



arteFakt

# auskünfte

arteFakt – Handelsagentur für Erzeuger-Verbraucher-Ideen • Am Bogen 5, 27412 Wilstedt • Telefon 04283.981317 • www.artefakt.eu

Frühjahrs-Auskünfte Nr. 21

Olivenölkampagne 2021

## EDITORIAL



Mathias Fiedler

### Konsumgenossenschaften nicht (ganz) verschwunden und immer noch modern

Die Konsumgenossenschaften in Deutschland sind als eigenständige Lebensmitteleinzelhandelskette so gut wie verschwunden, aber die Idee, die dahintersteckt, lebt weiter und ist immer noch aktuell. Geboren wurde die Idee 1844 in Großbritannien, nahe Manchester, sie verbreitete sich in Deutschland schnell: In der Weimarer Zeit hatten die Konsumgenossenschaften in Deutschland ihre Blütezeit, bis sie von den Nazis verfolgt und zerstört wurden. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurden im Westen die meisten Konsumgenossenschaften in Aktiengesellschaften umgewandelt und waren bis Ende der 80er Jahre als COOP aktiv. Im Osten waren sie bis zur Wende ein wichtiger Bestandteil der Versorgung der Menschen in der DDR. Nach der Wende überlebten leider viele der 128 Genossenschaften den Transformationsprozess nicht, so dass in Ost und West von den traditionellen Konsumgenossenschaften heute nur noch wenige tätig sind.

Derzeit finden wir die Idee in ca. 400 Dorfläden wieder, die von den Bürgern im ländlichen Raum betrieben werden. Aber auch auf anderen Feldern, zum Beispiel bei der Energielieferung, sind Konsumgenossenschaften anzutreffen (Greenpeace Energy eG oder Bremer Energiehaus eG). Ebenso gehören Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften dazu, wie die Bewegung der Solidarischen Landwirtschaft. Immer dort, wo Menschen einen Bedarf haben, der vom Markt nicht (oder nicht in der gewünschten Qualität) gedeckt wird, bieten sich Genossenschaften an. Sie stellen den Nutzen der Mitglieder in den Vordergrund und nicht das Gewinnstreben. ...

Fortsetzung auf Seite 3

## Neu – das Olivenöl No.8



(v.L.) Roberta di Luigi, Vater Antonio Tini, Vincenzo Tini

Über die letzten drei Jahre erkundeten wir mit Vincenzo Tini und Roberta di Luigi das mögliche Profil und Potenzial einer Terroir-Qualität für die Oliven, die in ihrer Region angebaut werden, darunter die autochthone Sorte „Dritta“, die wir als *Olivenöl special* bisher im Angebot hatten. Die Weiterbildungstage aller Oliviers, für die Roberta und Vincenzo im Sommer 2019 die Gastgeber waren, ergaben eine gute Gelegenheit, das auch in großer Runde zu diskutieren. Im Ergebnis wird der kantig-rauen und grünen Fruchtigkeit der *Dritta* die weichere *Leccino* mit floraler Fruchtigkeit und mit zurückhaltenden Bitter- und Schärfenoten an die Seite gestellt, so dass sich die jeweiligen Stärken bestens in einem Cuvée harmonisch in Einklang bringen. Dieses Cuvée übernehmen wir jetzt dauerhaft in unser Standardangebot, und es erhält daher eine Nummer als *Olivenöl No.8*. Damit steht es für die beiden Oliviers und das Terroir der Region *Teramo* in den Abruzzen und bereichert mit seinem eigenständigen Charakter die Vielfalt unserer Welt der Olive.

## Genossenschaft – ein Generationenvertrag

Die Gründung von arteFakt war vor 25 Jahren sehr viel einfacher, als die Unternehmung in eine Genossenschaft zu überführen. Es bedurfte dazu lediglich einer Gewerbeanmeldung. Jetzt galt es, mehrere Prüfverfahren zu durchlaufen, was die Begleitung verschiedener Fachleute erforderte. Damals wie heute ist das Spannende einer Gründung die Zeit davor, wenn Ideen sprudeln und sich noch frei im Raum der Utopie bewegen können, bis sie nach vielen Diskussionen zu einem Kompromiss des Machbaren ausgeformt werden. Für eine Genossenschaft manifestiert sich der Kompromiss von Erstrebttem und Machbarem in ihrer Satzung. Eine Präambel haben wir ihr vorangestellt, in der die Utopie, die Herausforderungen und das Machbare für die vor uns liegende Zeit zusammengefasst sind. Hier in Auszügen daraus:

Die Tätigkeiten der Genossenschaft gründen sich auf solidarische Kooperation von Erzeugern und Erzeugerinnen und Verbrauchern und

Verbraucherinnen. Sie sind getragen vom Grundsatz des nachhaltigen Wirtschaftens, insbesondere vom Konzept Solidarische Landwirtschaft. Nachhaltiges Wirtschaften wird als Einheit von fairem Wirtschaften (Ökonomie), Umweltschutz und -sorge (Ökologie) und sozialer Gerechtigkeit verstanden. Nachhaltiges Wirtschaften schließt die Ausrichtung des Handelns an ethisch begründete Normen und der Orientierung an ästhetischen Maßstäben ein.

Mit der Auswahl der Kooperationspartner und -partnerinnen werden insbesondere die Modernisierung der Manufakturtradition in Landwirtschaft und Produktion und der Erhalt von kleinen und mittleren Familienunternehmen zur Weitergabe an die nachfolgenden Generationen für eine extensive Wirtschaftsweise gefördert.

Unabhängigbar zählt dazu die Förderung des Erhalts und der Pflege von Kulturlandschaften unter besonderer Berücksichtigung der Rückgewinnung ökologischer Infor-

mationen für ein Leben und Wirtschaften im Einklang mit der Natur sowie dem Erhalt der natürlichen Arten- und Sortenvielfalt und ihrer wirksamen Beiträge gegen den Klimawandel, ..... Der Klimawandel ist die zentrale Herausforderung, dem nicht mehr allein durch einzelwirtschaftliches Handeln entgegenwirken werden kann. Zur Befähigung substanzieller Beiträge gegen den Klimawandel wird in der Genossenschaft ein „Generationen-Zukunfts- und Klimafonds“ aufgebaut, dem dafür jährlich mindestens 30% des Gewinns zugeführt werden sollen.

Mit geeigneten Projekten werden daraus Modellvorhaben zum Rück- und Umbau für ökologische- und Klimaziele unterstützt: – zur Konversion der konventionellen zur extensiven ökologischen Landwirtschaft; – für ein aktives Bodenleben mit der Speicherfähigkeit für Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) und Wasser; – zur Abwehr der Klimaschäden und zur Gewinnung von Einflüssen auf regionales Binnenklima.

... wir laden Sie herzlich ein, diese Ziele mit einer Mitgliedschaft zu unterstützen und zu fördern.



Wegen des geringen Ertrages nahm Aleksandra Vekić im letzten Jahr auch Oliven von dem kleinen Hain eines Nachbarn mit auf, der zwar auch biologisch anbaut, aber die Zertifizierung rechnet sich nicht für ihn. In diesem Jahr sind im *Mate special* nur ihre eigenen Oliven von Aleksandra, daher trägt es wieder das Biozeichen.

Auch das gesamte Angebot des Olivenöls No.13 von José Gálvez ist jetzt erstmals Bio-zertifiziert, und die Kooperative Eleonas kommt mit ihrer Umstellung aus der integrierten Landwirtschaft voran, so dass ihr Olivenöl No.27 in der 3 Liter-Bag-in-Box jetzt Bio-zertifiziert ist, siehe auch Seite 4.

## Hofladen in Wilstedt in neuem Gewand



Der Ausfall aller Veranstaltungen für unsere Begegnungen hat im letzten Jahr die Frequentierung des kleinen Hofladens in unserem Bürohaus in Wilstedt sprunghaft ansteigen lassen. Die Sommerpause hatten wir dann für die Erweiterung und Neugestaltung genutzt. In den Mittelpunkt ist jetzt eine Olivenöl-Bar gerückt, an der entspannt alle Olivenöle und auch weitere Produkte vor einer Entscheidung gekostet werden können.



Auch die Öffnungszeiten haben wir über die Bürozeiten hinaus erweitert: jetzt von Mo.-Fr. von 8.30 bis 18.00 Uhr und am Sonnabend von 10.00 - 14.00 Uhr; Mai bis Oktober von 12.00 – 18.00 Uhr.

# Die Olivenöle 2021

arteFakt SELECTION



## Olivenöl No.2 Sizilien

Noch einmal früher als im letzten Jahr reiften die Oliven, so dass wir dieses Olivenöl von Gunther & Klaus Di Giovanna schon zu Weihnachten anbieten konnten. Es ist geprägt von grünen Noten frisch geschnittener Ziergräser mit Anklängen von Artischocke und grüner Bananenschale, mit nur zurückhaltender Bitternote aber spitzer Schärfe, die jedoch harmonisch eingebunden ist. Es zählt mit zu den eleganten Olivenölen für die feine Küche.



## Olivenöl No.3 Kalabrien

Angela, der Müllerin unter den Geschwistern Librandi, ist wieder ein gut ausbalanciertes Olivenöl für die feine und liebevolle Küche gelungen. Die grünen Aromen feiner Gräser werden von Staudensellerie und ein wenig grüner Mandel begleitet, mit gut eingebundener Schärfe und angenehmer Bitternote.



## Olivenöl No.9 Toskana

Adriano März bleibt sich treu und bietet wieder ein sehr kantiges und etwas wildes Olivenöl, das dennoch gut ausbalanciert ist. Ausdrucksstarke, kräftige grüne Aromen von Wiesengräsern, die schnell in die Nase steigen, und pfeffrige und bittere Noten, die zunächst in den Vordergrund treten, dann aber im Nachgang von langanhaltenden grün-fruchtigen Noten überdeckt werden. Es bleibt ein Öl für Liebhaber, die es etwas aufregender mögen.



## Olivenöl No.11 grün Katalonien

Die klimatischen Bedingungen ermöglichen es Josep Maria Mallafré, mit dem engagierten Einsatz von „Jung-Kellermeister“ Adrian aus Oliven früher Reife eine sehr ausdrucksstarke grüne Variante ihres Olivenöls mit Aromen von Wiesengräsern und grünen Tomatenblättern zu gewinnen, denen wegen der geringeren Biophenolgehalte der Arbequina-Olive nur sanfte Schärfe und Bitternoten gegenüber stehen.



## Olivenöl No.13 Andalusien

José Gálvez ist es wieder gelungen, der Picual-Olive alle ihre Schätze zu entlocken, die die Natur ihr mitgibt, in diesem Jahr als BIO-Ölivenöl. Zu Recht wird es dafür weltweit ausgezeichnet, ein besseres Olivenöl aus der Picual wird sich nur schwer finden lassen. All die breit gefächerten und komplexen Aromen einer wild gewachsenen Wiese mit einer Vielzahl an



Für die Olivers war es fast wieder mal ein normales Jahr. Wetteranomalien und andere Katastrophen blieben aus, und die gefürchtete Olivenfliege begann ihre Eiablage in den Oliven erst spät. Daher konnten sich die Oliven gut entwickeln, waren bei der Ernte in einem gesunden Zustand und ermöglichten den Oliviers, sehr aromatische und genussreiche Olivenöle zu gewinnen, jedoch bei einem leicht unterdurchschnittlichen Ertrag. Der Klimawandel machte sich dennoch bemerkbar: Noch früher als schon im letzten Jahr setzte die Erntereife der Oliven ein. Schon länger berichten die Oliviers, dass sich die Oliven in der Mühle jedes Jahr anders verhalten. Unter diesem Aspekt werden wir einen neuen Blick auf mögliche Veränderungen der Pflanzenphysiologie und ihre Auswirkungen richten und auch unseren Kampagnenrhythmus neu bestimmen müssen.

Gräsern und Kräutern verbinden sich zu einem aromatischen Ausdruck, der nur mit „würzig“ richtig beschrieben ist und die präsenten pfeffrigen und herben Noten als harmonische Ergänzung benötigt. Wer kräftige Speisen mag, hier besonders die orientalische und indische Küche, wird darauf nicht mehr verzichten wollen.



## Olivenöl No.27 grün Messenien

Nikos, der Vorsitzende der Kooperative, ist von Jahr zu Jahr strenger in der Anleitung und Kontrolle der Prozesse für die Qualität geworden. Auch wenn er von John Ruskin wohl noch nie etwas gehört hat, so folgt er doch in idealer Weise seinem Credo, dass Qualität im Kopf entsteht. Hierbei ist es die Reifekurve, die er für die Koroneiki-Olive sicher, präzise und akzentuiert bei ihrer Auswahl für die Varianten grün und fruchtig wie auch basic und Brat-Öl beherrscht.

Die „grüne“ Variante frühreifer Oliven weist wieder die gewohnt ausdrucksstarken Aromen von Wildkräutern, grüner Bananenschale und frühreifen Stachelbeeren auf, mit schöner Schärfe und nur moderat ausgeprägten herben Noten.

arteFakt CLASSIC



## Cuvée di Librandi Kalabrien

Jedes Jahr sucht Angela weitere Sorten von Oliven aus ihren Hainen aus, die in ihrer Entwicklung dann am besten zu der Sorte Carolea für ihr Cuvée passen. Breit gefächert

spiegeln sich darin die vielseitigen Aromen der Region mit komplexem, fruchtigem Bouquet und akzentuierten pfeffrigen und herben Noten, die es vielseitig in der Küche einsetzbar machen, sowohl für die Zutaten als auch die Temperatur.



## Olivenöl No.7 Apulien

Giulio, der „Kellermeister“ der Co-operative, konnte dieses Mal frei agieren, weder Olivenfliegen noch Wetterkapriolen behinderten die Ernte. So konnte er die typischen Aromen der Coratina-Oliven nach grüner Mandel, Artischocke und floralen Noten gut zur Geltung bringen. Typisch für die Coratina ist auch ihr höherer Gehalt an Biophenolen, die sich im ersten Eindruck als herbe und pfefferige Noten bemerkbar machen, dann aber von den langanhaltenden Aromen überdeckt werden. Ein Olivenöl, das in den Speisen gut mit kräftigen „Gegenspielern“ wie Aubergine, Grünkohl oder gekochter Tomate umgehen kann.



## Olivenöl No.8 Abruzzen

Ein markantes, aber auch harmonisch ausbalanciertes Cuvée aus den Sorten Dritta und Leccino (siehe Titelseite), mit Aromen von satt grünen Blättern, Tomatenkraut und grüner Rinde. Die ausgeprägte Schärfe der Dritta wird durch die Aromen und „Sanftheit“ der Leccino eingefangen, nicht aber unterdrückt. Damit gelingt es, auch die herben Noten einzubinden und ein gut abgestimmtes Olivenöl zu erreichen, welches sich bestens in der italienischen Küche zu Hause fühlt.



