

MARKET GARDEN

gründen
Was braucht's?





Inhalt

Impressum

1. Auflage 2023

Herausgeber:

marketgarden.de / Urs Mauk
Müllersteige 8 / 74626 Bretzfeld / Deutschland
Tel. +497957 3979823 / kontakt@marketgarden.de

Hearts and Ventures
biommmh UG (haftungsbeschränkt)
Weinbergstraße 13 / 78244 Gottmadingen / Deutschland
Tel. +49176 32593167 / info@hearts-and-ventures.de

Bilder: Mit freundlicher Genehmigung von
Orfeas Fischer (<http://www.weierhoefer-gartengemuese.de/>),
GRAND GARTEN (www.grandgarten.at) und
Klaus Schmid (www.klauserei.at).

Texte: Urs Mauk

Vervielfältigung nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Herausgeber.

Das Projekt	Seite 6
Einleitung	Seite 8
Vorstellung Urs Mauk	Seite 10
Definition Market Garden	Seite 11
1. Vorüberlegungen	Seite 14
→ Fragen, die dir weiterhelfen können:	Seite 16
→ Wie ist deine Ausgangssituation?	Seite 18
→ Planungstool: Betriebsprofil	Seite 20
2. Bodenbearbeitung	Seite 24
3. Direktvermarktung	Seite 28
4. Gründen	Seite 33
→ Den Betrieb anmelden	Seite 34
→ Richtig versteuern	Seite 35
→ Sinnvoll versichern	Seite 37
→ Bauen im Außenbereich	Seite 38
5. Anbauplanung	Seite 40
→ Daten sammeln	Seite 41
→ Ressourcen klären	Seite 41
→ Der Planungskreislauf	Seite 42
6. Flächenplanung	Seite 44
→ Eine Fläche beurteilen	Seite 44
→ Die richtige Fläche finden	Seite 45
→ Die Fläche planen	Seite 46
7. Budget/Ausstattung	Seite 48
→ Notwendige Investitionen	Seite 49
→ Regelmäßige Ausgaben	Seite 52
Aus-/Weiterbildung	Seite 56
Vereine & Netzwerk	Seite 57
Links/Bezugsquellen	Seite 58



Hearts &
Ventures



Das Projekt

Hearts & Ventures ist eine Agentur, die sich auf nachhaltige Innovationen spezialisiert hat. Uns liegt es am Herzen, Gründungen im Bereich der regenerativen Landwirtschaft zu fördern. Wir sind als Partner im Projekt „Nebenströme“ fest davon überzeugt, dass Market Gardening einen Wandel in der Landwirtschaft anstossen kann und dass durch neue Gründungen in dem Bereich Innovationsprozesse beschleunigt werden können. Wir glauben, dass Leuchtturm-Projekte in der Market Gardening Szene wichtige Beiträge zu einem Systemwandel hin zu einer regenerativen Landwirtschaft leisten können.

Wir haben Urs Mauk als jemanden kennengelernt, der eine Leidenschaft für gesunden Boden und vielfältige Landwirtschaft besitzt. Seine Pionierarbeit im Bereich der regenerativen Landwirtschaft und des Market Gardening schätzen wir als äußerst bedeutsam ein. Diese Broschüre ist daher nicht nur ein praktisches Handbuch, das grundlegendes landwirtschaftliches Wissen mit relevanten Informationen zur Gründung vereint, son-

dern auch ein inspirierendes Beispiel. Durch seine jahrelange Erfahrung führt Urs Mauk die Leserinnen und Leser durch alle wichtigen Schritte von der Idee bis zur Umsetzung. Die Gliederung, bestehend aus Vorbereitung, Positionierung, Gründung, Anbau und Flächenplanung sowie Finanzplanung, ermöglicht es jedem Interessierten, sich ein klares Bild davon zu machen, was erforderlich ist, um den eigenen Traum von einer eigenen Landwirtschaft zu verwirklichen. Darüber hinaus werden wichtige Tipps und Hinweise zur Aus- und Weiterbildung sowie zur Vernetzung gegeben.

Im Rahmen unseres Projekts „Nebenströme“ haben wir die immense Bedeutung der Landwirtschaft als essenziellen Bestandteil eines regenerativen Wandels auf persönlicher Ebene erkannt. Wir sind der festen Überzeugung, dass grundlegende Veränderungen und ein Systemwandel hin zu einer regenerativen Wirtschaftskultur möglich sind. Oft entstehen große Veränderungen durch viele kleine Schritte und sollten auch auf individueller Ebene erlebbar sein. Hier erkennen wir die Chance des Market Gardening und glauben, dass diese Broschüre wichtige Impulse nicht nur für

Gründungsinteressierte, sondern auch für die gesamte Szene setzen kann.

Wir hoffen, dass diese Broschüre viele Menschen ermutigen wird, die Spaten in die Hand zu nehmen und sich auf den Weg zu machen, ihren Traum von einer eigenen Landwirtschaft zu

verwirklichen. Durch den Austausch von Wissen, die Bereitstellung von Ressourcen und die Förderung der Vernetzung möchten wir durch diese Broschüre einen Beitrag zu einer nachhaltigen und regenerativen Landwirtschaft leisten.



Diese Broschüre entstand im Rahmen des Projekts „Nebenströme“. Dazu soll auch diese Gründerbroschüre beitragen. Das Projekt Nebenströme im Forschungs- und Entwicklungskonsortium für nachhaltiges Sourcing und Produktentwicklung wurde gefördert durch das Ministerium für Ernährung, ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg und war verortet in der Landesstrategie Nachhaltige Bioökonomie Baden-Württemberg.

Für weitere Infos: <https://www.hearts-and-ventures.de/nebenstroeme>

Einleitung

Träumst du davon, Gemüse anzubauen und damit die Menschen in deiner Region zu versorgen? Hast du keine Lust mehr auf enge Büros, sondern möchtest mit den Händen in der Erde unter freiem Himmel arbeiten?

Die Gründe dafür, MarktgärtnerIn werden zu wollen, sind so vielfältig wie individuell. Einige grundlegende Motivationen begegnen mir in meiner Tätigkeit als Berater für SoLaWis und Marktgärtnerneien jedoch immer wieder. **Es sind Bedürfnisse nach:**

- einer sinnstiftenden Tätigkeit
- einer wirtschaftlich tragfähigen Existenz
- finanzieller und zeitlicher Unabhängigkeit
- Arbeit an der frischen Luft und mit körperlichem Einsatz
- Verbindung mit der Natur und einer menschlichen Gemeinschaft
- Arbeitsergebnissen, die unmittelbar zu sehen und zu spüren sind.

Ich kann alle diese Beweggründe gut nachvollziehen, da sie auch mich seit

vielen Jahren antreiben. Und hier kommt direkt die gute Nachricht:

Als QuereinsteigerIn Gemüse auf kleinen Flächen anzubauen, es regional direkt zu vermarkten und davon gut leben zu können, ist möglich! Es gibt mittlerweile zahlreiche Betriebe, die es vormachen und erfolgreich den Beweis antreten.

Eine Marktgärtnerei kann wirtschaftlich tragfähig und persönlich erfüllend sein – muss es aber nicht. In den Sozialen Medien wird häufig ein sehr romantisches Bild der Marktgärtnerei gezeichnet. Teilweise wird regelrechte Goldgräber-Stimmung geweckt. **Hier eine Auswahl (echter) YouTube-Video-Titel:**

- *THIS IS HOW MY FARM WORKS! - \$100K on a quarter acre*
- *\$200,000+ on 1 Acre (In Their 2nd Season)*
- *\$10,000 a Month Growing Microgreens in a Basement!*
- *How to quit your job and start farming*
- *How we keep our Marketgarden completely weed free*
- *How I started a half acre farm on less than 8 hours of work per week*

Was hier vermittelt wird: Mit ein paar Tricks reichen schon wenige Stunden Gartenarbeit in der Woche, um richtig viel Geld zu verdienen. Aber so funktioniert das Internet nun mal. Reißerische Titel werden am meisten geklickt. Ich möchte dir hier meine realistische Einschätzung dazu geben. Durch meine Arbeit als Berater und im Rahmen meiner Relavio-Videos habe ich in den letzten Jahren über 200 Betriebe kennengelernt. Zudem war ich selbst für mehrere Jahre Betriebsleiter eines Gemüsebaubetriebes mit Market Garden. Meiner Erfahrung nach ist MarktgärtnerIn sein ein schöner, aber auch ein taffer Beruf. Er kann dir ein gutes Einkommen sichern, wird dich aber höchstwahrscheinlich nicht reich machen. Er wird dir Freiheit und Flexibilität geben, dich aber auch fordern. Du wirst nicht nur bei Sonnenschein arbeiten, sondern auch bei Regen und Schnee. Und in der Saison sind 7-Tage-Wochen mit Arbeitszeiten weit jenseits einer 40-Stunden-Woche keine Seltenheit.

Der Schritt in die Selbständigkeit ist immer ein Abenteuer. Das geht nicht ohne Risiko. Du kannst diesen Schritt jedoch gut planen und vorbereiten und so das Risiko minimieren. Je besser du weißt, wo du hin willst und was dich erwartet, desto sicherer wirst du dein Ziel erreichen und deine Träume verwirklichen.

Mit diesem E-Book möchte ich dir die wesentlichen Planungsgrundlagen vermitteln.

In 7 Schritten begleite ich dich von den ersten Vorüberlegungen bis hin zur Budgetplanung. Das soll dir einen ersten Überblick vermitteln und die Ausgangsbasis für deine weiteren Überlegungen sein. Im Anhang zeige ich dir Medien und Adressen, um für dich relevante Themen weiter zu vertiefen.



Vorstellung Urs Mauk



“Market Gardening hat das Potential, lebendige Ökosysteme zu schaffen und dabei Menschen regional mit Gemüse zu versorgen.”



