

Protokoll vom ZENPGR Netzwerktreffen

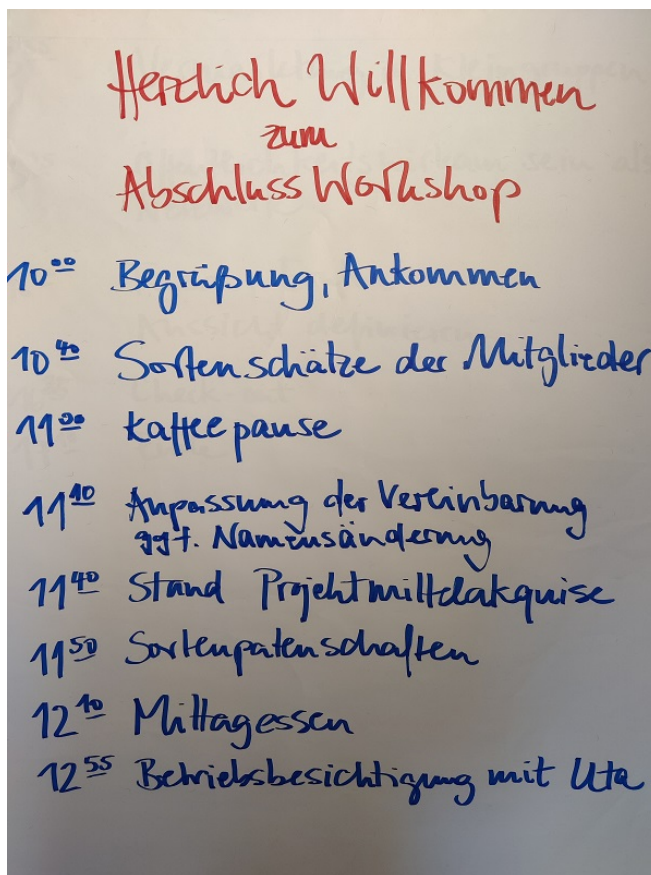
am 21.3.2023, 10 – 17 Uhr

Ort: Wildsameninsel auf Gut Temmen

Teilnehmende: siehe Liste

Protokoll: Alexandra, Christina, Simone

Thema: Abschlusstreffen der begleiteten Netzwerkentwicklung des SaatGut-Erhalter-Netzwerks-Ost



In einer gemeinsamen Einstiegsrunde, wie jede:r so da ist, wurden auch die Erwartungen für den Tag erfasst:

- Zeit für die Betriebsbesichtigung von Uta (Wildsameninsel)
- Zu konkreten Ergebnissen kommen und wissen, wie es mit dem Netzwerk weitergeht

Danach sind wir in die verschiedenen Themen eingestiegen:

TOP 1 Wie wird das Sortenschatz Logo auf den Betrieben umgesetzt?

Es wurden zwei Umsetzungen vorgestellt und dann diskutiert, wie sie verbessert/erweitert werden müssten, damit sie für alle Mitglieder umsetzbar sind:

a) Sortenschatzlogo rund geschnitten + Klammer von Sieglinde, Hofladen Domäne Dahlem:

Sehr ästhetisch, der Farbkontrast mit der gelben Farbe ist evtl. zu gering, das hängt vom Setting vor Ort ab. Es wird ergänzend zu den Preisschildern des Hofladens eingesetzt, also drangeklammert.

b) Laminiertes Preisschild vom VERN wird auf den Märkten eingesetzt. Nicht ganz so ästhetisch. Problematisch: Die Farbe wird bei nicht kalibriertem Druck schnell ein fahles gelb, das zu wenig leuchtend, kontrastreich ist.

Ideen aus der Runde: Sortenschatzlogo auf Holz drucken oder flammen. Sehr ästhetisch und nachhaltig, weil haltbar und wiederverwertbar. Ergänzend zum Logo soll die Website Adresse www.sortenschaetze.de abgebildet werden.

Wer macht was bis wann?

Annika recherchiert Möglichkeiten für die Anfertigung von Holzsteckern o-ä. und prüft inwieweit es noch Projektmittel für die Anfertigung gibt.

