

Was wächst denn da heran?

Marktgärten sind ein neuer Trend im Ökogartenbau und begeistern vor allem junge Menschen. Manuel Nagel erklärt, was sich dahinter verbirgt und wie weit diese Szene in Deutschland inzwischen gediehen ist.

Das Marktgarten-Konzept kombiniert moderne Ansätze mit bewährten traditionellen Methoden, die über Jahrzehnte weiterentwickelt wurden. Inspiriert wurde das Konzept durch die Marktgärtner von Paris, die Mitte des 19. Jahrhunderts die Millionenmetropole mit Gemüse versorgten. Dafür entwickelten sie besondere Werkzeuge und Techniken, um auf kleinem Raum produktiv zu sein und gleichzeitig die Bodenfruchtbarkeit aufrechtzuerhalten. Ausführlich beschrieben ist dies in dem Buch „Manuel pratique de la culture maraîchère de Paris“ von Moreau und Darnve aus dem Jahr 1845.

Im ausgehenden 19. Jahrhundert trat der traktorbasierte Anbau in den Vordergrund – bis der US-Amerikaner Eliot Coleman in den 60er- und 70er-Jahren des 20. Jahrhunderts durch Europa reiste und das noch vorhandene Wissen kleiner Gemüsebaubetriebe sammelte. Auf seinem Betrieb in den USA entwickelte er traditionelle Anbaumethoden und Arbeitsgeräte weiter und ergänzte diese mit eigenen Entwicklungen. Er gilt deshalb als der Pionier der Marktgärten und inspirierte mit seinem Referenzwerk „The new organic grower“ von 1995 eine Reihe jüngerer Pioniere, unter anderem Jean-Martin Fortier und Maude-Hélène Desroches (Kanada), Elizabeth und Paul Kaiser (USA), Charles und Perrine Hervé-Gruyer (Frankreich) oder Richard Perkins (Schweden).

Die ersten Anfänge

2016 beschrieb Jean-Martin Fortier die Erfahrungen in seinem Marktgarten La Grélinette und landete einen Bestseller. 2017 erschien die deutsche Fassung „Bio-Gemüse erfolgreich direktvermarkten“. Gleichzeitig entstanden die ersten Betriebe: der Gemüsegarten Hoxhohl von Vivian Glover im Odenwald, Die Zukunftsbauern von Maya und Sebastian Heilmann auf

Schloss Tempelhof, der Betrieb Helle Bauer von Jasper de Wit in Nordrhein-Westfalen, das Schnelle Grünzeug von Olaf Schnelle in Mecklenburg-Vorpommern sowie der Gärtnerhof Wanderup von Hendrik Henk in Nordfriesland. Das Interesse an diesem neuen Konzept wuchs enorm, beschleunigt vermutlich auch durch die Erfahrung zerbrechlicher Lieferketten in der Corona-Krise. Stand 2023 gibt es in Deutschland schätzungsweise 70 Marktgarten-Betriebe und weitere Höfe, die das Konzept für ihren Feingemüseanbau verwenden. Es ist eine rege Szene entstanden mit jährlichen Tagungen, intensivem Austausch und viel praktischer Bildungsarbeit (siehe Kasten). Bedingt durch die dargestellte Rezeptionsgeschichte des Konzepts ist oft von Market Garden, Microfermes oder Mikro farming die Rede. In diesem Heft wird durchgängig der Begriff Marktgarten verwendet. Für diesen gibt es keine einheitliche Definition. Am besten beschreiben lässt sich das Konzept

Das Kolibri Netzwerk e. V.



Im Jahr 2021 gründete sich das Kolibri Netzwerk e. V. als Netzwerk für die Marktgarten-Betriebe. Es setzt dort an, wo ein einzelner Betrieb an seine Grenze kommt. Als gemeinnütziger Verein von und für die Betriebe organisiert das Netzwerk diverse Bildungsveranstaltungen, unter anderem die jährliche Marktgärten & Mikro farming Konferenz. Sie findet in diesem Jahr zum sechsten Mal vom 27. bis 29. Oktober 2023 auf Schloss Tempelhof statt und steht unter dem Motto „Ein gutes Leben in der Marktgärtnerei!“.

► Weitere Infos: kolibri-netzwerk.de/events



Bei der Marktgärtnerei wird Gemüse in permanenten Beeten mit viel Handarbeit (hier eine Scheibenhacke) auf kleiner Fläche angebaut.

durch das, was die Marktgärten und ihre Betreibenden bei aller Vielfalt gemeinsam haben: Sie bauen auf kleiner Fläche (bis etwa ein Hektar) und weitgehend in Handarbeit biologisch Gemüse auf permanenten Beeten an. Sie legen hohen Wert auf Bodenfruchtbarkeit und Biodiversität. Sie vermarkten ihre Ernte ausschließlich direkt und all dies wirtschaftlich rentabel. Wie das gelingen kann, zeigt ein Blick in den Werkzeugkoffer der Marktgärtnerei.

