

Billig verkauft – teuer bezahlt: Ausbeutung im südafrikanischen Weinanbau

geschrieben von Andreas | 12. Oktober 2017

Neue Oxfam-Studie zeigt katastrophale Arbeitsbedingungen auf Traubenplantagen in Südafrika und die Mitverantwortung deutscher Supermärkte

Berlin, 09.10.2017 Arbeiterinnen auf südafrikanischen Traubenplantagen werden giftigen Pestiziden ausgesetzt, leiden unter Hungerlöhnen und mangelnder gewerkschaftlicher Vertretung. Mitverantwortlich ist der enorme Preisdruck deutscher Supermarktketten auf Lieferanten, die ihre Kosten auf die Arbeiterinnen abwälzen. Das zeigt die neue Oxfam-Studie „Billig verkauft – teuer bezahlt“. Oxfam fordert, dass Regierungen und Unternehmen Verantwortung übernehmen und die Menschenrechte auch bei ihren Lieferanten in armen Ländern achten.

Für die Studie hat Oxfam gemeinsam mit der südafrikanischen Partnerorganisation Women on Farms Project (WFP) 343 Farmarbeiterinnen auf Traubenplantagen befragt. Die Frauen berichten von unhaltbaren Zuständen: Sie werden diskriminiert und mit Hungerlöhnen abgespeist, riskieren ihre Gesundheit, weil sie giftigen Pestiziden ausgesetzt sind, oft ohne jegliche Schutzbekleidung. Und sie können sich nur schwer zur Wehr setzen, da ihnen verboten wird, an Gewerkschaftstreffen teilzunehmen und Gewerkschafter die Plantagen nicht betreten dürfen.

Supermarktketten drücken Exportpreise ins Bodenlose

Mitverantwortlich an der Situation ist der Preisdruck, den deutsche Supermarktketten auf südafrikanische Exporteure und Produzenten ausüben. Seit dem Jahr 2000 sind die Exportpreise

von südafrikanischem Wein nach Deutschland um mehr als 80 Prozent gefallen, die Produktionskosten im Weinanbau sind dagegen in den vergangenen zehn Jahren um fast 50 Prozent gestiegen. Zunehmend wird Wein außerdem statt in Flaschen unabgefüllt in großen Tanks verschifft, was den deutschen Händlern nützt, der südafrikanischen Industrie aber schadet. „Die Supermärkte diktieren ruinöse Preise, diesen Preisdruck geben die Produzenten nach unten weiter: an die Arbeiter/innen, die auf den Plantagen schuften“, sagt Studienautorin Dr. Franziska Humbert, Oxfam-Expertin für soziale Unternehmensverantwortung.

Marktmacht: Ja, Verantwortung: Nein

In Deutschland teilen sich die Big Four – Edeka, Rewe, Aldi und Schwarz-Gruppe (Lidl, Kaufland) – über 80 Prozent des Umsatzes im Weinmarkt. „Die Supermarktketten sind das Nadelöhr, durch das Produzenten ihre Ware auf den deutschen Markt bringen müssen. Sie dürfen sich also nicht aus der Verantwortung stehlen: Wer sagt, wo es langgeht, muss auch für die Folgen geradestehen“, so Humbert.

Menschenrechte sind nicht verhandelbar

Oxfam fordert, dass Supermarktketten und Importeure dafür sorgen, dass ihre Lieferanten die Menschenrechte einhalten. Auch die neue Bundesregierung muss aktiv werden und Supermarktketten und Importeure gesetzlich dazu verpflichten, die Einhaltung von Menschenrechte bei ihren Lieferanten und Produzenten sicherzustellen.

Hintergrund:

- In der Kampagne „Make Fruit Fair!“ setzt sich die internationale Nothilfe- und Entwicklungsorganisation Oxfam für die Rechte von Arbeiter/innen auf Obstplantagen ein. Außer in Südafrika hat Oxfam auch in anderen Ländern ähnliche Missstände aufgedeckt, etwa auf Bananen- und Ananasplantagen in Ecuador und Costa Rica

oder im Mangoanbau in Peru.

- Seit 2009 arbeitet Oxfam Deutschland e.V. mit der Frauenorganisation Women on Farms Project (WFP) zusammen, die die Befragungen für die Studie durchgeführt hat und sich für die Rechte von Farmarbeiterinnen in Südafrika einsetzt. WFP engagiert sich einerseits politisch, beispielsweise für die Durchsetzung von angemessenen Löhnen. Andererseits unterstützt WFP Farmarbeiterinnen ganz konkret dabei, Gemüse anzubauen, ihre Rechte einzufordern und Diskriminierung zu überwinden.

Hinweis an die Redaktion:

- Sie finden die vollständige Studie sowie eine Zusammenfassung unter:
<https://oxfam.app.box.com/s/6ghfnrqtdzwo0a8z0qqjr7hkshwlf52>
- Ab dem 10.10. ist die Studie hier zu finden:
<https://www.oxfam.de/ueber-uns/publikationen/billig-verkauft-teuer-bezahlt>
- Gerne vermitteln wir Interviews mit der Autorin der Studie, Dr. Franziska Humbert, Oxfam-Expertin für Unternehmensverantwortung und Arbeitsrechte.
- Weitere Interviewmöglichkeiten mit Betroffenen aus Südafrika: Dr. Colette Solomon ist Sozialanthropologin und Geschäftsführerin von Women on Farms Project. Farmarbeiterin Marai Balie ist Mutter von zwei Kindern und arbeitet seit über 25 Jahren auf unterschiedlichen Farmen. Roseline Engelbrecht leitet als Programm-Koordinatorin bei WFP die Arbeit in den südafrikanischen Provinzen West- und Nordkap. Alle sind ab dem 10. Oktober in Berlin und Hamburg zu Gast.

Termine:

- Podiumsgespräch mit Dr. Colette Solomon, Roseline Engelbrecht und Marai Balie. Dienstag, 10. Oktober, 19

Uhr, taz Café, Rudi-Dutschke-Straße 23, 10969 Berlin

- Konferenz: Preisdruck und Arbeitsbedingungen in Agrarlieferketten. Oxfam, ver.di, Rosa-Luxemburg-Stiftung, Brot für die Welt, Kasa. Verschiedene Panels mit Dr. Franziska Humbert, Dr. Colette Solomon, und Marai Balie (Programm: https://www.rosalux.de/veranstaltung/es_detail/2RDE1/preisdruck-und-arbeitsbedingungen-in-agrarlieferketten/). Mittwoch 11. Oktober, 09:30-16:30 Uhr, Rosa-Luxemburg-Stiftung, Salon, Franz-Mehring-Platz 1, 10243 Berlin
- Gesprächsrunde Oxfam MOVE Berlin mit Dr. Colette Solomon, Roseline Engelbrecht und Marai Balie. Donnerstag, 12. Oktober, 19 Uhr, Oxfam Shop MOVE Berlin, Wilmsdorfer Str. 74, 10629 Berlin

Pressekontakt:

Annika Zieske, Tel.: 030-45 30 69 715, E-Mail: azieske@oxfam.de

Oxfam ist eine internationale Nothilfe- und Entwicklungsorganisation, die weltweit Menschen mobilisiert, um Armut aus eigener Kraft zu überwinden. Dafür arbeiten im Oxfam-Verbund 20 Oxfam-Organisationen Seite an Seite mit rund 3.500 lokalen Partnern in mehr als 90 Ländern.

