

**DIE  
REGIONAL  
BEWEGUNG**



**Bundesverband**

# **Dokumentation 2024**

## **Kommunikationsoffensive zur Stärkung regionaler Landwirtschaft 2.0**

**Erzeuger-Verbraucher-Dialog: für mehr Verständnis für  
Landwirtschaft und Ernährungssysteme**

## Anlass

Die Landwirtschaft war in den vergangenen 60 Jahren stets geprägt durch Veränderungen. So gab es bis in die 60er Jahre noch viele Menschen, die sich mit Grundnahrungsmitteln selbst versorgt haben. Dies schuf eine Transparenz in der Ernährung. Kinder lernten von Anfang an, wie viel Arbeit mit der Landwirtschaft verbunden ist und somit auch in jedem einzelnen Lebensmittel steckt. Dadurch wurde nicht nur die Ernährung geprägt, sondern auch das gesamte Verständnis für die Mühe und Verantwortung, die zur Produktion von Lebensmitteln erforderlich sind.

Seitdem gab es einen stetigen Wandel von kleinteiligen Strukturen hin zu größeren Betrieben mit der Konzentration auf wenige Betriebszweige und steigendem Druck auf den wirtschaftlichen Markt. Zahlreiche Höfe und auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks sind in großen Existenznöten oder haben ihren Betrieb bereits aufgegeben. So zeigt sich, dass die Anzahl an landwirtschaftlichen Betrieben in Deutschland von 1975 mit 904.700 bis 2020 auf 263.500 gesunken ist. Das bedeutet, dass in diesen 55 Jahren rund 2/3 der landwirtschaftlichen Betriebe aufgegeben wurden. Neben dem hohen Preisdruck belastet die Landwirtinnen und Landwirte auch das gesellschaftliche Klima, das die Landwirtschaft mit Unverständnis und vielfältigen Ansprüchen konfrontiert. Die Ansprüche an unsere Ernährung sind erheblich gewachsen. Zu jeder Jahres- und Tageszeit wird ein

abwechslungsreiches und qualitativ hochwertiges Lebensmittelangebot erwartet, unabhängig von Regionalität oder Saisonalität.

Um regionale Landwirtschaft und regionale Wirtschaftskreisläufe zu stärken und voranzubringen, bedarf es auf der einen Seite funktionierender Nahrungsvorgangs- und Vermarktungsstrukturen. Auf der anderen Seite braucht es gut informierte Verbraucherinnen und Verbraucher, denen die Vorteile und der Mehrwert regionaler Produkte und Dienstleistungen bewusst sind und die dieses Wissen aktiv beim Konsum anwenden. Wir benötigen wieder mehr Verständnis für die Nahrungsmittelproduktion.

Der Erfolg jedes direktvermarktenden Betriebes und jeder Regionalvermarktungsinitiative steht und fällt mit dem Ansehen und der Bekanntheit des Betriebes / der Initiative in der jeweiligen Region. Eine zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit und der direkte Kontakt zwischen Erzeuger- und Verbraucherschaft sind dringend notwendig, um glaubwürdige Regionalität zu kommunizieren und zu regionalem Konsum zu motivieren. Öffentlichkeitsarbeit und direkter Diskurs in der Bevölkerung kann dazu beitragen, dass durch das gegenseitige Verständnis gemeinsam neue Lösungsansätze gefunden werden, die Produktion sowie auch den Konsum regionaler Produkte zukunftsgerecht zu gestalten.

## Förderung

Die Erzeuger-Verbraucher-Dialoge 2023 wurden gefördert von der Landwirtschaftlichen Rentenbank



# Inhalt

<b>Anlass</b> .....	2
<b>Förderung</b> .....	2
<b>1. Kommunikationsoffensive zur Stärkung regionaler Landwirtschaft</b> .....	4
1.1. Projektidee .....	4
1.2. Projektziele .....	4
<b>2. Vorbereitung Erzeuger Verbraucher Dialog</b> .....	5
<b>3. Umsetzung der Dialoge</b> .....	8
3.1. Marktschwärmer .....	8
3.2. Ernährungsrat Oldenburg.....	10
3.3. Regionalinitiative „Faszination Mosel“ .....	12
3.4. Regionalbündnis Thüringen e.V. ....	13
<b>4. Resümee</b> .....	14
<b>5. Broschüre zum Erzeuger-Verbraucher-Dialog</b> .....	14
<b>Quellenverzeichnis</b> .....	15

## 1. Kommunikationsoffensive zur Stärkung regionaler Landwirtschaft

### 1.1. Projektidee

Kommunikationsoffensive: In Gesprächs-Erlebnis-Aktionen sollen der Diskussionsprozess und der Austausch von Akteur\*innen aus Landwirtschaft, Initiativen und Verbraucherschaft sowohl auf regionaler als auch auf überregionaler Ebene gefördert werden. Dazu kann ein Erzeuger-Verbraucher-Dialog vorzugsweise als Abendveranstaltung mit maximal 50 Personen durchgeführt werden. Verschiedene Impulsvorträge geben den Teilnehmenden zunächst einen Input

für die bestimmende Thematik in der Region. Im Rahmen eines World Café kommen im weiteren Verlauf Erzeugende und Verbrauchende ins Gespräch. Durch mehrere Runden des World Cafés können verschiedene Sichten dargestellt werden und verschiedene Gesprächspartner\*innen zusammenfinden. Abschließend werden die Ergebnisse des World Cafés vorgestellt und mit den Teilnehmenden diskutiert.

### 1.2. Projektziele

Mit dem Instrument des Erzeuger-Verbraucher-Dialogs soll bundesweit ein gesellschaftlicher Dialog angestoßen werden, um zu mehr Verständnis für die Landwirtschaft und mehr Verständigung über neue Wege der Landwirtschaft beizutragen. Viele Landwirtinnen und Landwirte sind bereit, sich für Debatten zu öffnen, um nachhaltige Produktionsweisen mit dem ökonomisch Machbaren neu in Einklang zu bringen. Daher zeichnet sich die dringende Notwendigkeit eines stärkeren Dialogs und neuer Debatten ab, um

- » das gegenseitige Erzeuger-Verbraucher-Verständnis zu erhöhen und langfristig den Regionaltrend auch für einzelne landwirtschaftliche Betriebe nutzbar zu machen;
- » den Wert regionaler und saisonaler landwirt-

- schaftlichen Produkte zu verdeutlichen;
- » den Absatz landwirtschaftlicher, regional erzeugter Produkte zu erhöhen;
- » das Verständnis für umwelt- und ressourcenschonendes Wirtschaften zu erhöhen;
- » alternative Wege und Perspektiven für Betriebe, die auf Regionalvermarktung setzen wollen, aufzuzeigen.