## Olivenöl No.11 fruchtig Katalonien

Die Arbequina-Oliven mittlerer Reife erbringen aufgefächerte Aromen, bei nur zurückhaltenden bitteren und scharfen Noten. Im Vordergrund stehen fruchtige Aromen von Äpfeln mittlerer Reife und Gräsern einer bunten Sommerwiese, die es wieder zu dem gewohnt harmonischen und gefälligeren Olivenöl für die vielseitige kalte und warme Salat- und Gemüseküche werden lassen.



## Olivenöl No.23 Korinth

Mit der eigenen Olivenmühle kann Dimtiros von Jahr zu Jahr das Potenzial der Manaki besser erschließen. Es ist die Feinsteuerung bei der Produktion, mit der er das jährlich etwas andere Angebot der Natur nun aufnehmen kann. Sein Olivenöl ist dadurch feiner und eleganter in der Aromatik geworden, in der sich frisch geschnittene Gräser einer Zierwiese finden, mit zarten Anklängen von Löwenzahnblättern und Kräutern, womit es sich von den lieblichen Noten der feinen italienischen Olivenöle unterscheidet. Die nur zurückhaltend herben Noten lassen kurz die Schärfe etwas spitz hervortreten und werden von den grünen Aromen dann aber schnell eingebunden.



## Olivenöl No.27 fruchtig Messenien

Die Koroneiki-Oliven mittlerer Reife ergeben kraftvolle grüne Aromen einer frisch geschnittenen

Wildkräuterwiese, ergänzt durch Aromen von Löwenzahn und Kernobstfrüchten. Mit nur zurückhaltend herben und pfeffrigen Noten ist es ein harmonisches und rundes Olivenöl, das trotz seiner kraftvollen Aromatik ein gefälliges ist und eine breite Anwendung für Speisen aller Art in der warmen und auch heißen Küche findet.

arteFakt BASIC



## Olivenöl basic mild

Ein mild abgestimmtes Cuvée mit noch erkennbaren sortentypischen Aromen der Arbequina- und Manaki-Oliven, jedoch ohne deren intensive Ausprägung von Oliven früherer Reifegrade. Mit den sehr zurückhaltend herben und scharfen Noten ist es ein gefälliges, rundes und mildes Olivenöl für den einfachen Gebrauch. In der Küche sollte es eher nur kalt oder zum Schmoren von Gemüse eingesetzt werden.



## Olivenöl basic würzig

Mit der Koroneiki und Picual sind für dieses Cuvée Oliven mit stärkerem Charakter und aromatischer Ausdrucksstärke gewählt, die sie auch bei späterer Reife noch würziger ausdifferenzieren und ihre sortentypischen Merkmale erkennen lassen. Auch die herben Noten der Biophenole und pfeffrige Noten sind hier noch stärker bemerkbar, wenn auch insgesamt zurückhaltend. Ein einfaches Olivenöl, das universell und gut in der warmen und heißen Küche eingesetzt werden kann.

## Basiskatalog



Um den Papiereinsatz und die Portokosten zu verringern, behält der Basiskatalog seine Gültigkeit und wird nur einmalig der Erstbestellung beigelegt. Heben Sie ihn deshalb bitte auf. Wenn er verloren geht oder Sie ihn weiterreichen, erhalten Sie auf Anfrage natürlich jederzeit einen weiteren Katalog.

# Wendepunkte

Im Rückblick auf die ersten fünf Jahre von arteFakt schrieb ich vor zwanzig Jahren in den Auskünften 2001 – damals noch ein Magazin – das hier wiedergegebene Editorial. Es hat wenig von seiner Aktualität verloren und beschreibt im Grundsatz weiterhin die Herausforderungen, vor denen wir stehen.

## Unsere Zielsetzungen

In unseren Zielen, „Olivenöl neu zu erfinden“ und Einfluss auf die Marktverhältnisse zu nehmen, sind wir vorangekommen. In mancher-

Erzeuger-Verbraucher-Konzeption, in der Sie all die Jahre mit einem großen Maß an Gemeinschaft und Solidarität zum Projekt beigetragen und das Fundament gebildet haben.

In Analogie zur Entwicklung beim Wein ist es uns gelungen, Olivenöl aus der „Fettecke zu holen“ und es in ein diversifiziertes Portfolio genussreicher Produkte zu entfalten, mit denen wir uns vom allgemeinen Markt abheben. Olivenanbauer konnten wir dafür als Partner und Freunde gewinnen, konnten sie fördern und unterstüt-

in dem ich mich bewegte. Die späten siebziger, die achtziger und die frühen neunziger Jahre des letzten Jahrhunderts waren Gründerjahre der Alternativ- und Biobewegung. Voraus gegangen waren ihnen Jahre der Proteste und der langen Diskussionen. Gut erinnere ich mich noch an unsere anfänglichen Proklamationen und Forderungen, die zumeist mit „gegen“ oder „weg mit“ begannen.

Dann kam die Zeit, in der eigentlich alles hinterfragt und gesagt war und in der neues Wissen für neue Konzepte zur Genüge zusammengekommen war. Unsere Konzepte machten uns und wir uns

denen wir aus dieser Zeit aufgebrochen waren, schwangen immer mit, so ist arteFakt immer auch politisch geblieben.

Heute sehe ich wieder einen sozialen und politischen Wendepunkt. Wie damals mangelt es nicht an Wissen und an Diskussionen zu den Problemlagen, mit denen wir herausgefordert sind: dass wir dem globalen Naturhaushalt mehr entnehmen, als sich regenerieren kann; dass wir einen sich bedrohlich beschleunigenden Klimawandel selbst mit verursacht haben; dass wir das rasanteste Artensterben der Erdgeschichte bewirken; dass wir unsere Böden, unsere

und Willen zur Veränderung setzt. Anders als zu meiner Zeit sind die Jungen damit nicht Außenseiter, sie erfahren vielfältige Unterstützung. Noch nie waren Kinder, Eltern und Großeltern in tragenden Gesellschaftsschichten sich mit den grundlegenden Werten und der Sehnsucht nach Veränderung so nahe wie heute. Das kann eine neue Qualität der Stärke ausbilden, die angesichts der Dimension und Komplexität der Probleme auch gebraucht wird.

Die Form der Genossenschaft wird für diese neue Gemeinschaft der Generationen eine zukunftsfähige Form sein. Und ausgehend von meinen Motiven, die mich zur Gründung von arteFakt führten, ist es folgerichtig, das Erreichte zu vergemeinschaften und der nächsten Generation als Mitgift mit auf den Weg zu geben. Es freut mich, dass mir dabei bereits so viele aus meiner Generation gefolgt sind und der Genossenschaft beitragen.

## Was uns eint

Es ist kein Abschied, der sich mit diesem Beitrag ankündigt, sondern der Rollenwechsel steht an, wenn die leitende Verantwortung an Jüngere übergehen wird. Die großen Herausforderungen, nicht nur die gigantische des Klimawandels, erfordern ein Generationen übergreifendes Zusammenwirken und einen gesellschaftlichen Konsens, um den bedrohlichen Tendenzen etwas entgegen setzen zu können. Das werden jetzt viele auf praktische Weise anpacken müssen, und am besten immer dort, wo sie sich gut auskennen und verankert sind. Für uns dort, wo die Olivenbäume wachsen.

In der Genossenschaft, in den Beiräten und in den sich entwickelnden „alternativen“ Projekten werden wir uns noch lange begegnen können. Dazu lade ich Sie herzlich ein.

## Editorial aus dem Jahr 2001

### „Der Kunde als Citoyen – die Wirtschaft als Republik“

Ich ermunterte Kunden, mit ihrem Verbrauchereinfluss nicht länger in passiver „Quotenmacht“ zu verharren, nicht nur zu kritisieren und abzuwehren. Der Verbraucher ist heute zum Citoyen geworden. Er ist ein Agierender, der seine Emanzipation vorantreibt. Wirtschaft auf der Grundlage von Marktbeziehungen erfasst heute nahezu alle Lebensbereiche und wird damit das eigentlich Politische. Wirtschaft wird zur Republik, die es zu erringen gilt.

Angesichts von Rinderwahnsinn, Schweinedoping und Tiertransporten quer durch Europa, mit der Maul- und Klauenseuche im Schlepptau, ist die Vision im Kunden als Citoyen heute so aktuell wie vor fünf Jahren.

Doch wie entwickelt sich daraus eine Praxis? Wie werden aus „Verbrauchern“ nachhaltige Wirtschaftler?

Wir wollten vorangehen, indem wir ein Unternehmen wagen, das diesen Aufgaben und Zielen in neuer Weise entsprechen und dienen kann. In Anlehnung an Joseph Beuys sehen wir die Kunst als erstes Handlungsfeld, verstanden als Einheit von Bildung, Kultur, Freiheit und Markt. Unsere erste soziale Skulptur ist das Ensemble von Produzenten, Vermarktern und Kunden unseres Olivenöls. Wir sind vorangekommen. Die vorgestellten Produzenten sind auf diesem Weg mehr als Wirtschaftspartner, sie sind zu Freunden geworden. Täglich schmecken wir mit ihren Olivenölen den Sinn einer direkten Erzeuger-Verbraucher-Verbindung. Joseph Beuys nannte es den Wärmestrom, als die neue Qualität des Willens. Carl-Christian von Weizsäcker fügte hinzu: „Frei Denken kann nur, wer frei leben kann. Frei leben kann nur der ökonomisch Unabhängige.“

So können wir zum Beispiel zur Vorfinanzierung des Olivenöls die dafür mittlerweile benötigten 900.000 DM ohne Inanspruchnahme von Banken mit Ihnen gemeinsam erbringen. Mit der Aktion „Ja, ich will selbst Bank für mein Öl sein“ tragen Sie mit einem Drittel dazu bei. Hier spüren wir auch Ihre Lust an dieser Art Ökonomie, an kleinen Einzelbeteiligungen mit großer Wirkung, spüren die Freude an gemeinschaftlicher Ökonomie.

Mit freundlichen Grüßen  
Ihr Conrad Bölicke

*Exkurs: Citoyen – das ist in der Tradition der französischen Revolution der Bürger, der seine Geschicke selbst in die Hand nimmt, im Gegensatz zum Untertan, der sich regieren und verwalten lässt.*



ATHENE

Auf den ersten Blick mag die Abbildung von Athene auf den Etiketten unserer Kanister sich aus der Olivenöl-Mythologie begründen. In dieser Erzählung gewann sie einen Wettstreit mit Poseidon, als sie einen Stab in die Erde stieß und ein Olivenbaum daraus wuchs. Seither gilt sie als Schutzpatronin der Olivenbäume. Den Zugang zu Athene fand ich aber zunächst über die anderen Zuschreibungen, die für diese Göttin galten: Schirmherrin der Kunst und der Wissenschaft und auch des Handwerks und der Handarbeit, also der Manufakturen, wie man es heute nennen würde. Sie ist auch Göttin des Krieges, aber anders als Ares, der für die kriegerische Kraft und Gewalt steht, verkörpert sie Weisheit und die kriegerische List. Es traf das, was ich vorhatte und brauchen würde.

selbst zu Außenseitern in Gesellschaft und Politik. Weitere Debatten versprachen wenig Aussicht auf Erfolg, und die Zeit war reif, um mit neuen Inhalten und Formen in eine neue Praxis aufzubrechen. Die Motive zur Gründung von alternativen Projekten oder Betrieben waren daher oftmals, wie auch bei mir, die Politik mit anderen Mitteln fortzusetzen.

## Neue Herausforderungen

Wir zielten nicht auf Gewinnmaximierung oder Reichtum, anfänglich nicht einmal darauf, die Mittel zu erwirtschaften, um eine Familie ernähren zu können. Die Freiheit die wir uns im Rahmen des Möglichen nahmen, um neu gestalten zu können, hat uns beflügelt. Wir wollten das Neue erproben, mit dem sich Veränderung einleiten ließe. Von unseren Eltern hatten wir dabei wenig Unterstützung zu erwarten, richtete sich doch unser Protest und Widerstand auch gegen sie und ihre Vorstellungen vom Leben und der Zukunft.

arteFakt hat daher immer mehr zusammengehalten als nur das Interesse an gutem Olivenöl. Die gemeinsamen Erfahrungen und Hoffnungen einer Generation, mit

Umgebungen, ja unsere Körper mit schädlichen Einträgen kontaminieren. Wir haben genügend Erkenntnisse darüber, aber Politik und Gesellschaft tun sich ungeheuer schwer damit, Entscheidendes zu ändern.

## Die Gestaltung der Zukunft

Es ist wieder die junge Generation, die sich an die Spitze von Protest



Für die Symbolik der Genossenschaft haben wir nun den Olivenbaum gewählt. Vor allem die alten, knorri-gen Olivenbäume, von denen manche Jahrtausende lang leben, geben mit ihren natürlichen Qualitäten ein Sinnbild für die genossenschaftlichen Bestrebungen. Mit ihren weit verzweigten und tief reichenden Wurzeln, die einen breiten Stamm tragen, stehen sie für die vielen kleinen Beiträge, die in ihrem Zusammenwirken eine starke Gemeinschaft bilden. Um viele Früchte zu tragen, müssen die Zweige immer beschnitten und die Krone muss verjüngt werden. In einem geradezu sagenhaften Alter treiben die Olivenbäume immer wieder frisch aus und symbolisieren so zähe Widerstandskraft und Überlebenskunst. Das trifft jetzt das, was wir vorhaben und brauchen werden.

lei Hinsicht haben wir länger gebraucht, als anfangs gedacht. Unterschätzt haben wir oft die Höhe der Hürden, die sich aus Traditionen, eingefahrenen Strukturen und behördlichen Vorgaben bilden, unterschätzt auch die Tiefe, mit der zur Aneignung der sozialen und fachlichen Kompetenz die Materie erst durchdrungen werden muss, und mit der erst Veränderungen herbeigeführt werden können. Getragen hat uns durch die Zeit die

zen, sich mit ihren Oliven zu eigenständigen Oliviers, Manufaktur-künstlern gleich, zu entwickeln.

## Die Vorgeschichte des Projekts

Den Ausgang nahm das Projekt arteFakt aber nicht erst Mitte der neunziger Jahre, und mit Olivenöl hatte es zunächst noch nichts zu tun. Der Anstoß kam vielmehr aus dem Zeitgeist meiner Generation,

## Fortsetzung Editorial von Seite 1

... Das heißt nicht, dass sie nicht gewinnorientiert arbeiten, es bedeutet, dass der Gewinn ein Mittel zum Zweck ist, nämlich den Mitgliedern den bestmöglichen Nutzen zu bieten.

