

Bilder: Gerhard Plessing Flug und Bild



Ökologisches und nachhaltiges Wirtschaften gehört zum Grundprinzip des Obstbaubetriebs Oberhof. Der Strombedarf wird zum Großteil über Photovoltaik abgedeckt. In den Ferienwohnungen gibt es auch wiederverwendbare Einkaufstaschen.

Entwicklungspotenzial auf Ferienhöfen

ZUKUNFT Mit einer neuen Broschüre soll das Nachhaltigkeitsbewusstsein von Gastgeberinnen und Gastgebern gestärkt und ihnen entsprechend Orientierung gegeben werden. Auch auf dem Obstgut Oberhof bei Überlingen finden sich gute Ideen für umweltgerechtes Handeln.

Bio-Obstbau, Hackschnitzelheizung, Solarpanels auf den Dächern – auf dem Obstgut Oberhof bei Überlingen am Bodensee finden Feriengäste vieles, was nachhaltig klingt. Für Mirjam Mayer, die in diesem Jahr in den elterlichen Betrieb eingestiegen ist, war eine Nachhaltigkeits-Zertifizierung für die sechs vorhandenen Ferienwohnungen ein naheliegender Schritt. „Für den Obstbau haben wir ja die Bioland-Zertifizierung, die für Nachhaltigkeit steht. Die Ferienwohnungen sind seit Mitte 2022 als „nachhaltige Ferienimmobilien“ zertifiziert“, berichtet sie.

Erstmals erwähnt wurde der Begriff „Nachhaltigkeit“ im Jahr 1713 vom Forstwissenschaftler Hans Carl von Carlowitz, der sich mit der Frage beschäftigte, wie und in welchem Umfang man einem Wald Holz entnehmen kann, ohne ihn auf lange Sicht in seiner Grundstruktur nachteilig zu verändern. Der Grundgedanke einer nachhaltigen Wirtschaftsweise ist, einem System nicht mehr zu entnehmen, als dieses auf die Dauer gut kompensieren kann. Bezogen auf ein Tourismusangebot auf dem Bauernhof stellt sich also die zentrale Frage: Wie kann ein Gästebetrieb so gestaltet sein,

dass er den ländlichen Raum in seiner Grundstruktur und in seinen Grundfunktionen für Gesellschaft und Planet insgesamt langfristig bewahrt? Die Broschüre „Nachhaltigkeit im Landtourismus“, herausgegeben von der Bundesarbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof und Landtourismus in Deutschland, hat umrissen, was Nachhaltigkeit für Ferienangebote in ländlichen Regionen bedeuten kann, und nennt die folgenden Themenbereiche, die es für ein nachhaltiges Ferienangebot zu betrachten gilt:

- Zu einer nachhaltigen Ökonomie gehört im ersten Schritt eine solide betriebswirtschaftliche Planung. Im zweiten Schritt geht es um nachhaltige Handelsbeziehungen – Lieferanten, Dienstleistungen und was immer das Urlaubsangebot zum Funktionieren benötigt, sollten die regionale Wirtschaft stärken und auf eine langfristige, beiderseitige Zufriedenheit ausgerichtet sein.
- Ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen beinhaltet beispielsweise das Heizen mit nachwachsenden Rohstoffen, kombiniert mit einer guten Isolierung, die Installation von Solaranlagen und den Ausbau der Elektromobilität oder auch die

Schonung von Trinkwasserreserven und eine verstärkte Nutzung von Brauchwasser.

- Eine nachhaltige Sozialstruktur schafft angenehme, gesundheitsfördernde Bedingungen für Gäste und entsprechende Arbeitsbedingungen für Beschäftigte: Wer sich auf dem Hof wohlfühlt, kommt wieder beziehungsweise bleibt lange. Auch die Bewahrung lokaler und regionaler Traditionen in zeitgemäßer Form kann zur Nachhaltigkeit beitragen.

- Schließlich gilt es, das Thema Nachhaltigkeit auch in der Kommunikation nach außen aufzugreifen, in Form von entsprechenden Informationen über den Betrieb, auf der Homepage, in den sozialen Medien, in Prospekten etc. Dabei gilt es auch, den Gästen Möglichkeiten zu einer möglichst umweltbewussten Anreise vorzustellen.

Es lohnt ein zweiter Blick

Klar ist: Ein Urlaub auf dem Bauernhof im eigenen Land ist in Sachen eher kurzer Anreise per se umweltfreundlicher als jede Fernreise per Flugzeug. Die Verpflegung mit regionalen Produkten und der Anschluss an die bäuerliche Familie sind für Gäste und Beschäftigte wichtige Pluspunkte. So gibt es vermutlich kaum ein Urlaubsangebot auf einem landwirtschaftlichen Betrieb, das die Grundpfeiler

der Nachhaltigkeit nicht schon beherzigt hat, vielleicht schon lange bevor das Wort Nachhaltigkeit in Mode kam. Und doch: Statt als Betriebsleitung das Thema vorschnell abzuhaken, lohnt sich ein zweiter Blick: Wer die genannten Punkte – Ökonomie, Ressourcenschutz, Sozialstruktur, Kundenkommunikation – für den eigenen Betrieb durchgeht, wird sicher Bereiche erkennen, die noch Entwicklungspotenzial bergen, das sich Schritt für Schritt anzueignen lohnt.

