

INHALT

- 9 Vorwort** (Univ.-Doz. Dr. Peter Weish)
- 11 Der Bio-Boom und wer davon profitiert** – Eine Einführung
Bio boomt – im Supermarkt • Bio™: Markenzeichen Bio? • Die Bio™-Protagonisten • Reality Check! – Darum geht's in diesem Buch
- 15 Wie ich zum Ökolandbau kam** – Ein persönlicher Rückblick
Kindheitserinnerungen • Das große Wachsen • Aufwachen • Ich wurde Bio-Konsument • Und ich wurde Bio-Insider
- 23 Der Bio™-Pionier und das »traditionelle Bäckerhandwerk«** – Als ich zum ersten Mal hinter die Bio-Kulissen der Supermärkte blickte
Der Ursprungsbäcker • Hofer kehrt »zurück zum Ursprung« – auch bei Bio-Brot • Lokalausweis beim »Ursprungsbäcker« • Alles aus einer Hand • Bilanz für Bio-Brot von Zurück zum Ursprung • Bio-Brot aus dem Tiefkühlfach? Ja, natürlich! • Als ich doch noch auf Bäckerhandwerk stieß
- 35 Das große Gackern im Todeskarussell** – Von »überglücklichen Hühnern« und anderen gackernden Werbefantasien
Lebende Ware • Der Geflügelproduktionszyklus • Wie Bio™-Küken das Licht der Welt erblicken • Bio-Bauernhof oder Hühnerfabrik? • Auslauf ins Freie! Oder doch nicht? • Ein Wort zum Ei • Endstation Bio™: Das Todeskarussell • Bio-Tech im Hühnerstall • Bio™-Werbeillusionen rund ums Geflügel
- 65 Mogelpackung Bio™** – Werbung oder Täuschung?
Bio-Food Inc. • Besuch in einer Bio™-Werbeschmiede • Bio™ – das Geschäft mit den Emotionen • Das Gehirn als eigentlicher Adressat der Werbung • Die DINKS, die LOHAS und wie man sie sich angelt • Entscheidend ist, wer spricht
- 78 Information oder noch mehr mogeln?** – Greenwash am Bio™-Massenmarkt
Grüngewaschen! • Wasser- und Klimaschutz als Markenzeichen? • Biodiversität als Marketing-Tool? • Der ökologische Fußabdruck – ein gänzlich anderes Konzept • Der Regionalitätsschmäh • Natur*pur und die »biologische Ursprungsgarantie«

- 96 Cyborgs in der Bio-Branche – Von Obst- und Gemüse Giganten**
»Heute fliegen die Erntehelfer aber tief!« • »Das Schlimmste ist die Menge« • Gigantismus auch bei Bio™-Obst und Bio™-Gemüse
- 106 Vom Schweigen der Lämmer – ... und Schweine und Rinder**
Bio™-Bolzenschüsse • Das *Ja! Natürlich*-Schweinderl, die Kuh Yvonne und ihre vergessenen Artgenossen • Von Kräuterweiden, auf denen Milch und Honig fließen • Gegen die Begriffsverwirrung • Die Milchstraßen des Bio™-Universums
- 123 Die Geschichte des Ökolandbaus – Eine Idee breitet sich aus**
An der stählernen Eisenbahn • Die lange Tradition des Ökolandbaus • Die Siebziger und Achtziger: Ökolandbau goes public • Greening Goliaths: Der Einstieg der »Großen«
- 133 Ökolandbau in den falschen Händen? – Wie konventionelle Konzerne die Bio-Idee verändern**
Von Wölfen in Schafspelzen • Tagebucheintrag • Bio™ als Wachstumsstrategie • Bio Light am Massenmarkt: Das Gesetz macht's möglich • Erste Worte aus der Öko-Nische
- 150 Von echten Bio-Pionieren – Wofür der ökologische Landbau eigentlich stehen sollte**
Der Ökolandbau als das gänzlich Andere • Biokulturelle Diversität • Die Anti-EHEC-Strategie: Von der Monokultur zum Agrarökosystem • Je direkter, desto besser! • Im Namen der Lämmer gegen den Zwang des Wachsens oder Weichens • Die Goldene Königin und das Grüne Zebra
- 183 Der Weg zum aktiven Bio-Konsumenten – Was Sie tun können, um den Ökolandbau mitzugestalten**
Der Supermarkt als Wahllokal? • Multiplying Davids • Demokratie beim Lebensmittelkauf! • Werden wir alle zu Adbustern!
- 192 Rede und Antwort! – Die brennendsten Fragen an den Autor**
- 201 Danksagung**
- 203 Anmerkungen**
- 207 Lust auf mehr? – Bücher, die zum Thema passen**
- 208 Wer und Wo? – Ansprechpartner und ihre Adressen**