Alexandra prüft die Website Adressen und die Verlinkungen

Arbeitsgruppe: Anja, Roberto, Annika

Das Sortenschatzlogo ist zum Herunterladen auf der Website im Mitgliederbereich eingestellt.



Zugang Mitgliederbereich:

Ganz unten rechts am Fuß der Website gibt es einen Button zum Mitgliederbereich. Für den Zugang gebt bitte folgendes Passwort ein : AMESADS#2022

TOP 2 Erweiterung Vereinbarung zur Abgrenzung gegenüber rechten Ideologien und diskriminierenden Positionen

Lydia hat einen Textvorschlag in die Arbeitsgruppe gegeben, dieser wird in der AG abgestimmt und auf dem nächsten Treffen vorgestellt.

Mitglieder der AG sind: Lydia, Roberto, Annika, Winnie

Umfassende Informationen gibt die Fachstelle Radikalisierungsprävention und Engagement im Naturschutz (FARN) heraus. Lydia hat die Broschüre „Grünes Blatt auf braunem Boden“ zum Mitnehmen mitgebracht. Diese und weitere Broschüren zum Thema sind auf der Website der FAL zum Herunterladen eingestellt:

<https://www.nf-farn.de/downloads>

Annika wird am 28.3. an der Online-Veranstaltung "Nicht bei uns (?) – wie wir rechtes Gedankengut erkennen und ihm entgegenzutreten können" vom BNE Brandenburg teilnehmen und darüber berichten.

Die Anpassung der Vereinbarung mit einem entsprechenden Passus zur Abgrenzung gegen Rechts wird dem Netzwerk zur Kommentierung geschickt, sobald sich die AG dazu geeinigt hat.

Braucht das Netzwerk einen neuen Namen?

Name. SaatGut-Erhalter-Netzwerk Ost

Pro	Contra
Name nicht gegendert, die gegenderte Version „SaatGut-Erhalter*innen Netzwerk Ost“ ist zu sperrig	Eine Änderung des Namen ist aufwendig: Es wäre eine Änderung auf dem Flyer, den Postkarten, Internetseite, Banner, Plakaten nötig
Irritierend ist dass die die Website einen anderen Namen in der URL hat www.alte-gemuesesorten-erhalten.de	Das wurde gemacht, weil die Seite so besser gefunden wird. Hinterlegt ist der Name SaatGut-Erhalter-Netzwerk: Alte Gemüsesorten erhalten

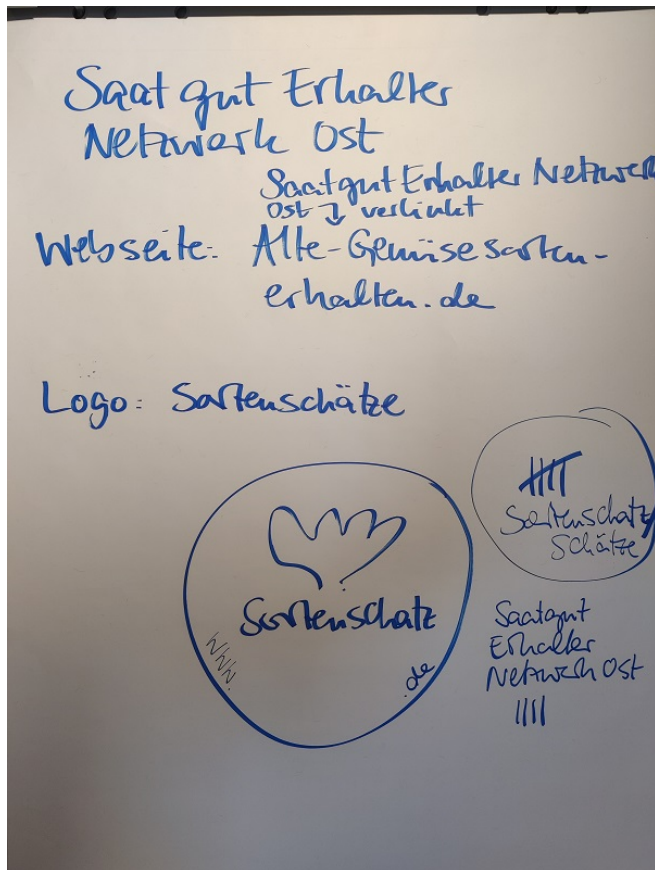
Entscheidung: Der Name wird erstmal beibehalten.

