



BRANDENBURGER LANDPARTIE

11. und 12. Juni 2022

WAS TUN?

**Planung, Vorbereitung und Organisation der
Brandenburger Landpartie**

Tipps und Hinweise für Landwirte

Inhalt:

Landwirtschaft – ein Buch mit sieben Siegeln?	1
Informationsdefizit abbauen!	1
Wer macht was bei der Brandenburger Landpartie?	1
Teil 1	
Interessieren, Informieren, Begeistern – der richtige Mix	2
1. Aktivitäten (Beispiele)	2
2. Auf dem Hof	3
3. Mit wie vielen Gästen kann ich rechnen?	3
4. Essen und Trinken	4
5. Ergänzendes Programm, Kinderprogramm, Kultur- und Sportprogramm, Verkauf anderer Erzeugnisse	4
Teil 2	
Vorbereitung und Organisation	5
1. Vorbereitung	5
2. Werbung	6
3. Beschilderung (Grundregeln, Hinweis- und Orientierungsschilder, Namensschilder)	7
4. Informationsmaterial	8
5. Helfer	8
6. Ausgestaltung und Dekoration	8
7. Versicherung	9
8. Risiken	9
Teil 3	
Tipps und Hinweise	10
1. Genehmigungen	10
2. Lebensmittelhygiene	11
3. Musik-Gebühren	12
4. Behindertenfreundlichkeit	12
5. Übernachtungsmöglichkeiten	13
6. Mögliche Schwierigkeiten	13
7. Bestellung von Informationsmaterialien	14

Landwirtschaft – ein Buch mit sieben Siegeln?

In der heutigen Zeit haben die meisten Menschen keinen direkten Kontakt zur Landwirtschaft. Die Produktionsbedingungen, Aufgaben und Probleme der Landwirte sind ihnen fremd. Die ältere Generation, die den Lebensmittelmangel nach dem zweiten Weltkrieg am eigenen Leib verspürt hat, erkennt zwar im Landwirt noch einen unverzichtbaren Nahrungsmittel-Versorger, dennoch sind viele Jüngere es gewohnt, zu jeder Jahreszeit jedes pflanzliche und tierische Produkt im Supermarkt vorzufinden.

Landwirtschaft ist daher für viele ein Buch mit sieben Siegeln. Es fehlt der gedankliche und praktische Bezug zu den heimischen Produzenten. Landwirtschaft und Landleben erleben die Verbraucher nur im Fernsehen – in den Werbespots der großen Nahrungsmittelkonzerne oder in Vorabendserien, die ein zwar romantisches aber dennoch völlig unrealistisches Bild vom Leben auf dem Bauernhof zeichnen.

Informationsdefizit abbauen

Die Brandenburger Landpartie möchte dazu beitragen, dieses Informationsdefizit abzubauen. Interesse für unsere Landwirtschaft und Lust auf ihre Produkte gilt es zu wecken. Als landesweiter „Tag der offenen Tür“ bewährt sich die Landpartie inzwischen schon über Jahre. Besucher aus allen Generationen, aus der Stadt genauso wie aus den Dörfern, können ein Wochenende lang Landwirtschaft erleben. Der Besuch auf dem Bauernhof ist, für Erwachsene wie für Kinder, ein Erlebnis der besonderen Art, das häufig einen lang andauernden Eindruck hinterlässt. Hier präsentieren wir uns den Käufern, aber auch den Arbeitskräften von morgen. Deshalb ist es wichtig, an diesem Tag auch einen Einblick in die alltägliche Arbeit zu vermitteln. **Gläserne Produktion** heißt das Stichwort.

Wer macht was bei der Landpartie?

Die Landpartie ist eine Initiative des Landwirtschaftsministeriums (MLUK). Sie steht in gewöhnlichen Jahren im Kontext mit anderen Großveranstaltungen des Agrarmarketings in der Region (Grüne Woche, Brandenburger Dor- und Erntefest etc.). Die jeweiligen Hauptakteure dort treten auch als Unterstützer der Landpartie auf. Stellvertretend für alle Verbände seien hier der Landesbauernverband, der Landfrauenverband des Landes und pro agro - Verband zur Förderung des ländlichen Raumes in der Region Brandenburg-Berlin e.V. zu nennen.

pro agro sorgt für die überregionale Werbung und Pressearbeit, die mit finanzieller Unterstützung ermöglicht wird. Auch die zentrale Organisation und Koordinierung der Brandenburger Landpartie wird durch pro agro durchgeführt. Er wird dabei maßgeblich von den Landwirtschaftsämtern der Landkreise unterstützt.

Die Besonderheit der Landpartie:

Sie ist eine landesweite Großaktion mit selbstständig, auf eigenes Risiko, handelnden Akteuren in allen Regionen des Landes. Teilnehmerbetriebe, also die eigentlichen Veranstalter der Landpartie, können - unter Wahrung des betont landwirtschaftlichen Charakters - sein:

- Landwirtschaftsunternehmen aller Rechtsformen und Produktionsrichtungen,
- Forstwirtschaft,
- Direktvermarkter,
- Pferdebetriebe,
- Obst- und Gartenbauunternehmen u. a.,
- Anbieter von Landtourismus einschließlich Landgastronomie mit Bezug zur Landwirtschaft (muss bestätigt werden und wird sanktioniert),
- Dorfgemeinschaften.

