



## Über Sinn und Zweck von Bio-Gütesiegeln – Erfolgreiche Podiumsdiskussion von new ethics

Unter dem Motto „Konsumethik setzt Zeichen“ lud new ethics am 22. Februar 2008 im Rahmen der BioFach/Vivaness 2008 – der Weltleitmesse für Bio-Produkte - zu einer hochkarätig besetzten Podiumsdiskussion nach Nürnberg ein. Mehr als 150 Teilnehmer folgten der Einladung der beiden Geschäftsführer von new ethics – Klaus Fasold und Rainer Plum. Unter Leitung der TV-Moderatorin Anouschka Horn (Bayerischer Rundfunk) setzten sich Dr. Tanja Busse (Redakteurin WDR), Professor Dr. Franz-Theo Gottwald (Vorstandsmitglied der Schweisfurth-Stiftung), Martin Rombach (Geschäftsführer Prüfverein Verarbeitung ökologischer Landbauprodukte e.V. und wissenschaftlicher Beirat des BNN), Luise Rauschmayer (Theologin und aktives Mitglied vom Sozialforum München und attac München) sowie Professor Nico Stehr (Karl-Mannheim-Lehrstuhl für Kulturwissenschaften Zeppelin University) und Ulrich Walter (Geschäftsführer Ulrich Walter GmbH (Lebensbaum)) gemeinsam mit den beiden Geschäftsführern von new ethics mit Fragen rund um das Thema Konsumethik auseinander.



In ihrem Eröffnungsvortrag wiesen Klaus Fasold und Rainer Plum zunächst auf die seit mehr als drei Jahrzehnten erfolgreiche Entwicklung und die besonderen Verdienste der Naturkostbranche und deren Pioniere hin. Darüber hinaus wurde die aktuelle Situation des „Bio-Marktes“ dargestellt: Scheinbar jeder will heute bio, öko und/oder nachhaltig sind. Eine Mehrheit der Kunden wünscht sich ethisch korrekte Produkte. Daraus ergeben sich für ganzheitlich orientierte Öko-Unternehmen große Chancen, um sich vom Wettbewerb zu differenzieren.



Die sich daraus ergebenden Schritte, die der ökologische Fachhandel unternehmen sollte, um weiterhin erfolgreich arbeiten zu können und welche Unterstützung die Marketingplattform new ethics mit ihren Modulen wie Internetportal, Keep-the-world Foundation und ethische Unternehmens- und Markenentwicklung dafür anbieten kann, rundeten den Einführungsvortrag ab.

Als erster Hersteller nahm Stefan Voelkel, Geschäftsführer der Voelkel Fruchtsaft GmbH, für seine beiden Produkte Bio-Zisch Bitter Lemon und Natur Orange das new ethics Premium-Gütesiegel entgegen. Damit werden Produkte von Unternehmen ausgezeichnet, deren Denken und Handeln schon heute durch Ethik, Verantwortung, Fairness und Transparenz bestimmt wird. Stefan Voelkel wies in seiner kurzen Ansprache auf die Bedeutung eines ganzheitlichen unternehmerischen Denkens hin, das nicht auf kurzfristige wirtschaftliche Erfolge, sondern auf eine langfristige und nachhaltige Entwicklung ausgerichtet ist.



Im ersten Teil der Podiumsdiskussion standen Fragen im Mittelpunkt, die sich mit Themen wie „Ist in Zukunft noch Bio drin, wo Bio draufsteht?“, „Drohen der Branche früher oder später Skandale durch die negativen Folgen des Bio-Booms?“ oder „Müssen wir bald zwischen Bio-Premium und Bio-Light differenzieren?“ beschäftigten.



Hierzu konnte Martin Rombach, Geschäftsführer Prüfverein Verarbeitung ökologische Landbauprodukte e.V., Karlsruhe sowie wissenschaftlicher Beirat des Bundesverbandes Naturkost und Naturwaren (BNN), anschaulich darstellen, dass es weltweit keine Produkte gibt, die so sicher und geprüft sind wie Bio-Lebensmittel und – Rohstoffe Tanja Busse, Journalistin und Buchautorin von „Die Einkaufsrevolution. Konsumenten entdecken ihre Macht“ und Luise Rauschmayer, Theologin und aktives Mitglied von attac München, konnten ihrerseits vermitteln, dass die Veränderungen im

Konsumverhalten die Produzenten verstärkt zu Transparenz und ökologisch nachhaltigem Handeln auffordern.

