

MACHBARKEITSSTUDIE | MARKTANALYSE „LandHofladen Neulingen“

November 2019

AUFTRAGGEBERIN

Neue Wege gemeinnützige Unternehmergesellschaft, 39616 Arendsee, OT Neulingen 19

AUFTRAGNEHMERIN

Planungsbüro Anja Oppor | 39615 Bömenzien
(unter Mitwirkung von Angelika Blank | Agentur für Marketing- und Kulturdienstleistungen , 29478 Vietze)

Gefördert vom Ministerium für Umwelt, Landwirtschaft und Energie Sachsen-Anhalt
Referat für integrierte ländliche Entwicklung
Modellprogramm „DorfGemeinschaftsladen“ in Sachsen-Anhalt



Inhaltsverzeichnis

Präambel	4
1. Ausgangslage	7
1.1 Infrastruktur des Trägers	7
1.2 Gartenkultur als landesweites Schwerpunktthema	7
1.3 Defizite	9
2. Projektbeschreibung /Zielsetzung	10
2.1 Projektbeschreibung	10
2.2 Zielsetzung	12
3. Region und Struktur	14
3.1 Kaufkraft	14
3.2 Standort / Verkehrsanbindung	14
3.3 Bevölkerungsstruktur	16
3.4 Konkurrenz / Marktsituation	
4. Zielgruppenanalyse	18
4.1 Zielgruppen allgemein	18
4.2 Altersstruktur	18
4.3 Einzelne Zielgruppen	18
4.3.1 Einwohner/Produzenten	18
4.3.2 Gartenbesitzer	19
4.3.3 Touristen	19
4.3.4 Städter/„Urbane Hipster“ / Junge Familien	19
4.3.5 Kinder und Jugendliche	20
5. Anbieter- und Produktsituation	20
5.1 Kriterien/Philosophie für die Produktauswahl	20
5.2 Katalog der vorhandenen Produkte/Dienstleistungen	22
5.3 Aufgaben der Produktentwicklung	26
5.4 Auswertung Zwiebelmarkt	26
6. Potenzialabschätzung	30
7. Kommunikation und Partizipation	33
7.1 Label / Regionalmarke	
7.2 Allgemeine Kommunikationsmaßnahmen	33
7.3 Kommunikationsmaßnahmen f. einzelne Zielgruppen	35
7.3.1 Zielgruppe Einheimische / Partizipation	35
7.3.2 Zielgruppe Touristen	35
7.3.3 Zielgruppe Kinder/Jugendliche	36
7.4 Vernetzung	37
8. Umsetzungsvoraussetzungen /-bedingungen	37
8.1 Allgemeine Voraussetzungen	37
8.2 Formale Voraussetzungen	38
8.3 Kosten	38
8.4 Trägerstruktur	39
9. Ausblick	40
10. Übertragbarkeit	42
11. Fazit	42

PRÄAMBEL

Altes und Neues - Situation im LandHof Neulingen

Der ca. 150 Jahre alte Vierseitenhof in Arendsee, OT Neulingen, Hausnummer 19, wurde vor rund 25 Jahren vom Ehepaar Sabine und Albrecht Müller mit dem Ziel

Vordergrund.

Die unter Denkmalschutz stehende Hofstelle prägt mit ihren ortstypischen Fachwerk-/ Backsteingebäuden, dem gut gepflegtem Wohnhaus mit Übernachtungsmöglichkeiten, verschiedenen Wirtschaftsgebäuden (der ehem. Schweinestall wurde zum Wohnhaus des Ehepaares Müller) und einem Teich inmitten des rd. 6.000 m² ökologisch gepflegten,



gekauft, hier ihren dritten Lebensabschnitt nach einem erfüllten Arbeitsleben (Lehrerin und Staatsanwalt) zu verbringen.

Die Erhaltung (Sanierung, Modernisierung, Ausbau) und Bewirtschaftung des als Gesamtensemble vorhandenen Hofes mit Gartenbereich nach ökologischen und wirtschaftlichen Aspekten stand immer im

parkähnlichen Gartens das Dorfbild.

Im Jahr 2013/2014 entwickelte sich der Garten mit seinem alten Baumbestand, historischen Obstgehölzen, Rasen- und Wiesenflächen, mit Ruheplätzen, Hängematte, mit Feuerstelle und Grillplatz, mit Glockenspielen und besonderen Sichtbezügen wie „Altmark-

blick“ und „Kirche“ zu einem Seniorengarten „Mit Rollator und Spaten ab in den Garten“. 2017 hat der gARTenakademie Sachsen-Anhalt e.V. den Hof mit Garten als ersten



Schaugarten im Netzwerk der Aktion NATUR im GARTEN ausgezeichnet.

Die Teilnahme an der Aktion „Offene Gärten in der Altmark“ und Öffnung des Gartens für Veranstaltungen, Seminare und Workshops in Theorie und Praxis (Obstbaumschnittkurs, Gartentherapie, Marmeladekochen; Yogaangebote, gemeinsames Kochen) lockt immer



mehr Besucher von nah und fern in den kleinen Ort Neulingen.

Der Hof lädt abseits von vielbefahrenen Straßen und hektischem Geschäftsleben zur Kontemplation und zum Wissenstransfer ein. Die Produkte des ökologisch gepflegten

Gartens dienen zur Eigenversorgung und zur Versorgung der Übernachtungsgäste, Tagungsteilnehmer und Gartenbesucher. Auch zahlreiche Veranstaltungen zum Thema Garten, Gesundheit, Gartentherapie, ökologische Programme im internationalen Jugendaustausch bieten Möglichkeiten des Kennenlernens von gartenaffinen Berufen für Schüler*innen und junge Erwachsene, Das Ausprobieren des Gärtnerns für Familien sowie die Zusammenarbeit mit Menschen mit Beeinträchtigungen prägen Menschen, Garten, Haus und Hof.



In kleinen Wohneinheiten können Einzelpersonen, Familien und Gruppen übernachten, gemeinsam kochen, den Garten nutzen und Ruhe und Geborgenheit genießen.

Nach 25 Jahren intensiver Beschäftigung mit Haus und Garten suchten Sabine und Albrecht Müller nach Nachfolgern, die ihrer Philosophie und ihrer Leidenschaft gerecht werden konnten. Im Frühjahr 2019 übertrugen sie „ihren Hof Neulingen“ an das Ehepaar Karl-Heinz Müller und Christa Ringkamp; die

begonnenen Projekte im „LandHof Neulingen“ wollen sie mit großem Engagement weiterverfolgen.



Die noch nicht sanierten Hofteile (Torhaus, ehem. Rinderstall und große Scheune) sollen nach und nach ausgebaut werden, um sie mit Leben zu füllen und mit verschiedenen Partnern mehr und mehr zu einem



Lern- und Lehrort für Jung und Alt, für Laien und Experten, für Kunst, Kultur und Musik, für alle sozialen Gruppen, für regionale und internationale Netzwerke zu entwickeln.

Das „DorfGemeinschaftsLaden“-Projekt ist das erste, welches mit der im Jahr 2019 gegründeten Neue Wege gUG (gemeinnützige Unternehmergesellschaft) umgesetzt werden könnte.



Der Satzungszweck der Neue Wege gUG wird über Umweltbildungs- und Kulturangebote insbesondere mit Hilfe von interaktiven Projekten zur Wahrnehmung der Natur mit allen Sinnen, übergreifend für alle Altersgruppen, verwirklicht.

Mit der Durchführung von verschiedenen fachübergreifenden Angeboten in Form von Praktika, Projekttagen, Workshops, Seminaren, Weiterbildungen, therapiebegleitender Arbeit, Ferienangeboten werden in und mit der natürlichen Umgebung vielfältige positive Erfahrungen geboten u.a. in den Bereichen Gartenbau, Floristik, Landwirtschaft, Gastronomie/Hotellerie, Hauswirtschaft, Handwerk (Bäckerei, Holz, Stein, Metall, Fahrräder).

1. Ausgangslage

1.1 Infrastruktur des Trägers

Durch die bereits vorhandenen vielfältigen Aktivitäten des LandHofes Neulingen (ausführliche Beschreibung siehe Präambel) sind gute Voraussetzungen geschaffen, einen „LandHofladen“, mit den Schwerpunkten Verwertung regionaler Produkte, Austausch und Vernetzung über Gartenthemen sowie Bildungsangebote im Ernährungs- und Gartenbereich zu etablieren. Im Austausch mit regionalen Akteuren entstand der Name „MarktLaden“ (nähere Ausführungen dazu siehe Pos. 7.1), der deshalb im Folgenden im Sinne von „LandHofladen“ bzw. Dorfgemeinschaftsladen benutzt wird..

Dieser „MarktLaden“ wird maßgeblich – wie im Folgenden beschrieben - zum Erhalt und zur Gestaltung des dörflichen Charakters sowie der Verbesserung der Lebensverhältnisse und des Miteinanders in Neulingen sowie der umliegenden Gemeinden beitragen.

1.2 Gartenkultur als landesweites Schwerpunktthema

Gärten und Parks gelten schon seit Jahren in der Altmark als hohes Gut. Dies wird unter anderem belegt durch die Auswahl des Themenkomplexes „Parks + Gärten der Altmark“ als Leitprojekt des Integrierten Ländlichen Entwicklungskonzepts (ILEK) Altmark.

Gartenkultur wird in zahlreichen, seit Jahren etablierten Projekten aktiv gelebt. Seit Jahren laden z. B. die „offenen Gärten“ an 6 bis 7 Tagen von Mai bis Dezember Besucher ein, die Vielfalt des kulturellen Erbes Garten zu erleben. Im Jahre 2019 waren es insgesamt sieben Parks und 17 Privatgärten – sogenannte Schaugärten, die sich in der Altmark unter verschiedenen Aspekten der



Öffentlichkeit präsentierten. Die Altmark-Festspiele veranstalten ihre Konzerte schon seit Jahren an besonderen Orten, zu denen auch verschiedene Parks und Gärten gehören. Eine erste Kooperation mit den Altmark-Festspielen hat sich über die Unterbringung der ukrainischen Philharmoniker im Sommer 2019 ergeben. Eine Aufnahme des Landhofs Neulingen als „besonderer Ort“ wird angestrebt.

Der Gartenakademie Sachsen-Anhalt e.V. spielt beim Erhalt und der Entwicklung von Parks und Gärten eine wichtige Rolle. Zahlreiche von ihm initiierte Projekte sensibilisieren mit zunehmender Resonanz seit Jahren für die Vielfalt der Gartenkultur und ihre Bedeutung für die Lebensqualität.

Im Rahmen eines LEADER / CLLD Kooperationsprojektes wird das Netzwerk „Schaugärten Natur im Garten . Vielfalt im Garten in Sachsen-Anhalt“ aufgebaut und umfasst z.Z. bereits über 30 ökologisch gestaltete, gepflegte und bewirtschaftete Schaugärten in den Landkreisen Altmarkkreis Salzwedel, Stendal, Börde, Jerichower Land, Harz.



Dieses Netzwerk soll erweitert werden und ist seit Beginn in ein transnationales Kooperationsprojekt eingebunden. Außerdem ist die Absicht der Netzwerkpartner die Bildung und Stärkung eines ökologischen Bewusstseins für eine breite Bevölkerungsschicht in den Bereichen Ökologie – Umweltschutz – Bildung – Tourismus – Denkmalpflege - Bürgerschaftliches Engagement zu entwickeln und umzusetzen.

Durch diese seit Jahren funktionierende Zusammenarbeit existieren hervorragende Voraussetzungen, das hier beschriebene Projekt zum Erfolg zu führen. Ebenso bietet es die Möglichkeit, das Konzept modifiziert auf andere Standorte zu übertragen.