Teil 1

Interessieren, Informieren & Begeistern – der richtige Mix

Die Brandenburger Landpartie ist Image-Werbung für die Landwirtschaft. Gläserne Produktion heißt, dass wir Transparenz zeigen, aufklären und informieren uns aber auch den kritischen Fragen und Vorurteilen der Besucher stellen. Dazu gehören einerseits unsere Aufgaben als Produzent von Lebensmitteln und nachwachsenden Rohstoffen, andererseits aber auch die Rolle der Landwirte bei der Gestaltung unserer Kulturlandschaft. Moderne Landwirtschaft und Großtechnik vorzuführen, ist ein weiterer wichtiger Aspekt. Kinder und Jugendliche wachsen heute ganz selbstverständlich digital und digital vernetzt auf. Wenn sie älter sind, finden sie Streichtiere und altes Traditions Handwerk „uncool“. „Cool“ dagegen sind Großtechnik und Hightech in der Landwirtschaft. Denn vom Traktor bis zur Melkanlage läuft auch bei uns in der Landwirtschaft kaum noch etwas ohne digitale Applikationen, Vernetzung und Computersteuerung.

Aber auch das Festhalten an traditionellen Abläufen und Produktionsweisen hat Charme und Berechtigung. Und auch das kann und soll mit der Landpartie gezeigt werden. Aber bitte High Tech und Tradition als Miteinander und Nebeneinander, kein Gegeneinander!

Ob die Landpartie im Einzelfall ein Erfolg wird, hängt vom Geschick der jeweiligen Veranstalter vor Ort ab. Bieten Sie Ihren Gästen die Möglichkeit, Einblicke in das Landleben und in betriebliche Abläufe zu gewinnen. Geben sie ihnen die Gelegenheit, Landwirtschaft hautnah zu erleben.

Natürlich ist die Landpartie keine trockene Bildungsveranstaltung, und wir wollen nicht nur Schweiß und Mühen vorführen. Landpartie wäre ohne Bier und Backschwein, ohne Kaffee und Kuchen, ohne Hof- und Dorffeste nur eine halbe Sache. Schließlich wollen alle, Besucher wie Veranstalter, auch ihren Spaß haben und gemeinsam feiern. Entdecken – Erleben – Genießen ... lautet die Parole!

1. Aktivitäten (Beispiele)

Die aufgeführten Beispiele verbinden anschauliche Informationen mit Unterhaltung. Vergessen Sie bitte nicht: Viele Ihrer Gäste sind landwirtschaftliche Laien und benötigen deshalb auch andere Informationen als eine Fachkraft.

- Stall- und Feldbesichtigung, bzw. geführte Betriebsrundgänge,
- Technikausstellung,
- Ausstellung von alter Landtechnik, landwirtschaftlichem Zubehör,
- Demonstration alter Gewerke / Kunsthandwerke mit Handwerker, Vereinen aus der Region,
- Gemeinsames Brotbacken, Schaubacken (sofern Backofen vorhanden),
- Kremserfahrten,
- evtl. Präsentation der Kleintierzüchter (falls nicht genügend eigene Tiere),
- Tombola
- Wettbewerbe für die Besucher (Spargelschälen, Wissenswettbewerb, Kegeln, Melken am Gummieuter ...)
- Wettbewerbe mit Prominenten (wer kann besser melken: der Bürgermeister, der Zeitungsredakteur ...?)
- Demonstration bestimmter Vorgänge (z. B. was muss eine Kuh am Tag fressen, um 40 kg Milch zu geben, dazu in Häufchen die einzelnen Futterkomponenten – Wasser nicht vergessen),
- ggf. Präsentation des nahegelegenen Naturparks / der Naturwacht.

Bitte denken Sie daran, dass unter Umständen die Wetterlage eine überdachte Aufenthaltsmöglichkeit für Ihre Gäste erforderlich macht. Eine leere Scheune ist dafür viel besser geeignet als ein Partyzelt aus Kunststoff!

Für die Programmgestaltung ist zunächst zu prüfen:

- Sind wir in der Lage, das Fest allein zu veranstalten oder brauchen wir Partner (bzw. mit wem möchten wir uns gemeinsam präsentieren)?
- Was können wir dem Gast zeigen?
- Was sind unsere Stärken, was unsere Schwächen?
- Welche hofeigenen Produkte können wir anbieten?
- Wen sollten wir ansprechen, um das Angebot interessanter zu machen?

Ob Wettbewerbe, Ausstellungen oder Betriebsführung – wichtig ist: Information und Unterhaltung zu verbinden.

2. Auf dem Hof

Wenn Sie bereits Erfahrungen gesammelt haben und die Landpartie als „runde Sache“ veranstalten möchten, bietet es sich an, das Ganze als Hoffest zu organisieren. Jedes Hoffest ist in erster Linie ein Fest des Betriebes und soll vor allem ihn und seine Besonderheiten darstellen. Das heißt, es soll Einblicke in die Produktion des Betriebes und die Tätigkeit des Landwirtes geben. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass der Betrieb in den ländlichen Raum eingebunden und nicht selten einer der größten Arbeitgeber im Ort ist. Im Gegensatz zur Stadt gibt es dabei eine Vielzahl von Beziehungen, die ineinandergreifen. So sollte auch die Einbindung des Betriebes in die Landschaftsgestaltung, den Naturschutz und die soziale Entwicklung der Region demonstriert werden.

Sie können zur Landpartie Aktivstationen auf Ihrem Hof nutzen, um die Besonderheiten ihres Betriebes zu präsentieren.

