



LANDKREIS
LUDWIGSBURG

STUTTGART



Wettbewerb Bio-Musterregionen Baden-Württemberg

Bewerbung des Landkreises Ludwigsburg
und der Landeshauptstadt Stuttgart

mit den Kooperationspartnern

- Bioland Landesverband Baden-Württemberg e.V.
- Bauernverband Heilbronn-Ludwigsburg e.V.
- Verein Landwirtschaftliche Fachbildung (VLF)
Ludwigsburg e.V.

und vielen weiteren Unterstützern

als

**Bio-Musterregion Ludwigsburg-Stuttgart
2019 bis 2021**

21. Dezember 2018

Inhaltsverzeichnis

A. Einführung in die Region und ins Thema	3
1. Beschreibung der Region und allgemeine Analyse der Ausgangssituation zum ökologischen Landbau in der Region	3
1.1. Beschreibung der Region	3
1.2. Der ökologische Landbau in der Region	4
2. Entwicklungsstrategie für den ökologischen Landbau in der Region	5
3. Allgemeine Überlegungen zu Maßnahmen, Aktivitäten und Projekten	5
4. Warum gerade wir? – Innovationscharakter als Bio-Musterregion	6
5. Regionalmanagement und Arbeitsweise	6
B. Arbeitsbereiche in der Wertschöpfungskette vom Erzeuger zum Verbraucher	7
6. Landwirtschaft / Erzeugung und Erfassung	7
6.1. Ackerbau	7
6.2. Tierhaltung	8
6.3. Gemüse-, Obst- und Weinbau	9
7. Verarbeitung	11
8. Vermarktung	12
8.1. Direktvermarktung	12
8.2. Handel, Bündler & Co (produktübergreifend)	14
8.3. Großküchen und Kantinen	15
C. Weitere Bereiche zur Vertiefung und Vernetzung mit Themen und Aspekten des ökologischen Landbaus	16
9. Biodiversität, Gewässerschutz und ökologisches Ressourcenmanagement	16
10. Streuobst	17
D. Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit in der Bio-Musterregion	18
11. Stadt-Land-Öko-Partnerschaft; Öffentlichkeitsarbeit	18
12. Bildungsarbeit für die Landwirtschaft & Vernetzung	19
E. Was uns als Bio-Musterregion besonders auszeichnet	20
F. Zusammenfassung	21
G. Anlagen	

Vorbemerkungen:

Die Begriffe „Öko“ und „Bio“ werden im nachfolgenden Konzept im Sinne der EU-Verordnung zum ökologischen Landbau synonym verwendet.

Bei allen Bereichen der Erzeugung und Verarbeitung wird durchgängig der Begriff „Öko“ verwendet; bei der Betrachtung des Marktes aus Sicht der Verbraucher und der Zeichenverwendung wird dagegen der für Verbraucher vermutlich eingängigere Begriff „Bio“ verwendet.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit und kürzeren Darstellung wird im gesamten Konzept durchweg die männliche Form verwendet. Dies ist alleine der Praktikabilität geschuldet und hat nichts mit der Benachteiligung oder Bevorzugung eines Geschlechts zu tun.

A. Einführung in die Region und ins Thema

1. Beschreibung der Region und allgemeine Analyse der Ausgangssituation zum ökologischen Landbau in der Region

1.1. Beschreibung der Region

Die **geplante Bio-Musterregion** (nachfolgend als „**unsere Region**“ bezeichnet) umfasst das Gebiet des Landkreises Ludwigsburg und der Landeshauptstadt Stuttgart. Verbindendes Element der Region ist die Untere Landwirtschaftsbehörde (ULB), deren Dienstbezirk¹ im Wesentlichen den Landkreis Ludwigsburg und die Stadt Stuttgart umfasst.

Keine andere Region in Baden-Württemberg verbindet in solchem Maß landwirtschaftliche Spezialerzeugung auf hochwertigsten Ackerflächen mit Hightechstandorten, dem Neckar als Wasserstraße sowie Autobahnen und vor allem Verbrauchern. Die Bevölkerungsdichte der über 1,1 Mio. Einwohner in der Region beträgt im Kreis Ludwigsburg 790 und in der Landeshauptstadt über 3.000 Einwohner/km².

Die dortige **Landwirtschaft** zeichnet sich durch folgende Besonderheiten aus:

- Unsere Region gehört zu den fruchtbarsten Vergleichsgebieten Baden-Württembergs: bis auf den südlichen Teil des Stadtgebiets Stuttgart, der zum Naturraum „Stuttgarter Bucht“ gehört, liegt die Region im Naturraum „Neckarbecken“. Zugleich gehört der nordwestliche Teil des Kreises Ludwigsburg zum Naturpark Stromberg-Heuchelberg mit einem der größten FFH- und EU-Vogelschutzgebiete im Land.
- Die Landwirtschaft wird durch ein mildes Weinbauklima begünstigt. Die in den Ebenen überwiegend fruchtbaren, vom Löß geprägten Böden (insbesondere im Strohgäu und auf den Fildern) werden zu über 75% für Ackerbau und Sonderkulturen genutzt. Grünland spielt nur eine untergeordnete Rolle.
- Die Region besitzt an den Hängen von Neckar und Enz mit insgesamt fast 400 ha die größten Flächen an terrassierten Weinbau-Steillagen in Deutschland sowie umfangreiche Streuobstbestände in praktisch allen Kommunen.
- Bei durchschnittlichen Ackerzahlen von 60 bis über 80 sind Getreide, Mais und Zuckerrüben die tragenden Ackerkulturen. Sonderkulturen wie Feldgemüse, Spargel, Erdbeeren, Reben und Obstkulturen (ohne Streuobst) stehen in der Region auf 4.734 ha.
- Die Viehdichte ist mit durchschnittlich 0,5 GV je ha eher gering, wobei es bei praktisch allen Tierhaltungszweigen einzelne größere und spezialisierte Betriebe in der Region gibt. Typisch sind Ackerbau-, Weinbau- und Gemischtbetriebe.
- Der Landkreis Ludwigsburg und noch mehr die Landeshauptstadt Stuttgart sind von einer hohen Bevölkerungs- und Verkehrsdichte geprägt. Dies ist ein enormes Marktpotential, führt jedoch vielfach zu Konflikten, z.B. beim Nebeneinander von Landwirtschaft und Wohnbebauung, bei der Naherholung oder bei Freizeitaktivitäten in der Feldflur. Gleichzeitig spielen Dienstleistungen im Freizeitsektor (Pensionspferde, Bauernhofgastronomie, Hoferlebnisse etc.) als landwirtschaftliche Erwerbsquelle eine große Rolle.
- Der Landkreis wie auch die Stadt Stuttgart sind ein starker Wirtschaftsstandort. Firmen wie Bosch, Daimler, Porsche und Trumpf haben hier ihren Sitz. Dies führt zu einem hohen Pro-Kopf-Einkommen und entsprechender Kaufkraft, die den Einwohnern auch für ihre Lebensmitteleinkäufe und ihre Freizeitgestaltung zur Verfügung steht.
Nach den Erhebungen des Statistischen Landesamtes (StaLA) gab es 2016 gut 1,1 Mio. Einwohner bzw. 781.100 Erwerbstätige in der Region, darunter viele Pendler.
Die Landwirtschaft in der geplanten Bio-Musterregion Ludwigsburg-Stuttgart hat damit nicht nur 10% der Einwohner Baden-Württembergs, sondern auch die landesweit wohl kaufkräftigsten Verbraucher direkt vor ihrer Haustüre.

¹ Dienstaufgaben in Stuttgart ohne die Zuständigkeit für landw. Grundstücksverkehr und als Träger öff. Belange; weitere Zuständigkeiten in umliegenden Kreisen (Ausbildungsberatung, Gartenbau, Wasserschutz, Weinbau), Ernährungszentrum und integrierte Pflanzenschutzberatung Obstbau im Regierungsbezirk Stuttgart, Tierzucht Schafe/Ziegen landesweit

1.2. Der ökologische Landbau in der Region

Nach der letzten verfügbaren Auswertung des Statistischen Landesamtes² aus 2016 bildet der Dienstbezirk der ULB Ludwigsburg mit wenigen anderen Landkreisen beim Anteil der Öko-Erzeugerbetriebe und der ökologisch bewirtschafteten Flächen das Schlusslicht im Land. Von den in der Statistik erfassten 1.374 landwirtschaftlichen Betrieben in unserer Region wirtschafteten nur 4,7% ökologisch; beim Flächenanteil sind es 5,1% der von den Betrieben insgesamt bewirtschafteten 34.900 ha Landwirtschaftsfläche. Landesweit hatte der ökologische Landbau schon 2016 mit 8,5% der Betriebe und 9,3% der Flächen fast doppelt so großen Anteil.

Ursachen für den geringen Öko-Anteil bei uns sind in den fruchtbaren Böden und der generell hohen Intensität im Ackerbau zu sehen, die zu höherem Ertragsabstand zwischen ökologischer und konventioneller Wirtschaftsweise führt. Auch der konventionelle Anbau von Zuckerrüben (2016 noch 9,1% der Ackerkulturen) mit bisher sehr hohen Deckungsbeiträgen bremste die Umstellung, da lukrative und praktikable Alternativen bei ökologischer Bewirtschaftung fehlten.

In unserer Region gibt es einzelne „Pionierbetriebe“, die schon seit den 50er bis 70er Jahren bei Demeter oder seit den Anfängen von Bioland in den 70er Jahren bei diesem Anbauverband dabei sind. Heute gehören die meisten Öko-Betriebe zu Bioland, gefolgt von Demeter und verbandsungebundenen „EU-Öko“-Betrieben. Mindestens drei Weingüter wirtschaften nach Eco-Vin- und ein Betrieb nach Naturland-Richtlinien. Die Neueinsteiger der letzten Jahre sind überwiegend zu Bioland gegangen oder arbeiten verbandsungebunden.

Seit gut 10 Jahren ist ein langsames, aber stetiges Öko-Wachstum zu verzeichnen, das in den letzten zwei bis drei Jahren deutlich zugelegt hat. Aus den Auswertungen des gemeinsamen Antrags³ geht hervor, dass sich der Zuwachs an Öko-Betrieben zwischen 2010 und 2018 auf 18 Betriebe belief, das sind +4% pro Jahr. 2018 haben im Kreis Ludwigsburg 50 Betriebe mit 1.544 ha LF die FAKT-Öko-Förderung beantragt, in Stuttgart sind es 8 Betriebe mit 135 ha. Ein Vergleich der Antragstellerzahlen von 2016 (50 Öko-Betriebe) mit 2018 (58 Öko-Betriebe) belegt den spürbaren Aufwind der Umstellung auf Öko-Landbau in den letzten Jahren (+16% in 2 Jahren). Dabei spielt die seit 2015 schwierige Marktsituation bei Zuckerrüben vermutlich eine ebenso große Rolle wie die angehobenen FAKT-Fördersätze und die in Buchführungsauswertungen vergleichbarer Betriebe (BÖLW⁴) belegten höheren Gewinne im Ökolandbau (Ø +38% im Wirtschaftsjahr 2016/17).

2016 bewirtschafteten lt. StaLA 45 Ökobetriebe insgesamt 1.103 ha Ackerfläche und 519 ha Dauergrünland. Neben Futterpflanzen (378 ha) wird vor allem Getreide (363 ha) angebaut, auf 142 ha wachsen Gemüse und Erdbeeren. Hackfrüchte spielen eine untergeordnete Rolle (34 ha). Auf 26 Hektar stehen in unserer Region Öko-Kern-, Stein- und Beerenobst (ohne Erdbeeren, ohne Streuobst). Öko-Rebflächen gibt es auf 40 ha, davon 4,6 ha Steillagen. Ein gutes Drittel der Ökobetriebe hält Tiere. Sieben Betriebe halten Milchkühe (darunter Betriebe mit deutlich über 100 Kühen) und 1/3 der Ökobetriebe hält Geflügel, davon 10 Betriebe mit Legehennen. Vier Betriebe halten jeweils über 10 Pferde, Öko-Schweinehaltung gibt es bei uns praktisch nicht. Bei den Imkern arbeiten mindestens zwei Betriebe zwei ökologisch.

