dieses Projekts bei BIOGROS, resümiert: „Vor circa einem Jahr begann die Kooperation mit dem deutschen Start-Up Super7 und dessen Innovation der Repaq-Verpackung auf Zellulose-Basis. Alle BIOG-Produkte, die momentan in einer PLA-Folie verpackt sind – also knapp 60% des Sortiments –, werden ab Sommer 2021 noch umweltfreundlicher erhältlich sein.“

WARUM DIE UMSTELLUNG?

Die diversen Vorteile der innovativen plastikfreien Zellulose-Verpackung sprechen für sich. Zum einen verursacht die neue Folie kein Mikroplastik, einen der größten Problem-Verursacher in unseren Meeren, sondern besteht zu 99% aus nachwachsenden und natürlichen Rohstoffen, vor allem aus Rest- und Abfallhölzern aus FSC-zertifizierter Forstwirtschaft. Zum anderen ist Repaq zu 100% biologisch abbaubar und kann zuhause im Bio-Müll oder Gartenkompost entsorgt werden. Innerhalb von 42 Tagen zersetzt sich das Material vollständig und hinterlässt dabei keine Schadstoffe, sondern Wertstoffe in der Umwelt. Die Vorteile und Entsorgungshinweise werden für alle Kunden sichtbar auf der neuen Verpackung kommuniziert.

Für Marco Meutes liegt aber vor allem in der 100% biologischen Kreislauffähigkeit der wahre Vorteil: „Recycling ist gut und wichtig, aber kann nicht alle aktuellen Probleme rund ums Thema Verpackung lösen. Viele Kunststoffe sind nicht oder nur teilweise recyclebar. Durch Vermischungen der Materialien beim Recyclingprozess entstehen oft minderwertigere Kunststoffe; man spricht hier vom sogenannten „Downcycling“. Hinzu kommt, dass die realen Recyclingquoten von Kunststoffverpackungen unter 20% liegen und somit weit entfernt von

einem wirklichen Wertstoffkreislauf sind. Unsere neue Zellulosefolie hingegen ist Teil eines echten Wertstoffkreislaufes, das heißt der Rückfluss der Materialien in den Boden, aus dem die Rohstoffe für die Verpackung gewonnen werden, steht für eine gesamtheitlich nachhaltige Lösung.“

Diese Verpackungs-Innovation, sprich -Revolution, ist auch deshalb so wichtig, weil aus diversen Gründen nicht immer auf eine Verpackung verzichtet werden kann. In manchen Fällen ist eine nachhaltige Verpackung sogar umweltfreundlicher als ihr Weglassen. So stellt sie zum Beispiel

einen enormen Hebel im Kampf gegen die Lebensmittelverschwendung dar, indem das umhüllende Material sensible Frischprodukte vor etlichen Umwelteinflüssen schützt. Food-Waste ist ein nicht unbeachtlicher Faktor in der aktuellen Klimakrise, den es bestmöglich zu minimieren gilt. Zudem erfüllen Produkte aus biologischer und biodynamischer Herkunft gegenüber ihren konventionellen Pendanten strengere Qualitätskriterien, die dank der auf der Verpackung sichtbar gemachten Informationen kommuniziert werden können. Die Verpackung gilt somit als wichtiges Unterscheidungsmerkmal im Einzelhandel und ist unabdingbar für die Vermarktung unserer BIOG-Produkte.



Mit der neuen Zellulose-Verpackung wird die Strategie des Umweltministeriums, vom Abfall-Management zum Ressourcen-Management im Kontext einer Kreislaufwirtschaft zu wechseln, also bereits umgesetzt. Dennoch ist der Weg zur ultimativen „grünen“ Verpackung noch weit. Bis dahin gilt es Verpackungen so gut es geht zu vermeiden, vermindern, verwerten und weiterzuentwickeln!

