

## Messebericht zur Biofach 2026

### Green, but Clean: Transparenz in der Umweltkommunikation

Teilgenommen haben: **Robert Paul Pudelko**, Dienstleistung (Kaufland) | **Marcus Wewer**, Vorstand (Verbraucherzentrale Bremen e.V.) | **Simone Gärtner**, Recht und Internationales (AöL e.V.) | **Larissa Zacke**, Recht und Politik (Bioland e.V.) | **Anne Baumann**, Geschäftsführerin und Vorständin (AöL e.V.)

Die neue EU-Richtlinie Empowering Consumers (EmpCo) soll Greenwashing verhindern, und stellt Unternehmen vor neue Aufgaben.

In der Diskussion wurde deutlich: Bio hat in Deutschland und der EU einen besonderen Status. Die Produktion nach EU-Öko-Verordnung gilt als anerkannte Umwelthöchstleistung und eröffnet Bio-Herstellerinnen und -herstellern grundsätzlich Spielraum für allgemeine Umweltaussagen.

Entscheidend bleibt, dass die Mehrwerte von Bio, weiterhin rechtssicher kommuniziert werden können. Bio-Wachstum braucht Differenzierung.

Kurze Übergangsfristen, die zur Vernichtung verkehrsfähiger Lebensmittel führen, widersprechen den Zielen von Nachhaltigkeit und Ressourcenschutz. Die AöL fordert daher eine praxisnahe und realistische Aufbrauchregelung für bereits produzierte und verpackte Waren.

### Neue Dialogplattform unterstützt bei Bio-Produktion und internationalem Handel

Teilgenommen haben: **Thomas Zebunke**, Stellvertretende Referatsleitung 712 (BMLEH) | **Cornelia Berns**, Abteilungsleiterin (BMLEH) | **Ravi R. Prasad**, Executive Director (IFOAM - Organics International) | **Bernd Schwang**, Referatsleitung 624 (BMLEH) | **Johanna Stumpner**, Referentin für Recht und Internationales (AöL)

Das Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH) stellte eine neue Dialogplattform vor. Diese soll den internationalen Handel für deutsche Akteurinnen und Akteure erleichtern und Marktzugänge in Exportmärkten vereinfachen.

Die AöL begrüßte den Vorschlag, bestehende Netzwerke zu nutzen. Unternehmen brauchen neben einem klaren und verständlichen rechtlichen Rahmen vor allem gute Informationsangebote über bestehende Märkte und mögliche Ansprechpersonen, sowie Beratungs- und Qualifizierungsangebote. In Nicht-EU-Ländern ohne eigene rechtliche Vorgaben für Bio können solche Angebote die lokale Produktion unterstützen und die Bio-Integrität sichern.

Auch innerhalb der EU können gerade kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) von einer Beratung zu internationalen Handelsfragen profitieren. Damit die Dialogplattform für Unternehmen eine gute Unterstützung ist, reichen schon niedrigschwellige Angebote. Auch Kooperationsmöglichkeiten für KMU zu schaffen wäre hilfreich.

## Wie politisch muss Bio sein?

Teilgenommen haben: **Dr. Mathias Fiedler**, Geschäftsführer (Forum Fairer Handel e.V.), **Jette Ladiges**, Geschäftsführerin (El Puente GmbH) | **Jonas Lorenz**, Referent für Grundsatzfragen (Forum Fairer Handel e.V.), **Carolin Schaar**, Marketing Lead Growth & Outreach (gebana ag) | **Johanna Stumpner**, Referentin für Recht und Internationales (AöL e.V.)

Zum Thema, wie politisch Bio ist, sein darf oder sein sollte, beteuerten die teilnehmenden Unternehmen der Diskussion: das Einstehen für Grundsatzwerte hat im Vordergrund zu sein, auch wenn es wirtschaftliche Herausforderungen mit sich bringt.

Die AöL brachte eine weitere Perspektive ein: „Politisch sein“ kann vielfältig aussehen und muss nicht gleich nach außen am Produkt kommuniziert sein. Auch die inneren Werte des Unternehmens stärken, Dialogräume für Mitarbeitende schaffen sowie Demokratie im eigenen Unternehmen voranbringen sind Möglichkeiten, sich politisch zu engagieren.

Ob die Biobranche politischer sein muss, muss jedes Unternehmen für sich selbst beantworten. Die Grundwerte von Bio tragen diverse politische Themen in sich: Ökologie, Gesundheit, Gerechtigkeit und Fairness. Vielleicht ist schon Bio zu produzieren in sich ein politisches Statement?

Die Runde stellte fest, dass besonders die Unternehmen, die sich ihrer eigenen Werte ganz klar sind, diesen treu bleiben und diese Werte leben, auch erfolgreich am Markt bestehen.

