



Direktvermarkter-Infoblitz  
Nr. 08/2010

**Bioland**  
BERATUNG

Bioland Beratung

Stefan Rettner (sr)  
Tel.: 09337/9800-31  
Fax: 09337/9800-32  
Email: srettner@bioland-beratung.de

Termine:

Di 7.09.2010

## Rindfleisch in der Direktvermarktung – Optimierungsmöglichkeiten und Austausch

Beginn: 9:30 Uhr

Merzhäuserstr.1, 34628 Willingshausen, Gerhard-von-Reutern Haus (Ortmitte Willingshausen).

Referent: Stefan Rettner, Bioland Beratung.

Informationen und Anmeldung unter: info@bioland-mitte.de

Mi 20.10.2010

## Praktikertag – Marktstand unter der Lupe

Beginn: 9:30 Uhr

Kumpfmühler Str. 61, 93051 Regensburg, Pizzeria Valentino

Marktstandcheck an Hand einer Checkliste auf dem Wochenmarkt zu Sortiment, Präsentation, Werbung und Preisgestaltung. In Gruppenarbeit werden die Stärken der Marktstände herausgefunden und Verbesserungsmöglichkeiten entwickelt. Kennzahlen zu Kosten, Arbeitseffektivität und Gewinn eines Marktstandes ergänzen das Programm.

Informationen und Anmeldung bei Stefan Rettner unter Tel: 09337-980031 oder srettner@bioland-beratung.de.

## 100 Prozent Bio für Kinder – Preiswerte Angebote sind möglich

Und es geht doch. Eltern beschäftigen sich automatisch mit der Frage, was das eigene Kind wohl in Kindergarten oder Schule zu Essen bekommt. Wahrscheinlich hat auch jede Mutter schon einmal den Vorschlag gehört, das gemeinsame Mittagessen in der entsprechenden Einrichtung auf Bio-Lebensmittel umzustellen. Geschätzte 99 Prozent werden auch die Antwort gehört haben: „Geht nicht und ist zu teuer“. Viele Initiativen haben in den letzten Jahren das Gegenteil bewiesen und einen immer höheren Anteil Bio-Komponenten in die tägliche Mahlzeit eingebaut. Dass sogar die ganze so genannte Außer-Haus-Verpflegung auf Bio-Lebensmittel umgestellt werden kann, scheint wohl eine Frage des Engagements. So hat zum Beispiel die Münchner Initiative „Bio für Kinder“ gerade ein vierjähriges Projekt äußerst positiv bilanziert. Mittels einer Anschubfinanzierung von Patenunternehmen ist es gelungen, insgesamt 28 Einrichtungen komplett auf Bio umzustellen. Dabei spielte das Verpflegungssystem keine Rolle. Von selbst kochenden Eltern über eigene Küchenteams bis zu externen Caterern war alles vertreten. Die Kostensteigerungen hielten sich in sehr überschaubaren Grenzen: Die Hauptmahlzeit kostete pro Kind durchschnittlich nur 24 Cent mehr im Vergleich zur konventionellen Verpflegung. Wichtig ist dabei, dass sich die Einrichtungen mittlerweile selber tragen und nicht mehr abhängig von Sponsoren sind. Das Geheimnis der geringen Mehrkosten lag laut der Initiatoren in der Verbesserung des Küchenmanagements: Systematisches Einkaufen, weniger Fleisch, die Erstellung langfristiger Speisepläne, saisonales Kochen oder das Zurückgreifen auf Bio-Produkte aus der Region spielten eine entscheidende Rolle. Weitere Informationen: [www.schuleplussessen.de](http://www.schuleplussessen.de), [www.bio-fuer-kinder.de](http://www.bio-fuer-kinder.de), Vernetzungsstellen Schulverpflegung des jeweiligen Bundeslandes  
(Quelle: aid)

## Welche Geliermittel sind Bioland-konform?

Gesine Bettaque, Mitarbeiterin bei Bioland im Bereich Produkt und Markt hat Informationen zum Thema Bio(land)-konforme Geliermittel gesammelt und aufbereitet. Nachfolgend die Ergebnisse ihrer Recherche: Richtliniengemäß sind danach:

Das **Arche Fruchtgel Bio**. Es besteht aus nicht ammiertem Apfel-Pektin E 440 (i) – entscheidend ist das "i" – plus Bio-Stärke als Trägerstoff. Dieses Produkt enthält keine künstliche Zitronensäure E 330, die bei Bioland für Fruchtaufstriche/Konfitüren/Gelees nicht zugelassen ist und wurde von der Fa. Arche Naturprodukte GmbH gerade neu entwickelt. Das bisherige, nicht Bioland-konforme Arche Fruchtgel, mit Zitronensäure E 330, soll aus dem Naturkosthandel ganz verschwinden bzw. bereits verschwunden sein. Weitere Infos unter [www.arche-naturkueche.de](http://www.arche-naturkueche.de).

Der **Bio-Vita-Gelierzucker**, bestehend aus nicht ammiertem Pektin E 440 (i) und Bio-Rohrohrzucker. Die Fa Biovita empfiehlt zwar bedarfsweise die Zugabe von künstlicher Biovita-Zitronensäure. Dies ist aber für die Herstellung von Bioland-Produkten nicht zulässig.

