

Is(s) von hier



Regional und saisonal einkaufen: so geht's

LANDLIEBE

Der Hof hat's

Wissen, wo es herkommt –
Lebensmittel aus dem Hofladen

DIGITALISIERUNG

Heimatkost per Mausclick

Wie regionale Erzeuger
vom Netz profitieren

WOCHENMÄRKTE

Köstliche Verführer

Einkaufsvergnügen
unter freiem Himmel

Was ist regionales Gemüse?

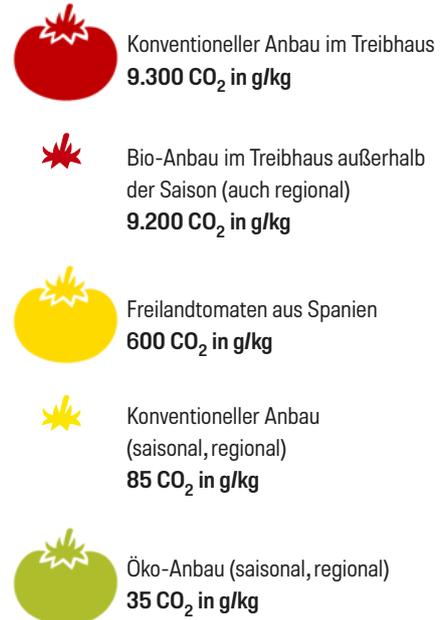
Regionales Gemüse ist Gemüse aus der angegebenen Region. Bei dessen Produktion entsteht durch kurze Transportwege meist wesentlich weniger CO₂. Für den Begriff „regionales Gemüse“ gelten jedoch keine einheitlichen Normen.



Für regionales Gemüse gibt es jedoch keinerlei verbindliche Regeln. So kann es sein, dass die Definition von „Region“ sehr unterschiedlich ausfällt: In einem Laden könnte ein Umkreis von 50 Kilometern gelten, in einem anderen 200 Kilometer. Klar ist nur, dass eine Region in der Regel kleiner ist als ein Land (zum Beispiel Deutschland); sie kann aber auch länderübergreifend sein (für Berlin zum Beispiel das vergleichsweise nahe Polen).

Bei unverarbeiteten Lebensmitteln wie Gemüse oder Obst sind oft Angaben zum Erzeuger mit Ort oder zumindest einer Region zu finden. Darauf können Sie achten oder danach fragen, um regionales Gemüse auszuwählen. Bei verarbeiteten Lebensmitteln dagegen sind genaue Angaben zur Regionalität für die einzelnen Schritte von der Ernte bis zur Verpackung seltener zu finden.

CO₂-AUSSTOSS BEIM TOMATENANBAU

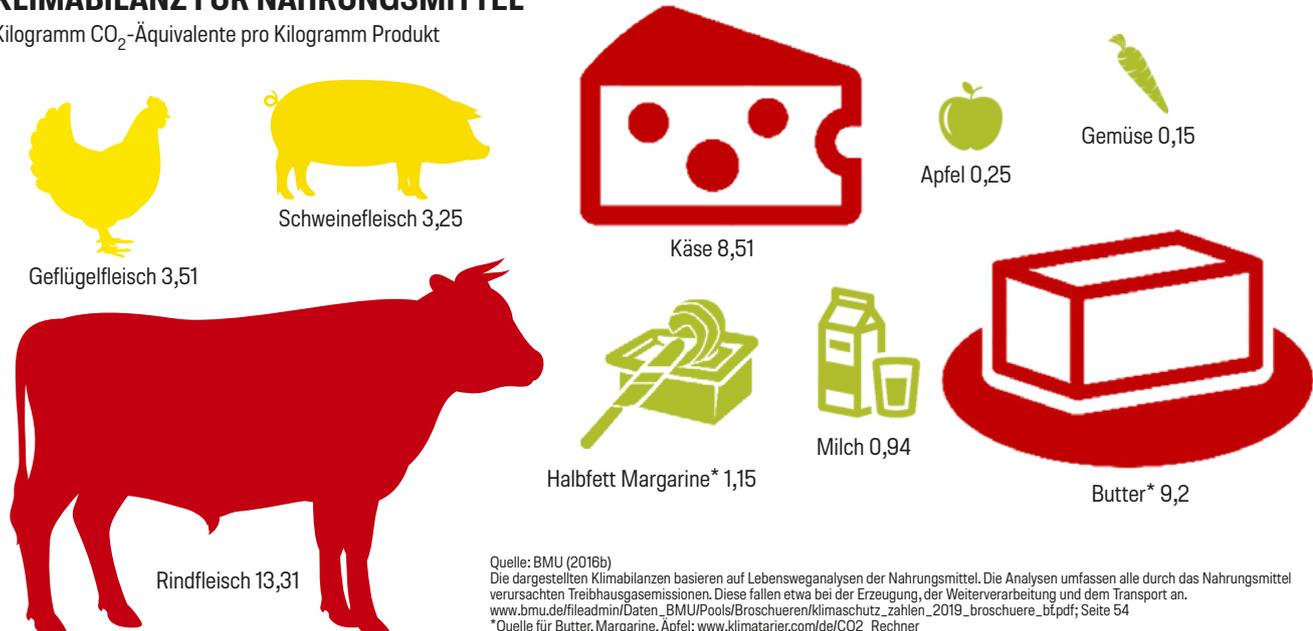


9.300 g CO₂
für 1 kg Tomaten aus dem Treibhaus

Quelle: Justus-Liebig-Universität Gießen: Pflanzenanbau und -züchtung II, Ökologischer Landbau, www.uni-giessen.de

KLIMABILANZ FÜR NAHRUNGSMITTEL

Kilogramm CO₂-Äquivalente pro Kilogramm Produkt



Quelle: BMU (2016b)
Die dargestellten Klimabilanzen basieren auf Lebensweganalysen der Nahrungsmittel. Die Analysen umfassen alle durch das Nahrungsmittel verursachten Treibhausgasemissionen. Diese fallen etwa bei der Erzeugung, der Weiterverarbeitung und dem Transport an.
www.bmu.de/fileadmin/Daten_BMU/Pool/Broschueren/klimaschutz_zahlen_2019_broschuere_bf.pdf; Seite 54
*Quelle für Butter, Margarine, Äpfel: www.klimatarier.com/del/CO2_Rechner

Liebe Leserinnen und Leser,

haben Sie heute schon etwas gegessen? Wenn ja, haben Sie vermutlich darauf geachtet, dass es Ihnen schmeckt. Vielleicht haben Sie auch darauf geachtet, dass der Preis stimmt. Wenn Sie darüber hinaus auch noch darauf geachtet haben, dass die Lebensmittel auf Ihrem Teller aus unserer Region stammen, haben Sie bereits einen Beitrag zum Klimaschutz geleistet. Denn besonders leckere Lebensmittel werden auch im Osnabrücker Land erzeugt.