- klassische Ausbildung im Gemüsebau
- Studium der ökologischen Landwirtschaft
- mehrere Jahre Market-Garden-Betriebsleiter Schloss Tempelhof
- Mitgründer und Entwickler der Software **Gemüse-Anbauplaner**
- Berater für Landwirtschaft, Solawis und Marktgärten
- Vortragsredner und Workshopleiter im Bereich Regenerative Landwirtschaft und Market Garden
- Betreiber des YouTube-Kanals **Relavisio** (über 400 Videos zu Regenerativer Landwirtschaft und Market Garden)
- Mitentwickler der Werkzeugreihe **Market Garden Tools** (Bezugsquellen im Anhang)
- Betreiber von **marketgarden.de** (Videokurse, Vorträge, Onlinecoaching)

Definition Market Garden

Der Market-Garden-Begriff hat beispielsweise in den USA und Kanada bereits eine gewisse Popularität erreicht. In Europa ist diese besondere Form der Landwirtschaft noch ein recht junges Phänomen. Auch wenn es in Deutschland, Österreich und der Schweiz schon länger Betriebe gibt, die nach den Market-Garden-Prinzipien arbeiten, so wird der Begriff erst seit wenigen Jahren zunehmend verwendet. Dabei funktionieren “Market Garden” und “MarktgärtnerIn” sowohl, um Gemeinsamkeiten festzustellen als auch, um sich von der industriell geprägten konventionellen Landwirtschaft abzugrenzen. Häufig sind es QuereinsteigerInnen, die das Abenteuer wagen, auf verhältnismäßig kleinen Flächen Gemüse anzubauen und zu vermarkten. Die Market-Garden-Szene ist daher auch sehr gut vernetzt. Besonders die Sozialen Medien dienen den Start-ups als Plattformen, um Wissen zu teilen, Erfahrungen auszutauschen und nicht zuletzt, um den eigenen Werdegang zu dokumentieren. Es liegt in der Natur der Sozialen Medien, dass diese Darstellung ten-



denziell vereinfacht und romantisiert ist. Nichtsdestotrotz sind es diese sozialen Knotenpunkte wie Instagram, Facebook und YouTube, die als Keimzellen die Entwicklung und Professionalisierung der Market-Garden-Bewegung erst möglich gemacht haben und weiter vorantreiben.

Market Gardening ist eine Methode des Gemüseanbaus, bei der frische Produkte in kleinem Maßstab angebaut und direkt an lokale Märkte und

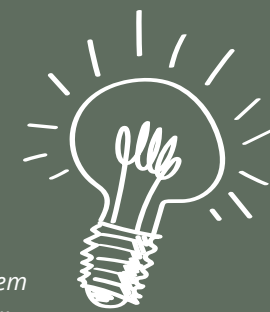
Verbraucher verkauft werden. Im Gegensatz zur traditionellen landwirtschaftlichen Produktion, die oft auf den Anbau großer Mengen von nur wenigen Pflanzenarten ausgerichtet ist, konzentriert sich Market Gardening auf eine breitere Vielfalt an Gemüsesorten, um eine breitere Palette von Produkten zu produzieren. Der Anbau erfolgt sowohl auf Freiflächen als auch in Gewächshäusern und Folientunneln, um die Saison zu verlängern und den Ertrag zu maximieren. Die Produkte werden dann direkt an lokale Märkte, Restaurants und VerbraucherInnen verkauft, um eine bessere Kontrolle über Qualität und Preis

zu haben. Market Gardening wird oft als nachhaltigere und umweltfreundlichere Alternative zur traditionellen Landwirtschaft angesehen, da keine Pestizide und Herbizide verwendet und weniger Energie und Wasser verbraucht werden.

Kennzeichnend für Market-Garden-Betriebe ist neben der oben genannten Direktvermarktung der Anbau auf kleinen Flächen (meist unter einem Hektar). Diese Flächen werden intensiv bewirtschaftet, mit standardisierten Beetabmessungen, geringer Mechanisierung und hocheffizienten Fruchtfolgen.



Bild: GRAND GARTEN



Market-Garden-Prinzipien

- kleine intensiv genutzte Fläche
- wenig und leichte Technik
- viel Handarbeit
- feste Beetbreiten
- Verwendung großer Mengen Kompost
- möglichst wenig Bodenbewegung
- enge Pflanzabstände
- Mischkultur und Fruchtfolgen
- direkte Vermarktung zu guten Preisen

Erfolgsfaktoren

- geringe Investitionen
- niedrige Fixkosten
- standardisiertes System
- fortlaufendes Controlling
- optimierte Arbeitsprozesse
- kurze Wege
- effiziente Logistik
- wirtschaftliche Kulturen



Podcast-Empfehlung

Das Team des Market-Garden-Podcasts im Gespräch mit Wolfgang Palme - Buchautor, Wissenschaftler und Gründer der CityFarm in Wien. Es geht um das Potential kleiner Marktgärten, Vorbild für eine zukunftsfähige Landwirtschaft zu sein und wie Market Gardening eine Rolle bei der Ernährungswende spielen kann.

<https://marketgarden.de/2021/09/12/wolfgang-palme/>



QR-Code scannen & Podcast anhören

1. Vorüberlegungen

Vor dem Start in den eigenen Market Garden solltest du eine Reihe Fragen für dich beantworten. Wie bereits in der Einleitung angesprochen, ist gründliche Planung unverzichtbar, um dir über deine Ziele klar zu werden, ein stabiles Fundament zu schaffen und das Risiko der Selbstständigkeit zu reduzieren.

Mit diesem E-Book möchte ich dich dabei unterstützen, die richtigen Fragen zu stellen. Die Reihenfolge der Kapitel mag dich zunächst überraschen. Warum steht die Gründung erst an vierter, die Budgetplanung sogar erst an siebter Stelle? Ich empfehle dir, den Prozess der Planung und Vorüberlegung tatsächlich in dieser Reihenfolge durchzuführen. Für mich hat sich diese Gliederung in zahlreichen Workshops, Beratungen und Coachings bewährt. Beispielsweise solltest du dich erst mit dem Thema der Gründung beschäftigen, wenn du ein sehr klares Bild davon hast, was du gründen willst. Fragen zur Betriebsform, Aufbauweise, Direktvermarktung usw. solltest du vorab für dich beantwor-

tet haben. Die Budgetplanung steht in meiner Reihenfolge demnach auch ganz am Ende. Denn erst wenn du den Planungsprozess wirklich durchlaufen hast, weißt du, was du für die Realisierung und den laufenden Betrieb benötigst. Brauchst du wirklich einen Einachser und weitere kostenintensive Geräte? Liegt ein Wasseranschluss am Grundstück? Welche Infrastruktur ist vorhanden, welche notwendig? Mitarbeiter, Gewächshäuser, Kühlraum, Abholstation, Lieferwagen ...?

Du merkst: Für eine Budgetplanung braucht es Informationen und diese ergeben sich aus deiner Planung.

Vielleicht kommt dir das übertrieben vor. Schließlich möchtest du doch nur Gemüse anbauen und verkaufen. Klingt doch recht einfach und sieht in der Selbstdarstellung vieler Betriebe in den Sozialen Medien auch wirklich sehr einfach aus. Tatsächlich ist der Betrieb eines Market Gardens ein hochkomplexes Unterfangen. Vergleichen wir es mit dem Führen eines Restaurants: An unserem Wohlfühlort

in entspannter Atmosphäre gemütlich kochen und durch ein herzliches Lächeln unserer Gäste belohnt werden - sieht so der realistische Alltag in einem Restaurant aus? Natürlich nicht. Ebenso wenig wirst du als MarktgärtnerIn nur Pflanzen streicheln, Unkraut zupfen und Gemüseboxen ausgeben. Besonders zu Beginn stehst du vor zahlreichen Herausforderungen.

Du wirst dich vielmehr mit allen Themen der Selbstständigkeit (Versicherungen, Steuern, Rechtsfragen usw.) auseinandersetzen müssen. Du musst das Gärtnerhandwerk lernen (was nicht ohne Grund ein eigenständiger Ausbildungsberuf ist), die Betriebsinfrastruktur aufbauen (Beete, Geräteschuppen, Kühlung, Bewässerung, Gewächshäuser usw.) und einen effizienten Vertrieb entwickeln (Hofverkauf, Gastrokunden, Gemüseboxen, ...).

Was sind deine persönlichen Ziele & Voraussetzungen?

Gehen wir davon aus, du möchtest mit dem Verkauf von selbst angebautem Gemüse Geld verdienen. Diese Idee kommt sicher nicht aus dem Nichts, vielmehr bringst du deine individuelle Sammlung an Erfahrung und Wissen

mit. Doch selbst wenn du sogar schon Gemüse verkauft hast und nun dein Geschäft weiter ausbauen möchtest: Wie bei jedem großen Projekt ist es wichtig, sich zum Start Gedanken darüber zu machen, wo du stehst (IST-Zustand) und wo du hin willst (Ziele). Nur so kannst du sinnvolle und notwendige Entscheidungen treffen, um die Ziele auch zu erreichen.

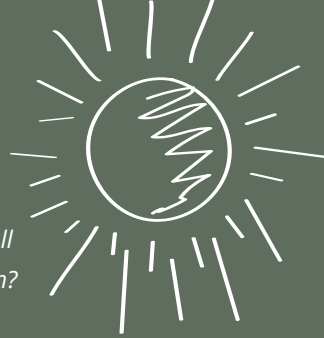
Was sind deine Ziele?

Du kannst Ziele nur erreichen, wenn sie dir deutlich bewusst sind. Dabei ist es wichtig zu verstehen, dass ein Ziel zu haben nicht bedeutet, einen idealistischen Traum zu verfolgen. Ein Ziel ist etwas Konkretes, das uns dabei hilft, einen Plan zu entwickeln, um es zu erreichen. Ein Ziel kann auch etwas sehr Kleines sein: zum Beispiel Strukturen zu schaffen, die es dir ermöglichen, Überschüsse aus dem Garten zu verkaufen. Dann wäre eine Möglichkeit ein kleiner Verkaufsstand auf dem Hof oder an der Straße. Vielleicht mit einer Vertrauenskasse. Noch einmal: Wichtig ist nicht, was du vorhast, sondern dass du es möglichst konkret für dich ausformulierst.





Fragen, die dir weiterhelfen können:



- Möchtest du ein Geschäft aufbauen, von dem du finanziell leben kannst oder willst du es im Nebenerwerb ausführen?
- Was willst du verkaufen? Soll dein Sortiment nur Gemüse aus eigenem Anbau umfassen oder willst du auch Produkte zukaufen, um dein Sortiment zu erweitern?
- Möchtest du ausschließlich pflanzliche oder auch tierische Produkte verkaufen? Oder hast du sogar vor, einen Naturkosthandel zu eröffnen, der neben deinen Lebensmitteln vielleicht auch andere Grundnahrungsmittel wie Kräuter, Öle, Hygieneprodukte oder Ähnliches vertreibt?
- Beabsichtigst du auch, Lebensmittel zu produzieren, also dein Gemüse z. B. zu veredeln, indem du es trocknest, fermentierst, einkochst usw.?
- Wie willst du deine Produkte vermarkten? Wirst du ausschließlich direktvermarkten, z. B. auf dem Wochenmarkt oder in einem Hofladen? Oder planst du, dein Gemüse auch über Wiederverkäufer wie Bioläden oder Supermärkte anzubieten?
- Oder möchtest du vielleicht einen ganz anderen Weg gehen und z. B. eine Solidarische Landwirtschaft gründen, womit du deine Produkte von Verkaufspreisen entkoppelst und Geld über Mitgliedsbeiträge einnimmst?
- Klar werden solltest du dir auch über deine persönliche Motivation, den Schritt in diese Form der Selbstständigkeit wagen zu wollen. Besonders wenn du einen sehr idealistischen Ansatz verfolgst und mit deiner Tätigkeit die Welt verändern möchtest, dann ist das gut und motivierend, aber du solltest nicht vergessen, immer auch die Wirtschaftlichkeit zu betrachten.