NEUE MOTIVE ZIEREN DIE LKWS VON BIOGROS

Vier Laster fahren nun mit verschönerter Seitenwand durch Luxemburg, um die biologischen Waren von unserem Großhändler in die NATURATA-Filialen und andere ausgewählte Lebensmittelgeschäfte zu transportieren. Abgebildet sind verschiedene Produktgruppen,

welche allesamt unter der hauseigenen BIOGROS-Marke vertrieben werden. Dazu gehören Produkte für ein ausgewogenes Frühstück, Mehl aus der eigenen Abfüllanlage, frisches Obst und Gemüse und verschiedene Nudelsorten mit dazugehörigen Tomatensoßen.

Das neue Dekor verleiht den Lkws einen frischen Look und macht auch nach außen sichtbar, dass BIOGROS sich kontinuierlich weiter entwickelt. ■



VON DER „BIO-GÄERTNEREI OP DER SCHANZ, ALTRÉIER SÀRL“ ZUM „BIO-GAART ALTRÉIER SÀRL“

Im November 2016 wurde die „BIO-Gäertnerei op der Schanz, Altréier Sàrl“ von Maggy und Carlo Demuth unter Beteiligung des Demeter-Pionier-Gärtners Hugo Krijnse Locker und unserer OIKOPOLIS Participations SA gegründet. Für Familie Demuth war es ein Herzensanliegen, ihre 12 Hektar große Fläche in Altrier im ökologischen Landbau zu bewirtschaften. Deshalb beschloss sie, ihren Traum zu verwirklichen und dort eine Bio-Gäertnerei zu betreiben. Parallel zu deren Einrichtung wurde gegenüber des Gärtnerhofs ein weiteres Gebäude errichtet, in dem sich jetzt eine NATURATA-Filiale befindet. So konnte ein geregelter Verkauf der eigenen Gärtnerprodukte mitsamt einem großen Ergänzungsangebot weiterer Bio-Waren direkt vor Ort stattfinden. Ein weiterer Teil der Gärtnererzeugnisse wurde über den Großhandel BIOGROS abgesetzt.

Ein Neuanfang ist stets schwieriger, als man ihn sich vorstellt. Familie Demuth ging es nicht anders, doch jetzt ist ihre Zeit gekommen, den längst verdienten Ruhestand tatsächlich zu genießen. Deshalb suchte man gemeinsam mit der OIKOPOLIS-Gruppe eine Lösung für die Weiterentwicklung des Gärtner-Projekts. Als sich herausstellte, dass Willy Noesen, ein weiterer BIOGROS-Lieferant, zusätzliche Flächen suchte, konnte mit ihm Anfang Januar dieses Jahres eine neue Rechtsstruktur auf die Beine gestellt werden – die „Bio-Gaart Altréier Sàrl“, an der die OIKOPOLIS Participations SA 90% und Willy Noesen 10% der Anteile hält. Er ist nun Geschäftsführer der neuen Gesellschaft und hat auch die praktische Leitung der neuen Gärtnerei übernommen. Die Flächen wurden auf zehn Jahre von der vorherigen Gärtnerei gepachtet, und ein Großteil der Maschinen

von ihr gemietet. Die vier großen Gewächshäuser hinter dem NATURATA Bio Haff Buttek Altréier werden für die ersten Jahre von Jeff Weydert bewirtschaftet. Der frühere NATURATA-Mitarbeiter führt seit einigen Jahren erfolgreich den Fromburger Haff. Mit Familie Demuth konnte ein Arrangement gefunden werden, das es Hugo Krijnse Locker und der OIKOPOLIS-Participations SA erlaubt, aus der ersten Gesellschaft „BIO-Gäertnerei op der Schanz, Altréier Sàrl“ auszusteigen.