Sich regional und am besten auch noch saisonal zu ernähren, heißt auch, sich klimabewusst zu ernähren. Bis ein Lebensmittel auf unserem Teller gelandet ist, hat es oft bereits eine lange Reise hinter sich. Der Transport unserer Lebensmittel verursacht einen nicht unerheblichen CO₂-Ausstoß. Auch für Lagerung und Kühlung ist unter Umständen viel Energie nötig. Es spielt durchaus eine Rolle, ob ein Obst aus Südamerika bis in meine Küche unterwegs war oder vielleicht nur aus Glandorf, Bersenbrück oder Melle. Muss der Apfel wirklich erst 18.000 km aus Neuseeland anreisen? Oder könnten es auch nur 18 km sein? Natürlich wachsen nicht alle Obst- und Gemüsesorten, die wir gerne essen, im Osnabrücker Land. Aber es gibt eine Menge leckerer und spannender Produkte, die in unserer Region angebaut und verarbeitet werden. Hier gibt es viel zu entdecken.

Diese Ausgabe der „Is(s) von hier“ zeigt mehrere Beispiele auf, wie und wo ich regional erzeugte Lebensmittel einkaufen kann: sei es in einem der vielen Hofläden im Landkreis Osnabrück oder auf den Wochenmärkten im Osnabrücker Land. Auch regionale Produkte können natürlich bequem im Internet per App oder im Onlineshop bestellt werden. Junge Start-Ups aus der Region arbeiten an der Thematik und möchten auf digitalem Weg einen Teil zu einer nachhaltigeren Ernährung beitragen.

In unserer landwirtschaftlich geprägten Region zwischen Teutoburger Wald, Wiehengebirge und Artland lassen sich unglaublich viele leckere und nachhaltig erzeugte Lebensmittel finden. Kommen Sie mit auf Entdeckungsreise. Iss von hier – Klimaschutz kann so einfach und genussvoll sein!

Viel Spaß beim Lesen, wünscht Ihre

Anna Kebschull
Landrätin des Landkreises Osnabrück

IMPRESSUM

Herausgeber

Landkreis Osnabrück
Am Schölerberg 1, 49082 Osnabrück

Redaktion

NOW-Medien GmbH & Co. KG
Große Straße 17-19, 49074 Osnabrück

in Zusammenarbeit mit
Landkreis Osnabrück

Referat für Strategische Planung
Gertrud Heitgerken und Ingo Große-Kracht
Am Schölerberg 1, 49082 Osnabrück

V.i.S.d.P.

Landkreis Osnabrück/Burkhard Riepenhoff

Anzeigen-/Werbeverkauf

MSO Medien-Service GmbH & Co. KG
Große Straße 17-19, 49074 Osnabrück
Geschäftsführer: Sven Balzer
E-Mail: anzeigen@mso-medien.de

Gestaltung und Produktion

bww werbeagentur + verlag GmbH
Möserstraße 27, 49074 Osnabrück

Druck

Meinders & Elstermann GmbH & Co. KG
Weberstraße 7, 49191 Belm
Telefon 05406 808-0

Titelfoto: Glenkar/istockphoto.com



INHALT

- 02 ZAHLEN & DATEN
Klimainitiative
- 04 LANDLIEBE
Der Hof hat's
- 08 DIGITALISIERUNG
Heimatkost
per Mausclick
- 11 ÜBERBLICK
APPetit auf Regionales
- 12 REGIONALREGAL
Gutes gibt's so nah
- 14 WOCHENMÄRKTE
Köstliche Verführer

Der Hof hat's

Aufschwung dank Corona: Die Versorgung mit regionalen Lebensmitteln in Bio- und Naturkostqualität wird stärker nachgefragt.

Verkauf „ab Hof“ oder wissen, wo es herkommt – eine kleine Tour zu **VIER HOFLÄDEN IM OSNABRÜCKER LAND.**

VON CLAUDIA SARRAZIN | FOTOS PHILIPP HÜLSMANN

Jeder ist anders. Manche gibt es schon seit Jahrzehnten. Andere sind recht jungen Datums: Hofläden. Was oftmals als Direkt-ab-Hof-Verkauf mit Milch, Eiern oder Kartoffeln begann, hat mittlerweile die Qualität eines kleinen, gut sortierten Naturkost-Supermarktes erreicht.

Ein Schild an der Straße weist den Weg zum Hofladen des Meyerhofes in Belm. Von der Belmer Straße aus ist vom Laden jedoch nichts zu sehen: Deshalb seien viele überrascht, wie groß der Hofladen im ehemaligen Dreschhaus ist, berichten Viktoria Klink, Junior-Managerin des Geschäfts, und Landwirt Johann Schrei-

ber. Seine Mutter startete vor 36 Jahren mit dem Bio-Hofladen, und viele Kunden seien diesem seitdem treu geblieben.

„Ansonsten ist unsere Kundschaft bunt gemischt, ein paar Leute machen bei uns im Laden auch ihren kompletten Einkauf“, so Klink. Dies ist kein Problem, denn neben Lebensmitteln

Power to the Bauer #1

„Es gibt auch gesundheits- und umweltpolitische Gründe, beim Bauern nebenan zu kaufen.“

VIKTORIA KLINK, JOHANN SCHREIBER
BIOLAND MEYERHOF BELM





Gudrun Schwämmle

Power to the Bauer #2

„Den Käse mache ich selbst, weil ich aus einer Bergregion stamme und das unter anderem auf der Alp gelernt habe.“

**GUDRUN SCHWÄMMLE, THOMAS LUNAU UND TOCHTER KARLA
DICKE EICHE BIOLANDHOF / NATURWAREN**

gibt es auf dem Meyerhof unter anderem auch Kosmetika und andere Non-Food-Produkte zu kaufen.

Viktoria Klink und Johann Schreiber berichten, dass ihre hofeigenen Eier, das Fleisch sowie im Herbst der Federweiße bei ihren Kunden besonders beliebt seien. Und wer einmal ihre selbst gemachten Nudeln gegessen habe, wolle keine anderen mehr, ist Schreiber sicher. Dann bricht er noch eine Lanze für die Kartoffelsorte Bernina: „Die ist dieses Jahr besonders gut – und eine gute Kartoffel ist für mich als Bauer wichtig.“

Er freue sich immer, wenn Kunden den Unterschied zwischen seinen Bio-Produkten und Supermarkt-Standards schmeckten und ist überzeugt: „Es gibt auch gesundheits- und umweltpolitische Gründe, beim Bauern nebenan zu kaufen.“

Während der Meyerhof unweit der beiden Kirchen in Alt-Belm zu finden ist, liegt die „Dicke Eiche“ im

Bissendorfer Ortsteil Astrup versteckter. Als Gudrun Schwämmle und Thomas Lunau mit Tochter Karla 1995 den Hof von Margret und Walter Lah-

mann-Lammert pachteten, hatten die Vorgänger ihn schon knapp zehn Jahre nach Bioland Richtlinien bewirtschaftet.