Du merkst sicher schon: Die Beantwortung dieser Fragen ist elementar. Denn deine Antworten entscheiden über deine zukünftige Betriebsform, deine erforderliche Anbaufläche, deine Räumlichkeiten, dein Budget usw. Willst du z. B. ausschließlich an Restaurants oder auf dem Wochenmarkt verkaufen, dann kannst du dich auf eine kleine Liste profitabler Gemüsesorten konzentrieren, die schnell wachsen, vielleicht mehrmals geerntet werden können und sich zu guten Preisen ver-

kaufen lassen. Hast du aber vor, eine SoLaWi zu gründen oder Gemüseketten zu verkaufen, dann erwarten deine Kunden eine gewisse Vielfalt und Abwechslung. Du wirst demnach auch Gemüsesorten anbauen, die für sich betrachtet nicht sehr ertragreich sind, in deinem Sortiment aber erwartet werden. Oder du kaufst diese Produkte zu, solltest das dann aber transparent kommunizieren.





Wie ist deine Ausgangssituation?

Auch hier ist es wichtig, genau hinzusehen. Denn eine möglichst realistische Einschätzung des persönlichen IST-Zustands ist unumgänglich, um einschätzen zu können, ob die gesetzten Ziele überhaupt zu erreichen sind. Zudem braucht jede erfolgreiche Routenplanung einen Startpunkt. Es reicht nicht, nur zu wissen, wo du hin willst, um herauszufinden, wie du das Ziel erreichst. Stell dir also folgende Fragen:

Erfahrungen im Gartenbau

- *Wie ist dein fachliches Niveau? Kannst du direkt starten? Böden vorbereiten, Aussaatpläne erstellen, Bewässerungen installieren, deine Produkte anbauen und unmittelbar frisch vermarkten? Oder brauchst du noch Zeit, um zu recherchieren und zu probieren? Vielleicht benötigst du noch Praktika, um die komplexen Produktions- und Vermarktungsprozesse kennenzulernen.*

Vorhandene Ressourcen

- *Besitzt du bereits Land? Hast du Anbaufläche und Räume für Werkzeuge, Maschinen, zur Verarbeitung und Lagerung? Oder hast du vielleicht die Möglichkeit, Ackerland oder Gärten zu mieten?*
- *Besitzt du bereits Gartenwerkzeuge, Maschinen, Gewächshäuser, Hilfsmittel zur Jungpflanzenanzucht usw.?*
- *Wenn du den Betrieb nebenberuflich führen willst: Wie viel Zeit kannst du realistisch dafür aufwenden, speziell in den arbeitsintensiven Phasen (u. a. im Frühjahr)?*

- *Wie hoch ist dein finanzielles Budget?*
- *Unterstützt deine Familie/dein soziales Umfeld dein Vorhaben?*
- *Wenn du Lebensmittel verarbeiten möchtest: Hast du die räumlichen Voraussetzungen, um eine Produktionsstätte nach den Hygieneverordnungen einzurichten?*

Grundlagen der Selbstständigkeit

- *Hast du dich über die rechtlichen Rahmenbedingungen zu deinem Vorhaben informiert? Die ersten Anlaufstellen sind Steuerberater, Gewerbeamt, Veterinäramt und bzgl. Anbauflächen eventuell das Amt für Regionalentwicklung.*
- *Wie ist das Angebot in deiner Region? Gibt es viele Mitbewerber mit einem vergleichbaren Angebot? Wie ist die Nachfrage?*
- *Gibt es einen vielversprechenden Wochenmarkt in der Nähe?*
- *Wie sind deine Kenntnisse im Bereich Layout und Grafikgestaltung? Kannst du deine Werbemittel (Flyer, Etiketten, Logos, Preislisten, Verpackungen usw.) selbst erstellen oder musst du dafür jemanden beauftragen?*

Du wirst dir sicher noch weitere Fragen stellen. Es ist wichtig, dass du das gewissenhaft und ehrlich tust, denn nur so kannst du herausfinden, ob das Erreichen deiner Ziele überhaupt realistisch ist. Vielleicht ergibt sich in diesem Prozess, dass du deine Ziele neu formulierst und deiner individuellen Ausgangssituation und deinen Fähigkeiten anpasst. Hauptsache, du verbrennst nicht deine Energie, dein Geld und deine Träume, weil du in der Planungsphase schluderst.



Planungstool: Betriebsprofil

Auf den folgenden beiden Seiten findest du ein sehr effektives Planungstool. Ein Formular, mit Hilfe dessen du deinen Betrieb skizzieren kannst. Wahrscheinlich wird der Betrieb noch nicht vollständig existieren. Vielleicht ist es auch bisher lediglich eine verheißungsvolle Idee. Das bedeutet, du kannst nicht alle Fragen konkret beantworten. Entscheide selbst, ob du die

Fragen noch offen lässt oder so beantwortest, wie es deiner Idealvorstellung am nächsten kommt. Ich möchte dich dazu einladen, dich wirklich gründlich damit zu beschäftigen. Nimm dir etwas Zeit und Ruhe für das Ausfüllen des Formulars. Die Auseinandersetzung mit den Fragen wird dir dabei helfen, deutlich mehr Klarheit über dein Vorhaben zu erlangen.

Linktipp

Wenn du dich weiter mit der Analyse deines Netzwerks und deiner Ressourcen beschäftigen möchtest, findest du Anregungen und Planungstools im kostenlosen WirGarten-Handbuch: <https://www.wirgarten.com/wirgartenhandbuch/>



Podcast-Empfehlung

Abenteuer Market-Garden-Neugründung strukturiert planen

Birte und Thomas Weniger wollten sich beruflich weiterentwickeln. Wohin die Reise gehen sollte, war nicht von vornherein klar. Nur so viel: mehr Zeit zu zweit, Zeit zum Reisen und das Aufheben der Trennung von Arbeit und Freizeit. Beide kommen aus dem Projektmanagement und so sind sie auf der Suche nach beruflicher Neuausrichtung und schließlich bei der Gründung ihres Market Gardens. Die Gemüsemanufaktur auch sehr strategisch vorgegangen.

<https://marketgarden.de/2022/05/08/marketgarden-und-familie-unterstuetzung-durch-mitarbeiter-copy/>

Kursempfehlungen

<https://angebot.marketgarden.de/gruendung-im-market-garden>

QR-Code
scannen &
Podcast
anhören



Planungstool: Betriebsprofil



Alle Fragen sind dafür gedacht, sich intensiv mit ihnen auseinanderzusetzen und die Ergebnisse dieses Brainstormings an einer Stelle zu sammeln. Gibt es Bereiche, die du noch nicht beantworten kannst oder bei denen du dir unsicher bist, dann lass die Felder im Tool zunächst leer. Nach dem Lesen dieses E-Books wird dir das Beantworten sicher schon leichter fallen.

6 Leitfragen, die dir bei der Entwicklung Deiner Ziele helfen können:

Was Was möchte ich anbieten?

Welche Zeiträume, welches Gemüse?

Wieso Beschreibe den Bedarf für deine Produkte.

Wer Wie sehen deine idealen Kunden aus?

Wann Beschreibe, wann du starten möchtest und welche Schritte es dazu noch braucht.

Wo Wo ist deine Gärtnerei und welche bzw. wie viele potentielle Kunden sind in deiner Umgebung?

Wie Welches Material und welche Ausstattung brauchst du? Wie soll es finanziert werden?

Vorkenntnisse:

Welche Erfahrungen und Vorkenntnisse hast du schon (Ausbildung, Praxiserfahrung, ...)?

Flächengröße:

Welche Flächengröße hast du zur Verfügung?

Bodenverhältnisse:

Was für Bodenverhältnisse wirst du haben (Bodenart, Vorbewirtschaftung, ...)?

Bewirtschaftungssystem:

Welche Anbautechnik willst du umsetzen (No Dig, Low Till, Traktor, ...)?

Vorhandene Infrastruktur:

Strom, Bewässerung, Wirtschaftsgebäude, Umzäunung, Kühlung, ...)

Welche Biomasse gibt es in meiner Umgebung:

Welche Quellen für Biomasse gibt es und was sind die eventuell damit verbundenen Kosten (z. B. Landschaftsgärtner, Kompostwerk, Brauereiabfälle, Pilzsubstrate, Kaffeeabfälle)?

Kapital:

Wie viel Kapital hast du bzw. willst du investieren?

Arbeitskraft:

Wie viele Stellen sollen finanziert werden bzw. wie viel Arbeitskraft ist geplant?

Wie viel Umsatz?**Anbau- und Lieferzeitraum?****Eigene Anzucht (ja/nein)?****Eigener Kompost oder Einkauf?****Zielgruppe und Vermarktungsform:**

Wer ist deine Zielgruppe und mit welcher Vermarktungsform möchtest du sie ansprechen (z. B. Solidarische Landwirtschaft, Hofladen, Markt, Restaurants)?



5 Jahres-
Plan

Wo soll der Betrieb in 5 Jahren stehen (Umsatz, Fläche, Arbeitskraft, Kunden, ...)?

Was sind deine Ideale und wie erreichst du sie (z. B. welche Ideale setzt du wann um, eigene Anzucht, Hecken, Kompost, Größe)?



2. Bodenbearbeitung

MarktgärtnerInnen versuchen, die Bodenbearbeitung auf ein notwendiges Maß zu reduzieren und trotz der intensiven Nutzung langfristig lebendigen Boden aufzubauen.

Dabei finden die Prinzipien des regenerativen Gemüsebaus

Anwendung:

- minimale Bodenstörung
- maximale Pflanzenvielfalt
- größtmögliche Bodenbedeckung
- ganzjährige Durchwurzelung

Kompromisse lassen sich bei der Umsetzung natürlich nicht vermeiden. Schließlich kann auf Bodenbearbeitung nicht vollständig verzichtet werden.

Mögliche Arbeiten am Boden sind zum Beispiel:

- Beikrautentfernung
- Einbringen von Dünger
- Einarbeiten von Ernteresten und Gründüngung
- tiefgründige Lockerung für Wurzelbildung
- oberflächliche Lockerung zum Bepflanzen
- Herstellung feinkrümeliger Oberflächen für Direktsaat
- pflanzen, säen, ernten

Innerhalb der Market-Garden-Szene gibt es verschiedene Ansätze und Lösungsmöglichkeiten für diese regelmäßig anfallenden Arbeiten am Boden.

Wir unterscheiden dabei vor allem zwei Systeme, auf die ich daher näher eingehen möchte: No-dig und Low-Till.