Auch die Weiterbildungsangebote über eine ökologische Bewirtschaftung von Privatgärten, die Nutzung von Gartenpflanzen als Heilkräuter werden gut angenommen. Ebenfalls großes Interesse finden die Angebote, die Schüler an das breite Spektrum „grüner“ Berufe heranführen.

Der vom Verein „Der Dörpstroat – zur Erhaltung und Wiederbelebung traditioneller Kulturangebote Neulingen e.V.“ sowie der örtlichen Feuerwehr veranstaltete Kartoffeltag in Neulingen zieht alljährlich zahlreiche Besucher aus der Umgebung und auch aus weiter entfernten Orten (Osterburg, Perleberg, Gardelegen etc...) an. Eine Kooperation mit diesem engagierten Personenkreis ist vorgesehen.

So können die Synergieeffekte zwischen landwirtschaftlichem Anbau (Kartoffeln), der Herstellung und Entwicklung weiterer regionaler Produkte sowie dem Wissenstransfer über alte Sorten und Rezepte gesteigert werden.



1.3 Defizite

Wie in vielen ländlichen Regionen im nord-deutschen Raum mangelt es auch in der Altmark an Kaufkraft.

Viele Einwohner klagen über eine mangelhafte Nahversorgung. Dabei geht es nach Befragungen Einheimischer, Besuchern des Kartoffeltages in Neulingen sowie des Zwiebelmarktes weniger um die Grundnahrungsmittel, sondern um Angebote, die Lebensqualität und Freizeitkultur steigern. Gartenkultur steht bei vielen Befragten an vorderer Stelle der Interessen.

Die vielfältig vorhandenen Früchte von Streuobstalleen oder -wiesen sowie Nussbäumen (vor allem Walnüsse) werden nur sehr fragmentarisch verwertet. Erste Initiativen, die sich dem Erhalt alter Obstsorten widmen wollen, sind gestartet bzw. geplant, z. B. vom Verein zur Erhaltung alter Obstsorten (Kulturlandschaft Altmark e.V.).

Der Wert von Privatgärten für den Naturschutz, Artenvielfalt und Biodiversität, als Quelle für regionale Produkte sowie als bedeutsamer Bestandteil für eine hohe

Lebensqualität ist noch nicht ausreichend erkannt. Das Projekt „Natur im Garten“ sorgt seit 2014 in Sachsen-Anhalt sukzessive für mehr Aufmerksamkeit.

Dieser Bereich ist weiter im Ausbau. Insbesondere inspirierende Beispiele und Fachinformationen rund um das Thema Garten/naturnahe Anlage und Bewirtschaftung sind gefragt, werden aber noch nicht genügend angeboten.

Rezepte für phantasievolle Kreationen aus heimischen Früchten, Kräutern und Gemüsen fehlen. Das Repertoire an historischen Rezepten aus der regionalen Esskultur ist begrenzt bzw. bei den Einheimischen weitestgehend unbekannt.



2. Projektbeschreibung / Zielsetzung

2.1 Projektbeschreibung

Im „MarktLaden“ werden Produkte von verschiedenen regionalen Produzenten aus der Umgebung angeboten sowie die im „Genusslabor“ (siehe weiter unten) und Seminaren bzw. Workshops entstandenen Kreationen vorgestellt.

„Markt“ wird hier als Bezeichnung für individuell produzierende Anbieter benutzt, die sich gemeinsam unter einem Dach, dem „MarktLaden“, präsentieren. Der „MarktLaden“ wird so zum Schaufenster der Hersteller aus der Region. Über die gemeinsame Präsentation wird der Zusammenhalt sowie die Identifikation mit dem Umfeld gestärkt.

Des Weiteren wird die Wertschöpfungskette zwischen Gartenfrüchten und regionalen Produkten erweitert. Bei Bedarf können auch sukzessive Artikel des Grundbedarfs in das Sortiment aufgenommen werden, sofern sie eine längere Haltbarkeit haben und nicht die Einhaltung einer Kühlkette erfordern.

Die einzelnen Module des Projektes:

- Ein in das Hofensemble integriertes **Café** (geplanter Name „Vergiss mein nicht“) dient als Austausch-, Kommunikations- und Informationsplattform. Hier besteht außerdem eine niedrigschwellige Möglichkeit, sich bei „Kaffee und Kuchen“ über die Angebote des



Gesamtprojektes („MarktLaden“, Seminare/Workshops, Veranstaltungen, Genusslabor) zu informieren.

- **Kurse, Seminare, Workshops und Vorträge** informieren über Themenrings um die Gartenkultur. Eine Auswahl möglicher Themen: effektive, biologische Dünge- bzw. Bodenverbesserungsverfahren, Mischkultur, Gartengestaltung, Grüner Stammtisch, Kulturtechniken der Konservierung. Weitere Themenkomplexe für die Vermittlungsangebote sind: rechtliche und formale Voraussetzungen für Existenzgründungen im Bereich „Lebensmittelproduktion und -handel“, Produktions-, Hygiene- und Verpackungsvorschriften sowie Verpackungsdesign.
- **Fachliche und organisatorische Unterstützung** bei der Vermarktung eigener Produkte, Hilfe zur Existenzgründung.
- Im „**Genusslabor**“ werden neue Rezepte für regionale Früchte, Gemüse (inklusive Kräuter und Nüsse) bis zur Marktreife entwickelt. Dabei kann auch auf Spezialthemen wie Rezepte für Allergiker, Veganer und Vegetarier sowie Kulturtechniken der Konservierung eingegangen werden.
- In Zusammenarbeit mit dem Dörpstrat-Verein könnten auch **neue interaktive Projekte** entstehen wie z.B. die Sammlung von alten, traditionellen Familienrezepten für Kartoffelgerichte und daraus resultierend die gemeinsame Umsetzung eines Dorf-Kochbuches, was
- wiederum zur Identitätsstiftung und zum Zusammenhalt beitragen kann.
- Ebenso ist die Entwicklung einer Ausstellung „Kartoffeln – gestern ein Exot – heute Grundnahrungsmittel“ denkbar.
- Auf **Aktionstagen und Veranstaltungen** werden sowohl die Angebote und Produkte des Hofes als auch Angebote und Produkte von umliegenden (regionalen) Anbietern vorgestellt/ Teilnahme an übergreifenden Veranstaltungen wie den „Gartenträumen“ oder der Internationalen Grünen Woche 2020 in Berlin.
- Das **Umweltbildungsangebot „Im Garten für das Leben lernen“** bietet Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit zur Wahrnehmung der Natur mit allen Sinnen sowie Einblicke in die Bereiche Gartenbau, Floristik, Landwirtschaft, Gastronomie/ Hotellerie, Hauswirtschaft und Handwerk.
- Die geplante **Lehrküche** im ehemaligen Rinderstall soll auch Kleinanbietern zur Herstellung ihrer Produkte zur Verfügung gestellt werden. Gleichzeitig soll sie auch im Rahmen von Kochkursen genutzt werden.
- Die bei den Projekttagen, Workshops und Ferienangeboten in der Lehrküche entstandenen Produkte können im „MarktLaden“ in einem eigenen Regal präsentiert werden. Ggf. kann auch ein Coaching/ Unterstützung beim Aufbau einer Schülerfirma angeboten werden.

Denkbar ist auch für regionale Anbieter, sogenannte „Mietregale“ einzurichten. Für den Regalplatz müssten die Anbieter dann eine regelmäßige Miete zahlen.

2.2 Zielsetzung

„Lebensqualität im ländlichen Raum entsteht in den Dörfern, in denen Menschen sich zu Hause fühlen, sich engagieren und am sozialen Leben teilhaben können. Ein zentraler Treffpunkt, an dem alltägliche Besorgungen gemacht werden können, Menschen sich begegnen und gegenseitig unterstützen, stärkt die dörfliche Gemeinschaft und damit das Leben im ländlichen Raum. Wie das gehen kann, zeigen erfolgreiche Projekte für Dorf-

gemeinschaftsläden. “ erläuterte Landwirtschaftsministerin Prof. Dr. Claudia Dalbert die Zielsetzung des Modellprogramms.

In diesem Sinne wird das hier beschriebene Projekt umgesetzt. Der „MarktLaden“ mit seinen zugehörigen Angeboten und Dienstleistungen wird zum wichtigen Beitrag zur Weiterentwicklung der ländlichen Region.

- Der „MarktLaden“ bietet die Möglichkeit, sich unter den Stichworten „Aus dem Garten, für den Garten und sonstiges Allerlei“ mit regional produzierten Lebensmitteln und anderen Produkten aus dem Garten- und Dekobereich zu versorgen. Hier wird eine Möglichkeit der Nahversorgung im ländlichen Raum

Projektstruktur „MarktLaden“ Neulingen



geschaffen, was regionale Produkte und Dienstleistungen angeht.

- Durch die Möglichkeit, Unterstützung bei der Entwicklung sowie der Präsentation eigener Produkte zu erhalten, trägt das Projekt dazu bei, die Region mit ihren Dörfern als eigenständigen Wohn-, Arbeits-, Sozial- und Kulturraum zu erhalten.
- Das integrierte Café wird zum sozialen Dreh- und Angelpunkt des dörflichen Gemeinschaftslebens. Durch die Existenz eines solchen Treffpunkts wird nicht nur die Lebensqualität erhöht, sondern auch Möglichkeiten geschaffen, die regionalen Produkte niedrigschwellig zu verkosten bzw. zu erproben und dann auch zu erwerben.



- Über Austausch und Vernetzung können neue (gemeinsame) Projekte oder Produkte entwickelt werden, was wiederum den Zusammenhalt stärkt. Das Ziel ist hier, mit dem Café einen lebendigen Dorfmittelpunkt zu schaffen, in dem sich Jung und Alt barrierefrei begegnen können.

- Das als Folgeprojekt geplante, notwendige „Genusslabor“ trägt dazu bei, dass der dörfliche Charakter erhalten werden kann. Ziel ist es hier, die Verwertung heimischer Früchte und Gemüse kreativ neu zu entwickeln. So werden einerseits die Gartenernten optimaler verwertet und andererseits Beschäftigungs- und Verdienstmöglichkeiten für Garten- und Hofbesitzer der Umgebung geschaffen, was zum Erhalt der dörflichen Struktur beiträgt.
- Hieraus können gemeinsame neue Projekte entstehen, wodurch die kommunikative Gestaltung des Dorflebens erhalten und mit neuen Inhalten gefüllt wird.

Mit dem Projekt soll der Garten als Erlebnis- und Lernraum weiter in den Fokus gerückt werden.

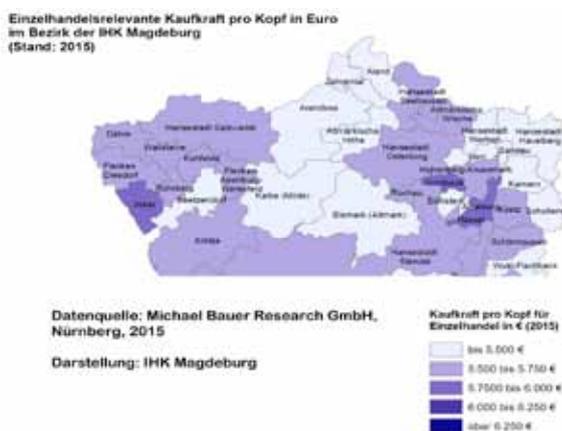
Darüber hinaus soll der MarktLaden ein Treffpunkt für Genuss- und Gartenbegeisterte werden, an dem ein reger Wissensaustausch auch zwischen Jung und Alt, Experten und Laien, Stadt- und Landbewohnern ermöglicht wird. Das Gartenthema kann so zur Weiterentwicklung des Dorflebens sowie zur Identifizierung mit dem Dorf und der Region beitragen sowie dabei helfen, neue Beziehungen aufzubauen und so das tägliche Zusammenleben zu bereichern.