Im „Bio-Gaart Altréier“ konnten inzwischen trotz des kalten Frühjahrs schon erste Salate und Radieschen in Folienhäusern geerntet und verkauft werden. Die Frühlkulturen auf den Freiflächen warten bislang noch auf etwas Sonne und auch Regen. ■



UMGANG MIT CORONA IN DEN OIKOPOLIS-BETRIEBEN

Schon in der Anfangsphase der Pandemie wurde ein betriebsübergreifender Corona-Krisenstab eingeführt, dessen Hauptaufgabe es war, die Hygiene-Maßnahmen und Sicherheitsvorkehrungen so einzurichten und zu koordinieren, dass kein wichtiger Betriebszweig in eine prekäre Situation gerät. Durch die kompetente Zusammensetzung des Krisenstabs wurden die eingeführten Maßnahmen immer an die jeweiligen Bedürfnisse in den Betrieben angepasst.

Effizientes Krisenmanagement...

Dank der kurzen internen Kommunikationswege sowie der guten Zusammenarbeit innerhalb des gesamten OIKOPOLIS-Netzwerks konnten die getroffenen Entscheidungen und die daraus resultierenden Prozesse rasch und konsequent umgesetzt werden. Dies hatte zur Folge, dass die Kundenwünsche in den Läden weitestgehend erfüllt wurden – v.a. die Verfügbarkeit von Mehl wurde dankend angenommen – und die Ansteckungsrate innerhalb der Betriebe niedrig blieb. Die Belegschaft hatte nur wenige positive Fälle zu verzeichnen, die Infektionskette konnte aber immer frühzeitig unterbrochen werden.



...dank effektiver Maßnahmen

Der Personal-Aufwand war aufgrund der zusätzlichen Leiharbeiter, des Security-Personals in den Eingängen der NATURATA-Filialen und der krankheitsbedingten Ausfälle wesentlich höher als sonst. Die Mitarbeiter*innen aus Betriebsbereichen, die Corona-bedingt schließen mussten, wurden in anderen Betrieben

bzw. Betriebsbereichen eingesetzt. Arbeitsspitzen konnten mit Studenten abgedeckt werden, und Mitarbeitende haben sich betriebsübergreifend und abteilungsübergreifend gegenseitig ausgeholfen. Selbstverständlich wurden noch zusätzliche Sicherheitsvorkehrungen getroffen: Die Unternehmen der OIKOPOLIS-Gruppe stellen sämtlichen Mitarbeiter*innen auf freiwilliger Basis gratis FFP2-Masken, sowie Schnelltests zur Verfügung und ermöglichen die Option des „Home-Office“.

Danke an die Belegschaft!

Allgemein waren eine äußerst hohe Solidarität und ein enormer Bereitschaftswille innerhalb der Belegschaft zu erkennen, was uns sehr freut. Als Zeichen der Dankbarkeit und weil uns das Wohl unserer Mitarbeitenden am Herzen liegt, wurden zusätzliche soziale Maßnahmen beschlossen. Zum einen wurde Ende des Jahres 2020 ein Corona-Bonus in einer Gesamt-Höhe von 250.000 Euro an die Mitarbeitenden ausgezahlt. Zum anderen wurden aufgrund der ausgefallenen Betriebsfeier Restaurant-Gutscheine im Wert von je 60 Euro an die Mitarbeitenden verteilt. ■

SCHMERZVOLLER ABSCHIED

Mit großer Trauer müssen die OIKOPOLIS-Gruppe und die BIOG-Molkerei mitteilen, dass unser Mitarbeiter René Arendt Ende April im Alter von 55 Jahren verstorben ist.

Bio-Landwirtschaft und ein faires Miteinander waren für ihn wichtige Angelegenheiten. Seine positive und zugewandte Art, seinen Elan und seinen Optimismus werden wir sehr vermissen.