Erzeuger-Verbraucher-Dialoge können maßgeblich dazu beitragen, Aufklärungsarbeit in der Verbraucherschaft zu leisten und gleichzeitig durch den Austausch von Wünschen, Wissen und guten Beispielen zu einer zukunftsfähigen Landwirtschaft führen.

## 2. Vorbereitung Erzeuger Verbraucher Dialog

### Aktualisierung der Projektübersicht & des Projektleitfadens

Im Rahmen der Fortsetzung des Projekts wurden die Projektübersicht und der Leitfaden aktualisiert. Neue Erkenntnisse aus bisherigen Erzeuger-Verbraucher-Dialogen wurden integriert, um den Leitfaden praxisnäher und anwendungsfreundlicher zu gestalten. Die überarbeitete Projektübersicht bietet einen klaren Überblick über das bisher Erreichte und die ge-

planten Schritte, wodurch Interessierte noch gezielter unterstützt werden können.

[\[Zur Projektübersicht als PDF\]](#)

[\[Zum kompletten Leitfaden als PDF\]](#)

### Erweiterung des Themenpools

Der Themenpool wurde um aktuelle und relevante Fragestellungen erweitert, die sich aus den bisherigen Dialogen ergeben haben. Themen wie „Nachhaltige Lebensmittelproduktion in Krisenzeiten“, „Klimaanpassung in der Landwirtschaft“ oder „Innovative

Vermarktungsstrategien für regionale Produkte“ bereichern nun die Auswahl. Diese Erweiterung ermöglicht es, Erzeuger-Verbraucher-Dialoge noch stärker an die Bedürfnisse der Regionen und Zielgruppen anzupassen.

### Erweiterung der Methodenpalette

Zur Unterstützung der Dialoggestalter\*innen wurde die Methodenpalette ausgebaut. Ergänzend zu bewährten Formaten wie World-Café und Podiumsdiskussion wurden interaktive Ansätze wie Fish-

bowl-Diskussionen und Online-Workshops hinzugefügt. Dadurch wird die Organisation der Dialoge flexibler und vielfältiger, was unterschiedliche Zielgruppen und Veranstaltungssettings anspricht.

### Öffentlichkeitsarbeit

Auch in der Fortsetzung des Projekts blieb die umfassende Öffentlichkeitsarbeit ein zentraler Bestandteil.

Die Projektwebsite wurde regelmäßig aktualisiert und bietet nach wie vor umfassende Informationen über die Ziele, Erfolge und geplanten Veranstaltungen. Social-Media-Kanäle wie Facebook, Instagram und LinkedIn wurden aktiv genutzt, um aktuelle Updates, Bilder und Termine zu teilen sowie den direkten Austausch mit Interessierten zu fördern.

Die REGIOpost und der Newsletter des Tag der Regionen dienen weiterhin als wichtige Kommunikationskanäle, um detaillierte Informationen zu den Dialogen und einen Aufruf zur Teilnahme zu verbreiten.

Mit diesen Maßnahmen wurde sichergestellt, dass das Projekt nachhaltig sichtbar bleibt und kontinuierlich neue Interessierte und Kooperationspartner\*innen gewonnen werden konnten.

### Kontaktaufnahme mit Dialoggestalter\*innen

Ein zentraler Schwerpunkt war die Kontaktaufnahme mit neuen potenziellen Dialoggestalterinnen. Über persönliche Gespräche, gezielte Netzwerkarbeit und die Einbindung in bestehende Veranstaltungen wurde aktiv für das Projekt geworben. Ziel war es, weitere Akteurinnen aus unterschiedlichen Regionen zu gewinnen, um die Reichweite und Wirkung der Erzeuger-Verbraucher-Dialoge nachhaltig zu steigern.

## Bundesweite Umsetzungspartner

### Bundesweit

#### 1. Marktschwärmer | Richardstraße 85/86 | 12043 Berlin

Marktschwärmer sind ein Netzwerk, das die Erzeugerschaft und Verbraucherschaft direkt miteinander verbindet, um den Zugang zu regionalen Lebensmitteln zu fördern und eine faire Bezahlung der Produzenten sicherzustellen.

Mit über 200.000 Mitgliedern, mehr als 3.000 regionalen Erzeugerinnen und Erzeugern und über 120 lokalen Schwärmereien, ist Marktschwärmer in Deutschland und Frankreich aktiv. Über die Schwärmereien können Verbraucher direkt und gebündelt bei kleinen und handwerklichen Erzeugern einkaufen und so die regionale Landwirtschaft und nachhaltige Produktionsweisen unterstützen. Diese Initiative verbindet nicht nur Menschen, sondern schafft ein Netzwerk, das aktiv zu einer nachhaltigen Zukunft beiträgt.<sup>1</sup>

### Niedersachsen

#### 2. Ernährungsrat Oldenburg | Bahnhofstr. 21 | 26122 Oldenburg

Der Ernährungsrat Oldenburg ist ein beratendes Gremium, das eng mit der Stadtpolitik und -verwaltung zusammenarbeitet, um eine nachhaltige, regionale und gerechte Versorgung mit Nahrungsmitteln in und um Oldenburg zu fördern. Als erster Ernährungsrat in Niedersachsen und einer der Pioniere in Deutschland wurde er im Oktober 2017 gegründet. Der Ernährungsrat setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern der Zivilgesellschaft, Landwirtschaft, Wirtschaft, Politik und Verwaltung zusammen und fördert den Dialog dieser Akteurinnen, um langfristig zukunftsfähige Strukturen für die Lebensmittelversorgung aufzubauen.

Durch verschiedene Projektgruppen werden Strategien, Veranstaltungen und Projekte entwickelt, die Themen wie urbane Gärten, Ernährungsbildung, Reduzierung von Lebensmittelverschwendung und Verbesserung der Schulverpflegung adressieren. Mit rund 35 ehrenamtlichen Mitgliederinnen und Mitgliedern, leistet der Ernährungsrat Oldenburg einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des regionalen Ernährungssystems. Unter dem Dach des Vereins „transfer – Netzwerk nachhaltige Zukunft“ agiert der Ernährungsrat als Plattform für Austausch und Vernetzung.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> vgl. [wirsind.marktschwaermer.de/](http://wirsind.marktschwaermer.de/)

<sup>2</sup> vgl. <https://ernaehrungsrat-oldenburg.de/ueber-uns/ernaehrungsrat-2/>

<sup>3</sup> vgl. [www.faszinationmosel.info/ueber-uns/](http://www.faszinationmosel.info/ueber-uns/)

### Rheinland-Pfalz

#### 3. Regionalinitiative „Faszination Mosel“ c/o Kreisverwaltung Bernkastel-Wittlich | Kurfürstenstraße 16 | 54516 Wittlich

Die Regionalinitiative "Faszination Mosel" ist aktuell ein informelles Netzwerk, das jedoch in den kommenden Jahren eine verbindliche Organisationsstruktur entwickeln möchte.

