

Niederlande zeigen Pop-up-Museum auf der Grünen Woche

Jede der zwölf Provinzen präsentiert für „Land of Future Food“ ein einzigartiges Lebensmittel-Produkt

PRESSEMITTEILUNG, 19. Januar 2024.

Die Internationale Grüne Woche (IGW) gilt als zentraler Treffpunkt der internationalen Agrar- und Ernährungswirtschaft. In diesem Jahr wird ein besonderes Highlight die Aufmerksamkeit auf sich ziehen: das Pop-up-Museum *Land of Future Food* der zwölf niederländischen Provinzen. Dabei handelt es sich um eine Zusammenarbeit des Niederländischen Ministeriums für Landwirtschaft, Natur und Lebensmittelqualität (LNV), allen zwölf Provinzen und dem Niederländischen Büro für Tourismus & Conventions (NBTC). In Glasvitrinen stellt jede Provinz ein ausgesuchtes Lebensmittel aus, das typisch für die jeweilige Region ist. Alle Produkte stammen aus biologischem Anbau und stehen für die *Lebensmittelsysteme der Zukunft*, die auch nachkommenden Generationen eine gesunde, nachhaltige Ernährung gewährleisten sollen. Damit möchten die Niederlande auf die zunehmende Bedeutung regionaler Lebensmittelprodukte aufmerksam machen, die Teil des sogenannten *Agrotourismus* sind.

Der Agrotourismus hat sich in den Niederlanden zu einer beliebten Form des Tourismus entwickelt, der Besucher:innen die Möglichkeit bietet, das ländliche Leben und die landwirtschaftliche Kultur des Landes aktiv zu erleben. So bieten viele Bauernhöfe in den Niederlanden Unterkünfte für Urlauber:innen an. Dies reicht von Camping auf dem Hof über gemütliche Bed & Breakfasts bis zu luxuriösen Landhotels. Touristen haben die Gelegenheit, inmitten von Feldern, Weiden und typisch niederländischem Landleben zu übernachten und aktiv an landwirtschaftlichen Aktivitäten teilnehmen. Dazu gehört etwa, bei der Ernte zu helfen und Tiere zu füttern. „Agrotourist:innen“ können aber auch Fahrradtouren durch malerische Dörfer, grüne Felder und entlang von Flüssen unternehmen, um die ländliche Umgebung zu erkunden. Aus einer repräsentativen Umfrage des NBTC unter rund 1.000 Befragten von November 2023 zeigt sich, dass 82 Prozent aller Deutschen Interesse daran haben, demnächst einen Landurlaub in den Niederlanden zu verbringen. Zudem ergab die Umfrage, dass das Probieren und Erwerben von regionalen Lebensmittelprodukten dabei eine favorisierte Aktivität ist.

Mit dem Museum *Land of Future Food* für innovative, regionale Produkte beteiligen sich die Niederlande am Vormarsch des Agrotourismus, der der Nachfrage der Verbraucher:innen nach authentischen, gesunden und nachhaltigen Lebensmitteln Rechnung trägt. Dies bietet auch lokalen Landwirt:innen und Lebensmittelproduzent:innen die Chance auf zusätzliches Einkommen und sorgt für kurze, nachhaltige Lieferketten. Zudem stärkt es den Kontakt zwischen Bäuerinnen und Bauern auf der einen und Konsument:innen auf der anderen Seite, die ein wachsendes Bewusstsein für die Herkunft ihrer Lebensmittel haben und Landschaft und Natur wieder stärker zu schätzen wissen. Um eine nachhaltige Entwicklung zu erreichen, ist aus Sicht der Niederlande eine bereichsübergreifende Zusammenarbeit auf regionaler und nationaler Ebene der Schlüssel. „Die IGW bietet eine hervorragende Plattform, um die Aufmerksamkeit darauf zu lenken. Die Bedeutung des Agrotourismus für die Vitalität des ländlichen Raums und die Unterstützung landwirtschaftlicher Herausforderungen

1

steht im Mittelpunkt der Präsentation. Das NBTC setzt sich aktiv ein für die weitere Entwicklung und Förderung des ländlichen Raums in den Niederlanden im Allgemeinen und des Agrotourismus im Besonderen“, sagt Anouk van Eekelen, Leiterin des Bereichs „Destination Development“ des NBTC.

Höhepunkte des Museums

Alle zwölf Provinzen sind mit einem einzigartigen Lebensmittel-Exponat vertreten, das typisch ist für die Region. Aus allen zwölf Beiträgen setzt sich das Museum für innovative regionale Produkte zusammen. Das Angebot reicht von Nedersoja-Joghurt aus Overijssel, Kiwi-Marmelade aus Utrecht, FlevoFeldbohnen aus Flevoland und Lupinen-Bohnen aus Gelderland über Kartoffel-Frietjes aus Nordbrabant, Bio-Milch aus Friesland bis hin zu Zeeuwsche Zoute aus Zeeland und Falafel aus Drenthe und Klosterschwein-Wurst aus Limburg. Die Provinz Groningen präsentiert vegane Bitterballen, dazu wird „Dutch-Wasabi“ aus Südholland gereicht und ein „Karma Kebab“ aus Salatgurken und Sellerie aus Nordholland. Zudem erhalten Besucher:innen Informationen zu regionalen Produkten und dem niederländischen Agrotourismus.