Mehr unter www.oxfam.de

Oxfam Deutschland e.V.
Am Köllnischen Park 1
10179 Berlin
Deutschland

Naturland verstärkt Qualitätsgemeinschaft Bio- Mineralwasser

geschrieben von Andreas | 12. Oktober 2017

Pressemitteilung, 16.03.2017

Neumarkt, 16.03.2017. – Naturland ist jetzt Mitglied in der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V. Damit unterstreicht der Öko-Verband seine umfassende Unterstützung für das Bio-Mineralwasser-Siegel der Qualitätsgemeinschaft und das damit verbundene Engagement der Bio-Mineralwasser-Brunnen. „Der Schutz und die nachhaltige Nutzung der Ressource Wasser sind von so großer Bedeutung, dass Naturland dies sogar explizit in den eigenen Richtlinien verankert hat“, so Naturland Geschäftsführer Steffen Reese: „Das Bio-Mineralwasser-Siegel der Qualitätsgemeinschaft setzt hier konsequent an: Es steht für höchste Wasserqualität, die nachhaltige Bewirtschaftung von Quellen und aktiven Wasserschutz durch die gemeinsame Förderung des ökologischen Landbaus. Deshalb ist es nur folgerichtig, dass wir als Naturland dieses Konzept voll unterstützen.“ Mit Naturland, Bioland und Demeter gehören damit alle großen Öko-Verbände in Deutschland der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser an.

Hintergrund des Bio-Mineralwasser-Engagements der Qualitätsgemeinschaft und ihrer Mitglieder ist die zunehmende Gefährdung des Wassers in Deutschland, die zuletzt auch die Europäische Kommission auf den Plan rief: Wegen der im europäischen Vergleich nur noch in Malta übertroffenen Verschmutzung des Grundwassers durch die Schadstoffeinträge der intensiven Landwirtschaft klagt die Kommission gegen die Bundesrepublik vor dem Europäischen Gerichtshof. Dieser Gefährdungslage stellt die Qualitätsgemeinschaft ihr Bio-Mineralwasser-Siegel entgegen, das als neues Reinheitsgebot

für Wasser den Verbrauchern durch zeitgemäße, wissenschaftlich fundierte Grenzwertsetzung und konsequente Überwachung der Quellen jederzeit beste Wasserqualität garantiert. Gleichzeitig verpflichtet es die Bio-Mineralwasser-Brunnen, in ihrer Region aktiven Wasserschutz zu betreiben.

Dr. Franz Ehrnsperger, Vorsitzender der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser: „Bei Bio-Mineralwasser geht es darum zusammenzuarbeiten, um die letzten wirklich reinen Wasservorkommen in Deutschland nachhaltig zu schützen. Entscheidend hierfür ist, dass es gelingt, möglichst flächendeckend den komplett agrochemiefreien Ökolandbau voranzubringen und damit die Schadstoffeinträge der intensiven Landwirtschaft zu stoppen. Deshalb freut es uns umso mehr, mit Naturland nach Bioland und Demeter jetzt auch den dritten großen Bio-Verband Deutschlands als Mitglied der Qualitätsgemeinschaft begrüßen zu dürfen. Gemeinsam werden wir viel bewegen.“

Über die Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V.

Die Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V. setzt sich seit 2008 ein für einen behutsamen Umgang mit unserem wichtigsten Lebens-Mittel, dem Wasser. Sie wacht über die Richtlinien für das Qualitätssiegel „Bio-Mineralwasser“ und sensibilisiert Branche und Verbraucher für die Problematik der zunehmenden Wasserverschmutzung. Mitglieder der Qualitätsgemeinschaft sind u.a. die Bio-Anbauverbände Bioland, Demeter und Naturland. Um das Bio-Mineralwasser-Siegel der Qualitätsgemeinschaft zu erlangen, müssen Mineralbrunnen 45 streng gefasste Kriterien erfüllen, die den Verbrauchern ein Höchstmaß an Qualität und Transparenz sowie nachhaltige Produktionsbestimmungen garantieren. Die Richtlinien wurden von unabhängigen Experten erarbeitet und werden laufend an neue wissenschaftliche Erkenntnisse angepasst. Deren Einhaltung überwacht die Biokontrollstelle BCS Öko-Garantie GmbH. Als bundesweit erstes Bio-Mineralwasser wurde bereits 2009 das „BioKristall“ des Bio-Pioniers Neumarkter Lammsbräu

zertifiziert, es folgten Ensinger in Baden-Württemberg (Ensinger Gourmet), Voelkel in Niedersachsen (BioZisch-Limonade) und Lammsbräu (now-Limonade) sowie Gehring-Bunte aus Nordrhein-Westfalen (Christinen Mineralwasser), die PreussenQuelle Rheinsberg aus Brandenburg sowie die Johann Spielmann GmbH (Landpark Bio-Quelle) aus Nordrhein-Westfalen. Mehr Informationen über Bio-Mineralwasser finden Sie unter www.bio-mineralwasser.de

Über Naturland e.V.

Naturland ist einer der bedeutendsten Öko-Verbände in Deutschland und weltweit. Aktuell wirtschaften 43.000 Naturland Erzeuger in 46 Ländern der Erde eine Fläche von mehr als 330.000 Hektar nach den Richtlinien des Verbands. Diese gehen in vielen Bereichen über die EU-Öko-Verordnung hinaus. So hat Naturland gemeinsam mit Umweltverbänden die Richtlinien für ökologische Waldnutzung erarbeitet und treibt die Entwicklung der ökologischen Aquakultur maßgeblich voran.

Naturland versteht Nachhaltigkeit ganzheitlich als Verantwortung für Mensch, Tier und Umwelt. Ergänzend zu den strengen Öko- und Tierschutzstandards gelten deshalb für alle Naturland Betriebe auch verbindliche Sozialrichtlinien. Mit der Zusatzzertifizierung Naturland Fair vereint Naturland zudem Öko-Landbau und Fairen Handel in einem Zeichen – und das für Nord und Süd.

Kontakt

Markus Fadl
Pressesprecher

Naturland – Verband für ökologischen Landbau e.V.

Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing

Tel. +49 (0) 89 – 89 80 82 31, Mobil: +49 (0) 172 – 65 98 389

www.naturland.de

www.oekobauer-gesucht.de

Vier Lammsbräu-Neuprodukte zur Biofach 2017

geschrieben von Andreas | 12. Oktober 2017

- **Lammsbräu Glutenfrei & Weiß**
- **Lammsbräu EdelHell 0,33l**
- **now Pure Zitrone**
- **now Red Kiss (limitiertes Seasonal Special)**

Neumarkt, 26. Januar 2017 – Gleich vier Neuheiten gibt es dieses Jahr zur Biofach vom Bio-Pionier Neumarkter Lammsbräu.