Ihre Ziele sind die Identität und den Stolz der Region Mosel zu stärken. Die Region Mosel zeichnet sich durch ein reiches kulturelles und bauliches Erbe, eine malerische Landschaft und eine Vielzahl von Unternehmen aus. In diesem Netzwerk werden die Bevölkerung, Vereine und Institutionen gleichermaßen einbezogen und deren Vorhaben unterstützt. Auf diese Weise wird ein positives Gemeinschaftsgefühl geschaffen, das als "WIR"-Gefühl sowohl im Alltag als auch nach außen hin strahlt. Dies trägt dazu bei, einen Mehrwert für die gesamte Region zu schaffen. Projekte und Ideen, die als Vorbilder dienen können, werden aktiv gefördert und in die Öffentlichkeit gebracht, um sie bekannter zu machen. Die Regionalinitiative bietet eine organisierte und strukturierte Plattform für die Zusammenarbeit und ist die ideale Plattform für bereichsübergreifende Projekte.

Die Regionalinitiative "Faszination Mosel" vereint verschiedene Aspekte der Region, darunter Wein, Tourismus, Kultur, regionale Produkte, Natur und Landschaft sowie das Weltkulturerbe Moseltal.<sup>3</sup>

### Thüringen

#### 4. Regionalbündnis Thüringen e.V. | Alfred-Hess-Straße 8 | 99094 Erfurt

Das Regionalbündnis Thüringen e.V. ist ein Zusammenschluss von engagierten Akteur\*innen, die sich gemeinsam für eine nachhaltige, umweltgerechte und eine sozialverträgliche Entwicklung in Thüringen einsetzen. Gegründet im Sommer 2020, möchten Sie Wissen teilen, gemeinsam Ideen und Lösungen finden und Menschen mit gleichen Zielen und Motivationen zusammenbringen.

Die Organisation vereint Fachwissen, Umsetzungskraft und eine tiefe Leidenschaft für regionale Wertschöpfung. Sie glauben an die Wichtigkeit und Wertigkeit regionalen Wirtschaftens und setzen sich aktiv

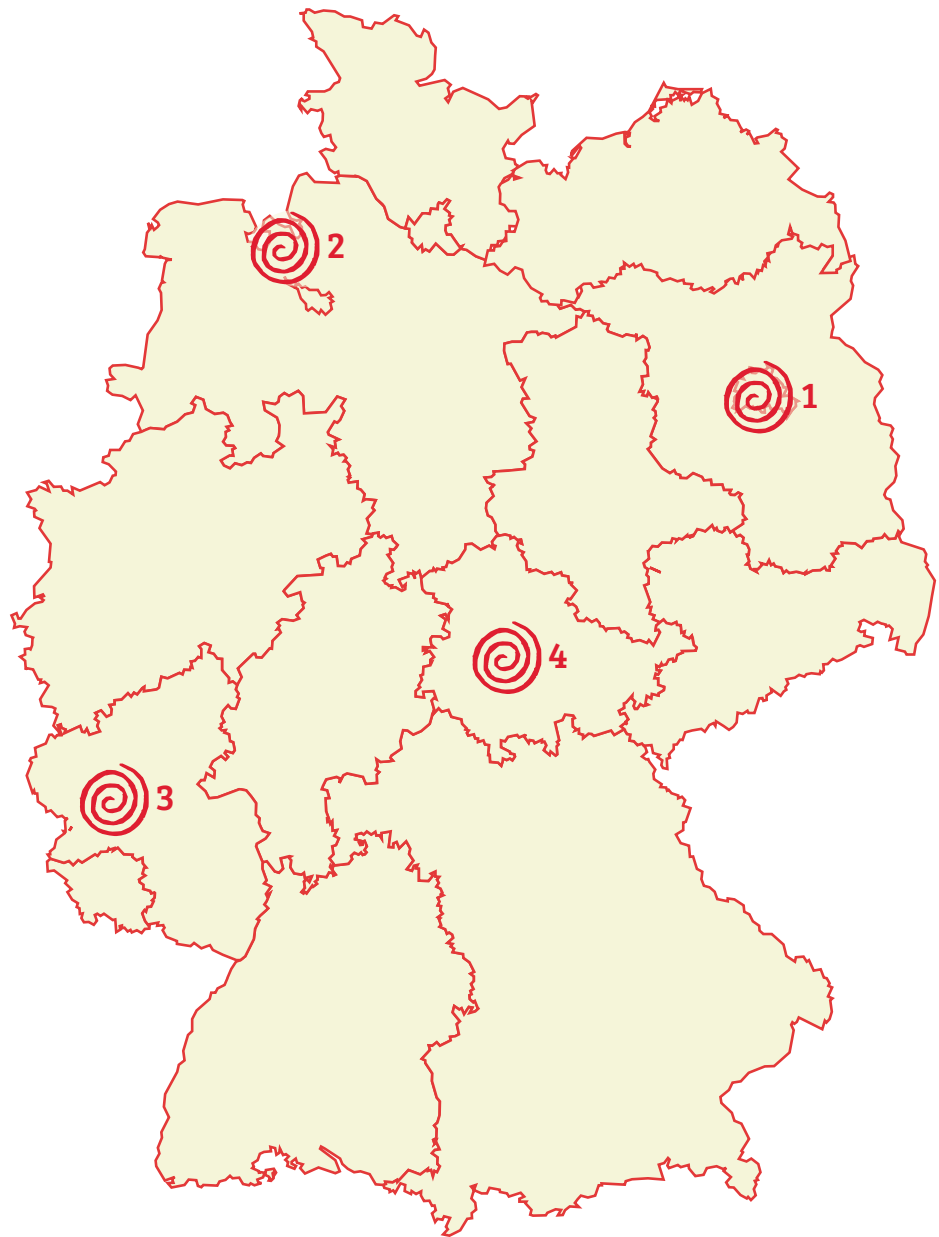


Abb.1: Verortung Kooperationspartner in Deutschland

für dessen Förderung ein.

