

Saisonalität in der Schule:

Wann wächst eigentlich welches Gemüse

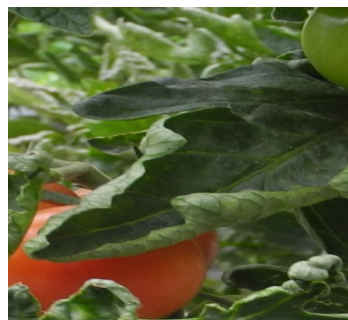
Saisonalität „live erleben“. Das ist der Grundgedanke, der vier Studierende der Pädagogischen Hochschule dazu motivierte, einen Unterrichtsentwurf für Schulklassen zu entwerfen. Dazu fuhren sie auf einen Biohof und sprachen mit den beiden Geschäftsführerinnen.

Ein Bericht von **Vera Schwaibold, Jule Schweitzer, Franziska Weiß** und **Jonathan Maisenbacher**

20. Juli 2020

Wir treten ein letztes Mal in die Pedale. Ein kurzer Hügel noch, dann ist es geschafft: Vor uns liegt unscheinbar am Wegrand der Biolandhof Müller* (**Namen geändert*). Wir befinden uns nur 17 Kilometer von Heidelberg entfernt und doch trennen uns Welten. Dort die Wissenschaftsstadt Heidelberg mit großen Supermarktketten, in denen zu jeder Jahreszeit Gemüse aus aller Welt zu kaufen ist und hier der kleine Gemüsehof, der seit Jahrzehnten darauf achtet, möglichst schonend mit der Umwelt umzugehen und nie alle Gemüsesorten gleichzeitig, sondern jede zu seiner Zeit anbaut. Dort die vermeintliche Moderne mit unbegrenzten Möglichkeiten, hier scheinbar Reglementierung und Rückgriff auf alte Techniken. Und doch treffen sich die beiden Welten regelmäßig, nämlich immer mittwochs, donnerstags und samstags auf Wochenmärkten in Neuenheim und der Heidelberger Altstadt. Warum radeln wir also ins Umland, wenn es die gleichen Produkte auch um die Ecke unserer WGs gibt?

Wir, das sind Vera, Jule, Franzi und Jonathan. Angehende Sonderpädagog*innen, klimapolitisch interessiert und aktuelle Teilnehmende des BNE-Seminars. In dessen Rahmen sollen wir eine Präsentation machen mit Bezug zu Themen von BNE und Globalem Lernen. Wir entschieden uns für das Thema Saisonalität und aufgrund unserer Studiengänge möchten wir einen Bezug zur Sonderpädagogik herstellen sowie ein Konzept entwickeln, das an Sonderpädagogischen Bildungs- und Beratungszentren (SBBZ) angewandt werden könnte. Das Konzept sieht vor, je einen Besuch auf dem Wochenmarkt und dem Hof vorzubereiten, sowie die passende unterrichtliche Begleitung davor und danach. Um das auch realistisch zu planen, wollten wir uns mit den beiden Frauen treffen, die den einzigen Bio-Marktstand des Neuenheimer Wochenmarktes betreiben: Nora* und Mia*, die uns herzlich auf ihrem Hof empfangen.



Frische Tomaten im Gewächshaus
©Jule Schweitzer

Das Gespräch dreht sich zunächst lange um bio. Um die Visionen der beiden (höhere Akzeptanz in der Bevölkerung und günstigere Bedingungen von der Politik führen zu mehr ökologischem Anbau) und die Realität („Wenn man hier Grünfläche hat und die ist zu klein,