Eine besonders große Herausforderung für die gesamte Landwirtschaft, ökologisch wie konventionell, stellt die Flächenknappheit dar. Bedingt durch die hohe Bevölkerungsdichte und die florierende Wirtschaft wird immer wieder Fläche durch Bebauung oder andere Infrastrukturmaßnahmen der landwirtschaftlichen Nutzung entzogen; im Durchschnitt der Jahre 2000 bis 2016 lag der Verlust an Landwirtschaftsfläche in unserer Region bei 30 Ar pro Tag! Für Ökobetriebe sind Flächenverluste zusätzlich schwierig, da bei einem Flächenausgleich an anderer Stelle die neue Fläche erst wieder umgestellt werden muss.

Konkurrenz innerhalb der Landwirtschaft entsteht durch größere konventionelle Biogas- oder Sonderkulturbetriebe (Spargel, Reben), die örtlich zu einem starken Anstieg der Pacht- und/oder Kaufpreise landwirtschaftlicher Flächen führen.

² Agrarstrukturerhebung, Gemüsebauerhebung des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg (StaLA)

³ Auswertung der Betriebe, die FAKT-Ökolandbauförderung beantragen; waren 2016 insg. 16 Betriebe weniger als in StaLA-Statistik (Differenz sind kleinere, reine Streuobstbetriebe und einzelne Gärtner, die keinen Antrag stellen)

⁴ Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft; Auswertungen Testbetriebsnetz

2. Entwicklungsstrategie für den ökologischen Landbau in der Region

Die hohe Verbraucherdichte in unserer Region birgt ein landesweit einmaliges Potential für den Absatz regionaler Bio-Produkte, das wir als Bio-Musterregion erschließen wollen.

Wir haben bisher wenige, dafür aber gut aufgestellte Öko-Erzeugerbetriebe. Ausgehend von diesen wollen wir den ökologischen Landbau wachsen lassen und ihm in der gesamten Wertschöpfungskette deutlich mehr Gewicht geben. Besonderes Augenmerk liegt auf dem Ausbau bestehender und der Erschließung neuer Vermarktungswege, denn nur bei lohnenden Absatzmöglichkeiten macht die Umstellung weiterer Betriebe Sinn.

Die Bausteine unserer Entwicklungsstrategie sind folgende:

- Wir wollen den Öko-Erzeuger-Verbraucher-Dialog nachhaltig stärken und das Bewusstsein der Verbraucher für den Wert regional und ökologisch erzeugter Lebensmittel steigern. Bewährte Aktionen wie die Gläserne Produktion, Initiativen wie Lernort Bauernhof, Einrichtungen wie das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar und andere fördern eine aktive Stadt-Land-Öko-Partnerschaft und sollen stärker auf den ökologischen Landbau ausgerichtet werden. Wir wollen Bildungspartner auf allen Ebenen erreichen und den ökologischen Landbau in den Köpfen der Bevölkerung bei allen Altersstufen verankern.
- Für ökologisch erzeugte Lebensmittel aus der Region soll der Absatz in der Region zu fairen und angemessenen Preisen für die Erzeuger verbessert werden. Marktchancen sehen wir in unserer Verbraucher-starken Region nicht nur in den bei uns bisher „klassischen“ Öko-Märkten Direktvermarktung, Naturkost- und Ökofachhandel, sondern auch in den Wachstumssektoren der sich ändernden Verzehr- und Einkaufsgewohnheiten: Außer-Haus-Verzehr, Lebensmitteleinzelhandel (LEH), Supermärkte und Discounter.
- Eine landesweit einmalige Chance bieten die Kantinen und Mensen der zahlreichen Unternehmen, Schulen, Kommunen und sonstigen Behörden in Stuttgart und im Kreis Ludwigsburg. Den Gedanken der 2018 novellierten Landesbeschaffungsverordnung, dass Landeskantinen mindestens 20% des Warenwertes aus ökologischer Erzeugung einsetzen sollen, wollen wir in alle Bereiche der Gemeinschaftsverpflegung tragen und dabei auch die Regionalität verankern.
- Unser zentraler Ansatz, mehr regional erzeugte Ökoprodukte in Gemeinschaftsverpflegungen, Kantinen und bei Caterern abzusetzen, braucht Bündler, die Bioprodukte aus der Region ganzjährig in großen Einheiten erfassen, liefern und passend vorverarbeiten können.
- Regionale Vermarktungs- und Verarbeitungsstrukturen im Öko-Bereich sollen durch weitere Umstellung und bestmögliche Bündelung des Angebots gestärkt werden. Bisher suboptimale oder fehlende Vermarktungs-/Verarbeitungsstrukturen wollen wir aufbauen, ggf. durch Kooperation mit Initiativen oder Organisationen außerhalb unserer Region.
- Wir streben eine deutliche Steigerung des ökologischen Landbaus in unserer Region an. Die Zusammenarbeit wollen wir über Sparten und Verbände hinweg fördern, Neuumstellungen begleiten, verbandsunabhängige Bildungsmaßnahmen etablieren und ein stabiles Netzwerk über alle interessierten Ökoakteure in unserer Region aufbauen.

3. Allgemeine Überlegungen zu Maßnahmen, Aktivitäten und Projekten

Wir wollen

- in unserer wohl einwohnerstärksten Region Baden-Württembergs den positiven Trend bei der Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln und die sich stetig ändernden Verzehrgewohnheiten als Schwungrad nutzen; dabei setzen wir auf mehr Bio und mehr regionales Bio in der Außer-Haus-Verpflegung. Umso weiter wir dieses Ziel erreichen, desto schneller wächst die Nachfrage über das Potential unserer Region hinaus, so dass wir dann den Regionalitätsbegriff auf ganz Baden-Württemberg ausdehnen (Biozeichen aus Baden-Württemberg);
- einen Bogen über alle Altersgruppen spannen, aber insbesondere Kinder, Jugendliche und Familien mit unseren Maßnahmen erreichen; Verbraucher und Erzeuger, Stadt und Land, Unternehmen und Bauernhöfe wollen wir durch eine aktive Stadt-Land-Öko-Partnerschaft miteinander vernetzen;
- landesweit bedeutsame Kulturlandschaften wie unsere Streuobstwiesen und den Terrassen-Weinbau erhalten und dafür mit Bio-Qualität kombinieren;

- Transparenz, Akzeptanz und Image für den Ökolandbau schaffen, Öko- und konventionelle Landwirtschaft stärker vernetzen und so die gesamte Landwirtschaft in unserer Region fördern;
- über den Tellerrand schauen und uns mit Akteuren der gesamten Wertschöpfungskette, aus dem Öko- wie konventionellen Bereich auch über unsere Region hinaus austauschen, vernetzen und dabei die Erfahrungen anderer Bio-Musterregionen einbeziehen.

Ziele und Maßnahmen sind so formuliert, dass sie in der dreijährigen Projektlaufzeit erreichbar sind oder zumindest initiiert und danach ggf. fortgeführt, intensiviert und erweitert werden können.

4. Warum gerade wir? – Innovationscharakter als Bio-Musterregion

Wir sind eine Region mit bisher niedrigem Öko-Anteil in der Erzeugung, aber dafür mit enormem Potential. Die hohe Bevölkerungsdichte mit mehr als 10% der Einwohner des Landes sehen wir als landesweit einmalige Chance für Innovationen auf dem Weg zur Erhöhung des Anteils der Öko-Produktion und der Öko-Vermarktung und damit zugleich mehr Regionalität im hiesigen Biomarkt. Deshalb wollen wir Bio-Musterregion werden! Wir wollen

- ⇒ den Verbrauchern in unserer Region die Ökolandwirtschaft vor ihrer Haustüre, die Vorteile der ressourcenschonenden Bio-Produktion und den Vorteil regional erzeugter Lebensmittel (Frische, kurze Wege) näher bringen. Hierfür wollen wir eine aktive, gelebte Stadt-Land-Öko-Partnerschaft etablieren. Insbesondere die Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen sowie die in Stuttgart und im Kreis Ludwigsburg auch bundesweit betrachtet sehr hohen Anteile an Familien mit Migrationshintergrund bieten Potenziale für Modellprojekte. Das gesunde Image von Bioprodukten bietet gute Ansatzpunkte für unser Ernährungszentrum auf dem Weg zu mehr Regionalität und Saisonalität in einer gesunden Ernährung für alle Bevölkerungsschichten.
- ⇒ mehr regionales Bio in Gemeinschaftsverpflegungen und Kantinen erreichen. Die Außer-Haus-Verpflegung ist ein großer, wachsender Markt, den wir mit regionalen Bioprodukten durchdringen wollen. Wir haben große Firmen und große Verwaltungen mit ihren Kantinen in der Region, die teilweise bereits Initiativen für „mehr Bio“ ergriffen haben. Über unser Ernährungszentrum und gezielt durch diesen Bewerbungsprozess sind wir bereits mit einigen Kantinenbetreibern in Kontakt. Dies wollen wir nutzen und gemeinsam mit weiteren Akteuren einen Leitfaden für mehr Bio aus der Region in Gemeinschaftsverpflegungen entwickeln und zur Umsetzung bringen.
- ⇒ vom Klassenletzten zum Mittelfeld im Anteil der Öko-Erzeugung in unserer Region aufsteigen. Dies ist ein ehrgeiziges Ziel, mit dem wir die momentane „Aufbruchstimmung“ zu mehr Öko in unserer Region aufnehmen wollen, soweit der Markt es zulässt. Im Fokus stehen dabei Ackerbau, Sonderkulturen und tierische Produkte für die Direktvermarktung. Ausbau und Pflege des Öko-Netzwerkes in der Region und darüber hinaus (z.B. mit Bio-Musterregion Enzkreis), Bildungsmaßnahmen und die Begleitung von Betriebsumstellungen sind unsere zentralen Ansätze.

5. Regionalmanagement und Arbeitsweise

Die Bewerbung als Bio-Musterregion Ludwigsburg-Stuttgart wurde von Anfang an als Bewerbung des Landkreises Ludwigsburg (sog. Leadpartner) gemeinsam mit der Landeshauptstadt Stuttgart als Partner in der Antragstellung konzipiert. Weitere Kooperationspartner (Anlage 1) sind der Bioland-Landesverband Baden-Württemberg, der Bauernverband Heilbronn-Ludwigsburg und der Verein Landwirtschaftliche Fachbildung Ludwigsburg (VLF). Die Kooperation mit dem Bauernverband Stuttgart konnte in der Kürze der Zeit noch nicht endgültig abgestimmt werden, ist aber beabsichtigt.

Das vorliegende Konzept wurde vom Fachbereich Landwirtschaft von Oktober bis Dezember 2018 partizipativ mit der Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt, verschiedenen Akteuren des Ökolandbaus und weiteren gesellschaftlichen Gruppen erarbeitet. Ausgehend von Einzelgesprächen mit Landwirten und Verbänden aus Ökolandbau, konventionelle Landwirtschaft und begleitenden Organisationen wie Bioland, LEV, KOGL und NABU wurden zwei Workshops mit jeweils 20 bis 30 Teilnehmern aus allen Bereichen der Öko-Wertschöpfungskette durchgeführt. Dabei wurden Stärken und Schwächen des Ökolandbaus in der Region herausgearbeitet, mögliche Maßnahmen und Projekte priorisiert sowie Bausteine für eine „Vision 2022“ formuliert. Weiter flossen eine Reihe von Expertengesprächen in das Konzept ein, das zum Schluss von den Kooperationspartnern und weiteren Akteuren gegengelesen wurde. Im Rahmen dieses Prozesses haben nicht nur zahlreiche Erzeugerbetriebe des ökologischen Landbaus und Verbände, sondern auch weitere Organisationen und Wirtschaftsbeteiligte ihre Unterstützung und die Mitarbeit in der Bio-Musterregion zugesichert (Anlage 2). Ganz generell zeichnet sich der bisherige Prozess durch eine ganz besonders hohe, mitreißende Motivation, Kooperations- und Arbeitsbereitschaft der beteiligten Öko-Akteure aus.