Besonders am Herzen liegt Ihnen die Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen für die heutigen und zukünftigen Generationen in Thüringen. Sie streben danach, ein ganzheitliches Bewusstsein für die Bedeutung regionaler Wirtschaftskreisläufe zu schaffen und gestalten aktiv die Entwicklung von regionalen Wertschöpfungsketten mit.

Das Regionalbündnis Thüringen e.V. ist stolz darauf,

ein Partner beim Erzeuger-Verbraucher-Dialog zu sein und freut sich auf die Gelegenheit, die Leidenschaft und Engagement für nachhaltiges, regionales Wirtschaften zu teilen.<sup>4</sup>

.....  
 4 vgl. <https://regionalbuendnisthueringen.de/wir/>

# UMSETZUNG

## 3. Umsetzung der Dialoge

Die Durchführung der Erzeuger-Verbraucher-Dialoge war ein sorgfältig geplanter und koordinierter Prozess, der von umfassender Begleitung und Unterstützung geprägt war. In den folgenden Abschnitten

### 3.1. Marktschwärmer

Unter dem Motto „So schmeckt Marktschwärmer“ wurden regionale Lebensmittelvermarktung und Landwirtschaft in den Mittelpunkt gerückt. Gleichzeitig wurde das 10-jährige Jubiläum von Marktschwärmer in Deutschland gefeiert. Durch die Kooperation mit dem Bundesverband der Regionalbewegung inklusive dem Tag der Regionen, der AbL und dem pro agro e.V. wurde eine breite Aufmerksamkeit geschaffen, um die Begeisterung für regionale Lebensmittel und ihre Erzeuger\*innen zu steigern.

Im Rahmen des Projektes fanden acht Erzeuger-Verbraucher-Dialoge bei Marktschwärmereien in ganz Deutschland statt:

- » Schneeberg - Scheunenstraße
- » Freiberg - Zuger Straße
- » Magdeburg - Sudenburg
- » Lugau - Harfesigg
- » Schrobenshausen - Regensburger Straße
- » Kalletal - Am Markt
- » München - Milbertshofen - Am Hart
- » Landau an der Isar

werden wir die verschiedenen Veranstaltungen näher erläutern, um Ihnen einen Einblick in die umfangreiche Vorbereitung und Koordination dieser Veranstaltungen zu bieten.



Abb.2: Dialog bei den Marktschwärmern



Abb.3: Dialog bei den Marktschwärmern

### Öffentlichkeitsarbeit

Die Veranstaltungen wurden durch das Aktionsbündnis von Marktschwärmer, dem Tag der Regionen und weiteren Partnern beworben. Neben der Kommunikation über soziale Medien und lokale Netzwerke wurde Informationsmaterial zu regionaler Lebensmittelvermarktung bereitgestellt, um das Bewusstsein für die Vorteile der Direktvermarktung zu stärken.

### Themenvorstellung

Die Dialoge verfolgten das Ziel, die Vielfalt und Qualität regionaler Produkte zu präsentieren und den Austausch zwischen Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen zu fördern.

Thematisch standen die Direktvermarktung, die Bedeutung regionaler Wertschöpfungsketten und die Stärkung der Beziehung zwischen Produzent\*innen und Konsument\*innen im Fokus.

Besonderes Augenmerk lag darauf, Verbraucher\*innen die Verwendung und Zubereitung regionaler Le-



bensmittel näherzubringen, darunter auch weniger bekannte Produkte wie alte Obst- und Gemüsesorten oder selten genutzte Teile von Tieren.

## Programmablauf

Die Dialoge fanden an acht Standorten im gesamten Bundesgebiet statt, darunter München, Magdeburg, Kalletal und Schrobenhausen. Vor Ort konnten Kund\*innen regionale Erzeugnisse probieren, direkt mit Erzeuger\*innen ins Gespräch kommen und wertvolle Tipps zur Zubereitung und Verwendung erhalten.

Zur Unterstützung der Erzeuger\*innen wurde ein professionelles Verkostungs-Kit bereitgestellt, um die Teilnahme möglichst einfach und effektiv zu gestalten. Zusätzlich wurden Tombolas veranstaltet, bei denen regionale Produkte gewonnen werden konnten.

Insgesamt nahmen ca. 250 Kundinnen und über 100 weitere Besucherinnen teil, während mehr als 30 Erzeugerinnen ihre Produkte präsentierten.

## Ergebnis

Die Erzeuger-Verbraucher-Dialoge 2024 bei Marktschwärmer zeigten eindrucksvoll, wie wichtig der direkte Kontakt zwischen Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen für eine funktionierende regionale Lebensmittelversorgung ist. Sowohl die Erzeuger\*innen als auch die Teilnehmer\*innen schätzten



Abb.4: Dialog bei den Marktschwärmern

die Möglichkeit zum Austausch und die Chance, ein besseres Verständnis für regionale Lebensmittel zu schaffen. Das Feedback war durchweg positiv, und die Veranstaltungen zeigten erneut, wie bedeutend Wertschätzung und direkte Kommunikation für die Direktvermarktung sind.



Abb.5: Dialog bei den Marktschwärmern



Abb.6: Dialog bei den Marktschwärmern

## 3.2. Ernährungsrat Oldenburg

Am 23. August 2024 fand in Oldenburg ein Erzeuger-Verbraucher-Dialog mit dem Leitthema „Zukunft der regionalen Landwirtschaft“ statt. Die Veranstaltung bot Erzeugerinnen und Verbraucherinnen die Möglichkeit, miteinander ins Gespräch zu kommen, mehr über regionale Landwirtschaft zu erfahren und aktuelle Herausforderungen und Potenziale zu diskutieren. Organisiert wurde der Dialog von der Stadt Oldenburg, dem OOWV, der Regionalwert AG Bremen & Weser-Ems sowie der Marktschwärmerei Oldenburg.

### Öffentlichkeitsarbeit

Die Veranstaltung wurde über Pressemitteilungen, lokale Medien und soziale Netzwerke beworben. Auch vor Ort waren Infostände und Mitmachaktionen wichtige Elemente, um das Interesse der Verbraucher\*innen zu wecken und ein breites Publikum zu erreichen.



Abb.7: Diskussion über die Zukunft der Landwirtschaft

Klimaschutz in Oldenburg

Sie sind hier: [Startseite](#), [Leben & Umwelt](#), [Klimaschutz](#), [Aktuelles](#), [Erzeuger-Verbraucher-Dialog stößt auf großes Interesse](#)

### Erzeuger-Verbraucher-Dialog stößt auf großes Interesse

**Austausch zur Zukunft der regionalen Landwirtschaft offenbart Wünsche und Sorgen**

Am Freitag, 23. August 2024, fand der Erzeuger-Verbraucher-Dialog zum Thema „Zukunft der regionalen Landwirtschaft“ auf dem Bauernmarkt am Rathausmarkt und im Forum St. Peter statt. Die Veranstaltung bot Verbraucherinnen und Verbrauchern die Gelegenheit, mit regionalen Nahrungsmittelproduzentinnen und -erzeugern ins Gespräch zu kommen. Auf diese Weise erhielten sie einen Einblick in die Arbeit und Herausforderungen in der Landwirtschaft, konnten Fragen stellen sowie Wünsche äußern.

