

Ein Tattoo für Obst und Gemüse

Natural Branding

Im Supermarkt ist Obst und Gemüse aus ökologischem Anbau häufig in Plastikfolie eingeschweißt, während konventionelle Ware lose in den Regalen liegt. Das ist für viele Konsumenten unverständlich, da gerade der Ökolandbau für Ziele wie Nachhaltigkeit und Umweltschutz steht. Der Grund ist ganz praktischer Natur: Ökologische und konventionelle Ware dürfen im Geschäft nicht vertauscht werden. Da ein einfaches Klebeetikett schnell abfallen kann, wird die Ware mit der geringeren Stückzahl, nämlich Bio-Obst und Bio-Gemüse, verpackt und gekennzeichnet.

„Natural Branding“ („natürliches Markieren“) ist eine umweltfreundlichere Methode zur individuellen Kennzeichnung von Obst und Gemüse. Das Bio-Symbol wird mit einem hochauflösenden Laser direkt auf die Frucht „tätowiert“. Das Verfahren ist von Bio-Zertifizierungsstellen genehmigt und für unbedenklich erklärt worden. Mit einer komplexen Software stellt sich der Laser auf die Eigenheiten der jeweiligen Frucht in Form, Farbe, Größe und Konsistenz ein. Die obersten Schalenpigmente werden abgetragen und ein Logo oder Schriftzug in die Schale geprägt. Die „tätowierte“ Stelle kann mit der Schale entfernt oder mitgegessen werden. Außerdem werden beim „Natural Branding“ keine chemischen Zusätze, Kleb- und Farbstoffe verwendet.

Einige große deutsche Supermärkte testen Obst und Gemüse mit der neuen Kennzeichnung oder haben sie bereits im Sortiment. Bio-Gurken und Bio-Ingwer, aber auch ökologisch hergestellte Mangos, Kokosnüsse, Melonen, Kürbisse, Süßkartoffeln, Avocados und Zitronen tragen das Laser-Tattoo. Dabei werden Kunststoffverpackungen und Etiketten eingespart. Die Zukunft wird zeigen, ob sich das neue Kennzeichen für Bio-Früchte etabliert und auch für konventionelles Obst und Gemüse eine attraktive Lösung ist – wirtschaftlich und ökologisch.