Weitere Informationen zu den ausgestellten Produkten:

Drenthe: Geerts Best Falafel Mix Vegan,

Eine Protein- und Ballaststoffquelle, hergestellt aus nachhaltig angebauten Ackerbohnen aus dem Drentse Zuidwolde.

Flevoland: FlevoVeldboon

Eine proteinreiche, nahrhafte Bohne, die hervorragend auf dem typischen Lehmboden in Flevoland wächst und zur Biodiversität auf dem Land beiträgt.

Friesland: Naturnaher Milch

Naturnahe Milch, aus der unter anderem Kefir und Käse hergestellt werden. Auf Greidelân entwickeln sie eine naturverträgliche Landwirtschaft mit einer nachhaltigen Zukunft.

Gelderland: Lekker Lupine

Die Lupine ist eine blühende und stickstoffbindende Pflanze, die zu gesunden Böden und mehr Biodiversität auf den Feldern beiträgt. Und das liefert köstliche, knusprige und proteinreiche Bohnen.

Groningen: Der Grunneger Eiweißballen

Eine schmackhafte, pflanzliche Variante der traditionellen holländischen Bitterbal. Mit nachhaltig angebauten Ackerbohnen und Kartoffeln vom Groninger Land.

Limburg: LIVAR Wurst

Acht Bauernhöfe in der Provinz, die die gesamte Kette vom Schwein bis zu den Fleischwaren mit Liebe und Aufmerksamkeit für Nachhaltigkeit verwalten (Livar Kloster-Schwein).

Noord-Brabant Frietje precies

Das innovative Ergebnis eines Symbols mit reicher Geschichte in Nordbrabant: die Kartoffel. Bauer Jacob van den Borne baut seine nachhaltigen Kartoffeln mit Präzisionslandwirtschaft an.

Noord-Holland: Broodje Karma Kebab mit EasyQ Gurke

Innovation vom Samen bis auf den Teller. Nord-Holland ist ein Vorreiter bei Lebensmittelsamen. Eines dieser Samen hat sich zur EasyQ Gurke entwickelt, die zusammen mit lokal angebautem Sellerie zu Karma Kebab verarbeitet wird.

Overijssel: Nedersoja-Joghurt

Die erste pflanzliche Joghurtalternative aus niederländischem Anbau wird aus Soja aus Overijssel von den Brüdern Bart und Tom von De Nieuwe Melkboer hergestellt. Auch verpackt und verarbeitet im Smoothie „I am algae“.

Utrecht: Kiwi mit u.a. Kiwi-Marmelade & Kiwiwein

Der Fluss Kromme Rijn hat für fruchtbare Lehmböden gesorgt. Nicht nur für Äpfel, Birnen, Pflaumen, sondern sogar auch für Kiwis. Die Farm und Obstplantage Nieuw Slagmaat experimentiert damit.

Zuidholland: Wasabi Dutch

Wasabi hat sich der Herausforderung gestellt, diese pikante Pflanze aus Japan anzubauen. Jetzt werden auch andere japanische Produkte wie Myoga, Shiso und Ingwer angebaut.

Zeeland: Zeeuwsche Zoute

Zeeuwsche Zoute erneuert eine jahrhundertealte Tradition mit ihren Salzflocken aus lokaler Produktion. Pur, geräuchert und mit schwarzem Knoblauch, Samphire oder Wakame. Diese Produkte stellen auch eine Verbindung her mit der innovativen Aquakultur in Zeeland, in dem die Meeresalgenzucht eine wichtige Rolle spielt.

Weitere Informationen und Fotos zur Veröffentlichung finden Sie hier:

www.holland.com/de/tourist/lass-dich-inspirieren/aktuell/land-of-future-food.htm

Dr. Barbara Driessen, PR Managerin Deutschland, bdriessen@holland.com.

Besuchen Sie unsere Presse-Website unter: www.holland.com/presse und melden Sie sich [hier](#) zu unserem Newsletter an. Möchten Sie auch unsere Presseberichte erhalten? Dann schreiben Sie uns eine formlose Mail unter: zbrocher@holland.com.

Das Niederländische Büro für Tourismus & Convention ist eine Organisation, die für die Förderung des Tourismus und die Unterstützung von Veranstaltungen in den Niederlanden verantwortlich ist. Zu den Aufgaben gehören die Vermarktung des Tourismus in den Niederlanden, die Organisation von Veranstaltungen, die Unterstützung von Touristen und Pressevertreter:innen und die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft, um den Tourismussektor zu stärken. Es ist eine offizielle Stiftung, die sich darauf konzentriert, die Attraktivität der Niederlande als Reiseziel zu fördern.