



Die Vielfalt der Bio-Lebensmittel ist groß und bietet etwas für verschiedene Geschmäcker. Neben kleinen Läden haben sich Ketten etabliert, wie ebl-Naturkost mit neun Filialen in Nürnberg.



Text Andreas Leitgeber · **Fotos** Birgit Fuder

ALLES BIO, ODER WAS?

Ökologisches liegt im Trend

Bio ist beliebt. Vorbei sind die Zeiten, in denen Käufern ökologischer Produkte das Image weltfremder Idealisten anhaftete. Die wachsende Gruppe der Bio-Konsumenten kann in Nürnberg aus einem breiten Sortiment wählen.

„Nehmen Sie frische Erdbeeren oder Himbeeren mit, die schmecken besser als Pralinen“, rät Anne Brendel ihren Kunden. Sie ist gemeinsam mit Lilo Wolf Geschäftsführerin im Lotos, einem Naturkostladen mit Imbiss. Bereits seit über 25 Jahren gibt es den Treffpunkt für Ernährungsbewusste und Genießer beim Henkersteg. Das Interesse der Kunden an biologisch erzeugten Lebensmitteln und Produkten ist groß. „Es gibt immer weniger Schwellenängste. Bioprodukte werden immer salonfähiger. Das merken wir, weil sowohl alte als auch junge Menschen zu uns kommen“, sagt Anne Brendel. Lotos-Spezialitäten sind die individuelle Beratung und ein fast familiäres Verhältnis mit vielen treuen Kunden.

Neben alteingesessenen Bioläden haben sich auch Ketten etabliert. Mit neun Filialen im Stadtgebiet und sieben in der Region ist ebl-Naturkost der größte Bio-Lebensmittelhändler in Nürnberg. Vor 15 Jahren hat Gerhard Bickel seine Abteilungen im Supermarkt Kaufmarkt/Marktkauf aufgegeben und eigene Läden eröffnet. „Unser Umsatz wächst kontinuierlich. Wir wünschen uns mehr Biobauern aus der Region. Aus unserer Sicht müsste der ökologische Landbau mehr gefördert werden“, sagt Maria Nusser, Ehefrau des Gründers und eine von 200 Beschäftigten, die für die Naturkost-Kette arbeiten. Der Firmenname ebl steht für „einfach besser leben“.



Tanja Dworschak-Fleischmann prüft ein Kräutertöpfchen. Es ist eines von 3,5 Millionen, die jährlich in ihrem Betrieb in Kraftshof wachsen.

Tanja Dworschak-Fleischmann ist Kräuterbäuerin in Kraftshof. Die junge Unternehmerin baut Pflanzen im großen Stil an. Sie verkauft etwa 3,5 Millionen Töpfchen pro Jahr, die auf zwei Etagen in Gewächshäusern mit moderner Heizungstechnik und ausgeklügeltem Wassermanagement wachsen. Das Sortiment des „Bio-land KräuterGuts“ umfasst 242 verschiedene Kräuter, allein 48 Minzsorten: Marokkanische, Türkische, Thai, Tunesische, Schoko, Erdbeer, Zitrone, Englische Grüne... Zu ihren Großkunden zählen

auch Einzelhandelsketten, die vor allem Basilikum, Schnittlauch und Salbei bestellen. „1995 haben wir angefangen, Biokräuter anzubauen. An unserem Hof, den wir in der vierten Generation bewirtschaften, kann man ablesen, wie sich die Landwirtschaft verändert, von der Viehwirtschaft über Feldfrüchte bis zu Kräutern“, sagt Tanja Dworschak-Fleischmann. Sie beschäftigt 20 Angestellte. Das Bayerische Landwirtschaftsministerium verlieh ihr den Titel „Bäuerin als Unternehmerin des Jahres 2006.“

Größte internationale Strahlkraft hat die weltweit wichtigste Messe für ökologische Produkte, die BioFach, die jährlich in Nürnberg ihre Pforten öffnet. 2009 informierten sich 46 000 Fachbesucher aus 119 Ländern bei 2 700 Ausstellern im Messezentrum. Neben Lebensmitteln ist Kosmetik ein wachsender Markt. Auf der Vivaness, der Weltleitmesse für Naturkosmetik und Wellness, die zeitgleich mit der BioFach stattfindet, stellten über 200 Anbieter aus dem In- und Ausland ihre Produkte vor. Vivaness meldete, dass Naturkosmetik 2008 in Deutschland 672 Millionen Euro erzielte, mit einem Zuwachs von zehn Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Natürliche Lebensart

Aphrodite, die griechische Göttin der Schönheit, ist die Namenspatin für Gisela Zimmermanns Laden in der Lindengasse am Johannisfriedhof. Seit 14 Jahren verkauft sie Naturkosmetik, hauptsächlich an Frauen. Sie merkt, dass mehr Menschen ein Gespür dafür entwickeln, mit welchen Mitteln sie sich pflegen. Als Ursache der gestiegenen Sensibilität nennt sie Umwelteinflüsse, Unverträglichkeiten und Allergien auf Duftstoffe. „Viele wollen wieder zurück zur einfachen und natürlichen Lebensart. Je weniger Stoffe auf die Haut einwirken, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, etwas nicht zu vertragen“, sagt Gisela Zimmermann. Hollywoodstars wie Julia Roberts, Cameron Diaz oder Brad Pitt vertrauen angeblich auf Naturkosmetik aus Deutschland.

