

BRENN.NESSEL



Die Brennnessel im Brennpunkt

Pilotprojekt zum Potenzial einer einheimischen Pflanze

Diplomarbeit 21. April 2017

D. Abt, I. Baldinger und M. Hofer

WWF-Lehrgang Umweltberatung und -kommunikation, sanu future learning ag

Impressum

Bern, 21. April 2017

Verein Brennpunkt Brennessel

Auee 1

8618 Oetwil am See

Doris Abt

d.brennessel@gmail.com

www.brennpunkt.brennessel.ch

Adressverzeichnis

Doris Abt

**Auee 1
8618 Oetwil am See**

**doris.abt@gmx.ch
Tel. 076 568 00 75**

Ingrid Baldinger

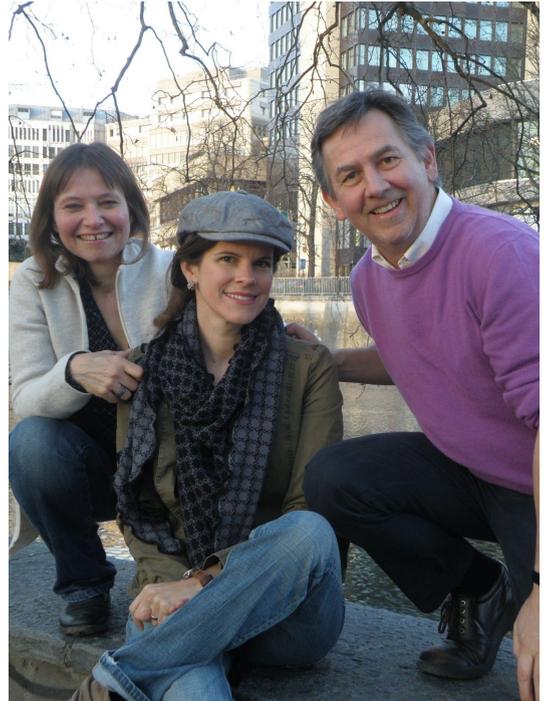
**Ausserdorfstrasse 23
5107 Schinznach Dorf**

**baldinger@baldingerbaumanagement.ch
Tel. 079 337 13 20**

Martin Hofer

**Untermattstrasse 7
8370 Sirnach**

**martin.hofer@improov.ch
Tel. 076 319 19 01**



Inhaltsverzeichnis

Impressum	2
Adressverzeichnis	3
Zusammenfassung	6
1. Ausgangslage	8
1.2 Projektumfeld und Faktengrundlagen	8
2. Ziel des Pilotprojekts	12
2.1 Zielgruppen	12
2.2 Leistungsziele welche im Konzept vom 6.1.2017 festgelegt wurden	12
3. Projektrealisierung	13
3.1 Projektorganisation	13
3.2 Planung der Brennesselwochen	13
3.3 Kommunikations- und Marketingstrategie	14
3.4 Massnahmen	14
3.5 Resultate	14
3.6 Zielerreichung und Ausrichtung des Projekts	15
4. Evaluation	16
4.1 Partnerunternehmen	16
4.2 Finanzierungspartner	16
4.3 Webseite	17
4.4 Informationsmaterial	17
4.5 Medienarbeit	19
5. Evaluation der Aktionen	20
5.1 Vereins- Aktions- und Degustationstage	20
5.2 Landwirte / Markt	21
5.3 Gastrobetriebe	22
5.4 Bäckereien	23
5.5 Bioläden	24
5.6 Buchhandlung	25

5.7 Bibliothek	25
6. Finanzen	26
6.1 Schlussrechnung	26
6.1.1 Projektkostenrechnung	26
6.1.2 Finanzierung	27
6.2 Finanzierungspartner	27
7. Ausblick	28
7.1 Weiterführung der Projekte	28
7.2 Zukunft des Vereins Brennpunkt Brennessel	28
8. Schlussfolgerungen	29
9. Quellenverzeichnis	30
10. Danksagung	31
Anhang	33
Statuten	33
Gründungsprotokoll	36
Team-Vereinbarungen	37
Zeitplan	38
Beispiele der Rückmeldungen von Partnern	39
Beispiel Medienmitteilung und Umsetzung im Artikel	41
Medienmitteilung	41
Umsetzungsbeispiele in veröffentlichten Beiträgen	43
Beispiele für Partnerrückmeldungen	47
Stickstoffanalyse der Brennessel	49

Zusammenfassung

Der Wert der Brennessel als Nahrung, Nutz- und Heilpflanze ist seit langem bekannt, jedoch weitgehend in Vergessenheit geraten. Heute wird sie hauptsächlich als Unkraut wahrgenommen. Die Brennessel ist mit ihrem hohen Gehalt an gesundheitsfördernden Inhaltsstoffen, ihrem Nährwert und der Tatsache, dass sie eine lange Erntesaison hat, ein wertvolles Nahrungsmittel. Sie ist eine wichtige Pflanze für viele Kleinlebewesen. Zugleich kann sie für uns eine Alternative zu intensiv angebauter und importierter Nahrung sein. Bei kleinräumiger und nachhaltiger Bewirtschaftung und nachhaltigen Erntemethoden steht uns ein einheimisches Nahrungsmittel zu Verfügung, welches mit gängigen Superfoods problemlos mithalten kann.

Der eigens für das Projekt gegründete Verein Brennpunkt Brennessel verfolgt das Ziel, die Vorzüge der Brennessel wieder in ein öffentliches Bewusstsein zu heben. Als Pilotprojekt wurde eine Brennesselwoche anfangs April 2017 durchgeführt. Sie bündelte die Aktivitäten in Zürich, Rapperswil, Winterthur, Baden, Brugg, Bremgarten und im Zürcher Oberland. Mit den Partnern aus Landwirtschaft, Gastronomie und Detailhandel ist es gelungen, die Brennessel innerhalb von vier Monaten verarbeitet in Restaurants, in Bäckereien und Bioläden und als Frischpflanze auf den Wochenmarkt zu bringen. In insgesamt sieben Gastronomiebetrieben wurden über zwanzig verschiedene Speisen aus Brennessel angeboten. Die Bäckereien hatten in dieser Woche Brennesselbrot, Quiche und Knäckebrot im Angebot. Diese wurden auch in den Bioläden neben Ravioli, Pesto und Pasta verkauft. Frisch oder verarbeitet konnten die Konsumenten die Brennessel kennen lernen.

Wie sich im Projekt zeigen liess, kann man die Blätter und Samen roh, gekocht, getrocknet oder tiefgekühlt verarbeiten. Die Brennessel kann als Geschmacksträger oder als gesunde Powerfood-Beigabe in Gerichten eingesetzt werden. Die Landwirte machten durch das Pflücken ihrer auf dem Hof wildgewachsenen Bestände möglich, dass die frische Brennessel problemlos geliefert werden konnte.

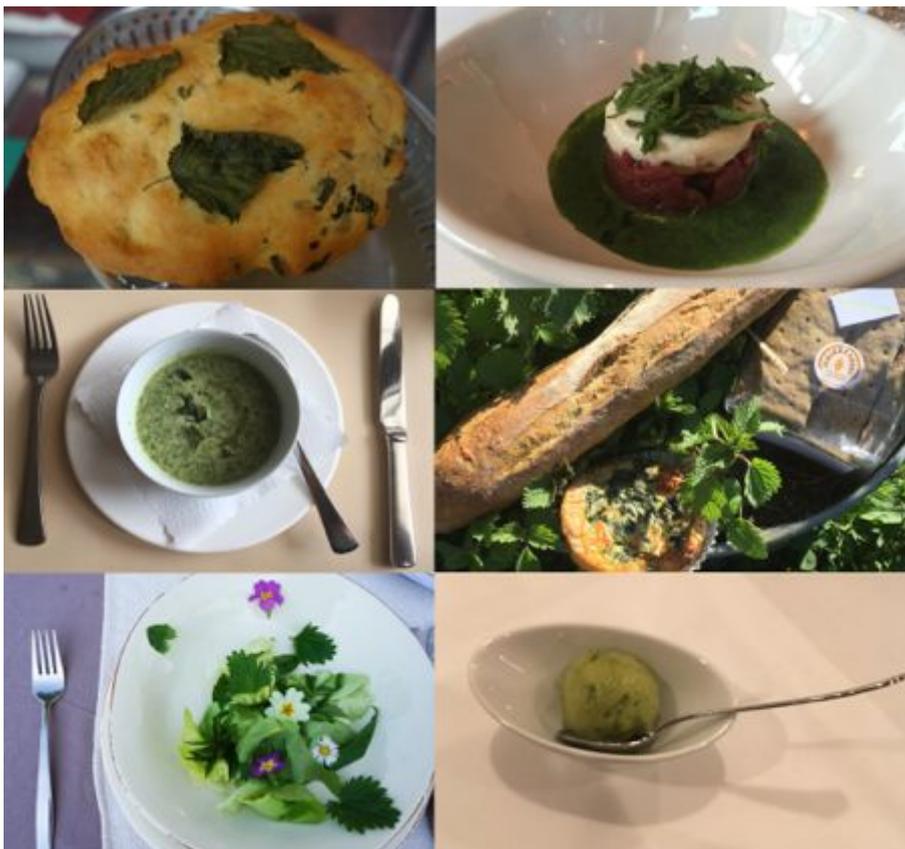
Die Konsumenten wurden von uns und unseren Partnern mit Informationen versorgt. Über Medien wurden die Aktionswochen bekannt gemacht und Informationen zur Brennessel, dem Verein und dem gesamten Projekt gestreut. Im Vorfeld erschienen insgesamt elf ausführliche Artikel in Lokal- und Tageszeitungen, Garten und Gesundheits-Zeitschriften, sowie ein Interview und ein Portrait in Radio und TV.

An zwei Tagen während anfangs der Aktionswoche waren wir drei Gründer des Vereins mit einem Stand auf dem Wochenmarkt und im Bioladen präsent und kommunizierten mit den Leuten vor Ort. Informationsmaterial in Form von Flyern und Karten, die vorgängige Medienarbeit und Produkte zum Degustieren bewirkten, dass durchschnittlich jede zweite vorbeikommende Person sich Zeit nahm, etwas über die Brennessel zu erfahren, zu probieren und zu kaufen.

Das alte Wissen, neue Erkenntnisse und Erfahrungen über die Brennessel wurden aufgearbeitet und auf einer eigens dafür kreierte Homepage zusammengefasst. Details zur Brennesselwoche wurden hier bekannt gegeben und die Partner und Sponsoren sichtbar gemacht. Das Bild der Webseitenstatistik spiegelte das rege Interesse der Konsumenten, wann immer unsere Massnahmen und Aktionen stattfanden und medial die Brennessel in den Brennpunkt gerückt wurde.

Dadurch, dass die Brennnessel jeder kennt, wurde sie in allen Projektbereichen sofort zum Blickfang, was wiederum die Türen öffnen kann für anderer Wildpflanzen oder andere Bereiche der Brennnessel: Zum Beispiel für die biologische Düngerproduktion, die stärkende Futterzugabe für Tiere oder das Fungizid im Rebbau. Die Brennnessel ist zudem eine ideale Botschafterpflanze für diverse Nachhaltigkeitsthemen.

Bis heute bekommen wir von allen Zielgruppen Rückmeldungen und Anfragen, die uns zeigen, dass unsere Aktionen nicht im Leeren verlaufen ist. Dies bestätigt uns, dass wir ein zukunftsfähiges Thema aufgegriffen haben.



**Oben: Brennesselfocaccia (Rest. Tüfi), Rindstartar mit Topinambur im Brennesselsud (Rest. Jakob)
 Mitte: Brennesselsuppe, Brennnesselbrot neben Knäckebrot und Quiche (Scharrenberg & Sundaram)
 Unten: Salat mit Brennnesseln, Brennnessel Glace (Zunfthaus zur Waag)**

1. Ausgangslage

Die Brennnessel - eine hochwertige, in der Schweiz heimische, pflanzliche Ressource

Die Grosse Brennnessel (*Urtica dioica*) und die Kleine Brennnessel (*Urtica urens*) gehören zu den bekanntesten Pflanzen bei uns. Sie wurden bereits im Mittelalter zu Nahrung, Bier und Tuch verarbeitet. Als Heilpflanze hatten sie einen hohen Stellenwert. Vieles von diesem Wissen geriet in Vergessenheit, und wir kennen die Brennnessel heute vor allem als stechendes Unkraut.

Vor unserer Haustür wächst eine Pflanze, welche Potenzial birgt. Sie ist ein wertvolles Nahrungsmittel dank überdurchschnittlichem Eiweiss-, Vitamin- und Mineralstoffgehalt, ist unser nahrhaftestes Wildgemüse und als Heilpflanze gesundheitsfördernd.

Dank einheimischem und biologisch angebautem Gemüse haben wir die Möglichkeit, vermehrt auf importierte und intensiv angebaute Produkte zu verzichten. Importierte Nahrungsmittel belasten unsere Umwelt durch Transporte und energieintensive Frischhalte-massnahmen. Anbaustandards sind schlecht überprüfbar. Zudem entgehen der örtlichen Bevölkerung Möglichkeiten zur eigentlichen Grundnahrungsmittelproduktion.¹

Trotz der vielen Vorzüge der Brennnessel in der Nahrungsmittelbranche existiert aktuell kaum ein Markt.

1.2 Projektumfeld und Faktengrundlagen

Wuchs und Aussehen: Die Brennnessel wächst an humus- und stickstoffreichen Standorten entlang von Wald- und Wegrändern sowie an Bachläufen und in Auen. Die mehrjährige Brennnessel (*Urtica dioica*) wird bis zu 1,5 Meter hoch, hat dunkelgrüne, spitz zulaufende Blätter mit gezähnten Rändern. Durch ihre Brennhaare unterscheidet sie sich von anderen Nesselarten, die auch essbar sind.²



¹ Quelle: DITSL GmbH, Witzenhausen. Ökologischer Landbau und fairer Handel. Studie der Agrarwissenschaften Uni Kassel, Juni 2009
http://www.weltagrabericht.de/fileadmin/files/weltagrabericht/87943_Studie%20Oekolandbau%20Fairer%20Handel%20und%20Entwicklung.pdf

² Zitat: WWF <http://www.wwf.ch/de/aktiv/handelnjugend/eltern/brennnesseln/> , 17.4.2017



Die frische Brennnessel. Sie enthält Vitamin A, B5, B2, C, D, E und viele Antioxidantien. Pflanze und Samen sind reich an Eiweiss und Mineralien. Der hohe Eisengehalt ist für unseren Körper besonders gut nutzbar.