„Damals wurde man dafür noch ziemlich ausgelacht“, erinnert sich Schwämmle: „Das ist heute ganz anders, und wir bieten inzwischen ein komplettes Naturkost-Sortiment an.“ Zu den eigenen Produkten im Hofladen gehören unter anderem Brot, Getreide, Kartoffeln, Käse, Fleisch, Wurst und Schaffelle.

Besonders beliebt seien Brot, Salami, grobe Bratwurst und Käse – vor allem Ziegen- und Schafskäse. „Den mache ich selbst, weil ich aus einer Bergregion stamme und das unter anderem auf der Alp gelernt habe“, erzählt Gudrun Schwämmle, die fast jeden Kunden mit Vornamen anspricht.

Im ersten Lockdown bot sie einen Online-Einkaufsservice an, damit die Kunden nicht so lange vor dem kleinen Hofladen warten mussten. Wer dennoch warten musste, konnte es sich auf Stühlen unter Sonnenschirmen gemütlich machen. Und so mancher habe die Gelegenheit zum Plausch auf Abstand genutzt. Im ersten Corona-Lockdown konnte sie – wie andere Hofladenbetreiber auch – deutlich mehr Kunden begrüßen.

Auf eine lange Tradition an Ort und Stelle können Lisa und Mario Padeffke vom Hof Hauswörmann zurückblicken: „Die Hofstelle wurde das erste Mal 1225 erwähnt“, so Mario Padeffke. ▶





Power to the Bauer #3

„Beim Obst und Gemüse zeichnen wir uns dadurch aus, dass wir viel selbst anbauen.“

LISA UND MARIO PADEFFKE
HOF HAUSWÖRMANN

VOR DER WERTSCHÄTZUNG ZUR WERTSCHÖPFUNG

„Die Bedeutung der heimischen Landwirtschaft hat in der aktuellen Krise deutlich zugenommen.“ Das stellte der Ernährungsreport des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft im April 2020 fest. Mehr als jeder Dritte (39 Prozent) gab an, dass die heimische Landwirtschaft in Anbetracht der aktuellen Corona-Pandemie an Bedeutung gewonnen hat. „Das ist ein klares Zeichen gewachsener Wertschätzung für unsere Lebensmittel, die Leistung der Bäuerinnen und Bauern und unsere Ernährungswirtschaft vom Super- bis zum Wochenmarkt“, betonte Ministerin Julia Klöckner: „Wichtig ist dabei auch, dass sich die Wertschätzung in Wertschöpfung niederschlägt.“

Den Hofladen in seiner jetzigen Größe gibt es seit 2019 – obwohl Padeffkes seit dreißig Jahren „ab Hof“ verkaufen. In der Anfangszeit gab es Zuckermais, Milch und Kartoffeln, heute können die Landwirte fast ein Vollsortiment anbieten. Bei allem, was nicht selbst produziert wird, setzten sie auf Bio-Produkte und die größtmögliche Regionalität. So erhalten sie beispielsweise ihr Fleisch von der Fleischerei Plogmann in Hagen a.T.W.

Davon abgesehen ist der Hofladen Hauswörmann vor allem für seine Eier, Suppenhühner, Hähnchen und den selbstgemachten Eierlikör bekannt. „Apropos Hühner – wir stallen bald neue ein“, berichtet Mario Padeffke, der für die Tiere ein Hühnermobil angeschafft hat. „Und beim Obst- und Gemüse zeichnen wir uns dadurch aus, dass wir viel selbst anbauen“, ergänzt seine Frau Lisa. Neben Tomaten, Salat, Kürbissen, Kohl und Zucchini aus dem eigenen Gewächshaus ernten Padeffkes beispielsweise auch Nüsse und Kirschen auf dem Hof. Neben dem Abenteuerspielplatz und einem spannenden Maislabyrinth sind Kinder vor allem hiervon begeistert: Dem Automaten im Vorraum des Hofladens, an dem rund um die Uhr eine Auswahl an Bioprodukten erhältlich ist.

Von der Osnabrücker Stadtgrenze geht es hinüber nach Hagen a. T.W. zum Hofladen Ehrenbrink Brockmeyer, den Claudia und Martin Ehrenbrink in der Form seit 2005 betreiben. Vorher gab es auf dem Hof nur Eier und Kartoffeln zu kaufen. „Dann haben wir Nägel mit Köpfen gemacht“, erklärt Claudia Ehrenbrink, und ihr Mann ergänzt: „Die Kunden erwarten heute ein vielfältiges Sortiment und kommen nicht mehr nur wegen der Milch.“

Neben dem klassischen Hofladen-Sortiment fallen beim Einkauf in Hagen Blumensträuße, Souvenirs der „Kirschgemeinde“ und Geschenkartikel auf. Diese sind auch oft in den Geschenkkörben des Hofladens zu finden. „Im Sommer haben wir Grillkörbe u. a. mit Currywurst im Glas angeboten“, sagt Martin Ehrenbrink. „Derzeit sind Präsentkörbe mit eingekochtem Grünkohl sehr beliebt – wohl als Trostpflaster für ausfallende Weihnachtsfeiern.“



Ein weiterer Blickfang im Hagener Hofladen sind Zitrusfrüchte sowie im Sommer eine große Auswahl an Beerenfrüchten. Kein Zufall, denn Claudia Ehrenbrinks Familie ist seit über einhundert Jahren als Markthändler „Früchte Püning“ bekannt. Und wer genau hinschaut, kann den Wochenmarkt-Bezug auch in der Hofladengestaltung entdecken. ■

Power to the Bauer #4

„Im Sommer haben wir Grillkörbe u. a. mit Currywurst im Glas angeboten; derzeit sind Präsentkörbe mit eingekochtem Grünkohl sehr beliebt.“

**CLAUDIA UND MARTIN EHRENBRINK
HOF EHRENBRINK-BROCKMEYER**



Unser erstes
Kochbuch ist da!

Frisch geerntet – Heimisches Gemüse raffiniert aufgetischt



nur 19,95€



160 Seiten voller Rezepte, Tipps und Anekdoten

Ab sofort auf dem Wochenmarkt oder unter
gemuesegaertner.de/kochbuch erhältlich!



