CoProGrün Machbarkeitsstudie

Konzept eines Hofcafés mit Hofladen und Verkaufsautomaten

Am Beispiel eines Hofes im Grünzugs F des Emscher Landschaftsparks

Nils Rehkop - Fachhochschule Südwestfalen
Katharina Christenn, Luisa Ropelato - RWTH Aachen University

GEFÖRDERT VOM

CoProGrün

Bundesministerium für Bildung und Forschung

FONA Ressource Land BMBF

Machbarkeitsstudie 8

Herausgeber Katharina Christenn, Axel Timpe
Layout Luisa Ropelato

Projekttitel
Co-produzierte Grünzüge als nachhaltige kommunale Infrastruktur (CoProGrün)
(Förderkennzeichen: 033L172)

Fördermaßnahme Kommunen Innovativ
Laufzeit 01.06.2016 – 30.5.2019
Fördervolumen 775.000 Euro

Kontakt (Verbundkoordinator)
RWTH Aachen
Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur
Prof. Dr. Frank Lohrberg
Dr.-Ing. Axel Timpe
Jakobstraße 2, 52056 Aachen
Tel.: +49 (0)241 80 95050
email: lohrberg@la.rwth-aachen.de

Projektpartner
Regionalverband Ruhr
Dipl.-Geogr./Stadtplaner AKNW Frank Bothmann
Kronprinzenstraße 6, 45128 Essen
Tel.: +49 (0)201 2069 680
email: bothmann@rvr.ruhr

in Zusammenarbeit mit:
Die Urbanisten e.V.
Ansprechpartner: Carlos Tobisch
Rheinische Straße 137, 44147 Dortmund
Tel: +49 (0)231 330 174 01

Fachhochschule Südwestfalen
Fachbereich Agrarwirtschaft
Prof. Dr. Wolf Lorleberg
Lübecker Ring 2, 59494 Soest
Tel.: +49 (0)2921-378-3224
Email: lorleberg.wolf@fh-swf.de

in Zusammenarbeit mit:
Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen
Geschäftsbereich 2 „Standortentwicklung, Ländlicher Raum“
Ansprechpartner: Dr. Thorsten Becker
Gartenstraße 11, 50765 Köln-Auweiler
Tel.: +49 (0)221 5340-325

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in der Machbarkeitsstudie das generische Maskulinum verwendet, personenbezogene Bezeichnungen beziehen sich auf alle Geschlechter in gleicher Weise. Die Darstellung von Menschen in Hosen und Kleidern lässt keinen Rückschluss auf das Geschlecht zu.

Die Verantwortung für den Inhalt der Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

Titelbild Bunte Eier vom Hof
Foto: CoProGrün

Abb.1: Hofgestaltung
Foto: CoProGrün

1. Problemstellung und Relevanz für die Grünzugentwicklung

Ein Modellprojekt das innerhalb des Forschungsvorhabens „CoProGrün – Co-produzierte Grünzüge als nachhaltige kommunale Infrastruktur“ (BMBF-Fördermaßnahme „Kommunen Innovativ“) für eine Machbarkeitsstudie ausgewählt wurde ist ein Bauernhof im Kreis Recklinghausen. Hierbei soll ein derzeit als Wohnhaus genutzter Bauernhof wieder einer wirtschaftlichen Nutzung zugeführt werden. Das Konzept beinhaltet einen Hofladen und ein Hofcafé sowie die Vermarktung von Produkten über einen Verkaufsautomaten. Das Projekt bietet eine Vielzahl an Ansatzpunkten für die Entwicklung des Grünzugs F. Für den Vertrieb von Produkten aus der Region sollen zahlreiche Landwirte, Käsereien, Metzgereien, Gärtnereien, Schäfer oder auch beispielsweise Imker eingebunden werden. Zudem soll das Projekt Teil der durch CoProGrün initiierten Route der Agrarkultur werden. Der Hof birgt Potential als starke Vermarktungsplattform für regional produzierte Produkte und als Anziehungspunkt für nachhaltig orientierte Konsumenten aus der Umgebung und dem Grünzug F. Durch die Weiterentwicklung wird der Hof zu einer Destination im Grünzug. Er steigert die Attraktivität der urbanen Agrarlandschaft und ermöglicht engere Stadt-Land Beziehungen.
Für die Reaktivierung des Hofes sind bauliche Maßnahmen und finanzielle Investitionen nötig. Die Machbarkeitsstudie überprüft, ob sich der Betrieb mit den geplanten Einnahmezweigen langfristig rentabel betreiben lässt. Darüber hinaus wird eine auf ähnliche Vorhaben übertragbare Checkliste für Gründung und Betrieb eines Hofladens / Hofcafés präsentiert.

