

Agenda-Forum: Bauernmärkte

Dokumentation des Agenda-Forums „Bauernmärkte“ am Montag, 24. Februar 2014 von 18 bis 21 Uhr im Gartenbaumuseum, Siebeckstraße 14, 1220 Wien

TeilnehmerInnen: ca. 30 Agenda-Aktive und Interessierte aus ganz Wien

Methoden, Gestaltung, Moderation, Dokumentation: Kirsten Förster, Milena Grossauer, Lena Mally, Eva Schönher (LA21 Donaustadt)



Das Agenda-Forum der AgendaDonaustadt widmete sich dem Thema Lebensmittelbeschaffung in der Stadt – abseits vom Einkaufen in Supermärkten. Der Schwerpunkt des Agendaforums lag bei Bauernmärkten, kurz wurden auch Food-Coops, Ab-Hof-Verkauf und Selbsterntefelder vorgestellt.

Es nahmen StandlerInnen, ProduzentInnen, VertreterInnen der Stadt Wien sowie Agenda-Gruppen aus unterschiedlichen Bezirken an dem Treffen teil. Gemeinsam wurde das Entwicklungs- bzw. Veränderungspotenzial von Bauernmärkten ausgelotet.

Zu diesem Thema hat die Lokale Agenda 21 ein Video produziert:



Märkte in der Lokalen Agenda 21 Wien

https://www.youtube.com/watch?v=dmmDYiHtC1s&list=UUOdxGGpnOrTbEfo_aZkFK1A&feature=share

Programm:

- 1) Ankommen und Gustieren am Ideen-Markt
- 2) Begrüßung und Überblick
- 3) Dreigängiges Markt-Menü mit Diskussion
- 4) Highlights aus den Diskussionen
- 5) gemütlicher Ausklang

1) Ankommen und Gustieren am Ideen-Markt

Am Ideenmarkt konnten sich die TeilnehmerInnen über alternative Wege der Lebensmittelbeschaffung in der Stadt informieren. Dazu gab es zwei kleine Marktstände mit Gemüseboxen, in denen sich je ein Informationsblatt sowie diverses Anschauungsmaterial befanden. Vorgestellt wurden folgende Konzepte:

- FoodCoop
- CSA (Community Supported Agriculture)
- Selbsterntefelder, Gemeinschaftsgärten, Biokiste
- Ernten im öffentlichen Raum



Die Informationsblätter zu diesen 4 Themenbereichen befinden sich im Anhang. Auch Informationsbroschüren der Agenda-Bezirke und von TeilnehmerInnen lagen auf.

2) Begrüßung und Überblick

Nach der Begrüßung folgten kurze Interviews mit verschiedenen AkteurInnen und ExpertInnen zum Thema Bauernmärkte und alternative Lebensmittelbeschaffung in der Stadt:

FoodCoop

David Gefen von der FoodCoop Klappertopf im 3. Bezirk erläuterte kurz den Entstehungsprozess der FoodCoop, die ihr Lager im Dezember 2013 eröffnet hat und mittlerweile bereits 60 Personen umfasst. Das Lager zur Verteilung der Lebensmittel und alle anderen organisatorischen Aufgaben werden ehrenamtlich und mit viel Eigeninitiative betrieben. Seine Motivation mitzumachen war die wiederkehrende Frustration im

Supermarkt, über die immer gleichen Produkte. Zentrales Anliegen ist natürlich auch das Unterstützen nachhaltiger, ökologischer und regionaler Landwirtschaft. Die Entscheidungs- und Organisationsprozesse sind kommunikationsintensiv und eine herrliche Gelegenheit zum Verhandeln und Diskutieren.

Ab-Hof-Verkauf

Milena Grossauer von der AgendaDonaustadt wurde zum Thema Ab-Hof-Verkauf interviewt, denn es gibt auch Höfe und Gärtnereien in Wien, etwa im 22., 23. und 11. Bezirk. Der 22. Bezirk ist in dieser Hinsicht eine Besonderheit, da es dort sehr viele Betriebe gibt, die alle auch in der Broschüre „Asperner Riese, Zebratome, Miese Schindler“ der AgendaDonaustadt zu finden sind. Milena Grossauer riet dazu den Ab-Hof-Einkauf mit einem netten Ausflug zu verbinden. Die Vorteile dieser Art des Einkaufs sind: Der Bezug zu ProduzentInnen und Produkten und die Unterstützung regionaler (ökologischer) und saisonaler Landwirtschaft. (Die Broschüre kann man hier downloaden: <http://la21wien.at/die-la-21-bezirke/22-bezirk/agenda-nachlese>)

Märkte in Agenda-Bezirken

Die VertreterInnen anderer Agenda-Bezirke in denen es schon Bauernmärkte gibt, stellten kurz deren Märkte vor.