100 g frische Brennnesselblätter enthalten

- Calcium: 700 mg, das ist das 5.5-fache der Milch
- Beta-Carotin: 655µg. 25% der Karotte
- Magnesium: 80 mg
- Vitamin-C: 330 mg. Das 6-fache einer Orange
- Vitamine A, B, D, E
- Eisen: 4 mg, doppelt soviel wie Spinat

Die Brennnessel zum Verzehr kann frisch von April bis September geerntet und als Gemüse zubereitet werden. Verwendet werden jeweils die oberen drei bis vier Blattpaare.³



Die Brennnessel als Lebensraum. Besonders wichtig ist die Brennnessel als Futterpflanze für Raupen.⁴ Unzählige Schmetterlingsraupen ernähren sich von ihr. Für den Kleinen Fuchs, den Admiral und das Tagpfauenauge ist sie sogar überlebenswichtig. Die Brennnessel ist Nahrung und Lebensraum für viele Kleinlebewesen und trägt somit auch zur Artenvielfalt, z.B. von Vögeln, bei. Die Wahrnehmung dieses ökologischen Wertes ist in der Gesellschaft noch sehr klein.



Die Brennnessel auf dem Teller. In der Gastronomie ist die Pflanze kaum anzutreffen. Der Wissensstand über die Verarbeitung der Brennnessel ist sehr unterschiedlich, aber generell wenig bekannt. Es existieren eine Handvoll Rezepte, doch das Potenzial der Pflanze ist noch lange nicht ausgeschöpft. Denn von der Vorspeise zum Bier bis zum Dessert ist alles möglich, und dazu noch sehr gesund. Denn die Brennnessel ist ein Superfood.

Warum Superfood? Ein Superfood unterscheidet sich von herkömmlichen Lebensmitteln zunächst einmal darin, dass er über eine grosse Menge Vitalstoffe verfügt. Dies können Antioxidantien sein, ein hoher Vitamingehalt, hohe Mengen an gesunden Omega 3-Fettsäuren, eine hohe Konzentration an Ballaststoffen, Mineralstoffen oder sonstige gesundheitsfördernde Stoffe. Das ganzheitliche Zusammenspiel macht es jedoch aus. Ein Vitamin erzielt beispielsweise, in Kombination mit enthaltenen Antioxidantien und einem Mineralstoff, eine noch grössere positive Wirkung auf die Gesundheit.⁵

³ Brennnessel, Rezepte für Vitalität, Schönheit und Genuss. G.L. Bräutigam, Nitsche Verlag, Freiburg 2016

⁴ Zitat: <https://mecklenburg-vorpommern.nabu.de/tiere-und-pflanzen/pflanzen/12841.html> (4.1.2017)

⁵ Quelle: Hasimoto-verstehen.10.4.2017 <http://hasimoto-verstehen.de/superfood/>

Die Brennnessel bietet die Möglichkeit, dem importierten Superfood-Trend (Marketing Trend) etwas Lokales entgegenzusetzen. Dies zeigen folgende Beispiele:

- *Chia Samen* - Brennnesselsamen enthalten dieselben wertvollen Linolsäuren und Antioxidantien.
- *Soja* - Brennnesselblätter enthalten deutlich mehr Eiweisse.
- *Nahrungsmittelergänzung* - Brennnesselblätter und Samen haben einen überdurchschnittlichen Gehalt an Eisen, Vitaminen und Mineralien.

Ein schöner Zufall war, dass zur Zeit des Projektes die Fachtagung Gemeinschaftsgastronomie 2017 der Swiss Gastro Union und dem SKV (Schweizer Kochverband) unter dem Titel "Swiss Super Food" stattfand. Auf dem Plakat: Die Brennnessel. Wir wurden eingeladen und durften im Rahmen von Rebecca Clopath's Vortrag unser Projekt vorstellen. Für uns war es eine interessante Weiterbildung zum Thema Ernährung.



Erkenntnis: An der Fachtagung der Swiss Gastro Union stellten wir fest, dass viele der Köche aus Grossküchen einen geringen Bezug zur lokalen Nahrung haben. Zu wenig Wissen, kein bestehender Markt und die mangelnde Zeit zum selber Pflücken sind ein Hemmfaktor.

Marktsituation

Brennnessel-Ernte ist Handarbeit. Die Preise bewegen sich momentan um die 20 bis 30 Franken pro kg. Bei der Brennnessel ist der biologisch geführte Betrieb eine Voraussetzung, denn die Brennnessel ist ein Nitratspeicher. Bei Kunstdünger könnte der Nitratgehalt in diesem Fall im Nahrungsmittel zu hoch werden.⁶ Bei natürlichen Standorten oder biologisch geführten Betrieben, zeigt der Test von einem qualifizierten Labor, dass keine bedenklichen Mengen an Stickstoff (Ammonium und Nitrat) in der Brennnessel vorhanden sind. Auch wenn diese beim Kuhstall oder im Hühnerhof wachsen.⁷

Für die Köche ist Selberpflücken nur vereinzelt eine Alternative. Bestehende Kunden von Pico Bio können über den Bio-Verteiler die Brennnessel in kleinen Mengen beziehen. Dies ist jedoch wenig bekannt.

Anbaumöglichkeiten

Die Brennnessel ist ein Frostkeimer. Die Aupflanzung geschieht mit Setzlingen. Direktsaat bringt oft nicht das gewünschte Resultat. Die Brennnessel wächst gut und anspruchslos und kann viele Jahre sanft geerntet werden, wenn es ihr gefällt und sie nicht zu oft geschnitten wird. Wird sie jedoch angebaut und zweimal im Jahr richtig gemäht, zum Beispiel für die Düngerproduktion, wird sie schwach und nach zwei bis drei Jahren von Gras verdrängt. Sie wird zudem anfällig für eine Raupeninvasion oder leidet schneller unter Trockenheit. Sollte das Feld umgenutzt werden, lässt sich die Brennnessel problemlos unterpflügen.⁸ Die Brennnesseln mögen es leicht schattig, feucht, aber ohne Staunässe und lieben stickstoffreichen Boden. Bei Bedarf lassen sie sich auch problemlos im Topf auf dem Balkon ziehen. Dem täglichen "Vitaminzustupf" in Smoothies steht dann nichts mehr im Weg. Ein Wurzelstück im Winter einzupflanzen ist die einfachste Methode dafür.

⁶ Innere Medizin und Chirurgie des Rindes, herausgegeben von Gerrit Dirksen und Matthaeus Stöber. Paray Verlag, 2016 Seite 236.

⁷ Die Stickstoffbestimmung in Brennnesseln wurde im Auftrag des Vereins Brennpunkt Brennnessel durch ein qualifiziertes Labor erstellt. Das Labor unterstützte die Analyse in Form einer Lehrlingsarbeit. Eine Nennung des Labors ist nicht erwünscht und daher nicht wissenschaftlich verwendbar.

⁸ Diese Informationen stammen von C. Hauert, Gerbehof. Er hat Erfahrungen mit dem Brennnessel-Anbau für die Düngerproduktion.

2. Ziel des Pilotprojekts

Die Brennessel wird als hochwertige und natürliche einheimische Ressource (Pflanze) wahrgenommen. Als Alternative zu intensiv angebauten und importierten Nutzpflanzen wird sie vermehrt als Nahrungsmittel genutzt.

2.1 Zielgruppen

- Biologisch orientierte Landwirte / Landwirtschaftliche Betriebe als Produzenten (Anbauer) von Brennesseln
- Gastronomiebetriebe und Nahrungsmittelproduzenten (Verarbeiter)
- Die Bevölkerung einer ausgewählten Region (Gäste der Gastronomiebetriebe, Marktbesucher, Endkonsumenten von Brennesseln)

2.2 Leistungsziele welche im Konzept vom 6.1.2017 festgelegt wurden

Ziel 1 - Partnerunternehmen: Mitte Februar 2017 sind drei ausgesuchte Partner aus der Gastronomie oder Nahrungsproduktion sowie zwei Partner aus der Landwirtschaft für die Mitwirkung gewonnen.

Kommentar: Je mehr Abnehmer und Anbieter wir als Partner gewinnen können, desto stärker ist die Hebel- und Breitenwirkung für eine positive Wahrnehmung der Pflanze.

Zielanpassung: Wir realisierten, dass wir schnell viele Partner hätten gewinnen können. Wir entschieden uns dann, weniger Partner zu suchen, dafür sorgfältig ausgewählte. Dass wir so die Situation gut beurteilen und die Brennessel-Lieferanten sicherstellen konnten, schien uns sinnvoll. Wir planten zusätzlich einen Vereins- Aktionstag auf dem Markt und einen Degustationstag im Bioladen in Uster.

Ziel 2 - Finanzierungspartner: Bis Ende März ist mindestens eine Finanzierungsmöglichkeit für die Herstellung von Kommunikationsmaterial gefunden (z.B. Sponsoring).

Ziel 3 - Webseite: Der Verein *Brennpunkt Brennessel* stellt mit einer Informationsplattform wissenswerte und weiterführende Informationen zur Brennessel zur Verfügung.

Kommentar: Die Internetplattform wird auch nach Projektende weitergeführt. Sie bietet Vernetzungsmöglichkeiten und dient als Informationspool für alle Projektbeteiligten und weitere Interessenten.

Ziel 4 - Informationsmaterial: Mit den ausgewählten Gastronomen und Verarbeitern werden Anfang April 2017 „Brennessel-Tage“ durchgeführt. Die Partner erhalten von uns Kommunikationsmaterial im Zusammenhang mit diesem Anlass, das sie an ihre Gäste und Konsumenten abgeben.

Kommentar: Wir passen das Material dem Aktionsort an und beziehen Anregungen der Partner mit ein.

Ziel 5 - Medienarbeit: Die Angebote von den Verarbeitern sind bei ihren Konsumenten bekannt. Mit Medienarbeit werden zukünftige Konsumenten auf die Vorzüge der Brennessel aufmerksam gemacht.

Kommentar: Wir passten die Pressemitteilungen dem jeweiligen Medientypus an.

3. Projektrealisierung

3.1 Projektorganisation

Das Projekt Brennpunkt Brennessel entstand im Rahmen der Diplomarbeit zum Umweltberater / zur Umweltberaterin an der SANU. Die Idee der Wiederentdeckung der Brennessel von Doris Abt stiess bei Martin Hofer und Ingrid Baldinger auf Interesse, und so wurde von diesem dreiköpfigen Team der Verein Brennpunkt Brennessel ins Leben gerufen.

Der Verein Brennpunkt Brennessel bezweckt gemäss Art. 2 der Statuten die Förderung der Brennessel als hochwertige, natürliche, einheimische Ressource (Pflanze) und deren Nutzung.

Während des Pilotprojektes, welches bis zum 21.4.2017 dauerte, wurde intensiv im Dreierteam gearbeitet. Die Partner und Medien der eigenen Wohnregion wurden persönlich betreut. Martin Hofer, Winterthur; Ingrid Baldinger, Baden und Brugg; Doris Abt, Zürich, Zürcher Oberland, Zürichsee, Rapperswil und Bremgarten. Verantwortlicher für unsere Website, Finanzen und das Sponsoring war Martin Hofer.

3.2 Planung der Brennesselwochen

Die Brennesselwochen, der Kern unseres Pilotprojektes, wurde auf Ende März/ Anfang April 2017 gelegt. Die nachfolgenden Ostertage liessen keinen späteren Zeitpunkt zu. Aufgrund des Zeitrahmens von Sanu müssen wir am 21.4.2017 das Projekt abschliessen. Die Brennesselsaison startet jedoch erst Ende März. Hätte der Winter länger gedauert, hätten wir Schwierigkeiten mit der Ernte bekommen, da die Pflanzen noch nicht genügend Ertrag abgeworfen hätten. Wir hatten für diesen Fall "Notlieferanten" organisiert. Das Wetter hat schliesslich aber wunderbar mitgespielt.

Für die Brennesselwochen wurden die Partner aus verschiedenen Branchen gezielt ausgesucht. Ihre Tätigkeitsbereiche wie auch ihre Vorkenntnisse über die Brennessel sollten unterschiedlich sein, um in diesem Pilotprojekt ein möglichst breites Bild der Situation zu bekommen. Dass Partner aus mehreren Regionen (Kanton Zürich und Aargau, Raum Winterthur) gewonnen werden konnten, ermöglichte dem Projekt einen grösseren Wirkungskreis.

Die Restaurants, Köche, Bioläden und Landwirte wurden persönlich kontaktiert, über das Projektkonzept informiert, und wenn nötig wurden Brennessel-Lieferanten vermittelt. Es handelte sich dabei um Bio-Landwirte/Gemüsebauern und den Bio Verteiler Pico Bio.

Innerhalb der Brennesselwochen sollten zwei Aktionstage stattfinden. Einmal auf dem Markt in Brugg, das andere Mal im Bioladen Öpfelbaum in Uster. Dort wollten wir als Verein präsent sein und mit Produkten von unseren Partnern, frischen Brennesseln zum Kennenlernen und Probieren und unserem Informationsmaterial in direkten Kontakt mit den Konsumenten treten.

Für unsere Internetplattform galt es viel zu recherchieren und Informationen aufzubereiten. Der Aufbau einer Internetplattform soll mit wissenswerten und weiterführenden Angaben zur Brennessel (z.B. Rezepte, Anbau, Düngerproduktion) der Vernetzung und als Informationspool dienen. Wir stellten am 20. Februar 2017 die Seite www.brennpunktbrennessel.ch online.

Die Restaurants kochten in den Brennesselwochen die von ihnen gewählten Menüs. Damit wir uns ein Bild davon machen konnten, wurde jeder Ort mindestens einmal von uns besucht, um

auch dort zu essen. Neben den Gesprächen mit den Köchen und Gastronomen, konnten wir uns hier persönlich ein Bild von der Wirkung der Brennnesselwochen machen.

3.3 Kommunikations- und Marketingstrategie

Über Fachinformation und lustvolles Geniessen der Nahrung sollte das Ziel erreicht werden, das negative Bild der Brennnessel als Unkraut zu ändern. Unser Publikum sollte durch breit gefächerte und dem Zielpublikum angepasste Information abgeholt werden, aber auch mittels verschiedener **Schlagwörter**. *Gesundheit und Wohlbefinden, lokal und umweltschonend, für alle in der Natur zu finden oder Lokaler Superfood* bildeten solche Anknüpfungspunkte. Diese Strategie versprach, von Kindern bis zu älteren Menschen vielfältige Zielgruppen zu erreichen. Die Vielseitigkeit der Pflanze bot die Gelegenheit einer inhaltlich ebenfalls vielseitigen Kommunikation.