Forellen

fang-frisch oder geräuchert

Unsere Öffnungszeiten:

Fr. + Sa.: 09.00 - 12.30 Uhr

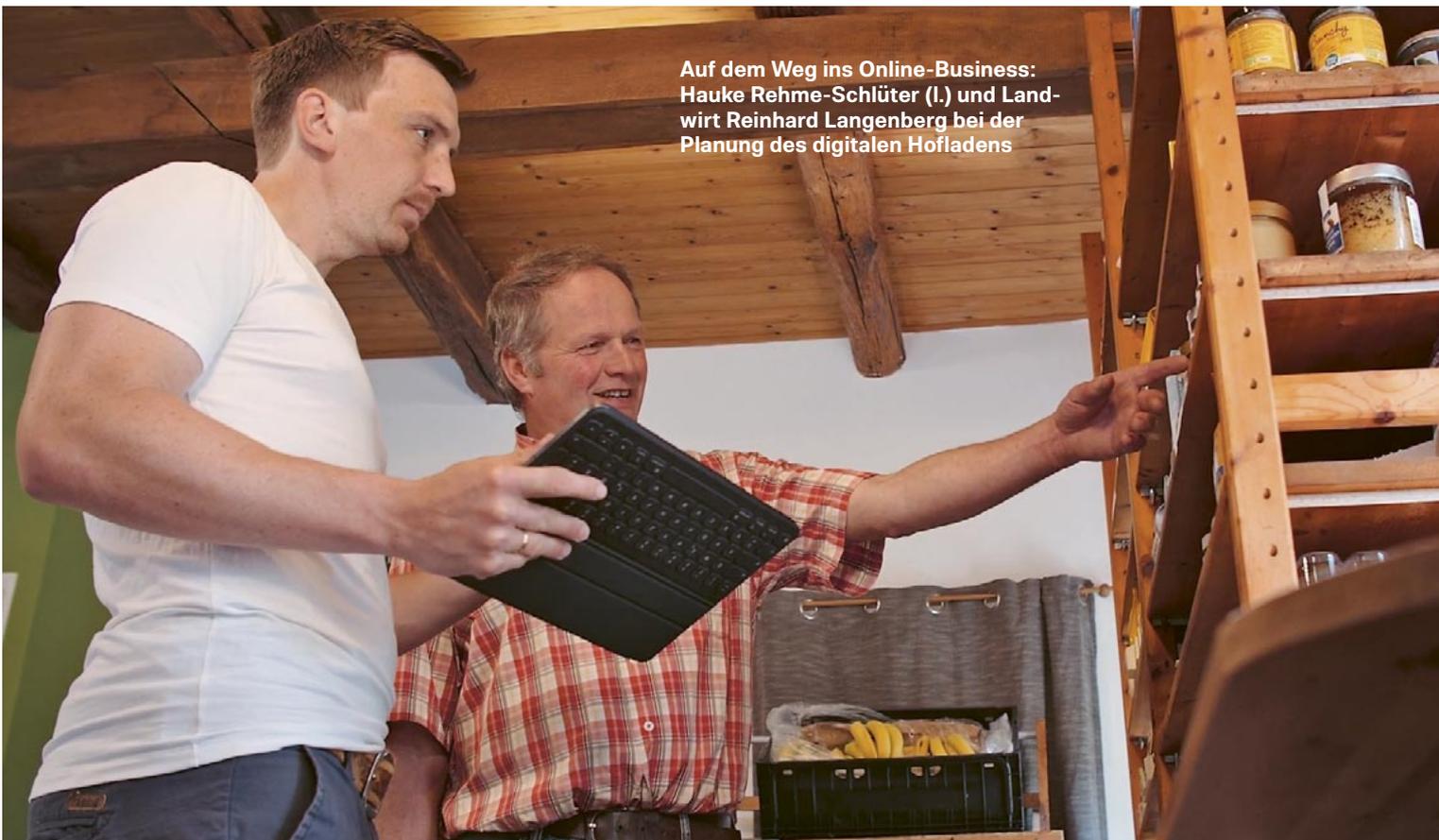
Freitag: 15.00 - 17.00 Uhr

**Forellenzucht
täglich geöffnet!**



Bergstraße 1, 49186 Bad Iburg
Telefon: 0 54 03 / 23 56
www.fisch-dettmeyer.de





Auf dem Weg ins Online-Business: Hauke Rehme-Schlüter (l.) und Landwirt Reinhard Langenberg bei der Planung des digitalen Hofladens

Heimatkost per Mausklick

Im Osnabrücker Land finden sich zwei Start-Ups, die sich mit regionalen Produkten beschäftigen: Das Unternehmen **REGIOSHOPPER** und das Unternehmen **PIELERS**. Was treibt die Macher Hauke Rehme-Schlüter und Simon Schäfer an?

VON HAUKE REHME-SCHLÜTER, SIMON SCHÄFER UND INGO GROSSE-KRACHT

Regioshopper

Sie sind Softwareentwickler. Warum engagieren Sie sich als junger Unternehmer für das Thema Regionale Vermarktung?

Hauke Rehme-Schlüter: Ich glaube, dass wir Softwareentwickler in dieser Richtung viel Unterstützung leisten können. Auf den ersten Blick steht Software natürlich meist nicht für Regionalität, aber die Chancen und Möglichkeiten, mit Softwarelösungen die regionalen Wertschöpfungs-

ketten zu steigern, sind definitiv vorhanden.

Wie sind Sie auf Ihre Geschäftsidee gekommen?

Hauke Rehme-Schlüter: Meine Frau und ich sind beide Softwareentwickler, und wir waren mit dem Sinn unserer Arbeit nicht mehr zufrieden. Wir wollten deshalb selbst in die ökologische Landwirtschaft wechseln. Als wir den Schritt gegangen sind, sind uns viele Tätigkeitsfelder von Direktvermarktern aufgefallen, die wir durch Soft- und Hardware vereinfachen können. Unsere Ideen stießen dann bei

den Landwirten auf sehr positives Feedback, und so entschlossen wir uns, unser Gemüse weiterhin nur privat anzubauen und uns in Vollzeit mit der Softwareentwicklung für Lebensmittelproduzenten zu beschäftigen. Unser Team haben wir dann noch um einen ehemaligen Kommilitonen erweitert, der sich ebenfalls für nachhaltige Projekte engagiert.

Was ist Ihr Produkt, Ihre Geschäftsidee?

Hauke Rehme-Schlüter: Unser Hauptprodukt sind momentan Onlineshop-Systeme für Hofläden oder

Bäckereien. Das Besondere an unserem System ist, dass die Produzenten es komplett selbst verwalten können. Über die Onlineshops haben die Produzenten die Möglichkeit, einen Lieferdienst aufzubauen oder mit einer Reservierung inklusive Abholung vor Ort ihre oftmals kurzen Öffnungszeiten zu verlängern. So haben wir einem Produzenten, der bisher seine Kunden nur am Freitag und Samstag für jeweils drei Stunden über seinen Hofladen versorgen konnte, einen Online-Hofladen bereitgestellt, in dem der Kunde zu jeder Tages- und Nachtzeit bestellen und die Ware an fünf verschiedenen Tagen in der Woche abholen kann.