Es sollte sichergestellt werden, dass man über die Eingabe von <http://sortenschaetze.de/> sowie <http://saatgut-erhalter-netzwerk.de/> auf die Webseite geleitet wird.

Wer macht was bis wann? Alexandra prüft das mit Sylke, welche die Seite programmiert hat (April)

Auf dem Logo soll die Domain www.sortenschaetze.de angegeben werden.

Wer macht was bis wann? Alexandra setzt sich mit der Agentur, die das Logo erstellt hat in Verbindung (April)



TOP 3 Finanzierung: Stand Projektmittelakquise, Alexandra und Annika

Die im BÖL eingereichte Skizze wurde leider nicht positiv bewilligt. So dass die Antragsgruppe (Alexandra, Annika, Gunilla) noch einmal in alle Richtungen nach passenden Förderprogrammen auf Bundes- und Landesebene recherchiert und Möglichkeiten prüft. Auch Stiftungen ziehen wir in Betracht. Annika und Alexandra halten die Mitglieder auf dem Laufenden.

TOP 4 Bürgerschaftliche Finanzierung anhand der Sortenpatenschaften, Christina Bantle, HNEE

Christina stellt den erarbeiteten Leitfaden „ Bürgerschaftliche Finanzierungsmodelle und begleitende Kommunikationsmaßnahmen für die on-farm Erhaltung alter Gemüsesorten“ vor. Ihr findet ihn im Mitgliederbereich auf der Website.

Stand der Umsetzung der Sortenpatenschaften

Schon vorhanden: Grundlage für Anmeldeformular, Idee zum Vorgehen beim Anmeldeprozess, Sortenbeschreibungen für einige Sorten ☑ Prozess ist grundlegend klar

Die wichtigsten Fragen:

1. Wer sind (realistisch gesehen) geeignete „Sortenpat:innen“, also Personen (oder Institutionen?), die potenziell Interesse (und das Geld) haben, eine Sortenpatenschaft zu übernehmen?
2. Was motiviert diese Personen, eine Sortenpatenschaft erstmalig selbst zu übernehmen oder zu verschenken und idealerweise fortzuführen?
3. Wie können wir den Motivationen dieser Personen entsprechen? Was bieten wir (auch ideell, aber wir müssen es ja kommunizieren)?
4. Auf welchen Wegen erreichen wir diese potenziellen Sortenpat:innen?

Auch hier hat sich eine AG gebildet. Diese besteht aus Christina, Anja und Winnie. Genauer gesagt, haben Anja und Winnie sich bereit erklärt, zur Karte, die für die Sortenpatenschaften erstellt werden soll, Feedback zu geben (s. auch Ergebnisse aus der Gruppe). Christina bindet sie in den Prozess ein.

TOP 5 Betriebsführung durch die Wildsameninsel, Uta Kietsch

Ihr findet alle Infos zum Betrieb nochmal auf der Webseite

<https://www.wildsamen-insel.de/>





TOP 5 Vermarktung konkret anhand des historischen Zwiebelsortiments, der Sortenpatenschaften und Frischgemüse-Raritäten: Diskutieren, sortieren und Vereinbarungen treffen

Wie können wir die Werte, die wir gemeinsam erarbeitet haben nutzen und weiterentwickeln?

Ziele:

- Unsere Netzwerkarbeit sichtbar machen
- Sortenraritäten verfügbar machen und zurück in die Nutzung bringen
- Eine gute und auskömmliche Finanzierung unserer Arbeit einholen

Ergebnisse aus den Arbeitsgruppen:

A) AG Historisches Zwiebelsortiment

Aktuelle Situation:

9 historische Zwiebelsorten werden von 8 Betrieben im Netzwerk erhalten und vermehrt. Es ist mehr Saatgut verfügbar als über bestehende Vermarktungsstrukturen und im Netzwerk abgesetzt werden kann.