Die Informationen sollten über unterschiedlichste Kommunikationskanäle an ein breites Publikum gelangen, und über das Degustieren und Essen von Brennnesselprodukten sollte auf sinnliche Art und Weise das Interesse geweckt werden.

3.4 Massnahmen

Nachdem wir unsere Partner für die Brennnesselwochen festgelegt hatten, war es uns wichtig, die Bedürfnisse und Ideen der Partner auch einzubeziehen. In welcher Form sie die Brennnessel den Konsumenten zum Kennenlernen anbieten wollten, war ihre Entscheidung. Denn als Nahrung ist sie bedingt erprobt und wir freuten uns, wenn möglichst viel selber ausprobiert und getestet wurde. Bestand das Bedürfnis nach Rezepten oder Inspirationen, stellten wir ihnen diese zur Verfügung. Kommunikations-Massnahmen wurden auf Wunsch den Betrieben angepasst, wie z.B. ein Flyer in Englisch für das Zunfthaus zur Waag in Zürich. Ein anderes Beispiel sind die "Informationspräsente mit Brennnesselsamen", die auf Wunsch für den Verkauf in der Suppenbar hergestellt wurden.

Die Konsumenten erreichten wir unter anderem durch das Angebot von Speisen und Getränken in den Restaurants und an den beiden Aktionstagen/Degustationstagen des Vereins. Informationen rund um die Pflanze, zu den Anlässen und zu Rezepten standen in Form von Flyern, Ankündigungskarten und der Internetplattform zur Verfügung. An den frischen Pflanzen in Töpfen konnten wir die "Pflücktechniken" und das "roh Essen" demonstrieren.

Garten- und Gesundheits-Magazine sowie Lokal- u. Tageszeitungen, Radio und TV wurden im Zusammenhang mit den Brennnesselwochen kontaktiert. Wir versuchten persönliche Kontakte herzustellen, versendeten Pressemitteilungen und passendes Fotomaterial.

3.5 Resultate

Die Brennnesselwochen vom 28.3. bis 8.4.2017 bündelten die einzelnen Aktivitäten auf sinnvolle Art und führten zu einer Intensivierung der Wahrnehmung. Die Kommunikation über die Medien verlief erfolgreich. Im Vorfeld erschienen insgesamt 11 ausführliche Artikel in Lokal- und Tageszeitungen, Garten und Gesundheits-Zeitschriften sowie ein Interview und ein Portrait in Radio und TV. So waren nebst Laufkundschaft und Stammkunden auch viele Interessierte anwesend, die extra für die Aktions- und Degustationstage kamen. Das Interesse war gross und es wurde viel probiert, gefragt und gekauft. Selbst die Brennnesseldekoration wurde am Schluss verkauft. Über dieses reiche Angebot erreichten wir die Leute und konnten etwas von der Vielseitigkeit der Brennnessel aufzeigen. Der Weg, über Nahrung zu kommunizieren, hatte sich in allen Bereichen bewährt. Die Restaurants wurden grösstenteils gut besucht und gesamthaft

standen über zwanzig verschiedene Menus zur Auswahl. Die Brennesselprodukte verkauften sich sehr gut. Die frischen Brennesseln auf den Märkten wurden wahrgenommen und viele Rezepte mitgenommen.

Das professionelle Informationsmaterial, die häufig besuchte Website und die Medienarbeit stützte das gesamte Projekt erfolgreich.

3.6 Zielerreichung und Ausrichtung des Projekts

Alle im Konzept gesetzten Ziele wurden erreicht. Der Entscheid, ein nicht zu grosses und trotzdem vielseitiges Pilotprojekt zu starten, hat sich bewährt. Es zeigte sich, dass die Brennessel erst in kleinen Mengen angebaut wird. Ein zu starkes Antreiben hätte den Markt überfordert. Da dem Projekt ein Umweltgedanke zugrunde liegt, beschränkten wir uns auf die Förderung des vorhandenen Angebotes an frischen Brennesseln. Die Anregung, die frische Brennessel selber pflücken zu gehen, rückte damit mehr ins Zentrum.

Grundsätzlich vermuteten wir, dass es möglich wäre, einen neuen Superfood Hype auszulösen. Die Brennessel hätte alle Voraussetzungen dazu. Dabei bestünde aber die Gefahr, dass z.B. die Brennesselsamen, welche in der Schweiz noch kaum produziert werden, bei hoher Nachfrage schliesslich importiert würden. Dies wollten wir vermeiden, indem wir mit der Brennesselwoche eine erste Sensibilisierung für diese Pflanze ins Leben riefen. Wenn Nachfrage und Produktion gemeinsam wachsen können, kann dem möglichen Import aus dem Ausland entgegengewirkt werden. Diese Balance zwischen Fördern und einem sinnvollen Tempo für den lokalen Markt war uns wichtig und ist uns bis jetzt gut gelungen.

4. Evaluation

Stand 10. April 2017.

4.1 Partnerunternehmen

Ziel	Massnahmen	Evaluations-Indikatoren	Ergebnis
Mindestens drei Partner aus der Gastronomie oder Nahrungsproduktion sowie mindestens zwei Partner aus der Landwirtschaft für die Mitwirkung gewinnen.	<p>Persönliche Kontaktaufnahme</p> <p>Projektkonzept</p> <p>Partner aus unterschiedlichen Branchen und Bereichen</p>	Schriftliche oder mündliche Vereinbarung für das Mitwirken liegen vor.	<p>12 Gastrobetriebe</p> <p>2 Bäckereien</p> <p>2 Bioläden</p> <p>5 Landwirte</p> <p>1 Bio Gemüse Verteiler</p> <p>3 Bücher-Ausstellungen</p>

Unsere erste Zielgruppe waren die Köche der Gastrobetriebe. Die Begeisterung der Köche ermöglichte es, die Restaurants als Partner zu gewinnen. Sie mussten hinter der Idee stehen können. Die Auswahl der Partner war entscheidend. Sie waren Teil unserer Strategie und ihre Umsetzung des Projektes in ihrem Betrieb trug zu einer erfolgreichen Einbindung der Konsumenten bei.

4.2 Finanzierungspartner

Ziel	Massnahmen	Evaluations-Indikatoren	Ergebnis
Mindestens ein Finanzierungspartner ist gefunden.	<p>Projektkonzept, schriftliche und persönliche Anfragen</p>	Schriftliche Bestätigung	<p>Sechs Partner Finanzleistungen</p> <p>Zehn Sach- und Dienstleistungs-Spenden</p>

Für die Finanzierung standen grosse, gesamtschweizerische Unternehmen aus dem Nahrungsmittelbereich im Fokus. Die Unternehmen wurden jeweils persönlich telefonisch kontaktiert und danach wurde die Anfrage per E-Mail geschickt. Alle angesprochenen Unternehmen prüften unsere Anfragen gewissenhaft und waren meistens einer Kooperation nicht abgeneigt. Das Zeitfenster der Projektrealisierung war aber für die meisten zu kurzfristig. Mit dem Coop Nachhaltigkeitsfonds fanden wir einen starken Partner. Ebenso mit der IMS AG, die uns den kostenlosen Druck der Flyer und Agendakarten gewährte. Weitere Möglichkeiten eröffneten sich uns auf dem Flyer mit bezahlten Platzierungen der Partnerlogos und mit Sach- und Dienstleistungskooperationen.

4.3 Webseite

Ziel	Massnahmen	Evaluations-Indikatoren	Ergebnis
Die Webseite ist vorhanden, über die Informationen zur Brennessel und zum Projekt bezogen werden können.	Mit Site-Builder Switchplus.ch baut der Verein die Seite auf und verwaltet sie.	Die Seite ist online. Auf die Seite wird zugegriffen.	Besucher 732 Besuche 1459 Seitenaufrufe 6207 Höchststand am 1. April mit 140 Besuchern.



Die Website sollte nicht nur der Bekanntmachung der Brennessel dienen, sondern auch für Partner aus Landwirtschaft, Gastronomie und Detailhandel eine Vielzahl an Informationen zur Pflanze, ihrem Anbau und zu ihrer möglichen Verarbeitung zur Verfügung stellen. Weiterführende Literatur wird ebenfalls erwähnt. Die Website wird laufend ergänzt und aktualisiert. Zugleich bietet sie eine Möglichkeit für die Partner und für unser Projekt, sich zu präsentieren.

4.4 Informationsmaterial

Ziel	Massnahmen	Evaluations-Indikatoren	Ergebnis
Die ausgewählten Gastronomen und Verarbeiter sind versorgt mit individuell angepassten Informationen. Diese geben sie ihren Gästen und Konsumenten weiter.	Der Inhalt wird von uns verfasst und festgelegt. Inputs der Partner werden berücksichtigt. Layout und Druck wird extern vergeben, von einer Fachperson durchgeführt. Das fertige Informationsmaterial wird an die Betriebe abgegeben und an Anlässen direkt durch uns verteilt.	Das Material wird von den Partnern verwendet und erreicht die Konsumenten.	Die Konsumenten bekamen die Informationen zur Brennessel, sind über die Brennessel-Woche und die Anlässe informiert und wissen, dass sie auf der Homepage weitere Informationen finden

Die Ankündigungskarte kam gut an. Das schöne Bild animierte zum Hinschauen und die Karte wurde mitgenommen. Das Projekt, die Aktions-Orte, Daten und der Verweis auf unsere Website wurden sichtbar.

Der Info-Flyer vermittelte vertiefte Informationen rund um das Thema. Am Tisch bot er schnell Anlass zu Gesprächen unter Gästen und dem Personal.

Die englischen und deutschen Karten, welche auf Wunsch zusätzlich angefertigt wurden, bewährten sich für internationale Gäste und Lunch-Gäste, welche wenig Zeit hatten. Sie führten die Besucher für mehr Informationen auf die Website.

Der Rezept-Flyer wurde ein wichtiges Mittel, die Hemmschwelle beim Frisch-Verkauf abzubauen. Er enthielt einfache Rezepte und hilfreiche Verarbeitungshinweise zur Frischpflanze. Da der Flyer schlicht und gut bebildert war, wurde er gerne mitgenommen.

Der visuelle Auftritt war wichtig: An den Info-Anlässen und während der ganzen Aktionswoche verwendeten wir Magnetbuttons mit zwei verschiedenen, stimmigen Bildern. An den Märkten wurden sie als Sympathie- oder Fan-Artikel verschenkt. Die Partner erhielten ebenfalls welche, die sie aber meist nur auflegten. Drei Stand-Fahnen markierten die Infoanlässe gut sichtbar. Danach wurde sie den Partnern für die Eigenwerbung der Aktionswoche überlassen.

Fazit: Mit unterschiedlichem Informationsmaterial konnten verschiedene Zielgruppen über den ganzen Zeitraum erreicht werden.

Beispiele Informationsmaterial

Collage of informational materials including recipes (Pesto, Nessel-Omelett), processing instructions, and a large image of a bowl of fresh herbs.

Collage of informational materials including 'DARF ICH VORSTELLEN?', 'BRENN.NESSEL' logos, and 'VON WEGEN UNKRANK' text.

4.5 Medienarbeit

Ziel	Methode	Evaluations-Indikatoren	Ergebnis
Die ausgewählten Medien, Zeitschriften/ Onlineplattformen sind informiert. Es erscheint mindestens ein Bericht zum Projekt oder etwas zu den Vorzügen der Brennessel.	<p>Pressemitteilung erstellen. Im Pressebereich der Webseite aufschalten.</p> <p>Bildmaterial im Medienberich der Website zugänglich machen.</p> <p>Liste zielgruppen-gerechter Medien erstellen</p> <p>Kein Massenversand. Persönliche Kontaktaufnahme. Wenn nötig die Pressemitteilung dem Zielpublikum angepasst. Mitteilung versendet.</p> <p>Beobachten der Medienplattformen.</p>	<p>Anzahl der Berichte.</p> <p>Fächerung der Medien.</p>	<p>Tages-/Wochenzeitungen</p> <p>9 Artikel</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aargauer Zeitung - Regionalzeitung Brugg - Generalanzeiger (AG) - Rundschau Nord (AG) - Rundschau Süd (AG) - Anzeiger Bezirk Uster - Zürichsee Zeitung - Zürcher Oberländer - Lokal Info Zürich West <p>Periodika Magazine</p> <p>4 Artikel / Interview</p> <ul style="list-style-type: none"> - Olive - Kneipp Magazin - Activ Life - Schweizer Garten <p>Radio</p> <ul style="list-style-type: none"> - Radio Zürichsee <p>Regionalfernsehen</p> <ul style="list-style-type: none"> - TELE TOP Top News Nachrichten <p>Online-Publikationen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Schweizer Garten Online - Lokal-Info Zürich Online - Badener Tagblatt Online - Aargauer Zeitung Online - Generalanzeiger Online - Zürichsee Zeitung Online <p>Weitere Medien</p> <p>Vorzüge der Brennessel:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Blick - NZZ Stil, Genuss

Die Zusammenarbeit mit den Medien verlief sehr gut. Das Thema interessierte. Die Journalisten und Fotografen nahmen sich Zeit, begleiteten uns beim Brennesseln pflücken und besuchten mit uns die Restaurants. Und sie degustierten die Brennesseln während der Interviews. Die Medienmitteilung und das Bildmaterial wurden von den Medien häufig verwendet. Einige Journalisten nahmen sich viel Zeit, verfassten eigene Berichte und bebilderten sie mit aktuellen Fotos.

5. Evaluation der Aktionen

5.1 Vereins- Aktions- und Degustationstage

Auf dem Wochenmarkt in Brugg findet traditionell der Gemüseverkauf statt. Zeitgleich mit dem Verkauf der frischen Brennnesseln durch den Biobauer konnten wir unseren Info- und Degustationsstand aufbauen. Der Stamm-Markt-Kundschaft wurde Neues geboten und neue Kunden kamen zum Markt, weil sie durch die Presseartikel neugierig wurden. Viele staunten über den "Verein für ein einziges Unkraut" und kamen genau deswegen. Selbst weitere Marktfahrer, die nicht offiziell zur Kampagne gehörten, nahmen die Ankündigung auf und produzierten Produkte wie Brennnesseltee oder Pesto. Obwohl wir erst nur mit Infos auftreten wollten, verkauften wir letztendlich Bücher, Pestos, Ravioli, Nudeln und Brennnesselsamen. Spannend waren die vielen interessanten Gespräche über die Pflanze.