Echten Weißbiergenuss ganz ohne Gluten verspricht das neue Lammsbräu Glutenfrei & Weiß. Dabei setzen die Oberpfälzer Braumeister auch beim glutenfreien Weißen ausschließlich auf traditionelle Bio-Weißbierzutaten wie bestes Weizen- und Gerstenmalz sowie ganze Aromahopfendolden aus regionalem Biolandbau, bevor sie dieser echt bayerischen Spezialität durch ein innovatives Verfahren schonend das Gluten entziehen. Das Ergebnis besticht durch prickelnde Frische und Aromen von Banane, Aprikose, einem Hauch Zitrone sowie Gewürznelken, die von einer milden Hefenote fein abgerundet werden. Und auch die Optik ist ein Genuss: goldgelbe Farbe, weißbiertypische Trübung, gekrönt von schneeweißem Schaum. Lammsbräu Glutenfrei & Weiß ist ab März 2017 im Naturkost- und ausgewählten Getränkefachhandel in 0,33 l Glas-Mehrwegflaschen erhältlich (UVP: 1,29 €).

Schon ab Februar gibt es auch das beliebte Lammsbräu EdelHell

in der praktischen 0,33l-Flasche (UVP: 0,99 €). Milde Hopfennote und volles Malzaroma werden harmonisch abgerundet durch eine zart-fruchtige Note. So entsteht ein erfrischend spritziges Geschmackserlebnis, das rund und weich ausklingt. Goldgelb glänzend mit feinporigem schneeweißem Schaum leuchtet dieser Klassiker des Lammsbräu-Sortimentes aus dem Glas.

Die Familie der erfolgreichen now-Bio-Limonaden erhält in diesem Jahr Zuwachs durch now Pure Zitrone und die limitierte Saisonsorte now Red Kiss.

Mit now Pure Zitrone präsentiert Lammsbräu seine besonders fruchtige Interpretation eines absoluten Limo-Klassikers. Der Saft vollreifer Bio-Zitronen verleiht der erfrischend-spritzigen Komposition ihren unverwechselbaren Geschmack. Erhältlich ist now Pure Zitrone ab Februar 2017 in 0,33 l und 0,75 l Glas-Mehrwegflaschen im Naturkosthandel und im ausgewählten Getränkefachhandel (UVP: 0,99 € / 1,99 €).

Verführung pur ist das Seasonal Special now Red Kiss: Tiefrote Bio-Kirschen treffen auf Granatapfel und einen Hauch Vanille – eine Geschmackskombination zum Verlieben. Erhältlich ist die limitierte Saisonsorte now Red Kiss von April bis September in 0,33l Glas-Mehrwegflaschen im Naturkosthandel und im ausgewählten Getränkefachhandel (UVP: 0,99 €).

Kennzeichen aller now-Bio-Limonaden ist die ausschließliche Verwendung bester Zutaten aus Ökolandbau und eine handwerklich-traditionelle Limonadenherstellung ganz ohne Sirup und andere Industrieprodukte. In jeder Flasche now treffen hochwertige Direktsäfte aus sonnengereiften Bio-Früchten auf die Süße deutscher Bio-Rüben Bio-Kohlensäure und reinstes Bio-Mineralwasser aus Lammsbräus BioKristall-Quelle. Zusammen ergibt dies den ursprünglich-spritzigen Genuss, der seit der Einführung der now-Bio-Limonaden 2009 schon so viele Freunde gefunden hat.

Mehr Informationen zum Bio-Pionier Neumarkter Lammsbräu und seinen Getränken finden Sie auf www.lammsbraeu.de.

Kontakt

Dr. Antonia Green
Thomas Pfaff Kommunikation
Höchlstraße 2
D-81675 München

Fon: +49-89-992496-51
Fax: +49-89-992496-53
green@pfaff-kommunikation.de

Neumarkter Lammsbräu nachhaltig erfolgreich

geschrieben von Andreas | 12. Oktober 2017

PRESSEINFORMATION

Neumarkt, 14. Februar 2017 – Neumarkter Lammsbräu legt heute anlässlich der bevorstehenden Biofach-Messe in Nürnberg die wichtigsten Kennziffern des Unternehmens zum Geschäftsjahr 2016 sowie eine Vorschau auf das laufende Jahr 2017 vor.

Auch 2016 war für Lammsbräu ein überaus erfolgreiches Geschäftsjahr. So konnten die Oberpfälzer Bio-Getränke-Pioniere ihren Umsatz innerhalb der vom Unternehmen bei all seinem Wirtschaften immer berücksichtigten und respektierten natürlichen Grenzen im letzten Jahr um 13,2 Prozent auf 23,2 Mio. Euro steigern (2015: 20,5 Mio. Euro). Damit übertrifft Lammsbräu die für die gesamte Bio-Branche ermittelten Zahlen um 3,3 Prozentpunkte.[1]

Die Oberpfälzer Traditionsbrauerei verkaufte im zurückliegenden Geschäftsjahr 206.819 hl Getränke (2015: 193.338 hl) und konnte über alle Sortimente und Produktlinien

Erfolge verzeichnen. Den Absatz beim zuletzt auch mit dem bayerischen Bio-Siegel ausgezeichneten Bier konnte man trotz eines weitestgehend stagnierenden Marktumfeldes[2] 2016 um 9,3 Prozent auf 86.548 hl steigern (2015: 79.199 hl). Auch die alkoholfreien Getränke beeindruckten mit einem Plus von insgesamt 7,2 Prozent und erreichten 2016 115.357 hl Gesamtabatz. Spitzenreiter bei den Zuwächsen im alkoholfreien Bereich war wieder das von der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser zertifizierte Bio-Mineralwasser BioKristall, dessen Absatz um 11,2 Prozent auf jetzt 16.064 hl gesteigert werden konnte (2015: 14.450 hl). Deutlich fiel auch das Plus bei den alkoholfreien Bieren aus, deren Absatz von 49.950 hl im Vorjahr auf 53.377 hl stieg (+6,9 Prozent), während sich die beliebten now-Limonaden mit leichten Zuwächsen bei 32.196 hl (2015: 31.025 hl) auf hohem Niveau stabilisierten.