2. Initiierende Akteure und ihre Projektziele

Untersuchungsgegenstand ist ein in der Nähe von Recklinghausen liegender Bauernhof. Die Akteure des Projekts sind eine Frau und ein Mann, die in einer Lebensgemeinschaft auf dem Hof leben. Auch die Eltern von einem der Akteure leben dort. Momentan arbeitet die Akteurin in Teilzeit, der Akteur studiert derzeit noch und wird bald ins Berufsleben einsteigen. Das junge Paar möchte zukünftig nach und nach im Beruf kürzer zu treten um mehr Zeit für den Hof zu haben und somit ihre Lebensqualität steigern. Bei der Umsetzung des Projekts ist die Unterstützung durch die Familie sowie durch Freunde und Bekannte geplant.

3. Bestandsaufnahme

3.1. Status Quo im Grünzug bzw. am Projektort

Der in der landwirtschaftlich produktiven Kulturlandschaft des Grünzugs gelegenen Bauernhof umfasst rund 5,8 ha Grünland, 4 ha Ackerland, 1,3 ha Wald und 0,35 ha Hoffläche. Auf dem Hof steht ein Wohnhaus welches durch einen Gang mit Ställen, einer Tenne, Garagen, einer Milchküche und einer Werkstatt, verbunden ist und einen nicht ausgebauten Heuboden/Speicher umfasst. Direkt angrenzend an das Haus befindet sich ein Gehege für freilaufende Lege- und Suppenhennen. Zudem befindet sich auf dem Gelände als Nebengebäude eine Scheune, an die ein Außengehege für die Haltung von Freilandhühnern angrenzt. Die Scheune bietet den Freilandhühnern einen Unterstand, zudem dient sie als Stallung für die zwei Pferde der Familie. Darüber hinaus ist sie teilweise an eine Schreinerei verpachtet. „Das Hofgelände ist mit den sichtbaren Hühnern, Pferden, Schafen, Katzen und Hunden sehr einladend und schafft einen bäuerlichen Zauber. Besucher kommen durch diesen dörflichen Charakter geradewegs in eine gelassene, fröhliche Stimmung.“[1]
Aktuell werden auf dem Hof 90 Legehennen verschiedenster Arten gehalten, die zur Produktion von Eiern genutzt werden. Eine Besonderheit dieser Eier ist die unterschiedliche Farbgebung, die diese aufgrund der verschiedenen Hühnerarten aufweisen. Gehalten werden beispielsweise Bresse Hühner die beige Eier legen, Grünleger Hybride und Auraucana, welche grüne Eier legen und Marans Hühner, die schokofarbene Eier legen. Außerdem beherbergt der Hof noch zwei Walliser Schwarznasenschafe.
An das Haus angrenzend, im Gehege der Freilandhühner, stehen fünf Obstbäume, die teilweise über 100 Jahre alt sind. Im Jahr 2018 sind über eine neu angepachtete Fläche weitere 18 Obstbäume, vor allem Apfelbäume, aus alten Beständen hinzugekommen. Zudem wurden auch 15 neue Obstbäume gepflanzt.
Zurzeit werden die Eier auf Spendenbasis über eine Givebox, die sich auf dem Gelände des Hofs befindet abgegeben. Dies erweist sich seit dem Aufstellen der Box im März 2017 als sehr beliebt, viele Besucher kommen extra aus der Umgebung dafür auf den Hof. Aus dieser Erfahrung ist die Idee entstanden auf dem Hof einen Laden zu eröffnen, um die eigenen und aber auch regionale Produkte von umliegenden Höfen zu verkaufen. Neben Eiern, Hühnerfleisch und Obst aus eigener Produktion und weiterverarbeiteten Produkten wie Marmeladen, Chutneys, Suppen und Kuchen, ist auch die Weitervermarktung regional produzierter Produkte geplant. Ein kleines Hofcafé soll selbst zubereitete Speisen, Kaffee und Kuchen anbieten. Verkaufsräume können in der jetzigen Garage des Haupthauses, die ehemals eine Not-Küche gewesen ist, eingerichtet werden. Ebenso existiert neben dieser Not-Küche ein Kühl- und Lagerraum, in dem in der Vergangenheit Milch umgefüllt und gelagert wurde. Zusätzlich zum Hofladen und dem Hofcafé ist vorgesehen einen Verkaufsautomaten aufzustellen. Geplant ist ein Häuschen für den Automaten mit umgrenzenden Hecken und einem Rastplatz. Extra dafür wurde in der Nähe des Hofs eine Fläche gekauft die an eine Hauptstraße angrenzt. Der dort entstehende Ort soll den Namen „Grüne Pause“ tragen und als Aufenthaltsort zum Verweilen vorbeikommender Radfahrer, Spaziergänger oder Autofahrer einladen. Die Grüne Pause ist darüber hinaus als „Wegweiser“ zum Hofcafé und dem Hofladen gedacht. Eine zusätzliche Idee ist es direkt angrenzend an die Grüne Pause eine Kombination mit einer, bunten Blumenwiese zum „Selberpflücken“ zu verknüpfen.