Lösung:

Erweiterung des Absatzes über einen Partner, der zu uns passt.

Mit dem Ziel:

- Mehr Umsatz
- Mehr Bekanntheit fürs Netzwerk, die Mitglieder und unsere Arbeit
- auch gut für das Einwerben von Sortenpatenschaften
- Erfüllt unsere Kernaufgabe Sortenvielfalt verbreiten und durch Nutzung erhalten

Ideensammlung Zwiebelsortiment:

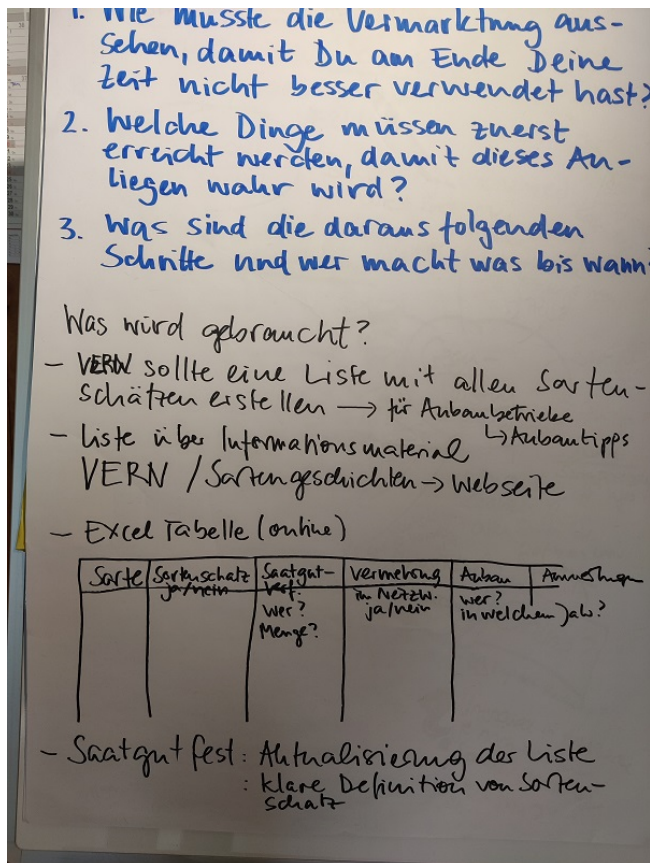
- Da es immer mal knapp werden kann mit einer Sorte, soll eine Karte, ein Falt-Flyer erstellt werden, in dem Platz für 3-4 Sorten ist, die flexibel wechseln können, erstellt werden. Die Infos auf dem Flyer/ der Karte bilden unsere Sortenschätze insgesamt ab mit Sortengeschichten, Anbauanleitung sowie Informationen zu unserem Netzwerk und schlagen bestenfalls den Bogen zu den Sortenpatenschaften. Kleine Tütchen (Pergaminütchen, Saatgut Alt Rosenthal) tragen den Sortennamen.

Ideensammlung Partner:

- **Biohof Jeebel** (Favorit! ist auch Mitglied im VERN)
- Jana Rotsch Der Biogartenladen
- Abokisten: Märkische Kiste, Landkorb
- Ausweitung Raritätenlinie Bio Company (eine gelbe, eine rote Zwiebel)
- Culinaris
- Weltacker, Bauerngarten
- Primosa: Kalender mit Saatgut eingepalzt: (braucht viel Vorlauf: Juni/ Juli)
- Magic Garden Seeds: nur für Überschüsse, da sie in ihren eigenen Tütchen verkaufen. Sichtbarkeit des Netzwerks nicht gegeben?

Wichtig ist, dass ausreichend Saatgut für die Gemüse Anbaubetriebe im Netzwerk zur Verfügung steht. Markus: Ich würde mehr im Netzwerk bestellen, wenn ich weiß, dass es viel gibt: hier Kommunikation auf dem Saatgutfest (Listen) verbessern!

