

# Inhalt

## SCHWERPUNKT KOMMUNIKATION

- 12** **EINFÜHRUNG**  
**Die Kraft der ehrlichen Werbung**  
Bio wird nicht nur auf Blumenwiesen von hübschen Bäuerinnen produziert, wie es die Werbung oft darstellt. Mit ehrlicher und transparenter Kommunikation kann die Branche für mehr Akzeptanz und Bekanntheit sorgen.
- 15** **PR IM ÖKOSEKTOR**  
**„Die Biobranche darf sich ruhig mehr zutrauen“**  
Die PR-Frau Imke Sturm erklärt im Interview, was das Besondere an der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Ökosektor ist und warum der Branche eine zugespitzte Kommunikation hier und da guttun würde.
- 18** **MIT SPRACHE ÜBERZEUGEN**  
**Sprechen wir Bio?**  
Auch die positivsten Fakten lassen sich nur überzeugend vermitteln, wenn der sprachliche Rahmen passt. Joyce Moewius erklärt, was das für die Biobranche und ihre Kommunikation bedeutet.
- 21** **PRESSEPROFIS ERZÄHLEN**  
**„Wer hoch sitzt, kann auch tief fallen“**  
Die Biobranche stellt an sich hohe Ansprüche. Läuft etwas nicht optimal, ist eine feinfühligere Öffentlichkeitsarbeit wichtig. Wir haben Presseprofis zu ihrer Arbeit befragt.
- 24** **BIO UND MARKETING**  
**Das gute Gefühl ansprechen**  
Ökokampagnen können die Transformation zum nachhaltigen Ernährungssystem fördern – durch die gezielte Kommunikation eines guten Lebens und nachhaltiger Angebote im Lebensmittelbereich.
- 27** **SOZIALE MEDIEN**  
**In Kontakt auf allen Kanälen?**  
Über Soziale Medien können Hersteller\*innen leicht mit Kund\*innen in Kontakt treten und ihr Profil schärfen. Die Biobranche hinkt hier meist noch hinterher.



27



24



37

Zum Titelbild

© T. Alföldi/FiBL

Videoshooting mit Kuh: FiBL-Bioakteure zeigen authentische Bilder aus der Vielfalt der landwirtschaftlichen Praxis.

**Jahresinhaltsverzeichnis Ö&L 2020:**  
[kurzlink.de/oel/inhaltsverz-2020](https://kurzlink.de/oel/inhaltsverz-2020)



## THEMEN

### PFLANZENBAU & TIERHALTUNG

**30 ERNÄHRUNGSÖKOLOGIE**  
**Milch *und* Fleisch in den Einkaufskorb!**  
 Biogrünland kann nur mit Ökorinderzucht funktionieren. Der Konsum von Rindfleisch ist daher notwendig, um Glaubwürdigkeit und Zukunftsfähigkeit des Biolandbaus zu bewahren, so Ulrich Mück.

**33 ÖKOWEINMARKT**  
**Biowein auf Wachstumskurs**  
 Biowein gehört mittlerweile zum guten Ton der Qualitätswinzer\*innen. Ein Blick auf den Markt zeigt: Der ökologische Weinbau nimmt an Fahrt auf!

### POLITIK & GESELLSCHAFT

**37 RUSSISCHER BIOMARKT**  
**Newcomer im Osten**  
 Der Biomarkt der Russischen Föderation steckt noch in den Kinderschuhen. Doch allmählich fassen die Konsument\*innen im In- und Ausland Vertrauen.

**40 FAIRNESS IN DER BIOBRANCHE**  
**Gute Arbeitsbedingungen aktiv mitgestalten**  
 Bio steht auch für soziale Gerechtigkeit – die bei der Arbeit in der Branche oft fehlt. Katharina Varelmann fordert die Betroffenen auf, das Heft selbst in die Hand zu nehmen.

### NATUR & UMWELT

**42 SCHUTZ DER ARTENVIELFALT**  
**Ein gesellschaftliches Umdenken ist nötig**  
 Die „Krefeld-Studie“ über das Insektensterben hatte 2017 aufgerüttelt. Und wie steht es heute um die Artenvielfalt in der Agrarlandschaft? Eine Stellungnahme der Leopoldina bescheinigt: Die Lage ist ernst.

### FORSCHUNG & BILDUNG

**45 NEUE GENTECHNIK**  
**Nobelpreis für die Büchse der Pandora**  
 Jüngst wurde die Methode der Genschere CRISPR/Cas ausgezeichnet. Christoph Then mahnt, bei aller Euphorie die damit verbundenen Risiken nicht aus dem Blick zu verlieren.

**48 EIP-AGRI-PROJEKTE IM KURZPORTRÄT**  
**Gefördert für die Zukunft**  
 Die Europäische Innovationspartnerschaft EIP-Agri unterstützt innovative Nachhaltigkeitsprojekte aus der Land- und Forstwirtschaft. Wir stellen einige dieser Projekte vor.



## RUBRIKEN

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