[1] Experteninterview/-beratung Frau Lüdtke

Abb.2: Freiland-Hennen
Foto: Nils Rehkop

Abb.3: Zusammenleben der Tiere auf dem Hof
Foto: CoProGrün

Abb.4: Givebox für Eier
Foto: CoProGrün

Abb.5: Garagentor und Notküchentor
Foto: CoProGrün

Abb.6: Arbeitsbereich im Kühl- und Lagerraum
Foto: CoProGrün

Abb.7: Walliser Schwarznasenschafe
Foto: Nils Rehkop

3.2 Best practices im Themenfeld

Als ein best practice Beispiel kann Hof Menken angesehen werden. Der in Castrop Rauxel liegende Hof weist viele Parallelen zum angestrebten Konzept auf. Der Hof Menken ist darauf ausgelegt täglich frische, regionale und nachhaltig produzierte Produkte anzubieten. Im Hofladen werden Spargel, Erdbeeren, Kartoffeln, Honig, Freilandeier, Hausmacher Wurst, Käsespezialitäten von der Hofkäserei Wellie, selbstgemachte Marmeladen und frische Landmilch angeboten. Zudem ist im Hofladen auch ein Hofcafé integriert in dem man neben Kaffee und Tee auch die Spezialitäten des Hauses bei einem Frühstück genießen kann.[2] Die auf dem Hof produzierten Freilandeier stammen aus einer Haltung die mit einem Hühnermobil betrieben wird.[3]
Ein weiteres Beispiel ist Hof Niermann, der ebenfalls Paralallen zum geplanten Konzept aufweist. Die Philosophie des Hofes basiert darauf historischen Charm in die moderne Entwicklung zu holen und legt dabei Wert auf Tradition und Erfahrung.[4] Auf dem Hof gibt es eine eigene Hofgastronomie, die „Bauernstube“, in der man Frühstücken oder Mittagessen sowie Abendessen zu sich nehmen kann.[5] Zudem werden saisonal Spargel und Erdbeeren zum Verkauf angeboten.[6] [7] [8] Die Räumlichkeiten können auch für größere Veranstaltungen wie Beispielsweise Geburtstage, Hochzeiten, Trauungen etc. gemietet werden.[9] Im Vergleich zum Hof Menken oder dem geplanten Konzept auf dem Hof der Akteure handelt es sich auf Hof Niermann um einen stärker auf Gastronomie ausgelegten Ansatz.
Als drittes Beispiel kann der gastronomische Betrieb von Frau Lüdtke auf dem Dortmunder Union Gewerbehof herangezogen werden.