Grundsätzlich gilt für das Projekt, dass Frauen gleichwertig bzw. in bestimmten Bereichen besonders gefördert werden.

3 Region und Struktur

3.1 Kaufkraft

In den zwei Altmarkkreisen (Landkreis Stendal und Altmarkkreis Salzwedel) liegt die Kaufkraft rund 7 Prozent unter dem gesamtdeutschen und 9 Prozent unter dem westdeutschen Durchschnitt. (Quelle: Institut der Deutschen Wirtschaft Köln: IW-Analyse 2017)



Mit den Plätzen 400 und 401 sind die beiden Altmarkkreise die Schlusslichter im Landkreis-Ranking (Quelle: Prognos-Institut/2019).

Die schwache Kaufkraft wird zwar durch niedrigere Lebenshaltungskosten etwas ausgeglichen, dennoch ist das Konsumverhalten in der Region deutlich verhaltener als in den westlichen Nachbarregionen.

Die Altmark insgesamt gilt allerdings als Tourismusregion. Die Lage am Altmark-Rundweg stärkt zusätzlich den Tourismus in der Region. Wie später (unter 7.2) ausgeführt wird, sind Touristen hauptsächlich als Förderer des MarktLadens interessant.

Durch zahlreiche Touristen wird die Kaufkraft der Region potenziell erhöht.

3.2 Standort / Verkehrsanbindung

Neulingen liegt rund 8 km entfernt von der Touristenstadt Arendsee (6.726 Einwohner), 15 km entfernt von Seehausen (4.847 Einwohner), 30 km entfernt von der Kreisstadt Salzwedel (23.655 Einwohner) sowie ebenfalls 30 km entfernt von der Elbestadt Wittenberge (17.015 Einwohner). Somit liegt der kleine Ort mit seinen 69 Einwohnern in der nördlichen Mitte der Gebietskulisse der LEADER-Arbeitsgruppe „Mittlere Altmark“.

Die Verbindung zu den oben genannten Orten sowie nach Stendal und Perleberg ist über die Bundesstraßen 189 und 190 gegeben.

Über die Bundesstraße 189 ist zudem eine direkte Verbindung über Stendal bis nach Magdeburg hergestellt.

Mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist Neulingen über die Bahnlinie Berlin – Wittenberge (Seehausen) oder Hamburg – Wittenberge (Seehausen) zu erreichen.

Von Berlin (Hauptbahnhof) aus beträgt die Fahrzeit bis Wittenberge mit der Bahn zwischen 54 Minuten mit einem schnellen, aber teureren und 1 Stunde 32 mit dem ünstigeren Regionalzug.

Von Wittenberge aus gibt es Busverbindungen nach Leppin bzw. Neulingen. Letztere Verbindung ist allerdings nur im

Rufbus-Verfahren zu nutzen, was eine rechtzeitige Anmeldung erfordert.

Eine Anfahrt ausschließlich mit öffentlichen Verkehrsmitteln scheint deshalb nur für Workshop- bzw. Seminarteilnehmer interessant, weniger für Tagesausflügler. Eine Abholung am Bahnhof ist durchaus möglich, das würde die Motivation für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel erheblich erhöhen.



In einem für Tagesausflüge interessanten Einzugsbereich von rund 50 km Durchmesser liegen die Städte Havelberg, Osterburg, Stendal, Wittenberge, Salzwedel, Seehausen sowie Ludwigslust, Perleberg und Gardelegen.

In diesem Bereich leben allein in den Städten rund 135.000 Menschen, die mit einer zeitgemäßen Ansprache zu einem Ausflug in das „Gartenzentrum Neulingen“ motiviert werden können.

Über den Abzweig von der B 189 auf die B 188 bei Stendal ist auch eine Verbindung nach Wolfsburg möglich, was wegen der zahlreichen Pendler aus der Region interessant ist.

Die Verkehrsverbindungen Richtung Nordwesten in den mit etwas mehr Kaufkraft ausgestatteten und sehr kreativ orientierten Landkreis Lüchow-Dannenberg (Wendland) sind dagegen als äußerst schlecht zu bewerten. Lediglich aus dem Lüchower Raum gibt es eine nach üblichen Kriterien verkehrstüchtige Verbindung über zwei Bundes- und eine Landesstraße. Dennoch dauert die Fahrt von Lüchow – Neulingen bei normaler Geschwindigkeit knapp 40 Minuten.

Die Region Gartow im Landkreis Lüchow-Dannenberg liegt in nur knapp 20 km von Neulingen entfernt. Aber durch ausgedehnte Waldgebiete und nicht vorhandene überregionale Straßenverbindungen müssen Gemeinde- und Kreisstraßen genutzt werden, die teils nur einen äußerst schlechten Ausbaustand aufweisen und durch viele kleine Ortschaften nach Neulingen führen.

Durch diesen Umstand sowie durch fehlende kommunikative Verbindungen zwischen Altmark und Wendland ist der Ort Neulingen mit seinen Aktivitäten im Wendland weitestgehend unbekannt.

3.3 Bevölkerungsstruktur

Auch in der der mittleren Altmark zeigt sich in Bezug auf die demographische Entwicklung die Schwäche des nord- und ostdeutschen Raums. Die beiden Altmark-Landkreise Landkreis Stendal und Altmarkkreis Salzwedel kämpfen ebenso wie viele andere Gebietskörperschaften in Deutschlands ländlichen Räumen mit massiver Überalterung und Wegzug. So ist die Bevölkerungszahl im Altmarkkreis Salzwedel seit der Wende um 10 % gesunken. (Quelle: <https://www.volksstimme.de/lokal/salzwedel/bevoelkerung-einwohnerzahl-im-altmarkkreis-sinkt>)

Der Anteil der unter 20-jährigen bis 2025 soll nach verschiedenen Prognosen nur noch 15 Prozent betragen und der Anteil der 65-jährigen und älter auf ein Drittel steigen. Für den Altmarkkreis Salzwedel gilt allerdings eine günstigere Prognose des Wanderungsverhaltens.

Die regionale Entwicklungsstrategie der LEADER-Aktionsgruppe Mittlere Altmark für den aktuellen Förderzeitraum bis 2020 sieht vor, dass es zu den „Kernaufgaben regionalwirtschaftlichen und politischen Handelns zählt, den Wanderungssaldo mittel- und langfristig in den positiven Bereich zu drehen.“

Die Bezugsregion ist geprägt von kleinen und mittelständischen Unternehmen, Handwerksbetrieben im gewerblichen und Dienstleistungssektor sowie Einzelhandelsgeschäften. Größere Arbeitgeber sind eine Papier- und Zellulosefabrik in Arneburg,

verschiedene Logistik-Betriebe sowie Unternehmen der Zulieferindustrie (Haldensleben, Gardelegen, Salzwedel).

Eine durch den demografischen Wandel bedingte weiter sinkende Nachfrage wird mittelfristig vor allem die Kleinunternehmerlandschaft massiv verändern. Durch das wachsende Durchschnittsalter werden sich außerdem die Nachfragebedürfnisse der Wohnbevölkerung verändern. Die LEADER-Entwicklungsstrategie sieht deshalb vor, Haltefaktoren für junge Menschen zu entwickeln, um der Überalterung entgegenzuwirken.

3.4 Konkurrenz / Marktsituation

Außer in Bau- und Gartenmärkten in den größeren Mittelzentren wie z.B. Salzwedel, Wittenberge oder Osterburg gibt es im Bezugsraum nur vereinzelte Möglichkeiten, Gartenzubehör oder Pflanzgut zu erwerben.

Regionale Produkte sind in verschiedenen Hofläden in der Region erhältlich. In mehreren Gemeinschaften, die nach dem Prinzip der „Solidarischen Landwirtschaft (SoLaWi)“ wirtschaften, können die Teilnehmer saisonal vorhandenes Obst und Gemüse beziehen. Die SoLaWis werden allerdings bisher wegen der stark ökologischen Ausrichtung und dem vom Warenwert entkoppelten festen Mitgliedsbeitrag nicht von allen Bevölkerungsschichten angenommen.

Lebensmittel in Bio-Qualität können lediglich in weiter entfernten Bioläden in Salzwedel,

Perleberg, Osterburg und Stendal erworben werden. Der Bioladen Grünland und der Naturkostladen in Salzwedel bieten ein gesamtes Bio-Sortiment an.

Der Bioladen in Gartow ist wegen der schon unter Pos. 3.1.2 beschriebenen schlechten Straßenverbindung keine Konkurrenz. Im nahe gelegenen Arendsee fehlt ein Bio-markt.

Der Stendaler Scheunenladen hat Obst und Gemüse sowie Weihnachtsbäume aus eigener Produktion im Angebot. Gehrhofs Laden in Osterburg hat Aufstriche, Marmeladen, Tee, Kaffee, glutenfreie Produkte, Nüsse, Körner, Samen, Nudeln, Gewürze, Öl, Brot, Käse, Milchprodukte. Obst, Gemüse, Käse, Wein, Säfte, Sirup, Bier aus Bio-Landwirtschaft im Sortiment.

Der Gärtnerhof Natürlich Eistert in Königsmark bei Osterburg verkauft Käse und Milch, Honig, Obst, Kräuter, Geflügel, Eier, Kartoffeln, Gemüse, Brot, Backwaren und Getreide. Außerdem gibt es saisonales Gemüse aus eigenem Anbau. Desweiteren wird das Sortiment durch einen Onlineshop ergänzt.

Naturkost Gerberhof bietet Naturkosthandel, ein Café und eine Kochschule in Stendal. Die Genusswerkstätten Riethwiesenhof bei Kalbe/ Milde betreiben Biolandwirtschaft, bieten Catering und veranstalten Kochevents. Das Wohnzimmerrestaurant „Tisch 12,“ in Fleetmark versteht sich als Treffpunkt für Geniesser.

Für die regional hergestellten Produkte im hier beschriebenen „MarktLaden“ sind allenfalls die Wochenmärkte und Hofläden in der näheren Umgebung von Neulingen als Konkurrenz zu betrachten.

Die Marktsituation bietet die Chance von vielfältigen Kooperationsmöglichkeiten. Ein neuer Dorfladen profitiert eher davon, wenn es entsprechende Angebote in der näheren und weiteren Umgebung und damit ein Bewusstsein über die Qualität regionaler Produkte in der Öffentlichkeit bereits gibt.

Ein klares Alleinstellungsmerkmal hat das Projekt im Bereich Gartengestaltung, -geräte, Entwicklung und Verwertung regionaler Produkte sowie Ernährungsbildung.

Ein Dorfladen im Sinne dieser Machbarkeitsstudie ist in einem relevanten Umkreis nicht vorhanden. Lediglich im 20 km entfernten Pretzier ist ein Dorfladen im Aufbau, der sich nach derzeitigem Kenntnisstand aber auf den Aufbau einer Ladenstruktur beschränkt.

Förderlich für das hier beschriebene Projekt ist auch die Einbindung in das „NATUR im GARTEN. Vielfalt im Garten“ Netzwerk.

4. Zielgruppenanalyse

4.1 Zielgruppen allgemein

Grundsätzlich sind Einwohnerinnen und Einwohner vor allem der Mittleren Altmark Zielgruppen für das hier beschriebene Projekt. Touristen, die die Region besuchen, sind indirekte Zielgruppe für die Produkte des Dorfgemeinschaftsladens sowie des Cafés. Die zahlreichen Gäste der Region helfen dabei, recht schnell einen nennenswerten Zulauf zu generieren.