B) AG Frischgemüse: Anbau und Vermarktung



Eine Übersicht über die Sorten- und Saatgutverfügbarkeit im Netzwerk ist wichtig, damit die Gemüseanbaubetriebe wissen, welche Sorten sie über das Netzwerk beziehen können. Dafür erstellen die Samenbaubetriebe Johannishöhe, Keimzelle, Saatgut- und Permakulturgarten Alt Rosenthal und der VERN e.V. jeweils ihre eigenen Listen, welche die Sorten, die für Gemüsebaubetriebe geeignet und in der kommenden Saison verfügbar sind, abbilden. Dies erfolgt zum „Saatgutfest“ Ende November.

Darüber hinaus erstellt Alexandra im ZENPGR jährlich eine Übersicht über die Sorten, die im Rahmen des Projekts gemeinsam bearbeitet werden.

Eine gemeinsame Liste aller Sorten, die im Netzwerk erhalten und vermehrt werden wäre für interessierte Gemüsebaubetriebe übersichtlicher und einfacher zugänglich.

Das ist Teil des weiterführenden Projektantrags.

Die aktuelle Zwischen- Lösung ist, dass alle Listen der Betriebe im Mitgliederbereich auf der Website zum Herunterladen eingestellt werden. Sie werden/wurden von Alexandra auch mit dem Protokoll nach dem Saatgutfest per email versandt.

Es besteht auch noch Unklarheit: Welche Sorte ist ein Sortenschatz und kann als solcher ausgelobt werden?

Die Vereinbarung zur Verwendung des Sortenschatz Logos wird entsprechend ergänzt und lautet folgendermaßen:

Sortenpatenschaften sowie Gegenleistungen für die Sortenpat:innen gesammelt und diskutiert. Dabei gingen wir grundsätzlich davon aus, dass die meisten Menschen **Sortenpatenschaften** nicht für sich selbst, sondern **als Geschenk für eine andere Person** kaufen.

ZIELGRUPPEN	GEGENLEISTUNG
<p>Der Fokus für die Sortenpatenschaften sollte zunächst auf Zielgruppen liegen, die</p> <ul style="list-style-type: none"> - leicht erreichbar sind, also zu denen bereits Kontakte bestehen - als Multiplikator:innen in ihrem Umfeld agieren (können), also weitere Sortenpat:innen gewinnen können <p>Als konkrete Zielgruppen kommen entsprechend in Frage:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) bestehende persönliche Kontakte: bestehende Kund:innen der Netzwerk-Betriebe, Mitglieder des VERN e.V. b) bestehende unternehmerische Kontakte: z.B. Bioläden, in denen Saatgut aus dem Netzwerk verkauft wird und die BioCompany sowie indirekt jeweils deren Kund:innen (und z.B. Leser:innen der Kundenzeitung), c) weitere Unternehmen / Organisationen, die nachhaltig agieren bzw. Interesse an der Unterstützung entsprechender Anliegen haben d) Medien: Zeitschriften / Zeitungen, ggf. Social Media Influencer:innen, die einen redaktionellen Beitrag zu Sortenpatenschaften veröffentlichen e) über Medien Menschen, die z.B. in Zeitschriften oder auch online von den Sortenpatenschaften lesen, aber bisher noch keine Kund:innen oder Mitglieder beim VERN e.V. sind <p>Idealerweise sollen die Sortenpat:innen nicht nur als Individuen dabei sein, sondern sich nach Abschließen der Sortenpatenschaft selbst als Teil einer „Community“ mit dem Ziel des Sortenerhalts verstehen.</p>	<p>Als Gegenleistung für die Übernahme einer Sortenpatenschaft bieten wir grundsätzlich unsere Erhaltungsarbeit, die dadurch unterstützt wird. Als konkrete Gegenstände / Mittel der Gegenleistung kommen – einzeln oder ggf. auch in Kombination - in Frage (habe hier versucht, diese nach potenziellem damit verbundenen Aufwand zu sortieren):</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Saatguttütchen (bereits vorhanden) b) Urkunde für Sortenpatenschaft (müsste einmalig neu erstellt und jedes Mal geringfügig individuell angepasst werden, z.B. durch Eintragung des Namens des / der Pat:in und ggf. der Sorte) c) „Sortenpost“ –jährliche Email, die deutlich macht, was die Sortenpat:innen mit ihrer Spende ermöglicht haben und was das Netzwerk an Züchtungsarbeit geleistet hat (muss einmal jährlich erstellt werden) d) Druck / Grafik mit alter Sorte / alten Sorten (müsste neu erstellt werden, aber dafür nicht mehr individuell angepasst. Erstellung realistisch nur in Kooperation z.B. mit UdK – Universität der Künste - möglich, da sonst zu teuer). e) Kalender (müsste neu erstellt werden, eher „Merchandise“ – also ein Produkt, das auf ein Unternehmen oder eine Organisation und deren Anliegen aufmerksam macht). Die Erlöse aus dem Kalender könnten dann dem Netzwerk zugutekommen. f) Führung auf einem Mitgliedsbetrieb (bedarf aber extra Aufwand für Organisation, im Mindestfall Terminfestlegung und Kontakt mit Sortenpat:innen, Zeit für Durchführung)