Das so genannte „Hofcafé“ ist ein Ort, der zur kleinen Pause zwischendurch einlädt, um die Sinne aufzutanken. Nach dem Motto „Heiß. süß.herzhaft.frisch“ versorgt ein ausgewähltes kleines Angebot an nährstoffreichen Speisen und natürlichen Getränken die Gäste und liefert neue Energie. Die Zutaten sind regional, saisonal schmackhaft, sättigend und gesund. Täglich wird ein warmes Mittagsgericht/-Suppe aus frischen Zutaten gekocht. Zu jeder Jahreszeit gibt es hausgemachte Köstlichkeiten, Pesto, pikante Aufstriche, Kekse und Konfitüre hübsch verpackt für den eigenen Verzehr zu kaufen, oder zum mit Freude an Freunde verschenken. Kaufbar ist auch die Lieblingstasse, das Milchkännchen, der Stuhl, die kitschige Lampe, die Grünpflanze und die Dekoration. So erfindet sich das Hofcafé immer wieder neu und bewahrt seinen individuellen Charakter. In der kunterbunten Ladeneinrichtung können die Augen der Kunden auf Reise gehen, Erinnerungen und Erlebnisse werden ausgetauscht und gönnen Seele einen kurzen Tagtraum. Die Räumlichkeiten des Hofcafé können auch außerhalb der Öffnungszeiten für kleine private Feierlichkeiten wie beispielsweise Geburtstage, Taufen, Einschulungen etc., inkl. Verpflegung gemietet werden. Für größere Veranstaltungen von Firmen, Institutionen, Vereinen werden auch Cateringleistungen angeboten.[10]
Das Projekt auf Hof soll all diese Ansätze vereinen, sich aber von diesen durch eine Spezialisierung auf Regionalität und ohne die Vermarktung von überregionalen Produkten im Sortiment von den genannten Beispielen abheben. Das Angebot ergänzt sich zudem durch die Besonderheit der Grünen Pause sowie den Kräuterführungen.

[2] www.hof-menken.de/hofladen.html (zuletzt aufgerufen am 18.02.2019)
[3] www.hof-menken.de/h%C3%BChnermobil.html (zuletzt aufgerufen am 18.02.2019)
[4] www.https://hofniermann.de/ (zuletzt aufgerufen am 18.02.2019)
[5] www.hofniermann.de/bauernstube/ (zuletzt aufgerufen am 18.02.2019)
[6] www.hofniermann.de/die-leckere-spargelzeit-hat-begonnen/ (zuletzt aufgerufen am 18.02.2019)
[7] www.hofniermann.de/Tenne_Castrop_Rauxel/ (zuletzt aufgerufen am 18.02.2019)
[8] www.hofniermann.de/Tenne_Waltrop/ (zuletzt aufgerufen am 18.02.2019)
[9] www.hofniermann.de/bauernstube/ (zuletzt aufgerufen am 18.02.2019)
[10] Konzeptpapier Frau Lüdtke

Abb.8: Planungstreffen im Oktober 2018
Foto: CoProGrün

4 Projektkonzept und erforderliche Maßnahmen

Inhaltliche Beschreibung

Der momentan zur Produktion von Eiern, Fleisch und Obst für den privaten Bedarf genutzte Hof, soll zukünftig mehrere Betriebszweige verfolgen. Das Konzept sieht die Umgestaltung des Hofs für den Verkauf von eigenen Herbizid- und Gentechnikfreien Produkten vor. Der Hof wird einerseits ein Ort der Produktivität von landwirtschaftlichen Erzeugnissen, andererseits aber auch eine Vermarkungsplattform für regionale Produkte, in Form einer Kombination aus Hofladen und eines Hof Cafés. Dies wird ergänzt mit Bildungsangeboten wie beispielsweise speziell konzipierten Führungen zu den Themen Kräuter und Huhn. Darüber hinaus wird ein Verkaufsautomat aufgestellt, worüber regionale Produkte verkauft werden können.
Beim Hofladen wird großer Wert auf ganz besondere Produkte, die ausschließlich aus der näheren Umgebung kommen gelegt. Es soll kein Vollsortimenter sein, in dem auch überregional produzierte Produkte angeboten werden, so wie es ihn auf vielen anderen Höfen gibt. Der Hofladen ist anfangs mit einer überschaubaren Größe von ca. 30 m² geplant. Die angebotenen Produkte aus eigener Produktion sind Hähnchenfleisch von Freilandhühnern, Äpfel und Apfelsaft von für Allergiker geeigneten alten Sorten, eingekochtes Obst, Kräuterbutter und zudem auch Heu mit Kräutern die ätherische Öle enthalten. Zudem werden die unterschiedlich gefärbten Eier verkauft. „Diese farbigen Eier sind ein erstes Alleinstellungsmerkmal des Erzeugerhofs.“[11] Auch ein selbstgebautes Hühnermobil, ist momentan in der Planung. Mit einem Hühnermobil werden die Hennen zukünftig von Fläche zu Fläche umgesiedelt werden können, sodass diese ständig frisches Grün und damit auch Futter unter ihren Füßen haben. Das Sortiment an zugekauften Produkten besteht zu Beginn aus Milch, Schafsfleisch, Bio-Rindfleisch,