Darüber hinaus sind Genossenschaften demokratisch aufgebaut – dabei gilt das Prinzip: ein Mitglied, eine Stimme. Auch das macht deutlich, dass die Genossenschaften auf Menschen und nicht auf das Kapital ausgerichtet sind.

Damit sind sie demokratische Unternehmen, die nachhaltig wirtschaften, und wurden aus diesem Grund in die Repräsentative Liste des Immateriellen Kulturerbes der Menschheit durch die UNESCO aufgenommen.

Wir finden, dass arteFakt sehr gut zu dieser Wirtschaftsform passt, wir freuen uns sehr über unser zukünftiges Mitglied und wünschen den Mitarbeitern und Mitgliedern alles Gute für die Zukunft als eG..

Mathias Fiedler  
Syndikusrechtsanwalt und  
Vorstandssprecher  
Zentralverband deutscher  
Konsumgenossenschaften e.V.,  
www.zdk.coop

## Seit über 20 Jahren schaffen wir Gemeinschaft über 3.000 Kilometer Entfernung hinweg

In der ökologischen Aufbruchstimmung vor vierzig Jahren materialisierte sich neuer Wille auch in der Gründung von Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften, Food-Kooperativen, Öko-Kisten und Bioläden. Mit arteFakt sind wir von diesem Gründungszeitgeist geprägt. Der Aufbruchswille der jetzigen jungen Generation findet für ähnliche Bestrebungen in heutiger Zeit neue Begriffe wie Crowdfunding, Crowdfarming oder Sola-wi. Die englischsprachigen Bezeichnungen stehen dabei nicht nur für einen Modetrend, sondern auch für ein Bewusstsein von der globalen Dimension der Problemlagen und von der Herausforderung für global ansetzende Lösungsbeiträge.

Allen gemein ist, dass sie nicht die einzelnen Lebensmittel, sondern die Landwirtschaft insgesamt im Blick haben. Verbraucher und Erzeuger verbinden sich dabei in einer – auch investiven – Wirtschaftsgemeinschaft. Das geht über den Charakter von solidarischer Spenden- und Hilfsbereitschaft und solidarisch motivierten höheren Preisen hinaus und führt zu Formen der Gemeinwirtschaft. In der Gründung von arteFakt war dieser Impuls bereits angelegt und auch erfolgreich. Beispielhaft zeigt sich das in der Entwicklung bei unseren griechischen Partnern auf dem Peloponnes.

### Kooperative ELEONAS – Olivenöl No.27

„Wo man singet, lass dich ruhig nieder, ohne Furcht, was man im Lande glaubt; Wo man singet, wird kein Mensch beraubt; Bösewichter haben keine Lieder.“ Viele arteFakt-Freunde finden wir im Geist dieser Zeilen des Aufklärers und Schriftstellers Johann Gottfried Seume (1762-1818). Sein Sinnspruch gilt auch für unsere heutigen Oliviers. Oft ist es der unbefangene Eindruck bei einer ersten spontanen Begegnung, der Sympathiefunken überspringen lässt, zunächst viel weniger das Interesse am Produkt.

det, mit der wir dann auch menschlich schnell zueinander fanden. Gemeinsam wollten wir die hohe Qualität von Terroir-Olivenölen erarbeiten und die Weiterentwicklung ihres integrierten Anbaus zu einem zertifiziert biologischen beginnen.

#### Ohne Forschung keine Entwicklung

Die Grundlage unserer Kooperation war von Anbeginn das Konzept zweier Geschwindigkeiten. Als Vorsitzender setzte Niko unsere Idee



(v.l.) Maria Vlachoulis, Nikolaos Athanassopoulos und Andreas Stergiopoulos

nur Anreize geben, aus denen Bereitschaft zum Mitmachen und zum Einstieg in den notwendigen Veränderungen erwachsen würden. Den modernen Ideen standen Traditionen gegenüber, die sich über Generationen gebildet und die sich in der Gruppe länger stabil gehalten hatten. Unter diesen Bedingungen entstand das Olivenöl No.27, das wenig später auch in den Varianten „grün“ aus frühreifen und „fruchtig“ aus Oliven mittlerer Reife produziert wurde. Regelmäßig berichteten wir über das

#### Der Traum von eigenen Produktionsmitteln

Mit dem Bau einer eigenen Halle für die Filterung und Abfüllung, mit eigenen Tanks zur Lagerung ihres Olivenöls kommen Niko, Andreas und Maria ihrem Traum von einer eigenen Mühle ein großes Stück näher. Über die schwierige Zusammenarbeit mit dem Lohnmüller und seiner heimlichen Entwendung von Olivenöl aus Tanks, die die Kooperative bei ihm annietet, hatten wir berichtet.

die Eigenmittel verbaut waren und die Halle schon gut Gestalt angenommen hatte, wurde die Auszahlung der ersten Fördertranche von 125.000 Euro verweigert und an eine Forderung geknüpft. Erst der Nachweis von weiteren liquiden Eigenmitteln in Höhe der 125.000 Euro Fördersumme würde zu einer Auszahlung führen. So kam der Bau zum Stillstand.

#### Ein doppelter Erfolg

Der Ausfall aller Kosten unserer Veranstaltungen, der Bildungswoche mit den Oliviers und Fachexperten sowie der Reisen zu den Oliviers im letzten Jahr hatte bei uns zu einer unüblich hohen Liquidität geführt. Das brachte uns in die Lage, der Kooperative kurzfristig die benötigten Mittel zur Verfügung stellen zu können. Der Fortgang der Baumaßnahmen konnte damit gesichert werden. In Kürze wird die Halle fertiggestellt sein. Auf die Überweisung der bewilligten und von Brüssel für Griechenland bereitgestellten Fördergelder wartet die Kooperative bis heute immer noch.

Auch die Nachhaltigkeitsentwicklung der Kooperative nimmt Fahrt auf. Nach einer ersten kleinen Partie Bio-Olivenöl aus der Kooperative im letzten Jahr haben nun weitere Mitglieder ihre Biozertifizierung erhalten. Unter strenger Aufsicht von Niko und Andreas wurden ihre Oliven in der Forschungsabteilung zu 6.000 Litern Bio-Olivenöl verarbeitet. Aus logistischen Gründen haben wir das neue Bio-Olivenöl No.27 fruchtig nur in 3 Liter-Bag-in-Boxes abgefüllt.

Die Forschungsabteilung ist über die Jahre tüchtig gewachsen. Immer mehr Mitglieder nehmen an ihr teil und leiten Veränderungen ein, mit denen sie sich von überholten Gewohnheiten trennen – Erfolge, die sich nicht nur ökonomisch darstellen, sondern auch kulinarisch genießen lassen.



Mit uns zusammenzuarbeiten, bedeutet immer, neue Wege zu gehen und Veränderungen zu wollen. Ohne Zuneigung zueinander lässt sich dafür kein Fundament bilden.

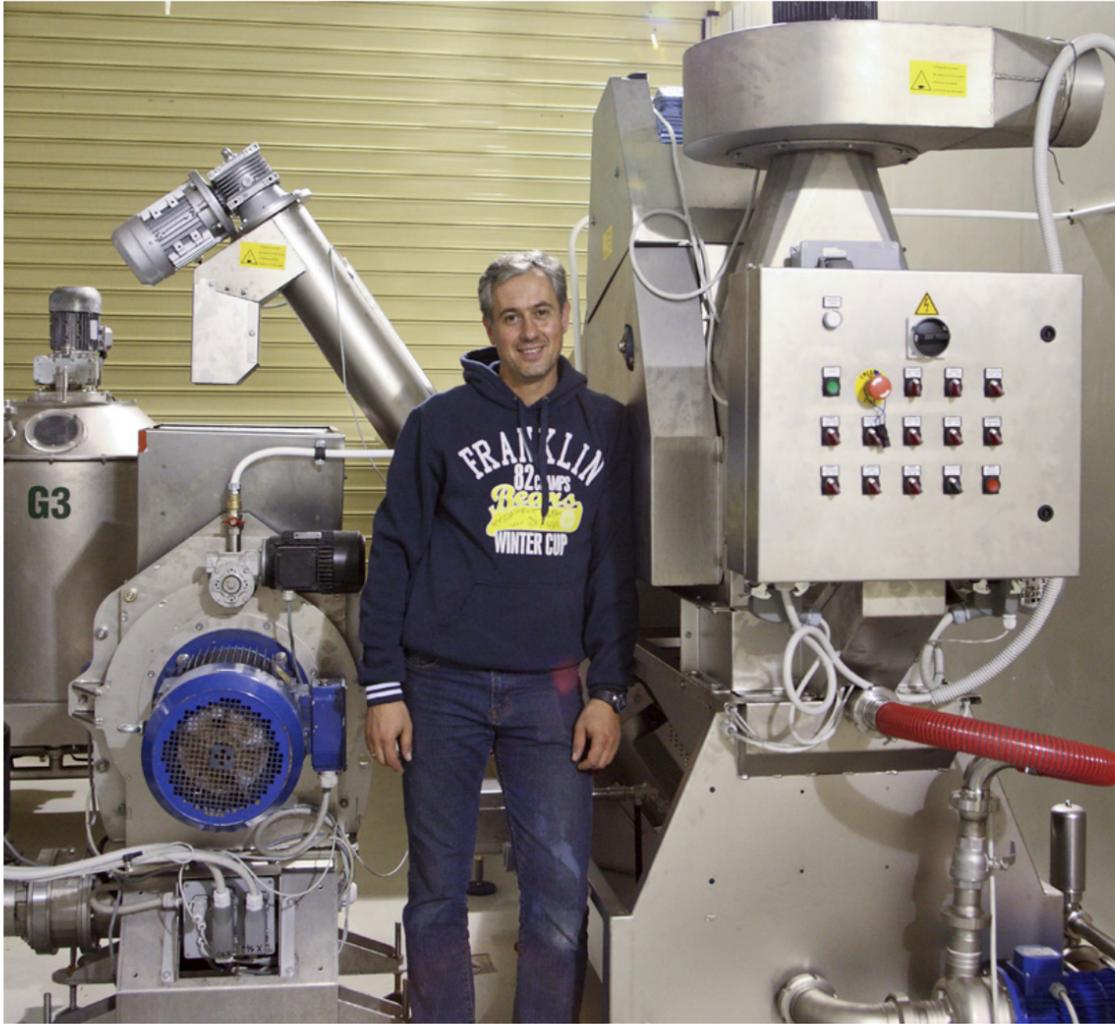
Als wir 2005 die Vorstandsmitglieder der jungen Kooperative ELEONAS kennen lernten, waren es zunächst ihre Ideen dafür, ein modernes europäisches Griechenland zu entwickeln, die unsere Sympathie entfachten. Mit Nikolaos Athanassopoulos, Andreas Stergiopoulos und Maria Vlachoulis hatte sich in der Kooperative eine agile Führungscrew herausgebil-

durch, eine Forschungsabteilung innerhalb der Kooperative zu bilden. Die Ziele und Arbeitsweisen sollten nicht dem Votum aller Mitglieder unterliegen. Mit arteFakt sicherten wir die Abnahme des erzeugten „Forschungs-Olivenöls“ ab, so dass den Mitgliedern daraus keine ökonomischen Nachteile erwachsen. Wir würden aber schon bald ein Olivenöl nach unseren Standards bekommen.

Eine Kooperative ist ein freiwilliger Zusammenschluss von weiterhin autonom arbeitenden Olivenanbauern. So konnte es zunächst

Auf und Ab bei dieser Entwicklung und darüber, wie es über die Jahre gelang, das „Forschungs-Olivenöl“ zu einem der besten Koroneiki-Olivenöle auf dem Peloponnes zu entwickeln. Dieses hochwertige Öl schätzen mittlerweile nicht nur die arteFakt-Freunde – mit dem Olivenöl No.23 zusammen nimmt es die zweite Stelle der Nachfrage ein. Auch andere Interessenten klopfen jetzt bei der Kooperative an. Selbstbewusst gelingt es Niko, höhere Preise zu erzielen und damit Reserven für Investitionen der Kooperative zu bilden.

Vor zwei Jahren erwarb die Kooperative ein bebaubares Grundstück und stellte einen Antrag auf Bezuschussung der Halle aus EU-Fördermitteln, der Anfang letzten Jahres als zuteilungsfähig bewilligt wurde. Der Investitionsumfang beträgt 850.000 Euro. Die Kooperative hatte 50% angespart, und die fehlenden 50% entsprachen der Fördersumme. Mit ihren hälftigen Eigenmitteln begann die Kooperative im Sommer mit den Baumaßnahmen und erlebte dann, wie weit ein modernes Griechenland noch in der Ferne liegt. Nachdem



## Dimitrios Sinanos – mit Tausch-Investoren vom Olivenanbauer zum Olivier

Der Sprung vom Landwirt zum Olivier erfordert den freien Zugang zu den Produktionsmitteln, mit denen das Ziel zur eigenen Terroir-Qualität des Olivenöls zu erreichen ist. Versuche von Dimitrios und uns, das Ziel durch Kooperationen mit Lohnmüllern in der Region zu er-

Angespornt durch den Erfahrungsaustausch und die jährliche Weiterbildung mit unseren anderen Olivenölpartnern und Fachexperten, wollte Dimitrios gern auch zum Olivier werden. Die Investition in eine für ihn geeignete Kleinmühle betrug allerdings al-

lung bestehender Mühlenanlagen umgeschrieben und Neugründungen damit ausgeschlossen.

Aus der Debatte um die zukünftige Wandlung von Konsumenten zu Prosumenten war hierfür nicht die Bereitschaft zum Spenden, sondern die zur Investition in die Betriebsmittel des Produzenten gefragt. Den persönlichen Jahresvorrat an Olivenöl für zehn Jahre im Voraus bezahlen und dann zehn Jahre lang die Rückzahlung der Vorfinanzierung in Form des Jahresvorrates geliefert bekommen und damit zum Tausch-Investor zu werden, das war die Idee. Über die zehn Jahre Laufzeit sollte sich die jährliche Wertstellung dabei auf die Menge des vorfinanzierten Olivenöls und nicht auf die Preisentwicklung beziehen. Mit dem Tausch des kooperativen Gebens und Neh-

öl in Form seiner geleisteten Arbeit und ohne Zinsfuß.