No-Dig: Viel Kompost, wenig Arbeit?

Die Idee des No-Dig Gemüsegartens ist sicher vielen durch Charles Dowding bekannt. Populär für seinen No-Dig Market Garden ist Richard Perkins. Beide machen ihre Erfahrungen in Büchern, Vorträgen und zahlreichen Videos zugänglich und haben unter MarktgärtnerInnen eine große Fangemeinde.

Im No-Dig (nicht umgraben) System wird direkt in eine dicke Mulchschicht (meist Kompost) gesät und gepflanzt. Die Mulchschicht ist locker und feinkrümelig und unterdrückt Beikräuter, so dass kaum Bodenbearbeitung

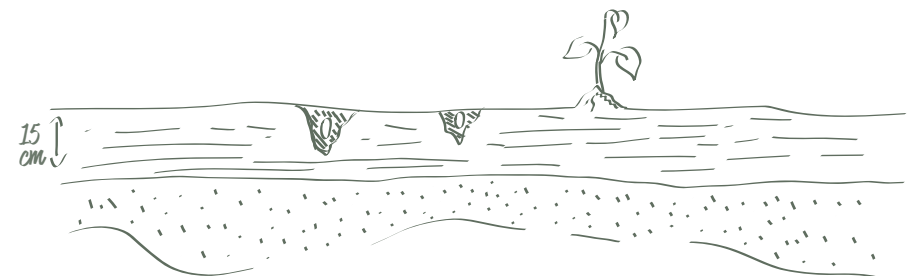
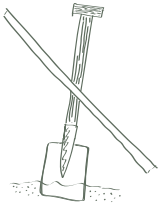
notwendig ist. Die Beete werden abgesteckt (meist auf einem vorbereiteten Ackerboden) und mit mindestens 15 cm Kompostauflage angelegt.

Vorteile

- wenig Bodenbearbeitung nötig
- einfache Pflanzung in lockeren Boden
- wenig Beikraut
- wenig Maschinen/Werkzeuge nötig
- verhältnismäßig niedrige Investitionen

Nachteile

- große Mengen Kompost notwendig (jedes Jahr)
- häufig schlechte Kompostqualität
- häufig schlechtes Wasserhaltevermögen des Kompost
- häufig Schwierigkeiten mit Direktsaaten
- verstößt gegebenenfalls gegen Düngemittelverordnung und/oder Bioabfallverordnung
- kein Einsatz von Gründüngung



Low- leichte Maschinen, ober- Till: flächliche Bearbeitung

Diesen Ansatz zur Bodenbearbeitung haben zum Beispiel Jean-Martin Fortier und Curtis Stone bekannt gemacht. Auch bei Low-Till (wenig flaches Fräsen) wird häufig mit Kompost gearbeitet, jedoch mit deutlich geringeren Mengen. Der Kompost wird ebenso wie Dünger, Gründüngung und Erntereste mechanisch in die Beete eingearbeitet. Zum Einsatz kommt dafür in der Regel eine flach eingestellte Fräse oder ein Einachser mit Fräse/Egge. Die Bearbeitungstiefe ist flach eingestellt und findet nur in wenigen oberen Zentimetern statt. Zur tiefgründigen Lockerung und Belüftung des Bodens wird in der Regel eine Doppelgrabegabel (Broadfork) eingesetzt, welche die Erdschichten etwas aufbricht, aber nicht wendet. Der Boden wird also auch bei Low-Till möglichst wenig gestört.

Beikraut wird bei Low-Till nicht durch eine Mulchschicht unterdrückt und muss mechanisch entfernt werden. Hierbei kommt es auf das optimale

Timing und die richtige Werkzeugwahl an. Pflügt man die Beete mit Pendel- und Drahhacken, wenn das Beikraut sich in einem frühen Wachstumsstadium befindet, sparen sich MarktgärtnerInnen viel Zeit, Kraft und Nerven.

Vorteile

- weniger Material-Input (Kompost) notwendig
- organisches Material wie Gründüngung und Erntereste können eingearbeitet werden
- Oberfläche hält Wasser besser als Kompostauflage bei No-Dig

Nachteile

- Beikrautregulierung notwendig
- Beete müssen für Pflanzung/Direktsaat vorbereitet werden
- Maschinen notwendig (plus Räumlichkeiten zur Unterbringung)
- höhere Investitionen (Anschaffung, Wartung, Reparatur)

Fazit

Es gibt nicht das perfekte System. Sowohl No-Dig als auch Low-Till haben Stärken und Schwächen. Wichtig ist in jedem Fall, dass du dich informierst und dir vorab Gedanken darüber machst, wie du arbeiten möchtest. Deine Wahl hat großen Einfluss auf

das notwendige Budget, die Planung deiner Infrastruktur und deine Betriebsabläufe. Auch nicht jede Kultur macht in jedem System gleichermaßen Sinn. Mein Tipp: Suche den Austausch mit anderen MarktgärtnerInnen und schau dir verschiedene Betriebe an.

Wie lege ich ein No-Dig Beet konkret an?

Wurzelunkräuter sollten unbedingt vorher unterdrückt bzw. beseitigt werden, da sie sonst durch die Kompostauflage wachsen und dann nur noch schwer entfernt werden können. Wenn die Zeit vorhanden ist, solltest du die Fläche über eine Saison abdecken (Siloplane). Eine Abdeckung lediglich über die Wintermonate hat wenig Effekt, da die Pflanzen in dieser Zeit ohnehin ruhen.

Wenn die Wurzelunkräuter und eventuell Wiese unter der Abdeckung eingegangen ist, bringst du 10-15 cm Kompost auf und deckst direkt wieder ab. Der Kompost kann im Herbst vor der ersten Saison aufgebracht werden

oder im darauffolgenden Frühjahr. Hat man erst im Frühjahr die Möglichkeit, Kompost auszubringen, sollte man trotzdem schon im Herbst den Kompost anliefern lassen und abdecken, damit er Zeit hat nachzureifen. Dadurch wird die Nährstoffverfügbarkeit verbessert. Wird Kompost frisch geliefert, ist er meist noch nicht ganz reif und es kann zu Problemen bei der Keimung von Direktsaaten kommen. Wie viel Kompost brauche ich am Anfang zum Anlegen der Beete im No-Dig System?

Bei 15 cm Kompostauftrag ergibt sich für ein Standardbeet (10 m x 0,75 m) die Rechnung:

$$10 \times 0,75 \times 0,15 = 1,125 \text{ Kubikmeter}$$

3. Direktvermarktung

Ein zentrales Erfolgsprinzip der Markt-gärten ist die Direktvermarktung ohne Umwege, also direkt an die Kund:innen. Die Vertriebswege können durch-aus unterschiedlich sein. Markt-gärten verkaufen ihr Gemüse über Abokisten, Wochenmärkte, Hofverkäufe, Selbst-bedienungsstände und an Restau-rants. Du kannst dich sowohl auf eine Vertriebsoption konzentrieren als auch mehrgleisig fahren.

Wie unterscheidet sich die Direktvermarktung von der klassischen Vermarktung an Zwischenhändler?

Vorteile der Direktvermarktung:

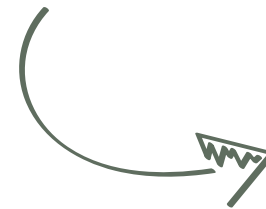
- höhere Einnahmen, da Zwischenhandel wegfällt
- Unabhängigkeit von Marktpreisen und Normvorgaben
- höhere Einkommenssicherheit durch Selbstbestimmung
- mehr Bezug zum Markt und zu den eigenen Produkten
- direktes Feedback, Lob und Wertschätzung von den Kund:innen
- vereinfachtes Marketing durch direkten Kundenkontakt
- mehr Entscheidungsfreiheit und Kontrolle

Nachteile der Direktvermarktung

Alle Aufgaben, die sonst der Zwischenhandel übernimmt, liegen bei der Direktvermarktung in unserer Verant-wortung. Das bedeutet, wir haben zwar einen großen Gestaltungsspielraum (siehe Vorteile), müssen uns aber auch um alles selbst kümmern. Wir müssen unser Unternehmen (unsere Marke) bekannt machen, potentielle Kund:innen über unser Angebot informieren

und möglichst davon überzeugen und schließlich verkaufen. Wir müssen Werbemittel gestalten, uns Gedanken über Verpackungen, Lagerung, Ver-triebslogistik und Preise machen und vieles mehr. Es gilt, Kundenbeziehungen zu pflegen, Pressekontakte auf-zubauen, Kooperationen einzugehen und eventuell noch Soziale Medien zu bespielen. Du kannst dir sicher den-ken, dass diese Aufzählung noch ewig weitergehen könnte. Aber keine Sorge: Nicht alles davon musst du gleich zum Start in die Tat umsetzen. Und nicht al-les ist absolut notwendig. Nicht jeder muss zwingend in den Sozialen Me-dien aktiv sein. Du kannst auch poten-tielle Kund:innen ohne einen Artikel in der örtlichen Zeitung erreichen. Im Folgenden gebe ich dir einen Fahrplan mit den ersten und meiner Sicht uner-lässlichen Schritten in deine erfolgrei-che Direktvermarktung. Als Allererstes solltest du dir aber eine Frage stellen:

Aus meinen Erfahrungen als Berater weiß ich: Nicht allen liegt die Direkt-vermarktung. Manche Gemüsegärt-ner:innen stehen gerne auf dem Wo-chenmarkt und freuen sich schon vorher auf die Gespräche mit ihrer Stammkundschaft. Für andere ist es eine emotionale Belohnung, am Ende der Woche den Gemüseabonent:innen ihre vollen Gemüsekisten in die Hand zu geben. Für andere wiederum bedeutet der direkte Kundenkontakt Stress. Sie möchten lieber im Garten oder auf dem Acker in Ruhe die Beete pflegen, pflanzen und ernten, jedoch nicht öffentlich als Person in Erschei-nung treten. In diesem Fall solltest du dir gut überlegen, ob du alleine grün-den oder dich nicht vielleicht mit je-mandem zusammentun solltest, dem/der die Vermarktung leichter fällt. Mach dir klar: Vor allem, wenn du al-leine oder wenn ihr zu zweit gründet, dann werdet ihr selbst zur Marke. Ihr steht mit eurem Gesicht und eurem Namen für euer Produkt.



Liegt dir die Rolle der/des Direkt-vermarktenden?





#1 Markenidentität entwickeln

Am Anfang gilt es vor allem, selbst ein Bild vom zukünftigen Unternehmen zu bekommen.

Hilfreiche Fragen bei diesem Prozess können sein:

- Für welche Werte soll mein Betrieb stehen?
- Wie soll meine Marke wahrgenommen werden?
- Was macht meine Marke einzigartig?

