



## Über Sinn und Zweck von Bio-Gütesiegeln – Erfolgreiche Podiumsdiskussion von new ethics

Unter dem Motto „Konsumethik setzt Zeichen“ lud new ethics am 22. Februar 2008 im Rahmen der BioFach/Vivaness 2008 – der Weltleitmesse für Bio-Produkte - zu einer hochkarätig besetzten Podiumsdiskussion nach Nürnberg ein. Mehr als 150 Teilnehmer folgten der Einladung der beiden Geschäftsführer von new ethics – Klaus Fasold und Rainer Plum. Unter Leitung der TV-Moderatorin Anouschka Horn (Bayerischer Rundfunk) setzten sich namhafte Personen aus Wirtschaft und Wissenschaft mit Fragen rund um das Thema Konsumethik auseinander.



Außerdem nahm Stefan Voelkel, Geschäftsführer der Voelkel Fruchtsaft GmbH, als erster Hersteller überhaupt für seine beiden Produkte Bio-Zisch Bitter Lemon und Natur Orange das new ethics Premium-Gütesiegel entgegen. Damit werden Produkte von Unternehmen ausgezeichnet, deren Denken und Handeln schon heute durch Ethik, Verantwortung, Fairness und Transparenz bestimmt wird.

Während der Podiumsdiskussion standen Fragen im Mittelpunkt, die sich mit Themen wie „Ist in Zukunft noch Bio drin, wo Bio draufsteht?“, „Drohen der Branche früher oder später Skandale durch die negativen Folgen des Bio-Booms?“ oder „Müssen wir bald zwischen Bio-Premium und Bio-Light differenzieren?“ beschäftigten. Hier kam klar zum

Ausdruck, dass es weltweit keine besser und sicher geprüfteren Produkte wie Bio-Lebensmittel und –Rohstoffe gibt. Darüber hinaus wurde deutlich, dass aufgrund des veränderten Konsumverhaltens die Produzenten verstärkt zu Transparenz und ökologisch nachhaltigem Handeln aufgefordert werden.



Die Vorreiter unter den ökologischen Herstellern und Händlern in Deutschland haben ihre Hausaufgaben inhaltlich bisher sehr gut gemacht. Da es sich hierbei jedoch zumeist um kleine und mittelständische Unternehmen handelt, stehen sie aber erst am Anfang, diese für die Branche selbstverständlichen Qualitäten intensiver zu kommunizieren.

new ethics kann diese Hersteller und Händler dabei unterstützen, diesen Wertewandel positiv zu beeinflussen. Neben den klassischen Medien werden zukünftig die modernen, interaktiven Medien, wie beispielsweise das Marketingportal new ethics, immer mehr Bedeutung erlangen. Es versteht sich daher von selbst, dass sich new ethics zukünftig auch um eine intensivere Vernetzung mit anderen Initiativen, wie beispielsweise dem Pestizid Aktions Netzwerk e.V. oder „Save our Seeds“ oder der Bewegung der Sozialforen beschäftigen wird.

### **Über new ethics GmbH & Co.KG**

new ethics ([www.new-ethics.com](http://www.new-ethics.com)) ist eine Marketingplattform mit verschiedenen Modulen wie z. B. der Internetplattform für Konsumethik. Als unabhängiges Informationsportal bietet new ethics zentrale Informationen für Verbraucher und Unternehmen. Unter den Rubriken „Essen & Trinken“, „Mode“, „Kosmetik“, „Reisen“ sowie „Wohnen & Leben“ berichtet die neue Internetplattform über die neuesten Trends und Entwicklungen sowie über Unternehmen und deren Aktivitäten, die sich zur Einhaltung strenger ethischer, sozialer und ökologischer Regeln verpflichten. new ethics verbindet Produktkriterien (z.B. Biozertifizierung, kontrollierte Naturkosmetik, ökologische Naturtextilstandards GOTS etc.) mit Unternehmenskriterien – das Ganze Branchen übergreifend.