Bio Bullsh*t Bingo – Eosta räumt spielend mit Vorurteilen gegenüber Bio auf

geschrieben von organic | 19. April 2018

Waddinxveen, 19. April 2018 – Eosta adaptiert das bekannte Bingo-Spiel, um mit gängigen Vorurteilen gegenüber Bio aufzuräumen. Das von Eosta kreierte „Bio Bullsh*t Bingo“ gleicht normalen Bingo-Karten, aber anstatt der Zahlen ist es mit kritischen Aussagen gegenüber Bio versehen. Das Ziel des Unternehmens: Auf spielerische Art und Weise mit falschen Annahmen und Spekulationen in Bezug auf Bio-Produkte und den ökologischen Landbau aufzuräumen. „Let‘s play Bio Bullsh*t Bingo!“

Viele, die die Werte von Bio vertreten und sich beruflich oder auch privat damit beschäftigen, sehen sich häufig mit Vorurteilen konfrontiert: „Nur mit Bio kann man die Weltbevölkerung gar nicht ernähren“, „Bio, das kann sich doch kein Normalverdiener leisten“ oder „Das ist doch alles nur eine Marketing-Lüge“. Solche Vorurteile lassen sich widerlegen – vorausgesetzt, die passenden Argumente sind zur Hand.

Für alle, die sich immer mal wieder zum Thema Bio

rechtfertigen müssen, hat Eosta – natürlich mit einem Augenzwinkern – ein eigenes Spiel entwickelt: „Bio Bullsh*t Bingo“. Anstelle von Zahlen beinhalten die Bingo-Karten kritische Aussagen gegenüber Bio. Die Spielweise ist dieselbe: Beim nächsten Essen mit Freunden, Bekannten oder Verwandten, beim Info-Abend der Stadt oder bei einer politischen Diskussion nehmen Sie einfach Ihre „Bio Bullsh*t Bingo“-Karte zur Hand. Sie streichen alle Phrasen, die während des Gesprächs fallen. Sind alle Aussagen in einer Reihe, Spalte oder Diagonale gestrichen, stehen Sie auf und rufen laut „Bullsh*t!“ Um die Fragen in den Gesichtern aller Anwesenden zu klären, liefert Eosta entsprechend fachlich fundierte Gegenargumente mit. So hofft das Unternehmen, auf spielerische Art und Weise mit falschen Annahmen und Spekulationen in Bezug auf Bio-Produkte und den ökologischen Landbau aufräumen zu können.

Das Beispiel: „Bio, das kann sich doch kein Normalverdiener leisten“

Eine Aussage, die wir sehr oft zu hören bekommen, ist: „Bio, das kann sich doch kein Normalverdiener leisten“. Wie können wir diese entkräften? Hier gilt es, Kosten und Nutzen von biologischen und konventionellen Produkten in Relation zueinander zu setzen, so wie es Volkert Engelsman, Geschäftsführer von Eosta, im Rahmen der Kampagne “True Cost – Was unser Essen wirklich kostet” erklärt: „Bio ist nicht zu teuer, sondern konventionelle Lebensmittel sind einfach zu billig! Was wir mit Schnäppchen und Sonderangeboten sparen, bezahlen wir als Steuerzahler z.B. über höhere Abwasser- oder Müllentsorgungsgebühren zurück. Auch unsere Enkel oder Menschen am anderen Ende der Welt werden zur Kassen gebeten. Denn die negativen Auswirkungen der konventionellen Landwirtschaft auf Umwelt und Gesellschaft sind in diesen Angeboten nicht enthalten. Der Mehraufwand zum Schutz der Ressourcen sowie zum verantwortungsvollen Umgang mit Mensch und Umwelt spiegelt sich nur im Preis der Bio-Lebensmittel

wider. Und ganz ehrlich, eine lebenswerte Landschaft mit Bienen, Vögeln, heimischer Flora und Fauna, sauberes Trinkwasser und fruchtbare Böden, auf denen gesunde Nahrungsmittel wachsen, dass sollte uns doch ein paar Cent mehr wert sein!“

Das „Bio Bullsh*t Bingo“ sowie eine Zusammenstellung passender Gegenargumente sind ab heute auf der Website des Unternehmens zu finden: www.natureandmore.de

Hintergrundinformationen:

Eosta wurde 1990 in den Niederlanden mit dem Ziel gegründet, ein Unternehmen zu schaffen, das Ökonomie und Ökologie verbindet. Heute zählt Eosta zu den größten Handelsunternehmen für Bio-Obst und -Gemüse weltweit. Für das eigens entwickelte Transparenzsystem Nature & More, mit dem die Herkunft der Produkte bis zum Erzeuger zurückverfolgt werden kann, ist Eosta bereits mehrfach mit internationalen Nachhaltigkeitspreisen ausgezeichnet worden. Gemeinsam mit verschiedenen Handelskunden in ganz Europa trägt Eosta / Nature & More seit 2016 die True Cost-Debatte direkt in den Handel und macht die wahren Kosten konventioneller Lebensmittel für den Verbraucher transparent. Volkert Engelsman, CEO von Eosta, führt aktuell das Nachhaltigkeitsranking der renommierten Zeitschrift TROUW in den Niederlanden an.

Mehr Informationen finden Sie unter: www.eosta.com und www.natureandmore.de