Im Bioladen Öpfelbaum in Uster fand mit Sachspenden von beteiligten Partnern eine Degustation statt. Die extra angefertigte Suppe von Chabis Chäs, salzige Brennnesselküchlein von Sundaram und Scharrenberg, Knäckebrot und Brot von Scharrenberg, Raviolis, Pasta und Pesto



von la Martina gab es zur Degustation oder im Verkauf. Die Brennnesselchips, welche wir anboten, waren ebenfalls sehr beliebt. Wir als Verein kommunizierten im direkten Kontakt mit den Konsumenten. Es waren Laufkundschaft, aber auch Personen, die durch die Medien darauf aufmerksam gemacht wurden. Das Interesse war sehr gross und die Degustationen lösten ein positives Echo aus. Die Produkte wurden anschliessend gut verkauft. Selbst die Brennnessel-Dekorations-Topfpflanzen fanden begeisterte Abnehmer.

Fazit: Aufklärung vor Ort und im direkten Gespräch ist sehr effizient. Über die Nahrung zu kommunizieren bewährte sich. Ohne Brennnessel - Produkte, die speziell für diese Woche produziert wurden, wäre es eindeutig schwieriger gewesen, ins Gespräch zu kommen.

Bild: Brennnessel Pasta und Pesto von der Nudelwerkstatt La Martina

5.2 Landwirte / Markt

Die Landwirte, welche Brennesseln auf den Markt mitgenommen hatten, machten die Erfahrung, dass Neues grundsätzlich mit Interesse, aber zögerlich angenommen wird. Es wurde nachgefragt und gerne wurden die Informationen und Rezepte mitgenommen. Gekauft wurde in kleinen Mengen, in den Zürichsee-Gemeinden und den Städten deutlich mehr als in ländlichen Gegenden.

Das Angebot Brennessel: Gratis zum selber schneiden auf dem Hof Frohberg, wurde in der Brennesselwoche auch einige Male genutzt. Dort waren die Kommunikationsfähigkeiten der Familie Kunz und die Rezeptvorschläge hilfreich.

Fazit: Das Einführen eines neuen Produktes braucht Zeit und Begeisterung. Rezepte und persönliche Beratung der Landwirte helfen die Hemmungen abzubauen.



Bild: Die Brennessel auf dem Markt

5.3 Gastrobetriebe

Die Erfahrungen der Restaurants waren unterschiedlich. Das begann bereits bei der Beschaffung der Brennnessel. Die einen bezogen diese über den Gemüselieferanten oder Pico Bio, andere pflückten selber. Ein Lieferant bot Brennnessel aus Kroatien an, das Restaurant entschied sich jedoch fürs Selberschneiden von einheimischen Pflanzen. Ende März waren die Pflanzen leider noch etwas klein und die Verarbeitung klar aufwändiger als zu einem späteren Zeitpunkt.

Das Menu-Angebot in den Restaurants zeigte die grosse Spannweite an Verarbeitungsmöglichkeiten: Vom Aperitif und Brennnesselstengel - Eistee über Spätzle, Omeletten, Risotto, gefüllter Tofu bis zum japanischen Onsenei im Brennnesselspiegel wurde viel Schmackhaftes geboten. Sogar Brennnessel-Glace zum Dessert wurde serviert. Die Vielfalt war überwältigend. Die Bekanntmachung der Brennnesselwochen brachte an vielen Orten neue, interessierte Gäste, in den Städten grundsätzlich mehr als auf dem Land. In Zürich und Brugg verlängerten die meisten Gastrobetriebe gleich noch um eine Woche.

Fazit: Das Spektrum der Möglichkeiten, mit der Brennnessel zu kochen, ist sehr gross und sie lässt sich in jede Küche integrieren. Der Geschmack ist nicht in jedem Gericht gleich gut wahrnehmbar. Die Verarbeitung ist grundsätzlich problemlos. Ist die Pflanze früh im Jahr noch sehr klein, wird es aufwändig. In den Städten war es leichter, mit etwas Neuem Leute zu begeistern. Die Brennnessel für einen Gastrobetrieb zu beschaffen, ist möglich, aber mit Aufwand oder Kosten von momentan 20 bis 30 Franken pro kg verbunden.



Bild: Brennnesselschaumsuppe, Zunfthaus zur Waag



Bild: Rindstatar, Topinambur, Brennnessel und Brennnesselsud. Jakob Rapperswil

5.4 Bäckereien

Die Brennessel lässt sich gut zu einer Quiche verarbeiten, ist geschmacklich etwas Neues und kommt gut an. Auch im noch wenig bekannten Brennessel-Brot und -Knäcke Brot war sie beliebt. Das Schöne ist, dass die Blätter im Brot auch bei hoher Temperatur die Form und Farbe nicht verlieren. Geschmacklich ist die Brennessel in der Quiche besser, im Brot und im Knäcke Brot eher zurückhaltend wahrnehmbar.

Der Verkauf war durch die erschienenen Artikel und Ankündigungskarten angekurbelt. Das Interesse und das Echo der Konsumenten war positiv.

Fazit: Beide Bäckereien werden die Brennessel von Zeit zu Zeit wieder ins Sortiment nehmen. Durch unsere Kampagne fühlten Sie sich inspiriert und unterstützt und würden wieder mitmachen bei einer Brennesselwoche.



Bild: Brennesselbrot, Brennessel-Knäcke Brot und Brennessel-Quiche

5.5 Bioläden

Uster: Im Öpfelbaum stiessen die Agendakarten und die Flyer auf grosses Interesse und wurden gerne mitgenommen. Konsumenten zeigten reges Interesse an der Pflanze. Die frische Brennnessel verkaufte sich wie erwartet nur in kleinen Mengen. Produkte wie die salzigen Küchlein/ Quiche, Ravioli, Pasta und Pesto wurden jedoch sehr gut verkauft.

Brugg: Buono vom Biofachhandel fand die Aktion eine gute Sache. Was den Verkauf angeht, war er anfangs skeptisch. Mit den Rezeptflyern, welche auch Verarbeitungstipps enthielten, nahm er die Brennnessel in den Verkauf für die Woche. Seine Erfahrungen haben gezeigt, dass wenn die frische Brennnessel bereits in Portionen abgepackt ist, der Verkauf besser läuft.

Fazit: Verarbeitete Produkte stossen auf reges Interesse. Der Verkauf von frischen Brennnesseln ist, was die Lagerung und Liefermöglichkeiten angeht, gut möglich. Das Interesse daran ist eher verhalten. Rezepte zum Abgeben helfen, sich an die Pflanze heranzuwagen, und werden gerne mitgenommen.



5.6 Buchhandlung

Das Interesse an den von uns ausgewählten Rezeptbüchern und handlichen Informations - Büchern war vorhanden. Im persönlichen Kontakt auf dem Markt und im Bioladen verkauften sich die Bücher einfacher als in der Buchhandlung selber. Die Bücherausstellung mit der frischen Pflanze im Schaufenster sieht jedoch schön aus und lädt Interessierte zum Verweilen ein.

Fazit: Das Thema ist angelaufen, aber es braucht noch ein bisschen Zeit, bis es bei den Lesern wirklich angekommen ist.

Die Buchtipps waren auch auf unserer Homepage zu finden.

5.7 Bibliothek

Die Bibliothek beschaffte sich alle Bücher, die wir empfohlen hatten. Da die Lieferungen erst nach der Aktionswoche eingetroffen sind, werden die Bibliothekarinnen den Präsentationstisch mit den Flyern und Karten ohne direkten Zusammenhang mit unseren Aktionen aufbauen. Hier ist es von Vorteil, dass die Pflanze eine lange Saison hat.



6. Finanzen

6.1 Schlussrechnung

6.1.1 Projektkostenrechnung

Tabelle 1 Projektkosten

Produktionskosten	Beiträge in CHF	
Freiwilligenarbeit Verein (1300 Std. à Fr. 50.-)	65000,00	
Internetplattform, Tools, Hosting	150,00	
Layout, Gestaltung, Druckvorbereitung	3000,00	
Druck Leporello, Agenda-Karten und Rezeptblatt	3000,00	
Produktion Promotion-Flags	350,00	
Produktion Promotion Badges	350,00	
Pasta und Pesto	250,00	
Teilnahme Events und Mitgliedschaften	250,00	
Total Produktionskosten		72350,00
Aktionswoche		
Standgebühren (Sponsoringwert Bio-Meier 50.-)	0,00	
Fotografin	300,00	
Transport- und Reisespesen	100,00	
Aufwendungen Restaurantbesuche	1000,00	
Total Aktionstag		1400,00
Übrige Kosten		
Geschenke	200,00	
Büromaterial	200,00	
Rückerstattung Starteinlage Gründungsversammlung	300,00	700,00
Herstellung Abschlussbericht	200,00	
Barrücklage	1150,00	
Total Aufwand		75800,00

6.1.2 Finanzierung

Tabelle 2 Einnahmen

Produktionskosten und Aktionstag	Beiträge in chf	
Starteinlage Gründungsversammlung	300,00	
Freiwilligenarbeit Verein	65000,00	
Unterstützungsbeitrag Coop Fonds für Nachhaltigkeit	3000,00	
Übernahme Druckkosten durch IMS AG	2500,00	
Finanzbeiträge auf Logos auf Flyer	600,00	
Sachbeiträge	4000,00	
Barkasse Markt	400,00	
Total Ertrag		75800,00

6.2 Finanzierungspartner

Wir danken folgenden Unternehmen, die das Projekt finanziell unterstützt haben:

Finanzielle Beiträge:

- Coop Fonds für Nachhaltigkeit
- Bäckerei Scharrenberg
- Zum Hut
- Stadtkeller Bremgarten
- Pico Bio
- Gewürz Profi GmbH Aarau

Dienst- und Sachleistungen:

- IMS AG: Druck der Flyer und Agenda-Karten
- Suppenbar, Brugg und Chabis Chäs, Uster: Suppenspenden
- Bäckerei Sundaram Uster: salzige Küchlein
- Bäckerei Scharrenberg Oetwil am See, Brot, Knäckebrötchen und Quiche
- Claudia Linke: Fotos
- Susanne Seiler: Fotos
- Astrid Baldinger Fuchs: Layout Kommunikationsmaterial
- Natalie Gyöngyösi: Unterstützung Pressetexte, Kommunikation
- Maria Niedermann: frische Brennnesselchips
- Bioladen Öpfelbaum, Uster: Unterstützung am Degustationstag

7. Ausblick

7.1 Weiterführung der Projekte

Die Brennesselwochen sind abgeschlossen. Vereinzelt wird eine Zusammenarbeit mit Partnern weitergeführt. So wird die Brennessel Ende April dem Gemüse-Abo von Stadt-Landnetz Uster zusammen mit unserem Informations-Flyer an die Kunden abgegeben. Das Gartencenter Meier mit dazugehörigem Restaurant würde gerne zu einem späteren Zeitpunkt eine Brennesselwoche durchführen. Unsere Unterstützung haben wir ihm angeboten. Landwirtschaftliche Fachzeitschriften und Gastronomie-Zeitschriften interessieren sich nun, nach abgeschlossenem Pilotprojekt, für die Resultate. Möglichkeiten für Artikel sind im Gespräch.

Wir haben unseren Partnern im November einen Bericht über das Pilotprojekt versprochen.

7.2 Zukunft des Vereins Brennpunkt Brennessel

Die Zeitungsartikel und unsere Aktionen zeigten Wirkung. Wir bekamen Anrufe und Post von Leuten, die sich bedankten für unsere Arbeit. Sie erzählten von ihren Erfahrungen, die sie mit der Brennessel machten, oder vom Erfolg mit der Brennesseljauche. Sie probierten Rezepte und schickten Fotos. Es kamen Anfragen für eine Kochsendung, einen Kochkurs und sogar für die Herausgabe eines Kochbuches. Es wurde gefragt, ob wir uns nun auch anderen Wildkräutern annehmen würden, oder "nur" bei der Brennessel blieben. Oder ob die Brennesselwochen nun jedes Jahr stattfinden. Aus Luzern kam sogar die Idee, das Projekt auch dort durchzuführen.

Auf der anderen Seite stieg die Nachfrage nach Brennessel - Produkten. Mehrere Läden würden z.B. gerne Brennesselsamen ins Sortiment aufnehmen. Und die Militärküche, die für die MUBA Messe gerne 40 bis 50 kg frische Brennesseln kaufen würde, sucht noch nach einem geeigneten Lieferanten für diese grosse Menge.

Wir versuchen laufend, auf die Anfragen zu reagieren. Doch über einige Aspekte müssen wir uns nach Diplomabschluss noch klarer werden und Entscheidungen fällen, in welcher Form das Projekt weitergeführt werden soll. Während der Durchführung orientierten wir uns hauptsächlich am Umweltgedanken, der dem Projekt zugrunde liegt. Welche Massnahmen helfen, das Bild der Brennessel zu verändern? Ist eine Kochsendung wirklich im Sinne des Projektes oder einfach "nice to do"? Wir sind keine Köche. Wie gehen wir mit dem Anspruch an die Professionalität um und wo ist vielleicht auch gerade der Umstand, dass wir Laien sind, ein Pluspunkt? In welchem Rahmen können wir unsere Hauptaussage weiter transportieren und ab welchem Punkt geht die Umweltrelevanz verloren? Umweltrelevanz ist immer etwas Längerfristiges. Doch das längerfristige Ziel des Vereins und seiner Gründungsmitglieder wurde nicht definiert. Was würden wir den Mitgliedern bieten? Wie finanzieren wir unsere Arbeit? Könnten wir das qualitative Niveau, das wir bis jetzt anstrebten, nur mit Freiwilligenarbeit halten? Ein derart hohes Ausmass an Arbeitseinsatz wird für uns alle nicht mehr möglich sein. So waren wir zurückhaltend in der Mitgliederanwerbung, obwohl das Potenzial dafür an den Märkten, in den Restaurants und nach der Präsenz der Brennessel in den Medien durchaus vorhanden gewesen ist.

Die Zukunft des Vereins wird nach Abschluss der Diplomarbeit vom Team neu definiert.

8. Schlussfolgerungen

Die Brennnessel ist in all ihren Facetten auf positive Resonanz gestossen. In den letzten vier Wochen konnte die Pflanze sehr viel Aufmerksamkeit generieren. Das grosse Interesse der Medien und der Konsumenten zeigte, dass die Wiederentdeckung dieser einheimischen Ressource ein Thema ist, welches dem Zeitgeist entspricht.

Es hat sich gezeigt, dass die Chancen der Brennnessel, als schmackhaftes Gericht auf unseren Tellern zu landen, durchaus gut sind und sie in den verschiedenen von uns erprobten Bereichen bestehen kann. In der Küche ist sie frisch, getrocknet oder tiefgefroren mit Erfolg verarbeitbar.