3. Mit wie vielen Gästen kann ich rechnen?

Zu viele Besucher gibt es nicht – zu wenige schon. Das vorher realistisch einzuschätzen, ist das größte Problem für jeden neuen Veranstalter. Zur Sicherstellung der Versorgung der Gäste (Speisen und Getränke, Produkte zum Verkauf) würde jeder gern im Voraus wissen, was für ein Besucherstrom zu erwarten ist. Wer bereits (mehrmals) an der Landpartie teilgenommen hat, kann in jedem Fall auf Erfahrungswerten aufbauen. Wer zum ersten Mal bei der Landpartie mitmacht, hat es ein wenig schwieriger. Denn, wie viele Gäste zu Besuch kommen, hängt von einer Vielzahl von Faktoren ab.

Dazu gehören:

- Lage des Betriebes (Entfernung zu größeren Städten, Verkehrsanbindung, Erreichbarkeit, Ausschilderung),
- Bekanntheitsgrad des Betriebes,
- Werbung / Öffentlichkeitsarbeit,
- Wetter.

Art und Umfang der Werbung hängen vom eigenen Bekanntheitsgrad und den eigenen betrieblichen Möglichkeiten ab.

Die zu erwartende Anzahl an Gästen hängt von der Lage des Betriebes, dessen Bekanntheitsgrad, dem Wetter sowie der Art und dem Umfang der Werbung ab.

4. Essen und Trinken

Auf dem Hof sollen sich die Gäste zwar informieren, aber sie wollen sich auch erholen und entspannen. Dazu gehört ein ansprechendes Angebot an Speisen und Getränken, aber auch das nötige Ambiente, um all das in Ruhe genießen zu können. Möglichst viele der Lebensmittel sollten aus eigener Produktion oder aus der Region sein. Keine Probleme gibt es da mit Fleisch und Wurst, Backwaren und Säften. Schwieriger wird es schon beim Bier und den Limonaden. Hier empfehlen wir, die Ware von weniger bekannten Brandenburger Produzenten zu nehmen, als die großen Marken aus dem Supermarkt.

Empfehlenswert ist bei angebotenen Speisen und Getränken auf regionale Produkte zurückzugreifen.

5. Ergänzendes Programm

Kinderprogramm

Gelangweilte Kinder führen zu genervten Eltern. Deshalb planen Sie bitte von vorn herein verschiedene Aktivitäten mit Ihren kleinen Gästen und entsprechendes Betreuungspersonal ein. Findet sich in Ihrem Bekanntenkreis ein Jugendlicher aus dem Sportverein oder eine Erzieherin, die Sie gerne unterstützen würde? Folgende Aktivitäten bieten sich an:

- Ponyreiten,
- Betreute Technikerkundung,
- Basteln (z. B. mit Naturmaterial oder nach Bastelbogen von www.bauernhof.net)
- „Strohballenburg“ zum Klettern und Toben (muss sicher sein),
- Kindermalwettbewerb,
- Kinder Schminken / Bemalen,
- Wettmelken am Gummieuter (auch für Erwachsene),
- Streicheltiere,
- Infostand mit Wissenswettbewerb rund um den Betrieb und die Landwirtschaft oder auch Umweltquiz (evtl. mit Unterstützung durch die Naturwacht).

Eine nette Geste sind kleine Preise für Wettbewerbe (evtl. Werbegeschenke von Sponsoren).

Verkauf anderer Erzeugnisse

Bei einem größeren Hoffest erwarten die Gäste häufig, dass sie frische Landprodukte aber auch andere regionale Erzeugnisse (z. B. Kunsthandwerk wie Töpferwaren etc.) mit nach Hause nehmen können. Wenn Ihr eigenes Angebot nicht ausreicht, bitten Sie auch einfach andere Anbieter und Produzenten aus der Region um Unterstützung.

Falls Sie zur Bereicherung Ihres Angebotes andere Verkäufer hinzuziehen, achten Sie darauf, dass der besondere Charakter eines Hoffestes gewahrt bleibt. Der Grundsatz sollte lauten: Verkauf regionaler Produkte vorrangig durch die Produzenten und nicht durch anonyme Händler. Sollte doch die Einbeziehung von Händlern (keine Direktvermarktung) erfolgen, kann es sein, dass dafür eine Genehmigung zu beantragen ist (siehe *Genehmigungen*).

Eine gute Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten und Verkäufern ist bei größeren Hoffesten von Vorteil. Auch bei angebotenen Kinderprogramm oder Kultur- und Sportprogramm ist eine Kooperation mit lokalen Vereinen oder Gruppen zu empfehlen.

Teil 2

Vorbereitung und Organisation

Sie haben entschieden an der Landpartie teilzunehmen und noch ausreichend Zeit für alle Vorbereitungen, ohne dass Sie in den letzten Tagen in heillosen Stress geraten. Man kann zwar nicht alles langfristig und bis in das kleinste Detail planen, dennoch sind bestimmte Aktionen längerfristig vorzubereiten und in den betrieblichen Ablauf einzupassen – gerade, wenn man noch kein Landpartie-Routinier ist. Deshalb ist es erforderlich, rechtzeitig Vorstellungen zu entwickeln, wie das Fest ablaufen soll.

1. Vorbereitung

- Informationen (über das jeweilige Landwirtschaftsamt) zu rechtlichen Voraussetzungen etc. einholen,
- Vorgespräche mit möglichen Partnern führen (z. B. andere Landwirtschaftsbetriebe, auch solche, die auf ihrem Hof keine Landpartie veranstalten, Betriebe und Kreativwerkstätten des ländlichen Handwerks wie: Imker, Korbflechter, Töpfer, Schmied, Böttcher, Wollverarbeitung ...),
- wenn Sie Ihren Hof besonders attraktiv präsentieren möchten, müssen manche Dinge (z. B. Pflanzen, kleine bauliche Veränderungen wie Hofbelag etc.) rechtzeitig geplant und vorbereitet werden (siehe *Ausgestaltung / Deko*),
- Beantragung von Gesundheitszeugnissen (siehe *Lebensmittelhygiene*),
- Bestellung von Musik (falls geplant, siehe *Tipps und Hinweise*).

