

# Ökologisch und innovativ

## Gelungene Beispiele aus der Bio-Lebensmittel-Verarbeitung

von Franz-Theo Gottwald

*Die Lebensmittelhersteller leisten mit der Produktion von Bio-Lebensmitteln wichtige Beiträge für eine nachhaltige Ernährungswirtschaft. Durch Innovationen in der Verarbeitung von Bio-Lebensmitteln wird sich dieser Markt dynamisch weiterentwickeln. Der Erfolg liegt in der Hand von Vorreitern, die zukunftsfähige Lösungen erarbeiten und marktfähig machen. Unternehmen, die solches leisten, wurden 2003 erstmalig mit dem „Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung“ ausgezeichnet.*

Die Markt- und Wettbewerbsanforderungen für die Bio-Lebensmittel-Verarbeitung sind im Umbruch. Zunehmend drängen auch größere Unternehmen zumindest in Teilsegmenten in die Be- und Verarbeitung ökologisch erzeugter Rohstoffe zu Bio-Lebensmitteln. Der Handel kreiert Eigenmarken wie „Naturkind“ etc. Das Bio-Siegel tut das Seine zur Marktentwicklung, und die großen Umwelt- und Naturschutzverbände versuchen, Kauf-Kampagnen anzustoßen, damit der Markt für Bio-Lebensmittel weiterhin wachsen kann. In diesem Umfeld gegebener Arbeits- und Wettbewerbsbedingungen sind Innovationen erfolgreiche konkrete Antworten auf den Bedarf und die Wünsche der Kunden und auf die Herausforderungen durch die Wettbewerber.

Für den Wachstumsmarkt der Bio-Lebensmittel fragen sich mehr und mehr Verarbeitungsunternehmen, in welchen ihrer unterschiedlichen Geschäftsfelder sie welches Innovationspotenzial haben. Dabei muss das Innovationspotenzial eines Geschäftsfelds grundsätzlich in zweifacher Hinsicht beurteilt werden: Nach den Steigerungsmöglichkeiten von

- Kundennutzen
- Wachstumsraten
- Marktvolumen

und nach dem spezifischen Know-how bzw. der Kompetenz des Unternehmens und seiner Marktposition.

Hinsichtlich der Erfolgsfaktoren für Innovationen gilt auch für die Bio-Lebensmittel-Verarbeitung, dass die Alleinstellung einer innovativen Lösung von ganz entscheidender Bedeutung ist. Wenn es gelingt, eine

kundenwerte Eigenschaft oder Lösung zu etablieren, die einmalig ist oder nicht ohne weiteres nachzuahmen ist, dann ist eine Innovation auch ökonomisch erfolgreich. Derartige kundenwerte Eigenschaften oder Vorteile stammen häufig aus neuen Technologien, neuen Anwendungen, neuen Verpackungen.

Am Ende ist die wichtigste Voraussetzung für den Erfolg einer Innovation ihre Bekanntheit, d. h. die Identifizierung der innovativen Idee mit dem Hersteller bzw. der Marke.

### Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung

Um auf den häufig innovativen Charakter von Produkten, Prozessen, Betriebskonzepten der Be- und Verarbeitungswirtschaft ökologischer Rohstoffe einzugehen, die in den letzten Jahren entwickelt und marktfähig gemacht wurden, hat das Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL) im Rahmen des Bundesprogramms Ökologischer Landbau einen Wettbewerb rund um den Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung ausgeschrieben (1). Dieser Wettbewerb hat in unterschiedlichen Branchen der Be- und Verarbeitungswirtschaft innovative Lösungsansätze aufgespürt und hinsichtlich ihrer Innovationshöhe geprüft. Im Rahmen des Wettbewerbs wurde an Innovationen gedacht, die deutlich über die eigentliche Verarbeitertätigkeit hinausgehen. Hierzu gehört beispielsweise die Einführung neuer Produktketten vom Anbau bis zum Kunden oder das Hineinwirken in das soziale oder kulturelle Umfeld.

