



FOTO: LWG



**Kreatives aus Totholz:** Im Oktober fand ein Workshop am Institut für Stadtgrün und Landschaftsbau unter dem Titel „Totholz im Garten – mehr als nur ein Haufen!“ statt. Die Technikerklasse Garten- und Landschaftsbau arbeitete kreativ an Umsetzungsbeispielen, die beweisen, dass „schön“ und „biodivers“ sich im Garten nicht ausschließen müssen. Verschiedene Totholzqualitäten fallen im Garten- und Landschaftsbau an und werden meistens abgefahren. Ziel des Unterrichts war es, für Inwertsetzungsmöglichkeiten vor Ort zu sensibilisieren.

## Vielfalt auf kleinstem Raum

**Veitshöchheim** Die Technikerklasse Garten- und Landschaftsbau, Jahrgang 2019/20 der Staatlichen Meister- und Technikerschule Veitshöchheim hat unter Betreuung von Lehrkräften des Instituts für Stadtgrün und Landschaftsbau (ISL) der LWG und in Kooperation mit der VGL Bayern ein Merkblatt erarbeitet, in dem zahlreiche Möglichkeiten für eine artenreiche Zukunft in Gärten aufgezeigt werden. Auf den ersten Blick bieten große Gärten schon erst einmal mehr Potenzial, um biodivers

zu sein, weil neben Hecken und Bäumen sich oftmals zusätzlicher Platz für Wasserstellen, Pflanzflächen und begrünte Mauern findet. Aber auch in kleineren Gärten lassen sich Paradiese erschaffen.

Der aktuelle Techniker-Jahrgang führt dieses



Projekt weiter und hat dazu eine Instagram-Seite erstellt. Unter @g.arten.reichtum und #echtstrem #wichtig läuft eine Foto-Challenge zum Thema „Artenvielfalt im Garten“. Zu gewinnen gibt es 2x ein Wochenende in einem Biohotel für 2 Personen. Die Teilnahmebedingungen sind auf @g.arten.reichtum zu finden.

→ Infos zu Lebensräume im Garten gestaltet und erhalten unter [www.lwg.bayern.de/mam/cms06/landespflge/dateien/vielfalt\\_biodiversitaet\\_bf.pdf](http://www.lwg.bayern.de/mam/cms06/landespflge/dateien/vielfalt_biodiversitaet_bf.pdf)

## Ein Hofcafé eröffnen – was ist dabei zu beachten?

**Moosburg** Immer mehr landwirtschaftliche Betriebe wollen ein Hofcafé eröffnen oder eine Cafécke in einen bereits bestehenden Hofladen oder eine Gärtnerei integrieren. Bei der Umsetzung stellen sich allerdings viele organisatorische und rechtliche Fragen, allen voran: Sind Herstellung und Verkauf selbstgebackener Kuchen auch dann zulässig, wenn der Betreiber keinen Meister als Konditor oder Bäcker vorweisen kann?

Solange der selbstgebackene Kuchen nur für den Verzehr im gastronomischen Betrieb ohne Außer-Haus-Verkauf erzeugt wird, ist eine Eintragung in die Handwerksrolle nicht erforderlich! Wird für den Kuchen auch ein Außer-Haus-Verkauf angeboten oder auf Bestellung gebacken, ist eine Eintragung in die Handwerksrolle (Konditorhandwerk) erforderlich, es sei denn, die Tätigkeit wird gemäß § 3 der Handwerksordnung (HwO) nur „in unerheblichem Umfang“ ausgeübt.

Voraussetzungen für das Vorliegen der Unerheblichkeit sind, dass:

- die Tätigkeit des Hauptbetriebes (hier: Cafébetrieb) die Tätigkeit des handwerklichen Nebenbetriebes (hier: Außer-Haus-Verkauf von Kuchen) überwiegt,
- ein wirtschaftlich und fachlicher Zusammenhang zwischen Haupt- und Nebenbetrieb besteht und
- die durchschnittliche Tätigkeit während eines Jahres nicht die durchschnittliche Arbeitszeit eines ohne Hilfskräfte in Vollzeit arbeitenden Einmann-Betriebs (ca. 1664 h/a) übersteigt.

