



arteFakt

# auskünfte



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

Herbst-Auskünfte

Olivenölkampagne 2014



## OlioSoli Zwischenergebnis

Nicht erst im Rückblick vom Ende des Jahres her, sondern auch schon jetzt schätze ich die Olivenölkampagne 2014 als die bisher erfolgreichste ein. Woran ist der Erfolg zu messen? Für Unternehmen wird er heute zumeist an der ‚Performance‘ abgelesen, was den höchsten Börsenstand und die höchste Ausschüttung an die Aktionäre meint. Dieser Einseitigkeit des shareholder-value stelle ich gern den humanistischen Anspruch des fairholder-value entgegen. Ökonomie muss für Menschen gemacht werden, das ist der Anspruch, mit dem wir arteFakt gestalten und unsere Ziele formulieren. Gemessen an diesem Anspruch, dürfte etwas wie die ‚Fairholder-Performance‘ des OlioSoli in der Wirtschaft nicht oft zu finden sein.

Lediglich sechs kritische bis ablehnende Kommentare zu einer solidarischen Hilfe für die vom Ernteausschlag betroffenen Erzeuger haben uns erreicht. Das Angebot, das Olivenöl No.11 – unser am häufigsten nachgefragtes Olivenöl – auch ohne den OlioSoli-Aufschlag von 50 Cent pro Liter bestellen zu können, wird kaum genutzt. Auf das OlioSoli-Sonderkonto, auf das über den 50 Cent-Aufschlag hinaus zusätzlich gespendet werden kann, sind bereits über 14.000 Euro eingegangen. Unser Ziel, den Betroffenen mit den Spenden des OlioSoli zu helfen, damit sie ohne Schulden das Jahr des Ernteausschlags überstehen, werden wir erreichen können.

Die tausendfache Selbstverständlichkeit, mit der Sie Anfang des Jahres auf unseren Vorschlag zur Hilfe reagiert haben und ihn mit Leben füllen, hat nicht nur mich überwältigt. ...

Fortsetzung Seite 2



Fotos: Constantinos/Robeeco © Fotolia

## Impulse aus der Neuen Welt

**In Kalifornien wird Olivenöl neu gedacht: Karim Aouini hatte einige Monate Gelegenheit, die Arbeit des weltweit einzigartigen Oliveninstitutes in Davis mitzerleben. Im Interview berichtet er von seinen Erlebnissen.**

Traditionen sind manchmal ein Rucksack, an dem man schwer zu tragen hat: Die wichtigsten Forschungen und Neuerungen zum Olivenöl scheinen gerade dort stattzufinden, wo die jüngsten Anbaugelände sind – in Australien und den USA. Es ist eine Ent-

wicklung, die wir bei arteFakt seit einigen Jahren beobachten: Die Standards für modernes Olivenöl sind in der Neuen Welt längst höher als in Europa, und während es in den traditionsreichen Olivenanbaugeländen rund ums Mittelmeer immer noch schwierig oder sogar unmöglich ist, moderne wissenschaftliche Erkenntnisse auch flächendeckend zu den Bauern und Müllern vor Ort zu transportieren, scheinen sich die Erzeuger in der Neuen Welt auf moderne Methoden zu stürzen,

weil sie so ihr Produkt und letztlich ihr wirtschaftliches Auskommen verbessern können – ungebremst durch Traditionen. Sie haben eben nichts „immer schon so gemacht“.

Auch hier zeigt sich eine Analogie zu der Entwicklung des Weinbaus und des Winzerhandwerks: Die Impulse und auch der wirtschaftliche Druck aus den jungen Weinregionen der Neuen Welt haben letztlich mit zur Entwicklung des modernen Weins in Europa beigetragen ... Fortsetzung Seite 2

## Olivenölbetrug – ein Skandal?

1997 begleitete uns Peter Juppenlatz, damals Journalist und Redakteur des Stern-Magazins, nach Ligurien, um über unser Vorhaben zu schreiben, das Olivenöl ‚neu zu erfinden‘. Wir zeigten ihm bei einem kleinen Dorf an einem Berghang hinter einer Ölmühle diverse entleerte Fässer aus Spanien, die die Aufschrift ‚Lampant‘ trugen. Mit diesem Begriff wird ein Olivenöl sehr schlechter Qualität bezeichnet, das nicht in Verkehr gebracht werden durfte. Im Dorf war es kein Geheimnis, dass der Müller dieses Öl mit seinem frisch gepressten ‚verschnitt‘. Im späteren Stern-Artikel erwähnte

Peter Juppenlatz auch diese Entdeckung seiner Recherche, worauf ein spanisches Ölkonsortium, für das offensichtlich der Müller tätig war, umgehend den Stern vor einem Gericht in Mailand verklagte.

Als Peter Juppenlatz in den Ruhestand ging, war das Verfahren noch nicht beendet. Was hat sich seitdem eigentlich geändert? Olivenöl gilt seit der Gründung des europäischen Agrarmarktes bis heute unangefochten als die Nummer eins beim Betrug mit Lebensmitteln. In den Anfängen wurde tatsächlich oft fremdes Samenöl mit Oliven-

öl verfälscht, auf unterschiedliche Weise wurden Subventionen für den Olivenanbau mehrfach abgerechnet, nordafrikanisches Olivenöl wurde zu EU-Ware umdeklariert, und immer schon wurden gute und schlechte Qualitäten miteinander vermischt oder minderwertige einfach zu höchster Qualität als Native Olivenöle Extra deklariert. Andreas März, der seit Jahren systematisch den Olivenölmarkt beobachtet und in dem Magazin Merum darüber berichtet, hält über 90% aller im Handel angebotenen Olivenöle weder für nativ noch für extra. ... Fortsetzung Seite 3

### Unsere Herbst-Klassiker

Nähere Informationen dazu in der aktuellen Preisliste und bei [www.artefakt.eu](http://www.artefakt.eu)

#### Bio-Primario

Das *Primario* ist der Vorbote auf die Olivenölkampagne 2015. Gepresst von den ersten noch sehr frühreifen Oliven, wird es nicht dekantiert und bleibt ungefiltert, gerade so, wie es in der Ölmühle aus dem Dekanter und dem Separator fließt. Die Oliviers sind *Giuseppe Lombardi* (Olivenöl No.7) und *Josep M. Mallafré* (Olivenöl No.11). Es erfolgt nur eine Auslieferung in der zweiten Novemberhälfte.

#### Bio-Navel-Orangen

So natürlich gereift und frisch gepflückt, lassen sich Orangen nur direkt vom Erzeuger beziehen. Je einmal im November und im Dezember senden uns *Carmela*, *Angela* und *Lucia Librandi* aus Kalabrien (Olivenöl No.3) wieder 5- und 10-Kilopakete ihrer äußerst leckeren Bio-Navel-Orangen.