#2 Positionierung erarbeiten

Hast du dich mit der Frage beschäftigt, was deine Marke einzigartig macht? Dann gilt es nun, den Markt zu analysieren. Möchtest du deine

Produkte regional verkaufen, dann recherchiere, was es bereits gibt (Bioläden, SoLaWis, Angebote zum Selbsternten, Gemüselieferdienste usw.) und versuche deine Zielgruppe zu definieren.

Spätestens jetzt solltest du dir wirklich klar darüber sein, was du anbieten willst:

- Gemüseabo oder SoLaWi?
- Ganzjährig oder Hauptsaison?
- Konzentration auf Cash Crops wie Schnittsalat und Fruchtgemüse oder auch Kürbis, Kohl und Kartoffeln?

Schärfe die Konturen deines Angebots und prüfe, ob es einen Markt dafür gibt.

#3 Erscheinungsbild für die Marke schaffen

Erst jetzt solltest du dir Gedanken über so etwas wie Name, Logo, Slogan und das generelle Erscheinungsbild deiner Marke machen. Hierfür lohnt es sich, professionelle Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen.

Schließlich möchtest du ein schlüssiges Markendesign, welches deine in #1 und #2 erarbeiteten Inhalte transportiert und sich für dich auch nach Jahren noch gut anfühlt. Bevor du mit deinem fertigen Logo dann die ersten Flyer drucken lässt, mach dir noch einmal Gedanken über deine Zielgruppe und wie du diese am besten erreichst. Das führt uns direkt zu #4.

#4 Die ersten Kund:innen finden

Versuche, dir ein Bild deiner Zielgruppe zu machen:

- Welche Menschen kaufen dein Gemüse?
- Wie alt sind sie, wie sehen sie aus, wo arbeiten sie, was machen sie in ihrer Freizeit, welche Musik hören sie, in welchen Kindergarten geht ihr Nachwuchs?

Je konkreter du dir die (durchaus unterschiedlichen) Menschen deiner Zielgruppe vorstellen kannst, desto leichter fällt dir der nächste Schritt:

- Gibt es Orte oder Multiplikatoren, mit Hilfe derer du deine Zielgruppe erreichen kannst?
- Gibt es zum Beispiel einen Second Hand Laden, einen offenen inklusiven Treff, einen Waldorfkindergarten, Fitnessstudios, Kochschulen oder andere Orte, an denen du deine Zielgruppe erreichen kannst?
- Oder fallen dir Menschen ein, die Informationen über dein Angebot in der Zielgruppe verbreiten können? Vielleicht kennst du eine/n Yoga-lehrer:in oder du sprichst einfach die Leitung vom Mutter-Kind-Frühstückskreis an.

Mach dir eine Liste und überlege dann, welche Medien/Werbemittel du brauchst, um diese Orte/Menschen über dein Angebot zu informieren.





Podcast-Empfehlung

Marketing im Market Garden

Johannes Pelleter hat Marketing studiert und im Anschluss die Ausbildung zum landwirtschaftlichen Facharbeiter abgeschlossen. Heute arbeitet er unter anderem für den GRAND GARTEN in Österreich, begleitet landwirtschaftliche Projekte in Marketingfragen und ist nebenbei beim Aufbau seiner eigenen Mikrolandwirtschaft. Mit dem Market Garden Podcast Team spricht er darüber, wie Marketing uns dabei helfen kann, den Charakter unseres Betriebs herauszubilden und dafür die passende Zielgruppe zu finden.



<https://angebot.marketgarden.de/podcast-marketing>

Onlinekurs Empfehlung

<https://angebot.marketgarden.de/kurs-marketing>

QR-Code
scannen &
Podcast
anhören



Bild: Klaus Schmid

4. Gründen

In den ersten Planungsschritten hast du dein Vorhaben konkretisiert. Du hast nun eine möglichst genaue Vorstellung von deinem Betrieb. Das macht es einfacher, die Gründung zu organisieren. In diesem Kapitel möch-

te ich ein paar grundlegende Fragen klären und dir einen Überblick geben, welche Meldungen, Ämter, Versicherungen usw. für dich relevant sein können.

Alle Angaben zu Versicherungen, Besteuerung und Rechtsfragen können nur dazu dienen, dir einen Überblick zu geben. Sie haben keinen Anspruch auf Verbindlichkeit. Suche dir auf jeden Fall eine/n Steuerberater:in und informiere dich bei

den zuständigen Stellen. Meiner Erfahrung nach unterscheiden sich sowohl die Zuständigkeiten als auch die Auslegung der Rechtslage je nach Bundesland, Gemeinde oder Sachbearbeiter:in.

Wichtig



Mein Tipp: Sprich mit anderen Marktgärtner:innen und SoLaWi aus deiner Region über deren Erfahrungen.



Den Betrieb anmelden



Wenn wir Gemüse anbauen und direkt vermarkten, dann ist das kein Gewerbe, sondern Landwirtschaft. Wir müssen also nicht beim Gewerbeamt einen Gewerbeschein ausfüllen, sondern lediglich dem Finanzamt mitteilen, dass wir Gemüse mit Gewinnabsicht anbauen. Es gibt demnach keinen Startschuss, keinen notwendigen Antrag und auch kein Dokument, das uns offiziell den Betrieb des Marktgartens dokumentiert (wie ein Gewerbeschein).

Als Lebensmittelproduzent:in bist du auch beim Veterinäramt meldepflichtig. Dafür reicht meist eine formlose Meldung. Solltest du Tiere halten wollen, ist dazu eine gesonderte Meldung notwendig. Zusätzlich musst du deinen Tierbestand bei der Tierseuchenkasse registrieren.

To-dos:

- Fragebogen zur steuerlichen Erfassung ausfüllen und dem Finanzamt übergeben, am besten mit Unterstützung eines Steuerbüros
- das Veterinäramt über das Vorhaben/einen Betrieb informieren

Leider höre ich immer wieder, dass Steuerberater:innen angehende Marktgärtner:innen falsch beraten. So wird zum Beispiel auf ein zu gründendes Gewerbe hingewiesen oder das ganze Vorhaben versucht, als Hobby oder Liebhaberei zu deklarieren. Fakt ist aber: Sobald wir Gemüse zum Verkauf und mit Gewinnabsicht anbauen, handelt es sich um sogenannte Landwirtschaftliche Urproduktion - und das macht uns zu Landwirt:innen. Dieser Status hat Einfluss auf unsere Versicherungen und bringt uns Vorteile bei der Besteuerung - wenn unser Steuerbüro alles richtig macht.

Richtig versteuern

Deine Methode der Versteuerung solltest du unbedingt frühzeitig klären, denn du hast die Wahl. Grundlegend gibt es zwei Steuern zu betrachten: die Einkommenssteuer und die Umsatzsteuer.

Umsatzsteuer

1. Regelbesteuerung:

Landwirtschaftliche Betriebe können sich für die Regelbesteuerung entscheiden, bei der sie die Umsatzsteuer auf ihre Umsätze berechnen und an das Finanzamt abführen müssen. Gleichzeitig können sie Vorsteuerbeträge geltend machen, die sie bei ihren Einkäufen gezahlt haben.

2. Kleinunternehmerregelung:

Wenn die Umsätze eines landwirtschaftlichen Betriebes im vorangegangenen Jahr 22.000 Euro nicht überschritten haben und im laufenden Jahr voraussichtlich 50.000 Euro nicht übersteigen werden, können sie die Kleinunternehmerregelung in Anspruch nehmen. Dabei sind sie von der Umsatzsteuer befreit und dürfen

keine Umsatzsteuer in ihren Rechnungen ausweisen. Gleichzeitig entfällt auch der Vorsteuerabzug.

3. Landwirtschaftliche

Durchschnittssatzbesteuerung:

Landwirtschaftliche Betriebe haben die Möglichkeit, die Durchschnittssatzbesteuerung anzuwenden. Dabei wird die Umsatzsteuer nicht auf Grundlage der tatsächlichen Umsätze berechnet, sondern anhand von pauschalen Durchschnittssätzen, die für verschiedene landwirtschaftliche Tätigkeiten festgelegt sind.

Bei der Wahl der für den eigenen Kontext optimalen Option empfiehlt es sich, dich von deinem Steuerbüro beraten zu lassen.



Schwieriger wird es bei der Einkommensteuer. Denn dazu gibt es Sonderfälle für landwirtschaftliche Unternehmen und nicht jede/r Steuerberater:in kennt sich in diesem Bereich zuverlässig aus. Grundsätzlich sei hier gesagt: Für die meisten Marktgärten wird es von Vorteil sein, keine klassische Einnahmen-Überschuss-Rechnung zu machen, sondern eine Pauschalierung (Ermittlung des Gewinns aus Land- und Forstwirtschaft nach Durchschnittssätzen §13a). Bei der Pauschalierung wird der Gewinn nicht auf Ba-

sis deiner Einnahmen und Ausgaben, sondern aufgrund der Anbaufläche vom Finanzamt festgesetzt. Und da die Anbaufläche sehr klein ist, wird auch deine Steuerlast klein ausfallen.

To-do:

→ für eine Besteuerungsform entscheiden



Achtung: Solltest du dich für die Einnahmen-Überschuss-Rechnung entscheiden, bist du fünf Jahre daran gebunden!

Sinnvoll versichern

Als Landwirt:in bist du meldepflichtig bei der Landwirtschaftlichen Sozialversicherung (SVLFG). Durch deine Meldung landest du automatisch in der Berufsgenossenschaft. Das ist die landwirtschaftliche Unfallversicherung. Die SVLFG prüft anhand deiner Betriebsdaten (vor allem Anbausystem, Kulturen, Flächengröße), ob du in der Landwirtschaftlichen Krankenkasse und gegebenenfalls in der Landwirtschaftlichen Alterskasse pflichtversichert bist. Besonders die Alterskasse kann recht teuer werden. Prüfe also unbedingt vorab, ob deine Betriebskennzahlen bestimmte Grenzwerte erreichen. Unter Umständen entscheiden z. B. wenige Quadratmeter unter Glas (Folientunnel) über eine Pflichtversicherung.

Wenn du nicht in der landwirtschaftlichen Krankenkasse versichert wirst, musst du dich freiwillig in einer gesetzlichen oder privaten Krankenkasse versichern. Die Beträge für die gesetz-

liche Krankenkasse berechnen sich prozentual aus den Einkünften deiner Landwirtschaft. Da diese durch die Pauschalierung vermutlich sehr gering sind, muss auch bei der Krankenkasse meist nur der Mindestbeitrag bezahlt werden.

Eine zusätzliche Versicherung möchte ich dir empfehlen: die Betriebshaftpflichtversicherung. Wie auch bei der privaten Haftpflichtversicherung wirst du diese vermutlich (hoffentlich) nie brauchen. Sollte aber doch einmal etwas passieren, kann die Versicherung deine Rettung sein.