Warum ist das Thema regionale Ernährung so wichtig?

Hauke Rehme-Schlüter: Regionale Ernährung heißt für uns, dass das Produkt innerhalb eines Umkreises von 50 km erzeugt wurde. Regionalität hat eine Vielzahl an Vorteilen: die Stär-

kung regionaler Wertschöpfungsketten, die Frische oder die bessere Klimabilanz. Die Liste der Vorteile ist lang. Ich würde gerne auch mal auf den Punkt soziale Gerechtigkeit eingehen, der oft zu selten beleuchtet wird: Als Konsumenten sollten wir uns alle klarmachen, dass wir der breiten Bevölkerung, in deren Ländern unsere Nahrung oder das Mastfutter unserer Tiere angebaut wird, mit dem Kauf nichts Gutes tun. Ganz im Gegenteil. Je weiter ein Produkt zu uns reist, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass nur wenige Personen profitieren. Für Kleinbauern ist es oft unmöglich, Produkte in unseren Supermärkten zu etablieren und wenn, wird die meiste Wertschöpfung unter Export, Import und Handel aufgeteilt, obwohl es der Landwirt ist, der den eigentlichen Wert des Produkts erzeugt.

Was macht Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft für Sie aus?

Hauke Rehme-Schlüter: Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft heißt für mich, sich nicht auf Kosten der Natur zu bereichern, soll heißen, dass wir immer nur so viel entnehmen sollten,

wie die Natur in einem natürlichen Kreislauf auch wieder erzeugen kann. Alles andere ist Raubbau an der Natur und führt zu langfristigen ökologischen und ökonomischen Schäden. Entstandene Schäden müssen aber früher oder später bezahlt werden. Stichwort Wasseraufbereitung aufgrund von Gülle und Pestiziden. Die Rechnung kommt, wir verschieben sie nur auf morgen.

Wie können Sie Landwirte bei der Digitalisierung unterstützen?

Hauke Rehme-Schlüter: Wir helfen den Landwirten mit unseren Onlineshops, eine komplett neue Zielgruppe zu erschließen und generell mehr Aufmerksamkeit zu bekommen. Durch die Web-Shops eröffnet sich nämlich nicht nur ein neuer Markt,

sondern das Sortiment wird auch für potenzielle Ladenkunden online einsehbar. Ein häufiger Grund, warum Kunden nicht beim Produzenten kaufen, ist oft, dass sie unsicher sind, wel-

che Produkte sie vor Ort bekommen. Wir unterstützen Landwirte auch beim Marketing der eigenen Produkte, was oft zu kurz kommt.

Gibt es Vorbehalte unter Landwirten, wenn es um Digitalisierung geht?

Hauke Rehme-Schlüter: „Mit Computern kenne ich mich nicht aus. Das kann ich nicht“ ist ein häufig gehörter Satz. Aber den lassen wir nicht gelten. Mein Opa ist mit über 80 einer unserer wichtigsten Softwaretester. Er hat es auch ohne Vorwissen im Onlinegeschäft geschafft, sich einen fiktiven Onlineshop zu erstellen. Wir helfen natürlich auch gerne, falls mal Fragen aufkommen. Manchmal hören wir den Einwand, dass der soziale Kontakt mit den Stammkunden wegfallen würde. Aber die Einsicht, dass ein Onlineshop nicht die bisherige Kundschaft anspricht, folgt meist schnell. Kunden, die seit Jahren den sozialen Kontakt mit dem Landwirt suchen, werden dies auch weiterhin tun. Wir wollen die etwas bequemeren Konsumenten für den Hofladen begeistern. Der Direktvermarkter bekommt also mit dem Onlineshop eine ganz neue Zielgruppe.

Pielers

Wer sind die Pielers, und was ist Ihre Mission?

Simon Schäfer: PIELERS ist ein Tech-Startup und steht für innovative Lösungen im Foodtech-Bereich. Mit unserem selbst entwickelten Online Marktplatz für Lebensmittel verbinden wir Kunden direkt mit Landwirten und Genusshandwerkern wie Fleischern, Bäckern oder Imkern. Dadurch unterstützen wir in ganz Deutschland Lebensmittelerzeuger dabei, ihre Produkte unabhängig von teuren Ladengeschäften oder Zwischenhändlern online an die Konsumenten zu verkaufen. Unsere Mission „Gute Lebensmittel für alle!“ treibt dabei unser Handeln an. Seit 2018 hat unser Team bereits mehr als 800 Direktvermarktern aus ganz Deutschland geholfen, einen digitalen Vertriebsweg aufzubauen. Mit starken Partnern wie dem Seedhouse aus Osnaabrück kommen wir unserem Ziel Tag für Tag etwas näher. Gemeinsam für die Lebensmittelwende!

Legen Sie Nachhaltigkeitskriterien zu Grunde? Welcher Erzeuger kann im Pielers-Netzwerk mitmachen?

Simon Schäfer: Mit jedem Einkauf auf pielers.de werden Erzeuger und Genusshandwerker unterstützt, die für eine artgerechte Tierhaltung, umweltschonende Produktionsverfahren und eine Reduktion von Lebensmittelverschwendung und Verpackungsmüll stehen. Erzeuger müssen genau offenlegen, wie sie ihre Tiere halten und was in ihren Produkten steckt, um auf pielers.de verkaufen zu können. Dafür haben wir Aufnahmekriterien geschaffen, die sich an den Vorgaben der deutschen Bio-Siegel orientieren und zum Teil darüber hinaus gehen. Zur Reduktion von Plastikmüll haben wir für unsere Erzeuger Rahmenverträge mit innovativen Verpackungsherstellern geschlossen, so bietet unser Partner LANDPACK aus Bayern Isolierverpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen wie Hanf und Stroh an.

Was sind aus Ihrer Sicht die Vorteile einer Direktvermarktung durch die Erzeuger?

Simon Schäfer: Direktvermarktung bringt zum einen fairere Preise für die Erzeuger, da durch das Umgehen von

„Uns sind viele Tätigkeitsfelder von Direktvermarktern aufgefallen, die wir durch Soft- und Hardware vereinfachen können.“
HAUKE REHME-SCHLÜTER



Bringt seine Waren online direkt an die Kunden:
Landwirt Dennis Wolff-von der Lieth mit seinen Hühnern

FOTO: PIELERS GMBH/HENDRIK HAASE

Zwischenhändlern ein größerer Ertrag beim Hersteller bleibt. Ein weiterer Vorteil der Direktvermarktung ist aber vor allem, dass Transportwege kurz gehalten werden und somit der CO₂-Ausstoß verringert wird. Somit kann jeder Verbraucher schon beim Einkauf einen großen Beitrag zur Verkleinerung unseres ökologischen Fußabdrucks leisten, indem er genau darauf achtet, welche Produkte er kauft und welche er lieber im Regal stehen lässt.