Kompakt und kleinräumig

Einer der Grundbausteine für den wirtschaftlichen Erfolg der Marktgarten-Betriebe ist das biointensive Anbausystem. Es maximiert den Ertrag einer Kulturfläche in zeitlicher und räumlicher Perspektive und wahrt dabei gleichzeitig die Bodenfruchtbarkeit oder verbessert sie sogar. Die Beetstruktur mit ihren meist 75 Zentimeter breiten Beeten wird einmal angelegt, bleibt dann für viele Jahre an derselben Stelle und wird nach Möglichkeit nur von den Wegen aus bearbeitet. Das vermeidet Verdichtung und fördert eine gute Bodenstruktur. Diese erlaubt es den Gemüseswurzeln, sich mehr in die Tiefe als seitwärts an der Oberfläche auszubreiten. Dadurch wird es möglich, die Abstände innerhalb der Kultur sehr eng zu setzen, ohne dass sich die Pflanzen im Wurzelbereich gegenseitig behindern. Das ermöglicht – je nach Kultur – eine drei- bis fünfmal dichtere Pflanzung, die zu zahlreichen positiven Effekten führt: Ein frühzeitiger Reihenschluss erzeugt ein günstiges Mikroklima, verringert das Austrocknen der Bodenoberfläche und verhindert durch die Beschattung, dass Beikräuter sich vermehren.

Die kleinräumigen und kompakten Beetflächen ermöglichen den Verzicht auf einen Traktor und minimieren so die Investitionskosten und die Ausgaben für Betriebsmittel. Zudem eröff-

net sich ein weites Feld für Innovationen von leichten und effizienzsteigernden Handgeräten. Beispiele dafür sind der aus Japan stammende Paper Pot Transplanter (Papiertopf-Pflanzer) oder pneumatische Plattensämaschinen für die Anzucht. Solche Innovationen finden entlang der ganzen Wertschöpfungskette statt. Effizienzsteigerung und Arbeitserleichterung für ein gutes Leben in der Landwirtschaft stehen im Mittelpunkt.

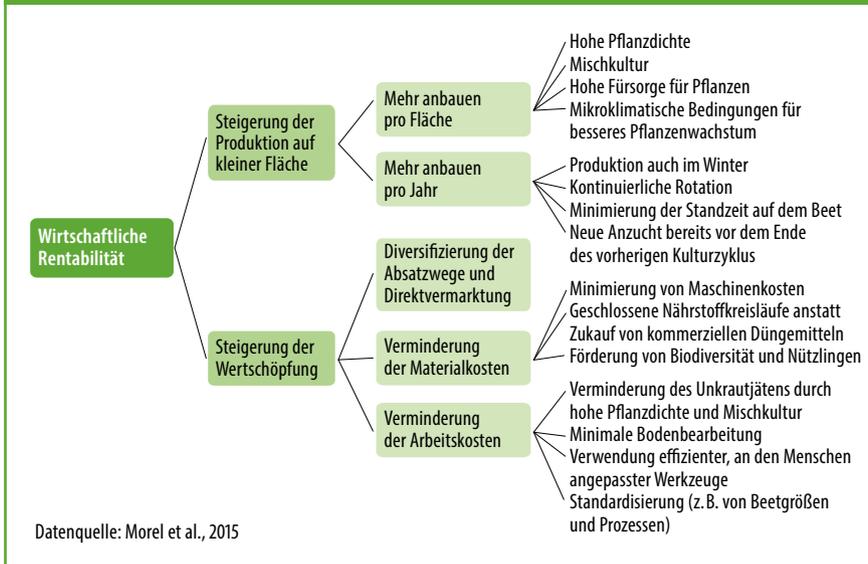
Für den intensiven Anbau muss der Boden entsprechend mit organischem Material und Nährstoffen versorgt werden. Dies passiert nur selten durch betriebsinterne Kreisläufe (siehe Betriebsporträts, S. 19–21). Oft sind hohe Kompostgaben üblich (siehe Beitrag Hefner, S. 22). Angemerkt sei, dass der Zukauf von Düngemitteln auch im herkömmlichen Biogemüsebau üblich ist.

Unterschied zu Permakultur

Das Marktgarten-Konzept unterscheidet sich von der Permakultur, da der Fokus von Beginn an auf dem erwerbsmäßigen Anbau und somit der wirtschaftlichen Rentabilität liegt. Dies priorisiert Praktiken der Rentabilität und Effizienz. Daher stehen viele Ansätze von eher auf Subsistenz ausgerichteten Permakulturprojekten zunächst nicht im Vordergrund. Zum Beispiel ist der Mischkulturanbau nur bedingt umsetzbar, da die Beete zeiteffizient bearbeitet werden müssen. Gleichwohl sind viele Betriebe von Ideen und Praktiken der Permakultur inspiriert und lassen diese im Laufe der Zeit mehr und mehr einfließen. Die Integration von Bäumen und Sträuchern bietet über die Zeit diverse Vorteile, und sobald die recht anspruchsvolle Anbauplanung einstudiert ist, können auch mehr Variationen in Richtung Mischkultur ausprobiert werden.