Eigener Reiter für Nachhaltigkeit

Für Mirjam Mayer vom Bio-Obstgut Oberhof war es ihre Homepage www.bio-obstgut-oberhof.de, die sie im Rahmen der Zertifizierung zur nachhaltigen Ferienimmobilie überarbeitet hat. „Einen eigenen Reiter zum Thema Nachhaltigkeit auf der Homepage hatten wir bislang noch nicht“, berichtet sie. Die Informationen, die sie hier für die Feriengäste zusammengestellt hat, wie auch die Auseinandersetzung mit den Antragsformularen allgemein, haben ihren Blick auf die Nachhaltigkeit der Tourismusangebote geschärft. Reinigungsmittel werden in ökologischer Qualität bei einem regionalen Hersteller gekauft. Einhebelarmaturen an Waschbecken und Duschen, die den Wasserverbrauch reduzieren,

bis man die perfekte Temperatur gefunden hat, gehören zum Equipment. Die Wallbox, mit der das betriebseigene Elektroauto geladen wird, steht auch den Gästen zur Verfügung. Mirjam Mayer erklärt: „Wir bieten die Wallbox als kostenfreien Service an, der von unseren Gästen gern genutzt wird. Die Abrechnung über einen geeichten Zähler lohnt sich für uns bislang nicht.“

Angebot: Abholen vom Bahnhof

Wer sich entscheidet, die Reise zu dem abgelegenen Gehöft mit öffentlichem Nahverkehr zu bestreiten, wird gratis und elektromobil vom sieben Kilometer entfernten Bahnhof in Überlingen abgeholt – was aber selten vorkommt. „Die meisten unserer Gäste sind Familien mit Kindern – diese wollen auch während ihrer Urlaubszeit mobil sein und reisen in aller Regel mit dem Auto an“, beobachtet Mirjam Mayer. Nicht selten sind aber die Fahrräder für Ausflüge in die nähere Umgebung mit im Gepäck.

Ein weiteres Nachhaltigkeits-Detail sind wiederverwendbare Einkaufsbeutel, die Familie Mayer ihren Gästen zur Verfügung stellt. Und schließlich gibt es für alle Feriengäste nach Bedarf eine Hofführung. Hier geht es um die Geschichte des Familienbetriebs und um den biologischen Obstbau, und natürlich kommt auch das Thema Nachhaltigkeit nicht zu kurz.

Die Zertifizierung zur nachhaltigen Ferienimmobilie, die Mirjam Mayer für die Ferienwohnungen gewählt hat, gilt für drei Jahre. Ob sie diese 2025 erneuern wird, macht sie von den Erfahrungen abhängig, die sie bis dahin gesammelt hat. Dass das Thema Nachhaltigkeit, das in der Betriebsphilosophie seit jeher fest verankert ist, weiter im Fokus bleiben wird, ist für die junge Betriebsnachfolgerin unabhängig vom Label selbstverständlich.

Die Broschüre „Nachhaltigkeit im Landtourismus“ bietet eine weite Bandbreite innovativer Ideen, wie Betriebe nachhaltige Ferienangebote gestalten können:

- Digitalisierung und Mechanisierung in der Landwirtschaft,

um die langfristige Wirtschaftlichkeit bei zunehmendem Fachkräftemangel zu gewähren: Ein Beispiel könnte ein Elektrotraktor mit Photovoltaik und Steuerung über App sein.

- Leerstehende Scheunen oder Wirtschaftsgebäude ausbauen und so eine neue, sinnvolle Nutzung ermöglichen, je nach Bedarf als Eventraum, Heuhotel oder auch als Ferienwohnung.
- Errichtung sogenannter „fliegender Bauten“ zur Beherbergung von Gästen: Tinyhäuser, Zirkuswägen, Zelte oder Bergkabinen.
- Einsatz ökologischer Baustoffe: Holz und Lehm statt Beton, Naturfarben für den Innenausbau.
- Umsetzen von Upcycling-Konzepten, sprich Wiederverwendung bestehender Materialien: Integration von alten Autoreifen und Glasflaschen in Lehmwände oder Sammeln verschiedener Abfallstoffe auf dem landwirtschaftlichen Betrieb und Anbieten von Kreativ-Workshops für Gäste, die aus dem vorhandenen Material praktische Gegenstände und Urlaubssandstenen basteln können.