Sehr viele fanden die Idee spannend, und schon nach wenigen Tagen war eine Beteiligung nicht mehr möglich, weil mit knapp 250 Tausch-Investoren die benötigte Summe zusammengekommen war. Mit arteFakt sicherten wir die Haftung gegenüber den Gebern ab und stellten Dimitrios für die ersten zwei Jahre zunächst von der Rückzahlung frei – ein Müller wird man nicht über Nacht. Geholfen haben auch Adriano März (Olivenöl No.9) und Graziano Decimi (Moraiole), die mit vergleichbaren Mühlen arbeiten und an Dimitrios

für ihn daraus ergaben, musste Dimitrios erst neu sortieren und Organisations- und Führungsformen herausbilden, die seiner Persönlichkeit entsprachen. Diese Seite der Herausforderung hatten wir unterschätzt. Aber unterschätzt hatten wir auch, wie tiefgreifend das Projekt einer eigenständigen, veränderten Produktion in seine alltägliche soziale Rolle in einem Dorf eingreift und wie wenig wir ihm dabei aus der Ferne zur Seite stehen können. Etwas im Dorf anders zu machen und Erfolg damit zu haben, macht nicht nur Freude. Erst 2019 war Dimitrios daher in die wirtschaftliche Situation ge-



Adriano März und Graziano Decimi gaben Dimitrios bei seinen Besuchen ihre Erfahrungen mit dem gleichen Mühlentyp gerne weiter.

reichen, führten schnell an eine Grenze. Die unterschiedlichen Einstellungen zur Effizienz der Arbeit und ihrem Ergebnis sind antagonistisch. Ein Olivier zielt auf die Effizienz der Qualität und Individualität, die nach John Ruskin immer auch der Begrenzung bedarf, während der Lohnmüller seine Ökonomie in der Menge sucht, um damit die lausig niedrigen Marktpreise auszugleichen.

lein schon ca. 200.000 Euro, die er nicht aufbringen konnte. Die vorhandene Halle auf seinem Gelände war für die Installation geeignet, andernfalls wären weitere 200.000 Euro dazu gekommen. Aus europäischen Programmen hätte eine derartige Investition mit bis zu 50% bezuschusst werden können, nur in Griechenland nicht. Die griechische Regierung hatte das Programm allein auf die Modernisie-



mens wollten wir kein Geschäftsmodell des Kreditwesens entwickeln, auch wenn dabei ein stiller Zinsgewinn für die Investoren zu erwarten war. Für Dimitrios eröffnete sich in dem Modell die Möglichkeit des Ausgleichs mit Oliven-

ihre Wissen und ihre Erfahrungen weitergeben. Dennoch hat es länger als zwei Jahre gedauert, bis Dimitrios den Mühlenprozess sicher beherrschte. Es waren weniger die technischen Herausforderungen als vielmehr die mentalen und organisatorischen, die zu der

kommen, mit der Rückzahlung beginnen zu können.

Mit der eigenen Mühle konnte er die Qualität seines Olivenöls deutlich steigern und auch ein eigenes Terroir-Profil herausbilden, mit dem er nicht nur in seiner Region nun ohne Konkurrenz dasteht. Sein Olivenöl No.23 ist aromatisch sehr viel feiner und nuancierter in den frühlinghaft grünen Noten geworden und drückt im Charakter seine Persönlichkeit aus, von der Michalis Pantelouris (Journalist und ehemaliger arteFakt-Mitarbeiter) einmal sagte: „Dimitrios ist der wohl freundlichste Mensch in Griechenland“.

Diese Spitzenqualität kommt nun allen Genießern zugute, und den Tausch-Investoren erbringt das Projekt darüber hinaus einen beachtlichen stillen Zinsgewinn, der sich aus der Preisentwicklung seit ihrem Investment vor sechs Jahren ergibt, von der sie zehn Jahre lang freigehalten werden. Bei keinem der Tausch-Investoren war das aber die Motivation ihres Engagements. Vielmehr wollten sie sich an der Modellbildung für eine solidarische und für beide Seiten faire Ökonomie beteiligen, die auch Innovationen möglich macht.



# Olivenöl aus dem

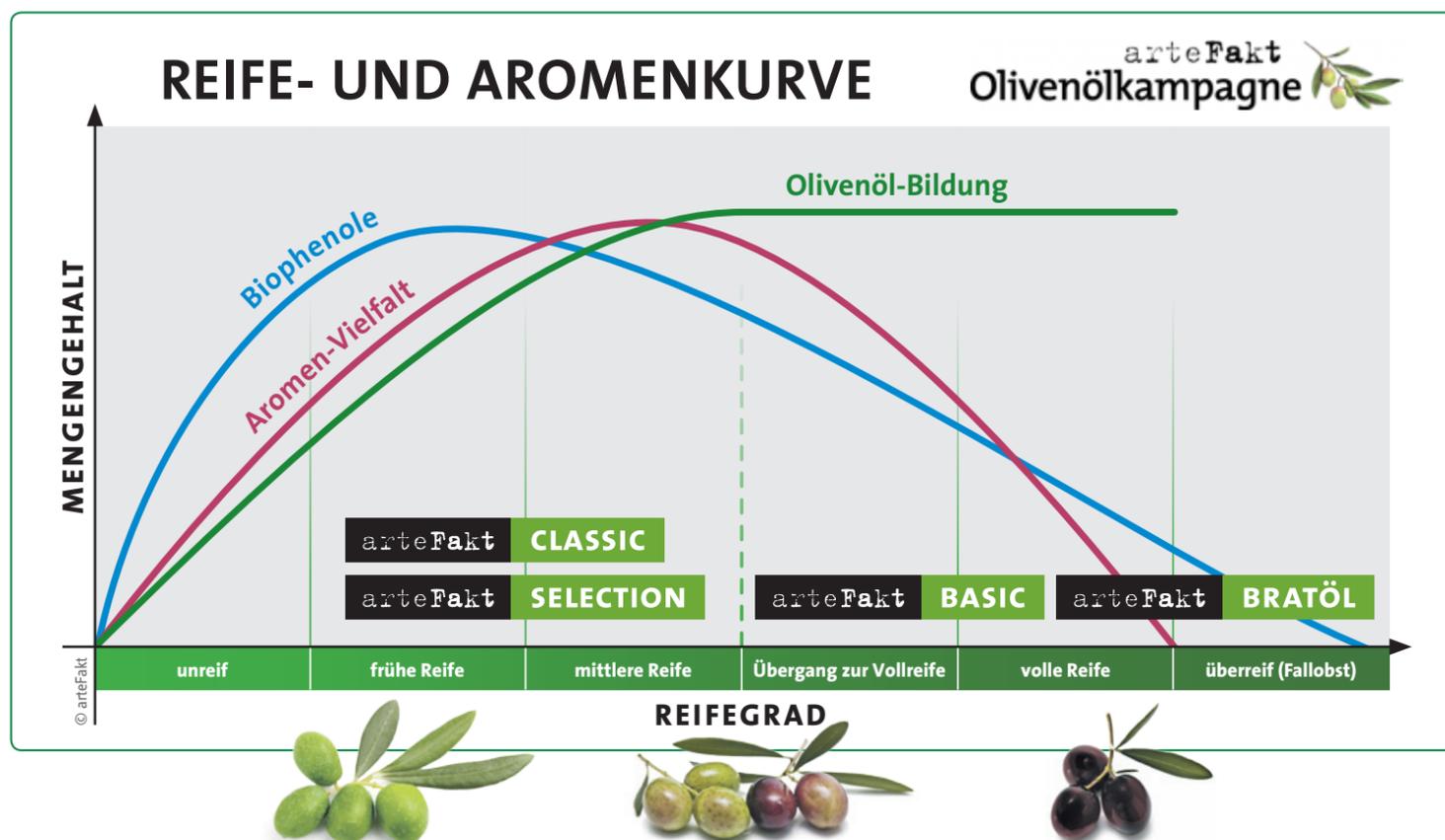
**E**in Winzer baut nicht Trauben an, weil er Zucker gewinnen möchte. Den benötigt er für die Vergärung. Schmeckt sein Wein dann nur nach Alkohol, ist es kein guter Wein geworden. Warum sollte ein Olivier aus seinen Oliven nur Öl gewinnen wollen? Beiden Früchten ist ihre Vielfalt an Sorten und aromatischen Profilen gemein, die je nach ihrem Terroir in den Fruchtzellen ihren Ausgang nehmen. Wie der Winzer den Zucker nur als Prozesshilfe benötigt, benötigt auch ein Olivier das Öl als Träger der Aromen und sekundären und bioaktiven Begleitstoffe, die sein Produkt zu einem Besonderen werden lassen.

Seit über zwanzig Jahren suchen wir Wege, über den vielfachen Betrug bei der Erzeugung und Deklaration der Olivenöle aufzuklären, ebenso über die mannigfaltigen falschen oder nur halbrichtigen Verbraucherinformationen zur Einordnung und Klassifizierung von Olivenölen, die ihre Auszeichnung als hochwertiges Produkt nicht verdienen. Hierzu forschen wir seit vielen Jahren zusammen mit aufgeschlossenen Olivenanbauern, die sich mit unserer Unterstützung zu Oliviers mit eigenen Produktionsanlagen entwickeln können. Das gemeinsam erworbene Wissen fassen wir in einem Olivenölpass zusammen, der alle wichtigen Auskünfte zu dem aktuellen Jahrgang des Olivenöls enthält, so dass man nach eigenen Präferenzen und Geschmacksvorlieben auswählen kann. Hinterlegt ist der Olivenölpass auf unserer Internetseite [www.artefakt.eu](http://www.artefakt.eu) im Shop bei jedem Olivenöl.

**DER REIFEVERLAUF** Der Zeitraum der Ernte hat einen bestimmenden Einfluss auf den Charakter des Geschmacks (grün oder fruchtig), auf das Potenzial der Aromen und sekundären, bioaktiven Begleitstoffe sowie auf die Klassifizierung der zu erreichenden Qualität. Ein Olivier, dessen Ziel nicht die maximale Ausbeute an Öl ist, sondern die aromatische und geschmackliche Ausprägung, hat zunächst einige Forschungsjahre vor sich. Bei diesen Forschungen werden über die gesamte Spanne von der frühen bis zur vollen Reife der Olive, im Abstand von jeweils nur wenigen Tagen, Testpartien



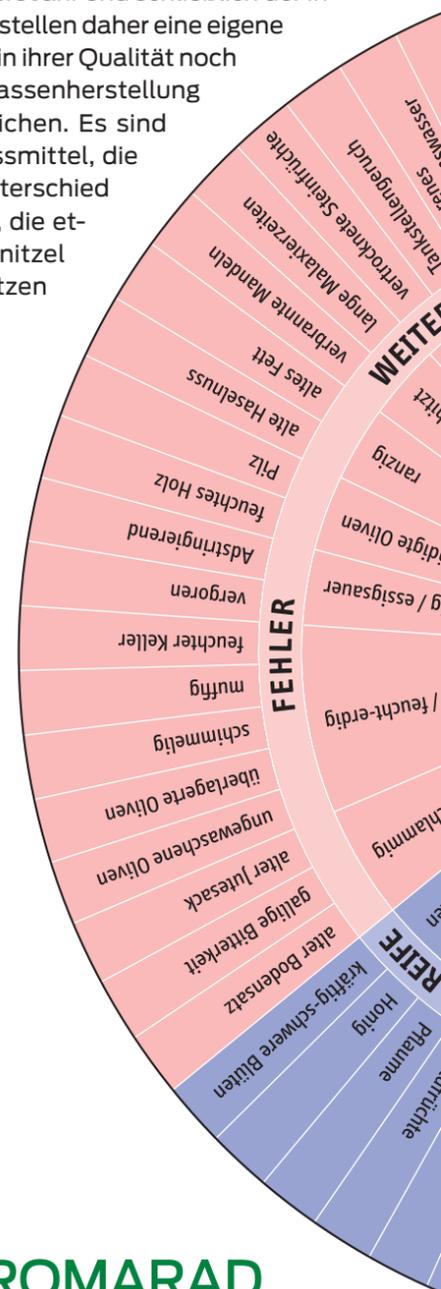
**DAS TERROIR** definiert sich über die Summe von Einflüssen der geografischen und klimatischen Besonderheiten eines Landes und der Region, den Eigenheiten der Olivensorte, dem Charakter des Bodens, der genauen Lage des Hains und des Binnenklimas übers Jahr und schließlich der Individualität des Oliviers. Terroir-Olivenöle stellen daher eine eigene Produktklasse dar und lassen sich weder in ihrer Qualität noch in ihrem Gebrauch mit Olivenölen aus Massenherstellung oder mit raffinierten Samenölen vergleichen. Es sind aromatische und geschmackliche Genussmittel, die die Speisen prägen und verfeinern, im Unterschied zu funktionellen Speiseölen und -fetten, die etwas geschmeidig machen oder ein Schnitzel vor dem Anbrennen in der Pfanne schützen sollen und mehr auch nicht können.



zur sensorischen Prüfung und Beschreibung hergestellt. Nach drei bis vier Jahren der Wiederholung lassen sich witterungsbedingte Abweichungen einordnen und ein stabiles Profil der Aromen erstellen. In der engen Zusammenarbeit mit dem Analytiklabor Eurofins zum gegenseitigen Nutzen, auch auf dem Gebiet der Forschung, konnten wir damit vielfältige Erkenntnisse auch über die biochemischen Vorgänge und Parameter während des Reifeprozesses in der Olive gewinnen. Und Eurofins konnte seine Analysemethoden verbessern und auch neue entwickeln. Die Ergebnisse der Forschung dieser Prozesse haben wir mit der Reife- und Aromenkurve und dem Aromarad in eine bildliche Darstellung gebracht. Wegen der nicht unerheblichen finanziellen Aufwendungen dieser Forschung haben wir uns diese patentrechtlich schützen lassen, was durch das „© arteFakt“ dokumentiert wird und vor einer kostenfreien Plagiatnutzung schützen soll.