- Vorbereitung von Werbeaktionen (siehe *Werbung*),
- Ansprechen von Sponsoren (Preise für Wettbewerbe, Tombola ...),
- genaue Planung mit Partnern (wer macht was ...),
- Anfertigung / Bestellung von Hinweisschildern (evtl. unter Berücksichtigung der Wiederverwendbarkeit (siehe *Hinweis- und Orientierungsschilder*),
- Vorbereitung sonstiger Beschilderung (Technikausstellung u. a.),
- Vorbereitung Gästeliste (wer muss persönlich eingeladen werden),
- Vorbestellung von Tischen und Biertischgarnituren u. ä., Bestellung zusätzlicher Toiletten, wenn die vorhandenen nicht ausreichen (siehe *Lebensmittelhygiene*).

- Anmeldung der Veranstaltung, Ausschankgenehmigung etc. ca. vier Wochen vorher beim Ordnungsamt (siehe *Genehmigungen*),
- in diesem Zusammenhang interne Überprüfung / Beachtung Seuchenhygiene und Lebensmittelhygiene (mit Kontrolle ist zu rechnen (siehe *Lebensmittelhygiene*),
- Versendung persönlicher Einladungen an Freunde, wichtige Menschen und an Geschäftspartner, evtl. auch Verpächter (drei Wochen vorher),
- Aushang von Werbeplakaten in Geschäften (siehe *Werbung*), drei Wochen vorher,
- Aushang von Werbeplakaten an der Straße (siehe *Werbung*), zehn Tage vorher, immer wieder erneuern. Rechtliche Bestimmungen beachten!
- Aushang von Hinweisplakaten (am Vorabend) für Ortsunkundige (siehe *Werbung*).

Langfristige Aktivitäten reichen von rechtlicher Information, Kooperationsmöglichkeiten, Hofverschönerung und Gesundheitszeugnissen bis zu Musik. Mittelfristig sollten Werbung, Programmausgestaltung und Beschilderung geplant werden. Kurzfristig sind sonstige Genehmigungen einzuholen, Gäste einzuladen und Werbeplakate anzubringen.

2. Werbung

Art und Umfang der Werbung hängen vom eigenen Bekanntheitsgrad und den eigenen betrieblichen Möglichkeiten ab.

Wer erst in kleinem Rahmen mit geringem Aufwand ausprobieren will, wie so ein Fest funktioniert, informiert – neben der zentralen Werbung – zuerst alle Freunde, Bekannte, Verwandte, Geschäftspartner, Vereine usw. im Dorf und in der näheren Umgebung und lädt sie ein. In den letzten zwei Wochen können Sie dann Aushänge (Landpartie-Plakate mit eigener Zusatzbeschriftung) an solchen Stellen anbringen, wo sie auch hängen bleiben. Dazu sprechen Sie am besten z. B. mit den Besitzern / Leitern von Geschäften und Bankfilialen, mit der Gemeindeverwaltung, der Feuerwehr oder dem Sportverein, also mit all denen, die Schaufenster oder Info-Bretter haben, die sie zur Verfügung stellen können. Vielleicht schaffen Sie es auch, einen Artikel im regionalen Amtsblatt zu veröffentlichen? Auch hier helfen gute Kontakte zum Bürgermeister oder der Gemeindeverwaltung!

Das Werbe-Grundgerüst

- Nutzen des zentral von pro agro erstellten Werbematerials durch Anpassung an eigenen Betrieb.
- Medien (Presse, Radio, evtl. Fernsehen): z.B. Pressemeldungen oder Artikel mit Bildmaterial, diese werden mit Sicherheit von vielen gelesen (Anzeigen sind teuer und werden kaum beachtet). Finden Sie heraus, wer Ihr zuständiger Lokalreporter ist – hier geben Sie alle Informationen weiter.
- Handzettel, A 5, A 6 oder Flyer sollten enthalten: den Veranstaltungstermin mit Uhrzeiten, den Ort, eine Wegbeschreibung und die wichtigsten Programmpunkte. Auf Anfrage können diese in öffentlichen Gebäuden, Märkten und Gaststätten u. a. oder auf anderen Veranstaltungen ausgelegt werden. Auf größeren Veranstaltungen kann auch die Verteilung an parkenden Autos gute Wirkung erzielen. Die Handzettel verteile ich ab zwei Wochen vor der Veranstaltung, da der Termin sonst in Vergessenheit gerät.
- Kleinere Aushänge (max. DIN A 2) in Geschäften, öffentl. Einrichtungen (wo das möglich ist – vor Anbringung fragen).
- Als Werbefläche für meine Plakate kann auch eigene Landtechnik, die ich häufig im Straßenverkehr einsetze oder dort abstelle, genutzt werden (siehe *Beschilderung*).
- Plakate an der Straße müssen angemeldet werden (siehe *Genehmigungen*). Die zu zahlende Gebühr ist bei eigener Anbringung relativ gering (vorher erfragen) und wird nach m²-Gesamtwerbefläche berechnet. Fragen Sie vorsichtshalber im Vorfeld, wo Sie werben dürfen (keine kommerziellen Werbeflächen bekleben, nichts an Bäume nageln ...). Die Anbringung frühestens zwei Wochen vor dem Termin ist völlig ausreichend. Am besten wären Plakate, die witterungsbeständig sind, damit sie bis zur Veranstaltung gut lesbar bleiben. Das ist aber teuer.