Kinder und Jugendliche aus der Region sind Hauptzielgruppe für die Bildungsangebote.

4.2 Altersstruktur

Nach einer Zusammenfassung der Score Media Group (<https://score-media.de/blickpunkt-gartenmarkt/>) sind es vor allem Ältere, die sich für Gartengestaltung interessieren. Nach Score Media hat die VuMa ermittelt, dass 18 Prozent der Gartenliebhaber zwischen 40 und 49 Jahre alt sind, weitere knapp 21 Prozent zwischen 50 und 59 Jahren, 15 Prozent sind zwischen 60 und 69 Jahre alt und fast jeder fünfte Hobbygärtner ist über 80 Jahre alt.

Zunehmend sind es aber auch Jüngere, die sich für – ganz allgemein – „Leben im Garten“ interessieren. So bezieht sich der Verband Deutscher Garten-Center auf eine Studie des Zukunftsinstituts, nach der zwölf Megatrends ausgemacht werden, die als „treibende Kräfte für den Gartenbau“ definiert werden.

Für den MarktLaden sind vor allem die dort benannten Trends „Do-it-Yourself“, „Eigene-Ernte-Feeling“, „Familiengärtnern“ und „Leben im Garten“ relevant. (Quelle: <https://www.markt-in-gruen.de/ipm-2018-megatrends-gartenbau/150/57304/>)

4.3 Einzelne Zielgruppen

4.3.1 Einwohner/Produzenten

Garten- und Hofbesitzer, die eigene Gärten bzw. Streuobstwiesen bewirtschaften, stehen oft vor dem Problem, die Ernteerzeugnisse sinnvoll zu verwerten. Für die eigene Verwendung ist die Menge zu hoch, für eine Vermarktung im Einzelhandel zu wenig.

Das hier besprochene Projekt soll die Entwicklung von Vermarktungswegen bzw. kreative Produktideen für alltägliche Sorten wie Kohl und Äpfel unterstützen, so kann ein Zuverdienst organisiert, das Selbstbewusstsein gestärkt sowie die Identifikation mit dem eigenen Umfeld vertieft werden.

Kreative, möglichst gemeinsam entwickelte Produkte können das Potenzial haben, zum Markenzeichen des Projektraums, also der Mittleren Altmark, zu werden.

Bei Befragungen wurde immer wieder das Bedürfnis geäußert, mehr Kenntnisse über Hersteller sowie über Herstellungsverfahren zu erhalten. Es gehört zum grundlegenden Konzept des „MarktLadens“, Informationen diesem Bedürfnis gerecht zu werden.

4.3.2 Gartenbesitzer

Nach einer Marketinganalyse der Score Media Group (<https://score-media.de/blickpunkt-gartenmarkt/>) hat jede/r Zweite einen Garten, für den die Eigentümer bereit sind, Geld in die Hand zu nehmen. Vor allem, wenn es um die Ausgestaltung des Gartens geht, haben Gartenbesitzer „eine hohe Ausgabebereitschaft“ (Quelle: score media group (IfD Allensbach)). Zielgruppe sind also „Altmärker“, die interessiert sind an ökologischer Gartengestaltung, -pflege und -bewirtschaftung.

4.3.3 Touristen

Laut Auskunft der Touristeninformation Arendsee weist die Gemeinde Arendsee (zu der auch Neulingen gehört) jährlich rund 260 000 Übernachtungen auf (Stand 2016) mit gleichbleibender bis leicht steigender Tendenz.

Hierbei handelt es sich zum größten Teil um Familien aus Sachsen-Anhalt, des Weiteren aus anderen Teilen Ostdeutschlands und zu einem geringen Teil Niedersachsens. Das Hauptinteresse der Besucher liegt nach der Auskunft bei schönem Wetter fast ausschließlich in der Nutzung des Strandbads Arendsee.

Bei schlechtem Wetter allerdings werden Ausflüge in die nähere Umgebung gemacht. Interessant sind dabei vor allem diejenigen Ziele, die die ganze Familie bzw. gezielt Kinder ansprechen.

In der Vor- und Nachsaison kommen verstärkt Touristen, die mehr am Naturerlebnis, z. B. an Wandern und Radfahren, interessiert sind.

Die Gäste der Mutter-Kind-Kurklinik mit 60 Plätzen gehören ggf. zur Zielgruppe des geplanten „MarktLadens“.

4.3.4 Städter / „Urbane Hipster“ / Junge Familien

Eine weitere Zielgruppe – vor allem für Seminare und Workshops - sind Städter, die ihr tiefes Bedürfnis nach Naturerfahrung auf Reisen in naturnahe Regionen wie die Altmark befriedigen wollen.



Diese sind besonders für Seminare, Workshops und themenbezogene Veranstaltungen wie den „Zwiebelmarkt“ oder die „offenen Gärten“ zu begeistern. Mit ihrem Interesse für regionale, natürlich produzierte Lebensmittel und kreative Objekte sind sie außerdem eine wichtige Zielgruppe für den MarktLaden.

Des Weiteren könnte das Projekt den Trend nutzen, dass in den Städten die Gartengestaltung auf Mini-Raum immer mehr Freunde gewinnt. Diese Garten-Neulinge und „urbanen Garten-Hipster“ brauchen viel Beratung und Unterstützung bei den unterschiedlichsten Gartenthemen. Anlage von Kräuter(hoch)beeten, Gemüseanbau im kleinen Stil oder natürliche Bodenverbesserungsmethoden sind hier nur einige Stichworte. (Quelle: <https://www.zukunftsinstitut.de/artikel/wohnen/die-zukunft-ist-ein-garten/>)

Inwieweit diese Zielgruppe allerdings auf die ländlichen Angebote ansprechbar ist, ist noch zu überprüfen.

4.3.5 Kinder und Jugendliche

Schülern bzw. Jugendlichen fehlen meist grundlegende Kenntnisse über Herkunft und Produktion von Lebensmitteln sowie über nachhaltige und naturgemäße Pflege und Bewirtschaftung von Gärten. Sie sind Zielgruppe für die vorgesehenen Kurse und Seminare im Bereich Gartenbewirtschaftung, Ernährungs- und Esskultur, Handwerk, Hauswirtschaft, Gesundheit, Kunst- und Kultur sowie Naturerlebnis.

Da die in den Kursen hergestellten Produkte zum Teil auch im Marktladen angeboten werden sollen, lernen die Kinder und Jugendlichen auch ökologische und ökonomische Zusammenhänge kennen. Durch die eigene Herstellung können sie handgemachte Lebensmittel mehr wertschätzen.

Die Wertschöpfungskette von der Acker-/Gartenfrucht zum fertigen Produkt wird erlebbar gemacht.

So sollen sie positive Impulse erhalten, ihre Kompetenzen kennenzulernen und auszubauen. Des Weiteren werden sie an Berufe im Bereich naturgemäße Bewirtschaftung, Produktion und Pflege herangeführt und so ihre beruflichen Perspektiven erweitert.

Durch die Präsentation ihrer Produkte in einem größeren Rahmen steigern sich Selbstsicherheit und Stolz auf das Geschaffene. Auch Familien werden so an den „MarktLaden“ herangeführt.

In Internationalen Jugendcamps haben sie außerdem die Möglichkeit, Jugendliche aus verschiedenen Ländern und Kulturen kennenzulernen, sich auszutauschen und so eine weltoffene Sicht zu entwickeln.



5. Anbieter und Produktsituation

5.1 Kriterien/Philosophie für die Produktauswahl

Alle angebotenen Produkte sollen einen Bezug zum Thema Garten/ Natur aufweisen und sich durch Individualität/ Eigenständigkeit von marktüblichen Produkten abheben.



Im Einzelnen sollten die Produkte ...

- weitgehend aus heimischen, natürlichen oder naturverträglichen Materialien bestehen - was sich auch auf die Verpackung bezieht.
- aus Rohstoffen aus der Region bestehen und weitestgehend in der Region gefertigt werden.
- die besonderen Qualitäten und Stärken der Region widerspiegeln.
- handwerklich oder in kleinen Serien in Manufakturen produziert bzw. fair gehandelt werden.
- eine hohe Verarbeitungsqualität haben.
- eine gutes Gestaltungs-/ Verpackungsdesign aufweisen.
- den rechtlichen Vorgaben bzgl. Hygiene und Deklaration entsprechen.
- Schadstofffreiheit gewährleisten und auf umwelt- und menschenfreundliche Weise erzeugt werden.
- ein angemessenes Preis-/ Leistungsverhältnis haben.
- eine gewisse Originalität, einen besonderen "Pfiff" aufweisen.



5.2 Katalog der Produkte | 1

Bis zur Marktreife entwickelt bzw. bereits auf dem Markt

AUS DEM GARTEN

- Fruchtaufstriche
- Honig | naturreine Säfte
- Algenprodukte (Bsp. aufzählen)
- Pilzprodukte (Bsp. aufzählen)
- Hanf: Nudeln, Schokolade, Öl, Samen
- Kartoffeln und andere Feldgemüse
- Chutneys
- Pikant eingelegte Gemüse wie Gurken, Tomaten etc.
- Sauerkraut
- Zwiebelkonfitüren
- Gewürzsalze
- Gewürzzucker

Die folgenden Produkte sind entweder bei verschiedenen Anbietern noch im Aufbau oder als neue Produkte aus vorhandenen Rohstoffen zu entwickeln:

AUS DEM GARTEN

- Wildkräuterpesto
- Saft/ Most
- Suppenwürze/ Kräutersalz
- eingelegte Gemüse
- Trockenfrüchte
- Kräutertöpfe
- Kräuteröle und -essige
- Kräutermischungen (für Likör)
- Kräutertees und -Limonade
- Kreationen aus Nüssen
- Duftsäckchen | Trockensträuße | Kränze
- Liköre | Obstbrände
- getrocknete Blütenpotpourries
- Gewürzsalze + -zucker (weitere Sorten)
- div. Senfsorten
- Kuchen im Glas
- Pilze
- kreative Schokoladenvariationen
- Gartenschokolade (z. B. mit Brenneselsamen)
- Weitere Kreationen aus Obst und/oder Gemüse

5.2 Katalog der Produkte | 2

FÜR DEN GARTEN

Bis zur Marktreife entwickelt bzw. bereits auf dem Markt

- Gartendekorationsartikel wie
 - Feuerkörbe
 - Fackeln
 - Pflanzstäbe, Staudenstützen
 - Gartenschilder
 - Gartengeräte, auch für Senioren wie Kniekissen,
- Apfelroller, Pendelhacke
- Blumenzwiebeln
- Dünger: Schafwollpellets,
- Dünger aus Gärsubstrat
- Blütenmischungen
- Geflochtenes
- Gartenkeramik, Rosenkugeln,
- Topfuntersetzer
- Pflanzenstärkungsmittel

FÜR DEN GARTEN

Die folgenden Produkte sind entweder bei verschiedenen Anbietern noch im Aufbau oder als neue Produkte aus vorhandenen Rohstoffen zu entwickeln:

- Pflanzstecker/ Etiketten aus Holz, Keramik etc.
- Dekoartikel aus Cortenstahlblech,
- Skulpturen aus Stahl und Stein
- Düngemittel aus Pflanzenkohle mit Rinderdung und
- Schafwolle
- Terra Preta