Das Preiskonzept zielt darauf, innovative Produktarbeit von der Entwicklung bis zur Vermarktung in ihrer komplexen gesellschaftlichen Wechselwirkung öffentlichkeitswirksam herauszustellen. Die Kompetenz aller in der Branche ökologischer Lebensmittelwirtschaft Beteiligter soll in ihrer Ganzheitlichkeit dargestellt und bewertet werden. Neben dem Effekt, dass der Begriff „Innovation“ im Bereich der Lebensmittel dadurch eine neue, ganzheitliche Profilierung erfährt, werden insbesondere bisher noch konventionell wirtschaftende Lebensmittelverarbeiter auf die Vielfältigkeit der Ansätze und damit der Profilierungschancen im Markt für ökologische Lebensmittel aufmerksam. Dies ist für konventionelle Firmen von Interesse, da der Markt für ökologische Lebensmittel in den vergangenen Jahren der am schnellsten wachsende, selbsttragende Markt der Lebensmittelwirtschaft gewesen ist.

Es ist ein wesentliches Ziel des Konzeptes, neuen Unternehmen diejenigen innovativen Ansätze, die zu diesem Erfolg geführt haben, zugänglich zu machen und sie dadurch zum Mit-Machen oder Nachahmen zu bewegen. Ein zweites Ziel besteht darin, die Motivation derer zu verstärken, die bereits in der ökologischen Verarbeitung tätig sind. Gleichzeitig wird der Ideenfundus gepflegt, der nützlich ist, damit Unternehmen erfolgreich in diesem Markt agieren können. Schließlich werden über die Darstellung innovatorischer Leistungen Unverständnis und Vorurteile bezüglich dieses Marktsegments abgebaut.

Innovationen im Bereich der Bio-Verarbeitung betreffen entsprechend dem gemeinsam von der Schweisfurth-Stiftung, dem FiBL Berlin e.V. und der modem conclusa public relations GmbH ausgearbeiteten Konzept fünf verschiedene Dimensionen:

#### *Technologie und Verfahren:*

Herstellungsverfahren, Rezepturen und angewendete Technologien, die der Qualität der Produkte dienen, die besonders für ökologische Rohstoffe geeignet oder die Grundlage für neuartige Bioprodukte sind.

#### *Rohstoffart und Erzeugung:*

Leistungen, die neue für den Ökolandbau wichtige Rohstoffe am Markt platzieren; Formen der Zusammenarbeit zwischen Verarbeiter und Landwirt, die zu neuen, rentablen und ökologisch sinnvollen Erzeugungsmethoden, Rohstoffen und Lebensmitteln führen.

#### *Marketing:*

Hersteller, die im Markt erfolgreich qualitativ hochwertige Lebensmittel platzieren durch kreative Produktgestaltung und Werbemaßnahmen, innovative Vertragssysteme zwischen Erzeugern, Verarbeitern und Handel sowie durch Logistikkonzepte.

#### *Umwelleistungen:*

Nutzung nachhaltiger Energien und Reduktion von Energieverbrauch, umweltschonende Herstellungstechnologien, umweltfreundliche Verpackungssysteme, Minimierung der Abfall- und Emissionslasten.

#### *Kulturelles und Soziales:*

Soziale Leistungen, die Unternehmen intern wie extern realisieren (z. B. „gerechter Handel“ mit Bio-Produkten), oder Unternehmen, die Beiträge zum kulturellen Leben in ihrem Umfeld und in ihren Häusern leisten.

Der Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung ist branchenübergreifend konzipiert. Produkte und Firmen aus allen Teilbranchen – also aus der Fleisch- und Wurstwarenherstellung, des Milch- und Molkereiwesens, der Back- und Teigwarenherstellung, der Getränkewirtschaft und der Convenience-Wirtschaft – konnten sich bewerben.

Zwischen Januar und 30. Mai 2003 wurde der Wettbewerb auf verschiedenen Branchenveranstaltungen und Messen vorgestellt, unter anderem auf der Internationalen Grünen Woche in Berlin und der BioFach in Nürnberg. Dazu wurde intensive Öffentlichkeitsarbeit zur Bekanntmachung des Wettbewerbs in den verschiedenen Branchenzeitschriften, aber auch in überregionalen Medien gemacht.