Die Beispiele sollen ermuntern, den Weg zu einer nachhaltigeren Entwicklung zu gehen und damit auch die Zukunftsfähigkeit des Tourismus auf dem Land zu stärken.

Katja Brudermann

Mehr dazu

- Die Broschüre „Nachhaltiger Landtourismus“ lässt sich unter <https://kurzelinks.de/vtfm> kostenfrei downloaden. Infos auch unter www.nachhaltiger-landtourismus.de.
- Nähere Informationen zum Zertifikat „nachhaltige Ferienimmobilie“ findet sich unter www.klimapaten-schaft.de.
- Einen Überblick über touristische Nachhaltigkeitslabels bietet www.ecotra.via.de/uebersicht-nachhaltigkeitszertifizierungen. □



Betrug: Kunststoff zerfällt nicht

TÄUSCHUNG Als „kompostierbar“ beworbene Bioplastik-Verpackungen und -Produkte halten nicht, was sie versprechen. Dies ist das Ergebnis eines Experiments, das die Deutsche Umwelthilfe (DUH) in einer repräsentativen Kompostierungsanlage im Rhein-Sieg-Kreis realisiert hat.

Die getesteten Kaffee kapseln, Wegwerfteller, Riegelverpackungen, Einweg-Rasierer und Schuhe sahen nach der Kompostierung nahezu unverändert aus. Andere Produkte, wie Bioabfallsammelbeutel oder To-go-Becher, waren in Stücke zerfallen, die die Kompostqualität beeinträchtigen können, wie die DUH mitteilt. Auf Grundlage dieser Ergebnisse hat die Organisation Verbraucherschutzministerin Steffi Lemke aufgefordert, ein Werbeverbot zur Kompostierbarkeit von Bioplastik-Verpackungen und -Produkten zu erlassen.

DUH-Bundesgeschäftsführerin Barbara Metz betont: „Bioplastik boomt im Supermarkt-Regal, der Drogerie oder im To-go-Bereich. Viele Menschen greifen bewusst zu Bioplastik-Produkten in der Hoffnung, so Umwelt und Klima zu schonen. Kein Wunder: Aufdrucke wie ‚biologisch abbaubar‘ oder ‚kompostierbar‘ erwecken den Eindruck, das Material würde sich in der Umwelt oder im Kompost einfach zersetzen.“ Das Experiment beweise nun das Gegenteil: Kein einziges der kompostierten Produkte hat sich demnach vollständig zersetzt – wenn überhaupt sind sie größtenteils in Einzelteile zerfallen, die den wertvollen Kompost verschmutzen. Das zeige eindeutig: „Statt umweltbewussten Konsum zu ermöglichen, führen Werbeaussagen zur Kompostierbarkeit von Bioplastik-Produkten zu falschen Annahmen über deren Umweltverträglichkeit und Entsorgung.“

Für das Experiment wurden handelsübliche Produkte und Verpackungen aus Bioplastik mit Aufdrucken wie „biologisch abbaubar“ oder „kompostierbar“ für drei Wochen in eine industrielle Rotte gegeben. Dies entspricht den Realbedingungen in einer gewöhnlichen deutschen Kompostierungsanlage.

Danach wurden die Produkte geborgen und untersucht.

Dazu sagt DUH-Leiter für Kreislaufwirtschaft Thomas Fischer: „Werbelügen über die Kompostierbarkeit von Bioplastik-Produkten können fatale Folgen haben – von der Beeinträchtigung der Bioabfall-Kompostie-



Bild: DUH

Verpackungen und Produkte aus sogenanntem Bioplastik halten nicht, was sie versprechen. Sie sind nicht biologisch abbaubar oder kompostierbar. Auch entsprechende Kaffee kapseln, wie hier im Bild, zerfallen laut Experiment nicht.

runge, über die Belastung landwirtschaftlicher Flächen mit Plastikpartikeln und Schadstoffen bis hin zur Vermüllung der Umwelt.“ Außerdem führten die Falschaussagen zu einem geringeren Anreiz, nachweislich umweltfreundlichere Alternativen zu nutzen. Verbraucherinnen und Verbraucher, die umweltbewusst konsumieren möchten, seien jedoch auf verlässliche Informationen angewiesen.

Um die Falschaussagen zur Kompostierbarkeit von Bioplastik zu stoppen, hat die DUH eine Protestmail-Aktion gestartet. Bürgerinnen und Bürger können unter www.duh.de/bioplastik-werbeluege mitmachen und so den Druck für ein Werbeverbot zur Kompostierbarkeit von Bioplastik erhöhen.

Die Deutsche Umwelthilfe wurde 1975 gegründet. Sie setzt sich für den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen ein. Sie ist politisch unabhängig und als gemeinnützig anerkannt. red