Der **Naturata-Gelierzucker**. ebenfalls bestehend aus nicht ammiertem Pektin E 440 (i) und Bio-Rohrohrzucker. Infos bei Naturata AG, 71711 Murr an der Murr.

Das **Konfigel** der Fa. Runge, zu dem man im Internet eine Seite findet, ist zwar Bio-konform, aber nicht Bioland-konform, weil es Weinsäure E 335 enthält.

## **Änderungen im nationalen Lebensmittelhygienerecht**

### **Bergkäseereien**

Die Ende Mai veröffentlichte und in Kraft getretene erste Änderungs-Verordnung zur Durchführung des EU-Lebensmittelhygienerechts enthält Regelungen für die Anwendung in Deutschland. Dabei geht es darum, vor allem kleinen und mittleren Unternehmen die Wettbewerbsbedingungen zu erleichtern.

So gelten für Bergkäseereien Ausnahmen von den allgemeinen Hygienevorschriften bei der Herstellung von Hart- und Schnittkäse. Diese müssen durch Eigenkontrollen sicher stellen, dass die erzeugten Lebensmittel nicht mit Abwässern in Berührung kommen. Zudem muss das verwendete Wasser einmal jährlich auf seine Trinkwasserqualität hin untersucht werden. Des Weiteren ist die Rohmilch optisch zu kontrollieren und die Zellzahl mittels Schalmtest zu prüfen.

Hausschlachtungen, Trichinenschau, Kennzeichnung aufgetauter Produkte

Weitere Erleichterungen betreffen die Schlachttieruntersuchungen bei reinen Hausschlachtungen nur für den Eigenverbrauch, sowie die Trichinenschau bei erlegten Wildtieren.

Zudem muss gefrorenes und dann aufgetautes Fleisch auch dann die Angabe „aufgetaut“ enthalten, wenn es lose abgegeben wird. Bisher war diese Angabe nur für abgepackte Lebensmittel erforderlich.

Quelle: aid, Ernährung im Fokus 10-07

## **Mailingaktionen und Kundenbriefe – Ablauf und Kosten über Post oder Dienstleister**

Viele Direktvermarkter setzen als wichtiges Mittel zur Kundenbindung die direkte Kundenansprache ein. Am besten kann das im Laden oder auf dem Wochenmarkt gelingen. Doch viele Kunden kommen nur sporadisch oder erhalten am Verkaufsort nicht alle Informationen zum Betrieb. Kundenbriefe erreichen dagegen alle Kunden. Darin können Sie Informationen zum Betrieb, aktuelle Aktionen und Veranstaltungen, sowie Produkt-Angebote mit Bestellformular verschicken. Doch so ein Kundenbrief ist aufwändig. Erst sitzen Sie tagelang, um einen interessanten Inhalt zu erstellen, dann fahren Sie in die Stadt zum Copy-Shop. Anschließend muss der Brief gefaltet und in Briefumschläge gesteckt werden. Schließlich stempeln Sie die Umschläge mit dem Freimachungsvermerk der Post, um das Ganze als Infobrief zur Post zu bringen. Es gibt auch Alternativen!

Die Post bietet unter [www.mailingfactory.de](http://www.mailingfactory.de) das Vervielfältigen, Falten, Eintüten und Frankieren für 15 Cent pro Seite an. Bei 300 Kundenbriefen entspricht dies einem Gesamtpreis von 45.- Euro. Es gibt aber auch viele kleinere und regionale Copy-Shops oder Druckereien, die diesen Service deutlich günstiger anbieten. Eine kleine Recherche im Raum Würzburg ergab, dass die Preise für die oben genannte Dienstleistung bei 9 bis 12 Cent pro Seite liegen. Dies entspricht bei 300 Kundenbriefen 27.- bis 36.- Euro. Bei über 500 Briefen wird die Dienstleistung nochmals um 1 Cent pro Stück günstiger angeboten.

Dazu kommen dann noch die Portogebühren von 35 Cent pro Brief als Infobrief.

Voraussetzung, um diesen Dienst in Anspruch zu nehmen ist die Erstellung des Kundenbriefes als Serienbrief in Word, sowie eine Liste der Adressaten in Excel. Wer Schwierigkeiten mit der Erstellung eines Serienbriefes hat, kann auch dies in vielen Fällen für einen Aufpreis von 5.- bis 10.- Euro an den Dienstleister abgeben.

Wichtig ist dann noch, die Qualität zu prüfen. Kommen auch wirklich alle Briefe richtig an? Dazu geben Sie Ihre eigene Adresse ebenfalls in der Excel-Datei an und erhalten so ein Exemplar. Außerdem sollten Sie immer wieder Ihre Kunden fragen, ob der Kundenbrief angekommen ist und wie er ihnen gefallen hat. Dadurch erhalten Sie Rückmeldungen die Sie für die weitere Optimierung Ihres Angebotes und Ihres Kundenbriefes nutzen können.