#### Bio-Kartoffelvielfalt

Bioland Landwirt *Karsten Ellenberg* hat in diesem Jahr für das Single- und Familienpaket aus seiner neuen Ernte mit der *Roten Emmalie* und der *Violetta* zwei seiner Eigenzüchtungen und mit der *Sieglinde* und *Adretta* zwei beliebte alte gelbe, feste und mehlig kochende Sorten ausgewählt. Bis Ende November gibt es sie wieder zu einem günstigeren Aktionspreis als 4 x 1 kg- oder 4 x 2,5 kg-Tüte.

**Für die Winterküche: Nativ aromatisierte Bio-Olivenöle**  
Wegen der großen Nachfrage im letzten Herbst legen wir vier unserer natürlich (nativ) aromatisierten Olivenöle im Set für herzhaftere Speisen der kalten Jahreszeit zum günstigeren Preis erneut auf. Mit passenden Rezeptanregungen enthält das Set natives Rosmarin-, Thymian und Lorbeer-Olivenöl sowie Peperoncino-Olivenöl des Schärfegrads PIK 2.

#### Käsekunst vom Affineur

Dafür muss man sich Zeit zum Genießen nehmen: *Markus Kober*, der zu den besten Affineuren Deutschlands zählt, hat für zwei Variationen von Single- und Freudenpaketen besondere Käse von der Kuh-, der Ziegen- und der Schafsmilch aus seinem Reifekeller ausgewählt. Die Aktion ist begrenzt bis Ende November.

Fortsetzung

„OlioSoli Zwischenergebnis“

arteFakt als Erzeuger-Verbraucher-Beziehung gestalten zu wollen, ist leicht gesagt, ob es aber auch gelingt, stand zuvor nie zur Prüfung an. Nun, da sich die Wertehaltigkeit der über viele Jahre entwickelten Beziehung nicht nur von Einzelnen, sondern in der Gemeinschaft der Verbraucher/innen zeigen musste, wurde sie auf fulminante Weise sichtbar. Meine Gefühlslage pendelt seit Monaten zwischen Dank, Berührtsein und Stolz. Gäbe es für Ihre Haltung einen Verbraucherpreis, er würde Ihnen gebühren.

Conrad Bölicke



### arteFakt jetzt auch in Österreich

**Nun ist sie wirklich ins Rollen gekommen: Auch in Österreich gibt es jetzt die arteFakt-Olivenölkampagne.**

Er ist ein Partner: *Johann Stacherl* heißt der Mann, der die Olivenölkampagne nach Österreich bringt, und treu der Unternehmens-Philosophie ist es natürlich nicht einfach ein Ableger oder eine Filiale, sondern ein eigenständiger Partner mit ganz eigenen Ideen. Das heißt, dass er die arteFakt-Kampagne eigentlich in Österreich noch einmal gründet, wenn auch mit dem Vorteil, auf alles Wissen, die Erfahrungen und natürlich die Beziehungen zu den Erzeugern und deren Olivenöle zurückgreifen zu können, die Conrad Bölicke und das deutsche arteFakt-Team in den vergangenen Jahren gefunden, aufgebaut und gepflegt haben.

Der Versand für österreichische Kunden wird deshalb in Zukunft vom dortigen Versandlager aus erfolgen, das natürlich noch kleiner ist als das in Deutschland und vor allem bei den kurzfristigen Aktionen nicht immer alle Produkte vorrätig haben wird. Dafür wird der Versand innerhalb Österreichs deutlich günstiger (alle Infos stehen auf [www.artefakt.eu](http://www.artefakt.eu) unter „Unser Kleingedrucktes“). Online erreichen Sie die österreichische Olivenölkampagne genauso wie die deutsche: per Mail unter [oesterreich@artefakt.eu](mailto:oesterreich@artefakt.eu) oder telefonisch unter (+43) 02742 - 27404.

Fortsetzung

„Impulse aus der Neuen Welt“

und manchmal sogar erst dazu geführt, dass überkommene Traditionen aufgebrochen wurden. Für uns bei arteFakt bestätigt sich nun, wovon wir seit Jahren überzeugt sind: Olivenöl muss mit den Erkenntnissen der Wissenschaft neu gedacht und modern produziert werden.

Deshalb haben wir uns sehr gefreut, dass Karim Aouini die Gelegenheit bekam, für einige Monate am Oliveninstitut im kalifornischen Davis die moderne amerikanische Variante des Olivenöls kennen zu lernen, und wir haben ihn bei seinem Vorhaben unterstützt. Wir nennen Karim den „ersten Lehrling“ bei arteFakt, weil er als olivenbegeisterter Gartenbau-Student der erste ist, der bei uns regelrecht ‚in die Schule geht‘ und alles das über die Oliven und ihren Saft lernt, was bei arteFakt über die Jahre an Wissen gesammelt wurde. Er ist ein eifriger und ehrgeiziger Lehrling – und in Davis war er so etwas wie ein Scout, der sich am *hot spot* der modernen Olivenölkultur umschaute.

Jetzt ist Karim aus den USA zurück, und was er mitbringt, wird in den kommenden Jahren nicht nur unsere Diskussion beleben, son-



### Wie unterscheidet sich die Herangehensweise an das Olivenöl dort von der europäischen?

Hier gibt es für den Umgang mit Olivenöl eine ganz andere Grundlage. Olivenöl zu erzeugen, hat hier keine Tradition und ist nicht Teil der Kultur, aber dadurch sind die Menschen auch nicht in Vorurteilen und verfestigtem Wissen befangen. Sie haben ein starkes Interesse an Qualität und Qualitätsentwicklung, und die ist zum größten Teil wissenschaftlich fun-

bringt neue Resultate, für Produzenten wie auch für Konsumenten. Der Kreis schließt sich, und das Rad der Weiterentwicklung kommt ins Rollen. Das erfordert natürlich ein hohes Maß an Offenheit für Veränderung von allen Seiten. Durch den Mangel an Tradition fällt das den Menschen hier ziemlich leicht.

### Was gefällt Dir daran besonders?

Die Offenheit für Veränderungen, der Zusammenhalt und vor allem die Wertschätzung für Qua-

der Verbraucherseite angewiesen. Wenn sich die Konsumenten untereinander auf wichtige Erkenntnisse aufmerksam machen, ist das effektiver und wichtiger, vor allem NACHHALTIGER als groß angelegte Kampagnen, die ja auch von Seiten der Industrie nicht unbedingt erwünscht sind und außerdem viel zu viel Werbung enthalten.

Aber wir müssen viele Menschen erst einmal darüber aufklären, dass der Geschmack von alten Walnüssen und Wachsstiften nichts in gutem Olivenöl verloren hat. Es stellt eine Beleidigung unseres Geschmacks und des Olivenfruchtsaftes selber dar, was größtenteils in europäischen Küchen als Olivenöl steht und als solches verstanden wird. Europa muss aufwachen und anfangen, sich zu ändern und Veränderung einzufordern, zugunsten der Verbraucher, Produzenten und zuletzt auch der EU-Gemeinschaft. Wir müssen in unserem System auch deutlich enger zusammenarbeiten. Freie Beratung von Wissenschaftlern für die Erzeuger, die nicht alle gelernte Bauern sind, würde helfen, die Entwicklung auch hier voranzutreiben und unseren Erzeugnissen auf globaler Ebene weiterhin eine Chance auf dem Markt zu sichern.