Und das Angebot wurde bestens angenommen: Zahlreiche Oldenburgerinnen und Oldenburger tauschten sich am Infostand des Bauernmarktes aus. Die Marktrallye fand wiederum gerade bei Kindern großen Anklang. Der Foodtruck „Geschmacksträger“ sorgte mit zwei leckeren aus regionalen Zutaten vom Bauernmarkt zubereiteten Gerichten für das leibliche Wohl. Diese waren bereits vor Veranstaltungsende ausverkauft – ein schöner Beitrag gegen Lebensmittelverschwendung.

**Landwirtinnen und Landwirte wünschen sich höhere Wertschätzung**

Bei der abendlichen Podiumsdiskussion kamen dann regionale Landwirtinnen und Landwirte mit der Landwirtschaftskammer Niedersachsen und der Regionalentwicklung des Landkreises Oldenburg ins Gespräch. Als große Herausforderungen insbesondere für kleinere Betriebe wurden die sehr hohen Pachtpreise, die anspruchsvolle Bürokratie und steigende Personalkosten benannt. Die Direktvermarktung sowie die damit verbundene persönliche Kundenbeziehung wurden dagegen als sehr wertvoll erachtet. Gleichzeitig wurde klar formuliert, dass sich die Arbeit in kleinen handwerklichen Strukturen nicht ausnahmslos für die Produktion von großen Lebensmittelmengen eignet und der Vermarktungsweg über größere Einzelhandelsketten nur schwer zugänglich ist.

Die Landwirtinnen und Landwirte äußerten außerdem den Wunsch, dass die Verbrauchenden wieder mehr über den Weg der Lebensmittel vom Feld bis zum Marktstand lernen und ihre Arbeit auf diesem Wege eine höhere Wertschätzung erfährt.

**Städtisches Förderprogramm ermöglicht Kooperation mit Foodtruck**

Die Veranstaltung wurde gemeinsam vom Bauernmarkt e. V., der Stadt Oldenburg, dem Ernährungsrat, dem Oldenburgisch-Ostfriesischen Wasserverband (OOWV), der Marktschwärmerei Oldenburg und der Regionalwert AG Bremen & Weser-Ems organisiert. Der Bundesverband Regionalbewegung e. V. unterstützt dabei, auf das Angebot aufmerksam zu machen.

Abb.8: Website der Stadt Oldenburg

## Dialog auf dem Bauernmarkt

**ERNÄHRUNG** Aktionstag bringt Landwirte und Kunden zusammen

VON ANKE BROCKMEYER

**OLDENBURG** – Kunden und Landwirte ins Gespräch bringen, mehr Verständnis und Wertschätzung füreinander wecken – das ist die Idee des Erzeuger-Verbraucher-Dialogs, der am Freitag, 23. August, zum ersten Mal in Oldenburg angeboten wird. Mit Aktionen für erwachsene Besucher und Kinder überrascht der Bauernmarkt auf dem Rathausmarkt von 14 bis 18 Uhr, eine Podiumsdiskussion vom 19 bis 21 Uhr im Forum St. Peter schließt sich an.

**Ins Gespräch kommen**

„Viele Verbraucher ist nicht bewusst, wie viel Arbeit hinter den angebotenen Produkten steckt – welche Schritte beispielsweise abzutreten, bis eine Tomate in den Verkauf kommt“, erklärt Judith Busch, Koordinatorin beim Ernährungsrat Oldenburg, der die Veranstaltung gemeinsam mit weiteren Akteuren anbietet. Im Fokus des Aktionstages steht die regionale Landwirtschaft mit kleinen bäuerlichen Betrieben. Genau sie erfüllen den Bauernmarkt jeden Freitag mit Leben. Obst und Gemüse aus dem Oldenburger Umland, Pilze, Kraut, Wild und anderes Fleisch, Eier und mehr werden hier von regionalen Produzenten angeboten. Sie haben nun Gelegenheit, über ihre Arbeit und die damit verbundenen Probleme zu erzählen: Arbeitskräftemangel und bürokratische Hürden sind auch in der Landwirtschaft Hemmnisse. Hinzu kommen Aspekte wie steigende Pachtpreise oder die Inflation. Aber auch die Verbraucher kommen zu Wort, können Fragen stellen und Wünsche äußern – die Faktoren setzen auf den offenen Dialog.

**Sommer ist Entzeit**

Das Datum der Veranstaltung ist bewusst gewählt. „Im Sommer kommen viele Lebensmittel direkt aus der Region. Das bietet Kunden die Gelegenheit, saisonal einzukaufen und damit auch lange Transportwege zu vermeiden.“

so Judith Busch. Denn: „Gerade im Nahrungsmittelbereich ist es für die Verbraucher relativ einfach, umweltbewusst einzukaufen.“ Gezielt und geplant einkaufen, um keine Lebensmittel wegwerfen zu müssen, möglichst auf Umverpackungen verzichten und zu regionalen Lebensmitteln greifen sind einige Punkte, mit denen Verbraucher Ziel setzen können für mehr Umweltschutz.

**Deutschlands.**

**Im Jahr 2023** wurden rund 16,6 Millionen Hektar landwirtschaftlich genutzt. Im Gegensatz zur Anzahl der Betriebe ist die landwirtschaftlich genutzte Fläche relativ konstant geblieben. Daher ist die durchschnittlich pro Betrieb bewirtschaftete Fläche gestiegen. So bewirtschaftete ein landwirtschaftlicher Betrieb 2023 im Durchschnitt etwa 65 Hektar (im Jahr 2000: 37 Hektar). Die durchschnittlich bewirtschaftete Fläche pro Betrieb ist also um rund 75 Prozent gestiegen. (Quelle: Bundesinformationszentrum Landwirtschaft)

**Das Programm**

Auf dem Bauernmarkt erwartet die Besucher an diesem Tag unter anderem eine Rallye, auf der die Marktstände erkundet werden, und ein mobiler Kochwagen, an dem Kinder regionale Rezepte ausprobieren dürfen. Malte Ibbken vom Restaurant Kaiserküche bereitet aus Zutaten direkt vom Bauernmarkt ein regionales Überraschungsgeschicht.