Da sie zudem verhältnismäßig günstig ist (ähnlich einer privaten Haftpflichtversicherung), machst du damit nichts falsch.

To-do:

→ den Betriebsfragebogen ausfüllen und an die SVLFG senden (www.svlfg.de) (bei Bedarf freiwillig gesetzlich/privat krankenversichern)

Empfehlenswert: Betriebshaftpflichtversicherung abschließen.



Bauen im Außenbereich

Ein schwieriges Thema ist das Bauen im sogenannten Außenbereich. Zum Außenbereich zählen alle Flächen außerhalb der Gemeindegrenzen. In den wenigsten Fällen wird die Fläche des Marktgartens im Ort liegen, daher ist das Thema relevant. Denn Bauen im Außenbereich ist grundsätzlich nicht erlaubt. Das bedeutet zunächst einmal, du darfst auf deiner Gärtnerfläche keinen Zaun, kein Gewächshaus und keinen Geräteschuppen bau-

en. Zwar gibt es je nach Bundesland Grenzwerte für verfahrensfreie Bauvorhaben, also zum Beispiel Folientunnel bis zu einer bestimmten Firsthöhe, die auch ohne Bauantrag errichtet werden dürfen. Jedoch gilt das nicht ohne Weiteres im Außenbereich. Denn um im Außenbereich bauen zu dürfen, bedarf es einer landwirtschaftlichen Privilegierung. Für diese werden in der Regel die Wirtschaftlichkeit und die Nachhaltigkeit des Betriebes sowie die Sachkunde des Inhabers bzw. der Inhaberin geprüft. Für Quereinsteiger:innen sind das leider nur schwer zu erfüllende Vorgaben.

„Nach gängiger Praxis der Baugenehmigungsbehörden liegt eine Privilegierung für Baumaßnahmen im Außenbereich immer nur dann vor, wenn ein Unternehmen der Land- und Forstwirtschaft bereits betrieben wird, auf Dauer ausgerichtet ist und einen angemessenen, nachhaltigen Beitrag zum Gesamteinkommen erbringt. Diese Voraussetzung wird bei Haupterwerbsbetrieben als erfüllt angesehen.“

Gesetzliche Vorgaben für die Gründung eines landwirtschaftlichen Betriebes, Landwirtschaftskammer Niedersachsen.

To-do:

Gegebenenfalls Kontaktaufnahme zu Bauamt/Gemeinde. Da die Einschätzung privilegierter Bauvorhaben sich teils je nach Region oder sogar je nach Sachbearbeiter:in unterscheiden kann, empfehle ich unbedingt den Austausch mit anderen Betrieben, bevor du möglicherweise schlafende Hunde weckst.

Ausführliche Informationen zur Betriebsgründung erhältst du in unserem Onlinekurs.

<https://angebot.marketgarden.de/gruendung-im-market-garden>



*QR-Code
scannen für mehr
Informationen*



5. Anbauplanung

Die Anbauplanung ist das organisatorische Fundament eines Marktgartens. Sie ist die Grundvoraussetzung, um überhaupt zielführend arbeiten zu können. So verschafft eine gründliche Anbauplanung einen Überblick darüber, wie viele SoLaWi Mitglieder oder Gemüseabonent:innen die vorhandene Fläche versorgen kann bzw. wie viel Fläche für eine bestimmte Anzahl Mitglieder notwendig ist. Die Anbauplanung gibt auch Auskunft darüber, welche Mengen an Saatgut zu bestellen sind, in welchen Pflanzabständen bestimmte Kulturen gesetzt werden und welche Arbeiten im Jahresverlauf anstehen. In Kombination mit dem Ernteprotokoll ist die Anbauplanung zudem ein wichtiges Kontrollinstrument.

Entscheidungen treffen

Bevor die eigentliche Planung beginnen kann, sollten folgende Fragen geklärt sein:

- *Mit welchem System möchtest du arbeiten (ausschließlich Marktgarten, auch Feldgemüse, Zukauf/Kooperationen, ...)?*
- *Auf welchen Vertriebswegen willst du dein Gemüse vertreiben/vermarkten? Soll es nur an Gemüseabonent:innen gehen oder gibt es noch weitere Vertriebs-/Vermarktungskanäle?*
- *Wie lange soll die Gemüsesaison dauern? Soll es eine Ganzjahresversorgung werden?*

→ *Planst du, Jungpflanzen einzukaufen oder selbst anzuziehen?*

→ *Besonderheiten in der „Kulturführung“ aufführen (z. B. Abdeckung mit Vlies/Netz, Verwendung von Mulch, ...), um diese doch recht zeit- oder kapitalintensiven und planungsrelevanten Faktoren zu benennen*

Ressourcen klären

Gerade am Anfang deines jungen Betriebes kannst du noch nicht auf viele Erfahrungswerte zurückgreifen (Daten, s. o.). Daher gilt es zu klären, welcher Datengrundlagen du dich für die erste Planung bedienst (Planungen anderer Marktärten, Literatur, ...).

Des Weiteren ist zu klären, mit welchen Hilfsmitteln die Planung umgesetzt werden soll:

→ *Hast du ausreichend Erfahrungen mit Tabellenkalkulationsprogrammen? Soll mit einer Planungssoftware gearbeitet werden?*

Daten sammeln

Zunächst muss eine Auswahl an Gemüsekulturen getroffen werden, um dann planungsrelevante Daten zu diesen Kulturen zu sammeln:

- *Pflanz- oder Saatabstände*
- *zu erwartender Ertrag*
- *Kulturdauer bzw. Standzeit auf dem Beet bis zur Ernte*
- *Erntedauer, also wie lange kann man die Kultur ernten*
- *empfohlene Zeitfenster für Aussaat, Pflanzung und Ernte*

Damit die Planung auch umsetzbar ist, solltest du die Qualifikation, Erfahrung, Kompetenz, Belastbarkeit, Arbeitsdynamik usw. von dir und ggf. deinen Mitarbeitenden realistisch einschätzen.

Das wird natürlich sehr subjektiv und unter Umständen schwer einzuschätzen sein, aber sich daran zu versuchen, kann Frust und Stress vorbeugen. Unterstützen können hierbei Gespräche mit erfahrenen Gärtner:innen.



Der Planungskreislauf

Ich empfehle mit einer Mengenberechnung zu starten. Dabei trägst du in eine Tabelle ein, welche Mengen Gemüse du über das Jahr verteilt in welcher Woche ernten möchtest. Aus dieser Mengenberechnung ergibt sich dann die dafür notwendige Fläche. Aus der Mengenplanung kann schließlich auch die Satzplanung abgeleitet werden. Sätze sind notwendig für eine versetzte Ernte. Werden im Jahresverlauf insgesamt 5.000 Salatköpfe benötigt, so sollten diese nicht in einer Woche geerntet werden. Vielmehr sollten jede Woche 100 Salate geerntet werden, also sind dafür wöchentlich versetzte Anzuchten, Pflanzungen usw. notwendig. Zuletzt werden die geplanten Sätze auf die verfügbaren Beete verteilt. Die Herausforderung ist, so zu planen, dass möglichst wenig Fläche zwischen den Sätzen ungenutzt bleibt, sondern

die Beete intensiv durchgängig bepflanzt sind.

→ *Dieser Text ist ein Auszug aus dem Text „Anbauplanung für die SoLaWi“, den ich für das Netzwerk Solidarische Landwirtschaft geschrieben habe. Du findest den vollständigen Text (und viele weitere hilfreiche Informationen) hier:*

<https://www.solidarische-landwirtschaft.org/fileadmin/media/solidarische-landwirtschaft.org/Solawis-aufbauen/Vorlagen-Dokumente/Netzwerk-Solawi-Anbauplan.pdf>



QR-Code
scannen
& PDF
runterladen



Bild: GRAND GARTEN

6. Flächenplanung

Die Erkenntnisse aus den ersten fünf Planungsschritten sind notwendig, um uns nun mit der Fläche beschäftigen zu können. Ob du bereits eine Fläche zur Verfügung hast oder noch auf der Suche bist: Was für eine Fläche du für dein Vorhaben brauchst, findest du erst heraus, wenn du weißt, wie du den Boden bearbeiten willst, ob du für Wochenmarkt, Restaurants oder ein Gemüseabo anbaust, wieviel Beetfläche du brauchst und welche Infrastruktur du benötigst.

Eine Fläche beurteilen

Es gibt eine Reihe von Kriterien, nach denen du eine Fläche dahingehend beurteilen kannst, ob sie sich für dein Vorhaben eignet:

Standortbedingungen

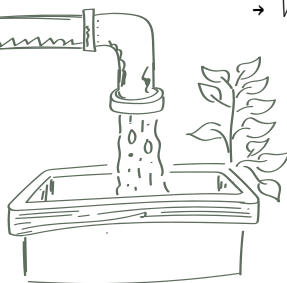
- Klima und Mikroklima
- eben/Hanglage
- vorhandene Vegetation
- Flächengröße/nutzbare Fläche
- Sonnenverlauf, Schattierung
- Anbindung (Straßen, ÖPNV)
- Sichtbarkeit
- Märkte, Zielgruppen und Konkurrenz

Bodenbeschaffenheit

- Vornutzung
- Ackerfläche/Grasland (offizieller Status)
- Bodenpunkte
- Bodenart (lehmig, sandig, ...)

Ausstattung

- bestehende Infrastruktur
- Wasseranschluss
- Stromanschluss



Die richtige Fläche finden

Die oben genannten Punkte dienen zur Beurteilung einer Fläche und können im Planungsprozess dabei helfen, sich eine optimale Fläche vorzustellen. In der Realität müssen dabei leider immer wieder Abstriche gemacht werden. Für viele angehende Marktgärtner:innen gestaltet sich die Suche nach einer geeigneten Fläche ähnlich herausfordernd wie die Suche nach einer bezahlbaren Altbauwohnung in Berlin oder München. Landwirtschaftliche Flächen sind in den meisten Regionen sehr begehrt und selbst wenn ein Marktgarten wenig Fläche benötigt, so sind Grundstücksbesitzer:innen nicht selten sehr zurückhaltend. Sei es, weil sie von der Wirtschaftlichkeit

eines Marktgartens nicht überzeugt sind, ihnen die Sachkunde bei Queereinsteiger:innen fehlt oder sie keine Lust haben, ein paar tausend Quadratmeter aus ihrer Flächenförderung herauszurechnen. Natürlich kann es auch anders laufen. Und ich bin zuversichtlich, dass in Zukunft weniger Überzeugungsarbeit geleistet werden muss, je mehr Marktgärten und SoLaWis erfolgreich beweisen, dass der wirtschaftliche Gemüseanbau auf kleiner Fläche funktioniert. Was ich auch zunehmend beobachte, ist, dass bestehende landwirtschaftliche Betriebe einen Marktgarten in ihr Konzept integrieren wollen und Marktgärtner:innen suchen.