Im Laufe der Bewerbungszeit vom 3. Februar bis 30. Mai 2003 haben sich insgesamt 48 Betriebe beworben. Das Spektrum der Bewerber ist sehr breit. So sind alle Branchen der Be- und Verarbeitung mit überzeugenden Bewerbungen vertreten gewesen.

Besonders ragte die Vielzahl an Bäckerei- und Konditoreibetrieben aus den neuen Bundesländern heraus, aber auch Bio-Feinkost-Betriebe, Destillieren und Winzereien, die teils mit hohem persönlichen Einsatz und unternehmerischen Risiko für ihre Regionen Besonderes geleistet haben. Es haben sich etwa gleichermaßen größere Firmen wie kleinere handwerkliche Betriebe um den Preis beworben. Auch die Zahl der Pioniere hält sich die Waage mit Neueinsteigern im Bereich der Bio-Lebensmittel-Verarbeitung. Tendenziell sind unter den Bewerbern die Westbetriebe, was Personal und Umsatz angeht, im Schnitt fünf mal größer als die Ostbetriebe.

### **Innovationen in der Brauwirtschaft**

Einen der beiden ersten Hauptpreise erhält das Unternehmen Neumarkter Lammsbräu. Die seit 375 Jahren bestehende Neumarkter Lammsbräu in der Oberpfalz/Bayern begann Anfang der 80er Jahre mit einer umfassend ökologischen Ausrichtung. Heute gilt der

mittelständische Betrieb mit 85 Mitarbeitern nicht nur in der Braubranche, sondern weit darüber hinaus, als vorbildlich in Sachen ökologischer Innovationen.

Im Rahmen der Bewertung für den Innovationspreis des Bundesministeriums überzeugte die Brauerei auch durch herausragende Leistungen im Innovationsfeld „Technologie und Verfahren“: Besondere Beachtung erfuhr die Technologie, mit der es den Neumarktern gelingt, mit Hilfe von Zellulosefasern eine kieselgurfreie Filtration zu realisieren. Weltweit werden alle Biersorten mit Ausnahme der naturtrüben Biere mittels Kieselgurfiltration geklärt. Bis vor wenigen Jahren war die Entsorgung von Kieselgur unproblematisch, es konnte in die Kanalisation eingeleitet werden. Inzwischen gibt es jedoch in fast allen Kommunen Einleitverbote für feste Stoffe. Dem daraufhin üblichen Entsorgungsweg über die Hausmülldeponien steht nun ab 2005 ebenfalls das gesetzliche Aus bevor. Mit seiner Umstellung auf kieselgurfreie Filtration erwies sich Lammsbräu ein weiteres Mal als weit vorausschauender Pionier. Mittlerweile wird in der innovationsfreudigen Brauerei bereits an einer Weiterentwicklung des Filtrationsverfahrens gearbeitet. Ein neu entwickeltes Filtermedium hat die ersten Testläufe in der Produktion durchlaufen. Das Restprodukt nach der Filtration ist möglicherweise als hochwertiges Viehfutter verwendbar. Damit setzt Lammsbräu vollkommen neue Maßstäbe für eine nahezu abfallfreie Filtrertechnik.

Höchste Anerkennung gab es für die Brauerei zudem im Innovationsfeld „Umweltleistungen“: Der Betrieb arbeitet mit einem laufend aktualisierten Öko-Controlling-Bericht, so dass langfristige Entwicklungen und eventuell noch bestehende Schwachstellen verdeutlicht und ausgewertet werden können. Zu den innovativ daraus resultierenden Maßnahmen zählen unter anderem pflanzenölbetriebene LKWs und PKWs: 1997 fuhren die ersten entsprechend umgerüsteten PKWs mit Pflanzenöl. Das hierzu notwendige Öl wird aus Leindotter gewonnen, der zusammen mit der ökologischen Gerste als Mischfrucht von den Partnerlandwirten der Brauerei angebaut wird. Mittlerweile sind es zwölf PKWs, ein Kleinbus und seit November 2002 sogar ein LKW, die mit Pflanzenöl betrieben werden. Damit wurden in den vergangenen drei Jahren über 150 Tonnen Kohlendioxid-Emissionen eingespart. Außerdem betreibt die Firma eine Solaranlage auf dem Dach der Mälzerei, die im Umfeld der Lammsbräu viele Nachahmer fand; auch die Photovoltaikanlage zur Beleuchtung des Getränkeabholmarktes erfährt eine positive Resonanz.