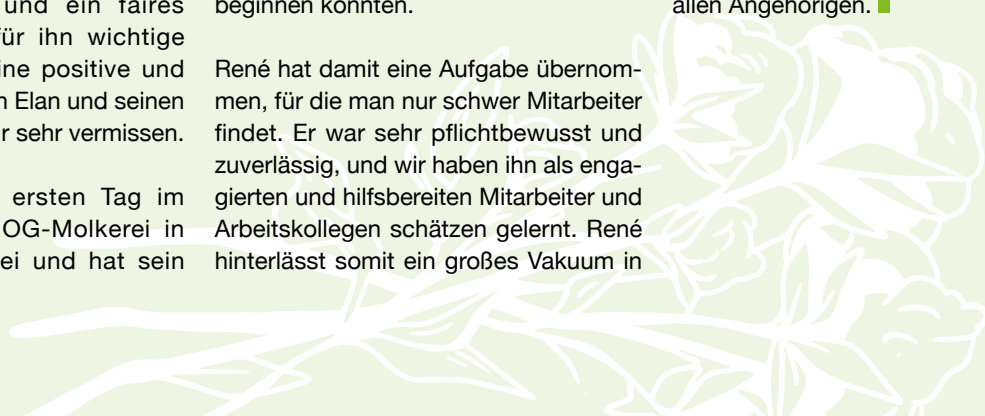
René war seit dem ersten Tag im Jahr 2015 in der BIOG-Molkerei in Bascharage mit dabei und hat sein

Team immer tatkräftig unterstützt. Er war eine große Stütze in der Produktion: René hat nachts die Produktion für die Mitarbeiter der Tagschicht vorbereitet, die dann morgens sofort mit der Abfüllung beginnen konnten.

René hat damit eine Aufgabe übernommen, für die man nur schwer Mitarbeiter findet. Er war sehr pflichtbewusst und zuverlässig, und wir haben ihn als engagierten und hilfsbereiten Mitarbeiter und Arbeitskollegen schätzen gelernt. René hinterlässt somit ein großes Vakuum in

der Molkerei. Wir werden ihn in bester Erinnerung behalten.

Unser tiefes Mitgefühl gilt in dieser schwierigen Zeit seiner Familie und allen Angehörigen. ■



DAS OIKOPOLIS-ZENTRUM FEIERT GEBURTSTAG



Im Juni hat „OIKOPOLIS I“, ein markanter, hellblauer Holzbau mit kurviger Fassade, sein 20. Jahr im Dienste der Bio-Landwirtschaft und Bio-Lebensmittelproduktion vollendet – Grund genug für einen Rückblick

Mit dem Ziel, die bereits bestehenden Bio-Vermarktungsinitiativen der BIOG-Genossenschaft unter einem Dach zu bündeln und auch künftigen Entwicklungen Platz zu bieten, wurde das OIKOPOLIS-Zentrum im Munsbacher Parc d'activité Syrdall ab 1999 in zwei Phasen errichtet.



Dank geschwungener Dachlinien und gegengleich gewölbter Fronten kommunizieren die Gebäude OIKOPOLIS I (li.) und OIKOPOLIS II perfekt miteinander. Bis 2019 befand sich zwischen ihnen noch das Presshäuschen des Äppelhaus.

Der erste Bauabschnitt war im Juni 2001 bezugsfertig und wurde am 7.7.2001 bei einem Tag der Offenen Tür auch den Erzeugern, Lieferanten und Kund*innen präsentiert. Das unterhalb gelegene Gebäude OIKOPOLIS II wurde fünf Jahre später eingeweiht. Konzipiert waren beide jedoch von Anfang an als Einheit: Produktion, Verarbeitung und Großhandel (BIOGROS) mit einigen Büros auf der einen Seite, Konsumtion, also Einzelhandel und Gastronomie, unter dem Namen NATURATA auf der anderen.