Zuerst werden Verwandte, Bekannte, Vereine, Geschäftspartner etc. eingeladen. Danach beginnt die Werbung über Medien, Flyer und Plakate.
--

3. Beschilderung

Gefunden werden, ist das A und O jeder Veranstaltung. Dazu gehört bei der Landpartie auch, dass man sich der bekannten Symbole und Werbemittel bedient. Denn Besucher von weiter weg orientieren sich an diesen Bildern. Beachten Sie darum die folgenden Grundregeln:

Regel 1: Das Wort „Landpartie“

So heißt die Veranstaltung. Darum müssen die Hinweise immer lauten:

- „Brandenburger Landpartie auf dem Bauernhof xyz“ oder
- „Brandenburger Landpartie im Dorf xyz“.

Regel 2: Zentrale Werbemittel

- Die zentralen Werbemittel (Plakate, Prospekte, Luftballons etc.) sind massiv einzusetzen, denn die Besucher haben deren grafische und farbliche Gestaltung im Kopf.

Regel 3: Symbole

- Die Symbole der Brandenburger Landpartie (Schriftzug, Hut mit rot-weißer Schleife) sind zu nutzen. Diese Symbole kennen die Besucher von über 100.000 Prospekten, Plakaten und aus dem Internet.

Wer diese Regeln beachtet, macht deutlich, dass er „dazu gehört“ – zu den Veranstaltern der Brandenburger Landpartie, die der Ausflügler an diesem Wochenende sucht.

Hinweis- und Orientierungsschilder

- auch Ortsfremde müssen ab Hauptstraße problemlos den Betrieb finden können, dementsprechend sind an den Veranstaltungstagen ausreichend große Hinweisschilder erforderlich (siehe *Genehmigungen*),
- Parkmöglichkeiten müssen vorhanden und ausgeschildert sein,
- Toiletten ausschildern,
- Erläuterungen zu den Maschinen der Technikausstellung / zu den Tieren / zu verschiedenen Kulturarten ...,
- Rauchverbotschilder für besonders sensible Bereiche.

Namensschilder

- Verteilen Sie an Mitarbeiter und Helfer Namensschilder, dann wissen Ihre Gäste, wen sie ansprechen können, wenn sie etwas wissen möchten.

Zur Wiedererkennung sind das Wort „Landpartie“ und dessen Symbole in allen Werbemitteln zu verwenden. Hinweis- und Orientierungsschilder helfen z. B. den Weg und Parkmöglichkeiten sowie Toiletten zu finden.

4. Informationsmaterial

Die Besucher wollen informiert werden – über Betriebsgröße, Produktionsschwerpunkte, Eigentumsverhältnisse, technische Ausstattung etc.

- Erstellen Sie einen Betriebsspiegel mit allen wichtigen Daten Ihres Betriebes (Hektargrößen, Tierbestände, Erzeugnisse in Direktvermarktung, evtl. etwas über Entwicklung des Betriebes oder bei Familienbetrieben zur Geschichte der Familie).
- Bei größeren Betrieben kann ein Hofplan angebracht sein.
- Legen Sie Material über die Landwirtschaft und landwirtschaftliche Produkte aus, bitten Sie die Verbände um Unterstützung bei der Bereitstellung von Material.
- Informationen zum naheliegenden Naturpark / Schutzgebiet und über Sehenswürdigkeiten in der näheren Umgebung sind eine gute Ergänzung.

Denken Sie aber daran: Am überzeugendsten wirkt immer das persönliche Gespräch. Machen Sie sich und die Mitarbeiter fit, damit sie selbstbewusst mit den Gästen reden und ihnen Auskunft erteilen können.

Geben Sie den Besuchern Informationen über ihren Betrieb, die Landwirtschaft und ihre Produkte sowie die nahe Umgebung.

5. Helfer

Ohne freiwillige Helfer ist ein Hoffest kaum zu bewältigen. Darum fragen Sie nach bei:

- Freunden und Verwandten,
- Vereinen und Verbänden,
- Schulen und Kindergärten.

Klar macht es jedem Beteiligten mehr Spaß, wenn er selbst auch etwas von der Veranstaltung hat. Das müssen nicht nur materielle Vorteile (Geld, Geschenke, freies Essen und Trinken) sein. Präsentieren Sie Ihre Mitstreiter gegenüber den Gästen und zeigen Sie nicht mit Lob – das ist gut fürs Selbstbewusstsein.

Arbeiten Sie mit freiwilligen Helfern zusammen im Team und belohnen Sie deren Mühen z.B. mit freiem Essen und Trinken.

6. Ausgestaltung / Dekoration

Die Landpartie ist ein guter Anlass, auf dem Betriebsgelände „klar Schiff“ zu machen. Der Termin für die Aufräumaktion (sofern erforderlich) sollte so gewählt werden, dass davon am Tag der Veranstaltung noch etwas zu sehen ist. Sie müssen damit rechnen, dass Ihre Gäste auch den letzten Winkel Ihres Betriebes kennen lernen wollen. Machen Sie Ihren Betrieb so attraktiv wie möglich, wahren Sie dabei den typisch ländlichen Charakter.

Empfehlenswert für die Dekoration sind landwirtschaftliche Materialien wie

- Stroh / Heu,
- Strohfiguren (evtl. schon an der Hauptstraße zum Ort mit Hinweisschild),
- Getreidegarben,
- Kornblumensträuße (auch gern gesehen zum Mitnehmen),
- Feldpflanzen (Mais, Sonnenblumen, Lein-Blüte ...),

- Blumen (auch zum Verkauf – evtl. von benachbarter Gärtnerei), Tischschmuck (evtl. Gestecke aus Feldblumen, Gräsern usw. oder aus typischen Produkten Ihres Betriebes).

