



Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und
Verbraucherschutz Baden-Württemberg

📅 06.08.2020

REGIONALKAMPAGNE

Auftakt der Vor-Ort-Kampagne ‚Wir versorgen unser Land‘ bei Linda Kelly in Herdwangen-Schönach



📷 Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz

Minister Peter Hauk MdL: „Unsere Bauern und Genossenschaften im Land setzen sich jeden Tag und gerade in dieser schwierigen Zeit mit viel Leidenschaft und Tatkraft für unsere Lebensmittel von daheim ein und garantieren so unsere Versorgung“

„Unsere Bauern und Genossenschaften im Land sorgen täglich für unsere Ernährung, das wird den Verbrauchern gerade in diesen Tagen immer stärker bewusst. Jeden Tag und gerade in dieser schwierigen Zeit setzen sie sich mit viel Leidenschaft und Tatkraft für unsere Lebensmittel von daheim

Minister für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, Peter Hauk MdL, am Donnerstag (6. August) anlässlich eines Besuchs auf dem Biolandhof Kelly/Warnke in Herdwangen-Schönach (Landkreis Sigmaringen) im Zuge der Tour zur Vor-Ort-Kampagne ‚Wir versorgen unser Land‘.

Partner der Kampagne sind der Landesbauernverband in Baden-Württemberg (LBV), der Badische Landwirtschaftliche Hauptverband (BLHV), der Baden-Württembergische Genossenschaftsverband (BWGV), Land schafft Verbindung (LsV), die Maschinenringe Deutschland, der Maschinenring Tettngang und die Bodenseebauern.

‚Wir versorgen unser Land‘ – die regionalen Landwirte, die hinter dieser Kampagne stehen, geben exklusive Einblicke in ihr Leben und ihre Arbeit und lassen Verbraucher auf Plakaten, in Videos aber auch im persönlichen Gespräch hinter die Kulissen blicken. „Diese Kampagne wurde ins Leben gerufen, um gezielt die Menschen hervorzuheben, die tagtäglich für unsere vielfältigen Lebensmittel ‚ackern‘ und einen wichtigen Beitrag zur Versorgungssicherheit leisten“, betonte der Minister.

Familie Kelly/Warnke bewirtschaftet in Herdwangen-Schönach rund 300 Hektar landwirtschaftliche Fläche. Angebaut werden in der Regel 15 verschiedene Kulturen, die die Futtergrundlage für die Kühe und Rinder darstellen, aber auch für Speisezwecke dienen. Ein Alleinstellungsmerkmal der Familie sind die Süßlupinen. „Linda Kelly stellt auf ihrem Betrieb, der seit 2007 nach den Richtlinien des Bioland-Verbandes wirtschaftet, verschiedene Produkte aus Süßlupinen her. Mit ihrem Konzept ‚Lupinello‘, Bioland-Süßlupinenprodukte, verfolgt sie dabei einen ganzheitlichen Ansatz: Alle Schritte der Erzeugung, Verarbeitung, Verpackung sowie die Vermarktung von Produkten aus Süßlupinen erfolgen aus eigener Hand“, so der Minister.

Das Angebot reicht von Lupinenkaffee, Lupinenmehl und Lupinenflocken über Lupinennudeln bis hin zu Lupinenkosmetik. Die regional erzeugten Produkte finden seit 2014 unter anderem über den eigenen Online-Shop Absatz. „Es freut mich sehr, dass wir in unserem Land eine solch innovative Landwirtin haben, die zugleich Zeichennutzerin des Bio-Zeichens Baden-Württemberg ist. Sie zeigt, dass auch Nischenprodukte in unserem Land erfolgreich vermarktet werden können“, betonte der Minister.

„Der Fall des Schlachtunternehmens Tönnies hat auch negative Auswirkungen auf unsere bäuerlichen Familienbetriebe und hat viele Konsumenten verunsichert. Aber mit solchen charmanten Botschafterinnen wie Linda Kelly mit ihrer Familie gelingt Vertrauensbildung in unsere heimische Landwirtschaft. Mit der Kampagne des Landes bekommen unsere vertrauenswürdigen Bauersfamilien mehr Gewicht in der Lebensmittelkette und die heimische Landwirtschaft ein einprägsames Gesicht“, betonte Gerhard Glaser, Vizepräsident des Landesbauernverbandes (LBV).

Hintergrundinformationen:

Seit dem Start der Kampagne am 22. April 2020 stellt das Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz (MLR) im Zuge der Kampagne 20 Bauern und Genossenschaften vor, die insgesamt über 40.500 landwirtschaftliche Betriebe, zahlreiche Hofläden und Raiffeisenmärkte im Land repräsentieren.

Sie alle stehen für über 6.100 Milchviehbetriebe, für über 5.200 schweinehaltende Betriebe, 14.200 Weideviehbetriebe, 7.100 Betriebe mit Hühnerhaltung, 2.700 Schafbetriebe, 4.000 Betriebe, die

Baumobst produzieren, 1.200 Betriebe, die unser frisches Gemüse anbauen, 290 Spargelbetriebe, 10.200 Ackerbaubetriebe, aber auch für die über 23.000 Weinbaubetriebe, die unsere Kulturlandlandschaft bewirtschaften und Jahr für Jahr hervorragende Weine herstellen. Auch die über 300 Warengenossenschaften in Baden-Württemberg, die die Kampagne unterstützen, werden auf diesem Wege vorgestellt.

Die 20 Bauern und Genossenschaften sind auf Plakaten und Bannern zu sehen, die das MLR gemeinsam mit seinen Partnern im ganzen Land aufhängt. Zudem stellen sich die Bauern und die Genossenschaften mit ihren Betrieben in einem Video vor und geben einen Einblick in ihre tägliche Arbeit. Diese Filme werden nach und nach auf Facebook und Instagram präsentiert. Plakate, Videos und weitere Informationen finden Sie außerdem auch im Internet unter www.vondaheim.de.