Gemeinsames Wachstum

Das kooperative Konzept war – neben dem hohen Qualitätsanspruch der regionalen Erzeuger – der Schlüssel zum Erfolg. Mit der Kundennachfrage wuchs auch das Angebot der Biobauern und ihrer aus der Genossenschaft entstandenen Betriebe. Schon bald war OIKOPOLIS I zu klein – vor allem für die Aktivitäten des Bio-Grossisten und –Produzenten BIOGROS. Verpackung, Lager, Logistik und Verwaltung suchten und fanden neue Flächen in der Nähe, die Verarbeitungssparte blieb jedoch in



Munsbach. Heute teilt sich die „Cuisine Artisanale“ von BIOGROS das Erdgeschoss in OIKOPOLIS I mit dem 2012 gegründeten OIKO-Bakhaus. Letzteres wurde sukzessive ausgebaut. Neben einer Getreidemühle kamen ab 2018 Mehlsilos, Büroräume und ein großer Mehrzonen-Backofen hinzu. Dank neuer Kühl- und Tiefkühlager betreibt das Bakhaus seit 2019 sogar eine Bio-Pâtisserie.

Gruß aus der Genusswerkstatt

Die Cuisine Artisanale ist eher für Herzhaftes da. In ihren Räumen werden biolandwirtschaftliche Erzeugnisse im Rohzustand küchengericht konfektioniert, z.B. gewaschen, gehobelt und portioniert. Das Team der Fertigungsstätte erzeugt aber auch Biolebensmittel der nächsten Verarbeitungsstufe, z.B. Bio-Halbfertiggerichte und –Konserven. Von der geraspelten Karotte über den verzehrfertigen Cesar's Salad samt hausgemachtem Dressing bis zur ofenfertigen Bio-Lasagne kommt allerlei Rohköstliches oder Magenwärmendes aus dem Küchenatelier von BIOGROS. Knusprige Backwaren und zarte Törtchen aus dem Bakhaus komplettieren das Genussangebot „made in OIKOPOLIS I.“ ■

Harmonischer Dialog

Wie eng dabei Herstellung und Verbrauch von regionalen Bio-Lebensmitteln aufeinander bezogen sind, zeigt das gestalterische Konzept des Architekten Winfried Reindl. Mit der in einer Sinuskurve verlaufenden Fassade von OIKOPOLIS I korrespondiert die gewölbte Front von OIKOPOLIS II. So schwingt sich rund um den gemeinsamen Hof jede Seite auf ihr Gegenüber ein und nimmt deren Schwung partnerschaftlich auf: ein perfektes, Architektur gewordenes Sinnbild dessen, wie in der OIKOPOLIS-Gruppe Bio-Bauern und –Gärtner mit Verarbeitern und beide gemeinsam mit den Verbraucherinnen und Verbrauchern kommunizieren und kooperieren.



Mehr Info:
www.oikopolis.lu/de/zentrum

LEBENS SPENDER IM LEBENS MITTEL-ZENTRUM

In den zwei Jahrzehnten seines Bestehens ist nicht nur das Aufgabengebiet des OIKOPOLIS-Zentrums gewachsen. Auch seine äußere Erscheinung hat sich weiterentwickelt – auf gegebener Grundlage. Jüngstes Beispiel: eine Oase der Ruhe mitten im Hof. Hier dreht sich alles um das Lebenselixier Wasser.

Dass Wasser als Lebensspender und –vermittler in der Lebensmittelherstellung eine ganz besondere Rolle spielt, wird hierzulande kaum bedacht. Im Großherzogtum ist das Lebenselixier scheinbar

faszinierende Verhalten und fand so die Parameter heraus, die es braucht, um das gewünschte Fließmuster zu erzielen. Dabei spielen Wassermenge, Fließwiderstand und Strömungsgeschwindigkeit die Hauptrolle, gesteuert durch organisch geformte Becken, die das Wasser der Reihe nach durchfließt.

Diese „Flowforms“ wurden markenrechtlich geschützt und fanden weltweit begeisterte Anhänger. Rund 5.000 Wasserskulpturen gibt es schon – teils als reines Gestaltungselement im Landschafts- oder Städtebau, teils als Nutzform



Seit die Apfelpresse auf einem nahegelegenen Bauernhof betrieben wird, werden die Äpfel aus den Bongerten des Syrdall dort gepresst. An die Stelle der Lieferzone und des alten Presshäuschens trat eine grüne Ruhezone.