Es lohnt sich in jedem Fall, Kontakt zu den Landwirt:innen vor Ort aufzunehmen. Je konkreter man bereits geplant hat und so das Vorhaben präsentieren kann, desto besser gestehen die Chancen, Landwirt:innen von der Realisierbarkeit zu überzeugen. Es ist definitiv vielversprechend, Informationen über deine Pläne zu streuen. Nicht alle Flächen sind im

Besitz von Landwirt:innen, sondern gehören unter Umständen Privatpersonen, die die Flächen lediglich an Landwirt:innen verpachten. Andere Flächen wiederum gehören der Gemeinde oder der Kirche. Auch hier lohnt es sich, Kontakt aufzunehmen (und auf Nachfragen möglichst gut vorbereitet zu sein).

Tipps für die Suche

Die Fläche planen



Bild: GRAND GARTEN

Eine intelligente Flächenplanung ist das A und O erfolgreicher Marktgeräten. Du solltest zum einen so planen, dass der Betrieb skalierbar ist. Überlege dir, wie dein Betrieb in fünf Jahren aussehen soll. Wirst du Mitarbeitende haben? Werden Infrastrukturelemente hinzukommen? Wie wird sich deine Fläche vergrößern? Diese Überlegungen helfen dir dabei, das Flächenlayout so anzulegen, dass dein Betrieb auf einer stabilen Basis weiterwachsen bzw. erweitert werden kann. Neben der Skalierbarkeit ist das Ziel intelli-

gener Flächenplanung eine möglichst hohe Effizienz. Jede Überlegung sollte zum Ziel haben, Laufwege kurz und Arbeitsschritte gering zu halten.

Fragen können zum Beispiel sein:

- Wo werden Werkzeuge des täglichen Gebrauchs gelagert (ein zentraler oder mehrere Orte)?
- Wo werden Wasserentnahmestellen benötigt?

- Wo liegen die Eingänge der Gewächshäuser?
- Sind die Wege von der Ernte zum Waschen, zum Lagern oder zur Abholung möglichst kurz?
- Wo lagert der Kompost, welche Wege müssen bei der Verteilung des Materials zurückgelegt werden?

Grundlegend für ein effizientes Layout ist zudem eine durchgängige Standardisierung. Beete sollten einheitliche Abmessungen haben. Nur bei einer einheitlichen Beetbreite können Werkzeuge überall zum Einsatz kommen (Rechen, Striegel, Fräsen, Mulcher usw.). Und einheitliche Beetlängen ermöglichen den universellen Einsatz von Vliesen, Schutznetzen und anderen Materialien zur Beetabdeckung.

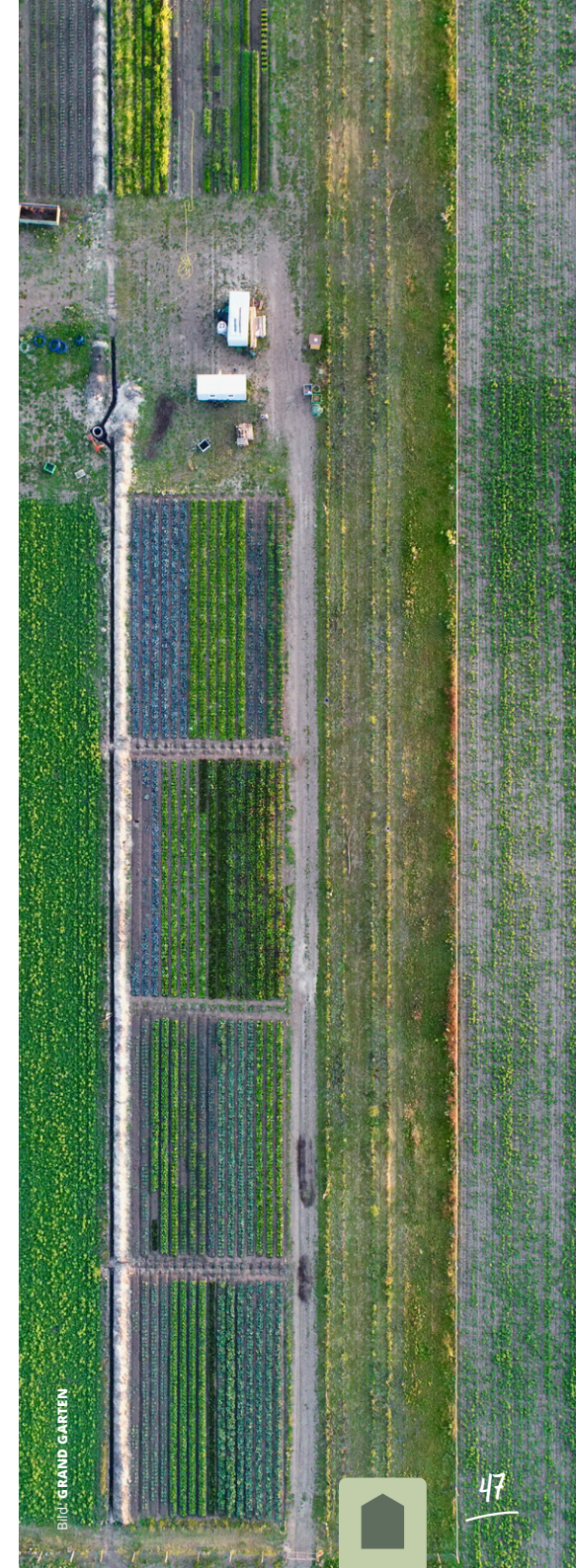


Bild: GRAND GARTEN

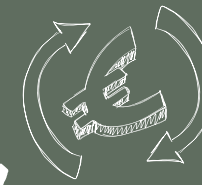
7. Budget/Ausstattung

Die notwendigen Investitionen hängen stark davon ab, ob du klein nebenbei anfangen möchtest oder direkt im Vollerwerb startest. Auch macht es einen großen Unterschied, ob du dich bezüglich Bodenbearbeitung für No-Dig oder Low-Till entschieden hast. Die Summe der notwendigen Investitionen kann ich für dich zunächst nur sehr grob auf einen Betrag zwischen 5.000 und 50.000 € schätzen. Ich

möchte dir aber im Folgenden helfen, dich einem für dein Vorhaben stimmigem Wert zu nähern. Wichtig: Ich spreche ausdrücklich von notwendigen Investitionen. Wenn du zusätzlich noch einen mobilen Hühnerstall, einen Agroforst oder einen Bauwagen zum Übernachten anschaffen oder Personal beschäftigen willst, dann liegt das in deinem Ermessen, taucht aber in meinen Listen natürlich nicht auf.



Notwendige Investitionen



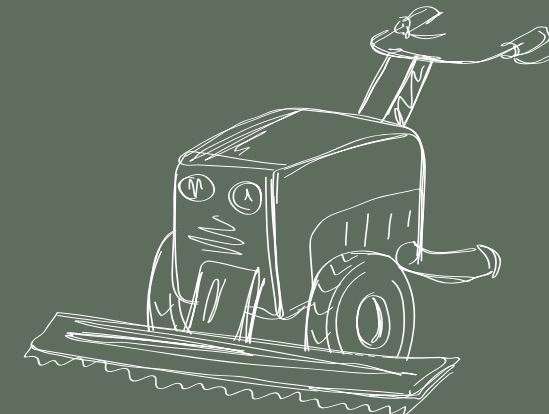
Werkzeuge: 1.000 € - 2.000 €

die wichtigsten (Hand-)Werkzeuge wie eine Sämaschine, Radhacke, Broadfork, Erntemesser, Drahhacken, Rechen, Schubkarren usw.

Mechanisierung:

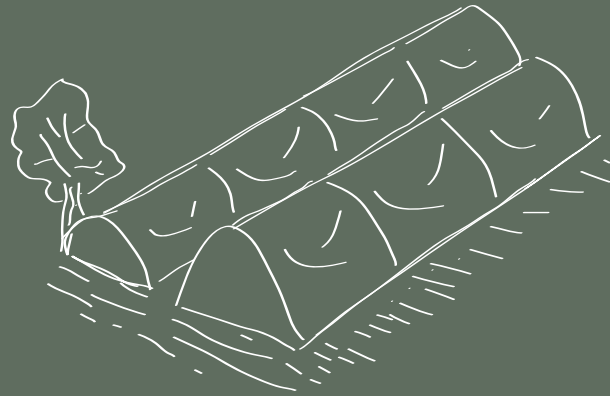
6.000 € - 15.000 €

Möchtest du mit einem Einachser arbeiten? Dann lohnt es sich, in ein Modell zu investieren, das in deiner gewählten Beetbreite arbeiten kann und für das du langfristig verschiedene Anbauteile verwenden kannst. Der Klassiker ist hier die Marke BCS. An die Zapfweller dieser Einachser kannst du Fräsen, Mulcher, Hochgrasmäher, Häcksler uvm. anschließen.



Folientunnel:

2.000 € -
10.000 €



Hier lässt sich nur schwer ein pauschaler Wert angeben. Je nach Größe deines Vorhabens wirst du mehr Fläche für den geschützten Anbau benötigen. Einen guten Folientunnel der Firma FVG Folien mit einer Fläche von 6 x 20 Metern bekommst du zum Beispiel für knapp 2.500 €. Ein Tunnel mit vergleichbarer Fläche von Firmen wie Poppen oder Nitsch Gartenbau-technik kostet etwa das Drei- bis Vierfache. Die Modelle unterscheiden sich in der Regel hinsichtlich Konstruktion

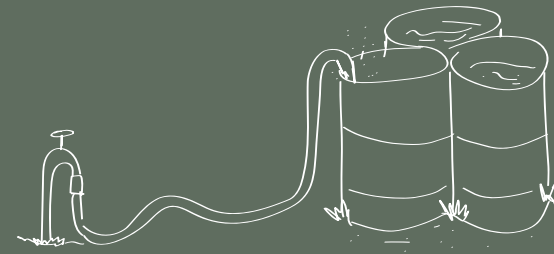
(Rohrdurchmesser, mögliche Breiten, usw.) und Ausstattung (Lüftung, Türsysteme, usw.). Folientunnel können auch häufig gebraucht erworben werden. Mein genereller Tipp: Wähle deine(n) Folientunnel nicht zu klein und wenn möglich in einer breiten Ausführung ab 7 Metern. Elektrische Seitenlüftungen sind zwar teuer, machen aber das Leben ungemein leichter und erlauben es, am Wochenende auch mal auszuschlafen.

Wasseranschluss:

Ein wesentlicher Kostenfaktor, der auch schwer pauschal zu beziffern ist, ist der Wasseranschluss. Entscheidend ist: Liegt bereits ein Wasseranschluss am Grundstück an? Wenn

nein, kann ein Anschluss gelegt werden? Wird ein Brunnen gebohrt? Für die Versorgung durch einen Wasseranschluss oder Brunnen solltest du mit 10.000 € oder mehr rechnen.

