

Der Pfalz-Märt ein Markt für die Landschaft

Anfang September fand zum dritten Mal der Pfalz-Märt in Veltheim statt. Was zeichnet diesen Herbstmarkt, der sich bereits zu einem regionalen Volksfest entwickelt hat, aus? Was für eine Idee steckt dahinter?

Initianten des Pfalz-Märts sind die beiden Agronomen Andreas Hofmann und Josef Schmidlin, die in der Firma Agrofutura tätig sind. Sie haben sich vor Jahren zum Ziel gesetzt, die prächtigen und für

**Esther Heeb
Thomas Gerber
Abteilung Landschaft
und Gewässer
062 835 34 56**

viele Tierarten lebensnotwendigen Hochstammkulturen im Schenkenbergertal zu erhalten.

Die Förderung der Obstbäume und der damit verbundene Erhalt der Kulturlandschaft brauchten aber eine ökonomische Basis.



Foto: Thomas Gerber

Mit vereinten Kräften wird Apfelsaft gepresst.

Reaktivierung der Trotte in Veltheim

Mit der Reaktivierung der Trotte in Veltheim wurde die Voraussetzung für die Vermarktung von Hochstammobst geschaffen. Die Landwirte erhalten für ihr Obst einen garantierten Abnahmepreis, der die Hochstammproduktion auch ökonomisch wieder interessant macht. Die Produkte aus der Trotte werden ohne Umwege in Dorfläden sowie über Aktionen verkauft.

Eine ganz besondere Perle ist der Mousseux de Pommes, ein Hochstamm-Apfelsekt aus dem Schenkenbergertal, der mit dem Flaschengärungsverfahren hergestellt wird. Zusätzlich zur Obstpresse wird neu auch eine Pflanzenölpresse betrieben. Die Produktpalette konnte so mit kaltgepresstem Bio-Sonnenblumenöl erweitert werden. Zusammen mit dem parallel entwickelten Hochstamm-Obstessig



Foto: Thomas Gerber

Drei trendige Produkte aus dem Schenkenbergertal: Mousseux de Pommes, Hochstamm-Obstessig und Bio-Sonnenblumenöl

ergibt sich so eine einzigartige Schenkenberger Salatsauce. Momentan laufen Versuche zur Herstellung von Nuss-, Raps-, Leinsamen- und Mohnöl.

Naturnah, regionale Produkte zu fairen Preisen

Der inzwischen gegründete Verein Mosti Veltheim tritt nun als Veranstalter des Pfalz-Märts auf und überrascht mit innovativen Ideen. In erster Linie sollen durch den Pfalz-Märt regionale, naturnah produzierte Produkte sowie traditionelles Kunsthandwerk gefördert werden.

An über 20 Ständen bieten Bauernfamilien aus dem Schenkenbergertal Lebensmittel und Landwirtschaftsprodukte an. Darunter befanden sich Stän-

de mit alten Gemüse- und Obstsorten, die wegen ihrer vielen Geschmacksrichtungen, Formen, Wuchseigenschaften sowie Resistenz gegen Schädlinge und Krankheiten unbedingt erhalten werden sollten. Zu sehen waren Pfälzer- und Küttiger-Rüebli, gestreifte Randen, Hindelbankkartoffeln und vieles mehr. An einem Stand wurde Holzofenbrot verkauft, an einem weiteren Rindfleisch aus Mutterkuhhaltung sowie Getreideprodukte aus Emmer und Einkorn. Die Liste liesse sich noch lange fortsetzen.

Die Eidgenössische Forschungsanstalt Wädenswil stellte zusammen mit dem Besitzer einer Baumschule ein Projekt für die Erhaltung alter Obstsorten vor. Interessante Einblicke in ihre Tätigkeit boten die zahlreichen Kunsthand-

werker, die mit grossem Geschick und künstlerischem Flair Körbe flochten, drechselten, töpferen oder Nägel schmiedeten.

Auch auf kulinarischer Ebene wurde den Besucherinnen und Besuchern einiges geboten. Die Märt-Beiz verwöhnte ihre Gäste z.B. mit Natura-Beefburger, Rosmarin-Kartoffeln und Süssmost frisch ab Presse. Eine Spezialität ist auch das Urweizen-Bier, das aus Einkorn aus dem Schenkenbergertal gebraut wird.

Alle Produkte überzeugten durch ihre hohe Qualität und die fairen Preise.

Volkfest mit Jahrmarktsatmosphäre

Für die Kleinen drehte sich das Nostalgie-Karussell. Handharmonika- und Drehörgelspieler trugen mit ihrem heiteren Spiel zusätzlich zur Jahrmarktsatmosphäre bei. Abgerundet wurde der Märt durch Informationsstände von Hochstamm SUISSE, der Werkstatt Schenkenbergertal, dem Auenschutzpark Aargau und weiteren. Sie zeigten Zusammenhänge zwischen Konsum, Nachhaltigkeit und Landschaftsschutz auf. Der Pfalz-Märt mit seinen Attraktionen hatte allen etwas zu bieten und war ein Fest für die Sinne.

Die Idee des Direktverkaufs durchsetzen

Der Pfalz-Märt soll die Besucherinnen und Besucher darauf aufmerksam machen, dass jeder durch sein Konsumverhalten die Entwicklung und das Erscheinungsbild einer Region mitbestimmen kann. Für die Zukunft bleibt zu hoffen, dass sich der Märt – und damit auch die Idee des Direktverkaufs – etablieren kann. Der Anstoss ist gegeben. Nun sind die einzelnen Gemeinden und besonders die Landwirte aufgefordert, marktwirtschaftliche Eigeninitiative zu entwickeln und sorgfältig die eigenen Entwicklungsmöglichkeiten zu prüfen. ■■■



Foto: Thomas Gerber

Traditionelles Kunsthandwerk: Holzschnitzer Thomas Lüscher bei der Arbeit