Am kommenden Freitag, 23. August, gibt es auf dem Bauernmarkt einen Aktionstag mit vielfältigen Programmen und Gesprächen.

**MEHR ZUM THEMA**

**Seit der Jahrtausendwende** ist die Anzahl landwirtschaftlicher Betriebe um fast 45 Prozent gesunken. 255.000 Höfe gab es 2023. Seit 2010 hat sich der Strukturwandel in der Landwirtschaft etwas verlangsamt, er schreitet dennoch weiter voran.

**Zwar sind** landwirtschaftliche Betriebe über 100 Hektar immer noch die Ausnahme: Etwas 85 Prozent aller Betriebe bewirtschaften weniger, nur 15 Prozent mehr als 100 Hektar. Diese großen Betriebe bewirtschaften zusammen allerdings 63 Prozent der gesamten Agrarfläche.

Judith Busch vom Ernährungsrat Oldenburg gehört zu den Initiatoren des Aktionstags.

An einem Infostand erfahren die Besucher mehr über nachhaltige Ernährung und lokale Initiativen rund um regionale Landwirtschaft. Am Abend rundet eine Podiumsdiskussion zum Thema „Zukunft der regionalen Landwirtschaft“ den Tag ab. Sie beginnt um 19 Uhr im Forum St. Peter, Peterstraße 22-26.

Die Veranstaltung wird organisiert von der Stadt Oldenburg, dem Wasserverband OOWV und dem Ernährungsrat sowie von der Regionalwert AG Bremen & Weser-Ems und der Marktschwärmerei.

Abb.9: Artikel aus der NWZ

## Themenvorstellung

Im Mittelpunkt der Veranstaltung stand die Zukunft der bäuerlichen Landwirtschaft und die Bedeutung regionaler Vermarktung. Es ging darum, mehr Verständnis für die Arbeit der Landwirtinnen zu schaffen, ihre Herausforderungen sichtbar zu machen und

gleichzeitig Verbraucher\*innen die Gelegenheit zu bieten, ihre Wünsche und Anliegen zu äußern. Themen wie Direktvermarktung, bürokratische Hürden und die Beziehung zwischen Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen wurden intensiv diskutiert.

## Programmablauf

Die Veranstaltung war in zwei Teile gegliedert:

### Bauernmarkt am Rathausplatz (14:00 – 18:00 Uhr)

Der Bauernmarkt wurde zum lebendigen Treffpunkt. Besucher\*innen konnten regionale Produkte kennenlernen und probieren, während eine Marktrallye Kinder und Erwachsene gleichermaßen begeisterte.

Malte Ibbeken von der Kaiserküche bereite vor Ort ein Überraschungsgericht aus regionalen Zutaten zu, das vor Ort genossen werden konnte. Ein Infostand bot Informationen zu nachhaltiger Ernährung und lokalen Initiativen, während Kinder beim mobilen Kochwagen des Ernährungsrats regionale Rezepte ausprobieren konnten.

### Podiumsdiskussion im Forum St. Peter (19:00 – 21:00 Uhr)

Am Abend diskutierten Erzeuger\*innen Christina Backhus, Arnd Eyting und Carolin Seevers mit Sabine Hoppe von der Landwirtschaftskammer und Jutta Benken vom Landkreis Oldenburg. Moderiert wurde die lebendige Diskussion vom Journalisten Lars Reckermann. Nach einem kurzen Input durch den OOWV zu den aktuellen Herausforderungen für die regionale Landwirtschaft standen die Erzeuger\*innen im Fokus.

Themen wie Direktvermarktung, Umweltfreundlichkeit ohne Zertifizierungen und die Bedeutung vertrauensvoller Beziehungen zwischen Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen wurden vertieft.

## Ergebnis

Die Veranstaltung wurde insgesamt gut angenommen. Insbesondere die Erzeuger\*innen des Bauernmarkts haben sich gefreut, verstärkt mit ihrer Arbeit in der Öffentlichkeit zu stehen. Der Zulauf beim Infostand auf dem Bauernmarkt war groß, es entstanden spannende Gespräche rund um die regionale Landwirtschaft.



Abb.10: Überraschungsgericht aus regionalen Zutaten



Abb.11: Diskussion über die Zukunft der Landwirtschaft

## 3.3. Regionalinitiative „Faszination Mosel“

Im Rahmen des Projektes wurde ein Konzept für einen Dialog mit dem Thema „Die Land- und Weinwirtschaft von morgen: Ein Erzeuger-Verbraucher-Dialog über die Ansprache junger Zielgruppen“ entwickelt.

Ziel war es, die Herausforderungen und Chancen der Landwirtschaft und des Weinbaus für die nächste Generation zu beleuchten und den Austausch zwischen Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen zu fördern.

### Öffentlichkeitsarbeit

Zur Bewerbung der Veranstaltung wurden verschiedene Kanäle genutzt. Neben Einladungen an regionale Erzeugerinnen, Verbraucherinnen und Institutionen

### Themenvorstellung

Unter dem Überthema "Die Land- und Weinwirtschaft von morgen:" sollten folgender Fokus gesetzt werden:

- » Digitale und analoge Ansprache junger Zielgruppen: Welche Formate sind erfolgreich? Wo bestehen Hürden?
- » Trends und Innovationen: Was erwarten junge

### Programmablauf

Das Konzept sah eine lebendige Mischung aus Impulsvorträgen, moderierten Diskussionen und interaktiven World-Café-Runden vor.

Nach einer Einführung durch die Landwirtschaftliche Rentenbank und thematischen Referaten sollte das World Café den Austausch an drei Thementischen fördern:

- » Digitale und analoge Ansprache Traditionelle Angebote für junge Zielgruppen
- » Innovationen
- » und Verbrauchertrends.

Leider musste die Veranstaltung aufgrund von Krankheit abgesagt werden und wird im nächsten Jahr nachgeholt.

Das Konzept bleibt ein wertvolles Beispiel für die Organisation eines Erzeuger-Verbraucher-Dialogs und bietet Anregungen, wie ähnliche Veranstaltungen in Zukunft erfolgreich umgesetzt werden können.

wie Schulen und Landjugendorganisationen wurden auch soziale Medien und lokale Presse einbezogen, um eine breite Zielgruppe zu erreichen.

Verbraucher\*innen? Wie können regionale Produkte und Dienstleistungen attraktiver gemacht werden?

- » Die Bedeutung von Landwirtschaft und Weinbau als Erlebnisse: Wie können diese Bereiche stärker im Bewusstsein der jungen Generation verankert werden?