Kosmetik in Bioqualität ist eine Freude für die Nase, bevor sie auf die Haut kommt.





Gurkenzeit in Günter Sippels Gewächshaus in Wetzendorf. Seit 1964 baut der Bio-Pionier Feldfrüchte ökologisch an.

Eine Aktion der Biomodellstadt Nürnberg ist „Bio erleben“. An zwei Tagen in jedem Sommer bieten Aussteller auf dem Hauptmarkt ausschließlich ökologische Produkte an und erreichen über 25 000 Besucherinnen und Besucher. „Das Interesse an gesunder Ernährung schafft auch neue Geschäftsfelder. Caterer verpflegen über 80 Einrichtungen mit Bio-Essen, von der Kinderkrippe bis zum Gymnasium“, sagt Werner Ebert vom Umweltamt, der gemeinsam mit seiner Kollegin Catrin Wagner und vielen hochmotivierten Ehrenamtlichen die Biomodellstadt aufbaut. Eine „Bio-Innung“, die engagierte Unternehmen Mitte November 2009 gründeten, soll in Zukunft gemeinsame Interessen der Anbieter stärken. Außerdem ist Nürnberg seit 2006 als erste Stadt in Deutschland Mitglied im Netzwerk Città del BIO, das seine Anfänge in Italien hat und dem über 80 Kommunen in Europa angehören. Es will die Aufmerksamkeit auf Bioprodukte lenken.

Die widmet Bauer Günter Sippel in seinem Gewächshaus den Schlangengurken. Sie wachsen gut, das Unkraut am Boden aber leider auch. Da im ökologi-

schen Landbau chemische Mittel verboten sind, entfernt er das unerwünschte Kraut von Hand oder greift zur Propangas-Flasche und löst das Problem mit der Flamme. Der Bio-Pionier im Knoblauchsland hat seinen Bauernhof in Wetzendorf bereits 1964 vom konventionellen auf ökologischen Landbau umgestellt.

Die Kunden von Günter Sippel schätzen das frische Angebot im Hofladen. Sie bekommen wieder ein Gespür für die Jahreszeiten, denn hier verkauft er nur Feldfrüchte, die gerade wachsen. Willi Munniger aus der Südstadt ist 81 Jahre alt und seit vier Jahrzehnten Kunde. Er schwört auf die Qualität und den guten Geschmack der Ware. Marlene Wild ist Hofladen-Kundin geworden, als sie schwanger war. Einig sind sich beide, dass die Wertschätzung für Gurken, Fenchel, Paprika, Tomaten, Karotten, Sellerie und Kartoffeln wächst, wenn man sieht, woher sie kommen. „Als ich vor über 40 Jahren mit dem Biolandbau angefangen habe, dachten viele meiner Kollegen, ich bin ein Außerirdischer. Heute ist die skeptische Haltung einer wohlwollenden gewichen“, sagt Günter Sippel.

Vorbereitungen für „Bio erleben“. Bei der Aktion der Biomodellstadt Nürnberg, steht der ganze Hauptmarkt zwei Tage lang im Zeichen von ökologischen Produkten.



Seit 1991 sind „bio“ und „öko“ geschützte Begriffe für Produkte wie Gemüse, Obst und Getreide, die nicht mit Pestiziden und Kunstdünger behandelt und nicht gentechnisch verändert sind. Tiere bekommen keine Antibiotika oder Wachstumshormone. Das sechseckige Biosiegel nach EG-Öko-Verordnung kennzeichnet bundesweit Erzeugnisse aus kontrolliert ökologischem Landbau. Zusätzlich gibt es Siegel von Bioverbänden wie Bioland, Demeter oder Naturland mit strengeren Auflagen.

Michael Brückner, Vorsitzender des Gemüseerzeugerverbands Knoblauchland e.V. weist darauf hin, dass auch bei Ökobauern die Einnahmen stimmen müssen: „Wenn die Verbraucher mehr Geld ausgeben für Bioprodukte aus der Region, werden mehr Bauern ihren Betrieb umstellen. Die Kunden haben es in der Hand.“ Mittlerweile gibt es zwölf landwirtschaftliche Biobetriebe in Nürnberg, das macht fünf Prozent aller aus. Regionale Produkte bringen wegen der kurzen Transportwege viele Vorteile mit sich. Die Initiative „Original Regional“ unterstützt seit 1997 Waren und Leistungen von kleinen und mittleren Betrieben aus der Metropolregion Nürnberg. 140 Verkaufsstellen bieten Produkte der rund 40 Lieferanten an.