Dabei wurden 2016 nicht nur wirtschaftlich, sondern auch im Hinblick auf Lammsbräus konsequente Zielsetzung, immer noch umwelt-, ressourcen- und klimaschonender zu produzieren und als Unternehmen insgesamt noch nachhaltiger zu werden, große Fortschritte erzielt. Neben der weiteren Implementierung der Klimastrategie des Unternehmens war eine entscheidende Wegmarke hierfür die Fertigstellung der umfangreichen Bau- und Modernisierungsarbeiten auf dem Brauereigelände. Susanne Horn, Generalbevollmächtigte von Lammsbräu: „Wir waren 2016 in mehrfacher Hinsicht sehr erfolgreich. Zum einen konnten wir auch im zurückliegenden Jahr wieder quer über all unsere Produktlinien neue Kunden gewinnen und für unsere Bio-Getränke und unser absolut nachhaltiges, die Grenzen der Natur immer respektierendes Unternehmenskonzept begeistern. Zum anderen haben wir insbesondere mit dem Abschluss der umfangreichen Bau- und Modernisierungsarbeiten auf unserem Brauereigelände eine wichtige Weiche für eine erfolgreiche Zukunft und Weiterentwicklung unseres Familienunternehmens gestellt.“

Fit für die Zukunft

„Mit den neu errichteten Gär- und Lagerkapazitäten sowie dem

neuen Tunnelpasteur haben wir uns ganz bewusst dafür entschieden, unser bestehendes Brauereigelände in unserer Heimat Neumarkt mit einem Investitionsvolumen von insgesamt rund 12 Mio. Euro konsequent zu modernisieren und effizienter zu gestalten, statt wie sonst üblich irgendwo auf die grüne Wiese zu ziehen und dort zusätzliche Flächen mit Asphalt und Neubauten zu versiegeln. Durch die Konzentration unserer Aktivitäten an einem Standort reduzieren wir außerdem Fahrstrecken und Wege und entlasten so jeden Tag die Umwelt zusätzlich. Die Planung der Gebäude und technischen Anlagen erfolgte dabei natürlich auch vor dem Hintergrund des großen Erfolgs unserer Bio-Getränke. So lag unser Augenmerk auch auf der Verbesserung, Anpassung und zukunftsfähigen Gestaltung von Produktionsabläufen, wobei wir zugleich immer schon Themen wie Energieeffizienz und Umstellung auf nachhaltige Rohstoffe mitgedacht haben. Hierauf können wir in den kommenden Jahren aufbauen“, so Susanne Horn weiter.

„Für das laufende Jahr erwarten wir ein fortgesetztes, allerdings analog zur sich für den gesamten Bio-Bereich abzeichnenden Marktentwicklung etwas moderateres Wachstum als zuletzt. Der Umsatz wird dabei am Jahresende bei rund 25,5 Mio. Euro liegen.“ Dazu werden auch die vier Neuheiten im Limonaden- und Bierbereich beitragen, die Lammsbräu zur Biofach präsentiert. Die Produktpalette umfasst damit im Jahr 2017 40 Getränke (19 Bio-Bierspezialitäten, drei glutenfreie Bio-Spezialgetränke, zwei Bio-Biermischgetränke, 12 Bio-Erfrischungsgetränke und 4 Bio-Mineralwasser-Varianten).

Weitere Informationen zu Neumarkter Lammsbräu finden sich im Internet unter www.lammsbraeu.de.

Kontakt

Dr. Antonia Green
Thomas Pfaff Kommunikation
Höchlstraße 2
D-81675 München

Wasserschutz durch die Förderung des komplett agrochemiefreien Ökolandbaus, um diese Reinheit auch für zukünftige Generationen sicherzustellen. Wir von Demeter unterstützen diesen umfassenden Ansatz und sind uns sicher, dass wir hier gemeinsam viel erreichen werden.“

Dr. Franz Ehrnsperger, Vorsitzender der Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser: „Es freut uns sehr, dass wir bei unserem Engagement für das Wasser ab sofort auch auf die Unterstützung und Expertise des ältesten Bio-Anbauverbands Deutschlands bauen können. Demeter steht seit über neunzig Jahren konsequent für höchste Lebensmittelqualität und eine ganzheitliche, ökologische Wirtschaftsweise, die unsere Lebensgrundlagen erhält und schützt statt sie zu vernichten. Nach Bioland jetzt auch Demeter als Mitglied der Qualitätsgemeinschaft willkommen heißen zu dürfen, zeigt einmal mehr, dass wir mit unserem umfassenden Bio-Mineralwasser-Konzept genau auf dem richtigen Weg sind.“

Über die Qualitätsgemeinschaft Bio-Mineralwasser e.V.

Die Qualitätsgemeinschaft Biomineralwasser e.V. setzt sich seit 2008 ein für einen behutsamen Umgang mit unserem wichtigsten Lebens-Mittel, dem Wasser. Sie wacht über die Richtlinien für das Qualitätssiegel „Bio-Mineralwasser“ und sensibilisiert Branche und Verbraucher für die Problematik der zunehmenden Wasserverschmutzung. Mitglieder der Qualitätsgemeinschaft sind u.a. die Bio-Anbauverbände Bioland und Demeter. Um das Bio-Mineralwasser-Siegel der Qualitätsgemeinschaft zu erlangen, müssen Mineralbrunnen 45 streng gefasste Kriterien erfüllen, die den Verbrauchern ein Höchstmaß an Qualität und Transparenz sowie nachhaltige Produktionsbestimmungen garantieren. Die Richtlinien wurden von unabhängigen Experten erarbeitet und werden laufend an neue wissenschaftliche Erkenntnisse angepasst. Deren Einhaltung überwacht die Biokontrollstelle BCS Öko-Garantie GmbH. Als bundesweit erstes Bio-Mineralwasser wurde bereits 2009 das „BioKristall“ des Bio-Pioniers Neumarkter Lammsbräu

zertifiziert, es folgten Ensinger in Baden-Württemberg (Ensinger Gourmet), Voelkel in Niedersachsen (BioZisch-Limonade) und Lammsbräu (now-Limonade) sowie Gehring-Bunte aus Nordrhein-Westfalen (Christinen Mineralwasser), die PreussenQuelle Rheinsberg (PreussenQuelle, PreussenQuelle Theodor) aus Brandenburg sowie die Johann Spielmann GmbH (Landpark Bio-Quelle) aus Nordrhein-Westfalen. Mehr Informationen über Bio-Mineralwasser finden Sie unter www.bio-mineralwasser.de

Über Demeter e.V.

Demeter steht für Produkte der Biologisch-Dynamischen Wirtschaftsweise. Diese älteste ökologische Form der Landbewirtschaftung geht auf Impulse von Rudolf Steiner zurück, der Anfang des 20. Jahrhunderts auch Waldorfpädagogik und anthroposophische Heilweise initiierte.