Diese partizipative Arbeitsweise soll auch bei einem Zuschlag als Bio-Musterregion fortgeführt werden. Als Formen der Zusammenarbeit und Gremien sind angedacht:

- Ein Beirat, der das Regionalmanagement und den Fachbereich Landwirtschaft in seiner Dienst- und Fachaufsicht berät; bei strategischen Entscheidungen, Aufgabenpriorisierung und Ressourceneinsatz. Der Beirat tagt mindestens halbjährlich. Mitglieder sind das Regionalmanagement, je ein Vertreter des Landratsamtes und der Landeshauptstadt, die Kooperationspartner und mindestens ein/e Vertreter/in aus jedem Bereich der Wertschöpfungskette.
- Spezifische Projektgruppen werden vom Regionalmanagement zur Unterstützung bei der Umsetzung einzelner Maßnahmen gebildet. Je nach Projekt sind unterschiedliche Akteure einzubinden. Erzeugerbetriebe sind in einem angemessenen Verhältnis zu berücksichtigen.
- Ein offenes „Netzwerk Biomusterregion“ soll in Form eines lockeren Arbeitskreises mindestens einmal jährlich tagen und die Arbeit und die Fortschritte der Bio-Musterregion öffentlichkeitswirksam präsentieren. Ziel der Netzwerktreffen ist es auch, weitere Verbündete für die Biomusterregion zu finden, und die Vernetzung mit anderen Biomusterregionen zu fördern.

Abgestimmt mit den Kooperationspartnern soll das Regionalmanagement während der dreijährigen Projektphase im Landratsamt Ludwigsburg und dort im Fachbereich Landwirtschaft angesiedelt sein. Es wird als Stabsstelle mit eigenem Haushaltsbereich direkt der Fachbereichsleitung Landwirtschaft unterstellt (Dienst- und Fachaufsicht) und kann die dortige Infrastruktur (Sekretariat, Dienstwagen, Besprechungsräume etc.) mitnutzen.

Der Fachbereich Landwirtschaft ist bei vielen hoheitlichen Aufgaben auch für die landwirtschaftlichen Betriebe in der Landeshauptstadt zuständig. Durch sein Aufgabenprofil, von der Zuständigkeit für die landwirtschaftlichen Fördermaßnahmen, die traditionell fachlich sehr breit aufgestellte Bildungs- und Beratungsarbeit bis hin zur Landesaktion Gläserne Produktion, aber auch durch das im Fachbereich angesiedelte Ernährungszentrum Mittlerer Neckar ist der Fachbereich bereits bisher sehr gut mit vielen Erzeugerbetrieben des ökologischen Landbaus vernetzt. Durch den Bewerbungsprozess als Biomusterregion wurde dieses Netzwerk vertieft und insbesondere im Bereich der Verarbeitung und des Handels ausgeweitet. So kann das Regionalmanagement vom ersten Tag an begleitet und optimal bei seinen Aufgaben unterstützt werden.

Die Kofinanzierung der Projektstelle für drei Jahre und die Büroausstattung des Regionalmanagements soll der Landkreis übernehmen. Hierzu wird im 1. Quartal 2019 ein entsprechender Antrag in den Kreistagsgremien eingebracht. Die Stadt Stuttgart hat sich zur finanziellen Unterstützung im Rahmen ihrer Möglichkeiten bereit erklärt, wenn es um die Umsetzung konkreter Projekte und Maßnahmen geht. Ein entsprechender Kooperationsvertrag, auch mit den Verbänden, wird vorbereitet.

Mittelfristiges Ziel ist die Bildung einer eigenen Organisationseinheit, die das Bio-Regionalmanagement nach der Projektphase weiterträgt und eigenständig finanziert (z.B. Verein mit Mitgliedern aus den Bereichen Erzeugung, Vermarktung, Verarbeitung sowie Organisationen).

B. Arbeitsbereiche in der Wertschöpfungskette vom Erzeuger zum Verbraucher

6. Landwirtschaft / Erzeugung und Erfassung

Sehr positiv für alle Bereiche der gesamten Öko-Wertschöpfungskette in unserer Region ist die Verbrauchernähe; die knappe Produktionsfläche sowie weitere Flächenverluste sind dagegen eine zunehmende Herausforderung (siehe 1.2). Beides wird im Teil B nur noch bei zentraler Bedeutung für den jeweiligen Arbeitsbereich erwähnt.

6.1. Ackerbau

Die Ausgangslage:

Die Stuttgarter Ackerflächen liegen südlich der Stadt auf den Fildern und nordwestlich, Richtung Ludwigsburg; im Kreis Ludwigsburg sind fast überall sehr gute Ackerböden verbreitet, bis auf Hanglagen und Täler entlang der Flüsse und die Ausläufer des Strombergs.

Die bisher 45 Öko-Betriebe mit Ackerland (1.103 ha; StaLA 2016) vermarkten Getreide, soweit sie es nicht selbst verfüttern, meist an regionale Mühlen (z.B. Tonmühle Ditzingen (Bioland), Mühle Spielberg (HN, Demeter), Fa. ErdmannHauser (Demeter)). EU-Ökowerk wird meist über die Erzeugergemeinschaft Rebio aus Rottenburg vermarktet. Soweit Sonnenblumen o.ä. ange-

baut werden, gehen diese an die Ölmühle Marbach (diverse Ökozertifizierungen), allerdings hat der Anbau wegen zu starker Ertragsschwankungen derzeit keine Bedeutung. Aus Fruchtfolgegründen angebautes Klee gras in viehlosen Betrieben kann bisher in größeren Milchviehbetrieben als Futter verwertet werden.

Zuckerrüben und Mais für Biogasanlagen spielen im konventionellen Anbau eine große Rolle und stehen einer Umstellung bisher oft entgegen. Im Öko-Anbau sind Zuckerrüben sehr handarbeitsintensiv und nicht einfach, aber am Markt für die Öko-Verarbeitung zunehmend gefragt. Wichtigster Abnehmer ist derzeit die Erzeugergemeinschaft Rebio (mit eigenem Rübenberater), aber auch die Südzucker stellt erste Überlegungen zu Öko-Rüben an.

Stärken- und Schwächen-Analyse:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Starke Ackerbauregion, gutes Knowhow für Getreide, Rüben... • Pflanzenschutzberatung der ULB - kann ackerbauliche Maßnahmen begleiten 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hohe Flächenkosten (Pacht, Kauf); kaum Flächenwachstum möglich • Unterschiedliche Interessen bei Nutzung der Feldwege (Freizeitverkehr)
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Öko-Zuckerrüben sind gesucht; Markt für konv. Rüben nicht mehr zufriedenstellend • Umstellung auf andere Kulturen/Arten für höhere Wertschöpfung • Biodiversität steigt; CO₂-Speicherung der Böden; positives Image nutzbar • Regionale Identität nutzen für Vermarktung 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • auf guten Ackerböden großer Ertragsrückgang Öko, Gefahr von Problemunkräutern • Bio-Erzeugung wächst schneller als der Markt; Nischenmarkt (z.B. Dinkel) schnell überlastet • Regionale Mühlen an Kapazitätsgrenze • Verbände-Veto gegen Gärrest aus konv. Biogasanlage erschwert Umstellung

Ziele bis 2022:

- Öko-Ackerfläche und Anzahl Öko-Betriebe ist um mindestens 1/3 gestiegen
- Öko-Zuckerrüben werden von mindestens vier Betrieben angebaut, mit guten Erträgen

Geplante Maßnahmen:

- Umstellungswillige Betriebe durch Beratung begleiten (siehe 12.)
- Projekt „Öko-Rüben“ mit Öko-, Officialberatung und Vermarktern (Rebio)
- Über Einsatz effektiver Mikroorganismen, Terra Preta... / Erfahrungen der Weinbauberatung bei Ackerbauern berichten

6.2. Tierhaltung

Die Ausgangslage:

Die Milchviehhaltung ist auch bei den Öko-Betrieben in der Region aufgrund des geringen Grünlandanteils weitgehend auf die Futterbasis Mais und Ackerfutter angewiesen. Die meisten Betriebe verfüttern Ganzjahressilage, im Sommer wird teilweise eingegrast. Zusammenhängende Grünfütter- bzw. Weideflächen existieren praktisch nur am nordwestlichen oder östlichen Randbereich der Region, in Flusstälern, Hanglagen und häufig als Streuobstwiesen. Höhere Weide-Anforderungen der Verbände sind für die Betriebe kritisch. Sieben Milchviehbetriebe haben auf Öko-Landbau umgestellt (Bioland, Demeter), eine weitere Steigerung ist aufgrund von Aufnahmestopps bei den Molkereien schwierig.

Direktvermarktung von Frischmilch findet in einzelnen Betrieben per Verkaufsautomaten ab Hof statt (eher konventionell). Die größten Milchviehherden in unserer Region sind Öko-Betriebe (Bioland). Öko-Mutterkühe gibt es mangels Grünland nur in kleinen Beständen.

Öko-Schweinehaltung gibt es in der Region praktisch nicht. Bei Geflügel halten einige Betriebe Legehennen zur Eier-Direktvermarktung und es gibt einen Betrieb mit >10.000 Hennen. Außerdem erzeugen einige Öko-Direktvermarkter Gänse, Masthähnchen etc. für den eigenen Absatz. Pferdehaltung spielt nur im Pensionsbereich eine Rolle und ist im Öko-Landbau untergeordnet.

Stärken- und Schwächen-Analyse:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Es gibt einige langjährig etablierte Öko-Tierhalter, in der Regel Gemischtbetriebe • Ackerbauregion könnte Vorteile für Öko-Schweine bieten 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niedriger Grünlandanteil & knappe Fläche • Tierhaltungsstandorte im Verdichtungsraum schwer zu erweitern; Geruchsproblematik • Verkehrsnetz, Bebauung, Realteilung erschweren Weidehaltung; zu weite Wege zur Weide, kaum Eigentum
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tierhaltung als „Verbrauchermagnet“, leichte Info-/ Bildungsmöglichkeit • Bisher kaum Fleisch aus unserer Region; Öko-Schweine fehlen komplett, wären aber gut für Kreislaufwirtschaft im Ackerbaubetrieb 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Öko-Bestandsbetriebe durch weitere Vorgaben zur Weidehaltung evtl. gefährdet • Güllielieferanten an Biogasanlage müssen bei verbandsgebundener Umstellung ggf. wieder eigenen Lagerraum schaffen • Sensibilität Verbraucher

Ziele bis 2022:

- Tierhaltungsbetriebe haben zukunftsfähige Weidekonzepte entwickelt
- Mindestens ein Betrieb in der Region produziert Öko-Mastschweine

Geplante Maßnahmen:

- Erfahrungsaustausch Weide initiieren, gemeinsame Erarbeitung von Weidekonzepten
- Info-Veranstaltung zur Öko-Schweinehaltung durchführen

6.3. Gemüse-, Obst- und Weinbau

Die Ausgangslage:

Unsere Region ist generell stark im **Gemüsebau**, und dies ist auch unsere „stärkste Öko-Branche“. Auf 685 ha⁵ wird Gemüse angebaut, davon sind 162 ha oder 23% ökologisch. 17% oder insgesamt 72 ha der landesweiten Gemüseflächen unter Glas/Folie liegen in unserer Region; davon werden 26 ha oder 36 % ökologisch bewirtschaftet.