5.2 Katalog der Produkte | 3

Bis zur Marktreife entwickelt bzw. bereits auf dem Markt

SONSTIGES ALLERLEI

- Handgerösteter Kaffee
- Seife und Pflegeprodukte
- Zwiebeltöpfe
- Tischwäsche
- Gartenschürzen
- Kissen, Leinen- und Schafwolldeckendecken
- Räucherwerk
- Laternen
- Fachbücher, Pool an Fachmagazinen zum Thema Garten, Rezepte, Lifestyle, Landleben
- Designobjekte
- Naturschmuck
- Papeterie | Tischdekoration
- „Natur im Garten“-Produkte
- Glastrinkflaschen
- Natur-Kartenspiele
- Mörser-Set
- Garten-Gummistiefel
- Kerzen
- Bio-Reiniger | Naturkosmetik
- Gärtöpfe
- Nudeln

Die folgenden Produkte sind entweder bei verschiedenen Anbietern noch im Aufbau oder als neue Produkte aus vorhandenen Rohstoffen zu entwickeln:

SONSTIGES ALLERLEI

- Pflanzenpressen Frühstücks- und Schneidebretter
- Nistkästen
- Futterhäuser
- Insektenhotels
- Stoffe – Musterpalette

5.2 Katalog der Dienstleistungen/Veranstaltungen

Dienstleistungen/
Veranstaltungen

- Möbel-Upcycling
- Upcycling- Nähkurs
- Mal- u. Schreibwerkstatt
- Sauerkraut-Seminar
- kreative Kochkurse, Themenabende
- Flechtkurse
- Migrantinnen-Nähprojekt mit Kinderbetreuung
- Yoga, Meditationskurse
- Gehölzschnittkurs
- Filmworkshop
- Kräuterwanderungen
- Draisinen-/ Fahrradtour
- Gartengeräteverleih
- Gardendienstleistungen
- Gartenschulungen
- Gartenberatung
- Familiengärtnern
- Rezeptbuch entwickeln
- Backen im Holzbackofen
- mobile Saftpresse
- Grüner Stammtisch
- Vorträge zum Thema Garten, Gesundheit etc.
- Teilnahme an der Veranstaltungsreihe „offene Gärten“
- Kunst-Ausstellung
- Pflanzenmarkt im Frühjahr
- Licht-Event, Lichterfest, Gartenillumination
- Zwiebelmarkt im September
- Kartoffel-Ausstellung
- Pflanzen- und Saatgut-Börse

Dienstleistungen/
Veranstaltungen

5.3 Aufgaben der Produktentwicklung

- Herstellerrecherche
- Qualifizierte Herstellerauswahl
- Herstellergespräche zur Feststellung der möglichen Zusammenarbeit
- Produkt festlegen mit Hersteller
- Preis
- Verpackung
- Menge
- Vertragsentwurf
- Vertragsverhandlungen
- Qualitätsüberwachung der Produktion eines neuen Herstellers
- Entwicklung Marke/Label/Siegel (Corporate Identity)
- Siegelproduktion/ Entwurf, Herstellung Verpackung (Label)

5.4 Auswertung Zwiebelmarkt

Am 21.09.2019 veranstaltete der LandHof Neulingen bei bestem Spätsommerwetter den ersten Zwiebelmarkt. Gestaltet wie ein kleiner Marktplatz, wurden hier diverse Zwiebelprodukte wie eingelegte Zwiebeln, Chutneys, Aufstriche, Zwiebelzöpfe, ver-

schiedene Zwiebelsorten, Blumenzwiebeln etc. angeboten. Erweitert wurde das Angebot durch Fruchtaufstriche, Kräutersalze, Tees, eingelegte Gurken. Innovative Produkte wie Hanfnudeln und -schokolade wurden von einem Altmärkischen Unternehmen präsentiert.

Bei der Produktrecherche für den Zwiebelmarkt hat sich herausgestellt, dass es zahlreiche regionale Hersteller gibt, die eine breite Palette an regional produzierten Waren zu bieten haben (siehe vorausstehende Übersicht). Rund 25 Anbieter präsentierten sich auf dem Zwiebelmarkt. Auf dem Markt selber und auch danach ergaben sich noch weitere innovative Anbieter wie z.B. eine Bio-Pilzmanufaktur in Stendal (<https://www.bioedelpilze-altmark.de>).

Auch für den Bereich „Kunsthandwerk für den Garten“ konnten zahlreiche Anbieter aus der Region gefunden werden, so dass neben Pflanzstäben, Feuerschalen, Gartenskulpturen, Upcycling-Mode auch Naturseifen und -pflegeprodukte, Räucherwerk sowie Produkte aus Schafwolle vorgestellt werden konnten.



Rund um das Thema Zwiebel gab es ein umfangreiches kulinarisches Angebot mit Zwiebelkuchen, Zwiebelsuppe, Kartoffel-Zwiebel-Auflauf, Flammkuchen, Kaffee und Kuchen sowie Aroniasaft, Federweißer und Cidre. Für musikalische Untermalung sorgte ein Duo aus Salzwedel mit Chansons.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der Zwiebelmarkt den Probelauf für die Akzeptanz des geplanten „MarktLadens“, hervorragend bestanden hat.

Bereits beim ersten Mal gelang es, mehrere Hundert Besucher nach Neulingen zu holen. Es gab durchweg eine positive Resonanz und Viele äußerten, dass sie die Wiederholung einer solchen Veranstaltung begrüßen würden.

Die Beobachtungen auf dem Zwiebelmarkt zu Vorlieben und zum Kaufverhalten der Besucher bestätigten die in Studien und Berichten beschriebenen Trends (siehe Pos. 4.3.1). Wichtig war den Kunden, mehr über Produktionsweisen und Herkunft der angebotenen Produkte zu erfahren. Bevorzugt wurden eindeutig regionale Erzeugnisse, wobei die Möglichkeit des Direktkontakts zum Hersteller

immer wieder positiv bemerkt wurde. Deutlich wurde dies unter anderem in intensiven Gesprächen über Herstellungsverfahren und Herkunft mit den Anbietern.

Außerdem war zu beobachten, dass insbesondere die ungewöhnlichen Kreationen wie Gänseblümchengelee oder Wildkräutertees viel Aufmerksamkeit erregten.

Darüber hinaus fanden auch Spezialprodukte viel Aufmerksamkeit, die im Handel nicht zu finden sind, wie Schafwollsitzkissen für Jäger, kaltgepresstes, naturbelassenes Hanföl oder Bienenwachstücher als umweltfreundliche Alternative zu Frischhaltefolien aus Alu- oder Kunststoff.

Für den Erfolg des geplanten MarktLadens war die Beobachtung wichtig, dass die Besucher sich nicht nur unverbindlich für die präsentierten Produkte interessierten, sondern sie auch kauften. Am Ende des nur wenige Stunden dauernden Marktes waren die meisten Anbieter sehr zufrieden – sowohl mit den geführten Gesprächen als auch den getätigten Umsätzen.



Vollstimmte 23. September 2019

Spätsommer im Garten

Gut besuchtes Zwiebelfest in Neulingen / Hofladen soll Ostern öffnen

Regional und nachhaltig produziert sollen sie sein, die Produkte, die ab nächstes Jahr im Hofladen in Neulingen angeboten werden. Einen Vorgeschmack darauf bekamen am Sonnabend die Besucher des Zwiebelfestes.

Von Eckehard Schwarz
Neulingen » Wir möchten mit unserem Zwiebelfest, das wir gemeinsam mit der Gartenakademie Sachsen-Anhalt veranstalten, auf die regionalen Produkte hinweisen. Es ist auch ein Teil der derzeit laufenden Machbarkeitsstudie des Landwirtschaftsministeriums für unseren Regionalmarkt, berichtete Christina Ringkamp von der Projektentwicklung der Gartenakademie Sachsen-Anhalt während eines Rundganges durch den weitläufigen Garten des Hofes Nummer 19 in Neulingen.

Bereits in den Vormittagsstunden war das kleine Fest gut besucht. Viele Gartenfreunde waren wie Marlies und August Link aus Brewitz oder anderen Orten der Altmark nach Neulingen gekommen und ließen sich unter anderem über Blumenzwiebeln, Frühlingsblüher und Stauden von Andrea Ehlers beraten.

Naturkosmetik aus Pflanzen

Doch nicht nur den Gartenfreunden wurde auf dem kleinen Markt viel aus der Region geboten. Naturfloristik mit Pflanzen aus dem Garten, Seifen und Cremes, die Gewinnung und Anwendung von Rinderdung und Pflanzenkohle bis hin zu Kunstschmiedesachen für den Garten oder Wildschweinstückchen wurden den Besuchern angeboten.

Zusammen mit mehr als zehn Partnern möchte die gemeinnützige Unternehmensgesellschaft Neue Wege um Christa Ringkamp von Ostern kommenden Jahres an regionale Produkte wie Obst und Gemüse, Kräuter, Marmeladen, Säfte sowie nützliches Gartengerät in ihrem etwas anderen



Der kleine Markt im Garten war den ganzen Tag gut besucht, die Gäste genossen den Spätsommer.



Johann Albrecht Müller (l.) musste viele Fragen der Gartenfreunde beantworten.



Äger Eike Trumpf stellt Christina Ringkamp seine selbstgemachten Wildprodukte vor.



An mehreren Ständen gab es leckere Speisen aus und mit Zwiebeln zum Probieren.



Andrea Ehlers zeigt Helmut und Barbel Koth-Kamp die verschiedensten Blumenzwiebeln. Fotos: Eckehard Schwarz



Celine Döhnert (l.) hatte alle Hände voll zu tun, um die Wünsche nach Crepes und den anderen leckeren Spezialitäten zu erfüllen.

Hofladen zum Kauf anbieten. Weiterhin soll der Hof in Neulingen auch für Projekte, Seminare unter anderem mit Schülern genutzt werden, die dann an Berufe wie Gärtner oder die Nutzung von regionalen Produkten herangeführt

werden können. Am Sonnabend konnten die Besucher auch einige Spezialitäten rund um die Zwiebel ausprobieren. So bot Celine Döhnert Zwiebelkuchen, Crepes süß oder herzhaft sowie Dippekuchen nach einem

Rezept aus dem Rheinland an, und Karl-Heinz Müller hatte in einem großen Kessel Zwiebelsuppe für die hungrigen Besucher vorbereitet. Dazu gab es die verschiedenen Säfte und Wein. Viele Gäste nutzten die Gelegenheit, um bei herrlichem Sonnenschein im Freien zu sitzen

und zu speisen und den Spätsommer zu genießen. Am Nachmittag gab es dann neben selbstgebackenem Kuchen einen kulturellen Leckerbissen: Charlotte Knappstein und Thorsten Urban sangen zur Freude der Besucher Chansons.

IPS/AN 17

Altmarkeskimme 24. September 2018

Mit der Zwiebel wird auf Regionalität abgezielt

Erstes Fest in Neulingen bietet Gelegenheit, weitere Projektideen vorzustellen

Neulingen – „Wir möchten mit unserem Zwiebelfest, das wir gemeinsam mit der Gartenakademie Sachsen-Anhalt umsetzen, auf die regionalen Produkte in unserer Region

hinzweisen. Es ist auch ein Teil der derzeit laufenden Machbarkeitsstudie für unseren Regionalmarkt durch das Landwirtschaftsministerium“, berichtete Christa Ring-

kamp von der Gartenakademie während eines Rundganges. Der weitläufige Garten des Hofes Nummer 19 in Neulingen bietet viel Platz für Ideen. Bereits in den Vormit-

tagstunden war das kleine Fest sehr gut besucht.

Viele Gartenfreunde waren wie Marlies und August Link extra aus Brewitz oder anderen Orten der Altmark nach

Neulingen gekommen und ließen sich unter anderem über Blumenzwiebeln, Frühlingsblüher und Stauden von Andrea Ehlers beraten. Doch nicht nur den Gartenfreun-

den wurde auf dem kleinen Markt viel aus der Region geboten. Naturflosciatik mit Pflanzen aus dem Garten, Seifen und Cremes, die Gewinnung und Anwendung von Rinderdung und Pflanzenkohle bis hin zu Kunstschmiedesachen für den Garten und Wildschweinwurst gehörten dazu.