Die Gemüsebauern sind flexibel und könnten in den nächsten Jahren ihre bereits vorhandenen Bestände so erweitern, dass der Markt mitwachsen könnte. Auch gezielter Anbau in geeigneter Umgebung ist nicht auszuschliessen. **Sinn machen jedoch kleine Produktionsmengen, die den lokalen und biologischen Hintergrund beibehalten. Denn das Lokale, Umweltfreundliche und die gesunden Inhaltsstoffe sind ihre Pluspunkte. Inwiefern die Brennnessel sich als Frischpflanze im Detailhandel etablieren wird, ist zum gegebenen Zeitpunkt schwer zu beurteilen. Noch vor einigen Jahren wurden Kürbisse als Schweinefutter verwendet, heute sind sie als Bestandteil unserer Küche sehr beliebt. Einen ähnlichen Aufschwung erlebte der Federkohl. Der Brennnessel könnte gut eine vergleichbare Erfolgsgeschichte beschieden sein. Als Produkt verarbeitet hat sie jetzt schon gute Chancen.**

Wir haben erreicht, dass das Image der Brennnessel im Umfeld unseres Projektes aufgewertet wurde. Die Anregung zum Selberpflücken und Verarbeiten hat Wirkung gezeigt, die Homepage wurde rege frequentiert und über das Essen fanden viele positive Erlebnisse und vertiefte Gespräche statt. So hat sich Wissen über die Brennnessel weiter verbreitet. Dem Verein gelang es, viele Sympathien für die Pflanze und ein neues Entdeckungsfeld auf dem Teller zu generieren.



9. Quellenverzeichnis

Hülsebusch et al.: (2009) Ökologischer Landbau und Fairer Handel. Studie der Agrarwissenschaften Uni Kassel, Juni 2009. DITSL GmbH, Witzenhausen.
http://www.weltagrarbericht.de/fileadmin/files/weltagrarbericht/87943_Studie%20Oekolandbau%20Fairer%20Handel%20und%20Entwicklung.pdf

Bräutigam: (2006) Bräutigam G.L. Brennessel, Rezepte für Vitalität, Schönheit und Genuss. Hans-Nitsche Verlag, Freiburg 2016, Seite 16

NABU: 4.1.2017 Zitat:

<https://mecklenburg-vorpommern.nabu.de/tiere-und-pflanzen/pflanzen/12841.html> (4.1.2017)

Hasimoto-verstehen: (2017) 10.4.2017 <http://hashimoto-verstehen.de/superfood/>

Gerrit Dirksen und Matthaeus Stöber: (2006) Innere Medizin und Chirurgie des Rindes, herausgegeben von Gerrit Dirksen und Matthaeus Stöber. Paray Verlag. Seite 236.

Qualifiziertes Labor: (2017) Die Stickstoffbestimmung in Brennesseln wurde im Auftrag des Vereins Brennpunkt Brennessel durch ein qualifiziertes Labor erstellt. Das Labor unterstützte die Analyse in Form einer Lehrlingsarbeit. Eine Nennung des Labors ist nicht erwünscht und daher nicht wissenschaftlich verwendbar. Erstellt am 30.3.2017

Hauert mit Abt: (2017) Diese Informationen stammen aus einem mündlichen Gespräch im Februar 2017 mit C. Hauert, Landwirt vom Gerbehof. Er hat Erfahrungen mit dem Brennessel-Anbau für die Düngerproduktion von Hauert Dünger.

WWF: (2017) - Keine Angst vor Brennesseln (1.3.2017)

<http://www.wwf.ch/de/aktiv/handelInjugend/eltern/brennesseln/>

10. Danksagung

Als erstes möchten wir uns bei der Brennessel bedanken. Eine bessere Projektpartnerin hätten wir uns nicht wünschen können. Wir staunten selber immer wieder über diese Pflanze und haben laufend dazu gelernt. Wir bedanken uns für dieses spannende Projekt mit ihr.

Sanu und der Ausbildung “Umweltberatung und -kommunikation” danken wir für die Unterstützung, Fachliche Kompetenz und spannende Ausbildung.

Wir möchten uns ganz herzlich bedanken für die Offenheit und das Engagement, mit denen unsere Partner sich auf das Pilotprojekt eingelassen haben. Die Flexibilität, Aufgeschlossenheit und unkomplizierte, grosse Unterstützung für das Projekt hat uns sehr beeindruckt.

Wir bedanken uns bei folgende Restaurants: Coalmine und Bio Markt Rägeboge in Winterthur, Essen`z und Superbe in Brugg, Rössli in Stäfa, Stadtkeller in Bremgarten, Zunfthaus zur Waag, Vier Linden und Tüfi, in Zürich, Jakob in Rapperswil, Zum Hut und Chabis Chäs in Uster, Traube in Ottikon (ZH).

Sie zauberten unterschiedlichste Menüs und leisteten Kommunikationsunterstützung. Sie alle haben viel dazu beigetragen, dass die Brennessel auf dem Teller kennen gelernt werden konnte. Die Erfahrungen in der Verarbeitung der Brennessel lieferten uns wichtige Erkenntnisse.

Der Bäckerei Scharrenberg in Oetwil am See und Sundaram in Uster liessen sich auf das Experiment mit der Brennessel ein. Für ihre Unterstützung, die guten Gespräche und die feinen Resultate bedanken wir uns sehr.

Einen grossen Dank an die Nudelwerkstatt La Martina, welche uns extra für das Projekt eine eigene “Brenn.essel Serie” gemacht hat. Wunderbare Nudeln, Ravioli und Pesto. Die liebevoll gestalteten Etiketten und die top Organisation für den Verkauf auf dem Markt wussten wir sehr zu schätzen!

Wir bedanken uns herzlich beim Bioladen Öpfelbaum in Uster, welcher uns den Degustationstag ermöglicht hat. Mit Rat und Tat stand uns das herzliche Team bei. Wie auch der Bioladen Bono in Brugg liessen sie sich auf den Verkauf von frischen Brennesseln und Brennessel Produkten ein. Eine Premiere, die für unsere Arbeit wichtig war.

Die beiden Suppenrestaurants Superbe und Chabis Chäs sponserten uns für die Aktionstage jeweils eine wunderbare Suppe, die sie uns direkt auf den Platz brachten. Vielen herzlichen Dank dafür!

Ohne die Bereitschaft der Landwirte, die Handarbeit auf sich zu nehmen und die Brennessel auf den Markt zu bringen, wäre das Projekt nie zustande gekommen. Dafür danken wir Bio Meier in Full, Susi Pfister in Esslingen und den Lieferanten von Pico Bio. Die Brennessel mit auf den Markt zu nehmen, ist ein wichtiger Schritt. Denn auch wenn die Leute vielleicht nicht kaufen, so ist doch das Interesse geweckt. Und irgendwann wagen sie sich vielleicht an die Pflanze.

Susi Pfister hat die Brennessel im Gemüse - Abo der Stadt- Land- Netz Uster mit unserem Flyer mitgegeben. Das ist eine tolle Chance, die Brennessel und unsere Homepage noch bekannter zu

machen. Auf dem Hof von Sonja und Lorenz Kunz durften die Kunden selber gratis Brennesseln schneiden. Danke für dieses schöne Angebot.

Eine wichtige Person war Rebecca Clopath. Mit ihrer Art zu Kochen trifft sie unsere Haltung. Sie kennt all die Wildpflanzen, kocht herrlich damit und hat die Fähigkeit, für andere Köche frisch und auf den Punkt gebracht eine Botschaft zu kommunizieren. Ihr Vortrag an der Fachtagung Swiss Gastro Union war ein Genuss. Dass sie uns dort auch eine Plattform als Verein gegeben hat, war eine tolle Chance.

Claudia Linke stellte uns ihre wunderschönen Fotos von R. Clopath und der Brennessel gratis zu Verfügung.

Zu Projektbeginn kam ganz neu das Buch *“Brennessel Rezepte für Vitalität, Schönheit und Genuss“* auf den Markt. Das Buch war wie für uns gemacht. Es beinhaltet alle wichtigen Informationen zu Brennessel. Inhaltsstoffe, Tipps zur Verarbeitung und viele spannende Rezepte. Wir durften Rezepte und Fotos vom Hans-Nietzsche-Verlag verwenden und Gabriele Leonie Bräutigam sandte uns noch weitere Rezepte und Bilder. Für die guten Gespräche und die Unterstützung möchten wir uns herzlich bedanken.

Die Buchhandlung Doppelpunkt in Uster und Orell Füssli in Brugg, wie auch die Stadtbibliothek Brugg stellten Bücher zum Thema aus. Die Bücher, welche wir aussuchen durften, sind wichtige Informationsquellen für Interessierte.

Speziellen Dank der IMS AG. Diese übernahm grosszügig den Druck der Werbematerialien.

Ganz grossen Dank an Astrid Baldinger Fuchs, die Layouts professionell mit grosser Ausdauer zu allen unmöglichen Zeitpunkten noch druckreif erstellte.

Susanne Seiler hielt für uns den Marktauftritt in Brugg mit sehr schönen Fotos fest. Herzlichen Dank.

Anhang

Statuten

Verein Brennpunkt Brennnessel

Art. 1 Name und Sitz

Unter dem Namen „Brennpunkt Brennnessel“ besteht ein Verein im Sinne von Art. 60 ff. ZGB mit Sitz in Oetwil am See. Er ist politisch und konfessionell unabhängig.

Art. 2 Ziel und Zweck

Der Verein „Brennpunkt Brennnessel“ bezweckt die Förderung der Brennnessel als hochwertige, natürliche, einheimische und ökologisch wertvolle Ressource (Pflanze) und deren Nutzen als Nahrungsmittel.

Der Verein verfolgt keine kommerziellen Zwecke und erstrebt keinen Gewinn. Die Organe sind ehrenamtlich tätig.

Art. 3 Mittel

Zur Verfolgung des Vereinszweckes bestehen die finanziellen Mittel des Vereins aus:

- a) Beiträgen der Mitglieder;
- b) Erträgen des Vereinsvermögens;
- c) Erträgen von Sammlungen und Aktionen;
- d) Zuwendungen der privaten und öffentlichen Hand;
- e) Erträgen von Dienstleistungen oder aus Leistungsvereinbarungen.

Die Mitgliederbeiträge werden jährlich durch die Generalversammlung festgesetzt. Aktivmitglieder bezahlen einen höheren Beitrag als Passivmitglieder. Ehrenmitglieder und amtierende Vorstandsmitglieder können durch qualifizierten Beschluss der Generalversammlung für ein Jahr vom Beitrag befreit werden.

Das Geschäftsjahr entspricht dem Kalenderjahr. Das erste Geschäftsjahr beginnt mit der Vereinsgründung am 16. November 2016 und endet am 31. Dezember 2017.

Art. 4 Mitgliedschaft

Mitglieder können natürliche und juristische Personen werden, die den Vereinszweck unterstützen.

Aktivmitglieder mit Stimmrecht sind natürliche Personen, welche die Angebote des Vereins durch ihre Tätigkeit unterstützen.

Passivmitglieder können natürliche oder juristische Personen sein, welche den Verein ideell und finanziell unterstützen. Sie besitzen kein Stimmrecht.

Personen, die sich in besonderem Masse für den Verein eingesetzt haben, kann auf Vorschlag des Vorstands durch die Generalversammlung die Ehrenmitgliedschaft verliehen werden.

Gönner bezahlen einen Jahresbeitrag, der mindestens dem der Aktivmitglieder entspricht.

Aufnahmegesuche sind an den Vorstand zu richten; über die Aufnahme entscheidet der Vorstand.

Art. 5 Erlöschen der Mitgliedschaft

Die Mitgliedschaft erlischt

- bei natürlichen Personen durch Austritt, Ausschluss oder Tod.
- bei juristischen Personen durch Austritt, Ausschluss oder Auflösung der juristischen Person.

Art. 6 Austritt und Ausschluss

Ein Vereinsaustritt ist Ende Jahr möglich. Das Austrittsschreiben muss mindestens 8 Wochen vor der ordentlichen Generalversammlung schriftlich an den Vorstand gerichtet werden. Für das angebrochene Jahr ist der volle Mitgliederbeitrag zu bezahlen.

Ein Mitglied kann jederzeit wegen Gründe, z.B. Verletzung der Statuten, Verstösse gegen die Ziele des Vereins, etc. aus dem Verein ausgeschlossen werden.

Der Vorstand fällt den Ausschlussentscheid; das Mitglied kann den Ausschlussentscheid an die Generalversammlung weiterziehen.

Bleibt ein Mitglied trotz Mahnung den Mitgliederbeitrag schuldig, kann es vom Vorstand automatisch ausgeschlossen werden.

Art. 7 Organe des Vereins

Die Organe des Vereins sind:

- a) die Generalversammlung
- b) der Vorstand
- c) die Revisionsstelle

Art. 8 Die Generalversammlung

Das oberste Organ des Vereins ist die Generalversammlung. Eine ordentliche Generalversammlung findet jährlich zwischen Februar und März statt.

Zur Generalversammlung werden die Mitglieder mindestens 10 Tage im Voraus schriftlich unter Angabe der Traktanden eingeladen. Einladungen per E-Mail sind gültig.

Traktandierungsanträge zuhanden der Generalversammlung sind bis spätestens 15 Tage im Voraus schriftlich an den Vorstand zu richten.

Der Vorstand oder 1/3 der Mitglieder können jederzeit die Einberufung einer ausserordentlichen Generalversammlung unter Angaben des Zwecks verlangen. Die Versammlung hat spätestens vier Wochen nach Eingang des Begehrens zu erfolgen.

Die Generalversammlung hat folgende unentziehbare Aufgaben und Kompetenzen:

- a) Genehmigung des Protokolls der letzten Generalversammlung
- b) Genehmigung des Jahresberichts des Vorstandes
- c) Entgegennahme des Revisionsberichts und Genehmigung der Jahresrechnung
- d) Entlastung des Vorstandes
- e) Wahl des Präsidenten/der Präsidentin und des übrigen Vorstandes sowie der Kontrollstelle
- f) Festsetzung der Mitgliederbeiträge
- g) Kenntnisnahme des Jahresbudgets
- h) Kenntnisnahme des Tätigkeitsprogramms
- i) Beschlussfassung über weitere von den Mitgliedern oder dem Vorstand eingebrachte Geschäfte
- j) Änderung der Statuten
- k) Entscheid über Ausschlüsse von Mitgliedern

- l) Beschlussfassung über die Auflösung des Vereins und die Verwendung des Liquidationserlöses

Jede ordnungsgemäss einberufene Generalversammlung ist beschlussfähig, sofern mehr als die Hälfte der Mitglieder teilnehmen.