„glore“, die Abkürzung für globally responsible fashion, ist Programm einer Boutique in der Karl-Grillenberger-Straße. Bernd Hausmann hat den Laden 2006 eröffnet und ist mit dem Geschäft zufrieden. „Wir bieten ‚green fashion‘ an. Unsere Kleidung ist sehr modisch und erinnert in keiner Weise an Jute und Birkenstock“, sagt er. Verkäuferin Stefanie Opitz hat sich bewusst für „glore“ entschieden: „Was mir an diesem Arbeitsplatz besonders gut gefällt ist, dass es gut duftet und nicht nach künstlichen Farb- und Zusatzstoffen riecht.“ Viele Kunden schätzen neben der guten Verträglichkeit der Öko-Stoffe den fairen Handel, der den Näherinnen in Asien bessere Arbeitsbedingungen bietet. Ohne diesen

Schutz herrschen in Kleiderfabriken in Billiglohnländern oft menschenunwürdige Arbeitszeiten und schlechte Bezahlung. Ein breites Sortiment fair gehandelter Produkte aus armen Ländern gibt es seit Jahren in Eine-Welt-Läden wie dem Lorenzer Laden hinter der Lorenzkirche oder dem Fenster zur Welt in der Vorderen Sternngasse.

Von Nürnberg aus in alle Welt, die USA, Großbritannien, Spanien oder Italien verschickt die Produktions- und Vertriebs-GmbH Nürnberger Bio-Originale vor allem Lebkuchen und Bratwürste in Dosen. Seit 1999 vertreibt sie Nürnberger Spezialitäten aus Handwerksbetrieben in die Region, in Bio-Supermärkte oder Hofläden und ins Ausland. „Wir wachsen langsam im Einklang mit unseren handwerklichen Produzenten. Bei einem Test der Wochenzeitung ‚Die Zeit‘ haben unsere Lebkuchen den dritten Platz belegt“, sagt Geschäftsführer Stefan J. Aster.

In der Metropolregion Nürnberg arbeiten in der Biobranche über 800 Erzeuger, weiterverarbeitende Betriebe und Einzelhändler. Dazu gehören kleine und große, wie die Neumarkter Lammsbräu, Deutschlands größte Bio-Brauerei. Die Industrie- und Handelskammer Nürnberg für Mittelfranken hat die



Internetplattform www.biometropolregion.de eingerichtet, um die regionale Biobranche für Lebensmittel und Naturkosmetik zu vernetzen.

Gelingt es Nürnberg, ein außergewöhnlich gutes Bioangebot beim Anbau, der Verarbeitung im Einzelhandel und in der Gastronomie zu schaffen, ist das ein zusätzlicher Anreiz für Touristen, die einen ernäh-

rungs- und umweltbewussten Urlaub verbringen wollen. „Nürnberg und die Metropolregion sind in einer Vorreiterrolle, weil viele Erzeuger und Engagierte den Biomarkt stärken und weiterentwickeln wollen. Ich wünsche mir, dass Nürnberg einmal Bio-Hauptstadt Deutschlands wird, mit möglichst vielen Produkten aus der Region und fair gehandelten aus Übersee“, sagt Umweltreferent Peter Pluschke. ■

„glore“ hat sich auf modische Kleidung in Ökoqualität und aus fairem Handel spezialisiert.

Die Biomodellstadt Nürnberg

ist eine Arbeitsgemeinschaft, die 2004 die Stadt, Initiativen und Firmen gegründet haben, um regionale und saisonale Produkte in Bioqualität zu fördern und das Bewusstsein dafür zu stärken. Sie ist ein Dach für gemeinsame Aktionen und Projekte. Bei städtischen Einrichtungen und Veranstaltungen hat sie sich vorgenommen, den Ökoanteil zu steigern. Auf Wochenmärkten wie am Hauptmarkt oder am

Kobergerplatz gibt es bereits Bioanbieter. Beim Christkindlesmarkt sind Glühwein, Lebkuchen und Bratwürste die ökologischen Verkaufsschlager.

2008 ist der Stadtrat dem Bündnis „Gentechnikanbaufreies Nürnberg“ beigetreten und hat die Ziele der Biomodellstadt neu formuliert. Bis 2014 hat sich die Stadt Folgendes vorgenommen:

50 Prozent Öko-Lebensmittel in Schulen und Kindertagesstätten und bei Wochen-Märkten, 25 Prozent bei allen städtischen Einrichtungen, Veranstaltungen, Spezial-Märkten und Beteiligungen und zehn Prozent Anteil ökologische Landwirtschaft. Regionale und saisonale Produkte aus der Europäischen Metropolregion Nürnberg sollen in allen Bereichen einen Anteil von mindestens 25 Prozent erreichen.