Zusammen mit über zehn Partnern will die gemeinnützige Unternehmensgesellschaft „Neue Wege“ um Christa Ringkamp ab Ostern 2020 regionale Produkte wie Obst und Gemüse, Kräuter, Marmeladen, Säfte sowie nützliches Gartengerät anbieten. Weiterhin soll der Hof in Neulingen auch für Projekte und Seminare – unter anderem mit Schülern – genutzt werden.

Am Sonnabend konnten die Besucher auch einige Spezialitäten rund um die Zwiebel ausprobieren. So bot Celline Döhnert leckeren Zwiebelkuchen. Crêpes süß oder herzhaft sowie Dippelkuchen nach einem Rezept aus dem Rheinland an, und Karl-Heinz Müller hatte in einem großen Kessel Zwiebelsuppe für die hungrigen Besucher vorbereitet. Dazu gab es verschiedene Säfte und auch Wein.

Viele Gäste nutzten die Gelegenheit, um bei herrlichem Sonnenschein noch einmal im Freien gemütlich zu sitzen und zu speisen und dabei den Spätsommer zu genießen. Am Nachmittag gab es dann neben selbst gemachtem Kuchen auch noch einen kulturellen Leckerbissen auf dem Fest, Charlotte Knappstein und Torsten Urban sangen zur Unterhaltung verschiedene Chansons.



Andrea Ehlers zeigte Helmut und Bärbel Koth-Kampf verschiedene Blumenzwiebeln. Dazu gab es natürlich noch einige Tipps.



Elke Trumpf stellte Christa Ringkamp seine selbst gemachten Wildprodukte vor.



Johann Albrecht Müller (L) beantwortete mit Freude viele Fragen der Gartenfreunde.



An mehreren Ständen gab es leckere Speisen aus und mit Zwiebeln zum Probieren.



Charlotte Knappstein und Torsten Urban sangen.

Die Besucher kamen sowohl aus der näheren Umgebung (bis zu 10 km) aber auch aus Orten, die mehr als 50 km entfernt lagen wie z.B. aus dem rund 65 km entfernten Diesdorf bei Wittlingen. Zum Teil waren die Besucher sogar mit dem Fahrrad gekommen.

Viele Besucher nutzten die Gelegenheit, sich untereinander oder mit den Anbietern über Techniken, Geräte oder Herstellverfahren auszutauschen.

Es bahnten sich erste Kooperationen an, z.B. zwischen altmärkischen Schafhaltern und der wendländischen Initiative „elbwolle“, die bereits eine größer angelegte Kooperation zwischen Schafhaltern zur Herstellung von qualitativ hochwertiger Wolle aus dem Fell der eigenen Schafe betreiben, diese aber gerne erweitern würden.

Das hier beschriebene Projekt könnte dabei eine wichtige Rolle spielen. Es könnte helfen, die Vernetzung voranzutreiben und womöglich (wenn sich genügend Schafhalter beteiligen) eine eigene Wollverarbeitungskette (> Waschen, > Kardieren, >Kämmen, >Spinnen, >Färben, >Weben) in der

Region aufzubauen. Aus dieser Kooperation könnten sich wiederum neue Produkte wie z. B. Schafwollpellets als Dünger entwickeln.

Auf dem Zwiebelmarkt wurde allerdings auch deutlich, dass es noch Handlungsbedarf bei vielen Kleinanbietern im Bereich Präsentation, Verpackung/ Etikettierung sowie Einhaltung formaler Vorgaben besteht.

Das kulinarische Angebot, Zwiebelgerichte, Cidre, Federweißer, Kaffee und Kuchen wurde sehr gerne angenommen. In Gesprächen hat sich herauskristallisiert, dass das Interesse an einem Café in Verbindung mit dem „MarktLaden“ groß ist.

6. Potenzialabschätzung

Folgt man diversen Datenerhebungen (statista.com, score-media group), so ist der durchschnittliche Gartenbesitzer bereit, hohe Ausgaben für Gartenprodukte zu tätigen. Bei früheren Veranstaltungen wurde von den Besucher immer wieder geäußert, dass ihnen entsprechende Kaufmöglichkeiten fehlen.



Der Trend zum Kauf von Lebensmitteln aus bekannten Quellen hält weiter an. Für die Kaufentscheidung sind dabei weniger Zertifizierungsnachweise wichtig als vielmehr das Vertrauen in den Produzenten.

Bio- und Regionalmärkte verzeichnen zunehmende Besucher (z.B. Biosphären-Markt Dömitz, Archetag der Archeregion Flusslandschaft Elbe). Alternative Bezugsmöglichkeiten wie z.B. das „Schweineleasing“ werden beliebter. (Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/244355/umfrage/kriterien-von-verbrauchern-beim-kauf-von-lebensmitteln/>)

Höchste Priorität haben für Kunden aber immer noch Frische, Preis und Geschmack (in der Reihenfolge).

In den beiden Landkreisen, die den Bezugsraum ausmachen (Landkreis Stendal und Altmarkkreis Salzwedel) leben nach Daten des Statistischen Landesamtes Sachsen-Anhalt rund 200.000 Einwohner. Auch wenn aufgrund des demografischen Wandels mit einem Rückgang zu rechnen ist, sind es doch aktuell immer noch mindestens 180.000 Einwohner, die als potenzielle Zielgruppe gelten können.

Dazu kommen rund 60.000 Touristen, die allein das Mittelzentrum Arendsee alljährlich besuchen. Die Touristenzahlen aus den anderen relevanten Orten im Einzugsbereich lassen sich schwer kalkulieren, dürften aber auch bei mindestens 40.000 liegen. Die Tageszeitung „Volksstimme“ geht in einem Artikel von 08/2018 von insgesamt ca. 144.000 Übernachtungen in den Orten Kalbe, Salzwedel und Gardelegen aus. (Quelle: <https://www.volksstimme.de/lokal/kloetze/tourismus-auf-und-ab-bei-den-uebernachtungen>). Nach Auskunft der Tourismusinformation in Arendsee waren 2016 rund 260.000 Übernachtungen gemeldet worden.

Wieviel Personen sich hinter den Übernachtungszahlen verbergen, lässt sich aus den vorhandenen Statistiken nicht eindeutig ermitteln. Legt man das Verhältnis von Übernachtungen zu Personen zugrunde, wie es in Arendsee angenommen wird, dann sind es im Bezugsraum rund 40.000 Touristen, die alljährlich die Region besuchen.

Insgesamt sind es den Quellen zufolge jährlich rund 300.000 Menschen, die entweder in der Region leben bzw. sie als Gäste besuchen. Gelingt es, von diesem Potenzial nur



2 % anzusprechen, dann wären es jährlich rund 6.000 Kunden bzw. Teilnehmer an den verschiedenen Angeboten.

Die Nähe zum Altmarkrundkurs (<https://www.altmark-rundkurs.de/>) und dem Naturschutzprojekt „Grünes Band“ bieten das Potenzial, dass sich sowohl Rad- als auch Natur-Touristen das „Gartenzentrum Neulingen“ als Tagesziel aussuchen. Der MarktLaden mit dem Café könnte auch als Ankerpunkt für das „Grüne Band“ weiterentwickelt werden.

Eine konkrete Potenzialabschätzung lässt sich allerdings nicht erstellen, da es keine Vergleichsdaten aus ähnlich strukturierten Projekten im Bezugsraum gibt. Erfahrungen aus Dorfladen-Initiativen in anderen Regionen lassen den Schluss zu, dass ein Dorfladen zwar durchaus nennenswerte Umsätze einbringt und als Treff- und Kommunikationszentrum gerne genutzt wird. Der dauerhafte Betrieb wird jedoch landauf, landab regelmäßig mit ehrenamtlichen Helfern gewährleistet.

Das besondere Potenzial des hier beschriebenen Projekts liegt in der Vielschichtig-

keit der Angebote. Wie schon unter Pos. 7 beschrieben, werden die unterschiedlichsten Zielgruppen angesprochen - vom Schüler über die Touristenfamilie bis hin zum pensionierten Hobbygärtner.

Die Kombination aus Regionalwarenladen, Café, Seminarhaus und Gartenidylle bildet ein Alleinstellungsmerkmal. Die Übernachtungsmöglichkeiten im LandHof Neulingen (16 Betten) bieten ausreichend Kapazitäten für die Durchführung von mehrtägigen Seminaren.

Der Landhof Neulingen hat sich in der touristischen Vermarktungsmöglichkeit „Landvergnügen. Schöner steht man selten“ registrieren lassen. Gäste mit Campingbussen und Wohnwagen sind herzlich willkommen und bilden eine zusätzliche Käuferschicht.

Durch die Kooperation mit anderen Institutionen und Veranstaltern werden darüber hinaus Zielgruppen angesprochen, die heute noch nicht erkennbar sind.



7 Kommunikation und Partizipation

7.1 Label / Regionalmarke

Da sich bei Befragungen herausgestellt hat, dass die Einwohner sich durchweg (das betrifft beide altmärkische Landkreise) als „Altmärker“ definieren, sollte im Label auch darauf Bezug genommen werden.

Optisch sollte die Marke sowohl für die eher konventionell eingestellten Gartenliebhaber als auch die an innovativen Gestaltungsideen Interessierten ansprechend sein.

Der Grundphilosophie folgend, soll eine aufzubauende Regionalmarke bzw. ein Label die identitätsstiftende Gemeinschaftsidee widerspiegeln.

In einem gemeinsamen Prozess wurde bei einer Arbeitsgruppensitzung mit regionalen Akteuren „Altmarke“ als Label entwickelt. Die an der Entwicklung Beteiligten waren sich einig, dass diese Marke in allen Bereichen der Altmark die Markenbotschaft „Gutes aus der Heimat“ hervorragend transportiert. Mit dem Zusatzslogan „Aus dem Garten, für den Garten und sonstiges

Allerlei“ wird außerdem der Gartenbezug hergestellt.

Unter dieser Dachmarke können die über den „MarktLaden“ LandHof Neulingen entstandenen Produkte auch an anderen Standorten der NATUR im GARTEN Schau-gärten in der Altmark und darüber hinaus (von Arendsee bis Zeitz) angeboten werden.

„Altmarke“ wurde zwischenzeitlich zur Eintragung beim Deutschen Patent- und Markenamt angemeldet. Der Eintragungsprozess ist eingeleitet.

7.2 Allgemeine Kommunikationsmaßnahmen

Da die Bezugsregion sehr großflächig ist, ist eine überregionale Bewerbung des Projektes unerlässlich. Das bedeutet, mindestens die Tageszeitungen der Region (Volksstimme, Altmarkzeitung, Der Prignitzer, Märkische Allgemeine Zeitung und weitere) sowie Monatsblätter wie der „Elbländer“ regelmäßig mit Informationen zu versorgen.



Die Möglichkeit, bei dem regionalen Fernsehsender „Offener Kanal Salzwedel“ eigene Sendungen zu gestalten, sollte genutzt werden. Regelmäßig zu bedienen sind auch Rundfunksender mit Regionalbezug.

Klassische Werbematerialien wie Flyer, Postkarten und Plakate helfen dabei, das Projekt auf eingängige Weise der Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Mögliche Ausgestellen: Touristinformationen, Einzelhandelsgeschäfte, Museen und sonstige Kultureinrichtungen.

Regionalportale wie z.B. das „Kulturportal Altmark“ (<https://kulturportal-altmark.de/>) bieten die Möglichkeit, dort eigene Veranstaltungen zu veröffentlichen.