In Deutschland wirtschaften rund 1.500 Landwirte mit mehr als 77.800 Hektar Fläche biologisch-dynamisch. Zum Demeter e. V. gehören zudem etwa 330 Demeter-Hersteller und -Verarbeiter sowie Vertragspartner aus dem Naturkost- und Reformwaren-Großhandel. Als internationale Bio-Marke ist Demeter auf allen Kontinenten vertreten. Von Argentinien bis Ungarn wird in rund 60 Ländern von etwa 5.000 Bauern mit rund 170.000 Hektar Fläche nach den konsequenten Demeter-Richtlinien anerkannt biologisch-dynamisch gewirtschaftet. www.demeter.de

Pressekontakt

Dr. Daniel Haussmann
Thomas Pfaff Kommunikation
Höchlstraße 2
D-81675 München

Fon: +49-89-992496-54

Fax: +49-89-992496-53

haussmann@pfaff-kommunikation.de

foodwatch-Marktcheck: Mehr als jeder dritte Apfelsaft enthält “versteckte Tiere”

geschrieben von Andreas | 12. Oktober 2017

Pressemitteilung

- Etwa einer von drei Apfelsäften wird mit tierischer Gelatine geklärt
- Verbraucherinnen und Verbraucher werden darüber im Unklaren gelassen
- foodwatch fordert Kennzeichnungspflicht für tierische Inhalts-, Zusatz- und Hilfsstoffe

Berlin, 29. September 2016. Wer klaren Apfelsaft kauft, kann nicht sicher sein, dass es sich dabei um ein rein pflanzliches Produkt handelt. Bei mehr als jedem dritten Apfelsaft bzw. -nektar (7 von 17) und jeder dritten Apfelschorle (5 von 14) war laut foodwatch-Analyse die Klärung mit tierischer Gelatine nicht ausgeschlossen. Für den Marktcheck hat die Verbraucherorganisation das gesamte Angebot an Hersteller- und Eigenmarken aus drei Filialen von Edeka, Lidl und Rewe berücksichtigt, den drei größten Lebensmitteleinzelhändlern in Deutschland. “Viele Verbraucherinnen und Verbraucher wollen in Bezug auf Lebensmittel tierischen Ursprungs bewusste Kaufentscheidungen treffen – aus welchem Grund auch immer”, sagte Sophie Unger von foodwatch. “Solange aber auf den Flaschen oder Tetrapaks nicht angegeben werden muss, ob mit tierischer Gelatine geklärt wurde, ist eine informierte Kaufentscheidung nicht möglich.”

Dabei machte es grundsätzlich keinen Unterschied, ob der Saft oder die Schorle von einem Markenhersteller kam oder die

Eigenmarke eines Handelskonzerns war: Sowohl der klare Apfelsaft von Albi als auch die Schorlen von Adelholzener, Lichtenauer und Rewes eigene Bioschorle wurden mit Schweine- oder auch Rindergelatine geklärt.

Dass es auch anders geht, zeigen dagegen zum Beispiel Pfanner, Beckers Bester und Valensina. Alle drei Hersteller gaben an, Säfte entweder mechanisch durch Ultrafiltration oder mithilfe pflanzlicher "Gelatine" zu klären. Adelholzener arbeitet nach eigenen Angaben derzeit an einem Projekt um zu testen, ob statt tierischer Gelatine künftig Erbsenprotein verwendet werden kann. Im Allgemeinen wird beim so genannten Schönungsprozess naturtrübem Saft Gelatine zugesetzt, die zusammen mit den anhaftenden Trübstoffen anschließend wieder herausgefiltert wird. Im Endprodukt ist die Gelatine nach Herstellerangaben nicht mehr nachweisbar.

"Auch wenn die Gelatine im Endprodukt nicht mehr enthalten ist, werden Verbraucherinnen und Verbraucher in ihrer Erwartung getäuscht", so Unger. "Denn bei an sich pflanzlichen Produkten – und dazu gehört auch klarer Apfelsaft – geht man selbstverständlich davon aus, dass keine tierischen Inhalts-, Zusatz- oder Hilfsstoffe verwendet wurden. Dabei spielt es auch keine Rolle, ob diese Säfte zusätzlich als 'vegetarisch' bzw. 'vegan' beworben werden."

foodwatch fordert daher eine klare und gut lesbare Kennzeichnungspflicht, wenn tierische Substanzen an irgendeiner Stelle im Produktionsprozess verwendet wurden. Gleiches gilt für Aromen tierischen Ursprungs, die zum Beispiel bei einigen Chipssorten verwendet werden, oder für Farbstoffe, die aus Tieren gewonnen werden. Es sei höchste Zeit, diese gesetzlichen Kennzeichnungslücken zu schließen.

Weiterführende Links:

– foodwatch-Marktcheck "Ein Schweinchen namens Saft": tinyurl.com/Marktcheck-Saft

– Fotos zum Download:

www.verbrauchertauschung-material.foodwatch.de
– E-Mail-Aktion gegen versteckte Tiere:
www.foodwatch.de/aktion-versteckte-tiere

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Sylvie Ahrens

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24

04 76 – 290

***Green Cola: Die Cola-
Innovation für natürlichen
Genuss ohne Reue
#thegreensideofcola – mit
Stevia und fast ohne
Kalorien***

geschrieben von Andreas | 12. Oktober 2017

Nahezu kalorienfrei, mit vielen natürlichen Zutaten und ausschließlich natürlichem Stevia gesüßt präsentiert sich eine absolute Cola-Innovation vermehrt auf dem deutschen Markt: Green Cola. Mit ihr soll nun ein neues ernährungsbewusstes Zeitalter in der Erfrischungsgetränkebranche beginnen – und dies für jedermann!

We dream green!

Green Cola trifft den Zahn der Zeit! Der Trend der letzten Jahre zeigt deutlich, dass Verbraucher immer mehr auf ihre Ernährung achten und Produkte auswählen, die einen natürlichen Charakter vorweisen. Die besondere Zusammensetzung der Zutaten verleiht der Green Cola ein Alleinstellungsmerkmal im Vergleich zu herkömmlichen Cola-Sorten. Mit der Kombination aus natürlichem Stevia und Aromen sowie dem natürlichen Koffein aus grünen Kaffeebohnen verzichtet sie auf Zucker und ist so auch für Menschen mit besonderen Ernährungsbedürfnissen, wie zum Beispiel Diabetiker oder Sportler, sehr gut geeignet.

Obwohl die Green Cola fast ohne Kalorien (nur 0,6 kcal je 100 ml) auskommt, werden beim Genuss keine Abstriche gemacht. Denn mit ihrer lebendigen, frischen Note und der unvergleichbaren natürlichen Süße durch Stevia ist die Green Cola ein erfrischendes Geschmackserlebnis.

- 0% Zucker*
- 0% Aspartame*
- 0% Phosphorsäure*
- 0% Konservierungsstoffe*
- 0% Natrium Cyclamat*
- 0% Acesulfam K*
- Natürliche Aromen*
- Natürliches Koffein aus grünen Kaffeebohnen*
- Natürliche Süßstoffe aus der Stevia-Pflanze*

Stevia anstatt Zucker?