Die Mitglieder fassen die Beschlüsse mit dem absoluten Mehr der anwesenden Stimmberechtigten. D.h. Ein Antrag benötigt eine Stimme mehr als die Hälfte der anwesenden gültigen Stimmen.

Spezielle Geschäfte (Statutenänderungen, Auflösung) benötigen ein qualifiziertes Mehr einer Zweidrittelmehrheit.

Über die gefassten Beschlüsse ist zumindest ein Beschlussprotokoll abzufassen.

Art. 9 Der Vorstand

Der Vorstand besteht aus mindestens 3 Personen.

Die Amtszeit beträgt ein Jahr. Wiederwahl ist möglich.

Der Vorstand führt die laufenden Geschäfte und vertritt den Verein nach aussen.

Er kann hierzu:

- Reglemente erlassen,
- Arbeitsgruppen (Fachgruppen) einsetzen oder
- für die Erreichung der Vereinsziele Personen gegen eine angemessene Entschädigung beauftragen.

Der Vorstand verfügt über alle Kompetenzen, die nicht von Gesetzes wegen oder gemäss dieser Statuten einem anderen Organ übertragen sind.

Der Vorstand konstituiert sich mit Ausnahme des Präsidiums selber. Er kann seine Aufgaben in folgende Bereiche aufteilen: Vizepräsidium, Finanzen, Aktuariat.

Der Vorstand versammelt sich, sooft es die Geschäfte verlangen. Jedes Vorstandsmitglied kann unter Angabe der Gründe die Einberufung einer Sitzung verlangen.

Sofern kein Vorstandsmitglied mündliche Beratung verlangt, ist die Beschlussfassung auf dem Zirkularweg (auch E-Mail) gültig.

Der Vorstand ist grundsätzlich ehrenamtlich tätig, er hat Anrecht auf Vergütung der effektiven Auslagen.

Art. 10 Die Revisionsstelle

Die Generalversammlung kann zwei Rechnungsrevisoren oder eine juristische Person einsetzen, welche die Buchführung prüfen. Die Revisionsstelle erstattet dem Vorstand zuhanden der Generalversammlung Bericht und Antrag.

Die Amtszeit beträgt ein Jahr. Wiederwahl ist möglich.

Mit Beschluss der Generalversammlung vom 16. November 2016 wird auf die Wahl einer Revisionsstelle verzichtet.

Art. 11 Zeichnungsberechtigung

Der Vorstand regelt die Zeichnungsberechtigung zu zweien.

Art. 12 Haftung

Für die Schulden des Vereins haftet nur das Vereinsvermögen. Eine persönliche Haftung der Mitglieder ist ausgeschlossen. Die Mitglieder haben keine Nachschusspflicht.

Art. 13 Auflösung des Vereins

Die Auflösung des Vereins kann durch Beschluss einer ordentlichen oder ausserordentlichen Generalversammlung beschlossen und mit dem Stimmenmehr einer 2/3 Mehrheit der Mitglieder aufgelöst werden.

Eine Fusion kann nur mit einer anderen wegen Gemeinnützigkeit oder öffentlichen Zwecks von der Steuerpflicht befreiten juristischen Person mit Sitz in der Schweiz erfolgen. Im Falle einer Auflösung werden Gewinn und Kapital einer anderen wegen Gemeinnützigkeit oder öffentlichen Zwecks steuerbefreiten juristischen Person mit Sitz in der Schweiz zugewendet.

Die Verteilung des Vereinsvermögens unter die Mitglieder ist ausgeschlossen.

Diese Regelung ist unwiderruflich.

Art. 14 Inkrafttreten

Diese Statuten wurden an der Gründungsversammlung vom 16. November 2016 angenommen und sind mit diesem Datum in Kraft getreten.

Datum, Ort

16. 11. 2016, Zürich

Die Präsidentin:



Der Protokollführer:



Gründungsprotokoll

Protokoll

der Gründungs-Generalversammlung des Vereins „Brennpunkt Brennessel“, mit Sitz in Oetwil am See.

Datum und Zeit: 16. November 2016, 15.00 bis 16.00 Uhr
 Ort: Restaurant Atrio
 Hauptbahnhof Zürich
 Anwesend: 3 (drei) Vereinsmitglieder
 Vertreten: 3 (drei) Vereinsmitglieder
 Vorsitz: Doris Abt
 Protokoll: Martin Hofer

Traktanden: 1. Gründung und Zweckbestimmung des Vereins
 2. Bestimmung des Vorstandes
 3. Bestimmung des Mitgliederbeitrages

1. Gründung und Zweckbestimmung des Vereins

Die Generalversammlung beschliesst, mit dem Namen „Brennpunkt Brennessel“ mit statutarischen Sitz in Oetwil am See einen Verein zu gründen.

An der Gründungsversammlung anwesend sind alle drei Mitglieder der Projektgruppe des Abschlussprojekts des WWF Lehrgang Umweltberatung und -kommunikation 2016/17.

Der Verein bezweckt gemäss Art. 2 der Statuten die Förderung der Brennessel als hochwertige, natürliche, einheimische und ökologisch wertvolle Ressource (Pflanze) und deren Nutzen als Nahrungsmittel.

Die beiliegenden Statuten werden einstimmig durch die Versammlung genehmigt.

2. Bestimmung des Vorstandes

Die Versammlung wählt einstimmig gemäss Art. 9 der Statuten Frau Doris Abt zur Präsidentin des Vereins.

3. Bestimmung des Mitgliederbeitrages gemäss Art. 3 der Statuten

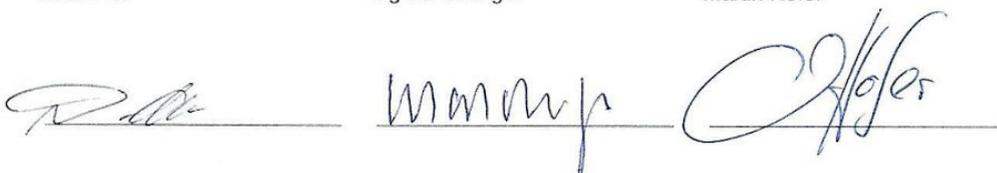
Die anwesenden Mitglieder sprechen sich einstimmig für die erstmalige Einlage pro Mitglied von CHF 100.- (Franken ein hundert null null). Darüber hinaus wird der Mitgliederbeitrag für Passivmitglieder auf CHF 50.- (Franken fünfzig null null) und für juristische Personen auf CHF 100.- (Franken ein hundert null null) festgelegt.

Datum, Ort 16.11.2016

Doris Abt

Ingrid Baldinger

Martin Hofer



Team-Vereinbarungen

Verein Brennpunkt Brennessel,

Aktualisiert 26.3.2017

Doris Abt, Ingrid Baldinger, Martin Hofer

- Wir verteilen laufend die Arbeiten. Ist es jemandem nicht möglich die vereinbarten Termine einzuhalten, werden die Anderen frühzeitig Informiert.
- E- mail und Telefonate beantworten wir innerhalb von zwei Tagen.
- Es ist uns wichtig, dass alle drei die gleichen Informationen bekommen.
- Feedbacks geben wir direkt der betroffenen Person. Konstruktiv und respektvoll. Die Kommunikation läuft nicht über dritte. "Tratsch" hat in unserem Verein nichts verloren.
- Wir sind alle für den Abschlussbericht und die Schlusspräsentation verantwortlich.
- Unser erstes Ziel ist es, für Sanu eine gute Diplomarbeit abzugeben. Damit wir glaubwürdig sind, muss so gearbeitet werden, dass der Verein auch nach dem Diplom gut weiterarbeiten kann.
- Wir unterstützen uns gegenseitig.
- Es geht uns in erster Linie um die Sache. (Die Brennessel :-)

Zeitplan

Aufgaben	2017																				
	Januar				Februar				März					April				Mai			
	KW 1	KW 2	KW 3	KW 4	KW 5	KW 6	KW 7	KW 8	KW 9	KW 10	KW 11	KW 12	KW 13	KW 14	KW 15	KW 16	KW 17	KW 18	KW 19	KW 20	KW 21
Partnerunternehmen																					
Kontaktaufnahme	■	■	■	■	■	■	■														
Projektpartner Produzent																					
Projektpartner Verarbeiter																					
Bestimmung Projektpartner								■ 1													
Sponsorengesuche																					
Projektpartner Finanzen				■	■	■	■	■ 2													
Vereinbarungen mit Partner																					
Sponsorengesuche																					
Kommunikation																					
Grafik (Logo, Layout, Flyers)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■ 3											
Webseite				■	■	■	■	■	■ 4												
Medienarbeit					■	■	■				■	■	■	■ 5							
Einladung Medien										■	■										
Aktionstage												■	■ 6								
Evaluation Partner 1													■	■ 7							
Projektabschluss																					
Präsentation					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■ 8					

- | | |
|-------------------------------------|--------------------|
| 1. Bestimmung Projektpartner | 28. Februar 2017 |
| 2. Finanzierung gesichert | 28. Februar 2017 |
| 3. Informationsmaterialien gedruckt | 15. März 2017 |
| 4. Webseite Online | 15. März 2017 |
| 5. Medienarbeit abgeschlossen | 10. April 2017 |
| 6. Evaluation Projektpartner | 15. April 2017 |
| 7. Projektabschluss | 21./22. April 2017 |

Beispiele der Rückmeldungen von Partnern



Winterthur: Die Brennnessel-Wochen starteten am 27. März in Winterthur. Die beiden Restaurants Coalmine und Biomarkt Rägeboge waren schnell für das Thema “Brennnesseln” zu begeistern. Beide handelten autonom und selbständig und sehr unterschiedlich. Rebecca Sommer von der Coalmine hatte keine Erfahrung mit Brennnesseln. Sie informierte sich im Buch “Brennnessel” von Gabriele L. Bräutigam und veranstaltete mit Bekannten einige Tage vor der Brennnesselwoche ein Testessen. Sie sammelte die Brennnesseln zusammen mit ihrer Familie am Wochenende vor dem Start. 6 x 45 L-Säcke mussten für die ganze Woche reichen. Auf dem Menü standen Gemüsequiche mit Brennnesseln, Brennnessel-Spinat-Quiche und Brennnesselsuppe.

Das Sammeln der Brennnesseln war für sie mit grossem Aufwand verbunden, da diese noch sehr klein waren. Auch der Rüstprozess wurde unterschätzt. Die Aktion kam bei den Gästen gut an. Allerdings hatten die Gäste Mühe, den Geschmack der Brennnessel zuzuordnen.

Brennnesselgerichte kommen bestimmt wieder einmal ins Angebot, jedoch später im Jahr, wenn sie grösser sind.

Der Bioladen Rägeboge, auf der anderen Seite des Bahngleises, war nach interner Abklärung schnell bereit, für eine Woche die Brennnesseln im dazugehörenden Bio-Bistro ins Angebot aufzunehmen.

Der Rägeboge kündigte die Woche auf einer Kreidetafel im Eingang an. Marcel Butty erzählte, dass bereits in der Woche vor dem Start die Leute Brennnesselgerichte nachfragten. Bestellt wurden die Brennnesseln über den Verteiler Pic Bio, was gut klappte, zum Preis von 28 Franken/kg. Das sei preislich etwas hoch aber durchaus in Ordnung für so eine Aktion. Die Nachfrage war recht gross.

Im Vorfeld wurden an beiden Orten grosszügig und gerne Flyer und Agendakarten aufgelegt. Gerade rechtzeitig wurde in der Zeitschrift “OLIV” über die Brennnesselwochen berichtet. Die Zeitschrift wird im Rägeboge kostenlos abgegeben. Die Angebote waren Brennnessel-Feta- und Ricotta-Crêpes, Brennnesselsuppe und Brennnesselgemüsequiches sowie Brennnesselsmoothies.

Brugg: Souperbe: Beliebte Suppenbar mit separatem Suppenladen. Inhaberin Lucie Soland und die Köchin Michelle sind echt ins Thema eingetaucht: In der Woche gab es Brennnessel-Eistee, der sehr begeisterte, verschiedene Brennnesselsuppen, Brennnesselomelette mit Hüttenkäsefüllung und Kartoffelwaffeln mit Brennnesselpesto. Die Kunden machten von den Angeboten regen Gebrauch. Die Flyer waren in den Tischständern präsent und wurden gerne mitgenommen. Im Laden wurden die Samen-Info-Säckchen verkauft.

Essenz: Das Gault-Millau-Restaurant kochte zum ersten Mal mit dieser Pflanze. Auf der Speisekarte hatten sie die Brennnesselwoche speziell gekennzeichnet. Der Brennnessel-Aperitiv ohne Alkohol war sehr beliebt. Das japanische-Onsenei im Brennnesselspiegel war die weitere Attraktion. Es gab mehrere Tischreservierungen wegen diesem Thema.

Alle Partner inkl. Bauern und Händler verlängerten die Aktion um eine Woche bis zu Ostern.

Beispiel eines Landwirts in Brugg

Der Bio-Landwirt Hanspeter Meier, der am Brugger und Badener Markt Brennnesseln verkaufte, belieferte auch die beiden Restaurants. Neue Gesichter am Markt sind immer willkommen. Der Brennnessel-Verkauf an den Markttagen war in Ordnung. Nach einigen Tagen stieg der Verbrauch, weil die Bestellungen aus den Restaurants und dem Bioladen zunahmen. Der Landwirt: "Es war eine sympathische Geschichte".



Bild: Hanspeter Meier von Bio Meier

Beispiel Medienmitteilung und Umsetzung im Artikel

Medienmitteilung

Oetwil am See, 22. März 2017

Von wegen Unkraut

Der Verein Brennpunkt Brennessel bringt die Brennessel auf den gedeckten Tisch. Eine Aktionswoche, an der sich verschiedene Restaurants in der Stadt Zürich und Umgebung beteiligt sind, bietet die Gelegenheit, die unterschätzte Pflanze als wertvolles Wildgemüse zu entdecken. Zugleich dient sie dem Ziel, die Biodiversität zu fördern.

Vom 1. April – 8. April 2017 kann die Brennessel in Restaurants wie das *Zunft*haus zur Waag, *Drei Linden* und *Tüfi* in Zürich, *Essen'z* in Brugg, *Rössli* in Stäfa, *Traube* in Ottikon, *Zum Hut* in Uster oder *Jakob* in Rapperswil in verschiedensten Variationen probiert werden. In einem ersten Projekt bringt der Verein Brennpunkt Brennessel Produzenten, Gastronomen und Konsumenten zusammen. Dass die Brennessel nicht nur gesund ist, sondern auch richtig gut schmeckt, davon kann man sich selber überzeugen.