Möglicherweise ist eine Aufräumaktion vor der Dekoration ihres Betriebes notwendig. Für die Ausgestaltung nutzen Sie am besten landwirtschaftliche Materialien vom Feld und Blumen.

7. Versicherung

Jeder Teilnehmer der Brandenburger Landpartie sollte sich im Rahmen seiner eigenen Haftpflichtversicherung Deckung bezüglich Personen- und Sachschäden besorgen. Ein Versicherungsschutz über pro agro ist nicht gegeben.

Eine Haftpflichtversicherung abzuschließen ist ratsam. pro agro bietet keinen Versicherungsschutz.

8. Risiken

- Kontrollieren Sie Ihren Betrieb auf Gefahrenquellen oder lassen Sie ihn von einem Außenstehenden kontrollieren. Auch wenn Ihr Betrieb sonst in punkto Arbeitsschutz vorbildlich ist, gibt es immer wieder Kleinigkeiten, die man in der eigenen Betriebsblindheit übersieht. Schließlich sind Ihre Besucher keine Landwirtschafts-Profis.
- Auch Versicherungen wollen im Schadensfall wissen, ob Sie mit der nötigen Sorgfalt gearbeitet haben.
- Im betrieblichen Interesse sollten Tierhalter auch prüfen, welche Ställe für den Besucherverkehr freigegeben werden können und welche nicht. Abgesehen von seuchenhygienischen Aspekten sind Ihre Tiere nur in seltenen Fällen an Besucherverkehr gewöhnt. Ein plötzlicher Besucherandrang bedeutet auch für die Tiere Stress, so dass mit Leistungsabfall oder anderen Störungen zu rechnen ist.
- Besonders sensible Bereiche sollten für den Besucher gesperrt werden. Eine Abgrenzung (z. B. mit Absperrband) wird in der Regel respektiert. Stellen Sie aber ruhig ein Schild auf, auf dem Sie die Absperrmaßnahme erklären. Denn Sie wissen, was Sie warum tun, viele Besucher aber nicht.

Versuchen Sie mögliche Risiken im Vorhinein zu beseitigen. Denken Sie auch an das Tierwohl und sperren gegebenenfalls bestimmte Bereiche ab.

Teil 3

Tipps und Hinweise

Die folgenden Hinweise sollen nicht zu Ihrer Abschreckung dienen – auch wenn es vielleicht so aussehen könnte. In der Tat hat, wer eine öffentliche Veranstaltung durchführt, einen Wust von Vorschriften zu beachten. Sollten Sie nicht sicher sein, was Sie tun und lassen können bzw. auf welche Regeln Sie zu achten haben, fragen Sie rechtzeitig den für die Landpartie zuständigen Mitarbeiter Ihres Landwirtschaftsamtes. Die haben meist jahrelange Erfahrung und kennen die behördeninternen (Schleich-) Wege besser als jeder andere. Erfahrungsgemäß sind bei der Landpartie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der verschiedenen Behörden kulant. Aber nur dann, wenn Sie die wichtigsten Grundregeln einhalten und keinen Anlass für Beschwerden liefern.

1. Genehmigungen

Anmeldung

- Die Landpartie ist eine öffentliche Veranstaltung, keine geschlossene Veranstaltung nur für geladene Gäste. Darum sollten Sie sie sinnvollerweise bei Ihrer Gemeindeverwaltung (Ordnungsamt) anmelden. Das ist völlig unproblematisch. Vielleicht genügt schon das persönliche Gespräch mit dem Bürgermeister, der das dann für Sie erledigt.

Ausschankgenehmigung

- Der Ausschank von Getränken erfordert eine Genehmigung des Ordnungsamtes. Sollten Sie diese nicht besitzen, kann eine einmalige Sondergenehmigung für die Landpartie erteilt werden, die kostenpflichtig ist („vorübergehende Gestattung“ gemäß Gaststättengesetz). Der Verkauf geschlossener Flaschen ist frei.

Gewerblicher Verkauf

- Genehmigungen können auch erforderlich sein, wenn Sie selbst oder ein Mitstreiter außerhalb der Ladenöffnungszeiten gewerbsmäßige Verkäufe tätigen. Davon ausgenommen sind auf jeden Fall selbst erzeugte Produkte (Direktvermarktung). Die Anmeldung sollte ca. vier Wochen vor dem Termin mit Angabe eines Waren- bzw. Teilnehmerverzeichnisses eingereicht werden.

Ausnahmegenehmigung (Beschallung öffentlicher Flächen)

- Bei übermäßiger Beschallung ist gegebenenfalls eine Sondergenehmigung einzuholen. Geräte die der Schallerzeugung oder Schallwiedergabe dienen (Musikanlage, Tonwiedergabegeräte, Fernseher und ähnliche Geräte sowie Live-Musik) dürfen im Freien nur mit einer Genehmigung betrieben werden, welche Sie beim Ordnungsamt beantragen können.

Hinweis- und Orientierungsschilder

- Auch diese sind genehmigungspflichtig. Innerorts ist die Gemeindeverwaltung zuständig. Das ist meist unproblematisch. Erkundigen Sie sich aber (lange) vorher unverbindlich, ob dafür Gebühren anfallen! Es gab schon Fälle, wo Gemeinden je aufgehängtes Plakat nachträglich Gebühren erhoben haben.
- Außerorts ist die Straßenbaubehörde des Landkreises zuständig. In der Regel werden Sie dort – mit Hinweis auf die Ablenkungsgefahr für Autofahrer – keine Genehmigung erhalten. Es bieten sich – entsprechend großformatige (Bettlaken) – Transparente in mindestens 25 m Abstand von der Straße an.