Aus dem 9. Bezirk erzählte Liette Clees vom Sobieski Markt. Der Markt ist auf einem kleinen Platz mit Brunnen und Cafés. Der Markt besteht aus einem Stand vom Biohof Adamah und findet jeden Samstag von 8-13 Uhr statt.

Im 22. Bezirk gibt es seit drei Jahren den Stadlauer Bauernmarkt. Rund sechs StandlerInnen bieten dort jeden zweiten Freitag von 8-13 Uhr ihre Ware an. Derzeit läuft die Planung eines weiteren Bauernmarkts auf Hochtouren. Voraussichtlich gibt es ab Mitte März am Schrödingerplatz in Kagran einen Bauernmarkt.

Roland Stadler, der neue Obmann vom Fasanmarkt im 3. Bezirk, erklärte, dass der Fasanmarkt 2011 als Bauern-Kunstmarkt startete. Derzeit plant die Agenda-Gruppe einen Relaunch des Marktes, der auf 4 Säulen basiert: Kunst, Gastronomie, Bauernmarkt, Information

Außerdem gibt es im 8. Bezirk Überlegungen und Diskussionen einen Bauernmarkt einzurichten.



3) Dreigängiges Markt-Menü mit Diskussion und Highlights aus den Diskussionen

Die Diskussionsrunde gestaltete sich folgendermaßen: Ein Abendessen mit 3 Gängen wurde an 3 Tischen mit je 10 Personen serviert. Pro Gang wurde 20 Minuten über einen Fragenblock diskutiert, danach wechselten die Gäste zu einem der anderen Tischen um beim nächsten Gang über den nächsten Frageblock zu diskutieren. Jeder Tisch hatte eine Gastgeberin, die den Austausch moderierte und die Inhalte festhielt. Gastgeberinnen an den Tischen waren Katja Arzberger (Agenda 3), Liette Clees (Agenda 9 und 23) und Nora Löchli (Praktikantin LA 21 Wien).

• Vorspeise: Rote Rüben-Kren Salat

Fragestellung: Bedeutung von Bauernmärkten im Stadtteil? Wie beginnt man einen Bauernmarkt? Welche AkteurInnen sind wichtig, welche Plätze geeignet?



Bauernmärkte bedeuten Lebensmittel, Genuss, Geruchsvielfalt und sinnliches Erleben. Sie sind Treffpunkt, bieten Platz für Austausch und Kommunikation und das Entstehen sozialer Beziehungen. Zusätzlich sind sie eine Plattform für die Vermittlung von Hintergrundwissen zu Produkten, deren Herkunft und Entstehung, sowie zum Kennenlernen von lokalen ProduzentInnen und neuen Produkten.

Einen Markt zu gründen wurde von allen TeilnehmerInnen als kompliziertes und aufwendiges Verfahren angesehen. Das beginnt schon bei der Entscheidung welche Art von Markt überhaupt angestrebt werden sollte, bspw. ob Straßenstand, Ausweisung als Marktgebiet, Vereinsgründung und Gelegenheitsmarkt.

Dazu kommen weitere Fragen: Wie funktioniert ein Genehmigungsverfahren? An wen müssen sich die VerkäuferInnen wenden? Kommt es zu Kontrollen, wie werden diese durchgeführt? Wichtig wären daher Checklisten und Leitfäden um Gründungsprozesse zu vereinfachen. Eine Unterstützung durch die Politik wurde als wünschenswert erachtet, damit sich der Verwaltungsakt weniger mühsam gestaltet.