Professor Nico Stehr, Karl-Mannheim-Lehrstuhl für Kulturwissenschaften Zeppelin University, Friedrichshafen, wies darauf hin, dass sich in den letzten Jahrzehnten eine gesellschaftliche Veränderung hin zu einer „Moralisierung der Märkte“ wissenschaftlich nachweisen lässt.

Der zweite Diskussionsabschnitt kreiste um Themen wie „Haben es Bio-Premium-Hersteller verschlafen, ihre Marke zu pflegen und bewusst als Premium herauszustellen?“ oder „Braucht Bio heute ein klares Bekenntnis zu Ethik und Moral und damit verbunden ökologische, soziale und ethische Prinzipien?“. Ulrich Walter, Geschäftsführer Lebensbaum, konnte überzeugend darstellen, dass die Vorreiter unter den ökologischen Herstellern und Händlern ihre Hausaufgaben inhaltlich sehr wohl gut gemacht haben. Da es sich hierbei jedoch zumeist um



kleine und mittelständische Unternehmen handelt, stehen sie aber erst am Anfang, diese für die Branche selbstverständlichen Qualitäten intensiver zu kommunizieren.

Professor Dr. Franz-Theo Gottwald, Vorstandsmitglied der Schweisfurth-Stiftung, München, wies daraufhin, dass ethisch korrektes Unternehmertum heute mehr denn je im Brennpunkt des öffentlichen Interesses steht und somit zur Werteentwicklung der Gesellschaft maßgeblich beitragen kann und auch sollte.

Abschließend bejahten Rainer Plum und Klaus Fasold die Frage, dass new ethics diesen Wertewandel positiv beeinflussen kann. Darüber hinaus betonten sie, dass neben den klassischen Medien auch den modernen, interaktiven Medien, wie beispielsweise dem Marketingportal new ethics, eine einflussreiche Bedeutung zukommt.

Fragen aus dem Publikum zur Vernetzung von new ethics mit anderen Initiativen, wie beispielsweise dem Pestizid Aktions Netzwerk e.V. oder „Save our Seeds“ und der Anregung von Luise Rauschmayer, sich intensiv mit der Bewegung der Sozialforen zu verbinden, beantworteten die new ethics-Macher mit einem klaren „machen wir sehr gerne“ und warben dabei für eine aktive Unterstützung ihrer Initiative.



### **Über new ethics GmbH & Co.KG**

new ethics ([www.new-ethics.com](http://www.new-ethics.com)) ist eine Marketingplattform mit verschiedenen Modulen wie z. B. der Internetplattform für Konsumethik. Als unabhängiges Informationsportal bietet new ethics zentrale Informationen für Verbraucher und Unternehmen. Unter den Rubriken „Essen & Trinken“, „Mode“, „Kosmetik“, „Reisen“ sowie „Wohnen & Leben“ berichtet die neue Internetplattform über die neuesten Trends und Entwicklungen sowie über Unternehmen und deren Aktivitäten, die sich zur Einhaltung strenger ethischer, sozialer und ökologischer Regeln verpflichten. new ethics verbindet Produktkriterien (z.B. Biozertifizierung, kontrollierte Naturkosmetik, ökologische Naturtextilstandards GOTS etc.) mit Unternehmenskriterien – das Ganze Branchen übergreifend.

#### Weitere Informationen:

Klaus Fasold, Rainer Plum - new ethics GmbH & Co. KG  
Perchtinger Straße 8-10, 81379 München  
Tel.: 089 – 74 73 44 – 40, Fax: 089 – 74 73 44 - 10  
E-Mail: [k.fasold@new-ethics.com](mailto:k.fasold@new-ethics.com); [r.plum@new-ethics.com](mailto:r.plum@new-ethics.com)