*Wir haben seit einiger Zeit den Eindruck, die Standards für modernes Olivenöl werden, ähnlich wie beim Wein, stark von der Neuen Welt beeinflusst, während man in Europa versucht ist, an überholten Traditionen festzuhalten. Nach Deiner Zeit in Amerika: Wie siehst Du das?*

Klar und absolut richtig erkannt. Australien und die USA haben jetzt schon höhere Standards und kritisieren die europäischen. Das wird sich auch nicht so schnell verändern, wenn die EU ihre veralteten und unhaltbaren Standards nicht anpasst. Die USA wollen ihre Standards sogar noch erhöhen! Clevere europäische Produzenten passen sich den Standards der USA und Australiens an, was auch einfach ist, sobald man ver-



dern mit Sicherheit auch Einfluss auf die Olivenöl-Erzeugung nehmen: Für Karim ist das Wichtigste, das Wissen über Olivenanbau und -verarbeitung zu teilen und zu verbreiten. Die erste Gelegenheit dafür haben wir schon genutzt: für dieses Interview wenige Tage vor seiner Rückreise nach Berlin.

### Lieber Karim, was genau tust Du in Kalifornien?

Ich mache ein Praktikum an der Universität von Davis und dem dazugehörigen Oliveninstitut. Dann besuche ich noch Produzenten und verschiedene Taste Panels, die Olivenöle geschmacklich bewerten und immer für interessante Diskussionen zu haben sind.

diert. Sie wollen wissen, wer dieses oder jenes Öl wie hergestellt hat und warum. Auch die Transparenz der Lieferkette ist ihnen sehr wichtig. Es wird öffentlich UND in privatem Kreis über Lebensmittel und neue Erkenntnisse gesprochen. Schulungen zum Olivenöl sind beliebt. Die Konsumenten fragen direkt ihren Produzenten, der wiederum für sein Produkt gerade steht. Man identifiziert sich auch mit seinem konsumierten Olivenöl. Die Produzenten werden dafür wertgeschätzt und versuchen, ihr Öl weiter zu verbessern – mit der Sicherheit, dafür auch belohnt zu werden. Diese Belohnung wird wieder investiert in Forschung, und diese

lität und Arbeit. Die Produzenten sind ebenso wie die Konsumenten und Forscher im ständigen Dialog miteinander und treiben sich gegenseitig voran. Es entstehen neue Diskussionen, die wiederum Platz für eine Vielfalt an Meinungen und Vorlieben bieten, ein tieferes Verständnis für Oliven und Olivenöl und einen Markt, in dem sich alle fair behandelt fühlen.

### Was kann oder muss Europa davon lernen?

Aufklärung und Zusammenhalt. Unser Wissen hinkt dem der Neuen Welt nicht hinterher. Wir sind auf dem richtigen Weg, doch wir brauchen mehr Aufklärung. Dabei sind wir auch auf die Hilfe von

standen hat, was Qualität ausmacht. Wir können viel von der Neuen Welt lernen, und doch: Die meisten ‚großen Gelehrten‘ der Olivenölvwelt sitzen immer noch in Europa. Europa sollte endlich mal aufwachen und sich weiterbilden, mit Hilfe der Neuen Welt. Wir können so viele tolle Sachen voneinander lernen, nicht zuletzt wie man gutes Olivenöl herstellt!

*Was sind die wichtigsten wissenschaftlichen Erkenntnisse, die Du mitbringst für Dich selbst als Produzenten und auch für die anderen arteFakt-Produzenten?*

Haha, haben wir zwei Seiten Platz für diese Antwort? Also vor allen Dingen, wie man durch gezieltes Einsparen von Wasser die Qualität des Olivenöls und die Effizienz der Produktion steigern kann; dass Filterung ein absolut notwendiger Schritt der Produktion ist; dass die Kommunikation sowohl von den Produzenten zum Verbraucher, wie auch die zwischen den Verbrauchern und ihrem Umfeld gefördert werden muss. Dann: dass nicht nur die klassischen ‚Öl-Oliven‘ für ein Olivenöl genutzt werden können, sondern dass auch Tafeloliven unglaublich leckere Öle geben können. Die Liste ist lang, und alles hängt zusammen. Einiges, was ich gelernt habe, muss ich selber erstmal sacken lassen, um es adäquat wiedergeben zu können.

*Welche Schritte ergeben sich daraus für die Produzenten und uns?*

Wir sollten Freunde in der Neuen Welt finden. Wir können global tätig werden, und neue Gesellschaften wie die *Extra Virgin Alliance* könnten genau die Partner sein, mit denen wir zusammen etwas Großes verändern könnten. arteFakt steht mit seinen Ideen nicht allein da, und wir können uns auf Unterstützung und Wissen der Neuen Welt freuen. Warum nicht auch Freunde in Argentinien, Kalifornien oder Neuseeland finden?

Die Änderungen in den einzelnen Prozessen habe ich oben schon beschrieben, aber da muss im Endeffekt auch jeder Produzent für sich beurteilen, ob er dazu bereit ist.

Aber was wir verändern wollen, hängt auch von der Nachfrage der Konsumenten ab. Wir dürfen nicht aus den Augen verlieren,

Karim Aouini, 25, studiert in Berlin Gartenbau und produziert in Tunesien, der Heimat seines Vaters, seit der vergangenen Saison sein erstes eigenes Olivenöl. Die Besucher der Abholtag in Wilstedt im Mai konnten es bereits probieren, und bei einem Wettbewerb in New York hat er gleich beim ersten Versuch eine Silbermedaille gewonnen. Bei arteFakt betrachten wir ihn als „ersten Lehrling“.

dass arteFakt von den Konsumenten geformt wird und dass die im Endeffekt bestimmen, was sie bekommen möchten. Brauchen wir das beste Olivenöl weltweit, oder reicht uns ein hohes Niveau? Wenn man die Prozesse bei der Erzeugung verändert, werden schließlich auch die Kosten beeinflusst.

*Welchen Eindruck hast Du von den Olivenöl-Kunden und -Verbrauchern in den USA? Wissen die viel über Olivenöl? Welche Vorlieben haben sie?*

Die Leute, die sich hier in den USA mit Olivenöl auskennen beziehungsweise sich informiert haben, besitzen schon ein solides Wissen über Olivenöl. Zumindest sind sie zum größten Teil in der Lage, ein defektes Olivenöl zu erkennen. Das liegt auch an dem deutlich ‚autoritäreren‘ Stil der Schulungen, die in Deutschland wahrscheinlich nicht so gut ankämen. Da liegen wir ein Stück zurück, aber nicht weit. Wenn wir eine öffentliche Debatte starten, werden wir in ungefähr drei Jahren den Abstand aufgeholt haben. Wir sind ja eigentlich ein wissbegieriges Völkchen, wenn uns mal jemand eine Idee in den Kopf setzt und Trends aus den Staaten vermittelt, folgen wir denen ja meistens. Vielleicht probieren wir es ja mal auf einem der Märkte und beobachten, wie es ankommt? Allerdings ist den Kunden in den USA auch zweitbeste Qualität lieb, wenn der Produzent ihnen gefällt. Das Vertrauen zum Hersteller und die Regionalität spielen eine größere Rolle. Die Vorlieben sind hier breit gefächert. Das ist schön! Eine bunte Mischung sorgt für einen bunten Markt, und was gibt es schöneres als eine breite Auswahl zu haben, von hoher Qualität natürlich?

