Biosphärengebiet Schwäbische Alb | Regionaltreffen Netzwerk Naturschutz Donau/Iller am 11.10.2019

Kooperationsprojekte mit der Landwirtschaft -

Erfahrungen aus dem Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Biosphärengebiet
Schwäbische Alb

Überblick

– Einführung Biosphärengebiet & Rahmenbedingungen

– Kooperationsprojekt Bienenstrom

– Naturschutzorientierte Regionalmarke ALBGEMACHT

– Diskussion der übertragbaren Ansätze

Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb

= eine Modellregion für nachhaltige Entwicklung.

Zur Gebietsstatistik:

- 29 Kommunen
- 3 Landkreise
- 2 Regierungsbezirke
- 85.300 ha

  davon:

  - 3 % Kernzone
  - 42 % Pflegezone
  - 55 % Entwicklungs-zone

Das Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Rahmenbedingungen:

- keine gesetzliche Änderung der Landnutzung durch Ausweisung des BSG (Ausnahme Kernzonen),
- Agrarumweltprogramm FAKT und Vertragsnaturschutz nach LPR greifen gleich wie in der „Normallandschaft“,

→ BSG versucht, die Landnutzer durch freiwillige Angebote, Beratung und den Zugang zu Marketing-/Kommunikationsinstrumenten sowie durch Drittmittelakquise zu naturschutzorientierten Landnutzungsformen zu bewegen.

Kooperationsprojekt Bienenstrom

bienenstrom
Biosphärengebiet Schwäbische Alb

Stadtwerke Nürtingen GmbH

IN KOOPERATION MIT
Biosphärengebiet Schwäbische Alb

- Artenreiche Blühflächen zur Biogaserzeugung statt Reinkulturen wie Mais oder GPS-Gerste.
- SWN verkaufen ein Ökostromprodukt (alpine Wasserkraft, Renewable Plus Zertifikat) mit einem Aufschlag von 1 Cent/verbrauchter kWh, diese Einnahmen fließen an Landwirte, um verminderte Erträge bzw. erhöhte Anbaukosten aufzufangen.
- Einsatz der fünfjährigen Blühmischung BG 70 von Saaten-Zeller, 30 Arten: Buchweizen, Weißer Steinklee, Beifuß, Flockenblume, Fenchel, Futtermalve, Luzerne, Rote Lichtnelke, …

Landwirtschaftliche Details

- Ansaat im Frühjahr oder im Spätsommer, Kosten Saatgut liegen bei 350€/ha.
- In bisherigen Projekten wird der Hektar-Methanertrag der Blühmischung auf 30-50% ggü. Mais angesetzt.
- In den Jahren 2 ff. sind in der Gesamtbetrachtung keine Saatgutkosten sowie geringere Maschinen- und Arbeitszeitkosten anzusetzen.
- Unterstützung durch SWN laut Kooperationsvereinbarung i.H.v. 600 €/ha/a.
- Beerntung der Blühmischung jährlich Mitte August/ Anfang September mit Maishäcksler (Direct Disc).
- Die Blühmischung ist nicht Greening-fähig.

Naturschutzfachliche Details I

Vorteile ggü. Reinkulturen: 5 Jahre kein PSM-Einsatz, nur Wirtschaftsdünger, kein Bodenumbruch, artenreiche Kultur, Blühangebot.

Ergebnisse von 3 Modellprojekten bzw. Studien:

- **„Biomassekulturen der Zukunft aus Naturschutzsicht“** (BfN-Projekt): Blühangebot der Blühmischung führt zu einer erhöhten Individuenanzahl im Bereich der häufigen, weit verbreiteten Insektenarten (Ubiquisten)– hier vor allem bei den Hautflüglern (Bienen, Hummeln). Vögel nutzen die Blühmischungen hauptsächlich zur Nahrungssuche und im Winter bietensie beispielsweise Feldhasen Deckung (BfN 2016).

Naturschutzfachliche Details II

- **Projekt zur Erprobung von Wildpflanzenmischungen im Jahr 2011 im ehemaligen PLENUM-Gebiet Westlicher Bodensee :** auf den 28 haFlächen mit Blühmischungen wurden dabei im Gegensatz zu Maisäckern ein 3- bis 8-fach höheres Insektenvorkommen und 2- bis 3-mal häufigere Beobachtungen von Feldlerchen und Goldammern festgestellt (Krismann et al. 2012).
- **Forschungsprojekt „Energie aus Wildpflanzen: Wild, bunt, stark!“ der Bayerischen Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau (LWG):** im Jahr 2011 und in den Folgejahren wurden auf den Flächen der Blühmischung BG 70 nachgewiesen, dass sich die Wildpflanzenkultur für die Wildtiere als Nahrungs-, Brut- und Deckungshabitat eignet, das den konventionellen Kulturen in der Regel vorgezogen wird (LWG 2018).

Bienenstrom

Foto: Geschäftsstelle Biosphärengebiet

Bienenstrom

Foto: Geschäftsstelle Biosphärengebiet

Bienenstrom

Foto: Dr. Manfred Albiez

Aktuelle Zahlen

- 2018 und 2019 entstanden 20 ha Blühflächen bei 14 Landwirten (Biogasanlagenbetreibern) in und um das BSG,
- Rd. 400 Haushaltskunden und 1 größerer Gewerbekunde,
- Erträge in 2018 rd. 1/3 im Gegensatz zu Mais (auf Grund Trockenheit), Auswertungen in 2019 stehen noch aus, tendenziell aber deutlich höhere Erträge,
- hohes mediales Interesse, Netzwerk wächst,
- Bundesweiter Bezug möglich, SWN suchen weiterhin nach Kunden
- Ausweitung auf Förderpaten- und Franchisemodell

www.bienenstrom.de

Fazit Bienenstrom

Biodiversität mit Biogas – ist das sinnvoll?