<p>KOMMUNIKATIONSMITTEL</p> <p>Als Kommunikationsmittel, um auf die Sortenpatenschaften aufmerksam zu machen, eignen sich z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Postkarte mit grundlegenden Infos zur Sortenpatenschaft, über die man direkt eine Sortenpatenschaft abschließen kann / über die man auf die Website gelangt, wo man eine Sortenpatenschaft abschließen kann. - Gegenstand, der symbolisch für die Patenschaft steht (z.B. Samentütchen oder „Beetstecker“ o.ä. aus Holz oder...) und zum Preis der Sortenpatenschaft erworben werden kann - Aufsteller o.ä. für z.B. Bioladen-Café mit kurzer Geschichte zu einer Sorte / mehreren Sorten und mit Hinweis zu Sortenpatenschaft 	<p>ORTE DER KOMMUNIKATION</p> <p>In Verbindung mit den genannten Mitteln eignen sich als geeignete Orte, um auf die Patenschaften aufmerksam zu machen, z.B.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eigene Markt-/ Verkaufsstände - Bioläden / Hofläden o.ä., wo das eigene Saatgut verkauft wird, dort v.a. Café-Bereich / Bereich, wo sich Personen länger aufhalten - Abo-/ Solawi-Kisten, Pakete mit Saatgut etc. (Postkarten könnten mit hineingelegt werden, evtl. kann bei Abo-Kisten ein Gegenstand bestellt und mitgeschickt werden?) - Ggf. Veranstaltungen, auf denen Mitglieder des Netzwerks vertreten sind - Evtl. Online-Shop (entweder als bestellbarer Gutschein oder als physisches Produkt, s. Mittel
<p>ANLÄSSE</p> <p>Als Anlässe zum Abschließen einer Sortenpatenschaft kommen in Frage</p> <ul style="list-style-type: none"> - Weihnachten (wg. Geschenk-Anlass), z.B. bei Privatpersonen, auch bei Unternehmen / Organisationen als Weihnachtsgeschenke für Mitarbeiter:innen - Weitere Feiertage, zu denen Dinge verschenkt werden, z.B. Ostern - Geburtstage der potenziellen Sortenpat:innen - Hochzeiten - Weitere Feste 	
<p>OFFENE FRAGEN:</p> <p>Noch offen / neu aufgekommen sind folgende Fragen und Vorschläge:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soll es mehrere Patensorten zur Auswahl geben oder z.B. eine „Patensorte des Jahres?“ – Die Auswahl würde den individuellen Interessen und Anliegen der potenziellen Pat:innen mehr entgegen kommen, eine Patensorte wäre wahrscheinlich praktisch leichter umzusetzen (z.B. hinsichtlich der Kommunikationsmittel). - Vor dem Treffen waren Zwiebeln als Patenart und entsprechend Patensorten definiert worden, was aber auch mit dem Anlass und der Saison (Herbstfest bei der Domäne 	