Drittes Hauptkriterium war im Bereich „Rohstoffart und -erzeugung“ die Zusammenarbeit mit der Landwirtschaft. Weil Dr. Franz Ehrnsperger, der Eigentümer des Unternehmens, das Reinheitsgebot für sein Öko-

Bier schon „auf dem Acker“ beginnen lässt, realisierte er eine enge Kooperation mit 106 Landwirten des Bioland-Erzeugerzusammenschlusses für ökologische Braurohstoffe (EZÖB). Das Procedere bringt hochwertiges Saatgut, ermöglicht die Herstellung von Malz und Hefe aus eigener Hefe-Reinzucht, sorgt für 4.000 Hektar ökologisch bewirtschaftetes Land in der Region und sichert das Einkommen der Landwirte.

## Neues Verfahren für Rapsöl-Herstellung

Ebenfalls den ersten Hauptpreis im Rahmen des Wettbewerbs Bio-Lebensmittel-Verarbeitung erhält die Teutoburger Ölmühle. Hauptkriterium für den Spitzenplatz der Teutoburger Ölmühle war der hohe Neuwert einer verfahrenstechnischen Innovation zur Rapsöl-Herstellung. Auch der nachhaltig wertvolle Beitrag in punkto Verbraucherakzeptanz, Umweltschutz und Rohstoff wurde von der zehnköpfigen Expertenjury als vorbildlich beurteilt.

Die Teutoburger Ölmühle entstand aus der jahrelangen Forschungsarbeit von Dr. Michael Raß zusammen mit Prof. Dr. Ing. Felix H. Schneider und Dr. Christian Schein an der Universität Essen. Das Werk wurde Anfang 2001 ausschließlich zur Herstellung hochwertiger kaltgepresster Speiseöle gegründet. Umweltgesichtspunkte spielten im betrieblichen Gesamtkonzept von Anfang an eine große Rolle. So bewarb sich das Unternehmen auch in allen vom Bundesministerium vorgegebenen fünf Bereichen – Technologie und Verfahren, Rohstoffart und -erzeugung, Marketing, Umweltleistungen, Kulturelles und Soziales. Ausschlag für die Auszeichnung als Hauptpreisträger gab eine Innovation im Bereich „Technologie und Verfahren“: das seit Januar 2002 neue, weltweit einzigartig ökologisch ausgerichtete Pressverfahren, das die Teutoburger zur Herstellung anfangs von Raps-, mittlerweile auch von Sonnenblumen-Kernölen aus kontrolliert biologischem Anbau kreiert haben.

Die Neuentwicklung bezieht sich auf eine Technik, bei der die Rapssaat – anders als bei den herkömmlichen Verfahren – zunächst geschält wird. Anschließend werden Kerne und Schalen getrennt verarbeitet. Aus der ersten schonenden Pressung der Kerne entsteht ein hochwertiges, direkt verzehrfähiges Rapsöl mit hervorragender Speiseölqualität. Das Öl der zweiten Pressung findet Verwendung als Futteröl und Rohstoffbasis für ökologische Wasch- und Schmierstoffe, und mit dem aus den Schalen abgepressten minderwertigen Öl wird ein pflanzenöлтаugliches Blockheizkraftwerk mit circa 270 Kilowatt Leistung betrieben. Das wiederum stellt die Versorgung der Ölmühle mit elektrischer und thermischer Energie sicher. Absolut energieautark also –

und Grund genug, dies als besonderen Verdienst im Innovationsfeld „Umweltleistungen“ zu werten.