Standgenehmigung

- Sollten Sie – was meist nur bei Dorffesten vorkommt – Stände o. ä. auf öffentlichem Grund und Boden aufstellen wollen, benötigen Sie eine Genehmigung des Tiefbauamtes.

Die Anmeldung der Landpartie sowie eine Ausschankgenehmigung einzuholen sollte beim Ordnungsamt erfolgen. Auch bei gewerblichem Verkauf und beim Anbringen von Hinweisschildern können Genehmigungen erforderlich sein. Bei Dorffesten auf öffentlichem Grund werden Standgenehmigungen vom Tiefbauamt benötigt.

2. Lebensmittelhygiene

Gerade in Betrieben, die im Alltag keine Direktvermarktung betreiben, sind viele Dinge zu beachten, die für andere selbstverständlich sind. Darum ein allgemeiner Hinweis vorweg: Versetzen Sie sich in die Situation eines Gastes! Mögen Sie Wurst, die in der Sonne schwitzt? ... Verkäufer mit ungewaschenen Händen? ... eingestaubten Kuchen? ... Was Sie als Kunde in einem Lebensmittelladen stören würde, das muten Sie auch Ihren Besuchern nicht zu.

Die wichtigsten Regeln im Einzelnen:

- Für den Verkauf offener Speisen und Getränke ist ein Gesundheitszeugnis erforderlich!
- Hände waschen nach jedem Toilettengang ist selbstverständlich. Aber: Ihre Gäste dürfen nicht dieselben Toiletten benutzen wie Ihre Mitarbeiter, die Umgang mit Lebensmitteln haben.
- Wenn Sie kein Wegwerfgeschirr verwenden wollen, denken Sie an eine Spülmöglichkeit mit fließendem Wasser! Zur Not kann das auch eine Plastikwanne mit Gartenschlauch sein.
- Verzichten Sie grundsätzlich auf leicht verderbliche Nahrungsmittel! Finger weg von rohem Hackfleisch (Hackepeter etc.) und Produkten mit rohem Ei! Frischfleisch und -wurst, Sahnetorten, Speiseeis etc. dürfen nur in einer entsprechenden Kühltheke (max. + 6 Grad C) bzw. Tiefkühltheke (max. – 18 Grad C) angeboten werden.
- Verkaufsstände für offene Lebensmittel, Grills usw. müssen überdacht sein! Das kann ein Sonnensegel, aber auch eine Hofdurchfahrt sein.
- Beim Verkauf von ungekühlten, offenen Lebensmitteln (Blechkuchen u. ä.) decken Sie diese zum Schutz vor Staub mit Haushaltsfolie ab!
- Werden Milchgetränke aus eigener Produktion angeboten, muss die Milch vorher erhitzt (Keimabtötung) und für Kaltgetränke schnell gekühlt und kühl gelagert werden. Für Heißgetränke (z. B. Kakao) ist eine ständige Temperatur von größer als 60 Grad C zu halten.
- Die klassische Hausschlachtung, wie jeder sie kennt, ist nur für den Eigenverzehr zulässig! Wenn Sie keinen genehmigten Schlachtbetrieb (mit dazu geeigneten und abgenommenen Räumen) haben, gehen Sie keine Experimente ein! Wollen Sie Schlachtprodukte von hofeigenen Tieren zum Verkauf bzw. zum Verzehr anbieten, lassen sie die Schlachtung den nächstgelegenen Schlachtbetrieb erledigen.

Lebensmittelhygiene ist ein wichtiges Stichwort. Denken Sie unter anderem an separate Toiletten für Mitarbeiter, eine Spülmöglichkeit mit fließend Wasser, Kühlmöglichkeiten und Abdeckung von offenen Lebensmitteln.

3. Musik-Gebühren / www.gema.de

- Die GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungsrechte) überwacht das Urheberrecht an Musikstücken. Sie erhebt für öffentlich gespielte Musik (egal ob Livemusik oder vom Band) Gebühren.
- Berechnungsgrundlage ist die Größe des Aufführungsareals.
- Der GEMA-Anmeldebogen ist auch im Internet unter www.proagro.de/landnaturtourismus/brandenburger-landpartie abrufbar; nähere Informationen / Tarife finden Sie im Internet unter www.gema.de
- Wenn Sie keine Musik spielen, ist dieser Hinweis für Sie uninteressant.

Melden Sie öffentlich gespielte Musik bei der GEMA an.

4. Behindertenfreundlichkeit

Damit ist nicht gemeint, ob Sie nett zu Behinderten sind – das ist eh selbstverständlich. Hier geht es um die bauliche Situation Ihrer Gebäude. Behindertenfreundlich ist der Hof dann, wenn er auch von Rollstuhlfahrern mit einem Helfer bequem besucht werden kann. Die größten Hemmnisse für gehbehinderte Menschen und Rollstuhlfahrer sind Treppen, zu schmale Türen und zu wenig Bewegungsfläche (z. B. auf Toiletten). Solche Hindernisse lassen sich meist schon bei der Planung eines Hoffestes umgehen. Die Lösungen können sehr einfach sein – man muss nur daran denken.

Es müssen folgende Mindestkriterien erfüllt sein:

- Zugänge zu Veranstaltungsräumen, WCs etc. ebenerdig oder über höchstens eine Stufe erreichbar, alternativ durch eine Rampe mit einer max. 20 %igen Steigung,
- Mindestbreite von Türen 70 cm,
- Bewegungsfläche vor Möbeln, Waschtischen und WC mindestens 110 cm x 110 cm,
- es gibt auch behindertengerechte Miettoiletten!
- Parkmöglichkeiten nicht mehr als 25 m vom Veranstaltungsraum entfernt oder spezieller Parkservice für Behinderte.

