



Zum Start der Online-Plattform

Manege auf für Marktplatz LandKultur

Interview mit Christoph Wasser von Melanie Heusel

Auf der Online-Plattform Marktplatz LandKultur sind ab sofort bäuerliche Betriebe mit ihren Produkten und Angeboten zu entdecken. Umfassende Hofporträts, eine praktische Suchfunktion sowie redaktionelle Beiträge machen das Landleben und die Landkultur in Südbaden hautnah erlebbar. Das will gefeiert werden! Zum Launch der Internetseite findet im Juli an drei Standorten das [Höfe-Festival](#) statt.

Melanie: Christoph, hinter dir liegt eine intensive Zeit der Vorüberlegungen, der Recherchen und der Entwicklung des Online-Angebots Marktplatz LandKultur (MLK). Willst du kurz erzählen, wie du überhaupt auf diese Idee kamst, die südbadische Landwirtschaft in hochwertigen Fotografien, mit ausführlichen Informationen und redaktionellen Beiträgen darzustellen?

Christoph: Ja, gern. Alles fing damit an, dass ich 2018 meine Arbeit beim Maschinenring beendete. Damals war mir zunächst nicht klar, ob ich weiter in der Landwirtschaft tätig sein möchte. Aber ich bin ja Landwirtschaftsmeister, habe selbst einen Hektar Land und Bienen. Relativ bald habe ich deshalb gemerkt, wie verbunden ich mit der Region bin, wie vernetzt in der Landwirtschaft, und dass ich ein Anliegen habe: Landwirtschaft in ihrer Vielfalt und in ihrer Bedeutung für Menschen, Landschaft und Natur verstanden zu wissen. Darüber habe ich mich in unzähligen Gesprächen ausgetauscht. Relativ zügig ist daraus das Konzept für MLK entstanden.

M: Wie siehst du im Rückblick den Wechsel von der Arbeit beim Maschinenring hin zur Entwicklung von MLK? Ist das für dich ein Bruch oder eher eine Kontinuität?

CH: Ein Bruch ist es vielleicht insofern, als dass ich früher angestellt gearbeitet habe. Ein solches Projekt bis in alle Details zu entwickeln und umzusetzen, dafür musste ich zunächst lernen, unternehmerisch zu denken. Aber es gibt auch Kontinuitäten. Erich Geiersberger, der den ersten

Maschinenring 1958 gegründet hat, ging es in erster Linie darum, der Landwirtschaft zu helfen. Und zwar nicht im Sinne des damaligen Mansholt-Plans, der getrieben war durch das Motto „Wachsen oder Weichen“, sondern mit der Grundüberzeugung: „Leute, wir sind alle wichtig und wir müssen lernen, in Kooperation zusammenzuarbeiten.“ Mit dieser Vision hat er den Maschinenring aufgebaut – letztlich war er damit ein Vorreiter der Sharing-Ökonomie – und dieses kooperative Denken ist auch mir mit MLK ein zentrales Anliegen. Selbst wenn wir heute natürlich ganz andere Bedingungen in der Landwirtschaft vorfinden als in den 1960er-Jahren und man das heute neu denken und umsetzen muss. Wenn man so will, setzt Marktplatz LandKultur eine Idee des Maschinenrings mit digitalen Mitteln fort.

M: Du freust dich jetzt sicher vor allem darauf, dass aus einem Vorhaben endlich eine weithin sichtbare Realität wird. Welche Erwartungen und Wünsche verbinden die Mitglieder, die teilnehmenden Bauern und Bäuerinnen, mit MLK?

Ch: Ich glaube, ihnen gemeinsam ist, dass sie eine Brücke schlagen möchten zwischen ihren Höfen, ihrer Arbeit und dem riesengroßen Teil unserer Gesellschaft, der mit Landwirtschaft heute gar nicht mehr unmittelbar in Berührung kommt. Aber MLK lebt vor allem von einer enormen Vielfalt. Entsprechend divers dürften auch die Erwartungen der Mitglieder sein. Wir haben hier in Südbaden ja Biolandwirtschaft genauso wie konventionelle, wir haben große und kleine Betriebe, wir haben Waldbau, Tabakbetriebe, Gemüsebau – einfach eine fantastische Diversität in der Region. Mit MLK wollen wir sie alle willkommen heißen und gemeinsam mit ihnen die Besonderheiten und Werte der hiesigen Landwirtschaft zeigen. Deshalb setzt MLK auf umfassende [Hofporträts](#), auf eine detaillierte [Suche](#), mit deren Hilfe Höfe, Produkte, Dienstleistungen, Veranstaltungen und vieles mehr leicht zu finden sind, und auf das [Online-Magazin „LandKultur erleben“](#).