*Wie sieht man in Kalifornien die Entwicklungen in Europa?*

Der Stillstand wird kritisiert. Die EU-Verordnung, das Verhalten der Großproduzenten, der Betrug. Ständig wird auf Organen wie dem IOC oder dem EU-Parlament herumgehackt und strategische, öffentliche Kritik ausgeübt. Wie lange will Europa diesem Druck noch standhalten? Ich bin dieser Diskussion jetzt überdrüssig. Wir müssen endlich die Sache in die Hand nehmen, aufklären, reden, miteinander und füreinander! Gegenüber Deutschland ist die Stimmung übrigens positiv. Man schätzt hier die Arbeit deutscher Wissenschaftler, speziell der Chemiker und Ingenieure sehr, und man ist überzeugt von der Qualität unserer Labors, besonders von Eurofins. Wir haben eine sehr gute Ausgangslage, um viele Freunde weltweit zu finden und für unsere Arbeit mit Olivenöl weltweit geschätzt zu werden. Wer hätte das gedacht? Deutschland und Olivenöl ...

*Fortsetzung  
„Olivenölbetrug – ein Skandal?“*

In schöner Regelmäßigkeit fanden und finden die Machenschaften bei der Olivenöl-Erzeugung und dem Vertrieb ihren Weg in einen Skandal-Bericht der Medien. Durch Umstellungen in den Zuwendungen ist der Subventionsbetrug heute vorbei, auch das Panschen mit Samenöl ist passé. Geblieben ist allein der Qualitäts- und Herkunfts-betrug mit entsprechender Falschdeklaration. Das ist heute aber nur noch selten das Handwerk kleinerer Müller oder Unternehmer, sondern es ist das Geschäft den Markt beherrschender und gut vernetzter Konsortien mit modern ausgestatteten Produktionsstätten. In ihnen arbeiten wissenschaftlich ausgebildete Fachleute,

um die jeweiligen Mindeststandards der Olivenölverordnung einzuhalten. Dass diese Standards in den letzten Jahren mehrfach so weit nach unten angepasst wurden, bis ein relevanter Anteil des früheren Lämpant-Olivenöls heute als verkehrsfähig eingestuft werden kann, passt zu dieser Marktentwicklung und dürfte kein Zufall sein. In den *Auskünften 2013* habe ich mich in meinem Artikel „Die EU-Olivenölverordnung muss weg“ ausführlich damit auseinandergesetzt.

Der diesjährige Skandal-Aufmacher zum Olivenöl bescherte dem *Stern* die höchsten Verkaufsziffern des Jahres. Darin ist sicher ein Indiz für die Verunsicherung der Verbraucher/innen und ihrem Bedürfnis nach echtem Olivenöl zu erkennen. Hat sich durch das Aufdecken skandalöser Machen-



schäften etwas geändert? Kurz nach dem *Stern*-Artikel warb ein großer Discounter mit einer nochmaligen Preissenkung seines Olivenöls. Dass die Olivenernte im letzten Winter auf Kreta nahezu vollständig ausgefallen war und weite Teile des Peloponnes Einbußen zwischen 60 bis 90% verzeichneten, hätte eigentlich dazu

führen müssen, dass griechisches Olivenöl kaum zu bekommen ist – und wenn, dann nur zu sehr hohen Preisen. Die Wirklichkeit im Handel sieht anders aus.

Emotional schlägt unser Herz bekanntlich eher für die kleineren Erzeuger. Leider ist es aber nicht so, dass sie automatisch das bessere Olivenöl erzeugen. Die Olivenölmengen minderer Qualität auf dem Markt, über die wir reden, kommen überwiegend von den zahllosen Klein-erzeugern. Sie benötigen eigentlich dringend eine Modernisierungunterstützung und endlich Angebote zu einer fundierten Ausbildung für ihren Beruf. Die Billigangebote und Panschereien bieten dafür jedoch keine ökonomische Grundlage.

Für die jährliche Schulung und wissenschaftliche Unterstützung

## Aktion „Weitersagen“

Manchmal nutzen auch klassische Wege und Mittel, um mit einer Botschaft nach vorn zu kommen und eine Gegenöffentlichkeit zu befördern: Ermuntern Sie Freunde und Bekannte, sich die arteFakt Erzeuger-Verbraucher-Idee einmal auf der Zunge zergehen zu lassen, z.B. mit dem Schnellstarter-Set (siehe Seite 5).

Wir bedanken uns dann bei Ihnen für jede neu gewonnene Testbestellung mit einem Set der Aprikosenkonfitüre der Familie Sinanos (s.u.). Und teilen Sie gerne auch die Botschaft digital, z.B. als unser Freund auf [www.facebook.de/artefakt.eu](http://www.facebook.de/artefakt.eu)

zur Modernisierung bei unseren Erzeugerpartnern wenden wir jährlich über 50.000 Euro auf. Die Erzeuger selbst könnten die erforderlichen Summen für sich unter den jetzigen Bedingungen nicht erwirtschaften. Staatliche Angebote, wie beim Wein etwa mit den Weinfachschulen oder dem Studienangebot für Önologen, gibt es beim Olivenöl in Europa noch nicht. Die Erfahrungen, die Karim aus Kalifornien mitbringt, zeigen auf, wie weit sich die Olivenölbranche außerhalb von Europa modernisiert, um Olivenöl neu zu erfinden. Damit sind sie im Begriff, die Zukunftsmärkte für Olivenöl zu dominieren, die ausnahmslos außerhalb von Europa liegen und in denen die EU-Verordnung nicht gilt, ja sogar als Qualitätshemmnis abgelehnt wird.

Es ist an der Zeit, dass auch Verbraucher vermehrt mit den Füßen abstimmen und beginnen, die Rebellen zu unterstützen. Das muss, damit ein Erfolg daraus wird, fachlich unterfüttert werden. Hierfür werden wir zukünftig nicht mehr nur Ausbildungs- und Schulungsangebote für unsere Erzeugerpartner, sondern auch für Verbraucher/innen konzipieren und anbieten. In den *Auskünften 2015* stellen wir dazu ein Jahresprogramm vor: „In zehn Schritten zum *Olivenöl-Scout*“. Wer sich dafür interessiert, kann sich jetzt schon bei uns vormerken lassen, wir informieren Sie dann bereits vorzeitig.