## DAS AROMARAD

Im Aromarad haben wir alle bisher aus unserer Forschung erkennbaren Aromen von frühreifen, mittelreifen und reifen Oliven der verschiedenen Sorten unserer Oliviers aufgeführt, weiterhin auch geschmackliche Fehlnoten, die auftreten können. Die Zahl der verschiedenen Olivensorten ist weitaus größer als die unserer Partner und Partnerinnen, daher ist es wahrscheinlich, dass sich das Rad noch erweitern ließe. Das Aromarad bietet sowohl für ausgebildete Sensoriker als auch für Laien eine Orientierung bei der Beschreibung des aromatischen Profils des Olivenöls. Die aufgeführten geschmacklichen Assoziationen spiegeln die Aromatik und die Komplexität des jeweiligen Olivenöls wieder. Neben dem subjektiven Eindruck bei



# r Fettecke holen



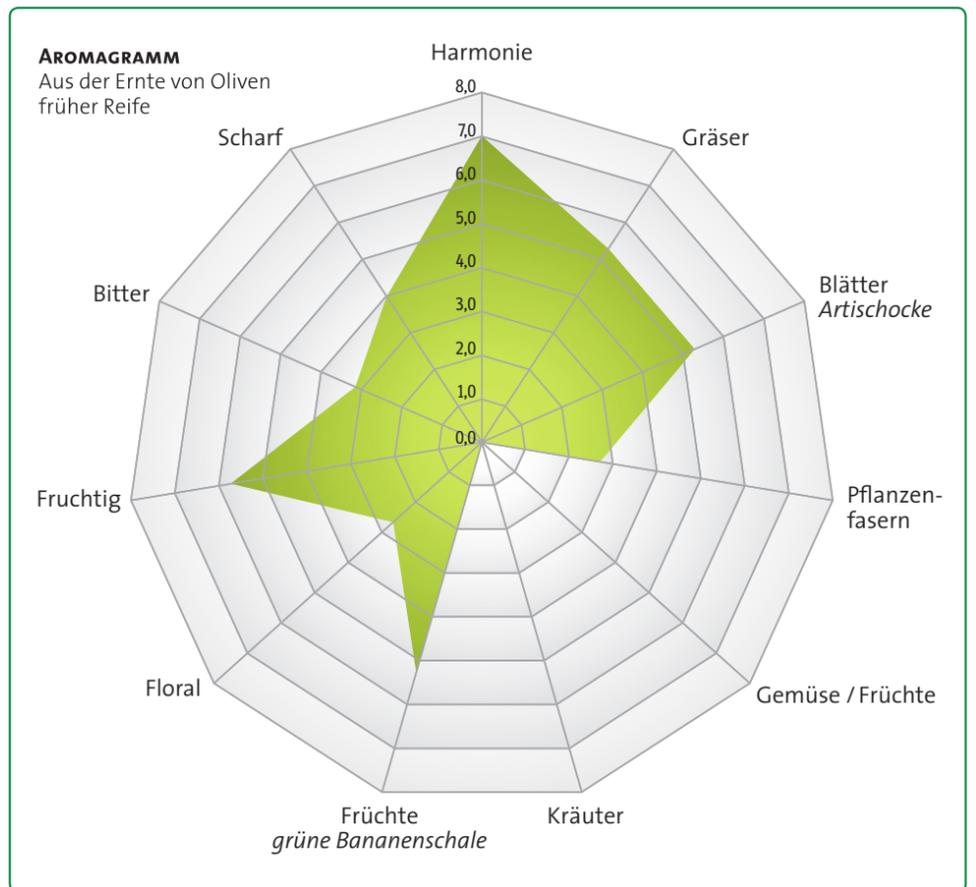
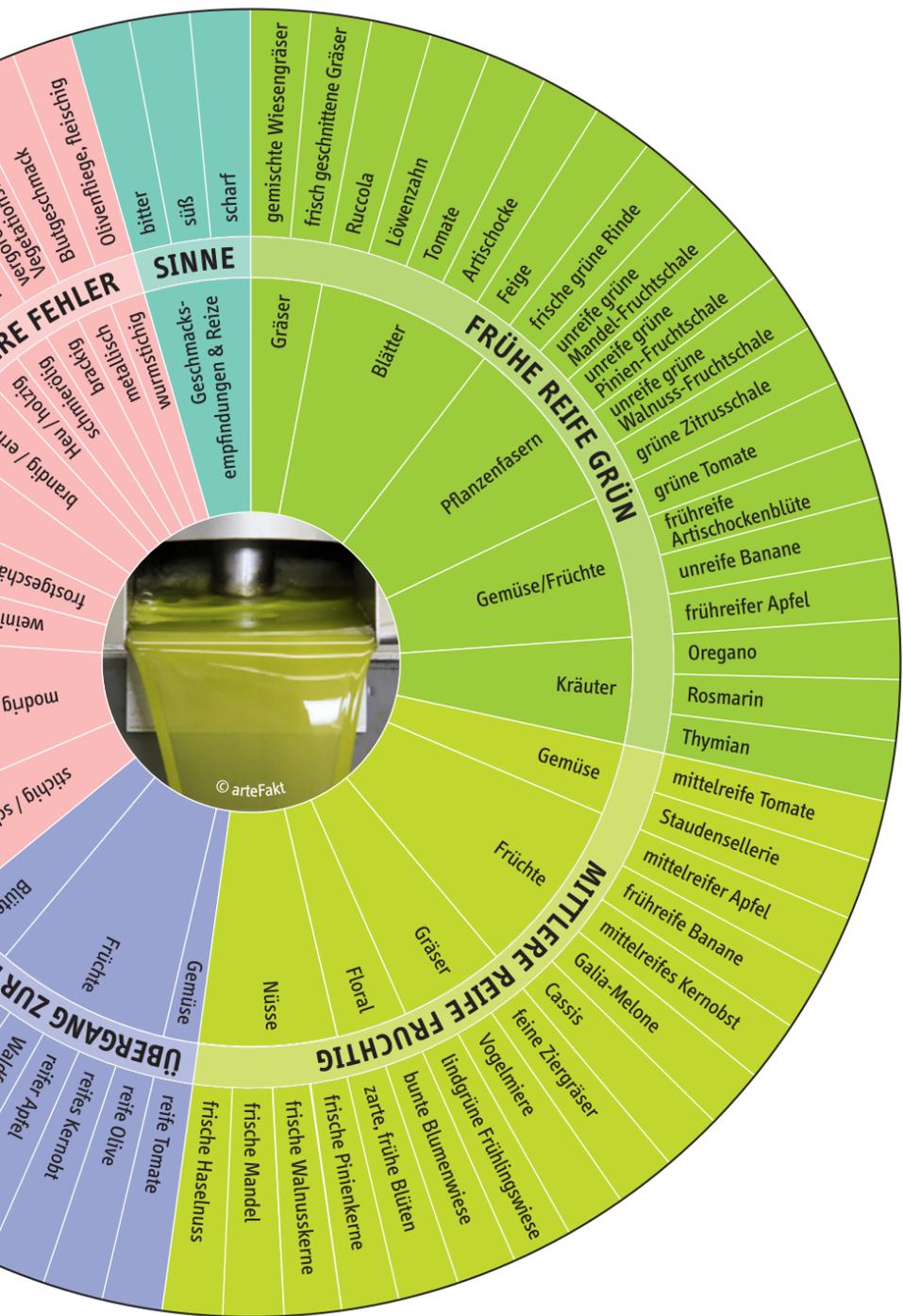
## DAS OLIVENÖL-PANEL

Die organoleptische Prüfung stellt den essentiellen Teil der Olivenölbeurteilung dar und wird durch das vom Internationalen Olivenrat (IOC) anerkannte Eurofins Olivenölpanel durchgeführt. Die Olivenöle werden durch 8-12 geschulte Prüfer verkostet und nach ihrer Fehlerfreiheit und der Intensität der positiven Attribute Fruchtig, Bitter, Scharf auf einer Skala von Null bis Zehn beurteilt. Die Auswertung der geprüften Olivenöle erfolgt dann durch die Panelleitung, die aus Gründen der Objektivität nicht selbst an der Prüfung bzw. Verkostung teilnimmt. Zusätzlich wird die Harmonie bewertet, sie spiegelt das Zusammenspiel der positiven Attribute sowie die Komplexität der Aromen wieder.

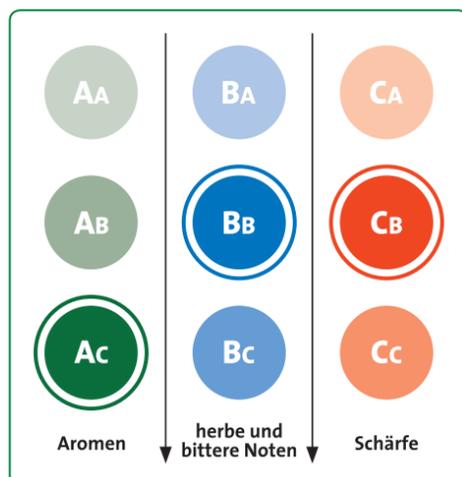
Die Olivenölverordnung ermöglicht leider schon beim knappen Überschreiten der „Null“ für die Fruchtigkeit und der Abwesenheit von sensorischen Fehlern die Auszeichnung zur höchsten Güteklasse als Natives Olivenöl Extra. Unsere kritische Einstellung zur dieser Olivenölverordnung bis hin zu der Forderung ihrer Abschaffung machen wir seit Jahren deutlich, ausführlich lässt sich das bei [www.change.org/olivenoel-verordnung](http://www.change.org/olivenoel-verordnung) nachlesen.

## DAS AROMAGRAMM

Für jedes Olivenöl wird aus der Intensität der sensorisch erfassten Aromen das Aromagramm gebildet. Es vermittelt einen schnellen Eindruck von der aromatischen Charakteristik des jeweiligen Olivenöls. Zur Einordnung des Aromagramms wird auch der Ernte-



zeitraum der Oliven – aus früher oder mittlerer Reife – mit angeführt. Zusätzlich zu den Intensitäten der Aromen sind auch die Fruchtigkeit, Bitternoten und pfeffrigen Schärpen sowie die Harmonie aus der sensorischen Profilprüfung mit angegeben.



## DIE GESCHMACKS-AMPEL

Für eine erste Auswahl nach den eigenen Präferenzen haben wir für die geschmackliche Ausdruckskraft der Aromen und Biophenole (sekundären Pflanzenstoffe) eine Ampel eingeführt. Aus ihr ergibt sich ein Eindruck vom Fruchtcharakter sowie der Intensität der Bitternoten und der Schärfe, welche jedoch individuell unterschiedlich empfunden und wahrgenommen werden.

der Auswahl nach geschmacklichen Vorlieben wird heute die sensorische über die laboranalytische Bewertung zur Qualität eines Olivenöls gestellt. Qualitätsmängel lassen sich in ihrer stofflichen Darstellung leicht mit modernen chemischen Verfahren so korrigieren, dass sie in der Lebensmittelanalytik nicht mehr erkennbar werden. Einige der sensorischen Fehler sind aber weiterhin zu schmecken. Die sensorische Bewertung durch Olivenöl-Panels, von dafür sensorisch ausgebildeten Experten, nimmt daher eine hohe Bedeutung bei der Prüfung ein.

# Zwischen Forschung und Zufall

## Unsere Produkt-Diversifizierungen

### Die Primario-Kampagne

Bis heute hält sich, gerade auch in aufgeklärten und ökologisch orientierten Kreisen, die Auffassung, dass ungefilterte Olivenöle besonders gut, ja sogar die besten seien. Auch wir haben in den Anfängen darauf gesetzt. Es entsprach der Tradition unserer Partner, mit der damaligen Produktionsweise der Steinmühlen und Mattenpressen. Erst als wir begannen, die Olive als Frucht bis in ihre Zellen hinein wissenschaftlich zu erkunden und die innewohnenden biochemischen Prozesse zu verstehen, konnten wir uns von der alten Anschauung verabschieden. Um es einfach auszudrücken: Auch ein trüber, alternder Fruchtsaft verliert im Laufe der Zeit seine natürlichen Inhaltsstoffe, bleibt dabei aber süß und schmackhaft – im Unterschied zum Olivenöl, das dann ranzig oder stichig schmeckt.

Das Wissen, das wir uns mit der Erforschung der Olive erarbeiteten, führte uns von der Fettgewinnung weg und hin zur Aromatik. Es ist die Besonderheit von Oliven, dass sich in ihren Fruchtzellen aus Zucker Ölsäure bildet, in die sich sekundäre und bioaktive Pflanzenstoffe und Ionen zur späteren Bildung von Aromen einlagern. Hinzu kommt



dann die Sortenvielfalt mit den vielen aromatischen Nuancen. Diesen Schatz zu heben, zu erhalten und Olivenöl dafür neu zu erfinden, darum sollte es fortan gehen. An der Traube und der Kunst von Winzern orientierten wir uns folglich und begannen davon zu lernen.

Es ist schon etwas Besonderes, die gerade geernteten Oliven in die Mühle zu bringen und gespannt darauf zu warten, dass das erste extrahierte Olivenöl, noch trüb und saftig grün, aus dem Separator fließt und seinen frischen Duft verströmt. Hält man eine Scheibe geröstetes Brot unter den Olivenölstrahl und kostet dann mit geschlossenen Augen, entsteht ein unvergessliches Erlebnis, für das man jedes Jahr wiederkommen möchte.

Allein die Enzyme, deren natürliche Aufgabe die Zersetzung der Frucht ist und die ihr Werk mit dem Ablösen der Frucht vom Baum beginnen, wirken dagegen, dass sich dieser Eindruck lange halten kann. Nur die Filterung, bei der der überwiegende Teil der Enzyme entfernt wird, kann ein Olivenöl über die Zeit von drei Monaten hinweg für bis zu achtzehn Monaten mit einer dann nur langsamen Reifung stabil halten.

Mit unserem Blick auf den Wein fanden wir die Lösung im *Federweißer*, einem ungefilterten Produkt von nur kurzer Haltbarkeit, als Vorbote auf die neue Saison. Mit dem *Primario* bieten wir das auf ähnliche Weise: ein ungefiltertes Olivenöl aus Oliven der ersten Erntetage für nur kurze Zeit. Annähernd zweitausend Genießerinnen und -Genießer freuen sich jedes Jahr darauf, und einige fahren dafür mit uns im Oktober und November zur Olivenernte.



### Nativ (natürlich) aromatisierte Olivenöle

Meine Tätigkeit als Geschäftsführer der Berliner Teekampagne hatte beim Umgang mit dem Tee aus Darjeeling meinen Blick auf das originär Reine und die Qualität eines Produkts geschärft. Gelernt hatte ich dabei, dass es die Vielzahl von aromatisierten Tees vor allem deswegen gibt, weil es eine große Menge von Tees minderer Qualitäten gibt, die mit der Aromatisierung „maskiert“ werden. Schlechter Tee mit billigen Essenzen versetzt, in schönen Verpackungen und als „veredelte Wertschöpfung“ zu höheren Preisen angeboten, das funktioniert auch heute noch.

Meine Bemühungen der ersten Jahre mit arteFakt galten daher zunächst nur der Abgrenzung des guten Olivenöls von der Massenware, indem die Qualität aus seinen originären natürlichen Potenzialen entwickelt wird. Mit der Zeit und durch die Erfahrungen mit dem allgemeinen Olivenölmarkt drängte sich mir immer öfter der Vergleich zum Tee wieder auf. Es schien nur eine Frage der Zeit, wann das Verfahren zum Überdecken schlechter Ausgangsqualitäten auch für Olivenöle angewandt werden würde. Dem wollte ich mit einem Produkt zuvor kommen, mit dem aufgezeigt werden kann, dass die Aromatisierung auf natürliche Weise geschehen kann, so dass Qualität durch eine wirklich veredelnde Wertschöpfung entstehen wird.