Die Filderebene, die mit Möhringen und Plieningen teilweise zu Stuttgart gehört, ist traditionelles Anbaugebiet von Feldgemüse. Auf weiten Teilen der Gemarkung gibt es Bewässerungsmöglichkeiten über eine Ringleitung, an die die Erzeuger anschließen können. Dies fehlt im gesamten Kreis Ludwigsburg ebenso wie auf den nördlichen Stuttgarter Flächen zwischen Zufenhäusern und Mühlhausen; hier gibt es nur einzelbetriebliche Lösungen. Das Extremjahr 2018 hat gezeigt, wie wichtig Bewässerung im Gemüsebau für Ertrag und Qualität ist.

Einige Ökobetriebe bauen für die eigene Direktvermarktung, ab Hof oder auf Wochenmärkten, eine sehr breite Palette an Gemüse im Freiland und unter Glas /Folie an und ergänzen ihr Angebot mit Produkten benachbarter Ökobetriebe und teilweise dem kompletten Naturkostsortiment (z.B. Laiseacker in Eberdingen; Gärtnerei Willmann in Ingersheim). Diese und einige weitere Erzeugerbetriebe aus der Region bieten daneben auch Abokisten an, mit denen sie im ein- oder zweiwöchigen Rhythmus im Umkreis von 20 bis ca. 60 km Endverbraucher incl. Gastronomie in der Region und teilweise darüber hinaus beliefern. Ein Öko-Betrieb aus dem südlichen Landkreis Heilbronn liefert auch in den Landkreis Ludwigsburg. Diese größeren Direktvermarkter haben wichtige Bedeutung für den Obst- und Gemüseabsatz, da sie das Angebot umliegender Ökobetriebe bündeln und die Vermarktung übernehmen. Wichtiger überregionaler Vermarkter für Öko-Gemüse ist Bioland Obst & Gemüse Erzeugergemeinschaft mit Sitz in Ditzingen. Diese bündelt nicht nur die Produkte aus der Region, sondern aus ganz Baden-Württemberg und beliefert vor allem den Lebensmittel-Einzelhandel (LEH; hier Edeka).

Einzelne Betriebe bauen größere Flächen mit Möhren, Rote Bete oder Sellerie für die Saftindustrie an. Biolandware geht zu einem Fruchtsaftbetrieb in Ditzingen, Demeterware wird bei einem Fruchtsaftbetrieb im Rems-Murr-Kreis in Beutelsbach verarbeitet.

⁵ Daten Gemeinsamer Antrag 2018, 2016

Weniger stark in der ökologischen Erzeugung ist der Erwerbs- **Obstbau** vertreten. Baum- und Beerenobstkulturen bewirtschaften 13 Öko-Betrieben auf insgesamt 25 ha (StaLA 2016). Ein starkes Argument für die Umstellung ist der höhere Preis für ökologisch erzeugtes Obst, dem allerdings ein deutlich höheres Ertrags- und Qualitätsrisiko gegenüber steht. Schwierig ist die Vermarktung von B-Ware, die nicht direkt verkauft werden kann, aber dennoch zur Gewinnung von Saft oder Fruchtaufstrich geeignet ist. Entwicklungspotential bietet hier die Initiative eines Erdbeerbetriebes, der Bioland-Fruchtaufstriche aus eigener und zugekaufter Öko-Ware erzeugt und im Naturkosthandel, in Hofläden sowie im örtlichen LEH vermarktet.

Einzelne Betriebe erzeugen Wirtschaftsobst, das über Obstannahmestellen gebündelt und anschließend zu Fruchtsaftkellereien (Rems-Murr-Kreis oder Bodenseekreis) geliefert wird. Hier ist die Vernetzung der Produzenten mit Verarbeitern und Vermarktungsbetrieben notwendig. Auf die besondere Situation im **Streubstbau** wird im **Kapitel 10** eingegangen.

Auch der **Öko-Weinbau** in der Region ist auf niedrigem Level. Noch bis vor 10 Jahren gab es ein einziges Öko-Weingut im Kreis Ludwigsburg. 2016 waren in der Statistik des StaLA nur 10 Öko-Betriebe mit Weinbau erfasst, mit 40 ha Rebflächen. Die Auswertung des Gemeinsamen Antrags 2018 weist bereits 12 Betriebe aus, mit 62 ha Rebflächen. Wachstum findet vor allem durch Umstellung selbstvermarktender Weingüter statt (ggf. als Neugründung). Für Genossenschaftsabliefere gibt es derzeit nur die WG Stromberg-Zabergäu, die Öko-Wein von über 30 ha erzeugt (überwiegend in Brackenheim), wobei die Vermarktung wohl schwierig ist. Umstellungsbereite Gemischtbetriebe mit Genossenschaftsabliefere überlegen zum Teil, den Weinbau an andere Betriebe abzugeben und konventionell zu belassen. Gleichwohl gibt es erste Ansätze weiterer Genossenschaften, in den Öko-Markt einzusteigen.

Stärken- und Schwächen-Analyse:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gute Böden & klimatisch wächst (fast) alles => Gemüse, Obst, Beeren, Wein • Viele erfahrene Erzeuger in allen Sonderkultur-bereichen; spezialisierte Erzeugerbetriebe bei Gemüse (Bioland Gemüse-Jungpflanzen-betrieb; Topfkräuterproduzent für LEH u.a.) • Spezialberatung für Gartenbau, Obstbau, Weinbau bei ULB und im Obstbau auch bei Stadt Stuttgart vorhanden; insbes. Weinbau-beratung mit Öko-Bezug • Starke Beziehungen Erzeuger-Verbraucher (Abo-Kisten, Märkte, Hofläden) • Etablierte Erzeugergemeinschaft Obst und Gemüse (Bioland); Großhandelsstruktur vorhanden; einzelne Erzeuger als Bündler für Direktvermarktung 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zusammenspiel von Naturschutz, Naherholung und Produktion bei knappen Flächen • Hohe Lohnkosten in der Region • Parzellierung, viel Nebenerwerb und schlechte Betriebsstruktur • Infrastruktur fehlt teilweise (Beregnung) • Fehlende Verarbeitungsbetriebe (Convenience) für Gemüse und teilweise Obst • wenige Öko-Obsterzeuger • Absatzmöglichkeit über Weinbau-Genossenschaften nicht zufriedenstellend • viele Lagen sind zu steil für Ökoweinbau, insbes. Steillagen zu arbeitsaufwendig, vor allem bei Sortenumstellung • gegen Pilzkrankheiten im Ökoweinbau ist nur Kupfer zugelassen
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weinbauklima & kurze Winter • Starkes Tafel- und Beerenobstanbaugebiet; Potential um Ökoanteil zu steigern • Gute Absatz- und Einkommenschancen für kleine Betriebe; höhere Wertschöpfung in die Betriebe bringen durch Sonderkulturen • Steigendes Interesse an Bio-Obst/Gemüse • Vermarktung ausbauen: aus der Region für die Region; Bio + regional = optimal! • Neue Pilz-widerstandsfähige Sorten (PiWi) im Weinbau • Genusspotential Weinbau: besondere Bot-schafter/innen nutzen: prestigeträchtige Weingüter, aktive und ehemalige Weinköniginnen, gehobene Gastronomie 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • knappe Produktionsfläche • Klimawandel: steigendes Risiko schädlicher Naturereignisse erfordern Lösungen für Sonderkulturen: Frost, Hagel, Trockenheit • höhere Arbeitsbelastung für den Betrieb • In Öko-Sonderkulturen wird auch „gespritzt“; fast immer häufigere Spritzfolgen, aber mit anderen Mitteln nötig => sensibles Thema, braucht besondere Kommunikationsstrategie • Steillagen: Hubschrauber-Einsatz im konventionellen Weinbau => Abtriff? • Qualität <u>und</u> Ökonomie müssen passen, sonst werden Verbraucher verprellt • Markt wächst nicht so schnell mit, insbes. Nachfrage nach Öko-Weinen ist begrenzt • PiWis sind bei Verbrauchern unbekannt

Ziele bis 2022:

- Steigerung der Öko-Anbaufläche bei Obst und Wein durch jeweils zwei neue Öko-Betriebe
- Akteure innerhalb der Wertschöpfungsketten vernetzen und Synergien zu nutzen, um Schwankungen in der regionalen Verfügbarkeit besser ausgleichen zu können

Geplante Maßnahmen:

- Lieferkette vom Acker zur Kantine ausbauen, insbes. bei Gemüse/Kartoffeln (siehe 8.3); erweiterter Markt zieht Erhöhung der Produktion nach sich
- vorhandene „Marken“-Namen nutzen und auf Bio ausweiten: z.B. vorhandene Landesaktionen wie Gläserne Produktion mit „Bio-Stempel“ für Werbung nutzen; derzeit amtierende dt. Weinkönigin Carolin Klöckner ab 2020 als „Botschafterin für Öko-Weine“ gewinnen
- Beim „Kreiströpfle“ (und anderen Präsenten d. Landrats) Ökowein (Bioprodukte) einbeziehen

7. Verarbeitung

Die Ausgangslage:

Für die Verarbeitung von Getreide gibt es in der Region einige Mühlen, die Öko-zertifiziert sind: Überregionale Bedeutung haben die Tonmühle Ditzingen (Bioland), die Spielberger-Mühle in Brackenheim (Demeter) und die Firma ErdmannHauser Getreideprodukte GmbH, die überwiegend Demeterqualität aus den umliegenden Kreisen vermarktet und verarbeitet. Die Erligheimer Mühle ist EU-Öko-zertifiziert. Teilweise sind die Verarbeitungs-/Vermarktungskapazitäten (fast) erreicht. Einige regionale Bäckereien, teilweise mit mehreren Filialen, sind für einen Teil ihrer Produktion verbandsgebunden oder EU-Öko-zertifiziert. In Stuttgart und in Illingen im benachbarten Enzkreis gibt es je eine reine Bio-Bäckerei. Teilweise verarbeiten Öko-Direktvermarkter ihr Getreide selbst zu Backwaren.

In der Region gibt es keine Molkereien mehr, bis auf eine konventionelle Direktvermarktermolkerei in Ludwigsburg und einem Demeter-Betrieb in Stuttgart. Die Milch der übrigen Öko-Betriebe fließt zur Schwarzwaldmilch (Bioland) oder zur Demeter-Molkerei Schrozberg, wobei Umstellungs-Betriebe von teilweise schwierigen Verhandlungen berichten, einen Öko-Abnehmer zu finden. Eine Molkerei aus Schwäbisch Hall erwägt derzeit, eine Bio-Schiene aufzubauen.

Im Bereich Großvieh gibt es in unserer Region keinen Schlachthof mehr. In Vaihingen/Enz gibt es einen Betrieb, der sich auf Lohnschlachtungen (Großvieh) spezialisiert hat und bis hin zu Wurstprodukten Öko-zertifiziert ist. Schlachtvieh von Ökobetrieben geht zum Teil über Viehhändler zu Müller-Fleisch nach Birkenfeld; dieser Betrieb ist EU-Öko-zertifiziert bis zur Verarbeitung zu Convenience-Fleisch (SB-Pack). Drei Schäfer mit eigenem Schlachthaus bieten Lohnschlachtungen von Schafen an. Ein Öko-Geflügelbetrieb, der auch Lohnschlachtungen durchführt, setzt konkret geplante Investitionen in eine Geflügel-Schlachtereie wegen massiv gestiegener Kosten vermutlich nicht um. Öko-zertifizierte Metzgereien sind nicht bekannt.

Zur Obstverarbeitung gibt es fünf verschiedene Keltereien. Die Firmen Ensinger in Vaihingen/Enz sowie Alwa in Sachsenheim verarbeiten große Mengen an Obstgetränken für verschiedene Fruchtsaft-Schorle. Ensinger ist Partner der Bio-Musterregion Enzkreis und bereitet dort ein Bio-Apfelschorle-Projekt vor; außerdem besteht Interesse daran, gemeinsam mit der Vaihinger Streuobst-Initiative das Vaihinger Streuobst-Apfelschorle (Einzugsgebiet westlicher Kreis Ludwigsburg und östlicher Enzkreis; 2018: 182 t) auf Bio umzustellen und deutlich auszuweiten. Potenziale für Bio-Apfelsaft ergeben sich auch durch mobile Mostereien und Bag-in-Box. Zur Verarbeitung von Bioland-Obst zu Fruchtaufstrich durch einen Direktvermarkter siehe 6.3.