## Aprikosenkonfitüre von Familie Sinanos aus Korinth

Der Absatz von Aprikosen ist für kleinere Landwirte in Griechenland auch in diesem Jahr schwierig geblieben, der Markt hat sich noch nicht wieder erholt. Zwischenhändler, auf die sie wegen ihrer kleinen Mengen angewiesen sind, zahlen wenig, nur schleppend und manchmal auch gar nicht. Die Kosten des Anbaus und der Ernte können so nicht ausgeglichen werden, an einen Ertrag ist gar nicht zu denken. Dimitrios haben wir ermuntert, dann eben wieder mit seiner ganzen Familie Konfitüre

aus seinen Aprikosen herzustellen, und so verwandelte sich Ende Juli seine Olivenölproduktionshalle für zehn Tage wieder in eine herrlich duftende Konfitürenküche. Auf die Herstellung einer Aprikosenkonfitüre mit Amaretto-Liqueur hat Dimitrios verzichtet und dafür mehr an der Variation mit Vanille gefeilt. Dafür haben wir eine sehr aromatische



Vanilleschote aus Papua-Neuguinea ausgesucht.

Im Angebot ist nun jeweils ein 250 Gramm-Glas reine Aprikosenkonfitüre und Aprikosenkonfitüre mit Vanille, einzeln oder als Duo im Set. Beide Varianten behalten den hohen Fruchtanteil von 70%.



## Glück im Unglück: Das Landschaftsmuseum Palombaio genießen und unterstützen

Der zwei Hektar große, im Maßstab der umliegenden Flächen aber kleine Oliven- und Mandelhain, der als Zeugnis der früheren Kulturlandschaft erhalten wird, hatte es in diesem Jahr schwer. Im Frühjahr hielten wir noch bei schönstem Wetter ein Baumschnittseminar darauf ab. Im Frühsommer jedoch gingen

über der Region Bari dann einige Tage lang sintflutartige Regenfälle nieder, überschwemmten die Region und verwandelten auch diesen Hain in einen breiten Strom, der nun aber nicht nur weggespülte Mauern hinterließ. Führten die Überschwemmungen im letzten Jahr während der Erntezeit noch zu erheblichen

Ausfällen, deutet sich jetzt das Gegenteil an. Der ‚Regensommer‘, sonst die Zeit purer Trockenheit, ließ viele Oliven zu einer Größe heranwachsen, wie wir sie noch nie an den Bäumen gesehen haben. Den Mandelbäumen und dem Wein haben die Wassermassen ebenfalls nicht geschadet. Trockenmauern, Wege und Weg-

begrenzungen wurden dagegen stark beschädigt und müssen erneuert bzw. auf alte Weise wieder hergerichtet werden.

Wenn Sie uns dabei helfen möchten, können Sie das mit unserem besonderen Angebot tun, das wir hierzu aus unserem Sortiment zusammen gestellt haben, das Angebot gilt bis zum 31.12.2014.

### ***Das besondere Angebot:***

**Eine 0,75l-Flasche Rosso, eine 0,75l-Flasche Rosato und 0,5 Liter Museums-Olivenöl – im Paket zum Aktionspreis von 21,00 Euro (statt 28,50 Euro).**



## Uva di Troia – Rotwein aus Palombaio

Der Museums-Olivenhain im apulischen Palombaio ist ein Kleinod: angelegt als Garten, bestanden nicht nur mit Olivenbäumen, sondern auch mit wahrscheinlich mehr als 20 verschiedenen Sor-

ten von Mandelbäumen, außerdem mit Walnuss-, Birnen- und Aprikosenbäumen, im Zentrum mit dem (inzwischen mithilfe der arteFakt-Kunden wunderschön restaurierten) klassischen Stein-

haus, das sie hier Trullo nennen, und mit einem kleinen Feld voller Weinstöcke der hier im italienischen Süden beheimateten Sorte *Uva di Troia*. Unsere Erträge sind nicht so groß, dass wir schon einen

eigenen Wein davon keltern könnten, aber wir fühlen uns der Sorte natürlich verbunden. Deshalb gibt es in diesem Winter eine Sonderedition aus zwei Flaschen *Uva di Troia* aus der direkten Umgebung:

einen Rotwein und einen feinen Rosé. Die Erlöse helfen direkt dabei, den Museumshain weiter zu betreiben.





## Neu! Die Schnellstarter-Box

Um die Welt der Olive und ihrer Vielfalt kennen zu lernen, kommt man, ähnlich wie beim Wein, nicht umhin, viele verschiedene Sorten zu probieren. Mit unserem Probier- und Geschenkliter und dem Aromaset mit jeweils vier verschiedenen Kreationen nativer

und nativ aromatisierter Olivenöle à 0,25 Liter machen wir hierzu lange schon entsprechende Angebote. Ob wir nicht noch kleinere Gebinde und ein Mix aus beiden Produktgruppen anbieten könnten, werden wir seit einiger Zeit von jüngeren Interessierten ge-

fragt. Dem kommen wir jetzt mit einer Erstauflage der Schnellstarter-Box gerne nach und freuen uns auf Ihre Rückmeldung.

**Die Schnellstarter-Box:** Biozertifiziert, je 150 ml-Kanister Olivenöl No.11, Olivenöl No.3

fruchtig, natives Zitronen- und natives Basilikum-Öl mit Informationen zu den Oliviers und Olivieres und den Produkten, die *Auskünfte 2014*, *Fibel „Olivenöl & Gesundheit“* und *Fibel „Pesto – die 5 Minuten-Lecker-Küche“* ... verpackt als Set im Karton.

## Die Gewürzkampagne und ein besonderer Oregano

Nach der Schule gingen die Wege von *Richard Friedrich*, *Steven Lange* und *Chris Goebel* aus Flöha bei Chemnitz kurzzeitig auseinander. Später in Berlin fanden die drei in einer Wohngemeinschaft wieder zusammen. Ein gemeinsamer Trip zu einem Musikfestival in Portugal war dann im Rückblick wohl die Geburtsstunde ihrer jetzigen Unternehmung, der Gewürzkampagne ([www.gewuerzkampagne.de](http://www.gewuerzkampagne.de)).

Für die Anreise zum abgelegenen Ort des Festivals hatten sie sich Zeit genommen. Aber für die Rückreise nach Madrid zeichnete sich ein Problem ab: All die Musikliebhaber würden zur gleichen Zeit die wenigen Regionalbusse stürmen, die aber alle nicht nach Madrid fahren würden. Im Vertrauen auf das Internet, das heute alles möglich erscheinen lässt, stellten die drei Freunde einen Tisch auf und boten Busrückfahrkarten nach Madrid an, von denen sie bereits in kurzer Zeit über hundert verkaufen konnten. Leider gab es dann vor Ort weder Busse noch Busfahrer. Das Festival wurde für sie damit zur schönen Nebensache. Via Internet und spanisch sprechender Freunde in Deutschland

wurde nach möglichen Anbietern im ‚Off‘ recherchiert, Preise kalkuliert, verhandelt, verworfen, aber schließlich gelang das Unmögliche: die nötige Anzahl von Bussen für die verkauften Tickets nach Madrid zu organisieren. In Berlin ergab die Bilanz, nach Ab-

schen und konkret Erfahrbaren. Sie lieben die Gemeinschaft, hier besonders in der WG beim sonn-täglichen Mittagstisch mit Freunden. Dabei geht es auch um das Teilen, die gemeinsame Freude an Geschmack und Genuss, das erhält und stärkt persönliche

forderung haben sich die drei gestellt. Solch ein Vorhaben beginnt mit Reisen zu den Herkunftsregionen, mit der Ausbildung von Sachkunde, dem Aufbau persönlicher Beziehungen zu Erzeugern – all dem, was Entdeckerlust ausmacht und Leidenschaft weckt.