Mit *Josep Maria Mallafré* hatte ich für die Idee einen aufgeschlossenen Partner, und wir begannen zu experimentieren. Beide sind wir Hobbyköche und suchten von Anbeginn die Qualität in der natürlichen Frische der Zutaten und der geschmacklichen Harmonie des Endprodukts. So mussten es Bio-Zitronen sein, die mit Oliven eines ausgesuchten



### Natives Brat-Olivenöl

Der Impuls für diese neue Produktgruppe kam aus der Zusammenarbeit mit dem Sterne Koch *Michael Hoffmann* für sein Restaurant Margaux in Berlin. „Bölicke,“ sagte er einmal, „mit Ihrer Vielfalt an tollen Oli-

reifegrads gemeinsam in der Mühle verarbeitet wurden. Nur die frühe Reife der Olive erbringt mit ihren grünen Aromen das Niveau, auf denen sich eine Balance zu den geschmacksintensiven ätherischen Ölen der Schale einstellen kann. Die süßliche Orange bedarf dagegen Oliven der gefälligeren mittleren Reife. Nicht um eine Maskierung des Olivenöls sollte es gehen, sondern um die Zusammenführung zweier verschiedener Produkte zu einem neuen, das seine Ursprünge nicht verleugnet. Die Arbeit mit natürlichen Produkten lässt sich nicht normieren. Deshalb muss die aromatische Balance jedes Jahr neu austariert werden. Auch Kräuter bieten, frisch gepflückt, mit ihren ätherischen Ölen andere Aromen als in der getrockneten Form, und nicht zu allen Ingredienzien passt die Arbequina-Olive. Peperoncini finden in der markanten *Coratina* aus Apulien ihren Partner und der feine Wildfenchel in der lieblichen *Psiloelies* von Kreta.

In Spanien war *Josep Maria* der erste Olivenölerzeuger mit diesen neuen Produkten, machte damit Furore, durfte sie auf einer großen Messe in Paris vorstellen, die spanische Presse berichtete darüber und er erhielt mehrere Auszeichnungen. Für arteFakt entwickelte sich diese erste Produkt-Innovation ebenso erfolgreich, sie trägt mit 10% zum Umsatz bei. Schaut man heute ins Internet oder in die Regale großer Handelsketten, finden sich dort ähnlich viele aromatisierte Olivenöle wie beim Tee, ohne Angabe der Olivensorte, ihrer Herkunft, der Art der Aromatisierung und im Vergleich zu nicht aromatisierten Olivenölen mit deutlich höherem Preis.

venölen kann ich hier im Restaurant nur wenig anfangen. Erstens gehen 90% aller Öle bei mir durch die Pfanne, da kommt das gar nicht zur Geltung, und zweitens bin ich bei den Speisen der Kreatur, da macht mir die dominierende Ausdruckskraft Ihrer Olivenöle das Leben schwer. Bringen Sie mir ein gutes Brat-Olivenöl.“

Zur selben Zeit rangen wir mit unseren Partnern darum, dass sie nur Oliven bis zu ihrer mittleren Reife verarbeiten, da mit dem Abbau des Chlorophylls beim Farbwechsel die Umwandlung von Zucker in Ölsäure beendet wird und die Frucht in ihre oxidative Abbauphase eintritt. Nicht nur das überlieferte falsche Wissen, dass vollreife Oliven das meiste Olivenöl enthalten, stand dagegen, auch die Anzahl der Olivenbäume machte es schwer, sie alle in einer verkürzten Zeit abzurufen.

Der hohe Anteil einfach ungesättigter Fettsäuren, der Ölsäure, erbringt den mit bis zu 230°C hohen Rauchpunkt von Olivenölen. Außerdem sind sie sehr hitzebeständig. Auch wenn sich die Aromen und bioaktiven Begleitstoffe bis zur Vollreife abbauen, bleiben diese Fähigkeiten erhalten.

So konnten wir den Oliviers jetzt für spät geerntete Oliven eine eigene Vermarktungsperspektive geben. Unsere Anforderungen an die Qualität wurden damit für sie auch umsetzbar. Nun ging es nur noch um die Perfektion der Ernte und der Produktion, weil reife Oliven sehr empfindlich werden und weil sich bei falscher Behandlung die einfach ungesättigten Fettsäuren schnell in Freie Fettsäuren abbauen, die ranzig schmecken und den Rauchpunkt absenken.

*Michael Hoffman* brachte ich eine Auswahl so erzeugter Olivenöle, die er verkostete. Er präferierte ein Cuvée aus der *Arbequina* und der *Koroneiki*. Das Margaux hat *Michael Hoffmann* schon vor Jahren aufgegeben, geblieben ist sein natives Brat-Olivenöl, das heute mit einem Sechstel zu unserem Umsatz beiträgt.

### Basic-Olivenöle

Die Physiologie – die Wissenschaft von den Funktionen und Abläufen im pflanzlichen Organismus – unterscheidet sich bei der Olive in den Grundlagen nicht von Prozessen bei anderen Obstfrüchten. Dennoch hat es mehr als zehn Jahre gedauert, bis wir die Besonderheiten der Olive erfassen und beschreiben konnten. Neben geistiger Arbeit und der Re-



cherche ist dafür die praktische Forschung an frischen Oliven nötig. Die Reifungsprozesse spielen sich in sehr engen Zeiträumen ab, und das auch nur einmal im Jahr, so dass daraus gewonnene Erkenntnisse immer erst ein Jahr später überprüft werden können. Anders als die Weintraube ist die Olive bisher wenig erforscht und die Literatur dazu recht dünn. Die Reifekurve (S.6) ist ein Ergebnis unserer Arbeit und der jährlichen Weiterbildungstreffen aller Oliviers und unserer Partner mit wissenschaftlicher, technischer und analytischer Expertise. Das kostet uns jedes Jahr gut 80.000 Euro. Die Reifekurve mit dem dahinter liegenden Wissen ist heute die Grundlage der Arbeit der Oliviers und unserer Produkt-Diversifizierung.

Eine Auslese unterscheidet sich beim Wein von einem ehrlichen Landwein durch ihre vinifizierte Komplexität, nicht durch die Güte. Der Anspruch an beide Produktlinien und ihr Gebrauch sind verschieden, beide müssen darin dennoch „gut“ sein. Warum sollte das nicht auch für Olivenöl gelten? Die von uns entwickelte Reifekurve gibt uns die Informationen, mit denen wir, in Analogie zum Wein, die Produktentwicklung vorantreiben können. In unserem Portfolio fehlte bisher die Entsprechung zum „ehrliehen Landwein“. Mit der Produktgruppe *Basic-Olivenöle* konnten wir diese Lücke erfolgreich schließen und sie erfreuen sich bereits im zweiten Jahr einer größeren Nachfrage.

# 10 Jahre BIO-Navel-Orangenkampagne

In der arteFakt-Konzeption sind unsere jährlichen Besuche bei den Erzeugern und die partielle Mitarbeit bei der Ernte und Produktion ein fester Bestandteil unserer Aufgaben. Nicht ganz zu Unrecht werden wir darum oft beneidet, nicht weil es Urlaub ist, sondern weil wir dann einige Tage bei den Erzeugern und in ihren Familien zu Gast sind und sehr authentisch die reichhaltige mediterrane Kultur erleben. Davon erzählen wir Ihnen dann gern und schreiben darüber. Manchmal aber lässt sich das Erlebte auf diesem Wege nicht vermitteln.

So erging es mir 2010, ein Jahr, nachdem ich die Familie Librandi kennengelernt hatte und bei ihnen zum Abendessen eingeladen war. Zum Abschluss gab es frisch gepflückte Orangen, aus ihren eigenen Hainen, die ich mir dann gleich am nächsten Tag anschaute. Derart fruchtig aromatische Orangen mit feinem Säurespiel hatte ich zuvor noch nicht gegessen. Ich hatte ein Erlebnis, an dem ich Sie alle gerne beteiligt hätte. Keine Beschrei-



bung konnte wiedergeben, was sich als kulinarisches Glücksgefühl zwischen Gaumen und Hirn abspielte. Lange Zeit hat mich das nicht losgelassen. Die zu lösende Herausforderung konnte nur sein, dass die Orangen zu Ihnen kommen. Zunächst war es gar nicht die Absicht, eine Orangenkampagne ins Leben zu rufen, sondern lediglich, Ihnen eine Teilhabe an einem Erlebnis zu ermöglichen, das ich nicht in Worte fassen konnte.

## Die Logistik ist die Herausforderung

Jeden Sonnabend gehen Fruchtransporte von Sizilien nach München, die in Kalabrien noch eine Zuladung mit aufnehmen. Librandis organisierten das für unsere Orangen. Wir übernahmen die Weiterleitung ab München. So konnten wir in den Herbst-Auskünften 2011 die Orangen erstmals in Kisten zu fünf Kilogramm anbieten. Im November wird



bei den Früchten noch die Säure betont und im Dezember die Süße der weiter gereiften Orangen. Freitags werden sie geerntet, am Sonnabend auf die Reise geschickt, am Montag in der Frühe kommen sie in Wilstedt an und werden am gleichen Tag mittags schon wieder auf dem Postweg zu Ihnen befördert.



Das war zunächst logistisch die Herausforderung.

Aus den Lieferungen 2011 wurden 377 Pakete im November und 560 im Dezember mit zusammen 5.935 Kilogramm Orangen gepackt und versendet. Die Botschaft kam an, drängte auf Wiederholung und wurde schnell zur BIO-Navel-Orangenkampagne. Das sprach sich herum, und von Jahr zu Jahr stieg die Zahl der Teilnehmer und Teilnehmerinnen. Wir verschickten im letzten Jahr 4.287 Pakete mit 33.025 Kilogramm Orangen. Mit einem doppelten Anteil der süßeren Orangen im Dezember hat sich die Geschmackspräferenz der ersten Auslieferung über die Jahre erhalten. Mit der Mengensteigerung konnten wir den anfänglich mehr als halben Anteil der Logistikkosten am Nettopreis pro Orangenkiste deutlich senken, Preissteigerungen damit auffangen und den Preis stabil halten. Nur angehobene DHL-Tarife mussten wir einmal weitergeben.

## Wenn alle zusammenkommen

Im November und Dezember stehen alle arteFakt-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für einen Tag Kopf, wenn in der Frühe der LKW mit den Orangen ankommt. Auch mit der gewachsenen Menge bleibt es unser Ehr-



geiz, dass bis zum Mittag alle Pakete auf den Postwagen und auf dem Weg zu Ihnen sind. Das ist mit der gestiegenen Anzahl der Pakete anstrengender geworden, die Kälte in der Lagerhalle ist geblieben, und es macht immer noch Spaß. An diesen beiden Tagen kommen alle festen und freien Mitarbeiterinnen und

Mitarbeiter zusammen, um gemeinsam eine Sache zu beginnen und zu Ende zu bringen – das schweiß zusammen.



## Die Natur fordert heraus und setzt auch Grenzen

Oft werden wir gefragt, warum es die Orangen nicht auch im Januar und Februar geben kann. Zwei Gründe stehen dagegen. Orangen halten Minusgraden nicht stand, daher muss der Versand der Pakete garantiert frost-



frei erfolgen, was sich im Januar und Februar nicht sicher planen lässt. Und „Bio ist nicht gleich Bio“, wie wir das häufiger kritisieren. Die Familie Librandi betreibt eine nachhaltige Bio-Landwirtschaft, im Unterschied zu der industriellen Bio-Landwirtschaft, die leider zunehmend auf dem Vormarsch ist. So ist es schlicht ein Mengenproblem, ihre Orangenbäume sind im Januar weitgehend abgeerntet.

## EXKURS *Penicillium Italicum* – ein ungebetener Gast

Oft greifen wir in Natursysteme ein, ohne sie zu kennen, und merken das erst, wenn Schäden sichtbar werden. Eine Variante davon ist die falsche Erwartung, dass die Orangen jedes Jahr genau gleich schmecken können – so ist Natur nicht. Auch ein ungebetener Gast – ein Pilz – kann sich auf dem Transport und bei Ihnen zuhause an der Orange gütlich tun. Insekten, die an der Orangenschale saugen, können dabei die Sporen eintragen. Solange die Orange am Baum hängt, kann sie sich gegen die Entwicklung der Sporen zu einem Pilz wehren. Nach der Ernte ist die Orange dann schutzlos. Bei konventionellem Anbau würden Pestizide Insekten vertreiben. Für den Transport würden die Orangen abermals chemisch behandelt. Eine zertifizierte Bio-Auszeichnung weist daher in jedem Fall darauf hin, dass im Falle des Eintrags der Pilzsporen die Orange nun ungeschützt ist. Da sich der Pilz bei niedrigen Temperaturen am wohlsten fühlt und sich dann innerhalb sehr kurzer Zeit aus-

bildet, trifft es bei jeder Kampagne einige von Ihnen, für die sich nicht nur der Genuss, sondern auch das Naturschauspiel einer Pilzentwicklung eröffnet. Schon kurz nach der Aussendung erreichen uns daher nicht nur begeisterte Zuschriften wie: „Ich möchte heute ein Lob für die Orangen aussprechen. Beide Lieferungen waren super. Obwohl wir die zweite Lieferung über drei Wochen verbrauchten, wurde keine Orange faul.“ Sondern es kommen auch einige Reklamationen: „... bis auf eine angeschimmelte kamen die Orangen gut an und wurden von mir kühl gelagert, über die nächsten 5 Wochen fielen weitere 4 Orangen durch Schimmelbildung aus. Ich hatte im vergangenen Jahr auch Orangen bei arteFakt bestellt, die waren ausgezeichnet.“ Auch wenn es nur 32 derartige Rückmeldungen bei 4.287 Aussendungen im letzten Jahr waren, tut uns das für die Betroffenen immer leid, weil wir darauf nicht mit einer Ersatznachlieferung, sondern nur mit einer Erstattung reagieren können.



## Leben & Arbeiten in der Pandemie – wie war und ist das für unsere Partner?

Unter den neuen Begriffen *Shutdown* und *Lockdown* waren sie mit sehr viel härteren Maßnahmen konfrontiert, als wir sie je bei uns hatten. Im Lockdown, der dort für alle galt, durfte mehrere Wochen lang die Wohnung nur einmal in der Woche für kurze Zeit für dringliche Einkäufe „um die Ecke“ verlassen werden. Ein selbst ausgestellt Dokument mit der Angabe des Grundes und der Uhrzeit, zu der die Wohnung verlassen wurde, musste dann mitgeführt werden. Wenn es fehlte, wenn der Einkauf „zwei Ecken weiter“ stattfand oder die Zeit überzogen wurde, gab es empfindliche Geldstrafen. Wohl dem, der einen Hund hatte, der durfte jeden Tag mit ihm einmal die Wohnung verlassen und mit ihm um den Block laufen.