Lokaler Superfood

Die Pflanze ist überdurchschnittlich reich an Proteinen, Vitaminen und Mineralien. Die frischen Blätter enthalten in vergleichbaren Mengen fünfmal mehr Kalzium als Milch, sechsmal mehr Vitamin C als die Orange und doppelt so viel Eisen wie Spinat. Sie ist, verglichen mit Soja, um einiges reicher an Eiweiss (2-9 Prozent in der frischen Pflanze, 40 Prozent in der Trockensubstanz). Weiter enthält sie Folsäure, Magnesium, Linolsäure und Antioxidantien. Die Brennesselsamen sind in den Inhaltsstoffen den aus Südamerika eingeflogenen Chia-Samen ebenbürtig.

Wegen der Brennhaare hüten sich viele davor, die Pflanze zu berühren, geschweige denn sie zu essen. Gewappnet mit Handschuhen oder der richtigen Technik, ist das Pflücken ein Leichtes. Bei der Verarbeitung mit Öl, heissem Wasser oder dem Wallen mit dem Nudelholz, brechen die Brennhärchen ab und brennen nicht mehr.

Die Brennesselblätter entfalten ihren herb-aromatischen Geschmack frisch am besten in Salaten, gebacken in einer Quiche, gekocht in Suppen oder auch als Pesto-Sauce für Pasta. Sogar die Brennesselsamen schmecken frisch oder geröstet mild und nussig. Auf das Butterbrot oder das Müesli gestreut, liefern sie ein wertvolles Frühstück.

Nahrung für Raupen

Für fünfzig heimische Schmetterlingsraupen sind die Brennesselblätter Nahrung. Darüber hinaus ernähren sich zahlreiche Insekten und somit indirekt viele Vögel von ihr. Für vier unserer hiesigen Schmetterlingsarten ist die Brennessel als Futterpflanze gar überlebensnotwendig – darunter für den kleinen Fuchs und das Landkärtchen.

In unseren Gärten ist die Brennessel kein besonders gern gesehener Gast und somit auch kein häufiger mehr. Als Experiment könnte man sie deshalb auch einmal stehen lassen und zum Probieren ein Blättchen für den Smoothie von ihr zupfen. Mähen oder Ausreissen bringt sie unkompliziert wieder zum Verschwinden.

Eine uralte Nutzpflanze wird salonfähig

Seit Jahrtausenden ist die Brennessel ein Begleiter der Menschen. Im Mittelalter wurde sie als Kleidung getragen, als Heilpflanze geschätzt und als Bier und Gemüse genossen. Als Dünger und biologisches Spritzmittel ist sie bis heute beliebt. Von der Wurzel bis zu den Samen kann alles gegessen oder verwendet werden. Zeit, dass sie den Weg zurück auf den Teller findet!

Details zu Ort und Datum der Veranstaltungen sind aktuell auf Website des Vereins www.brennpunkt-breunnessel.ch zu finden. Dort finden Sie ausserdem weitere Informationen und Rezeptideen zum Beispiel von der Köchin Rebecca Clopath. Der Verein Brennpunkt Brennessel wurde vergangenen November von den drei Initiantinnen Doris Abt, Ingrid Baldinger und Martin Hofer ins Leben gerufen. Der Verein dient als Informationsplattform für Landwirte, Produzenten, Gastronomen, Händler und Konsumenten.

Bilder zum Druck stehen zum Download unter <http://brennpunkt-breunnessel.ch/presse.php> bereit.

Bemerkung: Die Medienmitteilung wurde laufend für die Medien differenziert angepasst. Zum Beispiel bei lokalen Zeitungen richteten wir den Fokus stärker auf die Aktivitäten vor Ort, und bei Magazinen auf ihr Zielpublikum.

Umsetzungsbeispiele in veröffentlichten Beiträgen

Beispiel 1

Lokalinfo AG



29.03.2017 ZÜRIBERG

Eine uralte Nutzpflanze wird salonfähig



Von der Wurzel über Stängel und Blätter bis zu den Samen: Die Brennnessel ist rundum essbar. Fotos: zvg.

Ein Verein bringt die Brennnessel auf den gedeckten Tisch: «Dieser Pflanze gehört die Zukunft», ist das Gründer-Trio von Brennpunkt Brennnessel überzeugt.

Doris Abt, Ingrid Baldinger und Martin Hofer, alle beruflich in der Umweltberatung engagiert, möchten die unterschätzte Pflanze als wertvolles Wildgemüse auf dem Markt etablieren. Und damit nicht zuletzt auch einen Beitrag zur Förderung der Biodiversität leisten. Sie haben deshalb im letzten November in Oetwil am See den Verein Brennpunkt Brennnessel gegründet. Er dient als Informations- und Vermittlungsplattform für Landwirte, Produzenten, Gastronomen, Händler und Konsumenten.

Mit Tricks gegen das Brennen

Jetzt, im Frühling spriesst – noch vor dem Bärlauch – bereits die Grosse Brennnessel (*Urtica dioica*) in den hiesigen Wäldern und Gärten. Ihre Saison dauert bis Mitte September. In dieser Zeit lässt sie sich bis viermal ernten. Danach entwickelt sie ihre wertvollen Samenstände. Die ganze Pflanze – Wurzel, Stängel, Blätter, Blüten, Samen – ist essbar.

Der Brennhaare wegen hütet man sich, die Pflanze zu berühren, geschweige denn, sie frisch zu essen. Was viele nicht wissen: Gerüstet mit dicken Handschuhen oder der richtigen Technik geht das Pflücken der oberen drei

Blattstände einfach. Bei der Verarbeitung in Saucen, mit heissem Wasser oder dem einmaligen Wallen mit dem Nudelholz öffnen sich die kleinen Kapseln mit der Brennflüssigkeit am Ende der Härchen – und schon brennt nichts mehr. Frische Brennnesselblätter entfalten ihren herb-aromatischen Geschmack in Salaten, als Beigabe zu Quark, gebacken in einer Quiche, gekocht in Suppen oder auch als Kräuterpaste zu Teigwaren. Die Samen schmecken, leicht geröstet, mild nussig. Einfach aufs Butterbrot oder ins Müesli gestreut, ergeben sie ein hochwertiges Frühstück.

Superfood für Mensch und Tier

Die Pflanze ist reich an Proteinen, Vitaminen und Mineralien. Die frischen Blätter enthalten fünfmal mehr Kalzium als Milch, sechsmal mehr Vitamin C als die Orange und doppelt so viel Eisen wie Spinat. Die Brennnesselsamen sind so reich an Eiweiss wie die aus Südamerika eingeflogenen Chia- Samen und sie enthalten auch doppelt so viel Eiweiss wie Soja. Die Brennnessel wirkt blutreinigend und verdauungsfördernd bei Mensch und Tier, selbst wenn sie getrocknet ist. Die Brennnessel ist aber nicht nur für den Menschen ein Kraftwerk: Rund 50 heimischen Schmetterlingsraupen dient sie als Nahrungsgrundlage. Darüber hinaus ernähren sich zahlreiche Insekten und indirekt Vögel von ihr. Vier einheimische Schmetterlingsarten leben ausschliesslich von der Brennnessel. Dazu gehören der Kleine Fuchs und das Landkärtchen.

Warum nicht auf dem Balkon?

Gefällt ihr ein Standort, gedeiht die Brennnessel ohne Pflege. Noch wächst sie an den Waldrändern. Doch bereits heute ist die *Urtica urens*, die Kleine Brennnessel, eine Rarität. Als Experiment könnte man die bei Gärtnerinnen und Gärtnern oft unerwünschte Pflanze deshalb auch einmal stehen lassen oder sie sogar auf dem Balkon oder der Terrasse ziehen, um sie als kulinarische Delikatesse kennen zu lernen.

Vom Wohlgeschmack der Brennnessel überzeugen können sich Interessierte auch im Rahmen der eben angelaufenen Brennnessel-Wochen, die der Verein zusammen mit Brennnessel-Produzenten und Gastronomen organisiert. Auf der Vereinswebsite finden sich Angaben zu den Veranstaltungen, zur Pflanze und auch Rezeptvorschläge – vom Pesto über grüne Spätzle bis zum Brennnesselbier.

Brennnesselwoche

In Zürich können in der Woche vom 3. bis 8. April Brennnessel-Köstlichkeiten in folgenden Lokalitäten ausprobiert werden: im Restaurant Tüfi (Dufourstrasse), im Imbiss-Café Vier Linden (Hottingerplatz) und im Zunfthaus zur Waage (Münsterhof). (mai.)

Beispiel 2

INTERVIEW

Doris Abt und ihre Liebeserklärung an die Brennnessel

Eine alte Nutzpflanze

«Sie ist überall und wartet...», sagt Doris Abt aus Oetwil am See, «man muss sie nur ernten und nutzen. Doch nur wenige wagen sich an sie heran, weil sie «beisst». Dabei braucht es so wenig, damit man das Wunder «Brennnessel» nutzen kann.»

Jedes Frühjahr aufs Neue wird die Brennnessel mit Handschuhen und Spaten als Unkraut aus dem Garten verbannt. «Wir kaufen uns im Fachhandel sogenannte wertvolle Lebensmittel mit vielen Aminosäuren, Vitaminen, Mineralstoffen und hohen Anteilen an ungesättigten Fettsäuren, wie zum Beispiel Chia-Samen», sagt die zweifache Mutter aus dem Zürcher Oberland, «parallel dazu reissen wir eine so hochwertige einheimische Pflanze aus, und dies nur, weil wir deren Qualitäten nicht kennen und vor allem nicht zu

nutzen wissen. Wer sich aber die Mühe macht, sie zu entdecken wird von ihr fasziniert und vor allem erstaunt sein, was sie alles zu bieten hat.»

Das klingt wie eine Liebeserklärung... Ist es auch irgendwie (lacht). Die Brennnessel ist «schaurig» spannend. Ich habe mich auf sie eingelassen, nun lässt sie mich nicht mehr los.

Warum? Weil diese Pflanze so vielseitig bezüglich ihrer Inhaltsstoffe und ihrer Wirkungsweise ist. Sie ist nicht nur eine geniale Heilpflanze, sie ist Gemüse, Tee, Salat – alles in einem. Sie kann als Düngemittel eingesetzt werden und bei den Tieren als wertvolle stärkende Futterpflanze. Sie ist für mich eine verkannte «Zauberpflanze».

Liebe geht durch den Magen... ... bei der Brennnessel auch.

Wie denn? Die Brennnessel eignet sich zum Garnieren und Dekorieren, als Gewürz und als Gemüse oder Salat zum Essen. Kochen Sie auch mit der Brennnessel Absolut. Ich verwende sie gerne als Gemüse, anstelle oder zusammen mit Spinat. Oder ich gebe Brennnesselsamen ins Essen. Diese sind reich an ungesättigten Fettsäuren. Auch hole ich mir jeweils für den Salat ein paar Blätter frisch aus dem Garten.

Keine Angst, dass Sie sich dann die Zunge verbrennen?



Das Anliegen von Doris Abt ist es, diese geniale Pflanze wieder bekannt zu machen, deshalb hat sie mit Martin Hofer und Ingrid Baldinger den Verein «Brennpunkt Brennnessel» gegründet, eine Informationsdrehscheibe für Handel, Produzenten und Konsumenten.



En Guete mit Brennnesseln!

Grundsätzlich können die Blätter wie Spinat verwendet werden. Als gekochtes Gemüse mit etwas Öl und Salz, frisch im Spätzliteig, in Gratins oder auf der Pizza.

Pesto...

... ist eine weitere einfache Variante, die nahrhafte Pflanze zu verarbeiten. Dies ist auch gut möglich mit den frischen Brennnesselsamen (2 Handvoll Brennnesselsamen mit zwei bis drei Löffeln Olivenöl und Zitronensaft mischen).

Wer Smoothies...

... mag, hat eine grosse Fülle von Möglichkeiten. Sie lässt sich ideal mischen mit Äpfeln, Mango, Kiwi, Bananen... die Inhaltsstoffe bleiben in roher Form sehr gut erhalten.

wird als Delikatesse entdeckt



INTERVIEW

Nein, gar nicht. Man muss nur wissen, wie man die Brennnessel behandelt.

Wie verliert sie ihre «Bissigkeit»?
Durch Öl. Die Blätter kurz mit Speiseöl bepinseln und die Brennhaare verlieren sofort ihre Wirkung. Man kann die Härchen auch mit dem Wallholz brechen: einfach drüber wallen, fertig. Wieder andere legen die Pflanze in ein Tuch und kneten sie sorgfältig durch. Auch getrocknet oder durch das Kochen ver-

liert die Brennnessel ihre «beissende» Wirkung. Und wer sie beim Ernten dennoch zu spüren kriegt, legt einfach ein Blatt Spitzwegerich auf die brennende Stelle – und hat wieder Ruhe.

Und wie ernten Sie die Brennnessel?
Grundsätzlich empfiehlt man, immer nur die obersten drei Blattpaare zu ernten. Diese frischen Triebe sind zugleich auch die zartesten. Nie zu tief schneiden, auch eine Brennnesselpflanze kann vernichtet werden, und zwar schneller als man denkt.

Brennnesseln gelten als wucherndes Unkraut?

Das ist falsch! Die Brennnessel ist sehr zart und rasch von ihrem Standort vertrieben. Ein paar Mal kräftig ausreissen oder mit dem Rasenmäher darüberfahren... und die Brennnesseln sind weg. Sie ist weitaus «schwächer» als manches Gras. Man kann sie nicht einfach irgendwo anpflanzen. Sie liest sich ihren Platz selber aus. Wer sie im Garten hat, sollte sich dankbar zeigen und sie mit Sorgfalt ernten. Die Brennnessel ist ein so vielseitiges Kraut für Mensch und Tier, prallvoll mit gesunden Nährstoffen, viel Eiweiss, Vitaminen, konzentrierten Mineralstoffen wie Eisen, Kalium, Kalzium und Antioxidantien.

Und das nutzen Sie?