Um überhaupt als Markt wahrgenommen zu werden, ist auch eine Mindestanzahl an Ständen („ein Stand ist kein Markt“) und eine größere Auswahl an Produkten notwendig. Ohne einem ausreichenden Angebot funktioniert kein Markt. Auch Frequenz kann nur mit einer ausreichenden Anzahl von Ständen gewährleistet werden.

Die Wahl des Standortes ist sehr wichtig: Eine Frequenzlage, ein belebter Ort, damit „der Markt zu den Leuten kommt“ wird als Erfolgselement genannt. Andererseits gibt es aber auch Märkte auf „Insiderplätzen“, die sehr erfolgreich sind.

Die Geschäfte rundherum sind eventuell auch wichtig für die Frequenz, es stellt sich da die Frage, welche Art von Geschäften. So wurde auch diskutiert, ob Supermärkte in nächster Nähe eher mehr Konkurrenz zum Bauernmarkt sind oder ob sie die Attraktivität des Marktstandortes zusätzlich erhöhen.

Es wurde auch über die Idee von einem mobilem Bauernmarkt mit einer bestimmten Route und bestimmtem Sortiment gesprochen und ob das in Wien überhaupt funktionieren könnte.

- **Hauptspeise: Erdäpfelstrudel mit Kräuterrahm**

Wie können Bauernmärkte belebt werden? Welche Zusatzangebote können auf Bauernmärkten stattfinden? Welche Ideen der Bewerbung gibt es?



Wie Bauernmärkte belebt werden können, hängt vom Standort ab: gibt es U-Bahn Stationen in der Nähe, Geschäfte, Cafés, Gastronomie im Allgemeinen.

Wichtiges Element um Menschen für einen Bauernmarkt zu interessieren und anzulocken sind Veranstaltungen und ein Rahmenprogramm. Wobei die VerkäuferInnen meist nicht direkt zum Zeitpunkt der Veranstaltung profitieren. Wichtig sind Veranstaltungen auch, um mediales Interesse zu erwecken. Grundsätzlich stellt sich aber die Frage, welche Art von Veranstaltung (Musik, Akrobatik, Tanz, mobiles Theater) für einen Markt gut ist. So beurteilen einige DiskussionsteilnehmerInnen ein Musikangebot als eher störend. Auch kann ein Programm polarisierende Wirkung haben, wenn es nicht für alle BesucherInnen ansprechend ist. Generell sollte die Optik von Bauernmärkten angenehm sein und viel Dekoration um das sinnliche Erlebnis zu unterstützen. Sehr wichtig ist auch die Gastronomie, die Möglichkeit des Konsumierens von Hausgemachtem vor Ort, Stände zum Verkosten sowie Sitzmöglichkeiten oder Stehpulte.

Die Menschen sollen am Markt direkt angesprochen werden - persönlich auf die Leute zugehen ist wichtig. Vielleicht sind zu Beginn Infostände eine Möglichkeit Leute anzusprechen. Die Vernetzung mit lokalen Vereinen vor Ort ist sicherlich förderlich.

Kinder sind ein starker Frequenzbringer, sie bringen die Familie mit.

Wochenmärkte bekommen kaum Aufmerksamkeit von den Medien (Regelmäßigkeit), aber ein Markt braucht auch Zeit sich zu etablieren und eine gewisse Regelmäßigkeit um

angenommen zu werden. Wichtig ist, die Termine bekannt zu machen. Eventuell in einem kleinen Kalender, der verteilt werden kann. Termine sollten in der Bezirkszeitung stehen.

Ein eigenes Logo mit Wiedererkennungswert unterstützt die Bewerbung.

Die Bewerbung im Internet sollte forciert werden, vor allem im Bereich social media. So kann informiert und direkt eingeladen werden. Eine weitere Möglichkeit zur Bewerbung wäre die Gründung einer Wien-weiten Plattform, diese sollte attraktiv und interaktiv sein, und eventuell mit Videos aufgepeppt werden.

Zwei Kooperationsideen tauchten in den Diskussionen auf:

Idee der Kooperation mit Einkaufsstraßen – Shopping mit Markteinkauf verbinden
Zusammenschluss mit bestehendem Markt?

Idee eines Zusammenschluss der Bauern/Bäuerinnen: Gemeinsame Lieferung nach Wien, gemeinsamer Verkauf, gemeinsamer Gewinn

• **Nachspeise: Heidelbeer-Graumohn-Muffin**

Was sind Kriterien für einen guten Bauernmarkt?