Die Green Cola enthält nur natürliche Aromen, zertifizierte und EFSA-genehmigte Zutaten und insbesondere keine Konservierungsstoffe. Im Vergleich zu anderen Cola-Herstellern wird für die Green Cola ausschließlich das natürliche Süßungsmittel Stevia verwendet. Gewonnen wird das Stevioglycosid aus der Stevia-Pflanze, die ursprünglich aus Lateinamerika stammt. Trotz der hohen Süßkraft ist Stevia der einzige Süßstoff mit null Kalorien, keinen Kohlenhydraten und

ohne glykämischen Index und glykämischer Last. Daher werden dem täglichen Energiebedarf beim Verzehr keine unnötigen Kalorien zugeführt. So steht der Genuss der Green Cola nicht im Gegensatz zu einer kalorien- bewussten und natürlichen Ernährung.

Griechische Cola erobert den deutschen Markt

Seit 2011 ist die Getränke-Innovation im Cola-Segment in Griechenland auf dem Markt. An der Grenzregion Orestiada-Evros wird die jahrzehntelange Philosophie des ersten Produktionsteams der Green Cola Company beibehalten und weitergeführt. Heute ist die Green Cola in Griechenland bereits die Nummer 2 mit einem Anteil von fast 8 Prozent im Cola- und mit über 15 Prozent im Cola Light-Segment. Positiv auf den Start wirkte auch die Übernahme des Getränkeabfüller EPAP S.A., der zuvor der Exklusiv-Abfüller von Coca-Cola war.

Die Kombination aus Tradition und stetiger Entwicklung bilden den Grundstein neuer qualitativer und innovativer Produkte. So konnte es die Green Cola Company mit ihrem Premium-Produkt erstmalig schaffen, als griechischer Getränkehersteller im Erfrischungsgetränke-Segment, eine echte Innovation in der Cola-Kategorie des deutschen LEH, zu landen. Mittlerweile decken die Exporte 10 Prozent des Umsatzes ab, wobei Deutschland derzeit der wichtigste Absatzmarkt ist.

Leonidas Stoikos, CEO:

„Professionalität, Konsistenz, harte Arbeit und die Anpassung an die ständig ändernden Anforderungen der Märkte sind die Gründe für den rasanten Aufstieg von Green Cola.“

Für den deutschen Markt wird die Green Cola in Deutschland produziert, wo auch der Kohlesäuregehalt exakt auf die deutsche Geschmacksempfindung abgestimmt wurde. Ausgeliefert werden die fertigen Produkte von drei Standorten: Nagold, Großkölnbach und Kirchheim. So nutzt Green Cola wertvolle Synergien für hervorragenden Geschmack, der originell und vor allem erfrischend ist.

Übrigens: Die Green Cola ist ausgezeichnet! Sie wurde gerade erst bei den European Business Awards zum NATIONAL CHAMPION 2016/2017 für Griechenland gekürt und so offiziell von einer europaweiten Jury anerkannt und zertifiziert.

Die Green Cola ist in PET-Flaschen (0,5 Liter und 1,5 Liter) sowie in Dosen (0,33 Liter) online unter <http://www.greencolagermany.de/> sowie in ausgewählten Supermärkten erhältlich.

Weitere Informationen könnt ihr auch unter <http://de.greencola.com> finden.

Pressestelle Green Cola

c/o IC AG Public Relations

Anna-Lena Schildt

as@ic-gruppe.com

Tel.: 040 – 899 666 -18

Fax: 040 – 899 666 -99

foodwatch-Marktstudie: Mehr als jedes zweite Erfrischungsgetränk überzuckert – foodwatch fordert Zucker-Abgabe für Getränke-Hersteller

geschrieben von Andreas | 12. Oktober 2017
Pressemitteilung

- Knapp 60 Prozent der untersuchten Erfrischungsgetränke enthalten zu viel Zucker
- Energy Drinks schneiden am schlechtesten ab, aber auch Schorlen sind zuckriger als empfohlen
- foodwatch fordert Zucker-Abgabe für Getränke-Hersteller

Berlin, 24. August 2016. Mehr als jedes zweite "Erfrischungsgetränk" in Deutschland ist überzuckert. Das ist das Ergebnis einer umfassenden Marktstudie der Verbraucherorganisation foodwatch. Demnach enthalten 274 von insgesamt 463 untersuchten Produkten (59 Prozent) mehr als fünf Prozent Zucker. In 171 Produkten (37 Prozent) stecken sogar mehr als acht Prozent Zucker, also sechseinhalb Stück Würfelzucker pro 250ml. Zuckergetränke mit einem Anteil von mehr als fünf Prozent gelten in Großbritannien als überzuckert. Für sie müssen Hersteller ab 2018 eine Abgabe zahlen. Als Anreiz für die Getränke-Industrie, den Zucker zu reduzieren, fordert foodwatch eine ähnliche Regelung auch für Deutschland.

"Erfrischungsgetränke machen nicht frisch, sondern krank. Es ist höchste Zeit, dass die Bundesregierung die Hersteller mit einer Zucker-Abgabe in die Pflicht nimmt: Entweder reduzieren Pepsi, Coke & Co den Zuckergehalt drastisch, oder sie müssen sich an den milliardenschweren Gesundheitskosten beteiligen und Präventionsprogramme finanzieren", erklärte Oliver Huizinga von foodwatch.

foodwatch hat erstmals den deutschen Markt der sogenannten Erfrischungsgetränke umfassend untersucht und dafür alle entsprechenden Produkte aus dem Sortiment der drei größten Handelsketten unter die Lupe genommen. Getestet wurden Limonaden, Energy Drinks, Saftschorlen, Brausen, Eistees, Near-Water-Getränke und Fruchtsaftgetränke. Im Schnitt enthalten die zuckergesüßten Getränke mehr als sechs Stück Würfelzucker je 250ml. Energy Drinks und Limonaden rangieren ganz oben auf der Liste. Der Hersteller PepsiCo schneidet unter den Branchengrößen am schlechtesten ab: Seine

Zuckergetränke enthalten im Schnitt elf Prozent Zucker.

“Flüssiger Zucker in Form von Getränken erhöht das Risiko für Fettleibigkeit, Typ-2-Diabetes und andere Krankheiten”, sagte Prof. Dr. med. Wieland Kiess, Direktor der Klinik für Kinder- und Jugendmedizin, Universitätsklinikum Leipzig, bei der Vorstellung der Studie am Mittwoch in Berlin. “Im internationalen Vergleich ist die Gesundheitspolitik in Deutschland mehr als zaghaf – andere Regierungen gehen die Fettleibigkeits-Epidemie viel konsequenter an.”

Deutschland ist eines der Länder mit dem höchsten Pro-Kopf-Verbrauch an zuckergesüßten Getränken weltweit, mit mehr als 80 Liter pro Jahr. Aktuell sind etwa sechs Millionen Menschen in Deutschland an Typ-2-Diabetes erkrankt. Allein durch Adipositas entstehen in Deutschland jedes Jahr etwa 63 Milliarden Euro Folgekosten.