Als mein Sohn drei Jahre alt war, litt er unter starkem Eisenmangel. Er ging oft ganz allein mit einem Körbli in den Garten und erntete die Brennnesseln. Dann haben wir sie in den Salat geschnitten, gekocht, als Tee aufgebriht oder die Brennnesselsamen über ein Butterbrot

Gesundheit

Die Brennnessel ist nicht nur aromatisch überzeugend, sie ist auch gesund. Reich an Eiweiss, Vitaminen und Mineralien enthält sie fünf Mal mehr Calcium als Milch, sechs Mal mehr Vitamin C als Orangen und doppelt so viel Eisen wie Spinat. Die Samen sind so reich an wertvollen Inhaltsstoffen wie Leinsamen oder die aus Südamerika importierten Chia-Samen. Wenn es so etwas wie Power-Food gibt, gehört die Brennnessel definitiv in diese Kategorie.

gestreut und zum Zvieri gegessen. Intuitiv spürte er, dass diese Pflanze ihm gut tat; er verlangte geradezu danach. Sein Eisenmangelanämie ist heute Vergangenheit, aber er isst heute noch sehr gerne Brennnesseln, verlangt jedoch nicht mehr aktiv danach.

Mag er auch Gemüse?

Also Spinat isst er gar nicht!

Warum ist diese Wildpflanze so in Vergessenheit geraten?

Bis zum zweiten Weltkrieg wurde die Pflanze hierzulande noch sehr aktiv genutzt. Als Kraut, als Dünger, als Faserpflanze, als Heilpflanze und als Gemüse. Dann kamen die Jahre des Aufschwungs und im Handel gab es eine Fülle von anderen Produkten. Und weil die Brennnessel damals in Verruf stand, ein Arme-Leute-Essen zu sein, wurde ihr einfach keine Beachtung mehr geschenkt.

Lotty Wohlwend



Beispiel 3

AARGAUER ZEITUNG
MONTAG, 27. MÄRZ 2017

BRUGG-WINDISCH 21



Ingrid Baldinger vom Verein Brennpunkt Brennnessel zaubert in ihrer Küche leckere Speisen aus Brennnesseln.



Ein Brennnesselpesto lässt sich schnell und einfach machen. Es werden 70 Gramm frische Brennnesseln benötigt. Zuerst muss man mit dem Wallholz über die Pflanzen fahren, dann die Blätter von unten her abzupfen.



In einem zweiten Schritt müssen die Brennnesselblätter zerkleinert werden. Am einfachsten geht das mit einem Wiegemesser.



Zu den Brennnesselblättern werden anschließend fünf Esslöffel Rapsöl hinzugefügt, um eine geschmeidige Konsistenz hinzubekommen.



Um die nötige Würze zu erreichen, werden ein bis zwei Prisen Salz und etwas Pfeffer beigeigt.



Das fertige Pesto kann auf Toast oder auch zu Teigwaren serviert werden. Mehr Rezepte auf www.brennpunktbrennnessel.ch.

Die Brennnessel, das vergessene Multitalent

Schinznach Ein Verein will den Ruf der Brennnessel aufpolieren

VON DESIRÉE OTTIGER (TEXT) UND FABIO BARANZINI (FOTOS)

Was andere als Unkraut betiteln würden, nennt Ingrid Baldinger eine «Hammerpflanze» – die Rede ist von der *Urtica dioica*, der Brennnessel. Bei vielen Leuten ruft die Brennnessel negative Assoziationen hervor, tut die Pflanze doch manchmal höllisch weh. Aber das ist nur die halbe Wahrheit. Passt man die Pflanze richtig an, schmerzt sie kein bisschen. «Wichtig ist es, die Pflanze nicht von oben her zu berühren, denn dort sind die Härchen, die den Schmerz verursachen», sagt Ingrid Baldinger. «Wenn man das Blatt von unten her abstreift, ist es kein Problem.» In ihrer Küche liegt ein Büschel frisch gepflückter Brennnesseln. Sie nimmt ein Blatt, rollt es zwischen ihren Fingern, ist es und erklärt: «Sobald die Härchen umgeknickt sind, brennen sie nicht mehr.» Und wie würde sie den Geschmack einer Brennnessel beschreiben? «Wenn sie frisch ist, schmeckt sie nussig, Brennnesseln sind geschmacklich nah am Nüssliessalat.» Sämtliche Teile der Brennnessel sind zum Verzehr geeignet. Aus den Blättern kann man dutzende Gerichte zubereiten: von Omeletten über Suppen und Soufflés bis hin zu Pesto. Baldingers persönlicher Brennnessel-Liebling ist der Aperitif, bei dem die Brennnesseln mit Süsstmost püriert und danach durch ein Sieb gepresst werden.

Brennnessel ist ein Superfood
Avocado, Granatapfel und Matcha sind die Superfoods der Stunde. Laut Ingrid Baldinger ist auch die Brennnessel ein sogenanntes Superfood: «In frischen Brennnesseln hat es sechs Mal mehr Vitamine als in Orangen und fünf Mal mehr Kalzium als in der Milch.» Auch die Samen der Pflanze sind überaus gesund, sie beinhalten viel Eiweiss und können als Fleischersatz genutzt werden. Baldinger sagt: «In Südamerika werden so viele Chia-Samen fürs Ausland angebaut, weil das Geschäft damit floriert. Dadurch wird der Platz, um Gemüse für den Eigenbedarf anzu-

bauen, bedrängt. Das muss nicht sein, weil unsere Brennnesseln genau das gleiche können wie Chia-Samen.» Neben der Tatsache, dass die Brennnessel ein Superfood ist, hat sie noch weitere Qualitäten. Als Heilpflanze sagt man ihr eine blutreinigende Wirkung nach. Als Färbepflanze kann sie gebraucht werden, um Wolle zu tönen. Je nach weiteren Zutaten ist das Resultat wachsgelb oder graugrün. Zudem kann die Brennnessel als Dünger und Pflanzenschutzmittel eingesetzt werden. «Würde jeder Bauer mit seinen Brennnesseln Dünger herstellen, könnte er oft auf industrielle Bodenhilfsprodukte verzichten», erklärt Ingrid Baldinger. Trotz all dieser Qualitäten geriet die

«Brennnesseln sind wie die Nachbarn: Man sieht sie immer, aber kennt sie nicht.»

Ingrid Baldinger, Vorstandsmitglied vom Verein Brennpunkt Brennnessel

Brennnessel mit der Zeit in Vergessenheit, wobei Baldinger mit einem Lachen anmerkt: «Das ist ihr wohl ein Stück weit auch selber zuzuschreiben.»

Erster Verein gegründet

«Die Brennnessel kann so viel und kaum jemand weiss das», sagt Ingrid Baldinger. Und genau deshalb hat sie im vergangenen November zusammen mit Doris Abt und Martin Hofer den Verein Brennpunkt Brennnessel gegründet. Damit hat die Schweiz nun ihren ersten Brennnesselverein. Ziel der drei Initianten ist es, das Image der preiswerten, lokalen Pflanze zu verbessern und aufzuzeigen, was die Brennnessel alles kann. Ingrid Baldinger sagt: «Warum nicht etwas, das man nicht kennt, kennenlernen? Die Brennnesseln sind wie die Nachbarn, man sieht sie immer, aber kennt sie trotzdem nicht und wenn man sie dann kennen lernt, merkt man, dass sie etwas ganz Wertvolles sind.»

Im Verein kann Jeder mitmachen. Ziel ist es, dass die Mitglieder schweizweit Brennnessel-Rezepte und Informa-

tionen zur Pflanze austauschen und vom Netzwerk profitieren können. Auch soll darauf aufmerksam gemacht werden, die Brennnessel nicht wie Unkraut zu behandeln. Oft werden grosse Brennnesselflächen ohne Rücksicht niedergemäht. Damit wird nicht nur eine nützliche Pflanze, sondern auch wertvoller Lebensraum zerstört. Vier einheimische Tagfalter ernähren sich ausschliesslich von der Brennnessel. Ingrid Baldinger ist der Meinung, dass man der Natur wieder mehr Platz geben muss und auch das Wilde als schön empfinden darf. Sie, die ein Büro für Bauleitung und Kostenplanung hat, achtet auch im Beruf darauf, dass ökologische Anliegen umgesetzt werden.

Aktionswoche wird gestartet

Die Brennnessel soll in einem ersten Schritt vor allem durchs Essen bekannt gemacht werden. Deshalb nimmt der Verein auch eine Vermittlerrolle zwischen Bauern und Gastronomen ein. Die Bauern werden dazu motiviert, Brennnesseln anzubieten, und den Gastronomen wird die Brennnessel als Produkt vorgeschlagen, in der Hoffnung, dass sie die Gäste davon überzeugen. Bereits konnten erste Kontakte geknüpft werden und einige Gastronomen sind schon mit an Bord.

Gerade jetzt vermag die Pflanze zu begeistern, weil sie im Frühling spriest und als Nutzpflanze dennoch eher unbekannt ist. Dies soll sich insbesondere mit der Brennnessel-Woche, die in den Kantonen Aargau und Zürich stattfindet, ändern. Die Aktionswoche startet am 31. März mit dem Wochenmarkt in Brugg. Dort gibt es Brennnesseln zu kaufen und der Verein Brennpunkt Brennnessel wird mit einem Info-Stand vor Ort sein. Während der ganzen Woche, bis zum 8. April, wird es im Restaurant Essen'z und in der Suppenbar soupebe Gerichte mit Brennnesseln geben, und im Bioladen Buono ist die Pflanze erhältlich. Auch in Baden wird die Pflanze in der Aktions-Woche auf dem Markt angeboten, und in Bremgarten hat das Restaurant Stadtkeller für die Aktionswoche zugesagt.

Beispiele für Partnerrückmeldungen

Fragebogen

Ihre Meinung ist uns wichtig. Danke dass Sie uns die untenstehenden Fragen beantworten.
Wunschtermin: 10. April 2017

Betrieb Name:

Coalmine Café

1. Wie einfach war das Organisieren der frischen Pflanzen?

- Komplex
- Normal *Nach langer Suche :-)*
- Einfach

2. Wo haben Sie das Produkt bezogen?

An der Thür selber gesammelt

3. Wie war die Qualität der Brennesseln?

Gut aber noch sehr klein

4. Wie war die Verarbeitung der Brennesseln für Sie?

- Komplex
- Normal
- Einfach

5. Wie war die Rückmeldung der Kunden auf das Brennesselangebot?

Gut, aber der Geschmack der Brennessel kommt einige nicht zuordnen.

6. Wie hoch war der Aufklärungsbedarf bei den Kunden?

- Hoch
- Normal
- Tief

BRENN.NESSEL

7. Werden Sie die Brennessel weiter im langfristigen Angebot behalten?

- Ja, auf jeden Fall
- Weiss noch nicht
- Eher nein

8. Wie beurteilen Sie unsere Vernetzungsdienstleistung?

9. Wie wichtig ist es für Sie, dass das Projekt weitergeführt wird?

Wir werden bestimmt wieder einmal eine Brennessel Quelle machen aber erst wenn die Brennessel besser im Kommen (wachsen) ist.

10. Haben Sie noch etwas weiteres das Sie anmerken möchten?

Für Rückfragen:

Name: Sommer Rebecca

Telefon: 078' 656' 15' 81 E-Mail: rebecca.sommer@gmx.ch

Vielen Dank!

Das Brennpunkt Brennessel-Team

Stickstoffanalyse der Brennessel

Stickstoffbestimmung in Brennesseln

Bezeichnung	Probenort	Stickstoff [g /100g]	Protein [g /100g]
HP	Das Land wird für Gemüseanbau genutzt. Die Brennesseln wachsen da auf Brachstreifen, zwischen den Tunnels.	0.87	5.41
TG	Das Land wird gelegentlich als Auslaufläche für Hühner und Kühe genutzt.	1.05	6.57
SZ	Das Land ist gesetzl. Grünabstandwildstreifen zwischen Bach und landwirtschaftlicher Anbaufläche.	0.83	5.21

Aus Souci (Lebensmittel Nährwert-Tabellen): 1.18g/100g Stickstoff
 7.37g/100g Protein

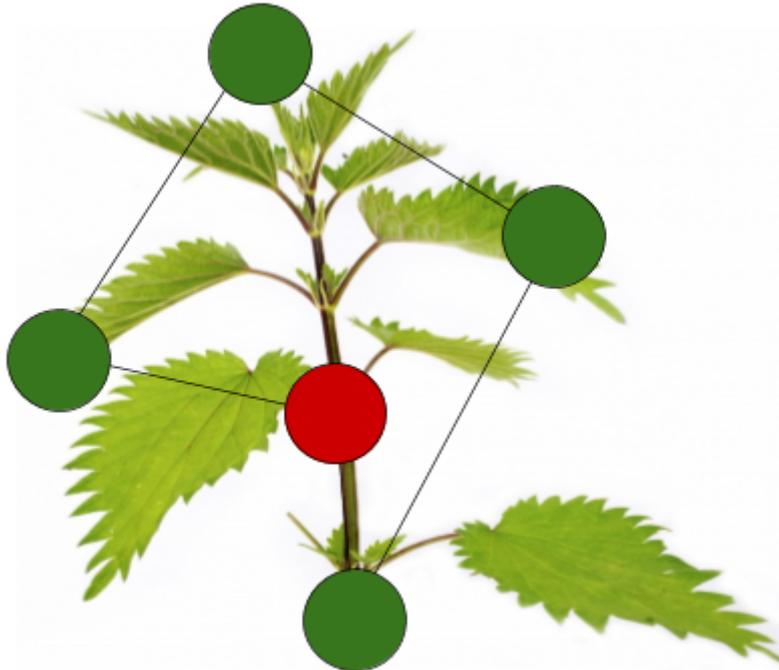
Fazit / ao: Die Brennessel die auf der Auslaufläche von Hühner und Kühen gewachsen ist enthält deutlich mehr Stickstoff wie die beiden anderen Proben.

Mail / ao: Aus dem Stickstoffgehalt kann man keinen Bezug auf das Nitrat fällen.
 Ergänzung / ib: Stickstoff besteht aus Amonium und Nitrat

Präzisierung Telefon vom 30.03.2017 Labor / Hr. Schmid mit ib
 alle Proben enthalten Werte unter der erwähnten Lebensmitteltabelle
 sie sind damit also alle bedenkenlos konsumierbar
 der Proteingehalt, gibt den pflanzlichen Eiweissgehalt an
 hohe Werte sind hier für die gesunde Ernährung gerne gesehen
 (Stärkung Immunsystem, Muskelaufbau)

Verwendung ! Das Labor hat diese Proben und Aussagen in Form einer Lehrlingsarbeit unterstützt.
 Die namentliche Nennung ist nicht erwünscht.
 Damit ist das Labor ist ein Sponsor ohne namentliche Erwähnung.
 Aussagen wie, die Proben wurden durch ein qualifiziertes Labor erstellt, sind i.O.

Bemerkung: Telefonat und Ergänzungen ib / Ingrid Baldinger



Manchmal ist es klug, sich in die Nesseln zu setzen.

Wir haben es versucht - und es hat sich gelohnt!