Es sind also nicht nur die Anbaumethoden, die einen Einfluss auf die Klimabilanz eines Produkts haben, sondern auch der

Transport. Können Sie das mit einem Beispiel veranschaulichen?

Simon Schäfer: Ein argentinisches Rumpsteak legt auf seinem Weg nach Deutschland 15 mal so viele km zurück, wie ein Steak aus dem Inland, selbst wenn es von München nach Hamburg transportiert wird. Ein durchschnittliches Produkt aus dem Supermarkt legt ca. 3.600 km zurück, bis es in den Regalen landet. Wie wir mit unserem Einkauf bereits viele Transportkilometer einsparen können, zeigt auch das Beispiel Früchte-

tee. Reiner Hagebuttentee aus deutschem Anbau ist regional zu erhalten. Entscheiden wir uns für die Mischung Hagebutte-Hibiskus, steigt der CO₂-Abdruck stark, denn Hibiskus wird hauptsächlich in China und Taiwan angebaut und wird entsprechend importiert. Besonders CO₂-intensiv sind Mischungen, in denen viele verschiedene exotische Zutaten enthalten sind. Ein „exotischer Früchtetee“ mit

Ananas (Mexiko) und Papaya (Costa Rica), mit Hibiskus (Taiwan), Apfel (Deutschland) und Orangenschale (Spanien) kommt schnell einmal auf über 30.000 Kilometer

Transportwege.

Um diese Art von „Fehlkäufen“ zu vermeiden, ist das Thema Transparenz von zentraler Bedeutung.

Warum ist der Onlinehandel aus Ihrer Sicht auch für Landwirte wichtig?

Simon Schäfer: Direktvermarktung ist keine neue Erfindung. Wochenmärkte und Hofläden sind feste Bestandteile unseres Alltags. Wichtig ist dabei aber, den Anschluss nicht zu verlieren. Durch die Digitalisierung verändert sich besonders das Kaufverhalten der Verbraucher, und auf diese

Veränderungen müssen Erzeuger reagieren können.

Was sind die Vorteile, die Sie Erzeugern bieten?

Simon Schäfer: Durch selbstentwickelte Technik werden Landwirte und Co. dazu befähigt, ihre Waren online direkt an ihre Kunden zu veräußern und sich darüber hinaus im Netz zu präsentieren. Dabei wird darauf geachtet, dass mit 85% ein Großteil der Erlöse weiterhin beim Erzeuger bleibt. Durch die Automatisierung der Abläufe wird es den Mitgliedern von PIELERS so einfach wie möglich gemacht, Teil des Onlinehandels zu werden. Der Zeitaufwand und die Kosten werden gering gehalten, denn wir sind uns der Tatsache bewusst, dass die Erzeuger in ihrem Alltag andere Aufgaben zu bewältigen haben, als sich um die Administration eines Online-Shops zu kümmern. Online-Marketing, Rechnungsstellung, Kundenkontakt, Mahnwesen – all diese Punkte werden durch die PIELERS GmbH durchgeführt und entlasten somit den Erzeuger. Die Mitglieder im PIELERS-Netzwerk erhalten somit eine günstige und effiziente Möglichkeit, den nötigen Schritt zur Digitalisierung zu gehen, und der Verbraucher profitiert von mehr Transparenz und Regionalität. ■

„Erzeuger müssen genau offenlegen, wie sie ihre Tiere halten und was in ihren Produkten steckt.“

SIMON SCHÄFER

APPetit auf Regionales

Milch to go, Erdbeeren zum Selbstpflücken, Gemüsebox im Abo oder Restaurants, die mit regionalen Zutaten kochen: Das alles und noch viel mehr ist in der **REGIOAPP** zu finden.

Die Nachfrage nach regional erzeugten Lebensmitteln ist in letzter Zeit enorm gestiegen. Damit Bezugsquellen für regional produzierte Lebensmittel aus dem Osnabrücker Land besser gefunden werden können, unterstützt der Landkreis Osnabrück die Einführung der RegioApp des Bundesverbandes der Regionalbewegung e.V. Eine Ernährung mit regionalen Lebensmitteln bietet viele Vorteile. Transportwege werden oft sehr verkürzt, das Klima geschont und heimische

Erzeuger unterstützt. Der ein oder andere kauft bereits regelmäßig im Hofladen um die Ecke seine Kartoffeln, zapft sich frische Milch an der Milchtankstelle im Ort oder pflückt selbst die Erdbeeren auf dem Feld beim Landwirt nebenan. Es gibt aber bestimmt noch viele weitere Erzeuger und leckere Produkte aus der Region. Doch wie finde ich die Erzeuger und Köstlichkeiten auf einen Blick? Mit Hilfe der RegioApp kann man je-

Der Verbraucher kann nach bestimmten Produkten suchen, oder sich alle Erzeuger und Verkaufsstellen einer bestimmten Gegend anzeigen lassen. Aber nicht nur das, die RegioApp punktet vor allem im Hinblick auf Transparenz und Information zu den Erzeugern und der Herkunft der Produkte.

Die RegioApp punktet mit Transparenz und Information zu Erzeugern und Produkten.

Regionale Wirtschaftskreisläufe bieten großes Potenzial für den Klimaschutz, z. B. durch kurze Logistikketten und kurze Transportwege. Die

derzeit, überall, ganz bequem eine Umkreissuche nach regionalen Lebensmitteln und regionalem Essen starten. Angezeigt werden Direktvermarkter und Gastronomie, aber auch Verkaufsstellen wie Dorfläden und Wochenmärkte.

Gemeinsam mit den Mitarbeiterinnen vom Naturpark TERRA.vita hat der Landkreis gezielt regionale Erzeuger angesprochen und übernimmt die Kosten für die ersten 100 Profile in der App. Für regionale Landwirte, Obstbauern, Fischzüchter, Gin-Manufakturen oder Landschlachtereien bietet sich so eine weitere kostenlose, digitale Werbemöglichkeit.

RegioApp, die vom Bund gefördert wird, unterstützt Erzeuger, die sich an bestimmte Prinzipien halten: Nicht alles muss in Bioqualität hergestellt sein, aber man verpflichtet sich z.B. zu einem Klimaschutz durch kurze Wege, einer Verarbeitung in der Region und dem Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen für Menschen, Tiere und Pflanzen.

Nach und nach füllt sich nun die RegioApp auch mit Erzeugern aus dem Osnabrücker Land. In einem zweiten Schritt könnten zusätzlich Gastronomen gelistet werden, die besonders viel mit regionalen Zutaten kochen. Erzeuger, Verkaufsstellen, Dorfläden und Gastronomen, die Interesse haben, können sich bei der Klimainitiative des Landkreises informieren und in die App aufnehmen lassen. Die RegioApp steht zum Download im App Store bereit.