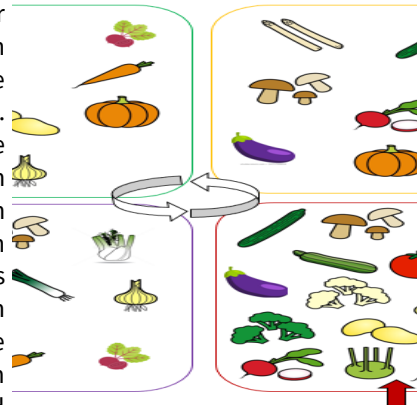
dann kriegt man gar keine Subventionen. Was ist denn das für eine Logik?“). Man merkt sofort, dass wir hier zwei Idealistinnen vor uns haben, die dennoch den Bezug zur wirklichen Welt nicht verloren haben. Die Viehhaltung geben sie langsam auf, weil sie sich seit Jahren nicht rentiert. Die beiden haben das Geschäft von ihrem Vater und dessen Vater übernommen, die damals Bio-Pioniere waren. Das war 1987. Heute ist die Arbeit aufgeteilt: Der Bruder der beiden kümmert sich um den Anbau des Gemüses, die Schwestern um den Verkauf. Auf Wochenmarktständen in Heidelberg, Wiesloch und Umgebung bieten sie ihre Waren an. Meistens sind sie der einzige Bio-Stand auf dem Markt. Sind die anderen Stände schuld, die konventionell produzieren, Nora? „Nee. Ich finde es auch unfair zu sagen, so, ihr seid böse, weil ihr habt hier das. Nein, sie machen das, was der Verbraucher will“.

„Dass es nicht immer alles gibt, zum Beispiel“

Nach einer Weile kommen wir auf das Thema zu sprechen, wegen dem wir hier sind: Saisonalität. Wir wollen Schüler*innen am Gegenstand zeigen, dass nicht alles, was im (Super-)Markt verkauft wird, zu jeder Zeit wächst. Dass das Thema Relevanz hat, zeigen zwei aktuelle Umfragen (unter Erwachsenen). In der Theorie wissen die Deutschen dabei um die Bedeutung saisonalen Einkaufens. Laut einer Studie der Europäischen Investitionsbank 2019 wollten 52 % der Befragten saisonale, einheimische Produkte kaufen. Die Gesellschaft für Konsumforschung bezifferte die tatsächliche Anzahl an Menschen, bei denen eine saisonale Ernährung eine Rolle gespielt hat ein Jahr später allerdings lediglich auf 35,2 % und diese Angaben sind auch nicht unabhängig, sondern stammen von den Befragten selbst. Wissen die Menschen, was richtig wäre, aber handeln dann wider dieses Wissen? Nora und Mia, denen Saisonalität ebenfalls am Herzen liegt, kennen dieses zwiespältige Verhalten. Sie spüren einen gestiegenen Wunsch nach aktuell frischen Produkten, der allerdings

nicht immer dem entspricht, was die Natur hergibt. „Die Kunden fragen immer nach Tomaten. Unsere Tomaten kommen zu den Sommerferien, dann sind die Leute im Urlaub. Wir haben jedes Jahr Tomatenüberschuss.“ Ihr Fazit: „Die Leute wollen eigenes. Die wollen regional und saisonal einkaufen beim Erzeuger, aber nicht unbedingt, was der Erzeuger erzeugt“.

Inzwischen ist es breiter Konsens, dass eine saisonale Ernährung ein Element in einer klimagerechten Welt sein muss. Weniger Transportwege führen zu weniger CO₂-Emissionen, führt zu weniger Erderwärmung. Ganz abgesehen von anderen positiven Effekten wie Unterstützung der lokalen Betriebe. Dennoch klingt das für die Verbraucher*innen nach Einschränkungen. Was wären Folgen von einer ausschließlich saisonalen Ernährung? „Dass es nicht immer alles gibt, zum Beispiel“. Gibt es denn auch Vorteile für die Kund*innen, neben denen fürs Klima? „Ja klar. Frische. Und Qualität!“.



Saisonkalender mit Metacom-Symbolen

Im Zuge der Bildung für nachhaltige Entwicklung stellt sich natürlich die Frage, wie dieses Thema aufbereitet wird, damit die kommende Generation es besser macht als die Teilnehmer*innen der repräsentativen Studien. Speziell in unserem Fokus liegt eine Aneignung mit möglichst wenigen Voraussetzungen, die in inklusiven Settings oder SBBZ Eingang finden könnte. Aus diesem Grund setzen wir unser Gespräch auf einer Führung des Hofes fort. Die zwei Geschäftsführerinnen zeigten uns die Felder und Gewächshäuser, in denen ihr Gemüse wächst. Hierhin, so unsere Idee, könnte ein Ausflug einer Klasse stattfinden, die bereits vorher den Marktstand besucht hatte. Von dort mitgebracht werden sollte eine Liste mit Gemüse, das auf dem Markt verkauft wird. Auf dem Gelände dann sollten die Schüler*innen das Gemüse suchen und schauen, was davon gerade wächst, bzw. „Saison hat“, um selbst zu dem Schluss zu kommen, dass nicht alles, was auf dem Markt verkauft wird, immer wächst.