M: Mit diesen drei Säulen ist MLK ein sehr umfassendes digitales Angebot. Dennoch hast du dich entschieden, den Launch mit einem Höfe-Festival zu begleiten? Was genau ist da geplant und warum?

Ch: Da will ich zunächst ein bisschen ausholen. Ich bin zwar zutiefst davon überzeugt, dass heute gute digitale Angebote notwendig sind, um die Brücke zwischen bäuerlichem Leben und den Verbrauchern zu schlagen, die in der überwiegenden Zahl in Städten wohnen. Auf der anderen Seite war mir aber von Anfang an klar, dass ich auch etwas schaffen muss, damit Begegnung stattfindet.

Im vergangenen Jahr habe ich dann Sarah Spennemann vom Berliner [Scenic Circus](#) getroffen und wir haben ganz spontan entschieden, zusammen etwas aufzuziehen. Diesen Sommer ist es so weit: Wir holen im Rahmen unseres Höfe-Festivals den Zirkus an drei Standorte – auf den Thaddäus Hof in Kirchzarten, auf den Seebodenhof in Efringen-Kirchen und auf den Bregghof in Bräunlingen.

M: Wie muss ich mir das vorstellen, ganz klassisch mit Direktor, Clown und Jongleur?

Ch: Nein, Scenic Circus, das ist eher Musiktheater und Akrobatik – aufgeführt im Zirkuszelt und interessant für alle Altersgruppen. Das Großartige am Zirkus ist ja, dass man ganz nah am Boden ist, beinahe draußen sitzt. Auch im Zelt spürt man die Witterung, hört den Wind oder empfindet die Sonnenwärme. Auch das macht diese Art von Kultur für unser Projekt so geeignet! Gleichzeitig erleben die Zuschauer ein Stück Magie. Diese plötzliche Begegnung mit dem Wunderbaren, mit dem Leben, das passiert einem auch in der Natur. Deshalb ist für mich das Zusammenbringen von Landwirtschaft, Menschen und Zirkus inzwischen etwas Naheliegendes.

Ebenso wichtig ist mir das Rahmenprogramm: Wo der Zirkus gastiert, findet immer auch ein Bauernmarkt statt, sodass sich Besucher und Besucherinnen dort den ganzen Tag aufhalten, die Höfe kennenlernen und sich dann im Zirkus verzaubern lassen können. Für Familien wird das sicher ideal!

M: Sind Familien für dich die wichtigste Zielgruppe mit MLK?

Ch: Tatsächlich denke ich dabei viel an Familien mit Kindern, was verschiedene Gründe hat. Ich glaube, es ist ein ganz natürlicher Reflex, dass ich mir, wenn ich nicht nur mich, sondern auch Kinder ernähre, mehr Gedanken darüber mache, was zu Hause auf den Tisch kommt. Auf diesen Reflex möchte ich reagieren, indem ich Menschen eine Möglichkeit biete, sich direkt und umfassend über die Herkunft regionaler Lebensmittel zu informieren.

Es geht aber nicht nur um Familien: Die Idee von MLK ist tatsächlich eine Gemeinschaft, die allen offen steht – den unterschiedlichsten Verbrauchern und Verbraucherinnen und diversen bäuerlichen Betrieben unabhängig von der Größe, der Ausrichtung oder von irgendeiner Verbandszugehörigkeit.

M: Das Höfe-Festival ist für den Launch der Online-Plattform geplant. Wird es auch weiterhin Veranstaltungen von und mit MLK geben?

Ch: Bestimmt. Wir fangen jetzt erst einmal mit dem Höfe-Festival an und schauen dann wie es angenommen wurde. Aber ich stelle mir das auf jeden Fall so vor, dass es auch in Zukunft Bauernmärkte in Verbindung mit Kultur-Veranstaltungen geben wird, bei denen man Landkultur hautnah erleben kann.

Alle Informationen zum Höfe-Festival entnehmen Sie der Website: www.hö-fe.de. Hinweise auf weitere Veranstaltungen und Termine in der Region sind auf [Markplatz LandKultur](#) zu finden.