Sind die oben genannten Voraussetzungen nicht erfüllt, ist ein Meistertitel im Konditor- oder Bäckerhandwerk erforderlich. Kann der Betreiber des Cafés selbst keinen entsprechenden Meistertitel vorweisen, kann er auch einen Handwerksmeister

als technischen Betriebsleiter mit min. 30 h/Woche anstellen, der die Eintragungsvoraussetzungen erfüllt. Darüber hinaus gibt es in Ausnahmefällen die Möglichkeit, bei Vorliegen der entsprechenden Voraussetzungen eine Bewilligung zur Eintragung in die Handwerksrolle (Ausnahmebewilligung) zu beantragen (§ 8 HwO). Dafür sind allerdings vom Antragsteller notwendige Kenntnisse und Fertigkeiten für das zu betreibende, zulassungspflichtige Handwerk nachzuweisen.

Generell sollten Betriebe, die ein Hofcafé eröffnen möchten, frühzeitig mit der zuständigen Handwerkskammer Kontakt aufnehmen, um das erforderliche Vorgehen im Einzelfall prüfen zu lassen.

Darüber hinaus benötigen die Mitarbeiter des Cafés eine Belehrung gemäß § 43 Abs. 1 Infektionsschutzgesetz (Ansprechpartner: Landratsamt bzw. Gesundheitsamt). Soll im Café auch Alkohol ausgeschenkt werden, wird gemäß § 2 Gaststättengesetz eine Erlaubnis zum Betrieb eines Gaststättengewerbes (Konzession) benötigt (Ansprechpartner: Ordnungsamt bzw. Gewerbeamt der Stadt oder Gemeinde, in der die Gaststätte betrieben werden soll).

**Dr. Sophia Goßner**  
LFL

Verantwortlich für die vlf-Berichte: Dr. Isabell Schneweis-Fleischmann, Landesgeschäftsstelle Bayern, 85368 Moosburg a. d. Isar, Telefon: 08761-3909-954, Fax: -952, E-Mail: [Schneweis-Fleischmann@vlf-bayern.de](mailto:Schneweis-Fleischmann@vlf-bayern.de)

## Kampagne „Gesichter der Landwirtschaft“

**Berlin** Um jenen Menschen mehr Aufmerksamkeit zukommen zu lassen, die auf Deutschlands Bauernhöfen arbeiten und für die Ernährung der Bevölkerung sorgen, hat der Verein information.medien.agrar (i.m.a) jetzt die Kampagne „Gesichter der Landwirtschaft“ gestartet. „Die Landwirtschaft hat viele Gesichter, wir machen sie sichtbar“, so Bernd Schwintowski, der beim i.m.a die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit verantwortet und die Kampagne betreut. Die Kampagne solle zeigen, dass hinter jedem Tier, jedem Quadratmeter Ackerland und jedem Blühstreifen Menschen stünden, die sich dafür verantwortlich fühlten. Ohne die Landwirte müssten die Nahrungsmittel importiert werden, Kulturlandschaften würden verwahrlosen und wertvolle Tierrassen aussterben, so Schwintowski. Doch während Tierhaltung und Tierwohl, Ackerbau und Pflanzenschutz sowie Naturpflege

und Umweltschutz dominierende Aspekte in den Debatten um die Landwirtschaft seien, werde den Menschen dahinter kaum Aufmerksamkeit zuteil. Für sein Vorhaben setzt der i.m.a laut Schwintowski allerdings nicht auf kostspielige Image-Kampagnen und großformatige Plakate oder Anzeigen. Stattdessen dienen die Homepage und der Instagram-Account des Vereins als Kommunikationsplattformen. Am Fuß der Homepage [www.ima-agrar.de](http://www.ima-agrar.de) würden die „Gesichter der Landwirtschaft“ sichtbar. Die dort durchlaufenden, einzeln anklickbaren Fotos seien mit dem Instagram-Account [information.medien.agrar](https://www.instagram.com/information.medien.agrar) vernetzt. Dort fänden sich zu jedem Foto weiterführende Informationen.

→ Wer mehr wissen möchte, kann sich auf der i.m.a-Homepage oder im Internet-Shop unter [www.ima-shop.de](http://www.ima-shop.de) informieren.