Der Begriff biointensiver Anbau hat nichts zu tun mit der Debatte um eine Intensivierung und Ertragssteigerung der ▷

Abbildung: Überblick über die ökologischen, technischen und wirtschaftlichen Praktiken der Markt gärtnerei



Biolandwirtschaft, die 2015 unter dem Motto „Bio 3.0“ begann. Zwar zeigt der biointensive Anbau, wie der Flächenertrag deutlich erhöht werden kann. Allerdings entspricht der damit verbundene Kontext von minimalem Technikeinsatz und verstärkter Handarbeit nicht der gängigen Intensivierungsdebatte. Gerade wegen des deutlich verringerten Einsatzes fossiler Betriebsstoffe zeigt diese Art des Anbaus durchaus Wege zu einer zukunftsfähigen Landwirtschaft auf.

Direkte und vielfältige Vermarktung

Die Art der Vermarktung stellt ein weiteres wichtiges Merkmal der Betriebe dar. Um die wirtschaftliche Rentabilität zu steigern, vermarkten sie direkt und diversifizieren ihre Absatzwege. Über den direkten Kontakt mit Kund*innen ist es möglich, die beiden Hauptunterschiede zu industriellen Lebensmitteln darzustellen: die Frische und die Qualität der Lebensmittel. Das ist notwendig, um im Vergleich zum großflächigen Gemüseanbau für den Handel höhere Preise erzielen zu können. Über die Solidarische Landwirtschaft (Solawi), Abokisten, Marktschwärmer, Wochenmärkte, den Hofverkauf und die Belieferung an Restaurants gibt es eine große Vielfalt von Absatzwegen, die den Betrieb resilienter gestalten können. Die Solawi kommt bei Markt gärten besonders oft zum Zug, weil die Kund*innen dabei das wirtschaftliche Risiko des stark wetterabhängigen Gartenbaus mittragen. Alle Betriebe arbeiten (soweit bekannt) biologisch, doch nur wenige sind biozertifiziert. Dies hat mehrere Gründe: Zu-

nächst sind alle Betriebe direktvermarktend und somit zertifiziert durch die Kund*innen anstatt durch eine Zwischeninstanz. Außerdem sind Kosten und Aufwand eines Zertifizierungsprozesses in den Kleinstbetrieben schwieriger abzubilden. Hinzu kommt, dass viele Betriebe in ihrem Selbstverständnis über Biostandards hinausgehen, etwa indem sie auf Hybridsaatgut verzichten.

Wirtschaftlich rentabel

Die wirtschaftliche Rentabilität entsteht aus der Kombination einzelner ökologischer, technischer und wirtschaftlicher Praktiken (siehe Abbildung). Diese Praktiken stellen für sich keine Neuerung dar, sondern werden von vielen Gemüsebaubetrieben angewendet. Die Innovation besteht vielmehr in der Kombination

und kann somit als systemisch bezeichnet werden. Die zwei Hauptprinzipien sind „Steigerung der Produktion auf kleiner, begrenzter Fläche“ und „Steigerung der Wertschöpfung pro erzeugtem Produkt“. Die hier angeführten Praktiken müssen vor Ort an die jeweiligen persönlichen, standortspezifischen und regionalen Bedingungen angepasst werden.

Strukturell wird das Marktgarten-Konzept auch von etablierten Gemüsebetrieben übernommen, da vor allem die arbeitswirtschaftlichen Vorteile im Feingemüseanbau lohnenswert sind. So hat der Demeter-Hof Dannwisch aus Nordfriesland seinen vormals traktorbasierten Feingemüseanbau auf das Marktgarten-Konzept umgestellt.

Gerade die niedrigen Investitions- und Betriebskosten machen das Marktgarten-Konzept interessant für den eigenen unternehmerischen Einstieg in die Landwirtschaft. Dadurch kann der Start mit einem Kapitalbedarf von 20 000 bis 40 000 Euro gut möglich sein (siehe Beitrag Mauk, S. 24).

Vieles deutet darauf hin, dass die Zahl der Markt gärten weiter wachsen wird und die Praxis des biointensiven Anbaus über die eigentlichen Markt gärten hinaus Bedeutung gewinnt. Die ersten Forschungsprojekte in diesem Bereich werden in zwei, drei Jahren das bisherige Erfahrungswissen durch belegbare Zahlen ergänzen und die Praxis bereichern. □

Manuel Nagel, freier wissenschaftlicher Mitarbeiter, Stiftung Ökologie & Landbau (SÖL), nagel@soel.de