Daneben wurden die beiden Gesellschafter Dr. Michael Raß und Dr. Christian Schein des Existenzgründerunternehmens auch für ihr Engagement zu Gunsten des Raps-Anbaus in Deutschland gewürdigt. Schließlich ist Raps nicht nur Problemlöser bei fehlenden Proteinquellen im Biofutter und wertvolle Alternative unter anderem im Treibstoffsegment – Rapsöl gilt vor allem auch als geschmacklicher Gewinn für die Küche und als ein ernährungsphysiologisches Spitzenprodukt. So verfügt das kalt gepresste Rapsöl etwa der Marke Organic aus Ibbenbüren über wenig gesättigte Fettsäuren, einen hohen Gehalt an einfach gesättigter Ölsäure und ein optimales Verhältnis von essentiellen Omega 6- zu Omega 3-Fettsäuren, was sich günstig für Herz und Gefäße auswirkt und sogar den bisherigen Superstar Olivenöl übertrifft. „Rund um Ibbenbüren ist auf Grund der vertraglichen Kooperation mit der Teutoburger Ölmühle ein mittlerweile vermehrter Anbau von Öko-Raps zu erkennen“, so die Jury, „und das unter deutlich verbesserten Konditionen für die Landwirtschaft.“ Ein Aspekt, der mit Blick auf den Innovationspreis Bio-Lebensmittel-Verarbeitung einen weiteren Bonus für die rundum positive Bewertung der Ibbenbürener Bewerbung brachte.

### Pionierleistung bei Fleisch und Wurstwaren

Der dritte Hauptpreis dieses Wettbewerbs geht an die Chiemgauer Naturfleisch GmbH. Chiemgauer Naturfleisch hatte sich in allen fünf Innovationsfeldern beworben. Zu den Hauptkriterien für die Auszeichnung des engagierten Betriebes zählten maßstabsetzende Produktinnovationen sowie die hoch innovative Zusammenarbeit mit Landwirten, Schlachtern, Zerlegern und dem Handel.

Die Chiemgauer Naturfleisch GmbH wurde 1991 von Richard J. Müller und Thomas Reiter in Trostberg gegründet – mit dem konkreten Ziel, für ökologische Fleisch- und Wurstwaren eine komplette Dienstleistungskette von der Stalltür bis zum Lager des Kunden zu realisieren. Damals, vor nur zwölf Jahren, gab es weder eine professionelle Vermarktung für die Tiere der regional ansässigen Bio-Bauern noch verarbeitete Produkte, weder einen Service für den Groß- und Einzelhandel noch eine Frische- oder Lagerlogistik.

Was die Chiemgauer Naturfleisch seitdem im Innovationsfeld „Marketing“ leistete, verdient nach Ansicht der zehnköpfigen Jury hohe Anerkennung: Auf der Basis ökologisch innovativer Verarbeitungstechnologien wie der Minimierung von Zusatzstoffen sowie Verfahren ohne Nitrit und Nitrat etwa bei Salami und Roh- wie

Kochschinken führte das Qualitätsmanagement der Chiemgauer Naturfleisch zu zahlreichen Produktinnovationen. So kreierte das Unternehmen beispielsweise ein im Naturkostfachhandel bis dato nicht vorhandenes SB-Gesamtsortiment und entwickelte sich in diesem Segment innerhalb der vergangenen fünf Jahre zum Marktführer für ökologische SB-Fleisch- und Wurstwaren. Darüber hinaus brachte der Betrieb im Jahr 2003 gefrostete Bio-Fleischwaren – unter anderem Nuggets und Burger – auf den Markt, wobei Frittierprobleme durch den Einsatz von ökologisch geeigneten Trockenpanaden gelöst wurden.

Als eine weitere bemerkenswerte Leistung im Innovationsfeld „Kulturelles und Soziales“ wertete die Jury die Etablierung des Unternehmens als eine Art Schnittstelle zwischen Landwirten und Kunden. Die über hundert Bio-Bauern der Region finden mit Chiemgauer Naturfleisch einen verlässlichen Partner sogar im Rahmen verschiedener finanzieller Teilnehmungsmodelle. Angaben zu den Erzeugerbetrieben auf den Endverbraucher-Packungen schaffen Transparenz, auch Verarbeitungsfirmer und der Bedarf des Handels werden bei sämtlichen Aktivitäten ins Kalkül gezogen. Aktuellste Innovation, die eine Anerkennung verdient, ist die Errichtung eines neuen, regional arbeitenden Schlachthauses in Kooperation und mit finanzieller Beteiligung der Landwirte. Damit wird nicht nur eine letzte Lücke in der Servicekette der Chiemgauer Naturfleisch geschlossen, sondern vor allem auch auf Grund der jetzt kurzen Wege ein stressfreies Schlachten der Tiere ermöglicht.