Was macht erfolgreiche Bauernmärkte aus?



Kriterien für einen guten Bauernmarkt sind: gute Ware, gute Händler, guter Ort, Produktvielfalt (mindestens 4 verschiedene Produktsorten, nur Obst und Gemüse - das reicht nicht, auch Fleisch, Eier, Brot) und mehrere Stände mit ähnlichen Produkten – ganz im Sinne von „Konkurrenz belebt das Geschäft“. Auch Kombinationen beim Angebot sind denkbar, z.B. Bauernmarkt in Kombination mit Kunstmarkt, Flohmarkt oder Seifenmarkt. Ehrliche qualitative Produkte sind jedenfalls das zentrale Element eines guten Bauernmarkts. Authentizität ist ebenfalls wichtig, ProduzentInnen sollten daher vor Ort sein und ihre Produkte selber verkaufen bzw. selber verkaufen lassen. Es ist nicht gut, wenn es nur HändlerInnen gibt. Ein Bauernmarkt sollte speziell sein, aber trotzdem auch die Möglichkeit bieten praktisch einzukaufen. Was ist wichtiger: praktisch einkaufen oder das Drumherum? Diese Frage entstand in der Diskussion.

Unterstützung bei der Etablierung eines neuen Marktes sollte angeboten (Beratung, Ansprechpersonen etc.) und Wissensmanagement (Wissen sammeln, Wissensaustausch, Checklisten erstellen) betrieben werden. Da das Erscheinungsbild enorm wichtig ist, sollte auch das Know-How zur richtigen Präsentation vermittelt werden.

Weitere mögliche Erfolgsfaktoren: Musik, Regelmäßigkeit, Aufenthaltsmöglichkeiten wie Sitzgelegenheiten, Marktbesuch als Event - Angebotskombination mit Themenschwerpunkten, „Volksfestcharakter“;

Erfolgselement ist auch die Preisgestaltung, diese sollten nicht zu hoch sein. Die Qualität der Produkte ist aber ausschlaggebend für den Erfolg eines Bauernmarktes.

Evelina Lundqvist und Lena Kern von Zero Waste Jam erzählten von ihren persönlichen Erfahrungen mit Bauernmärkten. Sie stellen Marmeladen aus Früchten her, die ansonsten weggeworfen würden. Sie sammeln die gespendeten Früchte von verlassenen Bäumen oder nutzen Überschüsse aus privaten Gärten und Wäldern. Ihre Produkte verkaufen sie auf Märkten. Trotz des etwas höheren Preises werden sie von den KundInnen gut angenommen. Das obwohl sie kein Biozertifikat haben, da die Früchte unter anderem wild gesammelt werden oder aus Spenden stammen. Die rechtliche Seite ist nach wie vor schwierig, aber bisher hat es geklappt die Genehmigungen zu erhalten.

David Gefen von der FoodCoop Klappertopf findet Bauernmärkte ideal, um ProduzentInnen für die Belieferung der FoodCoop zu finden.

Manfred Bischof vom Marktamt und Gabriele Schrack, Bezirkskordinatorin der Donaustadt, machten zum Abschluss noch einmal allen Mut, trotz des Verwaltungsaufwandes nicht aufzugeben.

Ein wichtiger Punkt in der Diskussion war Wissensmanagement und –weitergabe. Deshalb befindet sich im Anhang der Leitfaden Bauernmarkt, den die AgendaDonaustadt aus den Erfahrungen des Stadlauer Bauernmarkts entwickelt hat.

Hier sind Ansprechpersonen und Links zu einigen der vorgestellten Projekte aus Wien:

Evelina Lundqvist von Zero Waste Jam: evelina@zerowastejam.com

David Gefen von der FoodCoop Klappertopf: <http://www.klappertopf.at/>

Margret Zimmermann von essenswert.at: office@essenswert.at

4) gemütlicher Ausklang

...mit weiteren Gesprächen zum Thema.

Lokale Agenda 21, Wien am 24. Februar 2014



Anhang

- Leitfaden Bauernmarkt der AgendaDonaustadt
- Informationsblätter aus dem Ideen-Markt des Forums