

Inhalt

.....

SCHWERPUNKT ETHISCHES WIRTSCHAFTEN

- 12** EINFÜHRUNG
Naturgemäß fair
Die Biobranche steht für ökologisches, solidarisches und faires Wirtschaften. Zugleich sieht sie sich mehr und mehr mit einem globalisierten Wettbewerbsmarkt konfrontiert. Bleibt die Branche ihren Werten dennoch treu?
- 15** GERECHTE PREISE
Biomilch aus Bauernhand
Bio, regional und fair: Mit einem außergewöhnlichen Konzept schaffen es die in der Upländer Molkerei zusammengeschlossenen Biobetriebe, sich seit 25 Jahren gegen die großen Milchproduzenten zu behaupten.
- 18** HANDELSPRAKTIKEN
Transformation auf ganzer Linie!
Erzeugung, Verarbeitung und Handel bilden ein riesiges Machtgefüge. Damit darin die kleinen Partner gegenüber den großen Playern bestehen können, braucht es vor allem für den Ökosektor klare und faire Regeln.
- 21** VERBÄNDE
Ein soziales Versprechen
Fairness haben sich fast alle Bioverbände auf die Fahne geschrieben. Wir haben bei fünf Verbänden nachgefragt, wie sie das Gerechtigkeitsprinzip entlang der Wertschöpfungskette konkret umsetzen.
- 25** SOLIDARISCHE LANDWIRTSCHAFT
Entgegen der Logik des Markts
Eine bäuerliche Landwirtschaft, die gesunde Nahrungsmittel erzeugt und dabei die Natur- und Kulturlandschaft pflegt: Die Solidarische Landwirtschaft vereint all diese Aspekte und trotzt damit dem globalen Markt.
- 28** GEMEINWOHL-ÖKONOMIE
Ein Wirtschaftsmodell mit Zukunft
Die Gemeinwohl-Ökonomie ist eine Reformbewegung, die die Marktwirtschaft in Einklang mit demokratischen Verfassungswerten bringen möchte. Dabei geht es um Werte wie Gerechtigkeit, Solidarität und Nachhaltigkeit.
- 29** GEMEINWOHL-ÖKONOMIE
Gemeinwohl-Bilanz in der Praxis
Bereits 800 Unternehmen haben sich der Gemeinwohl-Ökonomie angeschlossen. Wir haben drei Ökopioniere gefragt, wie sie das Konzept im Betrieb umsetzen.
- 32** VERANTWORTUNGSEIGENTUM
Unternehmen, die sich selbst gehören
Verantwortungseigentum ist eine alternative Unternehmensform. In der Biobranche gibt es Beispiele, die diesen Weg eingeschlagen haben.

Jahresinhaltsverzeichnis Ö&L 2021:
kurzlink.de/oel/inhaltsverz-2021

THEMEN

GRUND & BODEN

- 34 KUNSTSTOFF IM ACKER**
Kleines Plastik, große Wirkung?
Mikroplastik ist auch in der Landwirtschaft ein Problem. Was bedeutet dies für unsere Böden und was sind die Folgen für Umwelt, Mensch und Tier?
- 37 KUNSTSTOFF IM ACKER**
Mehr Messungen wagen
Wie viel Plastik findet sich tatsächlich auf den Feldern? Wie lässt sich die Menge bestimmen und woher kommen die Einträge eigentlich? Ein Blick auf eine neue Messmethode.

PFLANZENBAU & TIERHALTUNG

- 38 GEMISCHTE TIERBESTÄNDE**
Stark durch Vielfalt
Eine vielfältige Pflanzenproduktion ist robuster als spezialisierte Systeme. Lässt sich dieses Erkenntnis auch auf Tierhaltungsbetriebe übertragen?
- 41 NATURNAHE BEWEIDUNG**
Biodiversität, Grünland und Rindfleisch
Naturnah gehaltene Rinder auf der Weide bringen Artenvielfalt ins Grünland. Doch die Rechnung geht nur auf, wenn der Fleischkonsum mitgedacht wird.

LEBENSMITTEL & KONSUM

- 44 KOMMUNIKATION**
„Biowerbung muss glaubwürdig sein“
Wer aus der Nische herauswachsen will, muss auch sichtbar werden, betont Marketingexpertin Beate Gebhardt. Ein Gespräch über den Wandel der Biowerbung.
- 46 REGIONALES BIORINDFLEISCH**
Wertschöpfung vor Ort stärken
Regionales Biorindfleisch von der Weide kann gut in der Gemeinschaftsverpflegung abgesetzt werden.
- 49 GEMEINSCHAFTSVERPFLEGUNG**
Revolutioniert die Kantinen!
Valentin Thurn ist sich sicher: Die Bürger*innen und die Einrichtungen vor Ort haben die Zügel in der Hand, um eine Ernährungswende zu etablieren.

RUBRIKEN

- 3** EDITORIAL
6 IN KÜRZE
9 PERSONALIA
50 GRÜNER NACHWUCHS
51 AUS DEN INSTITUTIONEN
56 LITERATUR
58 VORSCHAU & IMPRESSUM