Neben diesen drei Hauptpreisträgern wurde der Innovationspreis an fünf weitere Betriebe vergeben, die eine Auszeichnung für innovative Leistungen erhielten, die sie in einem der fünf Bewertungsfelder erbracht haben (2):

- Die kurhessische fleischwaren GmbH (kff) (Innovationsfeld „Technologie und Verfahren“)
- Das Riedenburger Brauhaus, Michael Krieger KG (Innovationsfeld „Rohstoffart und -erzeugung“)
- Die apetito AG (Innovationsfeld „Marketing“)
- Die Hameico Fruchthandel GmbH (Innovationsfeld „Umweltleistungen“)
- Die Ulrich Walter GmbH mit ihrer Marke „Lebensbaum“ (Innovationsfeld „Kultur und Soziales“)

### Die Zukunft des Neuen

Die Unterlagen der meisten Bewerber zeigen: Das Neue lässt sich nicht hervorzwingen. Es braucht Geduld, guten Spürsinn, ruhiges Basteln, Gelassenheit im Umgang mit Versuch und Irrtum. Handfestes zu erreichen

muss gewollt und gefundene Lösungen müssen immer erklärt und vermittelt werden: an Mitarbeiter, Kunden, Öffentlichkeit und Förderer.

Aus Erfindungen verwertbare, nützliche Erneuerungen zu machen, hängt auch vom Geschick ab, Kooperationspartner zu finden und Ideen mit Menschen zusammenzubringen, die beitragen, Innovatives umzusetzen und entsprechende Produkte marktgängig zu machen. Die Bio-Lebensmittel-Verarbeitung findet diese Partnerschaft meist in der Region, in der das Unternehmen ansässig ist.

Schließlich wird sich Neues nur durchsetzen, wenn es das Alte als „Tyrann“ entmachtet. Experimentieren, probieren, Mut entfalten, Risiken eingehen – diese Schritte werden häufig auch in der Bio-Lebensmittel-Verarbeitung von alten Tyrannen blockiert: Überkommene Geschäftsmodelle müssen weichen, neue, bessere Geschäftsmodelle müssen Verdrängungsmacht beweisen. Innovationen werden meist „am Rand“ gemacht, da der alte harte Kern sich immer wehren wird. Über Szenarien können auch in der Bio-Lebensmittel-Verarbeitung die Geschäftsmodelle grundlegend erneuert und der Geschäftshorizont erweitert werden, so dass nicht zuletzt dank innovativer Bio-Lebensmittel-Verarbeitung eine nachhaltige Ernährungswirtschaft mit namhaftem Wachstum bis 2010 entsteht.

## Anmerkungen

- (1) Informationen zur Ausschreibung und den Preisträgern finden sich im Internet unter [www.innovationspreis-bio-verarbeitung.de](http://www.innovationspreis-bio-verarbeitung.de).
- (2) Weitere Informationen zu diesen fünf Betrieben finden Sie in der Internetversion des Kritischen Agrarberichts ([www.kritischer-agrarbericht.de](http://www.kritischer-agrarbericht.de)) sowie unter [www.innovationspreis-bio-verarbeitung.de](http://www.innovationspreis-bio-verarbeitung.de).

## Autor

Prof. Dr. Franz-Theo Gottwald, Vorstand der Schweisfurth-Stiftung und Honorarprofessor für die Themen Agrar-Kultur und Umweltethik an der Landwirtschaftlich-Gärtnerischen Fakultät der Humboldt-Universität Berlin.

Schweisfurth-Stiftung  
Südliches Schlossrondell 1  
80638 München  
E-Mail: [cthomas@schweisfurth.de](mailto:cthomas@schweisfurth.de)  
[www.schweisfurth.de](http://www.schweisfurth.de)