[11] Konzeptpapier Frau Lüdtke

Abb.9: Bunte Eier vom Hof
Foto: Nils Rehkop

Bio-Mehl aus alten Getreidesorten und Honig. Im Laufe der Zeit weitet sich dieses Angebot durch Kooperationen mit weiteren Betrieben aus der Region aus.
Darüber hinaus sind Bildungsangebote in Form von Führungen geplant. Diese Führungen werden an zwei Tagen pro Monat durchgeführt und als Event gestaltet. Zum einen sind dies Führungen über den Hof, bei denen es um das Thema „Rund ums Huhn“ geht. Zudem stehen Heilkräuterbestimmungswanderungen in der Umgebung auf dem Programm. Während der Veranstaltungen sind Verköstigungen der auf dem Hof zum Verkauf stehenden Produkte geplant. Diese Führungen können als ein weiteres Alleinstellungsmerkmal des Erzeuger- & Erlebnishofs gezählt werden, denn die Akteure verfügen über Fachwissen, was sie zu Experten macht.[12]

Die Planungen rund um den Hof werden ergänzt durch die Gestaltung der Verkaufs- und Raststation „Grüne Pause“ an einer vom Erholungsverkehr hochfrequentierten Landstraße mit Fahrradweg. Die Fläche liegt nur wenige hundert Meter vom Hof entfernt und eignet sich durch ihre Lage direkt am Radweg sehr gut als Aufenthaltsbereich an der Fahrradfahrer eine Pause einlegen, sich unterstellen oder ihre e-Bikes aufladen können, sowie als Verkaufsstandort an dem Autofahrer im Vorbeifahren frische Produkte vom Hof kaufen können. Um dies zu ermöglichen wird eine Kleinarchitektur mit einem Verkaufsautomaten und einigen Sitzgelegenheiten errichtet. Der Automat bietet regionale Produkte an, zu Beginn in erster Linie Eier. Je nach Jahreszeit und Wetterlage sollen auch Grillfleisch und Kräuterbutter dort vermarktet werden. Durch dieses Angebot losgelöst von Öffnungszeiten werden zusätzliche Einnahmen generiert (vgl. Abb.10, S.11).