Bitte beachten Sie diese Hinweise und denken Sie daran, dass Sie durch falsche Angaben Ihre Besucher verärgern und sich damit letztlich selbst schaden.

Wenn ihr Betrieb behindertenfreundlich ist, sollten zumindest Zugänge möglichst ebenerdig sein, Türen die Mindestbreite von 70 cm haben, genügend Bewegungsfreiheit in Räumen und nahe Parkmöglichkeiten gegeben sein.

5. Übernachtungsmöglichkeiten

Wenn Sie selbst keine Übernachtungsmöglichkeiten anbieten, denken Sie trotzdem an den Service für Ihre Besucher. Halten Sie Anschriften und Telefonnummern (Hausprospekte) der Beherbergungsbetriebe in Ihrer Nähe bereit.

Viele finden Sie im Katalog „Landurlaub in Brandenburg und Einkaufen beim Bauern“ (www.landurlaub-brandenburg.de/kataloge-bestellen hier auch als Download verfügbar). Informieren Sie Ihre Besucher und Anrufer und denken Sie daran: Wer in Ihrer Nähe übernachtet, hält sich länger bei Ihnen auf und gibt mehr Geld aus – bei Ihnen und in Ihrer Region!

Einige Besucher suchen vor Ort noch nach Übernachtungsmöglichkeiten. Seien Sie vorbereitet, denn Übernachtungsgäste geben meist mehr Geld im Urlaub aus.

6. Mögliche Schwierigkeiten

Folgende Schwierigkeiten können auftreten:

Zu wenig Besucher!

Lag es am Wetter? Darauf habe ich keinen Einfluss. ... Oder habe ich die Werbung vor Ort vernachlässigt? (siehe *Werbung*)

Bei der Essenversorgung / dem Kulturprogramm / den Besichtigungen geht einiges schief. Waren es organisatorische Mängel während der Veranstaltung? ... oder schon in der Vorbereitung? ... Oder hatte ich unzuverlässige Partner?

Es gibt Ärger mit Behörden (Hygiene, Ordnungsamt etc.)! Waren es Fehler bei der Veranstaltung? ...oder in der Vorbereitung – weil ich nicht genügend informiert war? ... oder weil ich nötige Genehmigungen nicht eingeholt habe?

Wenn Schwierigkeiten während oder nach der Landpartie (z.B. zu wenig Besucher, Programmängel oder Ärger mit Behörden) auftauchen, suchen Sie nach den Gründen.

7. Bestellung von Informationsmaterialien

Anschrift:

i.m.a – information.medien.agrar e.V.
Wilhelmsaue 37
10713 Berlin
e-mail: info@ima-agrar.de
www.ima-agrar.de

Materialbestellungen können ausschließlich online erfolgen unter: www.ima-shop.de.
Bitte beachten Sie 1 Woche Versandzeit zzgl. Versandkostenpauschale.

Anschrift:

Online Bestellungen:
www.ble-medienservice.de
Hier finden Sie viele kostenfreie Medien als PDF im Download.

Schriftliche Bestellungen sind an folgende Adresse möglich:

BLE-Vertrieb
c/o IBRo Versandservice GmbH
Kastanienweg 1
18184 Roggentin

Telefon: 038204 / 66544
Telefax: 0228 / 84 99-200
E-Mail: bestellung@ble-medienservice.de

Pro Bestellung von gedruckten Medien wird eine Versandkostenpauschale von 3,00 € erhoben.

Falls Sie Interesse haben, zur Landpartie über „Grüne Berufe“ zu informieren, kann unter folgender Mail-Anschrift die entsprechende Broschüre des MLUL angefordert werden:

Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt und Klimaschutz
Abteilung 3 - Ländliche Entwicklung, Landwirtschaft und Forsten
Referat 34 – Agrarbildung und -forschung, Agrarmarkt, Tierzucht, Oberste Fischereibehörde
Sabine Baum
Henning-von-Tresckow-Straße 2-13 Haus S
Dienstszitz: Lindenstraße 34 a
Großes Militärwaisenhaus
14467 Potsdam
Tel. 0331 / 8667635; Fax 0331 / 866-7603
E-Mail: sabine.baum@mluk.brandenburg.de

Ein letzter Tipp zum Schluss

Viele der hier dargestellten organisatorischen Hinweise und Tipps geben nur einen vagen Rahmen vor. Wie Sie sich selbst mit Ihrem Betrieb auf die Brandenburger Landpartie vorbereiten, hängt ganz stark von den örtlichen Bedingungen ab – und die sind überall unterschiedlich.

Gerade im Umgang mit Behörden – von der Gemeinde bis zu den Kreisveterinären – macht jeder andere Erfahrungen. Um unangenehme Erlebnisse zu vermeiden, hilft es, frühzeitig miteinander zu reden, so dass Probleme gar nicht erst entstehen.

Zwei Informationsquellen seien Ihnen abschließend besonders ans Herz gelegt:

- die „alten Hasen“ mit jahrelanger Landpartie-Erfahrung und
- das Landwirtschaftsamt in Ihrem Landkreis.

Redaktion:

**pro agro – Verband zur Förderung des ländlichen Raumes
in der Region Brandenburg-Berlin e.V.
Gartenstr. 1-3, 14621 Schönwalde-Glien
Tel: 033230/ 2077-0
Fax: 033230/ 2077-69
kontakt@proagro.de, www.proagro.de**