Die süßesten Limonaden sind “tem’s Root Beer” des Herstellers temetum mit 13,4 Prozent Zucker, gefolgt von “Christinen Lemon” von Teutoburger Mineralbrunnen und “Mountain Dew” von PepsiCo. Das zuckrigste Getränk des gesamten Tests ist der Energy Drink “Rockstar Punched Energy + Guava” (PepsiCo) mit 16 Prozent Zucker – also 78 Gramm bzw. 26 Zuckerwürfeln je 500ml-Dose. Das ist drei Mal so viel, wie die Weltgesundheitsorganisation (WHO) pro Tag empfiehlt – und 50 Prozent mehr als in der gleichen Menge Coca-Cola classic.

Aber auch Saftschorlen enthalten mehr Zucker als empfohlen, darunter die “fritz – spritz Bio – Traubensaftschorle” und die “Bio Shorly Rote Früchte” von Capri Sonne mit jeweils mehr als sieben Prozent. Während die Deutsche Gesellschaft für Ernährung (DGE) empfiehlt, Fruchtsaft und Wasser im Verhältnis 1:3 zu mischen, beträgt das Mischverhältnis bei den meisten getesteten Schorlen 1:1 – was einen höheren Zuckergehalt zur Folge hat. Dass es auch anders geht, zeigt hingegen der Hersteller Bad Liebenwerda mit der “Leichten Schorle Apfel”, in der lediglich 3,3 Prozent Zucker stecken.

Auch unter den vermeintlich gesunden Near-Water-Getränken gibt es Licht und Schatten: Während "Apollinaris Lemon" (Coca-Cola) und Bad Liebenwerda "Spritzig + Citro" keinen Zucker und auch keine Süßstoffe enthalten, stecken in "Active 02 Lemon" und "Active 02 Pfirsich Weißer Tee" mehr als 50 Gramm Zucker in einer 750ml-Flasche.

Lediglich 55 von 463 Getränken im Test sind zuckerfrei. Davon enthalten jedoch 89 Prozent Süßstoffe. Auch süßstoffgesüßte Getränke sind umstritten: Sie tragen zu einer Süßgewöhnung bei, die eine (zuckerreiche) Fehlernährung begünstigt und damit womöglich die Entstehung von Übergewicht und Typ-2-Diabetes fördert.

Neben einer zweckgebundenen Hersteller-Abgabe verlangt foodwatch eine verbraucherfreundliche Nährwertkennzeichnung in Ampelfarben sowie gesetzliche Beschränkungen der an Kinder gerichteten Werbung mit Sportidolen, Comicfiguren oder Spielzeugbeigaben.

Links:

- foodwatch-Marktstudie zum Download: tinyurl.com/getraenke-studie
- Fotostrecke mit Rankings und Produkten: tinyurl.com/foodwatch-download

Redaktionelle Hinweise:

- Faktenblatt zu den Gesundheitsgefahren von Zuckergetränken: tinyurl.com/hpbaoz2
- Infos zur britischen Hersteller-Abgabe für Zuckergetränke: tinyurl.com/jutpbh8

Pressekontakt:

foodwatch e.V.
Dario Sarmadi
E-Mail: presse@foodwatch.de

foodwatch fordert: “Monster Energy” muss Gesundheitswerbung stoppen – EU-Parlament votiert gegen Werbeversprechen auf Energydrinks

geschrieben von Andreas | 12. Oktober 2017
Pressemitteilung – Thema: Energydrinks

Berlin, 08. Juli 2016. Die Verbraucherorganisation foodwatch fordert den Energydrink-Produzenten “Monster Energy” auf, alle Gesundheitsversprechen von den Dosen seiner Energy Drinks zu verbannen. Einen Tag zuvor hatte sich das Europäische Parlament in einer EntschlieÙung gegen die Werbeversprechen für Koffein ausgesprochen und seine Entscheidung mit Gesundheitsgefahren für Kinder und Jugendliche begründet.

“Das Votum des EU-Parlaments ist ein klares Signal an Monster Energy: Gesundheitsbotschaften wie eine ‘höhere Konzentrationsfähigkeit’ oder ‘zur Verringerung von Müdigkeit und Ermüdung’ haben auf den gefährlichen Koffeinbomben nichts zu suchen. Kinder und Jugendliche trinken ohnehin schon zu viele Energydrinks, mit verheerenden gesundheitlichen Folgen. Monster Energy darf diese Entwicklung mit profitablen Werbehinweisen nicht weiter befeuern”, sagte Oliver Huizinga,

Experte für Lebensmittelmarketing bei foodwatch.

Derzeit druckt Monster Energy Gesundheitsversprechen, sogenannte Health Claims, auf "Monster Rehab Lemon", "Monster Rehab Green Tea" und "Monster Absolutely Zero". Monster Energy ist nach Red Bull Deutschlands zweitgrößter Energydrink-Hersteller. Seit Dezember 2012 sind in der EU nur noch zugelassene Gesundheitsversprechen erlaubt; das Zulassungsverfahren für Werbeversprechen zu Koffein hatte sich aufgrund gesundheitlicher Bedenken bislang jedoch verzögert.

Der Beschluss des EU-Parlaments richtet sich gegen ein Vorhaben der EU-Kommission, vier Werbeversprechen für Koffein zu erlauben: Koffein helfe demnach, die "Ausdauerleistung" oder das "Leistungsvermögen" zu steigern, die "Konzentration" zu verbessern oder die "Aufmerksamkeit" zu steigern. Die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) hatte zuvor die Wirkweise von Koffein untersucht und die betroffenen vier Slogans als wissenschaftlich abgesichert bewertet. Die Entschließung des Europäischen Parlaments ist indes verbindlich. Die EU-Kommission muss ihren Vorschlag ändern oder komplett zurückziehen.

Energydrinks werden mit Herzrhythmusstörungen, Krampfanfällen, Nierenversagen und sogar Todesfällen in Verbindung gebracht. Neben foodwatch fordern Experten wie die Gesellschaft der Europäischen Kinderkardiologen, Fachleute der WHO und auch der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) Altersgrenzen für den Verkauf von Energydrinks. Lettland und Litauen haben solche Regelungen kürzlich eingeführt. Das Bundesernährungsministerium lehnt dies jedoch bislang ab – stattdessen hat Minister Christian Schmidt eine steuerfinanzierte, rund 100.000 Euro teure Aufklärungskampagne gestartet, durch die der Konsum von Energydrinks bei Jugendlichen reduziert werden soll.

"Christian Schmidt ist auf dem Holzweg. Jugendliche werden

wohl kaum auf Ernährungstipps der Bundesregierung hören. Lettland und Litauen machen es vor: Minderjährige sollten die gefährliche Wachmacher nicht kaufen dürfen“, erklärte Oliver Huizinga. In Litauen sind die Verkaufszahlen für Energydrinks ein Jahr nach der Einführung der Ab-18-Altersgrenze um acht Prozent eingebrochen.

Durch den süßen Geschmack und das gezielte Marketing sind die Produkte – anders als etwa der ebenfalls stark koffeinhaltige Kaffee – gerade bei Kindern und Jugendlichen beliebt: 68 Prozent der Jugendlichen greifen zu den Energydrinks. Jeder vierte von ihnen trinkt drei oder mehr Dosen auf einmal und überschreitet dadurch die für Erwachsene empfohlene maximale Einzeldosis von 200mg Koffein.