Gemüseverarbeiter im Sinne einer Vorverarbeitung für Großküchen oder die Gastronomie gibt es weder im Öko- noch im konventionellen Bereich. Die konventionellen Gemüseverarbeiter Jung (Jagsthausen) und Sapro (Ilsfeld) sind aus einem entsprechenden Projekt mit der Erzeugergemeinschaft Bioland Obst und Gemüse aus Ditzingen wieder ausgestiegen. Für das Ziel, mehr (regionales) Öko-Gemüse in Großküchen zu erreichen, ist dies ein Defizit.

Öko-Trauben der Region werden überwiegend in privaten Weingütern selbst angebaut. WGen stehen der Öko-Weinerzeugung aufgrund der Absatzprobleme am konventionellen Weinmarkt zunehmend aufgeschlossener gegenüber; allerdings gibt es bei Genossenschafts-Öko-Wein der WG Stromberg-Zabergäu bisher nur eher verhaltene Nachfrage (siehe auch 6.3.).

Stärken- und Schwächen-Analyse:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relativ gute Infrastruktur für Getreideverarbeitung mit öko-zertifizierten Mühlen und regionalen Bäckereien vorhanden • Gute vertikale Struktur bei Getreideverarbeitung; Bindung Erzeuger und Verarbeiter • Positive Wirkung/Sogeffekt der Bio-Musterregion auf Verarbeiter/Hersteller 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zu wenig / keine Bio-Handwerksbetriebe im Bereich Fleisch und Wurst • Schlachtmöglichkeiten in der Region fehlen • Gemüseverarbeitung Convenience fehlt • Milchverarbeiter sind rel. weit entfernt, teure Infrastruktur bei Milchverarbeitung; die Verbandswahl wird durch die verfügbare Molkerei mitbestimmt
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Steigender Bio-Anbau schafft Bedarf an Verarbeitungsstrukturen; auch dort stellen mehr Betriebe um; Bereitschaft für Veränderungen wächst durch Bio-Musterregion • Neue Bio-Schiene von Molkerei in SHA erhöht Absatzpotential für Öko-Milch; kürzere Wege • spezifisches Öko-Produkt schaffen, das es nur in der Region gibt 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Erfassungs- und Verarbeitungsstrukturen in der Region sind begrenzt; weitere Wege dürfen Produkt nicht verteuern • Risiko von Ernteaussfällen und damit Lieferengpässen steigt durch Regionalität • Schwierig, gute Arbeitskräfte zu finden • Steigende Erzeugung in der Region schafft Engpässe bei Verarbeitung und Vermarktung; Konkurrenz der Erzeuger?

Ziele bis 2022:

- regionale Verarbeitungsstrukturen im Bereich Schlachtung/Wurst sind verbessert
- erste Schritte für den Aufbau einer Öko-Gemüse-Convenience-Verarbeitung sind gemacht
- es gibt Produkt(e) mit klar erkennbarer Herkunft: „aus Stuttgart/aus dem Kreis Ludwigsburg“

Geplante Maßnahmen:

- Kooperation mit der Bio-Musterregion Enzkreis, die das Projekt „Aufbau regionaler Schlachthofstrukturen für Bio-Rinder und Geflügel“ ebenfalls bearbeitet
- Marktrecherche/-analysen: wo gibt es Bio-Metzgereien, ist eine „Mobile Schlachtbox“ für Öko in BaWü/für die Region verfügbar; als Hilfestellung für direktvermarktende Betriebe
- „Netzwerk Öko-Gemüse“ aufbauen, um gemeinsam konventionelle Verarbeiter für Öko-Gemüseverarbeitung zu gewinnen, für Lieferung von regionalem Öko-Gemüse an Großküchen
- Marktrecherche „Mobile Öko-Käserei“, für Verarbeitung eigener Milch zu Käse
- ein regionaltypisches Produkt (z.B. Bio-Strohgäu-Brot) wird gemeinsam mit einem regionalen Öko-zertifizierten Handwerksbetrieb kreiert und wird über mehrere Filialen vermarktet

8. Vermarktung

8.1. Direktvermarktung

Die Ausgangslage:

Direktvermarktung über Hofläden und (Wochen)Märkte spielt im Ökolandbau eine große Rolle. Sie richtet sich nicht nur an die Verbraucher vor Ort, sondern auch direkt an Gastronomiebetriebe in der Region.

Von den 181 Betrieben, die in den beiden Direktvermarkter-Broschüren des Landkreises Ludwigsburg und der Stadt Stuttgart aufgeführt sind, wirtschaften 30 oder knapp 17 % ökologisch. Dies gilt vor allem im Gemüse- und Weinbau. Insbesondere Gemüsebaubetriebe sind auf vielen Wochenmärkten in der Region präsent. Zwei Gemüsebaubetriebe aus dem westlichen Kreisgebiet Ludwigsburg und zwei aus Stuttgart sind zum Teil schon seit vielen Jahren auf Lieferservice/Abokisten von Gemüse und Naturkostwaren spezialisiert. Sie beliefern im Umkreis zwischen 20 und 60 km Endverbraucher, Gastronomen und einzelne Großabnehmer. Dabei werden eigene Produkte, aber auch Zukauf von überwiegend regionalen Partnerbetrieben vermarktet, so dass diese Betriebe für die Regionalvermarktung von Ökoprodukten wichtige Partner sind („Bündler für Hofläden“).

In der Gastronomie gibt es in Stuttgart die Öko-zertifizierten Restaurants Cassiopeia (Demeter), Iden (Demeter) und Lässig (EU-Öko); inwieweit regionale Bio-Produkte eingesetzt werden, ist nicht bekannt. Die aufwändige Öko-Zertifizierung ist für die Gastronomie teilweise schwierig umzusetzen. „Regionales Bio“ lässt sich aber auch bei Gastronomen vermarkten, die einen starken Regionalitätsbezug haben, wie zum Beispiel die zertifizierten Gastronomiebetriebe der Initiative „Schmeck den Süden“. Hier gibt es in der Region zwei Betriebe mit der höchsten Auszeichnung „drei Löwen“, die über 90% Produkte aus Baden-Württemberg einsetzen. Dies ist in Stuttgart die Speisekammer West, die bereits einen hohen Anteil Bioprodukte aus Baden-Württemberg einsetzt und als Unterstützer für die Biomusterregion gewonnen werden konnte. Der zweite ist der Landgasthof Stromberg in Sachsenheim-Ochsenbach, der stark auf örtliche Erzeuger setzt und (wohl mangels Verfügbarkeit) kaum Bio-Produkte einsetzt. Weitere 15 Gastronomiebetriebe sind mit „zwei Löwen“ ausgezeichnet und sind potentielle Partner für mehr regionale Bioprodukte. Umso mehr Gastronomen dafür gewonnen werden, desto mehr wird man den die regionalen Bio-Produkte auf „Bio aus Baden-Württemberg“ ausweiten müssen.

Stärken- und Schwächen-Analyse:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Viele Verbraucher und hohe Kaufkraft, kurze Wege → viel Potential • Gute bisherige Erfahrungen, gute Kooperation unter Hofläden und Abokistenbetrieben • Bio-Markthalle in Stuttgart • Gute Kooperation benachbarter Direktvermarkter mit unterschiedlichen Angeboten („Gläserne Woche“ von 5 Möglinger Aussiedlerhöfen 2018, Öko- und konventionell) • Direktvermarkterbroschüren vom Kreis / der Stadt; als pdf auch im Internet • Sechs Tage Spätlingsmarkt im Kreishaus 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Höfe befinden sich eher in Randlage → in der Stadt zu wenig wahrgenommen • Bezug des Verbrauchers zur Landwirtschaft ist gering; Stadtmitte wird schlecht erreicht • Richtig gute Direktvermarktungsstandorte gibt es nur unmittelbar an der Straße → weitere Standorte sind begrenzt! • Diesel-Fahrverbote → Kosten für Fahrzeugrüstung der Betriebe • ÖPNV-Anbindung der Höfe ist schlecht → zukünftig neue Vermarktungsformen (Onlineshop, Versand...) entwickeln?
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • bestehende Strukturen für Öko-Regionalvermarktung nutzen und ausbauen: Bio-Wochenmarkt; Erzeugergemeinschaft Obst/Gemüse ausweiten • Viele große Firmen mit Kantinen: Absatzpotential für regionale Bio-Obst + Gemüse • Synergien von gemeinsamer Verarbeitung nutzen 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wochenmarkt als „Schnäppchenmarkt“? • Konkurrenz der Direktvermarkter untereinander; bei der Idee einer „Zentralen Vermarktung“ über gemeinsamen Laden, Automat o.ä. wurde Konkurrenz zu bestehenden Hofläden befürchtet • Angebot und Nachfrage sollten gemeinsam wachsen

Ziele bis 2022:

- Die Stärken der Öko-Betriebe in der Direktvermarktung sind weiter gefestigt und ausgebaut, Regional produzierte Öko- Produkte werden in der Region zu fairen Preisen verkauft
- Die Weichen für „Bio-Regional 4.0“ sind gestellt; Direktvermarkter und regionale Öko-Produkte können einfacher im Internet gefunden werden

Geplante Maßnahmen:

- Bewährte Maßnahmen zur Förderung der Direktvermarktung beibehalten und stärker auf Bio ausrichten (Direktvermarkterbroschüren; gemeinsamer Bio-Info-Stand beim Spätlingsmarkt)
- Kooperation der Direktvermarkter wird über „Netzwerk Bio-Musterregion“ weiter verbessert
- Initiative „Bio-Regional 4.0“: virtueller Marktplatz/online-Plattform für Bioprodukte aus der Region, z.B. als App für Bio-Produkte „Wo kann ich Bio-Lebensmittel kaufen“ oder Direktvermarkter-Broschüre im Internet mit Suchfunktion; die Kommunikation der Öko-Betriebe auf Social Media-Kanälen wird verbessert; → Umsetzung als Netzwerk- und Kooperationsprojekte mit Hochschule/PH (Regionaler Bio-Warenversand als weitere Stufe, CO₂-neutraler und plastikfreier Versand)
- Markenentwicklung „Bio aus der Musterregion Ludwigsburg Stuttgart“, analog der neuen Marke „Bioregion Zaber-Neckar“ im Kreis Heilbronn prüfen und ggf. auf den Weg bringen; Ziel: Erzeuger und Verbraucher identifizieren sich mit der Bio-Musterregion

- Identifikation mit der Bio-Region; Bio-Musterregion LB-S wird als „Marke“ vom Verbraucher wiedererkannt; gemeinsame Bio-Regionalwerbung der Erzeuger z.B. über Tageszeitungen;
- Pressemitteilungen des Landratsamtes bei Gläserner Produktion von Öko-Betrieben noch offensiver bei Tageszeitungen platzieren

8.2. Handel, Bündler & Co (produktübergreifend)

Die Ausgangslage:

Wichtige regionale Bündler auf Erzeugerebene sind die Abokisten- und Lieferservice-Betriebe, die vorwiegend aus dem Gemüsebau stammen, aber inzwischen ein Öko-Vollsortiment an Verbraucher und Gastronomiebetriebe in der Region vermarkten (insbesondere Laisecker aus Eberdingen-Nußdorf und Braun aus Vaihingen-Enz-Aurich).

Es gibt in unserer Region zahlreiche Bio-Supermärkte mit teilweise mehreren Filialen: z.B. Alnatura, denn's, Erdi, Organix, Rapunzel oder VitaAktiv Naturkostmarkt, die teilweise vor allem bei Obst und Gemüse direkt von regionalen Öko-Erzeugern beliefert werden. Gerade Alnatura im Kreis Ludwigsburg setzt auf diese Verankerung in der Regionalität und ist ein wichtiger Marktpartner für hiesige Obst- und Gemüseerzeuger. Die überregionale Fa. Denree betreibt in Bietigheim ein Logistikkager, für das sie auch Bio-Erzeugnisse aus der Region aufkaufen.