[12] Experteninterview/-beratung Frau Lüdkte

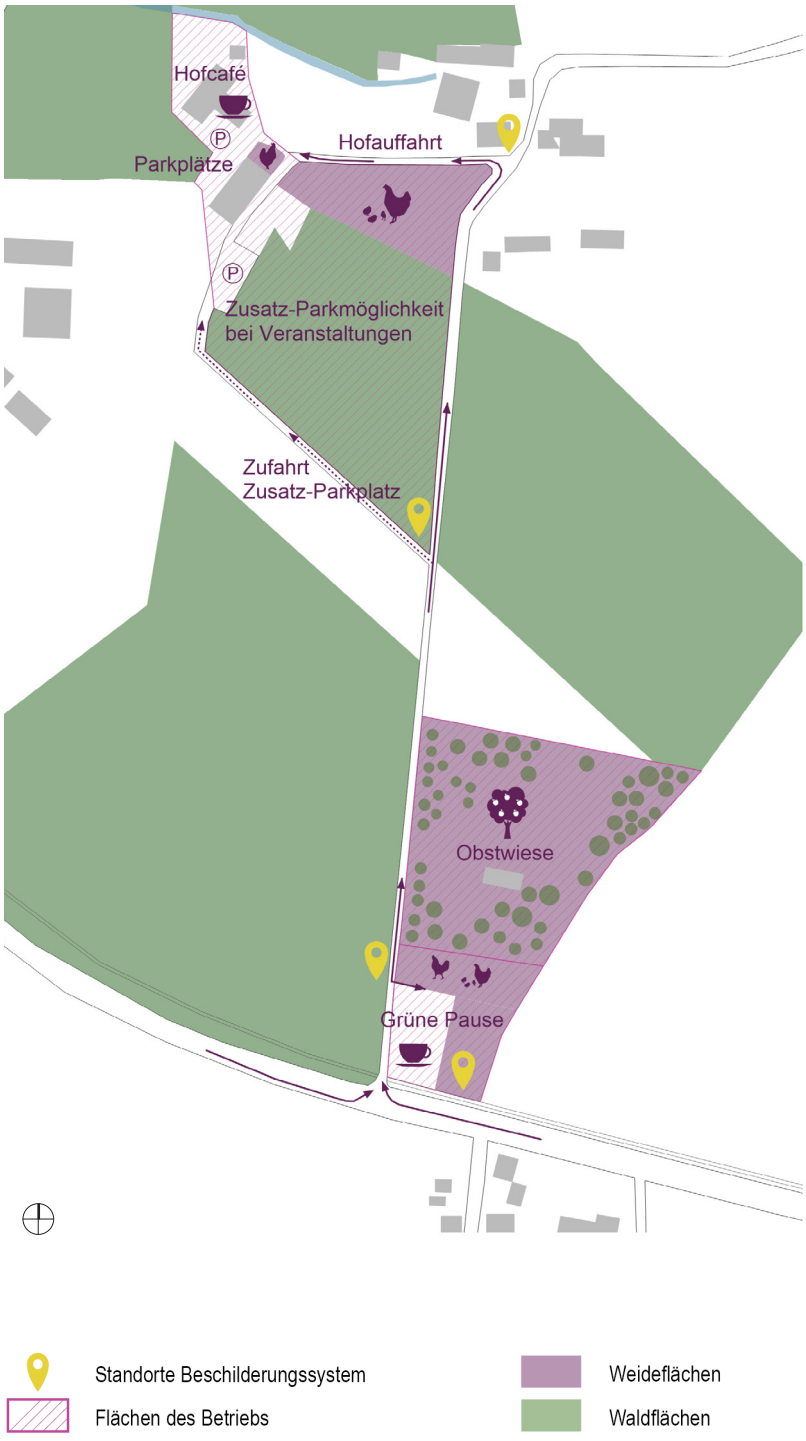

Abb.10: Lageplan: Gastronomische Angebote und bewirtschaftete Flächen, Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

Planungs- und Baumaßnahmen

Für den räumlichen Vorentwurf wurde im Rahmen von CoProGrün ein Planungstreffen mit Katharina Christenn und Nathalie Pszola vom Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur der RWTH Aachen University sowie Nils Rehkop vom Fachbereich Agrarwirtschaft an der Fachhochschule Südwestfalen durchgeführt. Anschließend überprüften die Mitarbeiterinnen des Lehrstuhls für Landschaftsarchitektur die Umsetzbarkeit des Hofcafés und der Grünen Pause in Testentwürfen und entwickelten Geststaltungsempfehlungen in enger Absprache mit den Akteuren.
Zur Ausführung des Projektkonzepts sind Teilbereiche des jetzigen Hofs umzubauen. Zunächst wird die Einrichtung der „Grünen Pause“ in die Wege geleitet.
Im Rahmen des Projektes wurden zwei Ideenskizzen für den Ort erstellt. Die Akteure selbst haben vorgeschlagen das Gebäude mit dem Verkaufsautomaten direkt an der etwas nördlicheren Einfahrt zum Grundstück zu platzieren (vgl. Abb.11). Um das Verkaufshäuschen herum werden verschiedenen Sitzmöglichkeiten (vgl. Abb.16, S.11) bereit gestellt. Aufgrund der räumlichen Analyse des Grundstücks schlägt der Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur die Platzierung des Häuschens weiter vorne an der Straße vor, um die Sichtbarkeit zu erhöhen und somit mehr spontane Besucher zu erreichen (vgl. Abb.12; Abb.14, S.10). Dies wird durch eine neue Überbrückung des Entwässerungsgrabens verstärkt, die das Grundstück mit dem Fahrradweg, der Teil der Route der Agrarkultur (vgl. Machbarkeitsstudie Route der Agrarkultur) ist, verbindet.
Das Gebäude teilt sich in einen Innenbereich, in dem der Verkaufsautomat (vgl. Abb.17, S.11) geschützt untergebracht ist und in einen überdachten Außenbereich. Der Innenbereich kann mit Schiebetüren nachts abgeschlossen werden (vgl. Abb.15, S.11). Der Außenbereich bietet neben einem Unterstand bei Regen für Fahrradfahrer auch Platz für eine überdachte E-Bike Ladestation (vgl. Abb.13). Der Rasen um das Verkaufshäuschen herum soll kurzgehalten werden, um den Aufenthalt zu begünstigen. Hier soll eine schattige Spielwiese mit Bänken und einer Schaukel entstehen. Zur Straße hin wird der Bereich von Blühstreifen umgeben, was den Raum fasst, die einladend aussieht und als Habitat für Insekten dient. Dieser Effekt wird von dem Aufstellen eines Hühnermobils im östlichen Teil des Grundstücks verstärkt. Die Hühner sind hier gut von der Straße einsehbar und machen so auf den Hof aufmerksam.
Der Nördliche Teil des Grundstücks wird eher privat gehalten, aber attraktiv gestaltet und über einen gekiesten Weg zugänglich gemacht. Hier sind alte Obstsorten sowie Weideflächen für Schafe vorgesehen. Getrennt und somit räumlich gegliedert werden diese beide Zonen durch einen breiten Blühstreifen mit Quittenbäumen. Die Grenze zum nachbarlichen Grundstück wird durch eine dichte Buchenhecke gefasst.