Link:

– E-Mail-Aktion von foodwatch zu Energydrinks:
foodwatch.de/aktion-energydrinks

Redaktionelle Hinweise:

- Produkt-Fotos zum Download
- Pressemeldung des Europaparlaments zum Votum über Energydrinks: tinyurl.com/zgemn3j
- WHO Studie zu Gesundheitsrisiken von Energydrinks:
bit.ly/1sGPj4y

Pressekontakt:

foodwatch e.V.

Dario Sarmadi

E-Mail: presse@foodwatch.de

Tel.: +49 (0)30 / 24 04 76 – 2 90

24. Nachhaltigkeitsbericht: Neumarkter Lammsbräu mit neuen Effizienzbestmarken und 100 Prozent regionalem Bio-Bier

geschrieben von Andreas | 12. Oktober 2017

PRESSEINFORMATION

Neumarkt, 30. Juni 2016 – Die Neumarkter Lammsbräu veröffentlicht heute ihren 24. Nachhaltigkeitsbericht. Auch 2015 hat der Bio-Pionier mit intensivem ökologischem, sozialem, ökonomischem und kulturellem Engagement wieder anspruchsvolle Ziele erreicht.

Weitere Entkopplung von Umsatz und Ressourcenverbrauch

Durch bewussten Umgang mit den eingesetzten Ressourcen und viele technische Optimierungen hat Bio-Pionier Lammsbräu auch 2015 neue Bestmarken beim Ressourcenverbrauch aufgestellt. So konnten die Neumarkter ihren Getränkeausstoß 2015 um rund 9 Prozent auf nun auf 178.385 hl steigern (2014: 163.012 hl). Gleichzeitig benötigte man beim Oberpfälzer Traditionsunternehmens aber nur noch 520 kg Rohstoffe, um einen Hektoliter seiner Getränke herzustellen (2014: 530 kg je hl VG). Der Anteil der Bio-Zutaten lag dabei unverändert bei 100 Prozent. Auch den Stromverbrauch konnte der Bio-Getränkehersteller im vergangenen Jahr ein weiteres Mal senken: Pro Hektoliter Verkaufsgetränk betrug dieser nur noch 12,9 kWh (2014: 13,2 kWh je hl VG). Beim Wärme- (2015: 46,6 kWh je hl VG; 2014: 46,2 kWh je hl VG) und Wassereinsatz (2015/2014: 5,8 hl je hl VG) wurden die niedrigen Verbräuche des Vorjahres auch 2015 bestätigt, während man die bei der Produktion der Getränke anfallende Abfallmenge auf den neuen

Bestwert von 2,7 kg pro Hektoliter Verkaufsgetränk senken konnte (2014: 3,5 kg je hl VG). Dies entspricht einer Reduktion um ganze 23 Prozent.

100 Prozent regionales Bio-Bier

Neben bewusstem Umgang und technischen Verbesserungen spart auch die regionale Beschaffung von Rohstoffen Ressourcen ein: Besonders erfreulich ist es deshalb, dass es Neumarkter Lammsbräu mit der Ernte 2015 erstmals gelungen ist, die Braurohstoffe für ihre Bio-Bierspezialitäten zu 100 Prozent von der eigenen Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe EZÖB zu beziehen. Basis dieses Erfolgs ist Lammsbräus schon über 25 Jahre andauernder Einsatz für die Stärkung der regionalen Wertschöpfung und den umwelt- und ressourcenschonenden Ökolandbau in der Region Oberpfalz/Mittelfranken. Langfristige Verträge, eine nicht an Marktpreise, sondern an die Bedürfnisse der Bauern und die Erfordernisse nachhaltigen Wirtschaftens gekoppelte Bezahlung sowie ein Umgang auf Augenhöhe tragen dazu bei, dass mittlerweile 156 EZÖB-Landwirte über 4000 ha rings um Neumarkt rein ökologisch bewirtschaften und damit auch einen wichtigen Eckpfeiler der Ökomodellregion Neumarkt bilden. Zudem schützt die ökologische Wirtschaftsweise der EZÖB-Bauern auch das Klima: Gegenüber konventionellem Anbau wurden bei der Erzeugung der Bio-Braurohstoffe 263 Tonnen Treibhausgase eingespart; das entspricht der Emissionsmenge von 27 Erdumrundungen mit einem Mittelklassewagen.

Susanne Horn, Generalbevollmächtigte der Neumarkter Lammsbräu: „Auch 2015 haben wir wieder bewiesen, dass man mit einem klaren Plan, der nötigen Veränderungsbereitschaft und einer Portion Durchhaltevermögen viel bewegen kann. Besonders deutlich wird das an unserer Erzeugergemeinschaft für ökologische Braurohstoffe, die seit der Ernte 2015 100 Prozent unserer Bio-Braurohstoffe liefert und deren positives Wirken man in der Region nicht mehr übersehen kann. Aber auch die tollen Ergebnisse in Sachen Ressourceneinsatz zeigen,

dass wir auf dem richtigen Weg sind. Hier wollen wir im laufenden Jahr weiter ansetzen und mit unserer Erfahrung auch dazu beitragen, dass die Biobranche insgesamt noch nachhaltiger wird.“

Nachhaltigkeitsmanagement bei der Neumarkter Lammsbräu

Bereits 1977 hatte die Neumarkter Lammsbräu eigene Umweltsleitlinien entworfen, gemäß denen bis heute produziert wird. 1992 war die Neumarkter Lammsbräu eines der ersten mittelständischen Familienunternehmen, die überhaupt einen Nachhaltigkeitsbericht verfassten. Seitdem ist das Unternehmen für seine umfassenden und ehrlichen Nachhaltigkeitsberichte mehrfach ausgezeichnet worden.

Der Nachhaltigkeitsbericht der Neumarkter Lammsbräu spiegelt den außergewöhnlichen Einsatz aller Mitarbeiter im Sinne der Unternehmensphilosophie wider. In einem ausführlichen Datenteil werden hier die Entwicklungen aller relevanten Produktionsmittel über einen Zeitraum von sechs Jahren analysiert. Der Bericht bewertet außerdem, inwieweit zuletzt gesteckte umweltrelevante, soziale, wirtschaftliche und kulturelle Unternehmensziele erreicht wurden und definiert die nächsten Etappen – und zwar so präzise, dass der Erfolg gemessen werden kann.

Der vollständige Nachhaltigkeitsbericht kann im Internet abgerufen werden unter www.lammsbraeu.de/nachhaltigkeitsbericht.

Weitere Informationen zur Neumarkter Lammsbräu finden sich unter www.lammsbraeu.de

Pressekontakt

Dr. Antonia Green

Thomas Pfaff Kommunikation

Höchlstraße 2

D-81675 München

Fon: +49-89-992496-51

Fax: +49-89-992496-53
green@pfaff-kommunikation.de