## Rückstände in Bio-Lebensmitteln: Wer trägt die Verantwortung?

Teilgenommen haben: **Norbert Fuchsbauer**, European Affairs Manager Food Safety (HiPP GmbH & Co Vertrieb KG) | **Christine Gonzalez Serrano**, Organic certification expert (Martin Bauer GmbH & Co KG) | **Christian Novak**, Leiter Bereich Kontrollen EU-Öko-Verordnung (Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft) | **Juan Carlos Pérez Montero**, EOCC Vicepresident (European Organic Certifiers Council) | **Aurora Abad**, Secretary General (OPTA Europe)

Auf europäischer Ebene beteiligte sich die AöL an einer Diskussion zu den politischen Konsequenzen des EFSA-Berichts „Findings of not authorised substances in food and feed certified as organic“, der im Juni 2025 veröffentlicht wurde.

Unter dem Titel „Who is footing the pollution bill?“ diskutierten Expertinnen und Experten, welche Schlüsse aus den vorliegenden Befunden zu nicht zugelassenen Substanzen in Bio-Lebensmitteln gezogen werden müssen und wie die EU-Gesetzgebung evidenzbasiert weiterentwickelt werden kann.

Deutlich wurde dabei der Bedarf an harmonisierten Regelungen und Qualifizierung des Personals entlang der ganzen Kontrollkette. Zudem kann durch eine Verbesserung der Datengrundlage die Ursachen von Kontaminationen besser verstanden und schneller festgestellt werden. Das verhindert, dass Bio-Betriebe vorschnell für Rückstände verantwortlich gemacht werden, die außerhalb ihres Einflussbereichs liegen.

Der jetzige Umgang mit Verdachtsfällen, insbesondere auf Basis von positiven Analysenbefunden, verursacht ein kaum kalkulierbares unternehmerisches Risiko und schwächt die Wirtschaftlichkeit von Bio-Unternehmen.

## Agroökologie und Bio: KonsumentInnen brauchen Verlässlichkeit

Teilgenommen haben: **Dr. Alexander Beck**, Geschäftsführer (AöL e.V.) | **Markus Arbenz**, Senior Consultant (FiBL) | **Dr. Toralf Richter**, Senior Consultant (FiBL) | **Prof. Dr. Katrin Zander**, Professur für Lebensmittelmarketing (Universität Kassel)

Agroökologie gewinnt international an politischer und gesellschaftlicher Bedeutung. Anders als Bio ist Agroökologie jedoch nicht über verbindliche Standards, Zertifizierung oder Kennzeichnung im Markt verankert.

Aus Sicht der AöL brauchen Verbraucherinnen und Verbraucher Orientierung, gerade in Zeiten wachsender Begriffsvielfalt. Bio gibt diese Orientierung durch rechtlich abgesicherte Standards und hohe Wiedererkennbarkeit. Agroökologie kann wichtige Impulse für die Weiterentwicklung von Landwirtschaft und Ernährung liefern. Für eine funktionierende Marktkommunikation bleibt jedoch entscheidend, dass Begriffe verständlich, überprüfbar und voneinander abgrenzbar bleiben.

## Klimastrategien entlang der Wertschöpfungskette

Teilgenommen haben: **Pia Kissinger**, Nachhaltigkeit (AöL e.V.) | **Gisbert Braun**, Nachhaltigkeitsmanager (MB-Holding) | **Axel Lämmermann** (Biohof Lämmermann)

Die Hauptlast zum Erreichen von Klimazielen wird heute bis an das Ende der Wertschöpfungskette durchgereicht. Denn der Großteil des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks fällt in der Landwirtschaft an. Doch ist es richtig, dass die Landwirte diese alleine tragen?

Der AöL-Workshop zeigte: Handel, Verarbeitung und Landwirtschaft müssen zusammenarbeiten. Wenn Fortschritte erreicht werden sollen, müssen gemeinsam Klimaziele vereinbart, über Maßnahmen gesprochen und diese gemeinsam finanziert werden.

Erste wichtige Themen liegen bereits auf dem Tisch: Das Datenmanagement muss neu überdacht und Finanzierungen besprochen werden. Die Komplexität von Maßnahmen muss in den Blick genommen werden. Dabei darf es nicht nur um absolute CO<sub>2</sub>-Reduktion gehen. Es braucht multifunktionale Perspektiven wie ökologische Landwirtschaft, die zeigt, dass auch Biodiversität, Humusaufbau, Kreislaufwirtschaft und CO wichtige Steuerungsinstrumente beim Klimaschutz sind.

## Im Spannungsfeld zwischen Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit

Teilgenommen haben: **Anne Baumann**, Geschäftsführerin und Vorständin (AöL e.V.) | **Rosalie Dorn**, Geschäftsführerin (Rapunzel) | **Arlend Huober**, Geschäftsführer (Huober Brezel) | **Friedemann Wecker**, Geschäftsführer (Bauck)

Zunehmend wurde die Frage diskutiert, wie Wirtschaftswachstum sinnvoll und nachhaltig gestaltet werden kann und was es braucht, um nach innen im Unternehmen und nach außen hin die richtigen Impulse zu setzen.