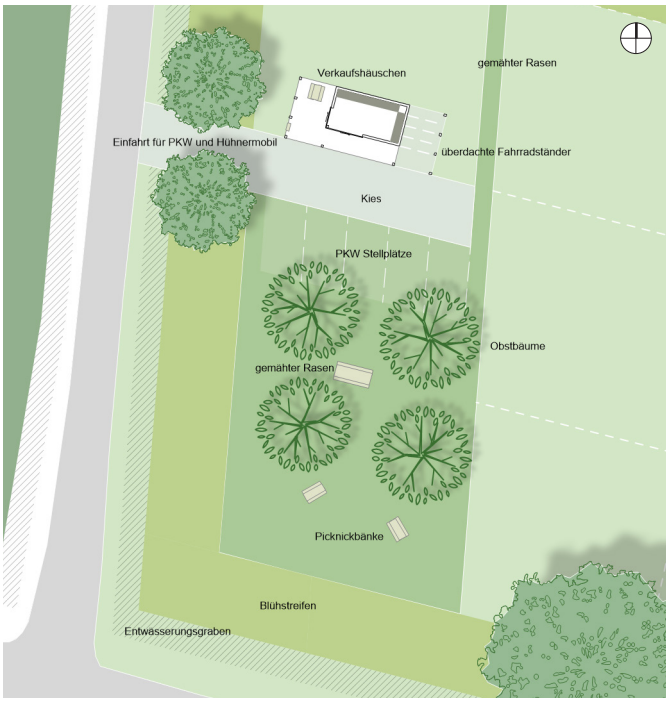

Abb.11: Testentwurf „Grüne Pause“, M 1:500, Entwurf: Akteure,
Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

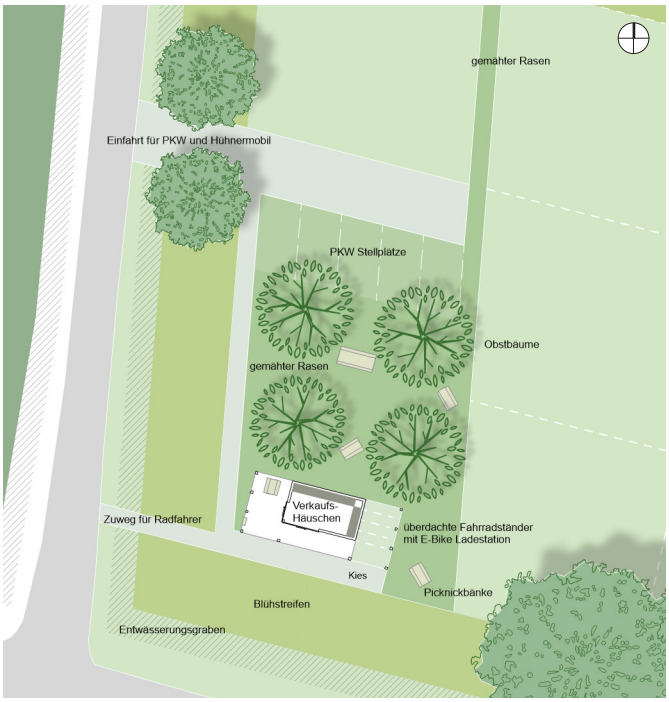

Abb.12: Testentwurf „Grüne Pause“, M 1:500, Entwurf: RWTH,
Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

