

Begleittext

„Vom Acker in die Abo-Kiste: Winter“

Information für Lehrkräfte:

Alle im Begleittext hervorgehobenen Begriffe sind im Glossar in Textreihenfolge zu finden.

Szene Einleitung:

In dieser Filmreihe seht ihr, woher das Gemüse aus eurer **Abokiste** kommt, wie viel Arbeit darin steckt und ihr erfahrt, was das Besondere an der **Bio-Landwirtschaft** ist. Dafür haben wir **Gärtner:innen** und **Landwirt:innen** mit der Kamera das Jahr über begleitet - von der Aussaat über die Ernte bis zur Anlieferung der Abokiste.

Szene 1:

Es ist Winter und bereits geerntete und eingelagerte Ware, muss nun den Weg zu den Konsumierenden finden, sei es nach Hause, ins Restaurant, auf die Arbeit oder in die Schule, so wie für euch. Unsere Möhre kommt dafür erst einmal aus der Lagerung und durchläuft eine **Waschstrecke**. Der **Spiralenterder** entfernt dabei pro Holzkiste Möhren schon einmal bis zu 100 kg Erde. Nach dem Waschen glänzen die Möhren und zeigen ihre ganze Vielfalt in Farbe, Größe und Wuchsform. Ganz normal, doch im Handel leider häufig unerwünscht.

Szene 2:

„Ihr als Verbraucher der Zukunft entscheidet natürlich, welche Produkte im Laden liegen und wie die Produkte aussehen. In der Natur wächst nicht jede Möhre gerade. Wir haben natürlich auch Möhren, die leicht entstellt sind oder lustige Möhren, krumme Möhren. Gilt nicht nur für Möhren. Krumme Zucchini werden vom Handel gar nicht genommen. Das kann man in Zukunft ändern, in dem die Verbraucher, also ihr, diese Ware auch nachfragt oder kauft und nicht bloß rechts liegen lasst. Genauso, wenn mal eine Größere dabei ist. Die schmeckt genauso, wie eine Kleinere. (Daniel Riesener)

Szene 3:

Und ihr bewahrt mühsam angebaute Lebensmittel davor aussortiert und weggeschmissen zu werden. Für den anstehenden Transport muss die Ware nun verpackt werden. Für den **Einzel-** oder **Großhandel** wird Gemüse in den entsprechenden **Gebinden** verpackt. Auch bei **Bio-Produkten** wird hierbei noch oft Plastik benutzt, da es günstig ist und sich sehr gut eignet, um die Ware zu schützen und frisch zu halten. Doch es gilt so viel wie möglich auf wiederverwendbare Verpackungen zurückzugreifen. Das Abo-Gemüse kommt daher in Kisten zu euch und reduziert damit den Einsatz von Plastik und **ressourcenintensiven Einwegverpackungen**.

Szene 4:

Um die eigenen Produkte zur Kundschaft zu bringen, gibt es verschiedene Strategien. Wählen Erzeugerinnen und Erzeuger die Direktvermarktung, verkaufen sie selbst ohne Umwege ihre Ware z.B. in Hofläden oder auf Märkten. Andere beliefern den Lebensmittel-Großhandel. Das sind Unternehmen, die Lebensmittel von ihrem Produktionsort einkaufen und an Supermärkte, Bioläden oder Restaurants weiterverkaufen, von wo sie zu den Konsumierenden kommen. Dadurch werden zeitintensive **Logistik** und Vermarktung ausgelagert, aber auch niedrigere **Margen** erzielt als durch die direkte Vermarktung. Eine weitere Möglichkeit ist es, die Ernte an regionale Lieferdienste zu verkaufen, die Abokisten an Schulen, Kitas, Büros oder an private Haushalte in der Umgebung liefern.