Als Abschluss war eine Präsentation der Ergebnisse sowie ein Highlight mit jungen Vertreter\*innen der Landwirtschaft geplant. Der Abend sollte mit einem geselligen Ausklang inklusive Filmen zur Regionalität enden.

## 3.4. Regionalbündnis Thüringen e.V.

Am 20. Oktober 2024 lud das Regionalbündnis Thüringen auf den Acker von Gärtner Konrad ein, um mit Verbraucher\*innen über die Wertschätzung für krummes und unperfektes Gemüse zu sprechen. Unter dem Titel „Krumme Möhre = weniger wert?“ wurde thematisiert, warum auch weniger makellose Produkte dieselben Nährstoffe und denselben Arbeitsaufwand erfordern wie die „perfekten“ Exemplare.

### Öffentlichkeitsarbeit

Die Veranstaltung wurde über Pressemitteilungen und lokale Netzwerke beworben, um eine breite Zielgruppe anzusprechen. Der persönliche, praxisnahe Rahmen und die Möglichkeit, direkt mit dem Erzeuger\*innen ins Gespräch zu kommen, weckten großes Interesse bei den Verbraucher\*innen.

### Themenvorstellung

Im Mittelpunkt des Dialogs stand die Frage, wie Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen gemeinsam dazu beitragen können, die Akzeptanz und Wertschätzung für krumme oder geplatzte Möhren und andere nicht standardisierte Produkte zu steigern. Gärtner Konrad

### Programmablauf

Der Dialog fand direkt auf dem Acker statt und begann um 15 Uhr mit einer Begrüßung durch Gärtner Konrad. Die Teilnehmer\*innen wurden eingeladen, über das Gemüesfeld und durch den Folientunnel zu streifen, wo sie mehr über den Anbau und die Pflege von Möhren und anderem Gemüse erfuhren. Im Anschluss an die Feldführung gab es eine warme Gemüesuppe, die in gemütlicher Atmosphäre Gelegenheit für weitere Gespräche bot. Der Dialog endete mit einem offenen Austausch zwischen Erzeuger und Verbraucher\*innen.

### Ergebnis

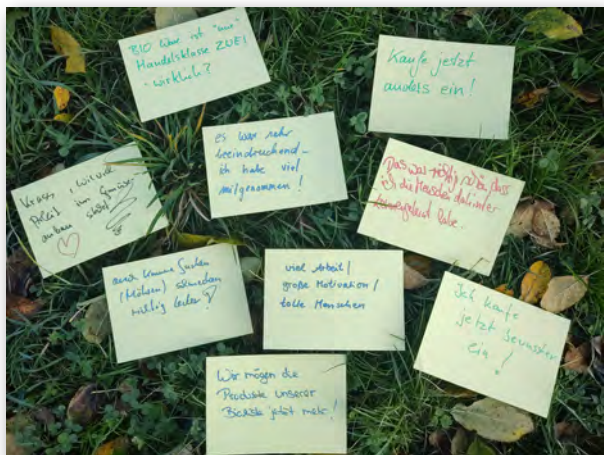


Abb.13: Ergebnisse des thüringischen Dialogs



Abb.12: Diskussionsrunde

gab Einblicke in seine tägliche Arbeit auf dem Gemüesfeld und erklärte, welchen Aufwand die Pflege seiner Pflanzen erfordert. Ziel war es, das Bewusstsein für die Bedeutung nachhaltiger Landwirtschaft und die Wertschätzung aller Produkte zu stärken.



Abb.14: Website der Öko Markt Gemeinschaft

## 4. Resümee

Die Erzeuger-Verbraucher-Dialoge haben eindrucksvoll gezeigt, wie wichtig der direkte Austausch zwischen Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen für die Förderung einer nachhaltigen und regionalen Lebensmittelversorgung ist. Mit vielfältigen Themen, innovativen Methoden und einer breiten Zielgruppe konnten die Dialoge in zahlreichen Regionen Deutschlands umgesetzt werden und einen bedeutenden Beitrag zur Stärkung regionaler Wertschöpfungsketten leisten.

Die Veranstaltungen haben deutlich gemacht, dass Verbraucher\*innen großes Interesse daran haben, mehr über die Herkunft ihrer Lebensmittel zu erfahren und die Arbeit der Erzeuger\*innen besser zu verstehen. Gleichzeitig boten sie Erzeuger\*innen die Möglichkeit, ihre Produkte zu präsentieren und in den direkten Dialog zu treten, um Einblicke in ihre täglichen Herausforderungen zu geben. Dieser Austausch stärkte nicht nur das gegenseitige Verständnis, sondern auch das Vertrauen zwischen beiden Seiten.

Die Themenschwerpunkte der Dialoge, von der Wertschätzung krummer Möhren bis hin zu inno-

vativen Ansätzen in der Direktvermarktung, wurden regional angepasst und trafen auf große Resonanz. Besonders hervorzuheben ist die kreative Nutzung von Formaten wie World-Cafés, Verkostungsaktionen und Podiumsdiskussionen, die intensive Diskussionen und neue Impulse ermöglichten.

Die Rückmeldungen der Teilnehmenden waren durchweg positiv. Viele Verbraucher\*innen äußerten, dass sie durch die Dialoge neue Perspektiven gewonnen haben, und Erzeuger\*innen schätzten die Wertschätzung und direkte Rückmeldung zu ihrer Arbeit.

Insgesamt haben die Erzeuger-Verbraucher-Dialoge nicht nur wichtige Erkenntnisse über nachhaltige Landwirtschaft und regionale Lebensmittelvermarktung geliefert, sondern auch neue Netzwerke und Kooperationen angestoßen, die das Potenzial haben, langfristige Veränderungen zu bewirken. Sie sind ein gelungenes Beispiel dafür, wie gemeinsamer Dialog zur Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft beitragen kann.

## 5. Broschüre zum Erzeuger-Verbraucher-Dialog

Die Broschüre „**Erfolgreiche Erzeuger-Verbraucher-Dialoge: Ein Praxisleitfaden für nachhaltige Begegnungen und regionale Zusammenarbeit**“ bietet umfassende Unterstützung für alle, die einen Erzeuger-Verbraucher-Dialog organisieren möchten. Sie richtet sich an Initiativen, Vereine, Kommunen und Einzelpersonen, die den Austausch zwischen Erzeuger\*innen und Verbraucher\*innen fördern und nachhaltige Impulse für regionale Lebensmittelversorgung setzen möchten.