Bewässerungssystem:



3.000 € -
8.000 €

Ist Wasser am Grundstück verfügbar, sollte ein Bewässerungssystem installiert werden. Die einzelnen Elemente wie Pumpen, Rohrleitungen, Regner, Entnahmestellen und gegebenenfalls Bewässerungscomputer können sich

je nach Flächengröße und Komplexität schnell auf einige tausend Euro summieren. Hier sollte ein Profi die Planung übernehmen, um nicht falsch zu investieren.

Infrastruktur:

Die Infrastruktur kann zu Beginn durchaus noch etwas spartanisch sein, sollte aber zumindest so gut geplant sein, dass sie dich in deinen alltäglichen Arbeiten nicht behindert. Du brauchst nicht zwingend einen Kühlraum. Wenn du einen nutzt, macht es aber wahrscheinlich wenig Sinn, wenn Anbaufläche und Kühlraum mehrere Kilometer auseinanderliegen.

Elemente deiner Infrastruktur können sein:

- Waschstation
- Lager/Kühlung
- Werkzeugschuppen
- Bereich für Gemüseabholung
- Verkaufsstand
- Kistendepot
- Jungpflanzenanzucht
- Packstraße
- uvm.

Regelmäßige Ausgaben

Organisches:

Du wirst vermutlich jedes Jahr Kompost zukaufen. Die Kosten liegen in der Regel bei unter 10 € pro Kubikmeter zuzüglich Lieferung. Dazu kommen eventuell Holzhäckseln, Anzuchterden, Dünger, Gesteinsmehle usw.

Jungpflanzen und Saatgut:
3.000 € - 8.000 €



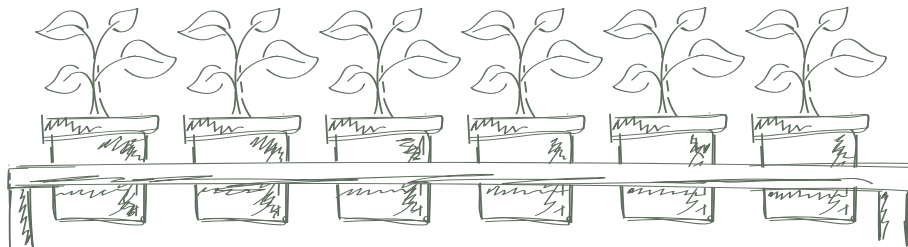
Eine ausführliche Anleitung zu Jungpflanzenanzucht findest du hier:

<https://angebot.marketgarden.de/jungpflanzen-kurs>

QR-Code scannen für mehr Informationen

Unabhängig davon, ob du Jungpflanzen selbst anziehst oder zukaufst: Du solltest im Schnitt mit 10-20 Cent pro Jungpflanze rechnen: bei einigen Zehntausend Jungpflanzen im Jahr ein erheblicher Kostenfaktor.

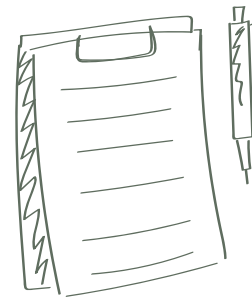
Die eigene Anzucht erscheint zunächst günstiger, ist aber sehr zeitintensiv, fehleranfällig, benötigt entsprechende Räumlichkeiten und erfordert Investitionen.



Gebrauchsgegenstände:



Nicht zu unterschätzen sind die vielen kleinen Dinge, die du im Alltag als Marktgärtner:in brauchst und deren Kosten sich sehr hoch summieren können (wie z. B. Gemüse- und Erntekisten, Verpackungsmaterial, Kleidung uvm.).



Weitere (mögliche) regelmäßige Ausgaben:

- Versicherungen
- Pacht
- Buchhaltung (Steuerberater, Software, ...)
- Betriebskosten für Fahrzeuge
- Personal

Arbeitslosigkeit heraus gründest. Darüber hinaus lohnt es sich, bei deiner Gemeinde nachzufragen. Häufig gibt es regional spezielle Unterstützungen für Gründer:innen wie Gründerberatungen, Kurse zum Erstellen eines Businessplans, kostenlose Beratung durch ein Steuerbüro uvm.

Staatliche Förderungen?

Eine Möglichkeit der Unterstützung kann der Gründerzuschuss der Agentur für Arbeit sein, wenn du aus der

Bezüglich spezieller Förderungen für den Bereich Landwirtschaft/Lebensmittelversorgung frag' am besten

bei deinem regionalen Amt für Wirtschaftsförderung im ländlichen Raum (heißt unter Umständen anders) nach. Mögliche Förderungen wären:



<https://foerderung.landwirtschaft-bw.de/pb/Lde/Startseite/Foerderungswegweiser/Agrarinvestitionsfoerderungsprogramm+AFP++Teil+A>



<https://www.landwirtschaftskammer.de/foerderung/index.htm>



<https://www.landwirtschaftskammer.de/foerderung/laendlicher-raum/investition/index.htm>

Besonders hervorzuheben ist die Leader-Förderung. Diese gibt es jedoch nicht in jeder Region. Dafür können im Rahmen dieser Projektförderung auch mit vergleichsweise hohe Investitionssummen unterstützt werden:



<https://foerdermittel-wissenswert.de/leader/>

Nicht zuletzt bieten sich Crowdfunding-basierte Modelle wie CrowdInvest oder Crowdfunder an.

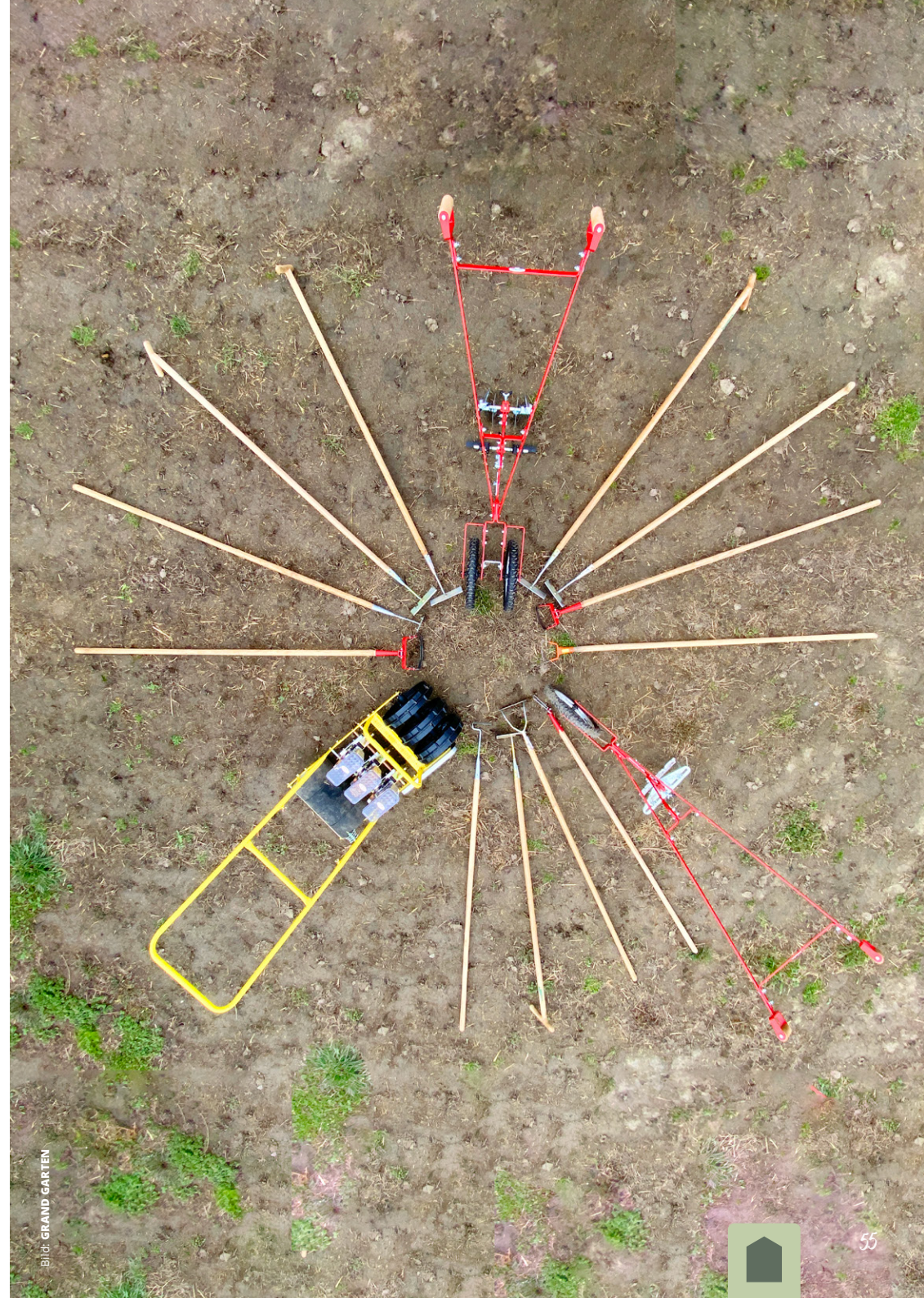


Bild: GRAND GARTEN

Aus-/Weiterbildung



Kurse

<https://angebot.marketgarden.de/kurse>



Market Garden Coaching

<https://angebot.marketgarden.de/mg-startup-coaching>



Beratung

<https://angebot.marketgarden.de/beratung>



Onlinekurs Market Garden Pro

<https://marketgardenpro.teachable.com>

↑
QR-Codes scannen
für mehr Informationen

Vereine & Netzwerk



Kolibri Netzwerk

<https://kolibri-netzwerk.de>



Informationsseite der Operationellen Gruppe Marktgärtnerei

<https://www.marktgärtnerei.info/>



SoLaWi-Netzwerk

<https://www.solidarische-landwirtschaft.org>



Facebook Gruppen

<https://www.facebook.com/groups/marktgarten>

<https://www.facebook.com/groups/595642437948508>



Übersichtskarte Market Garden Betrieb (gerne eintragen)

<https://angebot.marketgarden.de/karte-market-garden-betrieb>

↑
QR-Codes scannen für mehr Informationen



Links/Bezugsquellen



Bezugsquellen

<https://angebot.marketgarden.de/bezugsquellen>



Podcast

<https://angebot.marketgarden.de/podcast>



Werkzeuge

<https://angebot.marketgarden.de/werkzeuge>



Steuerberater

<https://www.bsb-steuerberatung.de>

<https://stb-c-schramm.de/>

<https://www.wetreu.de/>



Literatur

<https://angebot.marketgarden.de/literatur>





www.marketgarden.de