### Geschmack verbindet

Wir empfehlen gerne, die drei jungen Gründer mit ihrem Anspruch kennen zu lernen, das Beste an Gewürzen zu bieten. Mit ihrer neuesten Entdeckung möchten wir Sie bekannt machen: mit dem Bio-Oregano eines kleinen, erst in der Krise gegründeten gärtnerischen Unternehmens auf dem südöstlichen Peloponnes. Dieser Oregano hat die Qualität und das Aroma, das ich sonst nur von unseren griechischen Erzeugerpartnern her kenne, die ihn für sich selbst in den Bergen bei ihren Olivenhainen pflücken. Ich bekomme ab und zu etwas davon geschenkt.

Lassen Sie es sich schmecken und geben Sie Ihren Freunden etwas davon ab. Teilen und dabei Freude und Freunde gewinnen, das ist eine der Grundideen der Gewürzkampagne, damit nehmen wir sie gern als neue Partner auf unserem Marktplatz mit auf und freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.



zug aller Kosten, dann sogar einen kleinen Gewinn. Der größere war aber das spontane unternehmerische Abenteuer. Der Entschluss war klar: Etwas Eigenes mit Individualität und Kreativität zu verwirklichen, sollte weiterhin ihre Zukunft bestimmen. Das Buch ‚Kopf schlägt Kapital‘ von Prof. Faltin, dem Gründer der Berliner Teekampagne, bestärkte sie, und auf dem Entrepreneurship-Summit der Stiftung von Prof. Faltin fanden sich Kontakte, die dem Zufall etwas später eine Chance gaben.

Die drei eint eine frische Entdeckerlust und die Suche nach den Ursprüngen, dem Authentischen

### Familiennachrichten



**Elli Livanis**, die Tochter von Petros und Steffi (Olivenöl No. 24) ist am 14. September getauft worden (natürlich auf den schönen Namen Eleonore) und feiert das, indem sie gleichzeitig – und zwar immer nur gleichzeitig – beginnt zu laufen und zu sprechen. Beim Krabbeln hält sie sprechen offensichtlich für unangebracht.



Petros' Oliven sehen bisher sehr gut aus (toi, toi, toi, jetzt bloß keine Olivenfliegen), und er sieht im Wortsinne die Früchte der Baumschneidetechnik, die er in Apulien von Vincenzo Lombardi (Olivenöl No. 7) gelernt hat. „Die Oliven wachsen nicht nur besser, sie werden auch viel schneller und einfacher zu ernten sein.“



**Angela Librandi** (Olivenöl No. 3) wird, wenn Sie das hier lesen, gerade geheiratet haben. Am 13. September gab sie ihrem Niccolo in Florenz das Jawort. Und wir senden aus der Ferne von ganzem Herzen die besten Glückwünsche und freuen uns mit ihnen!

## Familiennachrichten



**Gunther di Giovanna** (Olivenöl No. 2) ist zum zweiten Mal Vater geworden! Im Frühjahr hatte er wegen der freudigen Erwartung nicht zu den Abholtagen kommen können, inzwischen sind er und sein Bruder Klaus wieder von der Arbeit eingenommen: In den letzten Wochen war die Weinlese – bei perfektem Wetter. Die beiden gehen davon aus, dass es ein sehr guter Jahrgang werden wird. Aber das ist er als Geburtsjahr natürlich sowieso schon.



Unsere Freunde rund um **Anna Masciale**, die unseren Museumshain in Palombaio pflegt (wo auch das Museums-Olivenöl herkommt) und die Musikgruppe *Re Pambanelle* waren stark engagiert bei der Organisation des ersten Mandelfestes – auch mit Mandeln von den vielen verschiedenen Mandelbäumen auf dem Museumshain.



Von **Edith und Ioannis Fronimakis** auf Kreta (Olivenöl No. 29) gibt es hoffnungsvolle Nachrichten: Nach der katastrophalen Ernte in diesem Jahr sieht es bisher in den Hainen vielversprechend aus: Das Wetter passt. Nach der Trockenheit im letzten Jahr haben die Bäume in diesem Jahr nicht so viele zweijährige Triebe, dass die Ernte riesig sein wird, aber den Umständen entsprechend sind Edith und Ioannis optimistisch. Und etwas Gutes hat das Jahr gebracht: nachdem ihre eigentlich nur ausnahmsweise hergestellte Zitronenmarmelade im letzten Jahr so viele Liebhaber gefunden hat, wird sie in diesem Jahr mehr davon herstellen.



## Es geht weiter: Le Pomm Curries jetzt aus Berlin

Viele langjährige Freunde der Curries von *Stephan Jänichen* aus Rostock hatten es sehr bedauert, dass er die Produktion aufgegeben hatte. Aus der letzten Produktion vor einem Jahr hatten sich viele noch einen Vorrat zugelegt, der sicher schon seit einiger Zeit aufgebraucht sein dürfte. Nun ist ein Nachfolger gefunden, den Stephan mit uns aus einer Anzahl von Bewerbern ausgewählt hat. Weniger monetäre Gründe gaben bei der Auswahl den Ausschlag, sondern dass sich **Julian Hopp** (32 Jahre) als einziger Koch darum beworben hatte, dass er, wie Stephan, Berliner Wurzeln hat, die asiatische Küche liebt und sich mit einem sehr schönen Catering-Projekt, der *KinderKiezKantine* in Neukölln ([www.kinderkiez-kantine.de](http://www.kinderkiez-kantine.de)), vor Kurzem selbstständig gemacht hat.

Als Julian in Rosenheim geboren war, zog seine Mutter kurz danach in ein besetztes Haus in Berlin, was ihm früh eine große Freiheit, aber auch eine gewisse Robustheit, Selbständigkeit und Kreativität im Alltag abforderte. Essen zuzubereiten, zählte dann mit zu den Dingen, die früh Julians Interesse weckten. Sehr gern bekochte er mit immer neuen Einfällen seinen kleinen Bruder. Mit fünfzehn war sein Lieblingsplatz dann die Küche in der *Regenbogenfabrik*, einer „instandbesetzten“ ehemalige Lackfabrik in Kreuzberg. Eine Lehre zum Koch war vorgezeichnet, ebenso die Karriere zum späteren Küchenchef in der *Regenbogenfabrik*, wo er täglich 500 Essen verantwortete.