In dieser praxisorientierten Broschüre werden u.A. folgende Bereiche vorgestellt:

- » **Erprobte Methoden und Formate:** Von World-Cafés über Verkostungsaktionen bis hin zu Podiumsdiskussionen – die Broschüre stellt zahlreiche Ansätze vor, die sich in der Praxis bewährt haben.
- » **Themenvorschläge und Best Practices:** Die Broschüre bietet einen breiten Themenpool und vermittelt Eindrücke von Dialoggestalter\*innen.
- » **Konkrete Planungshilfen:** Checklisten, Zeitpläne und organisatorische Tipps erleichtern die Vorbereitung und Durchführung der Dialoge.
- » **Erfolgsfaktoren:** Sie gibt Einblicke, wie die Beteiligung gefördert, Diskussionen moderiert und ein nachhaltiger Mehrwert geschaffen werden kann.

Ziel ist es, Begegnungen zu schaffen, die das Verständnis für Landwirtschaft stärken, nachhaltige Ideen fördern und die regionale Zusammenarbeit intensivieren.

Die Broschüre lädt dazu ein, aktiv zu werden und selbst Erzeuger-Verbraucher-Dialoge zu gestalten – für eine zukunftsfähige Landwirtschaft und eine bewusste, regionale Ernährungskultur.



Abb.15: Titelseite der Broschüre "Erfolgreiche Erzeuger-Verbraucher-Dialoge"

# Quellenverzeichnis

## Literatur

**Ernährungsrat Oldenburg** (2024). Über uns. Homepage. Abgerufen 5.11.2024 von <https://ernaehrungsrat-oldenburg.de/ueber-uns/ernaehrungsrat-2/>

**Faszination Mosel** (2023). Über uns. Homepage. Abgerufen 25.10.2023 von <https://www.faszinationmosel.info/ueber-uns/>

**Marktschwärmer** (2024). Wir sind. Homepage. Abgerufen 5.11.2024 von <https://wirsind.marktschwaermer.de/>

**Regionalbündnis Thüringen e.V.** (2023). Wir. Homepage. Abgerufen 25.10.2023 von <https://regionalbuendnisthueringen.de/wir/>

## Abbildungen

Abb.1:Verortung Kooperationspartner in Deutschland (Darstellung; Jana Berger, BRB) .....	7
Abb.3:Dialog bei den Marktschwärmern (Felix Virmani, Marktschwärmer Deutschland) .....	8
Abb.2:Dialog bei den Marktschwärmern (Felix Virmani, Marktschwärmer Deutschland) .....	8
Abb.5:Dialog bei den Marktschwärmern (Felix Virmani, Marktschwärmer Deutschland) .....	9
Abb.4:Dialog bei den Marktschwärmern (Felix Virmani, Marktschwärmer Deutschland) .....	9
Abb.6:Dialog bei den Marktschwärmern (Felix Virmani, Marktschwärmer Deutschland) .....	9
Abb.8:Website der Stadt Oldenburg (Stadt Oldenburg).....	10
Abb.7:Diskussion über die Zukunft der Landwirtschaft (Ernährungsrat Oldenburg).....	10
Abb.9:Artikel aus der NWZ (NWZ) .....	10
Abb.10:Überraschungsgericht aus regionalen Zutaten (Ernährungsrat Oldenburg) .....	11
Abb.11:Diskussion über die Zukunft der Landwirtschaft (Ernährungsrat Oldenburg) .....	11
Abb.13:Ergebnisse des thüringischen Dialogs (Anne Häselbarth, Regionalbündnis Thüringen) .....	13
Abb.12:Diskussionsrunde (Anne Häselbarth, Regionalbündnis Thüringen).....	13
Abb.14:Website der Öko Markt Gemeinschaft (Öko Markt Gemeinschaft) .....	13
Abb.15:Titelseite der Broschüre "Erfolgreiche Erzeuger-Verbraucher-Dialoge" (Darstellung; Jana Berger, BRB) .....	14

## Danksagungen und Schlussworte

Wir möchten uns herzlich bei den Dialoggestalter\*innen für die herausragende Zusammenarbeit während des Projektes der "Kommunikationsoffensive zur Stärkung regionaler Landwirtschaft" bedanken. Herzlichen Dank für Ihre wertvolle Partnerschaft!

Mit freundlichen Grüßen,  
Dagmar Gluns und Jana Berger

## Kommunikationsoffensive - Dokumentation 2024

Herausgeber: Bundesverband der Regionalbewegung e.V.

Erarbeitung: Bundesverband der Regionalbewegung e.V. in Zusammenarbeit mit den Kooperationspartnern des Erzeuger-Verbraucher-Dialogs 2024

Redaktion: Jana Berger

Layout & Satz: Jana Berger

Bilder: siehe Abbildungsverzeichnis

Dezember 2024

Gefördert durch die



### **Bundesverband der Regionalbewegung e.V.**

Im Bundesverband der Regionalbewegung e.V. (BRB) werden vielfältige Aktivitäten einer regionalen nachhaltigen Entwicklung gebündelt und vorhandene Ansätze durch weitere Impulse unterstützt und vernetzt. Der Bundesverband sieht in einer auf regionalen Wirtschaftskreisläufen basierenden Wirtschaftspolitik einen wichtigen Beitrag zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen, zur Wahrung der regionalen Identität und zur Verbesserung der Lebensqualität. Dafür bedarf es einer Vernetzung von Agrarpolitik, regionaler Wirtschaftspolitik und Kommunalpolitik. Die Landwirtschaft, das Handwerk und Dienstleistungsbetriebe bilden dabei das Rückgrat für einen multifunktionalen ländlichen Raum, ergänzt durch eine Aktivierung der Bürgergesellschaft zur Übernahme von Eigenverantwortung.

Zielsetzung der Regionalbewegung ist der Erhalt der Lebensgrundlagen für Menschen, Tiere und Pflanzen. Hierzu gehören Wasser, Luft, Boden und Energie, aber auch Arbeitsplätze, gute Arbeitsbedingungen und faire Preise. Regionales Wirtschaften bildet hierfür die Basis – hat aber nur dann eine Chance, wenn es politisch und gesellschaftlich akzeptiert und praktiziert wird.

Unter dem Dach des Bundesverbandes der Regionalbewegung schließen sich einzelne Initiativen zusammen, um gemeinsam Verantwortung für die Erhaltung der Lebensgrundlagen zu übernehmen, sich gegenseitig zu unterstützen und kreativ Umsetzungsmöglichkeiten für die jeweilige Region zu finden. Im Bundesverband der Regionalbewegung e.V. sind derzeit über 360 Mitgliedsorganisationen vernetzt.

[www.regionalbewegung.de](http://www.regionalbewegung.de)

Gefördert durch die



**rentenbank**