Wichtige Großhändler oder Bündler von Öko-Erzeugnissen in bzw. für unsere Region sind u.a.

- Hakopaxan (früher Handelskontor Willmann) mit Sitz in Vaihingen/Enz; Verbrauchermarkt vor Ort und regionaler Großhändler für Bioläden-Betreiber; v.a. Demeter- und Bioland
- Bioland Obst & Gemüse Erzeugergemeinschaft mit Sitz in Ditzingen (siehe 6.3)
- Ecofit, Sitz in Stuttgart; Obst- und Gemüsegroßhandel; Bio, aber nicht unbedingt regional
- Rebio (regionale Bioland Erzeugergemeinschaft), Sitz in Rottenburg; vermarktet für viele Betriebe aus der Region Getreide, Zuckerrüben, Schlachtvieh, ...
- Naturata AG, Sitz in Marbach/Neckar; Premium-Naturkost-Marke (Demeter, Bioland) mit Naturkostladen z.B. in Stuttgart-Botnang

Auch beim Stuttgarter Großmarkt gibt es Händler, die Bio-Erzeugnisse importieren, bündeln und handeln (z.B. Fa. Schrade Biofrucht; Gemüsering), allerdings mit wenig regionalem Bezug.

Bedeutung für die Vermarktung von Öko-Produkten hat auch der Absatz in konventionellen Lebensmittelmärkten. Je nach Engagement der selbstständigen LEH-Filialeiter (insbesondere bei EDEKA und REWE) setzen diese auf Regionalität und die Filialen werden von Öko-Erzeugern direkt beliefert. Die Zentrallager dagegen (insbes. bei EDEKA/unsere Heimat) hat neben der o.g. Erzeugergemeinschaft nur ein Öko-Topfkräuterbetrieb aus unserer Region erschlossen. Interessant ist auch die jüngste Kooperation von Bioland mit Lidl, die erstmals Bioland-Produkte in die Discounter-Schiene bringt.

Stärken- und Schwächen-Analyse:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Naturkostfachhandel ist gut vertreten, traditioneller Biomarkt, „sichere Käuferschicht“ • Großhandelsunternehmen in der Region vorhanden, insbes. bei Obst und Gemüse • kurze Wege, gutes Verkehrsnetz 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Großhandel betreibt kaum, Verbraucher betreibt keine Lagerhaltung • Der Bezug zu landwirtschaftlichen Produkten ist verloren gegangen • Wenig weiterverarbeitende Betriebe vor Ort ansässig
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bessere Marktanalyse und Absprache untereinander • Schwankungen ausgleichen • Absatzmarkt Stuttgart → Trends • Weiterverarbeitende Betriebe 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nicht zuerst das Angebot generieren und dann erst nach Nachfrage suchen • Werbung für regionale Bio-Produkte erhöht Absatz von Bio-Produkten aus and.Regionen • Großhandel ist weltweit vernetzt → Importe

Ziele bis 2022:

- Regional produzierte Produkte werden in der Region zu fairen Preisen verkauft, das Bewusstsein des konventionellen LEH für regionale Bio-Produkte ist gestiegen
- Bündler für Öko-Gemüse-Convenience-Verarbeitung wird auf den Weg gebracht (siehe 7.)

Geplante Maßnahmen:

- Netzwerk zwischen regionalen Öko-Erzeugern und Naturkosthandel sowie konventionellem LEH vor Ort aufbauen und ausweiten; neue LEH-Märkte für regionale Bio-Produkte erschließen; Vermarktungsbündelung durch verstärkte Kooperation
- Regionaler Vermarktungszusammenschluss analog EZG Obst und Gemüse in der Region / Jungunternehmer suchen/finden, der bündelt

8.3. Großküchen und Kantinen

Die Ausgangslage:

Zahlreiche Kantinen und Mensen in der Region, Tausende Menschen suchen sie täglich auf:

- Betriebskantinen großer Firmen, wie z.B. wie Bosch, Daimler etc.
- das Studierendenwerk Stuttgart bewirtschaftet Mensen von 14 Hochschulen in unserer Region und angrenzenden Landkreise (z.B. Mensen an der Uni Stuttgart, PH Ludwigsburg u.a., es werden täglich 62.000 Studierende erreicht)
- Mitarbeiterkantinen der Kommunen und kommunale Einrichtungen (inkl. Landratsamt)
- Kitas und Schulen (Kommunen sind verantwortlich für die Mittagsverpflegung)
- Landesbehörden, z.T. mit eigenen Kantinen

Der Einsatz von Bio-Lebensmitteln in Kantinen und Großküchen ist mancherorts bereits in der Pilot- und Erprobungsphase. Einige Einrichtungen haben den Einsatz von biologisch erzeugten, fair gehandelten oder regional erzeugten Lebensmitteln in ihren Zielen formuliert. Die besondere Herausforderung ist es, gerade hier „Bio“ und „Regional“ zu verknüpfen.

Die Stadt Stuttgart setzt bereits erste Maßstäbe: Das Schulverwaltungsamt Stuttgart hat erstmals für das Schuljahr 2018/19 in der Ausschreibung für Caterer, die Ganztageschulen in Stuttgart beliefern, gefordert, dass von 156 Verpflegungstagen 39 Tage vollständige „Bio-Tage“ sind; davon müssen an 10 Tagen fleischhaltige Menüs angeboten werden.

Der Landeswettbewerb „Gutes Essen in Landeskantinen“ zielt darauf ab, die Richtlinien der Deutschen Gesellschaft für Ernährung umzusetzen und empfiehlt 15% Anteil Bio-Lebensmittel. Vor wenigen Tagen wurden u.a. die Kantinen des Innenministeriums, des Regierungspräsidiums und die Mitarbeiterkantine des Klinikums Ludwigsburg für das Projekt ausgewählt.

Die orthopädische Klinik Markgröningen hat bereits eine Öko-Zertifizierung für ihre Kantine und bietet einzelne Bio-Komponenten für die Patienten und auch für die Mitarbeiter an.

In all diesen Initiativen ist bisher die Frage des regionalen Bioanteils nicht im Fokus.

Im Kreis Ludwigsburg zeigt die Firma ErdmannHauser GmbH, dass „Bio und Regional“ möglich ist. Sie verarbeitet regionales Demeter-Getreide als Mühle und Bäckerei. Zudem beliefert sie alle Kitas in Erdmannhausen täglich mit frisch zubereiteten vegetarischen Gerichten aus regionalen Demeter-Bioproducten.

Stärken- und Schwächen-Analyse:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • viele Kantinen-Esser, tlw. hohe Kaufkraft (Bosch, Porsche, Daimler, Trumpf, ...) • man erreicht viele Verbraucher, aller Bevölkerungsschichten • gute Ansätze für Bio & Regionalität in einzelnen Kantinen vorhanden • bei Bio-Gemüse wird oft „Frische“ assoziiert; => Zubereitung und direkter Verzehr in der Kantine „Cook & Serve“ ist positiv 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Großgastronomie muss umplanen • Bio ist teurer / hat zu teures Image • Kantinen haben meist wenig Lagerraum; => Bio-Lebensmittel müssen alle paar Tage in großen Mengen lieferbar sein • Bündler + vorverarbeitete Ware aus der Region fehlen bisher in der Regel • unsere Region ist zu klein/hat zu wenig Bio, wenn Kantinen im großen Stil einsteigen
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bessere Transparenz in der Zubereitung; Cook & Serve: Frischekarte ausspielen • es gibt Lieferanten für „Regional & Bio“ – mehr Nachfrage wird ein größeres/breiteres Angebot nach sich ziehen • „Green Image“ für große Konzerne; Bio steht für hochwertige Lebensmittel 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verfügbarkeit der Lebensmittel, bestehende Lieferverträge der Kantinen => bisherige Bio-Großlieferanten für Kantinen stammen zum Teil nicht aus BaWü • das System ist träge; Essen darf nicht mehr kosten, Kantinen „wollen“ nicht umdenken • Zertifizierung ist aufwändig

Ziele bis 2022:

- Landratsamt und Landeshauptstadt nehmen ihre Vorbildfunktion wahr und unterstützen Kantinenbetreiber in ihrem Zuständigkeitsbereich bei der Umsetzung von mehr Bio-Produkten und mehr Regionalität beim Wareneinsatz
- Großküchen werden auf dem Weg zu mehr Bio-Wareneinsatz unterstützt und begleitet
- Regionale Bio-Küche ist im Weltkonzern / in der Verwaltung verankert: Mindestens drei Kantinen in der Region bieten mindestens ein Produkt aus regionaler Öko-Erzeugung ganzjährig bzw. in der jeweiligen Saison an

Geplante Maßnahmen:

- Mit Kantinen Vorgehensweisen entwickeln, wie sie schrittweise regionale Bioprodukten z.B. Möhren, Kartoffeln, Kürbis einführen können; Erstellung eines **Praxisleitfadens: „Mehr Bio & mehr Regional“ in Kantinen** und Erprobung der Umsetzung in Beispielskantinen, unter Federführung des Ernährungszentrum
- Zusätzlich zum Projekt „Bündler“ (siehe 7./8.2.) die Lieferkette für den Außer-Haus-Verzehr vom Acker zur Kantine aufbauen durch Vernetzung / „Nebenprodukt“ des vorigen Projekts => Kantinen mit einzelnen Produkten durch Erzeuger direkt beliefern (z.B. Saisonprodukte) => Regionale Bio-Produkte für Mitarbeiter direkt in Kantinen vermarkten
- Arbeitgeber überzeugen, höhere Preise für die Mitarbeiterverpflegung zu bezahlen / Kantinebetreiber zu unterstützen, indem der Nutzen von regionalem Bio aufgezeigt wird

Essentieller Bestandteil aller Bemühungen um Großküchen und Kantinen ist die Überlegung, dass wir bestehende Konzepte und Erfahrungen anderer zum Bereich der Außer-Haus-Verpflegung einbeziehen. Es gibt schon Vieles, alle Beteiligten gewinnen durch die Vernetzung und in der Umsetzung hat unsere Region ein riesiges Potential.

Das bedeutet aber auch: wenn die Ideen und Bemühungen Früchte tragen und Bio-Lebensmittel aus der Region in den Kantinen eingesetzt werden, muss die Region schnell auf „Bio aus Baden-Württemberg“ ausgedehnt werden, um die benötigten Mengen tatsächlich liefern zu können.

C. Weitere Bereiche zur Vertiefung und Vernetzung mit Themen und Aspekten des ökologischen Landbaus

9. Biodiversität, Gewässerschutz und ökologisches Ressourcenmanagement

Die Ausgangslage:

Unsere Region ist seit vielen Jahrhunderten durch eher intensive Landwirtschaft geprägt („Stroh“gäu“, „Korn“tal, „Korn“westheim...) und seit Jahrhunderten dicht besiedelt. Der international und auch in Baden-Württemberg nachgewiesene Rückgang an Biologischer Vielfalt (, betrifft auch unsere Region. Mehrere Untersuchungen über den Rückgang der Artenvielfalt, insbesondere von Feldvogelarten, liegen vor.

Stärken- und Schwächenanalyse:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ökolandbau fördert Biodiversität, schont Grundwasser, betreibt Bodenschutz (weite Fruchtfolge, Klee gras, Begrünung, Weide, Verzicht auf chem.-synth Mittel...) • kleine Schläge (Realteilung), kleinstrukturierte Landschaft • Ackerwildkrautmeisterschaft 2018, gute Presse 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vernetzung von Biotopen ist schwierig wg. nicht zusammenhängenden Flächen • hoher Flächenverbrauch in der Region reduziert lw. Produktionsfläche mehrfach (Eingriff + Kompensation/Ausgleich)
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artenvielfalt erhöhen => positives Thema • Ingersheim und Korntal-Münchingen gehen aktuell neue Biotopvernetzungen an • Verbraucher + Kommunen mitnehmen für mehr Biodiversität in Privatgärten und öff.Grün 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Freiwillige Maßnahmen werden zu „Fallstricken“ bei baulichen Maßnahmen; guter Ausgangszustand muss hoch kompensiert werden • auch Ökolandbau hat kritische Themen: Nitrat- auswaschung nach Klee gras, große Betriebe...