Ein Aufruf hin zu mehr Ehrlichkeit und Selbstreflektion war Thema: „Braucht es mein Produkt tatsächlich, um diese Welt ein Stück besser zu machen oder was kann ich als Unternehmen zu einer Gesellschaft wirklich beitragen?“

Das Gespräch hat gezeigt, dass Unternehmerinnen und Unternehmer ihre Aufgabe hier sehr ernst nehmen und sich bewusst bewegen im Spannungsfeld zwischen Wirtschaftlichkeit und Nachhaltigkeit.

Grünes Wachstum ist keinesfalls überholt, sondern muss immer wieder neu ausgerichtet werden. Gerade in einer volatilen Welt zeigt sich, wie wichtig es ist, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit zusammenzudenken.

## Altbacken war gestern: Bio im Kontext von Planetary Health kommunizieren

Teilgenommen haben: **Anne Baumann**, Geschäftsführerin und Vorständin (AöL e.V.) | **Alexander Bauer**, Geschäftsführer (Purvegan) | **Philipp Thiel**, Vertriebs- und Marketingleiter (ÖMA Beer) | **Wolfgang Ahammer**, Geschäftsführer (VFI Oils) | **Jens Brehl**, Freier Journalist (Über bio)

Beim Panel wurde deutlich, dass die AöL-Unternehmen Planetary Health als Teil von Bio begreifen, dass der Schutz der planetaren Grenzen und das urökologische Prinzip „gesunder Boden – gesunde Pflanze – gesundes Tier – gesunder Mensch“ für ökologische Akteurinnen und Akteure selbstverständlich sein sollte. Dass eine Entwicklung der Gesellschaft hin zu einer Planeten- und Menschengesundheit einer Ernährungswende bedarf, und dass sich ökologisch ausgerichtete Landwirte und Unternehmen weiterentwickeln müssen.

Die Unternehmen sehen es als ihre Aufgabe, die Menschen bei ihren Themen dort abzuholen, wo sie tatsächlich stehen und den Weg hin zu Planetary Health gemeinsam zu gehen.

## Gemeinsam die NextGen stärken

Teilgenommen haben: **Carolin Grellner** (djoon foods) | **Sebastian Knoll** (NürnbergMesse Group) | **Simone Gärtner** (AöL e.V.) | **Giulia Vogel** (Büro Lebensmittelkunde und Qualität GmbH)

Die Erwartungen junger Talente in der Bio-Branche verändern sich. Die NextGen sucht Sinnhaftigkeit, klare Haltung, wertschätzende Führung und Lernmöglichkeiten auf Augenhöhe. In einem Netzwerktreffen tauschte sich die AöL mit Vertreterinnen der NextGen und Personalentwicklern über zukunftsfähige Arbeitsmodelle aus.

## Presseverantwortliche aus der Bio-Branche im Gespräch

Teilgenommen haben: **Mitglieder des AöL-Presseclubs** | **Journalistinnen und Journalisten** | **Isabell Gerr**, Leiterin Öffentlichkeitsarbeit (AöL e.V.) | **Anna Wimmer**, Öffentlichkeitsarbeit und Presse (AöL e.V.)

Die AöL veranstaltete einen Austausch mit Journalistinnen und Redakteuren. Beim Meet & Greet des AöL-Presseclubs kamen Presseverantwortliche mit Bio-Unternehmen ins Gespräch, um über Klimaschutz, fairen Handel und ganzheitliche Gesundheit zu diskutieren. Denn Bio hat Antworten auf aktuelle Ernährungsfragen und diese müssen sichtbar werden. **Mehr dazu in unserer Pressemitteilung**

**Für nähere Einblicke und weitere Bilder wenden Sie sich an uns, wir vermitteln Sie an die jeweiligen Sprecherinnen und Sprecher.**

---

#### **Bilder zu den Veranstaltungen**

**Organic Reception** | Credit: AöL

**Umweltkommunikation** | Credit: Regina Weber (Bioland)

**BMLEH Dialogplattform** | Credit: Thomas Czierpka (IFOAM OI)

**Wie politisch muss Bio sein?** | Credit: Jonas Lorenz (Forum Fairer Handel)

**Klimastrategien** | Credit: Neumarkter Lammsbräu

**Spannungsfeld zwischen Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit** | Credit: Nürnberg Messe, BIOFACH

**Planetary Health kommunizieren** | Credit: AöL

**Next Gen** | Credit: Nürnberg Messe, BIOFACH

**Presse Meet & Greet** | Credit: AöL

---

#### **Pressekontakt**

Anna Wimmer | Anne Baumann

Assoziation ökologischer Lebensmittelherstellerinnen und -hersteller e.V.

Untere Badergasse 8 | 97769 Bad Brückenau | Tel: +49 9741 93332 – 17 / – 24

[anna.wimmer@aoel.org](mailto:anna.wimmer@aoel.org) | [anne.baumann@aoel.org](mailto:anne.baumann@aoel.org) | [www.aoel.org](http://www.aoel.org)