überreich vorhanden, und meistens wird es erst dann bewusst wertgeschätzt, wenn sein Vorkommen lokal bedroht oder seine Reinheit in Gefahr ist.

Die Luxemburger Bio-Vermarktungsinitiativen rund um die BIOG-Genossenschaft wollen seit jeher das Bewusstsein von Stadtmenschen für gute Böden und gesunde Luft fördern – und für beides ist reines Wasser unabdingbar. In seiner schönsten Form kann das Naturelement jetzt dank einer Brunnenskulptur in Munsbach bestaunt werden. Die kunstvolle Installation mit kaskadenartigem Wasserspiel steht im Hof des OIKOPOLIS-Zentrums und trägt den passenden Namen Flowforms.

Das Flowform-Phänomen

Vor etwa 50 Jahren entdeckte der Bildhauer John Wilkes ein Phänomen, das zuvor noch niemand beschrieben hatte: die Tatsache, dass Wasser rhythmische Fließmuster entwickelt, wenn es seiner inneren Bewegungsnatur unter geeigneten Bedingungen folgen kann. Diese Muster kombinieren rhythmische Rechts-Links-Wirbel zu einer liegenden Acht – dem Symbol der Unendlichkeit. Gemeinsam mit Naturwissenschaftlern erforschte der Künstler dieses

in der Wertschöpfungskette der Lebensmittelproduktion, z.B. zur Herstellung landwirtschaftlicher Präparate oder zur Energetisierung von Trinkwasser.

Vitalisierung und Entspannung

Vitalität schöpfen auch Betrachter einer Flowform-Kaskade – nicht nur optisch. Schon der akustische Reiz hat eine fast heilsame Wirkung. Genau darauf setzt Viviane Schanck, im OIKOPOLIS-Zentrum zuständig für die künstlerische Gestaltung. „Einfach rasten und entspannen“ sollen die Menschen in der kleinen Grünanlage: „Den Kopf ausschalten und sich der positiven Wirkung hingeben“. Dass viele NATURATA-Kundinnen und -Kunden das tun, verdanken sie oft ihren Kindern, denn diese zieht es direkt zu der kleinen Oase mit dem Wasserspiel. Probieren Sie es aus und überlassen Sie sich der wunderbaren Wirkung der Flowforms – für Ruhebänke und Garten-Intimität vermittelnde Bepflanzung ist gesorgt. Wenn nicht gerade Mitarbeitende der benachbarten OIKOPOLIS-Betriebe ihre wohlverdiente Pause dort genießen, stehen die Ruheplätze allen Besucher*Innen frei. Fühlen Sie sich herzlich eingeladen! ■



Autonin: Margot Scheffold

Mehr Info:
Foto-Ausstellung „30 Jahre OIKOPOLIS“ im Foyer von NATURATA Munsbach

NEUES AUS DER BIOG PRODUKTWELT

Seit Februar dieses Jahres bietet BIOG, die gemeinsame Marke der Luxemburger Bio-Bauern und des Bio-Großhändlers BIOGROS, für Burger- und Falafel-Fans drei leckere **Bio-Veggie-Burger** sowie drei Sorten **Bio-Falafeln** im Kühlregal an. Sowohl Vegetarier*Innen als auch Veganer*Innen finden ihr Glück: Die vegetarischen „**Käse-Zwiebeln**“-Burger sind außen knusprig paniert und sowohl als Patty als auch als Beilage ein Highlight! Ebenfalls knusprig paniert sind die veganen „**Haselnuss-Zwiebeln-Petersilie**“-Burger, die mit extra vielen gerösteten Haselnüssen überzeugen. Ein echtes „Power-Food“ sind die herzhaft-saftigen veganen „**Quinoa-Rote Bete-Mandeln**“-Burger mit belgischem Quinoa und gerösteter Rote Bete. Bei den Falafeln kommt die vegane „**Kräuter-Sesam**“-Variante mit Kichererbsen, Petersilie und Koriander dem Original am nächsten. Wohingegen die mediterranen veganen „**Tomate-Basilikum**“-Falafeln mit aromatischen getrockneten Tomaten, Oregano und Basilikum punkten. Mit ihrer leckeren Käse-Gemüsefüllung sind die vegetarischen „**Feta-Zucchini**“-Falafeln „griechische Art“ ebenfalls ein echter Genuss! Hergestellt werden die Burger und Falafeln in der Nähe von Brügge im Familienbetrieb „La vie est belle“, der sich bereits seit knapp 30 Jahren auf biologische Produkte zur vegetarischen-veganen Ernährung spezialisiert hat.