Landwirte, Obstbauern, Fischzüchter, Gin-Manufakturen oder Landschlachtereien: Die ersten Profile aus der Region sind in Kürze abrufbar

Infos & Kontakt
klimaschutz@Lkos.de
Tel. 0541/501 1930
www.regioapp.org

Gutes gibt's so nah

Eier und Milch, Obst und Gemüse vom Bauernhof in der Nachbarschaft, Wurst aus der regionalen Fleischerei und Honig vom heimischen Imker – **REGIONALE LEBENSMITTEL** werden zunehmend auch im Supermarkt angeboten.

VON CLAUDIA SARRAZIN



Bestseller vom Fuß des Piesberges: Göslings Milchprodukte sind in rund 35 Supermärkten in Osnabrück und Umgebung erhältlich

Viele Supermärkte haben in den vergangenen Jahren ihr Sortiment ganz bewusst um gute Lebensmittel aus der Region erweitert. Unschlagbare Frische durch kurze Transportwege, zertifizierte Produkte und lokalen Service sind dabei neben Individualität und Emotionalität die wichtigsten Schlagworte. Nicht unwichtig ist, dass Supermarkt-Betreiber und Konsumenten die Produzenten bestenfalls persönlich kennen.

Warum regionale Produkte punkten

Warum bietet Tom Kutsche, Geschäftsführer von vier Edeka-Märkten im Raum Osnabrück, auch regionale Produkte an? „Da wir als mittelständisches Unternehmen in der Region tätig sind, ist es für mich auch wichtig, mit Landwirten und Lieferanten aus der Region zusammenzuarbeiten.“ Zudem habe er festgestellt, dass die Qualitäten teilweise besser seien, da seine Supermärkte direkt beliefert werden. „So spielt auch noch ein kleiner Umweltaspekt mit hinein“, erklärt Kutsche. Davon abgesehen mache es Spaß, sich mit Produkten und Menschen aus der Region zu beschäftigen.

Gerne mal was Neues

Was die Auswahl der Anbieter angehe, sei sein Unternehmen offen für Neues, erläutert Tom Kutsche: „Es kommen immer mal wieder neue Anbieter dazu.“ Voraussetzung sei jedoch, dass grundlegende Qualitätskriterien wie beispielsweise eine sogenannte KAT-Zertifizierung bei Eiern eingehalten würden.

Von „vor Ort“ kommt gut an

Auf die Frage, ob der Trend zu regionalen und saisonalen Produkten mehr als ein Lippenbekenntnis der Verbraucher sei, antwortet Tom Kutsche: „Gerade Obst und Gemüse sind saisonal. Davon mal abgesehen, als Händler können wir die Produkte nur anbieten und uns auf Regionalität fokussieren. Die Entscheidung trifft letztlich der Kunde.“ In der Regel würden entsprechende Produkte gut angenommen.



Tom Kutsche,
Edeka-Marktbetreiber:
Sucht als mittelständisches Unternehmen
die Nähe zu Landwirten und
Lieferanten aus der Region

Vollmilch und mehr aus der Hofmolkerei

Zu den regionalen Produzenten, deren Produkte unter anderem bei Edeka Kutsche erhältlich sind, zählt die Hofmolkerei von Dagmar und Bernard Gösling in Osnabrück. Die beiden sind offen für Neues: Eine ihrer Ideen: die Hofmolkerei. Deren Milchprodukte sind in rund 35 Supermärkten in zwanzig Kilometern Umkreis vom Hof erhältlich.

Selber zapfen an der Milchtankstelle

Zwar verkaufen die Göslings auf

ihrem Hof in Pye noch Milch in der Milchtankstelle sowie eigene Milchprodukte und Kartoffeln von Bauer Plate. Doch der Absatz sei natürlich deutlich geringer als die Produktion ihrer Molkerei, berichtete Dagmar Gösling.

Probier doch mal!

Im Supermarkt zählen Göslings Milch, Joghurt, Quark, Frischkäse und Eis nicht unbedingt zu den günstigsten Lebensmitteln. „Bei uns arbeiten fünfzehn Leute in der Molkerei, wir machen fast alles von Hand und füllen unsere Produkte möglichst in wiederverwendbare Glasbehälter ab“, berichtet Gösling. Zudem würde Milch bei niedrigen 63 Grad pasteurisiert, damit mehr Vitamine und Fette erhalten blieben. Beim Joghurt kombinieren Göslings ihre „konventionelle Milch“ bewusst mit Biofrüchten. „Das schmeckt einfach viel besser“, so Dagmar Gösling: „Das zu vermitteln ist jedoch eine Herausforderung, wenn die Leute unsere Produkte noch nicht probiert haben.“

Ratzfatz ist das Regal leergefegt

Sich im Supermarktregal durchzusetzen sei zwar für kleine Anbieter nicht so einfach, allerdings gebe es bereits Kunden, die regelmäßig und ganz bewusst ihre Produkte kauften, freut sich Gösling. „Ein Supermarkt-Mitarbeiter schrieb mir: Wenn Morgens unser Quark und unser Frischkäse bei ihm in die Regale komme, sei ratzfatz nichts mehr davon übrig.“

REGIONALE PRODUKTE SIND ...

- ... gut für den Geschmack – Dank kürzerer Transportwege und der Ernte zum optimalen Zeitpunkt.
- ... gut für den Geldbeutel – da regionale Produkte meist günstiger sind.
- ... gut für die Vorfreude – eine regionale und saisonale Ernährung bedeutet keine Erdbeeren im Januar, aber dafür mehr Freude auf die jeweiligen „Schätze“ der Saison.
- ... gut für eine starke Region – mit dem Kauf regionaler Produkte werden hiesige Landwirte, Produzenten, Verarbeiter und Vermarkter unterstützt; die Chancen steigen, dass Streuobstwiesen, Weiden, Felder und traditionelle Betriebe erhalten werden.
- ... gut für die Umwelt – Regionale Produkte haben kurze Transportwege und sind somit nachhaltig.

Alles Gute vom Bauern
HOF KOLKMEIER

*Lecker im Hofladen
Schönes auf der Diele*

Wir sind für Sie da:
Mittwoch-Freitag 9:00 - 18:00
Samstag 9:00 - 13:00
Montag & Dienstag ist zu!

Zum Flugplatz 33 49076 Osnabrück
0541442111 hof-kolkmeier.de



Spitzenqualität aus Bramsche!

SEIT 1838
Sostmann
FEINKOST-FLEISCHEREI
BRAMSCHER

Mit gutem Gewissen genießen.