Eine eigene Website dient als Umschlagplatz für Hintergrundinformationen und die Bewerbung aktueller Veranstaltungen. Zusätzlich sollen die sozialen Medien für die Bewerbung des Projektes genutzt werden.

Neben der Veröffentlichung der aktuellen Termine ist es ein probates Mittel, Inhalte attraktiv zu vermitteln, redaktionelle Artikel über bestimmte Themen/Projekte (z.B. ein Porträt der Hanfanbauer oder die Vorstellung von Heilpflanzen aus dem Neulinger Garten o.ä.) selber zu erstellen und den Medien zur Verfügung zu stellen.

Am wichtigsten ist jedoch, die Mundpropaganda zu befördern. Am besten wird dies durch hervorragende Angebote und einzigartige Erlebnisse realisiert (z. B. wunderbarer hausgebackener Kuchen, besonders

idyllische Sitzgelegenheiten im Garten wie im Café etc...).

Die im „MarktLaden“ ausstellenden Anbieter werden mit Werbematerialien (Aufkleber, Postkarten o.ä.) versorgt. Diese können sie dann auf ihren Höfen bzw. auf den Märkten, an denen sie teilnehmen, auslegen und verteilen. Durch dieses „Schneeballprinzip“ kann die Verbreitung von Informationen beschleunigt werden.

Nicht zuletzt ist der „MarktLaden“ und der integrierte Treffpunkt natürlich die zentrale Austauschplattform.

Einzelne allgemeine Maßnahmen:

- Durchführung von Aktionen und Veranstaltungen mit hohem Aufmerksamkeitswert wie z..B. Zwiebelmarkt (Anmerkung: Im September 2020 wird diese Veranstaltung durch ein Weinfest ergänzt), Pflanzenmarkt oder - tauschbörse, Lichterfest oder Ähnliches. Veranstaltungen erhöhen den Erlebnisfaktor und den Erinnerungswert, der maßgeblich für die Weiterempfehlung (Mundpropaganda) der Gäste ist.
- Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen „einschlägiger“ Organisatoren: „Kartoffeltag Neulingen“, „Gartensommer 2020 offene Gärten“
- Aufnahme in das Buch „The Middle of Nüsch“
- alte Rezepte / Familienrezepte anliefern lassen (evtl. daraus ein Buch gestalten)

7.3 Kommunikationsmaßnahmen für einzelne Zielgruppen

7.3.1 Zielgruppe Einheimische / Partizipation

Am 19.07.2019 fand ein erstes Treffen zur Vorbereitung des Zwiebelmarktes sowie zur Ideenfindung bezüglich des Dorfgemeinschaftsladens statt, an dem sowohl Bewohner von Neulingen, Vertreter des Vereins „Dörpstroat“ als auch einige potenzielle Anbieter von Produkten teilnahmen (insgesamt zehn Personen).



Es wurde lebhaft über Anbieter, Produkte, Gestaltung und Namensgebung des Ladens (Ergebnis: MarktLaden) diskutiert.

In der Zielsetzung dient das Projekt „MarktLaden“ der einheimischen Bevölkerung als Treffpunkt und Austauschforum. Hier können neue Ideen gemeinsam entwickelt, an bestehenden weiter gearbeitet oder einfach nur Alltägliches besprochen werden.

Im Sinne der Beteiligung sollten die Einwohner der näheren Umgebung die Gelegenheit erhalten, frühzeitig Beiträge zur Entwicklung des Projekts einzubringen. Sogenannte „Barcamps“, themenbezogene

Zukunftswerkstätten oder Arbeitsgruppen geben Bürgerinnen und Bürgern die Möglichkeit, ihre Erwartungen und Ziele in das Projekt einzubringen und eigene Ideen zu formulieren.

Um die Partizipation zu befördern, ist es sinnvoll, das Projekt in relevanten Gremien, Institutionen und Vereinen der Region vorzustellen (Gemeinderat, Ausschuss Regionalentwicklung, Verein Dörpstroat, Landfrauen, Bauernverband etc.) und die Mitwirkungsmöglichkeiten zu erläutern.

Schnupperangebote wie z.B. die Verkostung von regionalen Produkten im Café senken die Hemmschwellen zusätzlich.

7.3.2 Zielgruppe Touristen

Im touristischen Bereich sind ebenfalls überregionale Werbemaßnahmen notwendig. Die Touristinformationen, kommunale Websites, die Portale der Regional-Vermarktung sowie größerer touristischer Anbieter spielen bei der Bekanntmachung eine große Rolle. (Anmerkung: Aus der Touristinfo Arendsee war zu hören, dass sie nur sehr mangelhaft von Veranstaltern und anderen Initiativen mit Informationen versorgt werden). Wie schon bei den allgemeinen Maßnahmen erwähnt, gilt es auch hier, das „Kulturportal-Altmark“ mit aktuellen Informationen zu befüllen.

Um Touristen direkter als über die übrigen Verteilerwege (siehe unter „Allgemein“) zu erreichen, sollten die touristischen Anbieter

direkt mit Informations- und Werbematerialien beliefert werden. Des Weiteren wären Kooperationen mit größeren touristischen Anbietern (vor allem in Arendsee) zu prüfen.

Ein Auftritt auf der Internationalen Grünen Woche (IGW) 2020 in Berlin ist in Vorbereitung. Neulingen wird sich dort im Rahmen der LEADER Aktionsgruppe (LAG) Mittlere Altmark in der Gemeinschaftsschau „Lust aufs Land – gemeinsam für die ländlichen Räume“ präsentieren.

Die wichtigsten potenziellen Kooperationspartner im Tourismusbereich:

- Touristinformationen der Gesamtregion, allen voran Arendsee.
-
- IDA – Integrationsdorf Arendsee (<https://paritaet-integral.de/ida/>). Familienenerholungs- und Bildungsstätte mit „konsequent integrativem“ Ansatz (Zitat Website). (300 – 400 Plätze)
- KiEZ Arendsee (<https://www.kiez-arendsee.de/>) – Kinder- und Jugendenerholungszentrum in der Altmark. (900 Plätze).
- Kurklinik Arendsee (<https://drk-kurklinik-arendsee.de/>), sie ist auf die Rehabilitation von Mutter und Kind spezialisiert (Kapazitäten: 60 Mütter und 104 Kinder).
- Campingplatz „Im Kleinen Elsebusch“ (<http://campingplatzarendsee.de/>)

(100 Stellplätze), Campingplatz am Arendsee (<https://luftkurort-arendsee.de/unterk%C3%BCnfte/campingplaetze/>)

- Hotels, Pensionen und Gaststätten

Eine Zusammenstellung der touristischen Anbieter in Arendsee ist unter der Webadresse <https://luftkurort-arendsee.de/unterkunft/> zu finden.

7.3.3 Zielgruppe Kinder/Jugendliche

Die Ansprache von Kindern und Jugendlichen läuft realistischerweise hauptsächlich über Eltern, Schulen, Kindergärten und Jugendzentren.

An vielen Schulen sind Projektwochen üblich. Eine Möglichkeit wäre die Durchführung einer Projektwoche „Ernährung“ oder Kurse „Wie entsteht ...“ (z.B. Marmelade, Chutney, eingelegte Gurken etc.). Kurse, Projektwochen etc. gemeinsam mit den Lehrern der infrage kommenden Schulen abzustimmen - wie es die „Neue Wege“ gUG bereits umsetzt.

Vorträge an Schulen und Kindergärten machen das Projekt in den Schulen bekannt und verringern so die Schwelle, sich für ein Angebot zu entscheiden.

Eine Präsentation der von den Schülern im „MarktLaden“-Projekt entwickelten Produkte oder errungenen Ergebnisse in der Schule weckt das Interesse der anderen Schüler und hebt das Selbstbewusstsein

der Teilnehmer. Auch die Herstellung von Catering-Produkten hebt die Anerkennung derjenigen Schüler, die z.B. das Büffet zusammengestellt haben. Über die Präsentation der Kinder- und Jugendprodukte werden auch die zugehörigen Familien angesprochen.

Für die Kinder und Jugendliche, die sich als Touristen in Arendsee aufhalten, können gemeinsam mit den Trägern der Einrichtungen (KiEZ, IDA) neue Angebote entwickelt werden.

7.4 Vernetzung

Um eine möglichst breite Außenwirkung zu erzielen, empfiehlt sich auch eine Vernetzung mit anderen Initiativen, Vereinen, Verbänden oder Institutionen aus dem Themenkomplex .

Mit dem gARTenakademie Sachsen-Anhalt e.V. besteht schon seit seiner Gründung im Jahre 2011 eine enge Kooperation, ebenso ist der Landhof Neulingen in der Veranstaltungsreihe „Offene Gärten“ etabliert. Er war der erste Schaugarten im Netzwerk „NATUR im GARTEN“. Eine Einbindung in das zur Zeit rund 30 Parks und Gärten umfassende Schaugarten-Netzwerk Sachsen-Anhalts ist also gegeben. Eine Ausweitung der Schaugärten ist geplant.

Kooperationen unter Produzenten können und sollten ausgebaut bzw. befördert werden. Zum Beispiel gibt es bereits Ansätze zwischen Schafhaltern in der Altmark und

dem Projekt „elbwolle“. Hier geht es um die gemeinsame Verwertung von Schafwolle, um eine höhere Wertschöpfung dieses Rohstoffs zu erreichen. Ähnliche Netzwerke könnten in den Bereichen Streuobstwiesen, Verwertung von Gartenprodukten u. ä. aufgebaut bzw. unterstützt werden.

Die „Altmarkfestspiele“ haben es sich zum Markenzeichen gemacht, ihre Veranstaltungen an „besonderen Orten“ stattfinden zu lassen. Der Landschaftspark Gut Zichtau ist einer von ihnen ebenso wie die Alte Burg in Apenburg, das Gutshaus Birkholz, das Schloss Döbbelin sowie das Bismarcksche Landgut Welle und das Freilichtmuseum Diesdorf.

Der Landhof Neulingen hat sich hier im Spätsommer 2019 bereits durch die Unterbringung von Musikern (unter anderem ukrainische Philharmoniker) empfohlen.

Das Ziel, Konzerte im Rahmen der „Altmarkfestspiele“ auf dem Landhof Neulingen zu veranstalten, ist nicht nur dadurch in realistische Nähe gerückt.

8 Umsetzungsvoraussetzungen /-bedingungen

8.1 Allgemeine Voraussetzungen

Um das Gesamtprojekt vor allem in den Modulen „Genusslabor“, „Vernetzung“ und „Vermittlung“ zum Erfolg zu führen, muss die Bevölkerung des Umfelds frühzeitig in den Entwicklungsprozess eingebunden werden, um die notwendige Akzeptanz und vielfältige Beteiligung zu erreichen.

Hier ist das Ziel, dass die einheimische Bevölkerung des Nahbereichs (bis zu 20 km) regelmäßig die Angebote des „MarktLadens“ nutzt. Außerdem gilt es, die Teilnehmer/Anbieter so zu motivieren, dass sie sich im „MarktLaden“ engagieren und das Projekt insgesamt als wichtigen Bestandteil der Lebensqualität und als zusätzliche Einnahmemöglichkeit wahrnehmen.

8.2 Formale Voraussetzungen

Nach geltendem nationalen und EU-Recht müssen alle (Lebensmittel)Produkte und deren Produktion strengen hygienischen Regelungen entsprechen. Auch für die Produkte der Schüler gibt es da keine Ausnahme.

Die wichtigsten Vorgaben:

Alle Personen, die mit offenen Lebensmitteln hantieren, müssen ein Gesundheitszeugnis haben und sich beim zuständigen Veterinäramt im Umgang mit Lebensmitteln unterrichten lassen.