Szene 5:

*“**Regionalität** bedeutet für mich die **Wertschöpfung** in der Region zu halten. Daraus folgt kurze Transportwege, direkter Kontakt zu den Kunden. Wäre schön, wenn mehr Rückmeldungen kommen würden über unsere Produkte. Wir in Brandenburg, sage ich immer so schön, sind der Garten Berlins. Wir können viel machen, wenn die Nachfragen nach regionalen Produkten aus Brandenburg steigen.“*
(Daniel Riesener)

Szene 6:

Einige Lieferdienste arbeiten dabei sehr eng und über einen langen Zeitraum mit Landwirt:innen und Gärtner:innen aus der Umgebung zusammen. Das schafft Transparenz, Vertrauen und eine enge Beziehung. Lieferdienste erfahren jede Woche, welches Obst und Gemüse reif ist und können es dann zeitnah bestellen und sehr frisch verkaufen. Oft haben sie auch besondere Produkte von kleineren oder spezialisierten Betrieben im Sortiment, die beispielsweise **alte Sorten** anbauen. Mehrere kleine und regionale Vermarktungsstrukturen haben gegenüber dem Großhandel also einige Vorteile. So wie der Lieferdienst eurer Abokiste.

Szene 7:

*“Wir unterscheiden uns vom Großhandel im Groben, dass wir wirklich kurze Wege haben. Dass wir die regionalen Produkte direkt beziehen. Dass diese **Ökobilanz**, die da entsteht unweigerlich wirklich eine kleine Ökobilanz nur ist. Und, dass wir just-in-time arbeiten können. Just-in-time bedeutet für uns wirklich, dass wir nur so viel Gemüse ernten lassen und bringen lassen von unseren Erzeugern, wie wir auch anderntags verwerten und rausbringen. Also das hat einen enormen Vorteil in der Frische, dass wir wirklich Produkte knackfrisch zum Kunden bringen können.“* (Christoph Scholz)

Szene 8:

Biologisch und regional wirtschaften – das ist für unsere Produzierenden Überzeugungssache. So auch für Daniel, der erst einige Jahre **konventionell angebaut** hat, bevor er sich für den ökologischen Weg entschied.

Szene 9:

*„Ich habe selber 15 Jahre in der konventionellen Landwirtschaft gearbeitet, wo ich selber sehr viel Zeit auf der **Pflanzenschutzspritze** und auf dem **Düngerstreuer** verbracht habe und wo ich mir dann die Frage gestellt habe, ob das die Wirtschaftsweise der Zukunft ist und ob ich diese selber mittragen kann und möchte. Dazu bin ich noch Vegetarier und möchte natürlich gesunde Lebensmittel produzieren, die auch **nachhaltig** produziert sind, wo ich in erster Linie den Geschmack und die Gesundheit der Pflanzen sowie den Menschen im Vordergrund sehe.“ (Daniel Riesener)*

Auch für Lena eine Herzenssache, für die sie einsteht und über die sie aufklären will.

„Ökologisch wirtschaften wir deswegen, weil es für uns die einzig wahre Wirtschaftsweise ist. Wir kommen sehr viel mit Menschen ins Gespräch, die dann ganz verwundert darauf reagieren, wie wir hier wirtschaften und was es eigentlich bedeutet, auch saisonal-regional zu konsumieren und zu wirtschaften und eben nicht alles zu jeder Zeit auf dem Teller zu haben. Und das Bewusstsein dafür ist, glaube ich, einfach verloren gegangen durch diesen Überfluss, den wir heutzutage haben. Und dieses Bewusstsein wieder zu wecken, ist, glaube ich, ein ganz essenzieller Teil auch unserer Aufgabe.“ (Lena Buss)

Letzte Szene:

Wir haben gelernt, dass viel in biologisch angebauten und regional-saisonalen Lebensmitteln steckt und es allerlei gute Gründe für sie gibt. Ob dabei Umweltschutz, Fairness, Produktqualität oder Gesundheit im Vordergrund stehen. Und wenn dann endlich die Möhre aus der Abokiste auf euren Tellern landet, hat sie ihr Ziel erreicht und ihr könnt sie nun bestimmt umso mehr genießen.

Über IN FORM

IN FORM ist Deutschlands Initiative für gesunde Ernährung und mehr Bewegung. Sie wurde 2008 vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) und vom Bundesministerium für Gesundheit (BMG) initiiert und ist seitdem bundesweit mit Projektpartnern in allen Lebensbereichen aktiv. Ziel ist, das Ernährungs- und Bewegungsverhalten der Menschen dauerhaft zu verbessern.

Weitere Informationen unter www.in-form.de.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

