

Landwirtschaftlicher Ideenkatolog
Aktionswoche *Deutschland rettet Lebensmittel!*
Vom 29. September – 6. Oktober 2021

Dieses Jahr findet die bundesweite Aktionswoche „Deutschland rettet Lebensmittel!“ zum zweiten Mal statt. In dieser Woche, aber auch davor oder danach werden deutschlandweit Aktionen stattfinden, die die Bürgerinnen und Bürger über den Wert der Lebensmittel informieren und sie dabei sensibilisieren, dass zu viele Lebensmittel ungenutzt im Abfall landen. Das Schwerpunktthema ist in diesem Jahr *Obst und Gemüse*, doch dies dient lediglich als Inspiration, denn jede Aktion und jedes Thema was auf die überflüssige Lebensmittelverschwendung aufmerksam macht, ist wertvoll. Daher kann auch Jeder – ob aus Landwirtschaft, Handel, Verarbeitung, Gastronomie, Kommune, Schule oder Privathaushalt – mitmachen und sich mit einer eigenen Aktion beteiligen.

In diesem Jahr rufen das Landvolk, die LWK und das ZEHN gemeinsam besonders Landwirt*innen auf, sich an der Aktionswoche zu beteiligen. Dazu wird zu einer großen Social-Media Aktion eingeladen (siehe Dokument „Social-Media-Aktion“). Außerdem stellen wir im Folgenden weitere Ideen als Anregung für eigene Aktionen vor.

Als Landwirt*innen stehen Sie ganz vorne in der Wertschöpfungskette und leisten einen wichtigen Beitrag. Die Aktionswoche bietet Ihnen die Chance, den Verbraucher*innen zu zeigen, wie Lebensmittel produziert werden und dass zum Beispiel eine verformte Kartoffel genauso gut schmeckt wie „die perfekte“ aus dem Supermarkt. Seien Sie dabei, geben Sie den Menschen Einblicke und steigern damit die Wertschätzung für Lebensmittel!

Einige Ideen

Nachernteaktion

Ein Angebot an Verbraucher*innen zur Ernte von Obst und Gemüse, das auf dem Feld liegen bleibt, weil es z.B. nicht der Norm entspricht (zu klein/groß, Hagelschäden etc.)

Landwirt*innen können dazu einladen z. B. mit vorheriger Anmeldung (z.B. nur 10-20 Teilnehmer*innen) oder als offenes Angebot: Aushängen bzw. Veröffentlichen von einem Poster/ Handzettel oder einer Pressemitteilung auf dem Marktstand, im Hofladen, im Supermarkt o.Ä. oder über den Social-Media-Kanal. Herausforderung bei offenem Angebot: Es könnten zu viele Menschen kommen.

Die Teilnehmenden können dann eine Hofbesichtigung bekommen: Sie benötigen klare Anweisung wo sie ernten und helfen dürfen und was (nicht) erlaubt ist.

Ziel: Landwirt*innen kommen mit Verbraucher*innen ins Gespräch, beantworten Fragen, z. B. warum gelangt das Obst und Gemüse nicht in den Handel? etc.

Einige Aufgaben: je nach Größe der Gruppe, des Hofes und des Aufwands, den Sie sich machen möchten zum Beispiel Schilder/Wegweiser, Feldplan, Absperrband, Warnwesten, Toilettenmöglichkeit, erlaubte und verbotene Orte, „Aufräumen“ des Hofes

Hinweis: Wenn Sie von der Aktion Fotos schießen und diese veröffentlichen möchten, müssen Personen, die auf den Fotos abgebildet sind, zuvor ihr Einverständnis geben.

Persönlicher Trupp zur Nachernte-Aktion

Landwirt*innen können sich einen Trupp von Helfer*innen einladen, die z.B. verformte Kartoffeln absacken, oder Zwiebeln die zu klein sind nachlesen. Das nachgeerntete Gemüse/ Obst kann z. B. gegen eine Spende abgegeben und das Geld (oder auch nur ein Teil) gespendet werden.

Alternativ: das gesammelte Obst und Gemüse an Mosterei/ Betrieb der einkocht/ die Tafel etc. spenden.

Beispiel aus Barcelona in Spanien: der Verein Espigoladors koordiniert täglich Nachernteaktionen mit freiwilligen Helfern und bereitet dann Fruchtaufstriche, Suppen etc. aus den geernteten Früchten und Gemüsen zu, diese werden sowohl an Lebensmittelbanken gespendet als auch verkauft.

Im Anschluss bei einer zu großen Ernte kann auch in Erwägung gezogen werden beispielsweise **Frauenhäuser oder Kinderheime in der Nähe** zu kontaktieren, ob sie noch Bedarf haben oder zum Stoppeln vorbeikommen möchten. Auch Organisationen wie *foodsharing* können kontaktiert werden.