Das Verpackungsdesign muss berücksichtigen, dass es strenge Kennzeichnungspflichten gibt, die einzuhalten sind (Ausweisung von allergenen Stoffen, MHD-Datum, Reihenfolge der Zutaten, Angabe des Füllgewichts etc.).

8.3 Kosten

Der vorgesehene Raum für die Aufnahme des „MarktLadens“ im Torhaus beträgt rund 25 m². Für die Sanierung und den Ausbau des vorgesehenen Raumes wurden im September Fördermittel im Programm LEADER/CLLD in Höhe von rd. brutto 25.000 Euro beantragt. Der Antrag erhielt 25 von 32 möglichen Punkten und wurde durch die Mitgliederversammlung der LAG Mittlere Altmark im Oktober 2019 bestätigt.

Die Erarbeitung der Ausgestaltung und der notwendigen Sanierungsmaßnahmen wird Mitte November vorliegen, damit auf der Grundlage des Leistungsverzeichnisses die Angebotseinholung erfolgen kann. Der Antrag soll bis zum 31.1.2020 bei der LAG Mittlere Altmark eingereicht werden.

Vorgesehen ist die Sanierung von Fußböden, Wände und Decken sowie der Einbau einer Elektroanlage mit Kassenanschluss und Kartenzahlungsgerät. Ebenso muss ein Wasseranschluss eingebaut und der Lageraum eingerichtet werden. Die Herstellung eines barrierefreien Zugangs gehört ebenfalls zu den grundsätzlichen Ausbauten.



Die Türen bleiben erhalten und werden tischler- und malermäßig überarbeitet. Der Eingang wird barrierefrei angepasst. Die linke Tür wird „Schaufenster“, die rechte Tür (blauer Pfeil) wird Eingang.

Der „MarktLaden“ wird mit einer Theke, Regalen, einem „Schüler“regal sowie einem Präsentationstisch ausgestattet. Um „MarktLaden“ und Café ausreichend kenntlich zu machen, wird ein Werbebanner (Werb Schild) an der straßenseitigen Fassade angebracht. Auch müssen die Räume mit einer wirksamen Lichtanlage ausgestattet werden, die einerseits ein angenehmes Gesamtlicht und andererseits eine förderliche Ausleuchtung der Präsentationsregale liefert.



Für die Anbringung der Werbetafeln/-banner muss eine behördliche und für die Gesamtsanierung eine denkmalrechtliche Genehmigung eingeholt werden. Die Planung und Baubetreuung wird durch einen Architekten durchgeführt werden.

8.4 Trägerstruktur

Für die Beantragung der LEADER/CLD Mittel wurde die Schaffung eines Arbeitsplatzes bestätigt. Die Neue Wege gUG strebt im Rahmen der Nutzungsvereinbarung den Betrieb des MarktLadens an.



Zwischenwände werden zurückgebaut, so dass ein Raum mit einer Gesamtfläche von 25 m² entsteht. Der Treppenlauf (Bild unten rechts) bleibt erhalten.

Die Neue Wege gUG hat zum 15.10.2019 eine Stelle geschaffen und eine Ergotherapeutin/Tischlerin für die Betreuung der Projekte und Angebote angestellt.

Eine weitere Stelle wird ab 1.12.2019 in dem neu gegründeten Einzelunternehmen Vernetzen, Vermitteln, Vermarkten (V+++)(Neulingen 19, Inhaberin Christa Ringkamp) eingerichtet.

Die Angestellte wird als Assistenz der Geschäftsführung für die Vernetzung, Vermittlung und Vermarktung der Schwerpunktthemen: MarktLaden, Übernachtungen, GartenCafé „Vergiss-Mein-Nicht“, Veranstaltungen und auf dem Landhof Neulingen, Büroorganisation sowie Öffentlichkeitsarbeit zuständig sein.

Die Auswahl der Produkte wird gemeinschaftlich erfolgen; die Bewerbung, der Einkauf, Abrechnung und Kontrolle wird über V+++ erbracht und die Produktherstellung aus dem Garten, für den Garten und sonstiges Allerlei ist u.a. mit der Neue Wege gUG und weiteren Partnern aus der Region geplant.

Die Öffnungszeiten sollen mit den Café-Öffnungszeiten (an den Wochenenden) korrespondieren und vorrangig an die offenen Gartentage, Veranstaltungsangebote, Seminar- und Workshopstage angepasst sein.

Für diese Öffnungszeiten werden die MitarbeiterInnen der beiden Firmen (Neue Wege gUG, V+++) verantwortlich zeichnen und von HelferInnen (ehrenamtlich, FSJ, FÖJ, Minijob, BUFDI) unterstützt werden. Der MarktLaden soll nach Bedarf der Bewohner sowie der Übernachtungsgäste und Radfahrer geöffnet werden.

Für diesen Service hat sich das ehemalige Eigentümerpaar angeboten, welches nach wie vor auf dem Landhof Neulingen wohnt und lebt.

9 Ausblick

Wie Recherchen in anderen Zusammenhängen gezeigt haben, gibt es zahlreiche Feldfrüchte, deren Anbau Landwirten neue Perspektiven eröffnen könnten. Die Anbauvoraussetzungen und -bedingungen sowie die wirtschaftliche Nutzung sind jedoch nicht oder nur teilweise erkundet. Über den Austausch und die Vernetzung im MarktLaden wäre es perspektivisch denkbar, ganz neue Impulse für eine zukunftsfähige Landwirtschaft zu entwickeln.

Hier nur einige Beispiele möglicher neuer landwirtschaftlicher Produkte:

Die Potenziale landwirtschaftlichen Anbaus von **Senf** wurden vom Institut für Pflanzenkultur in Solkau schon vor einigen Jahren geprüft und für problemlos befunden. Anbau, Pflege und Ernte können mit gängigen landwirtschaftlichen Maschinen bewältigt werden, der Unkraut- und Schädlingsbefall ist gering.



Ob die Qualität regional angebaute Senfsorten (Schärfe/Aroma) gängigen Marktbedürfnissen gerecht werden kann, ist noch nicht überprüft. Ebenso ist die Wirtschaftlichkeit noch nicht erkundet worden.

Auch **Hanfanbau** könnte für Landwirte eine gute Alternative zu tradierten Ackerfrüchten sein. Eine Firma in der Altmark (darumbio.de) baut bereits seit einiger Zeit Hanf an und hat aus der Ernte diverse Produkte entwickelt. Hanfnudeln, -öl, -samen oder



-schokolade fanden auf dem Zwiebelmarkt reißenden Absatz. Hierbei geht es nicht darum, eine Konkurrenz zum bestehenden Unternehmen aufzubauen, sondern die Rohstoffpotenziale für diesen ganz offensichtlich - auch international - sehr beliebten Grundstoff zu erhöhen.

Unter Anderem gibt es derzeit einen offenen Markt für andere aus Hanf entwickelte Stoffe wie hanfverstärkter Kunststoff (Quelle: „Hanf ersetzt Kunststoffe im Spritzguss“ - <https://www.vdi-nachrichten.com/technik/hanf-ersetzt-kunststoff-im-spritzguss/>) oder Dämmstoffe (Quelle: „Hanf – ökologische Dämmung mit guten Eigenschaften“ <https://www.energieheld.de/daemmung/daemmstoffe/hanf>). Ebenso wird gehäckselter Hanf als Mulchmaterial für den Garten eingesetzt.

Gesamtwirtschaftlich wird der Rohstoff Hanf seit einiger Zeit als „Businesswunder“

gehandelt. „Das Geschäft mit Cannabis boomt“ (Quelle: „<https://www.kuendig.com/die-cannabispflanze-und-die-agrarwirtschaft/>)“ titelt z.B. die Kündig-Gruppe, ein großer Rohstofflieferant. Transatlantische Unternehmen stünden in den Startlöchern, den Markt zu besetzen und den Hanfanbau in Deutschland im großen Stil auszubauen.

Hanfanbau könnte also für bäuerliche Familienbetriebe eine Chance sein, das eigene Unternehmen zukunftsfähig aufzustellen.

Weitere Nutzpflanzen wie Sonnenblumen (als Lebensmittel, nicht als Futter- oder Energiepflanze gemeint), Kürbisse, Meerrettich oder Kräuter eignen sich ebenfalls gut für ecofarming. Inwieweit sie für den landwirtschaftlichen Anbau interessant sein könnten, muss noch weiter untersucht werden.

Schafhalter: Kooperation mit „elbwolle“. Aufbau einer Struktur zur effektiveren/gemeinsamen Verwertung der Wolle. (Idee: kooperative Organisation des gesamten Produktionsweges bis hin zum Verkauf der fertigen Garne).

Ein Projekt ist die Weiterentwicklung von Schafwolle als Dünger gemeinsam mit altmärkischen Schäfern.

Für brachliegende Rohstoffe aus Gärten und Wiesen (Gemüse, Obst, Nüsse u.a.) gilt es, **neue Verwertungsmöglichkeiten** zu entwickeln.

10 Übertragbarkeit

Das Projekt ist auf weitere Natur im Garten-Schaugärten in anderen Regionen bzw. Dörfern modifiziert übertragbar. Voraussetzung ist allerdings, dass im Umfeld genügend Anbieter regionaler Produkte sowie ausreichend Interessierte vorhanden sind, die ein derartiges Projekt umsetzen wollen.

Für die Attraktivität eines derartigen Projektes wäre es hilfreich, eine ausgedehnte, bewirtschaftete Gartenanlage nutzen zu können.

11 Fazit

Insgesamt haben die Recherchen und Befragungen ergeben, dass die Erfolgchancen für das hier beschriebene Projekt ausgezeichnet sind.

Die Einwohner der näheren Region von Neulingen haben durchweg großes Interesse an der Einrichtung des Projektes gezeigt. Insbesondere die Aussicht, mit dem Café wieder einen lebendigen Dorfmittelpunkt zu erhalten, fand viel Zustimmung.

Der große Einzugsbereich mit über 100 000 potenziell erreichbaren Einwohnern und Touristen bietet die Möglichkeit, ein auf Dauer überlebensfähiges Projekt zu implementieren.

Die große Anzahl von regionalen Herstellern, die bereits mit marktfähigen Produkten aller

Kategorien tätig sind, bietet das Potenzial, den „MarktLaden“ von Anfang an mit einem attraktiven Sortiment befüllen zu können.

Durch die intensive Vernetzung des Landhofs Neulingen mit den verschiedenen Garteninitiativen der Altmark und Sachsen-Anhalts (Gartenakademie, Schaugarten-Netzwerk, „offene Gärten“ sowie ART - altmärkischer Marketing- und Tourismusverband in Tangermünde etc.) ist eine hervorragende Basis für die überregionale Wahrnehmung des Gesamtprojekts „MarktLaden“ Neulingen gegeben.

Alles in Allem ist das hier beschriebene Gesamtmodell „MarktLaden“ ein erfolgversprechendes Projekt, welches mit der finanziellen Unterstützung durch das Ministerium für Umweltschutz, Landwirtschaft und Energie auf den Weg gehen wird.

Der „MarktLaden“ auf dem LandHof Neulingen mit dem NATUR im GARTEN Schaugarten „Neue Wege gehen“ wird Gartenfreund*innen, Radfahrreisenden, Seminarteilnehmer*innen, Übernachtungsgästen, Feriengästen des Integrativen Dorfes Arendsee und des Luftkurortes Arendsee, Dorfbewohner*innen und Bewohner*innen der Region unterstützen und mit den drei Säulen – Nahversorgung, Dienstleistung und sozialer Treffpunkt – helfen, neue Beziehungen auszubauen und das tägliche Zusammenleben zu bereichern.

