

# BioHandel

**BH+** | Roadtrip durch Deutschland

**Bioland will mit Bio-Mobil „noch mehr Lust auf Bio“ machen**

**Der Anbauverband tourt seit Montag durch Deutschland. Das Ziel: Bio auf unterschiedliche Weise erlebbar – und damit zum neuen Normal machen. Drei Jahre lang ist Bioland auf Achse.**



© Bioland

Das „Bio-Mobil“ im ausgeklappten Zustand: 18 Städte in drei Jahren.

Wie bekommt man Bio aus der Nische in die Breite? Und am Ende auf einen Anteil von 30 Prozent, wie es die Bundesregierung als Plan ausgerufen hat? Darüber sprachen am Montag auf einer Bioland-Pressekonferenz der Präsident des Anbauverbands, Jan Plagge, Wissenschaftler Professor Jan Niessen, Werner Ebert, Geschäftsführer des Biostädte-Netzwerks und Verena Kindinger, Projektkoordinatorin des EU-Projekts „Grenzenlos Regional – Bio in Europa“.

Ihre Antworten: Bio muss zur Normalität werden. Wie das geht? Unter anderem so: Ganz viel über Bio reden, Bildungsarbeit bieten, niedrigschwellige Angebote machen, Veranstaltungen in Läden und Exkursionen zu Bio-Betrieben organisieren – und alles so praxisnah wie möglich.

Genau dafür soll seit dieser Woche das „Bio-Mobil“ sorgen. Es ist das Herzstück der Kampagne „Grenzenlos regional – Bio in Europa“, die in den kommenden drei Jahren durch 18 insbesondere mittelgroße Städte in Deutschland ziehen wird. Am Montag startete die von Bioland initiierte Roadshow in Augsburg.

„Bio soll auf unterschiedliche Weise erlebbar werden“, sagte Projektkoordinatorin Verena Kindinger. Der Fokus solle dabei auf bio und regional liegen. Denn besonders Regionalität eigne sich als Zugang zum Thema. Laut Bioland-Präsident Jan Plagge sei es das große Ziel der Kampagne, die „besonderen Leistungen für Natur, Umwelt, Klima und Menschen“ in den kommenden drei Jahren noch transparenter zu machen.

## **„Das Bio-Mobil ist so etwas wie das interaktive Klassenzimmer für unsere Kampagne.“**

**Verena Kindinger, Projektkoordinatorin**

Kernpunkte der Kommunikation sind die Steigerung des Bekanntheitsgrades des EU-Bio-Siegels sowie die Vermittlung von Wissen über dessen Bedeutung und die Vorgaben aus der EU-Öko-Verordnung, die jeder Bio-Betrieb einhalten muss. Das alles werde am Bio-Mobil vermittelt – durch Aktionen, auf Plakaten, in Broschüren, Erklärfilmen und Gesprächen, teilte der Anbauverband mit.

Darüber hinaus seien unter anderem Messeauftritte, Verköstigungen in Lebensmittelläden sowie Schul- und andere pädagogische Projekte geplant. Auch auf verschiedenen Höfen wollen die Bio-Aufklärer Station machen und dort den Verbrauchenden mit Führungen, Workshops und Hoffesten „noch mehr Lust auf Bio“ machen.

„Das Bio-Mobil ist so etwas wie das interaktive Klassenzimmer für unsere Kampagne“, so Kindinger. „Wir wollen nicht als Marktschreier auftreten, sondern die Infos anschaulich und mit viel Spaß vermitteln.“

Das von der EU geförderte Projekt hat ein Gesamtvolumen von 5,8 Millionen Euro. Davon stehen 3,6 Millionen Euro Bioland für die Umsetzung des Projektes in Deutschland zur Verfügung. Die weiteren 2,2 Millionen Euro nutzt der italienische Projektpartner Bioland Südtirol für eine leicht zeitversetzt startende Roadshow durch 15 italienische Städte. *(mis)*

## **Weitere Infos**

Alle Infos zum Projekt, den Aktionen und weiteren Stationen des Bio-Mobils finden sich, regelmäßig aktualisiert, auf **regionalbio.eu** und den Social-Media Kanälen Instagram, Facebook, YouTube mit dem Namen „regionalbio“.

## **Auch interessant:**