Köstliche Verführer

Frisches Obst und Gemüse aus der Region – das gibt es nur selten im Supermarkt. Wer Kartoffeln vom Bauern nebenan möchte, findet diese auf dem lokalen Wochenmarkt. Bei einem Bummel über einen der **WOCHENMÄRKTE IM OSNABRÜCKER LAND**, bei einem Schnack zwischen Händler und Kunden, ist alles in Butter! Man schätzt das frische, qualitativ hochwertige Angebot. Es gibt regionale Lebensmittel, aber auch internationale Spezialitäten, saisonales Obst und Gemüse, Bioprodukte, Streetfood und natürlich auch etwas zum Probieren – ein Überblick.

VON JOHANNA KOLLORZ

„Qualität und Frische sind auf den Wochenmärkten in Melle auch in Zeiten der Corona-Krise angesagt. Seit seiner Premiere im Oktober 2014 hat sich der Bueraner Wochenmarkt im Schatten der St.-Martini-Kirche zu einem beliebten Anziehungspunkt entwickelt, der Zugkraft weit über die Grenzen des Grönegaudorfes besitzt. Das liegt zum einen am abwechslungsreichen Angebot – zum anderen am besonderen Ambiente einer der schönsten Kirchhofsburgen des Osnabrücker Landes. Für Frische und eine beachtliche Bandbreite steht auch der Wochenmarkt im Schatten des historischen Rathauses in Melle-Mitte. Wegen der Covid 19-Pandemie und den damit verbundenen Auflagen stellen die Marktbesucher ihre Verkaufswagen und Stände seit dem Frühjahr nicht mehr gegenüberliegend, sondern in einer Front auf, um auf diese Weise die Besucher zu entzerren. Abrunden lässt sich das Einkaufsvergnügen unter freiem Himmel durch einen Besuch der umliegenden Cafés, Restaurants, Kneipen und Begegnungsstätten.“

Jürgen Krämer, Mediensprecher der Stadt Melle





Die Wochenmärkte im Osnabrücker Land

DIENSTAGS

Bersenbrück, 7.30 bis 12.30, Marktplatz
Osnabrück-Dodesheide, 8 bis 13 Uhr*,
 Marktplatz Lerchenstraße
Osnabrück-Neustadt, 15 bis 18 Uhr,
 Johanniskirche

MITTWOCHS

Bad Iburg, 14 bis 18 Uhr, Schlossstraße
Bad Rothenfelde, 8.30 bis 12.30 Uhr,
 Brunnenplatz
Hagen a.T.W., ab 14 Uhr,
 Marktplatz Hüttenstraße
Melle-Mitte, 7 bis 13 Uhr, Rathausplatz
Osnabrück-Schinkel, 8 bis 13 Uhr*,
 Ebertallee
Ostercappeln, 14 bis 18 Uhr, Kirchplatz

DONNERSTAGS

Alt-Georgsmarienhütte, 7.30 bis 12.30 Uhr,
 Marktplatz vor der Sparkasse
Bad Essen, 14 bis 18 Uhr, Kirchplatz
Belm, 8 bis 12 Uhr, Marktplatz
Hasbergen, 14 bis 18 Uhr, Tomblaine-Platz
Melle-Buer, 8 bis 13 Uhr,
 historische Kirchhofsburg
Osnabrück-Ledenhof, 8 bis 13 Uhr*,
 Am Ledenhof

FREITAGS

Bramsche, 7 bis 13 Uhr, Marktplatz
Dissen, 14 bis 18 Uhr, Rathausvorplatz
Fürstenau, 7 bis 12 Uhr, Marktplatz
Glandorf, 14 bis 18 Uhr, Parkplatz Rathaus
Oesede, 14 bis 18 Uhr, Kirmesplatz
bis Ende 2020; anschließend wieder auf dem Roten Platz
Osnabrück-Riedenbach, 8 bis 13 Uhr*,
 Am Riedenbach/Josephskirche
Quakenbrück, 8 bis 13 Uhr, Marktplatz

SAMSTAGS

Bad Laer, 8 bis 12 Uhr, Paulbrink
fällt bis Ende Januar 2021 aus
Melle-Mitte, 7 bis 13 Uhr, Rathausplatz
Osnabrück-Domhof, 8 bis 14 Uhr,
 Große Domsfreiheit



„Wir gehen gerne als Familie zum großen Wochenmarkt am Samstag und versuchen, lokal einzukaufen. Natürlich lockt auch der leckere, handaufgegossene Kaffee bei Claudia Geist vor der

Gymnasialkirche. Meine Eltern

gingen schon mit uns Kindern hin, ebenso wie wir heute mit unserer Tochter Charlotte. Das ist gelebte Tradition!“

Sebastian Heukamp, Familienvater aus Osnabrück

* Öffnungszeit vom 1. Oktober bis 30. April. Vom 1. Mai bis 30. September öffnen die Märkte eine Stunde früher.

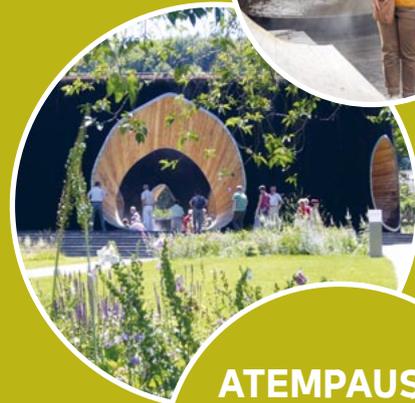
CITTASLOW BAD ESSEN

... einfach genießen!



SONNTAGS- BUMMEL

durch die
geöffneten
Läden

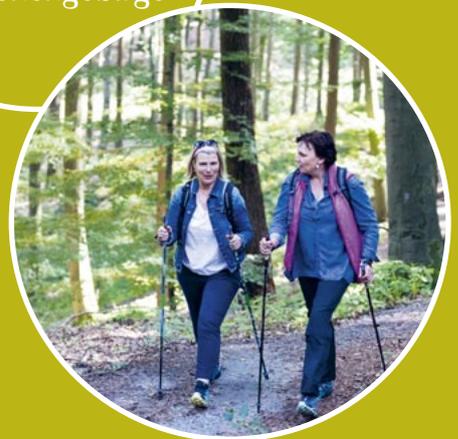


ATEMPAUSE:

Tief durchatmen
in der
SOLEARENA
im Park



Entschleunigung:
Entspannt
WANDERN
im Wiehengebirge



Freie Fahrt:
Abwechslungsreiche
RADTOUREN
in und um
Bad Essen

... und Waldspaziergänge mit Achtsamkeitsübungen, Garten-Sonntage auf Schloss Ippenbun, Cittaslow- und Fairtrade-Erlebnisse, Familienpark für Groß und Klein, gemütliche Cafés und Restaurants. Alle Infos unter www.badessen.info und direkt bei der Tourist-Info Bad Essen, Lindenstraße 25, 49152 Bad Essen, Tel. 05472/94920.