Dahlem) sowie mit dem aktuellen Arbeitsschwerpunkt bei ZENPGR zusammenhing. Langfristig sind Zwiebeln wahrscheinlich nicht als einzige / dauerhafte Art geeignet

- (Wie) soll die Art der Gegenleistung für die Patenschaft je nach deren Höhe gestaffelt werden (also z.B. Saatguttütchen und Urkunde bei 25-50€ Patenschaft, Teilnahme an einer Führung ab mind. 50€ Patenschaft?) Das Modell ist im Crowdfunding üblich und sicher sinnvoll, aber auch mit höherem Aufwand verbunden.
- Sollen die Patenschaften grundsätzlich einmalig erfolgen oder ist es unser Anliegen, darüber dauerhafte Spender:innen zu bekommen? Was bedeuten die Varianten auch jeweils in Bezug auf den damit verbundenen Organisationsaufwand etc.?

Inwiefern muss die Seite zu den Sortenpatenschaften noch aktualisiert / müssen noch Funktionen freigeschaltet werden, damit online Sortenpatenschaften abgeschlossen werden können?
(Alexandra kümmert sich darum)

Gemeinsam wurde beschlossen, dass ein **erster Schritt** sein soll, **als Kommunikationsmittel eine Sortenpatenschaften-Postkarte entwerfen zu lassen** (s. Kommunikationsmittel). Diese können dann von den Mitgliedsbetrieben eingesetzt werden. Eine Voraussetzung dafür sind vorhandene Mittel zur Finanzierung, was Annika prüft. Christina kümmert sich um die Begleitung des Entwurfs und bindet Anja und Winni im Prozess mit ein, die sich dazu bereit erklärt haben (**Arbeitsgruppe Sortenpatenschaften** 😊)

Weitere Schritte können umgesetzt werden, falls eine **Kooperation mit der UdK** zustandekommt. Anja hat wegen einer möglichen Kooperation die Fachschaft der UdK kontaktiert. In den nächsten Monaten sollten wir erfahren, ob sich eine Gruppe von Studierenden für eine Zusammenarbeit mit dem VERN interessiert. Diese könnten dann ein umfassenderes Kommunikationskonzept zu den Sortenpatenschaften entwickeln und z.B. einige Kommunikationsmittel grafisch umsetzen. Anja gibt uns Bescheid; Christina würde sich da auch weiter einbringen.

Feedback und Feiern





Teilnehmendenliste				
Name	Betrieb/ Institution	Tätigkeit	PLZ	Ort
Christina Bantle	HNEE	Projektbearbeitung HNEE (abgeschlossen)		Eberswalde
Alexandra Becker	VERN e. V.	Projektbearbeitung VERN	16278	Greiffenberg
Philip Betz	Domäne Dahlem	Gemüsebau	14195	Berlin
Ute Boekholt	Saatgut und Permakulturgarten Alt- Rosenthal	Samenbau	15306	Vierlinden
Eve Bubenik	Keimzelle	Samenbau	16845	Vichel
Winni Brandt	„	„	„	„
Anja Friebel	1 A Gemüse	Gemüsebau	15326	Döbberin
Thomas Friebel	1 a Gemüse	„	„	„
Annette Glaser	Gärtnerei Apfeltraum	Gemüsebau	15374	Müncheberg
Annika Grabau	HU Berlin	Projektbearbeitung HU	14195	Berlin

Markus Heiermann	Domäne Dahlem	Gemüsebau	14195	Berlin
Max Holzapfel	VERN e.V. Gartenleitung	Samenbau	16278	Greiffenberg
Uta Kietsch	Wildsameninsel	Samenbau	17268	Temmen
Gajane Loose	Saatgut und Permakulturgarten Alt- Rosenthal	Samenbau	15306	Vierlinden
Lydia Täschner	Gemüsebau Lydia Täschner	Gemüsebau	17268	Flieth-Stegelitz
Roberto Vena	Wilde Gärtnerei	Gemüsebau	16321	Rüdnitz
Simone Zeil	e-fect dialog evaluation consulting eG	Prozessbegleitung	10437	Berlin