- Ökologisch: aktuell ja, wenn Biomasse-Reinkulturen ersetzt werden v.A. auf Grund der Mehrjährigkeit
- Ökonomisch: im Allgemeinen bedingt, da Methanerträge für Landwirte nicht rentabel, Ausgleiche notwendig; Modell Bienenstrom funktioniert;
- Ein Ersatz aller Biomasseflächen ist auf Grund der benötigten Kapazitäten nicht möglich, da ansonsten der Flächenanspruch deutlich steigen würde.

Regionalmarke ALBGEMACHT

Eine naturschutzorientierte Regionalmarke !

Eine Gruppe von Landwirten und verarbeitenden Betrieben und Vermarktern aus dem Biosphärengebiet Schwäbische Alb hat sich dazu entschlossen, gemeinsam Lebensmittel auf den Markt zu bringen, die **mehr als „regional“** sind.

Anhand kontrollierter Kriterien schützen die Produkte unmittelbar die Kulturlandschaften wie Streuobstwiesen und Wacholderheiden und sorgen für mehr blühende Wiesen und artenreiche Äcker!

Wie entstand Albgemacht?

Das Leitprojekt „Biosphären-Produkte unter einem Dach“:

Breiter Start im Herbst 2014 mit öffentlicher Bewerbung und Aufruf zur Teilnahme.

<u>Bausteine in der ersten Projektphase bis Anfang 2016:</u>

- Bestandsanalyse zu Rohstoffen, Qualitäten und Produkten,
- Kriterien-Entwürfe für Produkte,
- Mehrkostenberechnung bei Einhaltung der Kriterien,
- Aufzeigen von beispielhaften Regionalmarken.

Wie entstand Albgemacht?

Das Leitprojekt „Biosphären-Produkte unter einem Dach“:

<u>Bausteine in der zweiten Projektphase bis Ende 2017:</u>

Arbeit im Rahmen einer Kerngruppe nach Abgabe einer Interessensbekundung:

- Marken- und Marketingkonzept, Regionalmarke (Wort-Bildmarke), mit Marktforschung,
- Besuch der Regionalmarke „Gutes vom See“,
- Kontrollkonzept bestehend aus Kontrolllisten und –handbuch
- Vereinsgründung Albgemacht e.V.

Was steckt hinter Albgemacht?

Kontrollierte Kriterien an Hand von sieben Säulen:

1 Regionalität
2 Gentechnikfreiheit
3 Erhalt und Förderung der biologischen Vielfalt
4 Tierwohl
5 Verarbeitung
6 Fairness
7 Transparenz/Qualitätssicherung

Was steckt hinter Albgemacht?

Konkrete Beispiele:

- Alle Produkte stammen aus dem Biosphärengebiet Schwäbische Alb und sind gentechnikfrei.
- Hinter einer Milch von Albgemacht stehen Landwirte, die mindestens einen Anteil von 15% an artenreichem Grünland (nach FAKT/LPR) im Betrieb bewirtschaften.
- Hinter einem Mehl von Albgemacht stehen Landwirte, die in ihrem gesamten Ackerbau Maßnahmen (rd. 5%) wie Blühbrachen oder Ackerextensivierungen (nach FAKT/LPR) durchführen. Auf der gesamten Ackerbaufläche werden keine Totalherbizide und Wachstumsregulatoren eingesetzt.
- Hinter einem Wein von Albgemacht stehen Winzer, die in den Weinbergen Naturschutzmaßnahmen wie die Errichtung von Trockenmauern oder Steinschüttungen durchführen.

Die Kriterien werden im jährlichen Rhythmus von einer externen Prüfgesellschaft kontrolliert.

Wer steckt hinter Albgemacht?

So organisiert sich die Regionalmarke Albgemacht:

- Marken- und Kriterieninhaber ist das Land Baden-Württemberg,
- Die Geschäftsstelle Biosphärengebiet unterstützt die Markenentwicklung und ist verantwortlich für die Weiterentwicklung der Kriterien,
- Der Verein Albgemacht e.V. ist vertraglich geregelter Markennutzer,
- Aufgabe des Vereins ist das gemeinschaftliche Marketing unter der Regionalmarke Albgemacht, Vertrieb und Logistik verbleiben vorerst bei den Unternehmen.
- Derzeit 9 Erzeuger, 1 Handelsgesellschaft, 2 Vermarkter und 3 Fördermitglieder.

Wie sehen Albgemacht Produkte aus?

Fazit ALBGEMACHT

- Vermarktunsgzahlen der Erzeuger sind positiv, durch ALBGEMACHT lassen sich höhere Preise und damit höhere Wertschöpfung erreichen
- Logistik v.A. bei Frischeprodukten ist ein Hemmnis
- Rückmeldung seitens Verbraucher/innen durchweg positiv
- Marketingargument der biologischen Vielfalt wird wahrgenommen, zum Teil aber noch nicht differenziert verstanden (Master-Arbeit 2019)