### Fehlende Erntehelfer

Kein Olivier kann seine zahlreichen Olivenbäume allein abernten. Er ist dafür auf Familienmitglieder und weitere Erntehelfer angewiesen, die aber vielfach nicht anreisen konnten, weder aus der Region noch aus der Ferne. Von allen war daher ein großer Einsatz gefordert, um die Oliven mit ihrem gewünschten Reifegrad in die Mühle zu bringen. Dafür begaben sich die Oliviers mit der reduzierten Zahl von Helfern in eine strenge Abschottung von allen anderen Kontakten. Emotional hätten sie es sich gewünscht, dass wir sie wie gewohnt bei der Ernte besuchen. Mit geschäftlicher Begründung hätten wir auch reisen dürfen. Falls aber das Virus eingeschleppt worden wäre, hätte dies all ihr Bemühen zunichte



gemacht und sie und uns vierzehn Tage in Quarantäne gezwungen. Das Risiko wollten wir beiderseits nicht eingehen, hatten von den Reisen Abstand genommen und waren erstmals seit über zwanzig Jahren nicht dabei.

### Wirtschaftliche Einbrüche

Die ökonomischen Folgen stellen sich für die Oliviers unterschiedlich dar. Wie auch bei uns wurde wegen der Beschränkungen mehr zuhause gegessen und selbst gekocht, was die private Nachfrage gesteigert hat. Als Direktbelieferung zählt dieser Verkauf für die

Oliviers eher zum Nebengeschäft, konnte in unterschiedlichem Ausmaß aber helfen, den dramatischen Einbruch der Nachfrage aus der Gastronomie und Hotellerie abzufedern. Einige, die mit ihren Olivenölen auch in regionalen Handelsgeschäften vertreten sind, konnten davon partiell sogar profitieren. Insgesamt verzeichnen aber alle Verluste, zum Teil auch, weil größere Partien bereits gelieferter Olivenöle nicht bezahlt wurden.

### ... nicht nur für Oliviers

Schwerer hat der Ausfall von Gastronomie, Hotellerie und Export die

Winzer getroffen, die mit der neuen Lese im Spätsommer viele ihrer Tanks noch gut gefüllt hatten. Das hat insbesondere Weine, die jung getrunken werden müssen, unverkäuflich oder zur Dumpingware gemacht. Die italienische Regierung förderte mit einer geringen Ausgleichszahlung die Verarbeitung dieser Weine zu Desinfektionsmitteln. *Gunther Di Giovanna* bebt fast als er uns davon erzählte, dass er seine mit viel Aufwand und Herzblut hergestellten Weine so vernichten sollte. Viele derartiger Weine gelangten ab dem Sommer mit einer unüblich hohen Qualität

auch zu Billigpreisen in die Regale der Discounter. Das wird den Winzern für die Preise der neuen Weine keine gute Vorgabe sein.

Auch für die *Angelinis* in Umbrien war es kein leichtes Jahr. *Giuseppina* reagierte auf unsere Bestellung der Hülsenfrüchte Anfang Dezember mit einem erleichterten Seufzer und großem Dank, es war die erste größere Bestellung im ganzen Jahr. Auf drei großen italienischen Messen tätigen sie üblicherweise sechzig Prozent ihres Jahresumsatzes, alle drei waren ausgefallen, und auch aus den Restaurants gingen nur wenige Bestellungen ein.

### Wir werden durchkommen

*Roberta di Luigi* drückt aus, was viele empfinden: „In der ständigen Diskrepanz zwischen Herz und Hirn versuchen wir mit dem Herzen, die Hoffnung nicht zu verlieren, und mit dem Hirn, klar zu bleiben und so die Spannung einzudämmen.“ Und *José Gálvez* ergänzt: „Wir müssen die Sache mit Optimismus betrachten und uns den Problemen stellen. Gegen Covid wird sich eine Lösung finden, und wenn wir gesund bleiben, werden wir es überstehen.“

Mit unserer gelebten Konzeption einer Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft, gepaart mit der alten Handelstradition des direkten Tausches von Ware gegen Geld, konnten wir im letzten und auch diesem Jahr einen gewichtigen Beitrag zu diesem Optimismus leisten.

## Arktische Kälte und Schnee in Spanien



*Jürgen Wagner*, der Önologe der Weinkooperative *Capçanes*, berichtete zunächst erfreut über das ganz ungewöhnliche Bild der tief verschneiten Landschaft im Priorat, erinnerte es ihn doch an seine Heimat in Freiburg. Diese Erinnerung nahm ihm auch die Sorge, dass die Rebstöcke Schaden nehmen könnten. Bald aber kamen bittere Nachrichten von den Olivenanbauern. Unter den Schneelasten brachen an nahezu jedem Baum größere Hauptäste aus der Krone, so dass für die kommende

Ernte schon jetzt mit bis zu 30% weniger Oliven gerechnet werden muss. Der Olivenbaum erholt sich davon, er wird dafür aber mehr als ein Jahr benötigen.

Auch von *Adrian Ardac* kamen Bilder der tief verschneiten Landschaft am Rande der Hochebene des Priorats, was in diesem Ausmaß aber nicht bis zu ihnen nach Riudoms nahe der Küste reichte. *José Gálvez* aus Villanueva de la Reina in Andalusien konnte Entwarnung geben, der Wettereinbruch erbrachte bei ihm keine Schäden.

## Auf Spurensuche ...

### Wo Milli- und Mikrodimensionen zuhause sind

Seit drei Jahren wiederholt sich ein problematisches Geschehen, wie wir es bereits vor 16 Jahren erlebt hatten. „Weichmacher“ gerieten damals in den begründeten Verdacht, bei langfristiger Aufnahme in den Körper gesundheitliche Schäden nach sich zu ziehen. Analytisch waren sie zwar leicht im Olivenöl nachzuweisen, nur die Quelle, aus der sie stammten, war nicht leicht zu finden. Sie kommen, ohne deklariert zu werden, in unzähligen Produkten unseres Lebens vor. Für Olivenöl erwiesen sich dann Kunststoffschläuche in den Mühlen als Verursacher. Die Schläuche trugen zwar das stilisierte Zeichen eines Weinglases und einer Gabel für die Lebensmitteltauglichkeit. Es gilt aber nur für wässrige, nicht für ölige Lebensmittel.

### Nicht wissen ...

Jetzt sind aromatische Mineralölkohlenwasserstoffe unter dem Kürzel MOSH – MOAH aus gleichen Gründen in Verdacht geraten. Ihre Verbreitung in täglich benutzten Produkten ist dabei allerdings um einiges größer. Ihr Vorkommen reicht bis hin zu ubiquitärer (allgemeiner) Belastung der Umwelt, aus der sich eine Kontaminierung ergeben kann.

Mit *Eurofins*, unserem Laborpartner, hatten wir uns gleich be-

raten und das Problem auf die Tagesordnung des jährlichen Weiterbildungstreffens der Oliviers gesetzt. Die erste Erkenntnis dabei war, dass diese Diskussion wieder eine spezifisch deutsche ist und in ihren Ländern nicht stattfand, was sich bis heute noch nicht wesentlich geändert hat.

### Deshalb suchen ...

Wir verabredeten ein zweigleisiges Vorgehen, alle Olivenöle auf MOSH – MOAH hin zu analysieren und auf Spurensuche zu gehen. In nur seltenen Fällen finden sich auf Gebrauchsprodukten Angaben dazu, was die Sache erschwert. Ebenso wenig wie das Vorhandensein dieser Substanzen bei der Benutzung eines Duschgels, einer Feuchtigkeitscreme oder eines Lebensmittels ersichtlich ist, kann ein Landwirt, der einen Sisalsack für seine Oliven kauft, erkennen, dass der Sack z.B. mit paraffinhaltigen Produkten imprägniert wurde, oder ein Biolandwirt, dass der Biowirkstoff zum Spritzen es als Trägergrundlage hat. Und wer beim Tanken neben dem Zapfhahn stehen bleibt, wird ohne es zu merken MOAH-Dämpfe einatmen.

So war es nicht verwunderlich, dass *Eurofins* bei seinen Analysen auch fündig wurde, zwar nur in geringen Mengen und nur bei drei

Olivenölen. Bei der Kooperative *Eleonas* war die Spurensuche erfolgreich, es waren die Säcke, die daraufhin abgeschafft und durch offene Sammelkisten ersetzt wurden. Bei den anderen beiden konnte keine Zuordnung ermittelt werden, und im Jahr darauf waren sie ohne Befund.

### Das kostet ...

Es wird jetzt schwerer werden, das Problem zu beheben, als bei den Weichmachern, wo nur die Schläuche ersetzt werden mussten. Wir leben in einer Mineralölzeit, nicht nur, was die Verbrennungsmotoren angeht. Aus ihrer Technologie auszusteigen, wird leichter sein, als aus all den anderen Anwendungen von Erdölprodukten, von denen wir vielfach gar nichts wissen. Die Spurensuche hat erst begonnen, und die Analysen, die wir in unsere Standarduntersuchungen aufgenommen haben, werden dabei helfen. Unsere Analysekosten erhöhen sich damit von bisher 28.000 auf 35.000 Euro pro Jahr, auch weil wir nicht nur das Olivenöl, sondern bei der Spurensuche etliche Beiprodukte auf ihre Inhaltsstoffe untersuchen lassen müssen.

### Schützt aber nicht sicher ...

Eine Zeitlang werden wir trotzdem nicht davor geschützt sein, ... →



## Wir vermissen sie

Als Partner und Pioniere aus der Zeit der Anfänge unserer Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaft waren *Edith* und *Ioannis Fronimakis* uns schnell ans Herz gewachsen, mit ihrem Olivenöl No.29, bei den Begegnungen auf den Olivenöl-Abholtagen in Wilstedt und bei den jährlichen Wanderreisen mit Franz Gentemann auf Kreta. Sie haben über die Jahre viele Freunde gewonnen.

Mitte September des letzten Jahres erreichte uns die Nachricht von Ioannis, dass Edith plötzlich in ein Koma gefallen war und noch in der Nacht verstarb. Beide haben wir immer als so untrennbare Einheit erlebt, sie waren so eins miteinander, dass Ediths plötzlicher Tod nur schwer zu fassen war und Ioannis viel Trost, Zuwendung und Hilfe benötigte. An der Trauerfeier in Skinokapsala nahmen wir teil, konnten uns von Edith verabschieden und Ioannis in der schweren Stunde zur Seite stehen. Das geschah auch im Namen von über vierhundert arteFakt-Freunden, die sich in eine von uns im Internet ausgelegte Kondolenzliste eingetragen hatten, die wir, ausgedruckt und gebunden, zusammen mit einem Bildband von Edith aus unseren gemeinsamen Jahren Ioannis übergaben.



## Wie geht es Ioannis und wie geht es weiter in Skinokapsala?

Zur Olivenernte wollten wir später mit Freunden nach Skinokapsala zurückkommen, um ihm mit praktischer Hilfe in seiner Trauer und dem Alleinsein Beistand zu geben. Das verhinderten leider die Beschränkungen der Pandemie. Über Petros, unseren griechischen Mitarbeiter, halten wir nun telefonisch miteinander den Kontakt. Die vertraute Arbeit mit den Oliven bei der Ernte, der Aufsicht in der Mühle und der Filterung des Olivenöls haben ihm geholfen. Es sind die Abende, wenn er dann allein zuhause ist, die ihm schwer zu schaffen machen.

Ohne Edith wird es schwer für Ioannis, alles wie bisher weiterzuführen. Um all die finanziellen und behördlichen Dinge des Alltags und beim Olivenöl hatte sich Edith gekümmert. Bei seinem Eintritt ins Rentenalter vor einigen Jahren hatte er ihr auch alle Haine und das Geschäft übertragen, was ihn jetzt in eine schwierige Situa-



tion bringt, die es so wohl nur in Griechenland gibt. Ein bewilligter Rentenbescheid führt nicht, wie zu erwarten, zur Auszahlung der Rente, sondern nur zu einer Zusage der Berechtigung. Eine erste Auszahlung erfolgt dann erst nach einer unbestimmten Zeit von mehreren Jahren, mit dem Versprechen einer Nachzahlung. Gebunden ist die Zusage der Nachzahlung an die Verpflichtung, während dieser Zeit kein eigenes Einkommen zu erzielen. Auch Ioannis wartete schon mehrere Jahre auf die Zahlung. Mit der Übernahme des Olivenölgeschäfts von Edith und seiner Weiterführung würde er aber die Nachzahlungen verirken. Im Alter von über siebzig Jahren kann es für Ioannis keine Option mehr sein, nun noch einmal von vorn zu beginnen. Privat, zusammen mit arteFakt-Freunden, helfen wir Ioannis zunächst für den Übergang, weiterhin ohne Einkünfte durchzukommen, bis sich die Dinge ordnen lassen. Die Menge seines Olivenöls ist in diesem Jahr aus all diesen Gründen auch gering ausgefallen und nicht in unserem Angebot.

Zusammen mit Ioannis suchen wir für das kommende Jahr tragfähige Lösungen, wie es langfristig weiter gehen könnte. Hierbei kommt es nicht nur auf die „Schultern“ an, die das Vorhaben tragen müssen, auch das Verhältnis zur arteFakt-Konzeption muss passen. Wir suchen keine Lieferanten, sondern Partnerschaft, bei der wir auch Ioannis nicht verlieren. Die Beschränkungen aufgrund der Pandemie machen die Entwicklung eines Konzepts gerade nicht leicht. Bis zu den Herbst-Auskünften werden wir Ioannis wohl wieder besuchen können. Wir berichten dann über den Fortgang.

→ erst im Nachhinein eine Belastung zu entdecken, so wie es jetzt *Giuseppe Lombardi* ergangen ist, dessen Olivenöl daher in diesem Jahr nicht im Programm ist. Seine Olivenbäume trugen diesmal so wenig Oliven, dass er überlegte, sie wegen der hohen Kosten der Handpflückung gar nicht zu ernten oder aber sich einen mechanischen Rüttler und Greifer dafür auszuleihen, der allerdings von einer mineralölhaltigen Hydraulik angetrieben und gesteuert wird. Er wählte die zweite Möglichkeit. Die Analysen des Prozessweges der Oliven ergaben, dass dies als einzige mögliche Quelle der Kontamination in Betracht kommt.

### Kann Folgen haben ...

Für Giuseppe ist das doppelt bitter und tragisch. Die Kosten der Ernte und Produktion bleiben ohne Deckung. Giuseppe arbeitet seit Jahren äußerst sorgfältig, aufmerksam und vorbildlich für sein Bio-Olivenöl und ist darüber hinaus ein engagierter Förderer der noch kleinen Biobewegung in Apulien. Er betreibt den ersten Bioladen in Andria, der jetzt auch wenig frequentiert wird. Die Pandemie setzt den Menschen zu, es fehlt ihnen vielfach das Geld, um bei ihm einzukaufen. Etwas direkter nachgefragt, möchte Giuseppe dennoch

nicht sagen, dass es ihm eigentlich nicht gut geht. Die Rente seiner Eltern hilft ihm, das jetzt durchzustehen, was in Italien für viele in der jungen Generation zwar eingeübt ist, auch wenn es keine Krise gibt. Gut geht es einem jungen Familienvater damit aber nicht. Auch wir werden Giuseppe damit nicht alleine lassen.