Fotos vom Team mit gesammelter Ernte könnten in der Lokalpresse, dem Kirchenblatt, der Vereinszeitschrift oder ähnlichen Orten veröffentlicht werden. Oder auch auf den jeweiligen Internetseiten oder über Social-Media-Kanäle wie z.B. Facebook oder Instagram mit den Hashtags: #NiedersachsenRettetLebensmittel, #DeutschlandRettetLebensmittel, #GemeinsamLMRetten
Wenn bei der Ernte „Gemüse-Sonderlinge“ auftauchen, umso besser (siehe unten) (#krummeDinger)

Verkaufstag der „krummen“ Lebensmittel

An einem Tag, wie z.B. Samstag, den 2.10., können Sie auf Ihren Hof einladen, an dem die Kund*innen z. B. gegen eine Spende das unförmige/zu große/ zu kleine Obst und Gemüse („Krumme Dinger“) kaufen können. In Gesprächen können Sie z.B. erklären, dass die „Fehler“ nur Apfelstippe etc. sind. Sie können z. B. auch über die Herausforderungen sprechen, wenn diese frische Ware nicht auf dem Markt oder im Supermarkt verkauft werden kann.

Aufgaben: Druck von Hinweisen für den speziellen Verkauf bzw. über Internetseite oder ähnliches, *Herausforderung:* ggf. hohe Personalkosten für Ernte, Ungewissheit ob Abnahme.

Fotoserie von „krummen Dingern“ bzw. Obst und Gemüse was nicht in den Handel kommt

(Hinweis: am 6.10. ist dies interner Schwerpunkttag der Social-Media-Kampagne des Landvolk, der LWK und des ZEHN)

Fotoserie von Obst und Gemüse, die aufgrund von Markt-Normen nicht in den Handel kommen z. B. durch Hagelschäden oder zu große, zu kleine, krummes Obst und Gemüse, blauer Spargelkopf etc. mit einer kurzen Erläuterung, warum es dieses Lebensmittel nicht in den Handel schafft (dabei kann jede*r individuell entscheiden, ob Fotos anonym, mit Kürzel oder vollständigem Namen und Ort oder auch mit der eigenen Person auf dem Foto erscheinen).

Aufgaben: nach Möglichkeit ästhetisches Bild erstellen (z.B. ruhige Wirkung, klarer Fokus, keine fremden Personen) und dies über eigenen Social-Media-Kanal im Internet veröffentlichen. Dazu gemeinsamer Hashtag wie z.B. #KrummeDinger nutzen, das schafft in der Masse sicherlich ein AHA-Effekt.

Für Verbraucher*innen sind zusätzlich zum Foto Hinweise in Textform möglich, wie zum Beispiel: „Dein Verhalten könnte das ändern“, „Du bestimmst mit, was der Supermarkt verkauft“

Hinweis: Fotos dürfen nur mit Einverständnis der abgebildeten Personen geschossen und veröffentlicht werden. Für Social-Media eignen sich Bilder im Hochformat besser als Querformat.

Wertschätzende Plakate, Postkarten oder Handzettel für regionales Obst und Gemüse

Plakate oder Postkarten die den Wert der Lebensmittel darstellen, können erstellt und publiziert werden. Je nach Obst oder Gemüse sind Informationen zu Vitaminen, Mineralstoffen, sekundären Pflanzenstoffe oder Ballaststoffe von Interesse. Ebenso könnte hervorgehoben werden, was im Blatt oder Schale steckt oder dass der Strunk mitgegessen werden kann. Außerdem sind Hinweise zur niedersächsischen Saison, Lagerung oder der Konservierung interessant. Wenn Sie Angaben zu benötigter Wassermenge oder Arbeitszeit bis zur Ernte oder dem Flächenverbrauch sagen können, ist auch dies ein wichtiger Aspekt der zeigt: So wertvoll sind meine Lebensmittel! Vielleicht hat das Produkt auch öfters Makel, dahingehend könnten Sie die Verbraucher*innen beruhigen wie z.B. „Fehler“ in der Schale oder Stippe beim Apfel. Kennen Sie noch alte Ammenmärchen oder Tipps z.B. wie man älteres Obst und Gemüse wieder „fit“ macht: Klären Sie auf zeigen Sie Ihr wertvolles Wissen!

Aufwand: Grafische Erstellung von Plakaten, Postkarten oder Flyern, Kosten für den Druck



Beispiel: © BBS Ammerland, Schülerwettbewerb des ZEHN

Hier geht es zur Aktionswoche: www.zehn-niedersachsen.de/aktionswoche

Bei Fragen oder Anregung kontaktieren Sie bitte das ZEHN (Kordinator der Aktionswoche für Niedersachsen).

Die bundesweite Aktionswoche für mehr Lebensmittelwertschätzung ist eine gemeinsame Initiative von *Zu gut für die Tonne!* und den Bundesländern. Sie ist Teil der Umsetzung der *Nationalen Strategie zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung* des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft. Die Aktionswoche widmet sich dem Thema Lebensmittelwertschätzung in allen Sektoren der Lebensmittelversorgungskette: von der Primärproduktion und Verarbeitung über den Groß- und Einzelhandel bis hin zur Außer-Haus-Verpflegung und den Privathaushalten. Um deutschlandweit Aktionen zu sammeln und zu präsentieren, können alle Akteur*innen ihre Aktion mithilfe des **Anmeldeformulars** auf der Seite von *Zu gut für die Tonne!* anmelden. Für Niedersachsen können Sie sich zusätzlich beim **ZEHN** anmelden, sodass auch die Niedersächsinen und Niedersachsen von Ihrem Engagement gegen Lebensmittelverschwendung erfahren.

www.deutschland-rettet-lebensmittel.de, E-Mail: kontakt@zugutfuerdietonne.de
www.zehn-niedersachsen.de/aktionswoche, E-Mail: info@zehn-niedersachsen.de