„Man muss immer auch wirtschaftlich denken, sonst stirbt man“

Da stellt sich dann schon die Frage, warum die beiden überhaupt noch Lebensmittel dazu bestellen. Nora: „Wir könnten gar nicht davon leben. Denk mal an den Winter. Man weiß ja selber, wie viel Kraut, Kartoffel und Rüben isst man? Man isst dann lieber auch mal was anderes als Karotte“. Und: „Wenn wir es nicht anbieten, würden sie [die Kund*innen, Anm. der Red.] an einem anderen Stand die Paprika kaufen“, wo es dann nicht mehr bio ist. Dennoch sehen die zwei auch Grenzen darin, wann sie

welche Sorten anbieten. „Wir haben schon so Sachen, da sagen wir: nee, ägyptische Kartoffeln haben wir nicht“. Vor allem, wenn es in absehbarer Zeit Produkte aus näherer Umgebung gibt, sehen sie nicht ein, dann aus der Ferne einzukaufen. Aber selbst für einen regionalen und saisonalen Biohof gilt: „Man muss immer auch wirtschaftlich denken, sonst stirbt man“. Da die Kund*innen möglichst viel an einem Stand einkaufen wollen, heißt das eine breite Palette an Angebot. Dennoch bleibt am Ende nicht viel Geld, etwa für Urlaub, übrig.

Für die Klasse würde nach dem Hofbesuch noch eine Nachbereitung in der Schule stattfinden. Auf unterschiedlichen Aneignungsmöglichkeiten würde ein Plakat gestaltet werden, das den Unterschied zwischen Gemüse am Stand und dem auf dem Hof visualisiert. Eine Gruppe würde daraus einen Saisonkalender erstellen und eine andere eine Timeline mit Fotos der einzelnen Schritte. Das Ganze soll mit TipToi-Markierungen versehen werden, so dass auch nicht-sprechende Schüler*innen das Plakat vorstellen und Kinder, die nicht lesen, es erkunden können. So würde das Plakat gleichzeitig Ergebnisdarstellung einer Klasse sein und Ausgangsmaterial für andere, indem es beispielsweise im Schulhaus aufgehängt würde. Ein Pfeil am Saisonkalender würde dabei stets für alle sichtbar das aktuell wachsende Gemüse anzeigen.

Wie sehen die Expertinnen nun unser Vorhaben? Grundsätzlich stehen sie dem offen gegenüber. In eigenen Projekten haben sie schon viele Klassen über das Gelände geführt und freuen sich über das Interesse der Kinder. Sie kritisieren lediglich die mangelnde Unterstützung des Staates. „Alles, was wir machen, ist ehrenamtlich. Wir müssen auch schauen, wie viel Zeit wir überhaupt haben“, so Mia. Dennoch sind sie gleich mit eigenen Ideen dabei, was man noch alles machen könnte: „Es wäre doch super, Tomaten zu pflanzen, beim Geizen dabei zu sein und dann wieder zur Ernte zu kommen“. An Ideen mangelt es wahrlich nicht.

Es ist längst Abend geworden als wir uns wieder aufs Fahrrad schwingen. Zurück nach Heidelberg, wo es immer alles gibt. Aber mit einem veränderten Blick darauf. Und wer weiß? Vielleicht fahren in einiger Zeit Schulkinder mit dem gleichen Gefühl zurück.

Transparenzhinweis:

Zwei der Redakteur*innen arbeiten als Verkaufskräfte am Marktstand des Gemüsehofs, wodurch auch der Kontakt zu Nora und Mia zu Stande kam. Das beeinflusste jedoch in keiner Weise das Projekt, da die Gestaltung genauso gut mit anderen Marktständen und Höfen realisierbar ist.