Gerade durch den bisher geringen Anteil an Flächen des Ökologischen Landbaus bestehen in unserer Region besondere Potenziale, diesem negativen Trend entgegenzuwirken. Öko-Landbau hat per se viele Vorteile für die Biodiversität und meist sind es gerade Öko-Betriebe, die ganz bewusst noch weitere, freiwillige Maßnahmen im Sinne des Naturschutzes, des Gewässerschutzes und des ökologischen Ressourcenmanagements durchführen.

Ziele bis 2022:

- Bewusstsein bei Kommunen, Landwirten und Verbrauchern schaffen für mehr Biodiversität
- Ökopunkte für Ökoflächen; Öko-Umstellung als Ausgleichsmaßnahme ist in mindestens einem Fall realisiert (Landratsamt und einzelne Kommunen sind offen dafür)

Geplante Maßnahmen:

- Naturschutz und Landwirtschaft im Dialog; guten Weg unter Begleitung LEV fortsetzen, Kooperation Naturschutz und Landwirtschaft in Behörden und Verbänden
- Ackerwildkraut-Projekte/-Wettbewerb im mehrjährigen Turnus wiederholen
- Alte Sorten neu entdecken und stärken, mehr Biodiversität auf den Teller bringen => Workshop Ernährungszentrum anbieten

10. Streuobst

Die Ausgangslage:

Der Kreis Ludwigsburg und die Stadt Stuttgart sind traditionelle Streuobstgebiete; nach der letzten Streuobsterhebung gibt es noch rund 450.000 Streuobstbäume auf geschätzt 7.500 ha. Allerdings ist der Pflegezustand häufig verbesserungsbedürftig. Wir haben funktionierende Vereinsstrukturen (KOGl Ludwigsburg, KOV Stuttgart, örtliche OGVe, NABU, BUND etc.), die städtische und die Kreis-Obstbauberater sowie den Landschaftserhaltungsverband (LEV) Ludwigsburg, die sich um das Thema Streuobst kümmern. Sieben Streuobstaufpreis-Initiativen sind in unserer Region aktiv. Die Streuobst-Initiativen aus dem Kreis Ludwigsburg sind durch den LEV u.a. über einen Gemeinschaftsstand beim Spätlingsmarkt vernetzt.

Von den Aufpreis-Initiativen ist bisher nur das Steinkauz-Streuobstwiesen-Projekt GbR Bio-zertifiziert. Der OGV Neckarrems hat eine örtliche Sammel-Zertifizierung erreicht. Beim Streuobst-Apfelschorle der Ensinger Heil- und Mineralbrunnen GmbH ist eine Umstellung auf Bio geplant. Eine Reihe von Öko-Betrieben bewirtschaftet Streuobstwiesen und nutzt zum Teil eigenen Saft in der Direktvermarktung. Es gibt noch einige Kleinkeltereien sowie mobile Mostereien aus benachbarten Kreisen, bei denen eigenes Obst zu eigenem Saft verwertet werden kann.

Betriebe mit größerem Schwerpunkt „Öko-Mostobst“ sind an der Grenze zu den Kreisen Backnang und Heilbronn zu finden. Das dort erzeugte Obst wird entweder an einer Obstannahmestelle gebündelt und zum Teil an eine Fruchtsaftkellerei im Rems-Murr-Kreis oder auch an eine große Fruchtsaftkellerei am Bodensee geliefert und zu Öko-Saft verarbeitet. Andere, vor allem kleinere Betriebe vermarkten ihr Streuobst über eine der Aufpreis-Initiativen.

Stärken- und Schwächen-Analyse Streuobst:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Positives Image, Erhaltung einer prägenden Kulturlandschaft; große Bestände • Arten- und Sortenvielfalt, Biodiversität; Öko-nahe Bewirtschaftung • Einige Aufpreis-Initiativen und Fruchtsaft-unternehmen in der Region vorhanden • Most-Gastro-Marketing-Projekt der Region S 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nicht alle Aufpreis-Initiativen laufen gut • Aufwand für Bio-Zertifizierung schreckt ab • Rückgang der Milchviehbetriebe, hoher Arbeitsaufwand für Baumpflege & Mahd => Aufgabe der Wiesennutzung => fehlende Pflege, überalterte Bäume • Annahmestellen Streu-/Mostobst rückläufig
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Wirtschaftsobst“ für den Eigenverbrauch ist positiv besetzt bei jungen Familien • Most-Gastro-Marketing-Projekt schafft evt. Markeninitiative für Öko-Cider/Most; Einbindung + Vernetzung der Mostereien 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bio-Zertifizierung war bisher nur vereinzelt ein Thema

Ziele bis 2022:

- Deutliche Erhöhung der bio-zertifizierten Streuobstbestände, mindestens eine weitere Aufpreis-Initiative oder regionale Gruppe ist Bio-zertifiziert
- Steigerung der Artenvielfalt durch wirksame Anreize zu Pflege und Ernte von Bio-Streuobst

Geplante Maßnahmen:

- Ausweitung von Streuobst-Apfelschorle bei der Firma Ensinger; Weitere Streuobstinitiativen und örtliche Gruppen von BUND, NABU und OGVe für Bio-Zertifizierung gewinnen; Unterstützung bei Bio-Umstellung - Initiative von LEV, KOGl, Obstbauberatung und anderen
- Bio-Streuobstprodukte im Ernährungszentrum sowie bei Kantinen, Schul-Mensen, Schul-obstverpflegung anbieten bzw. verarbeiten (Kontakte zu Kantinen nutzen, siehe Kapitel 8.3)
- Randprodukte stärken, wie z.B. Bio-Cidre aus Hochstämmen, Hemminger Luikenbrand etc.; weitere Unterstützung des MostGastro-Marketing Projekts durch Landkreis und Stadt
- Kooperation zwischen Verwaltung und LEV bei Maßnahmen zur Erhalt der Artenvielfalt

D. Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit in der Bio-Musterregion

11. Stadt-Land-Öko-Partnerschaft; Öffentlichkeitsarbeit

Die Ausgangslage:

Das Spannungsfeld zwischen Landeshauptstadt im Süden und dünn besiedelten ländlichen Gebieten mit den größten Terrassen-Weinbausteillagen Deutschlands, Naturpark und FFH-Gebiet im Norden unserer Region ist für Baden-Württemberg einzigartig. Das symbolisiert auch die landesweit herausragenden Potenziale der Stadt-Land-Öko-Partnerschaft. Allerdings gibt es kaum direkte Kontaktmöglichkeiten zur Landwirtschaft für die große Bevölkerungszahl in der Region.

Ein sehr wichtiger Partner im Erzeuger-Verbraucher-Dialog ist das Ernährungszentrum Mittlerer Neckar, das mit über 40 grundsätzlich öko-affinen Ernährungsreferenten als Multiplikatoren für frisch zubereitete saisonale Lebensmittel aus der Region bei rund 1.400 Veranstaltungen im Jahr über 40.000 Verbraucher in den verschiedensten Lebensumfeldern (bis hin zu Messeständen, z.B. auf der Slow-Food) erreicht. Weitere Partner sind 20 Lernort-Bauernhof-Betriebe (davon inzwischen vier Öko-Betriebe - inklusive des Schulbauernhofs Zukunftsfelder in Korntal), die Landesaktion Gläserne Produktion, an der regelmäßig auch Öko-Betriebe beteiligt sind, die bisher schon gute Zusammenarbeit mit der PH Ludwigsburg bei der Entwicklung „digitaler Bildungsrouten“ auf dem Bauernhof und vieles mehr.

Stärken- und Schwächen-Analyse:

<p>Stärken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 1,1 Mio. Verbraucher, Nähe zu Hochschulen • Gut erreichbar durch Öko-Direktvermarkter, Hofläden, Wochenmärkte, Abokisten, Hof-feste, Bauernhofgastronomie u.v.m • Viele Akteure (Verbände, Einrichtungen, Schulbauernhof); Ernährungszentrum gut vernetzt • Slow Food-Messe, Spätlingsmarkt im Kreis-haus, Gläserne Produktion 	<p>Schwächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bisher wenige Biobetriebe • Junge Generation ohne Bezug/Wurzeln in der Landwirtschaft • Städtische Bevölkerung lebt in „urbaner Bla-se“, weite Strecken zum Erzeuger, lw. Betriebe sind außerhalb des Blickfelds • Regionalität interessiert Verbraucher im Supermarkt weniger als der Preis
<p>Chancen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identifikation mit Bio-Musterregion erreichen; Weckruf für Erzeuger und Verbraucher • Gewusst woher - regionales Bio ist cool! • Gutes Image der Bioprodukte f. Wertschätzung und Image der Landwirtschaft allgemein nutzen • Ökolog. Mehrwert Bioanbau kommunizieren • Verbraucher an Erzeugung heranführen, in Dialog mit Betrieben bringen; schafft Vertrau-en und Skandale werden anders bewertet 	<p>Risiken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vielfalt und Differenzen zwischen Öko-Betrieben: nicht alle sind sich einig • Wie kann man ein Produkt so kommunizieren, dass der Verbraucher weiß, was er kauft? Wie sehe ich dem Produkt die Vorteile an? • den realen Öko-Betrieb darstellen → Ökobetrieb darf/muss auch groß sein, auch Öko muss sich rechnen / Betrieb / Familie braucht Einkommen

Ziele bis 2022:

- Regionalmanagement der Bio-Musterregion koordiniert Kommunikationsstrategie Bio: ULB, Ernährungszentrum, Öko-Verbände, LEV, KOGl und andere Partner ziehen mit; die Bevölkerung wird durch Einbeziehen der sozialen Medien besser erreicht
- Bei bisher erfolgreichen Aktivitäten für regionale Lebensmittel (Ernährungszentrum, Messen, Spätlingsmarkt, Gläserne Produktion, Schmeck den Süden) hat Ökolandbau mehr Gewicht
- Schulen, in deren Mensa regionale Bio-Lebensmittel eingesetzt werden, bieten begleitend Lerngänge zum Erzeugerbetrieb an
- Mitmach-Aktivitäten als Lerneffekt für Kinder, Schüler, Lehrer, Verbraucher sind etabliert; Vision: jede Schulklasse in der Region hat einmal in der Schulzeit das Ernährungszentrum / den Schulbauernhof / einen Lernort-Bauernhof-Öko-Betrieb besucht

Geplante Maßnahmen:

- Das Regionalmanagement der Bio-Musterregion bündelt und koordiniert die Öffentlichkeitsarbeit für regionales Bio, pflegt intensive Netzwerke zu Presseakteuren, Öko-Betrieben und Verbänden. Bekannte Persönlichkeiten als Botschafter gewinnen (z.B. Vincent Klink, ehemalige Weinköniginnen) und bei pressewirksamen Veranstaltungen einbinden.
- Bestehende Aktivitäten zur Öffentlichkeitsarbeit nutzen, Öko-Landbau erlebbar machen:
 - bei Gläserner Produktion jährlich mindestens zwei Öko-Betriebe einbinden;
 - Landwirtschaftserlebnisse auch in der Stadt stattfinden lassen
→ man erreicht Verbraucher, die sich sonst nicht interessiert hätten
 - zwei neue Lernort-Bauernhof-Öko-Betriebe gewinnen
- Das im Landratsamt, Fachbereich Landwirtschaft verankerte Ernährungszentrum
 - geht als gutes Vorbild mit dem Einsatz von regionalen Bio-Lebensmitteln in seinen Workshops voran
 - bietet Verbraucherworkshops „Schmeck die Bio-Musterregion“ an, in denen Öko-Landwirte zeigen, wie und welche Lebensmittel sie erzeugen.
 - greift das Thema „Bio aus der Region“ bei der Slow-Food und anderen Messen auf
 - konzipiert für die Zielgruppe „Lehrer und Erzieher“ eine Fortbildung „Was bringt uns Bio? Wie können wir es in unserem Setting einbringen?“ und führt diese durch
 - bringt sich in die Projektpartnerschaft zwischen PH Ludwigsburg und ALH Kupferzell ein mit dem Ziel, dass angehende Lehrer mit landw. Fachschülern gemeinsam auf einem Öko-Betrieb unserer Region Lehrplaneinheiten „Ökolandbau“ für Sekundarstufe I erarbeiten
- Aufklärung in Schulen/bei den Eltern zur regionalen Öko-Landwirtschaft etablieren:
 - positive Anreize zur Auseinandersetzung mit dem Thema schaffen: Schülerwochenenden, Schulbauernhof, Soziale Medien nutzen etc.
 - Projektschulen/Schulpartnerschaften gewinnen für die Bio-Musterregion
 - Unterrichtsfach: ökologisch Gärtnern im Schulgarten (in Kooperation mit OGVen), Erhalten von Lebensräumen, Lebensmittel verarbeiten
- Verbraucher an ungewöhnlichen Orten erreichen => wir wollen nicht nur die „ohnehin Interessierten“ erreichen, sondern Bewusstseinsbildung in allen Teilen der Bevölkerung
=> Information zu Öko-Themen / Öffentlichkeitsarbeit z.B. auf Bildschirmen in Arztpraxen, bei VVS (vermutlich sehr teuer) oder anderswo
=> Food-Blogger erreichen (analog Food-Blogger-Hocketse 2017 im Ernährungszentrum)
=> Videos mit Infos und faszinierenden Bildern zur Öko-Landwirtschaft ins Internet stellen
- Attraktive Veranstaltung zur Verbraucherbildung (generationsübergreifend) in der Bio-Musterregion; wird gemeinsam von ULB, BMR und versch. Verbänden angeboten
- Solidarische Landwirtschaft – Projekte unterstützen und durch ULB begleiten

12. Bildungsarbeit für die Landwirtschaft & Vernetzung

Die Ausgangslage:

Eine integrierende Bildungsarbeit durch die ULB und andere Partner zur Begleitung der Bio-Musterregion ist sehr wichtig, um Öko- und konventionelle Landwirtschaft in der Region nicht gegeneinander auszuspielen, sondern zu vernetzen. Dem Verein Landwirtschaftliche Fachbildung Ludwigsburg (VLF) gelingt dies schon seit vielen Jahren: ein Ökolandwirt ist im Beirat, bei

den Veranstaltungen und Lehrfahrten sind regelmäßig auch Öko-Betriebe im Programm. Auch bei den vom Fachbereich Landwirtschaft im dreijährigen Turnus durchgeführten Ergänzungsangeboten für Nebenerwerbslandwirte gibt es schon seit vielen Jahren ein Projekt Ökolandbau, in dem die Umstellung eines Schülerbetriebs geplant und kalkuliert wird. Kommunikation & Vernetzung innerhalb und mit der Ökobranche ist der zentrale Ansatzpunkt für den Erfolg der Bio-Musterregion.

Stärken- und Schwächen-Analyse:

Stärken: <ul style="list-style-type: none">• ULB Ludwigsburg ist für Bildungsarbeit in der gesamten Region zuständig• VLF + ULB gegenüber Öko aufgeschlossen; „Unterrichtserfahrung Öko“ vorhanden	Schwächen: <ul style="list-style-type: none">• Öko ist bisher kein eigenständiges Thema in der Bildungsarbeit der ULB• „Das haben wir schon immer so gemacht!“• Keine verbandsunabhängige Beratung
Chancen: <ul style="list-style-type: none">• Vernetzung der Öko-Betriebe, unabhängig von Anbauverbänden• Zusammenarbeit Öko- und konventionell: vom Ökolandbau profitieren auch konventionelle Betriebe (z.B. mechan. Unkrautbekämpfung)	Risiken: <ul style="list-style-type: none">• Schere zwischen Öko und konventionell geht weiter auf; Schwarz-weiß-Denken• Bildung kostet Geld – wer zahlt das?• Nachfolge finden für Öko-Pionierbetriebe

Ziele bis 2022:

- Ein stabiles, verbandsübergreifendes Netzwerk zwischen Öko-Betrieben ist aufgebaut und wird vom Bio-Regionalmanagement begleitet in der Kommunikation, im Erfahrungsaustausch und als Ideenbörse.
- Bildungsangebote der ULB werden durch Vernetzung mit anderen Bildungsträgern stärker auf den Ökolandbau ausgerichtet

Geplante Maßnahmen:

- Der VLF Ludwigsburg führt im Januar 2019 eine Podiumsdiskussion zur Umstellung auf Ökolandbau durch
- Regionalmanagement und ULB koordinieren eine „Fachtagung Ökolandbau“; Kooperationspartner sind VLF, Bauern- und Ökoverbände die Fachtagung kann ggf. durch eine „Junge Ökolandwirte“-Tagung ergänzt werden
- Ein offenes „Forum Bio-Musterregion“ ist eingerichtet und tagt mindestens einmal jährlich. Es richtet sich an ökologische und konventionelle Erzeugerbetriebe, Marktpartner und Verarbeiter im Ökolandbau sowie an Verbraucher.
- Ein Erfahrungsaustausch zur Umstellung wird in der Region etabliert. ULB, Regionalmanagement und Ökoverbände begleiten Umstellungsbetriebe gemeinsam.
- Die Berufsschule Ludwigsburg wird in die „regionale Öko-Bildungslandschaft“ einbezogen.

E. Was uns als Bio-Musterregion besonders auszeichnet

In unserer Region fließen nicht nur Milch und Honig; im pflanzlichen Bereich haben wir von Aprikosen bis Zuckerrüben eine enorme Vielfalt der landwirtschaftlichen Erzeugung – und das alles direkt vor der Haustüre von rund 1,1 Mio. Verbrauchern.

Die Öko-Landwirtschaft in unserer Region ist bisher auf niedrigem Niveau und hat viel Potential zur Steigerung. Das im Öko-Bereich schwierige Thema Zuckerrüben wollen wir gezielt angehen und Lösungsansätze zur Umstellung bieten. Wir haben hoch motivierte Ökobetriebe und Wirtschaftspartner, die in der Region (und darüber hinaus) verbandsintern im Bereich Bioland und Demeter bereits sehr gute, ausbaufähige Netzwerke haben. Dies sehen wir als eine absolute Chance für die Durchdringung der Region mit Bioprodukten, insbesondere für solche aus regionaler Herkunft.

Ausgehend von der Vielzahl kaufkräftiger Verbraucher mit klarem Trend zu mehr Außer-Haus-Verpflegung und der großen Zahl an Mensen und Kantinen in unserer florierenden Wirtschafts- und Bildungsregion ist unser absolutes Schwerpunktthema die Steigerung des Bio- und vor allem des regionalen Bio-Anteils in Gemeinschaftsverpflegungen. Besondere Stärken in diesem Prozess sind

das Ernährungszentrum mit seinem reichen Erfahrungsschatz und großen Netzwerk an Kooperationspartnern und die Stadt Stuttgart, die Bio-Erfahrungen aus eigenen Kantinen mitbringt.

Die hohe Verbraucherdichte bietet für das Konzept einer Bio-Musterregion Ludwigsburg-Stuttgart die Möglichkeit einer einzigartigen Stadt-Land-Öko-Partnerschaft, die von vielfältigen spezialisierten Öko-Betrieben mit Direktvermarktung und dem bisher gut gepflegten Erzeuger-Verbraucher-Dialog gestützt wird. Initiativen und Einrichtungen wie Gläserne Produktion, Lernort Bauernhof, Workshops und Messestände des Ernährungszentrums und vieles mehr sind in der Region etabliert und können schnell und effektiv als großes Schwungrad für „mehr Bio & mehr Bio regional“ genutzt werden.

Dafür sprechen weiterhin bereits einzelne gute Verarbeitungs- und Vermarktungswege bei den Verarbeitern, Bündlern und Vermarktern. Es gibt richtiggehende „Bio-Pioniere“ in unserer Region, an deren Strukturen wir weiter arbeiten können und diese auch ausbauen möchten.

Die Menschen unserer Region sind offen („Wo der Wein wächst ...“) und es herrscht eine gute und offene Kommunikation im Bio-Sektor. Dieses gute Miteinander sehen wir klar als unsere Stärke an.

F. Zusammenfassung

Der Landkreis Ludwigsburg zusammen mit dem Stadtkreis Stuttgart ist landwirtschaftlich außerordentlich abwechslungsreich. Vom intensiven Acker- und Gemüsebau auf den fruchtbarsten Böden des Landes über vielfältigen und spezialisierten Obstbau bis hin zum Weinbau mit den eindrucksvollen Steillagen, die überregional das Bild unserer Region prägen, gedeiht im Pflanzenbau fast alles und wir sind ein sehr produktiver Landwirtschafts-Standort. Der wertvolle Lebensraumtyp der Streuobstwiese findet sich flächendeckend, die kleinstrukturierte Agrarlandschaft bietet neben der Erzeugung hochwertiger Lebensmittel Raum für Agrobiodiversität. Die Tierhaltung ist ebenfalls vielfältig und bietet zusammen mit einer gut ausgebauten Direktvermarktung die Chance auf eine ausreichend hohe Wertschöpfung für die Erzeugerbetriebe, sodass sich auch eine extensivere Haltung von kleineren Tierbeständen für bäuerliche Familienbetriebe, wie wir sie in unserer Region haben, durchaus rechnen kann.

Die Bio-Musterregion Ludwigsburg-Stuttgart bietet aus unserer Sicht die Chance, wichtige Schwerpunktthemen unserer Region anzugehen:

- Die Einführung und Etablierung von regionalen Bio-Lebensmitteln in Großküchen und allgemein dem Außer-Haus-Verzehr als besondere Themen der Ernährung.
- Der Aufbau von und die Kooperation mit Bündlern und Convenience-Verarbeitern, um Bio-Produkte in benötigten Mengen und termingerecht an Großküchen liefern zu können.
- Über eine aktive Stadt-Land-Öko-Partnerschaft die Öffentlichkeitsarbeit ankurbeln und pflegen sowie eine Bildungsoffensive „Öko“ als besondere Themen für Verbraucher zu initiieren.
- Die Etablierung von Öko-Zuckerrüben und die Steigerung von Öko-Obst, Wein und Gemüse sind besondere Themen der Landwirtschaft in der Region.
- Eine gute Kommunikation und ein entsprechendes Netzwerk für die Umsetzung der Maßnahmen sind unabdingbar. Dafür brauchen wir das Regionalmanagement!
- Unser Ernährungszentrum, das mit vielen Kooperationspartnern gut vernetzt und bei Multiplikatoren wie Lehrern und Erziehern als kompetenter Bildungspartner wahrgenommen wird, ist eine absolute Stärke für die Bio-Musterregion.

Die Ausrufung einer Bio-Musterregion Ludwigsburg-Stuttgart bewirkt vielfältige Synergien für Erzeuger, Verarbeiter, Bündler, Vermarkter und Verbände sowohl im Öko- als auch im konventionellen Bereich in der gesamten Region. Ganz nach dem Motto „Gemeinsam sind wir stärker“. Schon der Bewerbungsprozess hat gezeigt, welche großartigen Akteure wir in unserer Region haben.

Das alles zusammen ergibt ein gewaltiges Potenzial

1. zu mehr Bio ganz allgemein und
2. zu mehr Bio aus unserer Region.

Lassen Sie uns dieses Potenzial gemeinsam nutzen!