Neben seinem Faible für die französische und asiatische Küche liegt ihm die gesunde Er-

nährung von Kindern besonders am Herzen. „Politisch korrekt“, nur mit frischen Zutaten, überwiegend aus der Region und so viel Bio wie möglich, gesund und immer kreativ, mit diesem Credo gründete er dann die *KinderKiezKantine* im Berliner Bezirk Neukölln und beliefert als Caterer nun überwiegend Kindergärten und Schulen. Ein ebenso sinnvoller wie mutiger Schritt, angesichts der knapp kalkulierten Zuschüsse und geringen Finanzierungskraft oder -bereitschaft mancher Eltern. Die Curryproduktion wird ihm bei der ökonomischen Absicherung der jungen Gründung helfen. Weiterhin steht Julian neben arteFakt besonders *Gaya Schütze* im Vertrieb, Marketing und der Vorfinanzierung zur Seite. Gaya kennt Julian bereits aus seinen Kindertagen im

besetzten Haus und als Urgestein, Allrounderin, erfolgreiche Netzwerkerin und Teilhaberin im legendären und erfolgreichen *Fahrradladen* im *Mehringhof*, einem ebenfalls frühen Alternativ- und Besetzerprojekt in Kreuzberg. Beide bilden sie ein Erfolg versprechendes Duo.

Bei der ersten und jetzt verfügbaren Curryproduktion in Berlin stand Julian noch das Team von Stephan Jänichen mit seiner Erfahrung zur Seite, hergestellt werden die Produkte weiterhin nach den Originalrezepturen, und so gibt es, wie gewohnt, wieder das gelbe, das grüne und das rote Thai-Curry ([www.cantina.berlin](http://www.cantina.berlin)).

## Das Vergnügen, hier zu stehen

**Der etwas andere Stellplatzführer: ‚Landvergnügen‘ bringt Camper und Produzenten regionaler Lebensmittel zusammen**

Mit dem Wohnmobil auf dem schönen Bauernhof oder Weingut anhalten, leckere Produkte probieren und über Nacht bleiben – so entsteht ein Gewinn für alle. Das junge Unternehmen ‚Landvergnügen‘ bietet genau das. Für 39,90 Euro erwirbt man ein Buch

mit allen rund 240 Höfen und Gütern in ganz Deutschland, die solche Möglichkeiten bieten, und dazu eine Jahres-Vignette, mit der man nach vorheriger Anmeldung 24 Stunden ohne weitere Kosten dort stehen darf – und natürlich bieten alle Höfe ihre Produkte zum Probieren und Kaufen an. Perfekt für Genussreisen gerade zur Erntezeit (das Landvergnügen-Jahr geht immer von

April bis März, es lohnt sich also auch noch, dieses Jahr eine solche Vignette zu bestellen). Wer also ein Wohnmobil hat oder jemanden kennt, dem er mit dem Landvergnügen eine Freude machen kann: Alle weiteren Infos und die direkte Bestellmöglichkeit gibt es im Internet unter [www.landvergnuegen.com](http://www.landvergnuegen.com).



## Reisen zu den Oliven – Termine 2014

Immer zur Olivenernte bieten unsere Freunde und Partner **Klaus Haase** (Italien), **Franz Gentemann**

 **Italien**

**Klaus Haase**,  
[www.klaushaase.eu](http://www.klaushaase.eu)

► **Herbst-Studienreise nach Westsizilien**

Samstag, 11. bis 18. Oktober 2014

**mann** (Griechenland) und **Ralf Wigger** (Spanien) „Reisen zu den Oliven“ an, inklusive Olivenern-

 **Spanien**

**Ralf Wigger**,  
[www.kolonien.de/artefakt](http://www.kolonien.de/artefakt)

► **Katalonien**

Freitag, 31. Oktober bis  
Mittwoch, 5. November 2014

te, Öl-Pressung, Rundreisen und sehr viel Kultur.

 **Griechenland**

**Franz Gentemann**,  
[www.artefakt.eu/reisen](http://www.artefakt.eu/reisen)

► **Kreta** Mi., 8. bis 17. Oktober

► **Korinth, Peloponnes**,  
Di., 11. bis 18. November 2014



## Peperoncino-Festival in Pisa

Zur Einstimmung auf den Besuch von „Peperoncino-Professor“ Massimo Biagi beim Herbstfest am 28. September: Eindrücke von unserem Besuch bei den „Pepe Days“ in Pisa.



Von links: Gärtner und „Mr. Pic“ Marco Carmazzi, Conrad Bölicke, Prof. Massimo Biagi, Klaus Haase, Michalis Pantelouris



### Familiennachrichten



Bei der **Familie März** in der Toskana (Olivenöl No.9) stehen große Veränderungen an: Voraussichtlich noch in diesem Jahr wird Andreas März die Familienfirma an seinen Sohn Adriano überschreiben (Zitat: „Wenn die italienische Bürokratie mitspielt, sonst dauert es ein bisschen länger“). Für das Olivenöl selbst bedeutet das keine Änderung, denn darum kümmert sich Adriano schon seit einigen Jahren, und auf die Hilfe seines Vaters kann er natürlich weiter zählen. Aus Sicht der Olive ist das Jahr in der Region ein schwieriges, mit wenig guten Oliven und viel Olivenfliegen. Insofern wird das ohnehin exklusive Olivenöl der Märzens im nächsten Jahr möglicherweise noch knapper, denn Adriano sagt: „Bevor ich schlechtes Öl mache, mache ich lieber gar keins.“ Eine Hilfe ist sicher die neue Olivenwaschanlage, die eine große Investition war und es erlaubt, die gewaschenen Oliven vor der Zerkleinerung in der Mühle zu trocknen.



Die **Kooperative ELEONAS** in Messenien (Olivenöl No.27) hat im Herbst einen schönen Termin: Alle griechischen arteFakt-Partner machen dort mit uns gemeinsam eine Fortbildung in der Olivenmühle, bei der wir sämtliche Parameter des Mühlenprozesses auf seine Auswirkungen aufs Öl überprüfen (wie die Geschwindigkeit der Messermühle, Malaxierzeiten u.ä.). Als Experten mit dabei sind Christoph Sippel und Thorben Küchler von Eurofins und unser US-Heimkehrer Karim Aouini (siehe Titelgeschichte).

IMPRESSUM  
 arteFakt Handelsagentur für Erzeuger-Verbraucher-Ideen GmbH  
 Am Bogen 5, 27412 Wilstedt  
 Telefon 04283.981317, Fax. 981319  
 www.artefakt.eu, kontakt@artefakt.eu  
 Redaktion:  
 Conrad Bölicke, Wilstedt  
 Michalis Pantelouris, Hamburg  
 Lektorat:  
 Dr. Ludwig Fischer, Benkel  
 Gestaltung:  
 Hubertus Neidhoefer, Berlin  
 Druck: Druckhaus Spandau, Berlin



### Unabhängig von Banken bleiben, mit Kurzdarlehen zur Vergütung der Erzeuger

Für Olivenanbauer wird, wie für andere landwirtschaftliche Erzeuger auch, die Ökonomie des eigenen Betriebes stark vom Ernterhythmus bestimmt. Ein tragfähiges Einkommen gibt es erst am „Zahltag“ mit dem Tausch der Ernte gegen Geld. Erzeugern die heute handelsüblichen Lieferantenkredite dabei abzufordern, halten wir nicht für fair. Aus dem Freundeskreis der arteFakt-Olivenöle erhalten wir daher seit Anbeginn Kurzdarlehen, die es uns ermöglichen, die Ernte sofort nach dem Erhalt zu bezahlen. Bis zum Start der Olivenöl-Kampagne bleiben so auch wir von teuren Zwischenfinanzierungen der Banken unabhängig.

