



Christine Gärtner vom Bundesverband der Naturkostläden, hier mit Geschäftsführer Markus Maaß, kontrollierte gestern alle Produkte im „Keimblatt“. Am Ende gibt es für das Geschäft ein Zertifikat. Foto: P. Binder

„bio“ drin – wo „bio“ draufsteht

Innenstadt. Die Hirse hat es und das Mehl sowieso. Auf dem Pudding prangt es – genau wie auf den Stiften. . . Das Bio-Siegel ist im Naturkostfachgeschäft „Keimblatt“ am Fischmarkt 25 tausendfach zu entdecken. Aber ist auch „bio“ drin, wo „bio“ draufsteht?

Christine Gärtner vom Bundesverband Naturkost Naturwaren Einzelhandel e. V. ging gestern dieser Frage mit einer Sortimentskontrolle nach. Die 52-jährige Frau aus dem Allgäu nahm dazu sämtliche Produkte unter die Lupe. Viele kennt sie aus ihrer langjährigen Tätigkeit beim Verband, andere, speziell die regionalen Waren, musste sie gezielt untersuchen. Da frischer Käse, das Gemü-

se, Fleisch oder Brot über keine Aufkleber verfügen, „muss ich ganz genau den Warenfluss überprüfen, lasse mir die Ökozertifikate der Lieferanten zeigen und sehe deren Zutatenlisten durch“, erklärte Christine Gärtner. Die Öko-Expertin, die selbst seit 25 Jahren nur noch „bio“ verbraucht, hatte im Naturkostladen kaum Anlass zur Kritik. „Lediglich über einige nichtbiologische Teesorten müssen wir reden“, äußerte sie zum Geschäftsführer Markus Maaß (36). Es handele sich um Reformhaus-Produkte, die als konventionelle Ware gekennzeichnet werden müssten. Ansonsten hielt die Kontrolleurin viel Lob parat: „Ein super Ange-

bot, breites Sortiment, vor allem viel Frische“, urteilte sie über den Laden, der seit gut einem Jahr Mitglied im Bundesverband ist. Da sich heutzutage fast alles „bio“ nennen dürfe, „sind wir an einer qualifizierten Zertifizierung interessiert“, so Maaß. Verbandsmitglieder unterzögen sich deshalb freiwillig einer regelmäßigen Kontrolle ihrer Produkte – im „Keimblatt“ übrigens bis zu 5000 – je nach Saison. „Rund 30 Prozent des Sortiments stammt aus der Region“, so der Geschäftsführer, „Keimblatt“ erwirtschaftete mit diesen Produkten 40 Prozent des Umsatzes. Ein Siegel am Eingang versichert nun: Hier ist „bio“ drin, wo „bio“ draufsteht. P. H.