Coratina-Oliven aus den Hainen von Giuseppe

## Exkurs: Mineralölkohlenwasserstoffe MOSH – MOAH

### Was sind MOSH – MOAH?

Der Bund für *Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde* (BLL) definiert die komplexen Mischungen von Kohlenwasserstoffen in ihrer Kettenlänge der C-Atome von C10 bis C50 und unterteilt sie in die Gruppe der gesättigten *Mineral Oil Saturated Hydrocarbons* (MOSH) und aromatischen *Mineral Oil Aromatic Hydrocarbons* (MOAH).

### Grundlagen gesundheitlicher Risikobewertung

Die Bewertungen der MOSH und der Analogen (POSH) sind unterschiedlich und beziehen sich auf die Molekularmassen der einzelnen Stoffe und die Länge der Kohlenstoffketten. Unabhängig davon sind aber beide in Lebensmitteln grundsätzlich unerwünscht.

Da die Eintragswege sehr komplex und vielfältig sind – auch allgemeine Umwelteinflüsse spielen eine Rolle –, existieren bisher noch keine Grenzwerte. Die Erhebung von Daten dient derzeit zunächst der Informationsgewinnung für Einträge dieser Substanzen in verschiedenen Lebensmitteln. Im April 2019 haben Vertreter deutscher Lebensmittelüberwachungsbehörden und der Lebensmittelwirtschaft daraus zunächst „Orientierungswerte“ für das Vorkommen dieser Stoffe entwickelt, die auf ihre Minimierung zielen. Danach sollten in Lebensmitteln die Werte für MOSH 13 mg/kg nicht überschreiten und für MOAH sollten sie unterhalb der Bestimmungsgröße liegen. *Orientierungswerte* sind ausdrücklich keine Grenzwerte und bedeuten daher keine gesetzliche Verpflichtung: sie einzuhalten, beruht auf Freiwilligkeit. In Deutschland allerdings beziehen NGO's, insbesondere die Verbrauchermagazine, die Empfehlungen in die Produktbewertung ihrer Tests mit ein, was eine starke faktische Wirkung entfaltet. Eine gesellschaftlich ähnlich anerkannte Stellung von Verbrauchermedien gibt es in den mediterranen Ländern bisher nicht.

### Gesundheitliche Risikoeinschätzung von MOSH

Sowohl MOSH als auch Analoge (POSH) sind unverdaulich und werden unverändert wieder ausgeschieden, daher werden sie

als weniger risikobehaftet eingeschätzt. Für die Minimierung ist ein Orientierungswert oberhalb der Nachweisgrenze in Höhe von 13 mg/kg vorgegeben.

### Gesundheitliche Risikoeinschätzung von MOAH

Im Gegensatz zu den strukturell verwandten und krebserregenden PAK (Polycyclische aromatische Kohlenwasserstoffe) handelt es sich bei der MOAH-Fraktion um ein komplexes Stoffgemisch mit unterschiedlicher und größtenteils bisher unbekannter Toxizität. Aus tierexperimentellen Studien ist bekannt, dass Mineralölgemische niedriger Viskosität im Körper gespeichert werden und zu Ablagerungen in Leber, Herzklappen und Lymphknoten führen können. Die Risikoeinschätzung möglicher Folgeerkrankungen liegt deshalb höher, woraus die Empfehlung zur Vermeidung mit dem Orientierungswert des abgesicherten Null-Werts „n.b.“ – nicht bestimmbar – folgt.

### In welchen Produkten lassen sich MOSH finden?

Sie sind in Paraffinen oder Weißölen wie Vaseline® enthalten und finden sich u. a. in Baby- und Körperpflegeölen, Lippenpflegeprodukten, Gas-Feuerzeugen, Duftlampen-Öl, Wachsmalstiften, Wachsapier und Backformen. POSH kommen u. a. als zugelassene Lebensmittelzusatzstoffe E 905 für Überzüge bei bestimmten Lebensmitteln vor, insbesondere bei Früchten, die vor dem Verzehr geschält werden, oder beim Käse als ablösbare Überzüge, die nicht zum Verzehr bestimmt sind, oder in Kaugummi und Süßwaren.

### In welchen Produkten lassen sich MOAH finden?

Als Bestandteil von Erdölprodukten kommen sie in Mineralölmischungen technischer Qualität zum Schmieren von Maschinen und Geräten vor, auch als Trägerstoff in Pestiziden. Neben Kontakten kann die Kontamination hier über flüchtige Stoffe in Gasen, Dämpfen und Aerosolen führen. Ihr häufiges Vorkommen in Lösemitteln von Druckfarben und Mitteln zur Imprägnierung kann zu Kontaminationen aus Verpackungsmitteln führen, insbesondere bei Recyclingmaterialien aus bedrucktem Altpapier.

# Wir wollen wieder zu den Oliven reisen ... im Oktober und November

Wir wollen optimistisch sein, dass spätestens in der zweiten Jahreshälfte kleinere Zusammenkünfte wieder möglich werden. Für größere Veranstaltungen, wie die Olivenöl-Abholtag, Messen und Märkte, wird das eher nicht zutreffen. Die Begegnungen mit den Oliviers, der direkte Austausch mit ihnen fehlen uns nun schon im zweiten Jahr, ebenso wie das Reisen. Mit Partnerinnen und Partnern möchten wir daher zum Herbst einen bunten Strauß von Kurzreisen zusammenbinden und mit Ihnen zusammen jeweils einige Tage unsere Oliviers besuchen, dabei Oliven ernten, sie in die Mühle bringen, Olivenöl verkosten, Lehrreiches erfahren und auch die kulturellen und kulinarischen Besonderheiten der Regionen erkunden. Wenn Sie Lust auf eine der Reisen haben, dann melden Sie Ihr Interesse, zunächst unverbindlich, unter dem jeweils angegebenen Kontakt an. Sie erhalten dann weitere Informationen, bis sichere und verbindliche Zusagen möglich werden.



## Katalonien/Spanien

Josep Maria Mallaré  
Olivenöl No.11

In Kooperation mit *Kalonien Reisen* – individuell unterwegs in Spanien und Portugal, [www.kalonien.de](http://www.kalonien.de)

**Reiseleitung:** Ralf Wigger & Veronica Ventura, unsere langjährigen Dolmetscher im Kontakt mit den Oliviers



**Programm:** Einführung in die Welt der Olive, im Hain und der Mühle; Führung und Weinprobe bei der Cooperative Capçanes im Priorat; Tapasabend; Fischrestaurant; Weltkulturerbestadt Tarragona (Verlängerung in Barcelona möglich).

**Zeit:** 5 Tage vom 19.10. – 23.10.

**Kontakt:** E-Mail: [info@kalonien.de](mailto:info@kalonien.de),  
Telefon 34 650 360 148

## Andalusien/Spanien

Jose Gálvez – Olivenöl No.13



In Kooperation mit *Kalonien Reisen* – individuell unterwegs in Spanien und Portugal [www.kalonien.de](http://www.kalonien.de)

**Reiseleitung:** Ralf Wigger & Veronica Ventura & Christoph Sippel

**Programm:** Wanderung im Olivenhain, Olivenmühle und Verkostung; Paella-Abend mit Flamenco; Weltkulturerbestadt Cordoba (Verlängerung in Granada oder am Meer möglich).

**Zeit:** 5 Tage vom 26.10. – 30.10.

**Kontakt:** E-Mail: [info@kalonien.de](mailto:info@kalonien.de),  
Telefon 34 650 360 148

## Toskana/Italien

Adriano März – Olivenöl No.9



In Kooperation mit *Natur Pur Reisen*, [www.naturpur-reisen.de](http://www.naturpur-reisen.de)

**Reiseleitung:** Weinexpertin Diana Rohrbach, Manuela di Bari & Conrad Bölicke

**Programm:** Studienreise Wein & Olivenöl – Genuss in den Hügeln der Toskana; Olivenernte und Weinverkostungen; Rahmenprogramm Florenz, Volterra, San Gimignano ...

**Zeit:** 5 Tage vom 04.11. – 08.11.

**Kontakt:** E-Mail: [info@naturpur-reisen.de](mailto:info@naturpur-reisen.de),  
Telefon 0471.76854

## Umbrien/Italien

Graziano Decimi – Olivenöl  
special Moraiolo  
& Familie Angelini – Ursorten  
von Hülsenfrüchten



**Reiseleitung:** Conrad Bölicke & Klaus Haase

**Programm:** Parco Nazionale di Monti Sibillini und Hülsenfrüchte, Olivenernte; Einführung in die Welt der Olive im Hain und der Mühle; Assisi ...

**Zeit:** 7 Tage vom 27.10. – 02.11.

**Kontakt:** E-Mail: [service@artefakt.eu](mailto:service@artefakt.eu),  
Telefon 04283.981317

## Kalabrien/Italien

Tenute Librandi – Olivenöl No.3

In Kooperation mit den ZEIT-Reisen  
[www.zeitreisen.zeit.de](http://www.zeitreisen.zeit.de)

**Reiseleitung:** Conrad Bölicke & Manuela di Bari



**Programm:** Oliven-Fachreise – Ernte, Mühle, Olivenöl-Sensorikkurs; schwimmen im Ionischen Meer; Besuch von Matera, dem Castel del Monte, der Altstadt von Bitonto und Genuss der apulischen und kalabrischen Küche ...

**Zeit:** 5 Tage vom 21.10. – 25.10.

**Kontakt:** E-Mail: [reisen@zeit.de](mailto:reisen@zeit.de),  
Telefon: 040.3280-455



## Korinth/Griechenland

Dimitrios Sinanos  
Olivenöl No.23

**Reiseleitung:** Conrad Bölicke & Peter Livanis

**Programm:** Einführung in die Welt der Olive im Hain und der Mühle; schwimmen im Saronischen Golf; der Kanal, die Burg und das alte Korinth; Nemea und Wein ...

**Zeit:** 5 Tage vom 14.10. – 18.10.

**Kontakt:** E-Mail: [service@artefakt.eu](mailto:service@artefakt.eu),  
Telefon 04283.981317

## Messenien/Griechenland

Koop. Eleonas – Olivenöl No.27

**Reiseleitung:** Conrad Bölicke & Peter Livanis

**Programm:** Oliven-Fachreise – Ernte, Mühle, Olivenöl-Sensorikkurs, Nestor-

Palast, Pylos mit Naturschutz-Lagune, dem Paradies für Zugvögel

**Zeit:** 5 Tage vom 18.11. – 22.11.

**Kontakt:** E-Mail: [service@artefakt.eu](mailto:service@artefakt.eu),  
Telefon 04283.981317

## Kreta/Griechenland

Ionnis Fronimakis  
Olivenöl No.29



Aus dem Angebot der Wanderreisen in das südöstliche Kreta mit Franz Gentemann hat sich nach seinem altersbedingten Ausscheiden ein Freundeskreis gebildet, der sich nun privat für diese Reisen verabredet, dem man sich gern anschließen kann.

**Ansprechpartnerin:** Marita Geils

**Programm:** Heraklion mit archäolog. Museum, Stadtbesichtigung, Knossos; Hotel direkt am Meer in Süd-/Ost-Kreta, Ausflüge in die Umgebung, Besichtigungen, Wanderungen, Olivenhain mit Ioannis.

**Zeit:** vom 13.10. – 23.10.

**Kontakt:** E-Mail: [qmg@maritageils.de](mailto:qmg@maritageils.de),  
Telefon: 0176.22280019

## Istrien/Kroatien

Aleksandra Vekic  
Olivenöl special Mate



**Reiseleitung:** Christoph Sippel & Klaus Haase

**Programm:** Einführung in die Welt der Olive im Hain und der Mühle; Umag und Triest ...

**Zeit:** 5 Tage vom 07.10. – 11.10.

**Kontakt:** E-Mail: [service@artefakt.eu](mailto:service@artefakt.eu),  
Telefon 04283.981317

## Kreta experience



In den *Auskünften* des letzten Jahres hatten wir *Dimitrios Chondrakis* aus Chania auf Kreta bereits vorgestellt, ein Nachwuchstalents, das wir auf seinem Weg zum Olivier fördern. Der Lohnmüller hatte Dimitrios' sorgfältig und frisch geernteten Oliven allerdings zu einer derart schlechten Qualität von Olivenöl extrahiert, dass wir die beabsichtigte Vorstellung zurückstellen mussten.

Bei einem Besuch im September besprachen wir mit Dimitrios die Mängel wie auch die unbedingten Anforderungen an den Mühlenprozess, die der Lohnmüller einzuhalten hat. Das Gespräch mit dem Lohnmüller zeigte die Aussichtslosigkeit, dass mit ihm ein zweiter Anlauf gelingen könnte.

Ein anderer Müller, den wir zusammen mit Dimitrios aufsuchten, zeigte sich aufgeschlossener, und er hielt seine Zusagen. Die gesteckten Ziele konnten erreicht werden, so dass wir das Öl von Dimitrios Chondrakis für die Olivenölkampagne 2021 nun in unsere Rubrik der *Olivenöl specials* aufnehmen konnten. Für seine Olivenöle wählten wir die Bezeichnung *Kreta experience*, weil hier im Westen von Kreta die Olivensorten *Tsounati* und *Koroneiki* vorherrschen und Dimitrios ihre Profile entlang der Reifeentwicklung noch nicht erkunden konnte.

In den kommenden Jahren werden wir ihm mit unseren Erfahrungen zur Seite stehen und seinen Weg zum Olivier begleiten, an dessen Ende dann eine eigene Mühle stehen soll. Kurz nach der Olivenernte kam dann das erste Kind von Ioanna und Dimitrios, eine Tochter, zur Welt. Sie zogen in eine neue Wohnung etwas außerhalb von Chania und können die Auszeit genießen, bevor für Dimitrios dann bald wieder der Alltag mit der Pflege der Olivenhaine und dem Schnitt der Olivenbäume beginnt.

### IMPRESSUM

artefakt Handelsagentur für  
Erzeuger-Verbraucher-Ideen GmbH  
Am Bogen 5, 27412 Wilstedt  
Telefon 04283.981317, Fax 04283.981319  
[kontakt@artefakt.eu](mailto:kontakt@artefakt.eu), [www.artefakt.eu](http://www.artefakt.eu)

Redaktion: Conrad Bölicke, Wilstedt  
Lektorat: Dr. Ludwig Fischer, Kirchwaldede  
Gestaltung: Hubertus Neidhoefer, Berlin  
Druck: Druckhaus Spandau, Berlin