Für kurz angelegtes Geld bieten Banken niedrige Zinsen, und für kurz geliehenes fordern sie außerordentlich hohe. Wir treffen uns mit Ihnen, die Sie uns Kurzdarlehen gewähren, bei 3%. Dabei lassen wir uns nicht vom „Zinsmarkt“ leiten, sondern von einem auf Verlässlichkeit und Solidarität beruhenden Tausch zum gegenseitigen Nutzen. Möchten Sie uns in dieser Weise unterstützen, rufen Sie uns unter der Rufnummer 04283.981329 an oder senden uns eine E-Mail: [g.v.deylen@artefakt.eu](mailto:g.v.deylen@artefakt.eu), wir informieren Sie dann gerne ausführlich.

## Akkordeons für Apulien

Für die Musiker war es eine Katastrophe: Im Frühjahr hatten wir berichtet, dass unseren Freunden von der apulischen Volksmusikgruppe Re Pambanella die Instrumente aus ihrem Auto gestohlen worden waren – darunter auch die teuren Akkordeons. Die Gruppe war zu der Zeit schon dabei, Geld aufzutreiben, um eine CD aufzunehmen. Der Verlust der Instrumente warf sie also doppelt zurück. In den Frühjahrsauskünften hatten wir dazu aufgerufen, in Kellern und auf Dachböden nach alten Akkordeons zu suchen, die dort ungenutzt herumstehen. Mit riesigem Erfolg: Zwölf Akkordeons haben wir von arteFakt-

Freunden in ganz Deutschland zugesandt bekommen oder abholen können. Und weil wir selbst überhaupt keine Ahnung haben, was ein gutes Akkordeon ist oder welches Instrument repariert werden muss, haben wir auch hierfür Hilfe gesucht. Und gefunden: Professorin Elsbeth Moser von der Musikhochschule in Hannover war so freundlich und spielte alle Instrumente Probe. Dabei fand sie heraus, welche Akkordeons für die Profis in Italien in Frage kommen und lediglich leicht reparable Schäden aufwiesen – das waren zwei –, und außerdem, welche kleineren Akkordeons für die Jugendarbeit der Gruppe nutz-



bar sein werden. Auch hier fanden sich zwei weitere geeignete Instrumente. Insgesamt sind es also vier Akkordeons, die wir mit nach Apulien nehmen. Drei davon konnten wir bereits auf eigene Kosten und mit Hilfe einer Geldspende, die einem Akkordeon beigelegt war, reparieren und Instand setzen lassen. Ein weite-

res, das größere Reparaturen benötigt, aber eine solide Basis hat, werden wir so mitnehmen und versuchen, in Italien einen günstigen Instandsetzer zu finden. Insgesamt war die Aktion aus unserer Sicht ein voller Erfolg – und wir danken allen, die dazu beitragen konnten!

## Panzer auf dem Pappkarton

**Kunst soll Diskussionen auslösen, aber das war dann doch nicht geplant: Die Kunstwerke von Dimitris Merantzas auf den Kartons haben einige Kunden sehr irritiert.**

Natürlich sind viele der Skulpturen als Provokation gemeint: Die Waffen, die der Athener Künstler Merantzas verformt, zerstört und begräbt. In der Regel sind es Fundstücke aus der Zeit des griechischen Bürgerkriegs, der sich direkt an die Besatzungszeit im 2. Weltkrieg anschloss, und für Merantzas stehen die zerstörten Waffen symbolisch für die Menschen, die zu Opfern wurden. Insofern ist klar, dass sie verstören, und selbst (oder gerade) wenn die Deformation der Objekte nicht gleich erkennbar ist, verstört der Anblick von Waffen eigentlich immer.

Und so ging es in den vergangenen Monaten einigen arteFakt-



Kunden, denn Merantzas ist einer der Künstler, die in diesem Jahr auf unserer ‚Kartongalerie‘ ausstellen. Seine provokante Kunst landete also bei vielen Kunden zuhause, und einige haben sich gemeldet, um deutlich zu machen, dass sie sich nicht darüber freuen,

Bilder von Panzern an die Haustür geliefert zu bekommen. Der eigentliche Fehler – unser Fehler, nicht der von Dimitris – lag darin, dass wir gerade die Werke von Merantzas auf den Kartons nicht noch einmal erklärt haben (bei den Bildern von Natassa Poulant-

za auf den anderen Kartons haben wir das ausführlich gemacht). Das ist ein bedauerliches Versäumnis, denn dass diese Bilder nicht gefällig sind und auf den ersten Blick sogar gegen ihre Intention verstanden werden können, nämlich als heroisierende Abbildung von Panzern und Pistolen, das hätte man voraussehen können. Haben wir aber nicht, und natürlich tut es uns leid, dass sich Kunden darüber geärgert haben. Um aber noch einmal das Positive darin zu sehen: Es hat zu einigen sehr schönen und angeregten e-mail-Briefwechseln geführt, was selbst unter solchen Vorzeichen (wer macht schon gerne Fehler? wir nicht) erfreulich ist, denn schließlich sind die Kunden der Grund, weshalb es arteFakt gibt. Insofern: Entschuldigen Sie bitte den Fehler mit der fehlenden Erklärung – und lassen Sie uns unbedingt weiter über Kunst reden!

## Individuelle Weihnachtsgeschenke für Unternehmen

Der schönste Effekt, wenn man mit gutem Olivenöl arbeitet: Wer es einmal probiert, der liebt es! Deshalb eignen sich Native Olivenöle Extra oder auch unsere nativ aromatisierten Öle perfekt als Geschenke – und dank unserer feinen, kleinen Abfüllanlage auch als individuell zugeschnittene Aufmerksamkeiten

zum Beispiel von Firmen für ihre Kunden zu Weihnachten. Verpackung, Etiketten, Behälter und natürlich Inhalt und Menge – alles kann nach Ihren Wünschen gestaltet werden. Wenn Sie sich für ein individuelles Angebot interessieren, dann rufen Sie uns an unter 04283.98130 oder per Mail an [g.v.deylen@artefakt.eu](mailto:g.v.deylen@artefakt.eu).



## Das Einmaleins des Pesto

Gutes Pesto muss man selber machen – und das ist nicht nur lecker, sondern auch noch wahnsinnig einfach, wenn man ein paar Grundlagen beherrscht. Die stehen samt und sonders in unserem Büchlein mit dem im besten Wortsinn merkwürdigen Titel „Wenn es grün ist und sich nicht bewegt, kann man daraus wahrscheinlich PESTO machen“.

18 Seiten im Taschenformat, farbig bebildert; ab sofort gegen eine Schutzgebühr von 2,00 Euro bestellbar unter [www.artefakt.eu](http://www.artefakt.eu).