Im BIOG-Gewürzsoriment können sich Liebhaber der orientalischen oder indischen Küche über einen Neuzugang in der umweltfreundlichen Glasverpackung freuen: „**BIOG Kreuzkümmel, ganz**“. Er wird in vielen Gewürzmischungen wie Curry oder Garam Masala verwendet und verleiht diesen ein unverwechselbares intensives Aroma. Wie all unsere **BIOG-Gewürze und -Kräuter** wird auch der BIOG Kreuzkümmel auf Basis von sorgfältig ausgewählten Bio-Rohstoffen hergestellt.

Mit neuem Etikett zeigen sich unsere **BIOG-Tomatenprodukte**. Sie gehören zum Kreis der über 60 BIOG-Einzelprodukte, die mittlerweile mit dem „fair&associative“-Logo, das für eine solidarische Zusammenarbeit „vom Acker bis auf den Teller“ steht, gekennzeichnet sind. Das entsprechende Logo auf den neu gestalteten Etiketten tragen nun auch die drei Sorten der „**Bio Tomatenzoos**“, das „**Bio Tomatenpüree**“ und weitere Varianten wie die „**Bio Tomaten geschält**“ oder die „**Bio Passata**“. Hergestellt werden die Tomatenprodukte vom Familienunternehmen Cal Valls in der spanischen Provinz Katalonien, das schon seit 1978 biologisch-dynamische Landwirtschaft betreibt. Unmittelbar nach der Ernte werden die sonnengreifen Tomaten nach traditionellen Rezepturen zu aromatischen Produkten verarbeitet.

Die Temperaturen steigen, und so ist auch der „**BIOG Gazpacho**“, eine leichte, erfrischende Sommersuppe aus sonnengereiften Tomaten, ebenfalls von Call Valls für uns produziert, wieder im Sortiment. Auch wieder im Sortiment sind seit kurzem die „**BIOG Datteln**“ der Sorte Deglet Nour aus biodynamischem Anbau in der Oase von Hazoua in Tunesien. Mit ihrem feinen karamellartigen Aroma gelten die Deglet Nour Datteln als die Königin der Datteln.

Neuzugang in der Tiefkühltruhe: herrlich cremiges „**BIOG Stracciatella**“-Eis mit Fairtrade-Schokostückchen in der 1,1-Liter-Familienpackung. Wie all unsere „Glacé“ Sorten wird es der BIOG-Molkerei Käerjeng aus Milch von Luxemburger Bio-Betrieben hergestellt.

Die Zusammenarbeit der Marke BIOG mit ausländischen Partnern hilft, das Markensortiment zu verbreitern und so die Vertriebskosten für die Luxemburger Bio-Produkte zu senken. So unterstützt jeder Kauf eines BIOG-Produkts - unabhängig von der Herkunft - die BIOG-Bauern und ermöglicht die Weiterentwicklung einer nachhaltigen Landwirtschaft in Luxemburg.

Weitere neue BIOG-Produkte werden im Laufe des Jahres folgen. Auf unserer neuen BIOG-Facebook-Seite informieren

wir über aktuelle Neuigkeiten, Produkte, spannende Projekte und Aktionen. ■