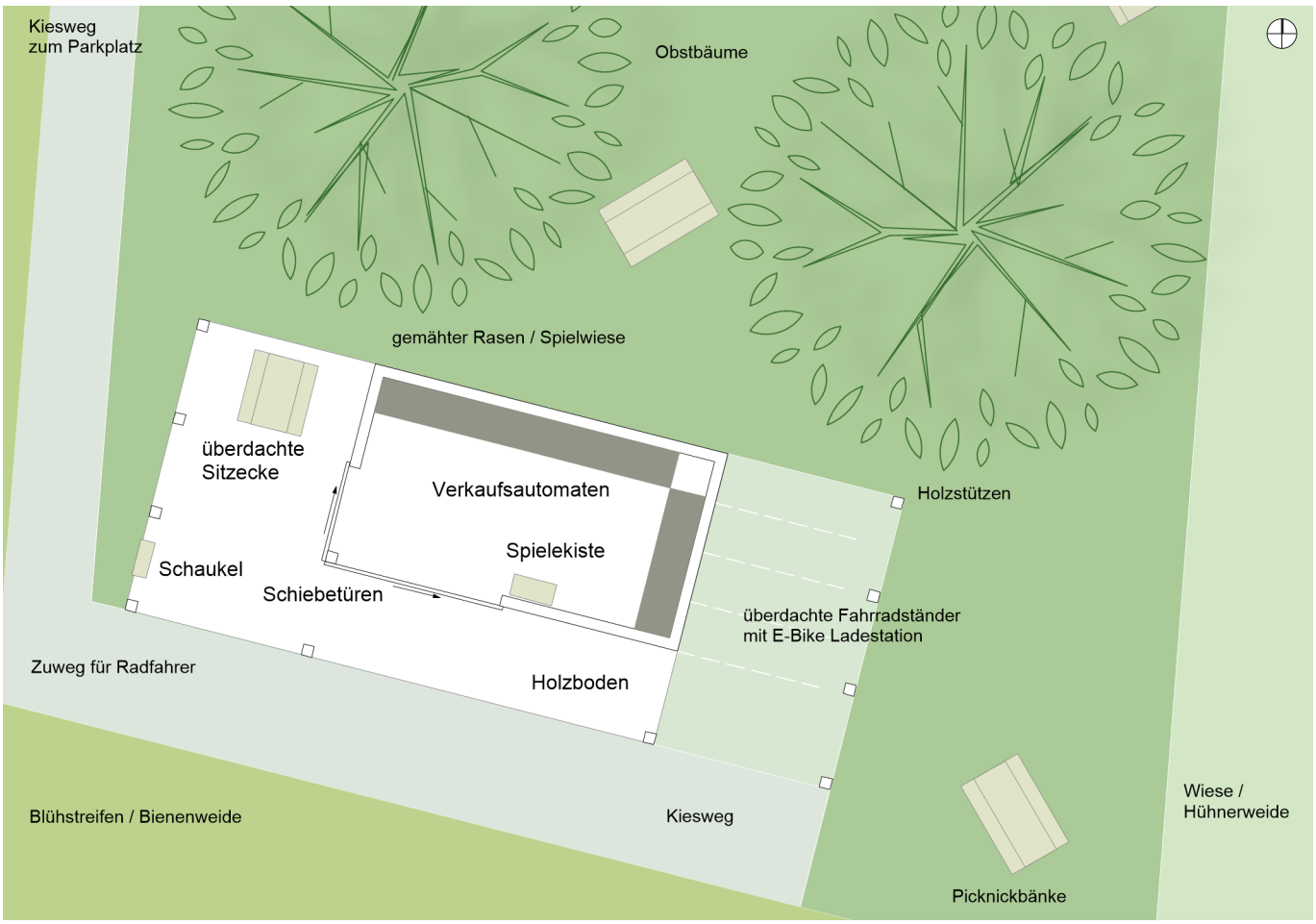

Abb.13: Testentwurf „Grüne Pause“, Detail Verkaufshäuschen, M: 1:100, Entwurf: RWTH,
Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

Abb.14: Testentwurf „Grüne Pause“, M 1:500, Entwurf: RWTH, Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

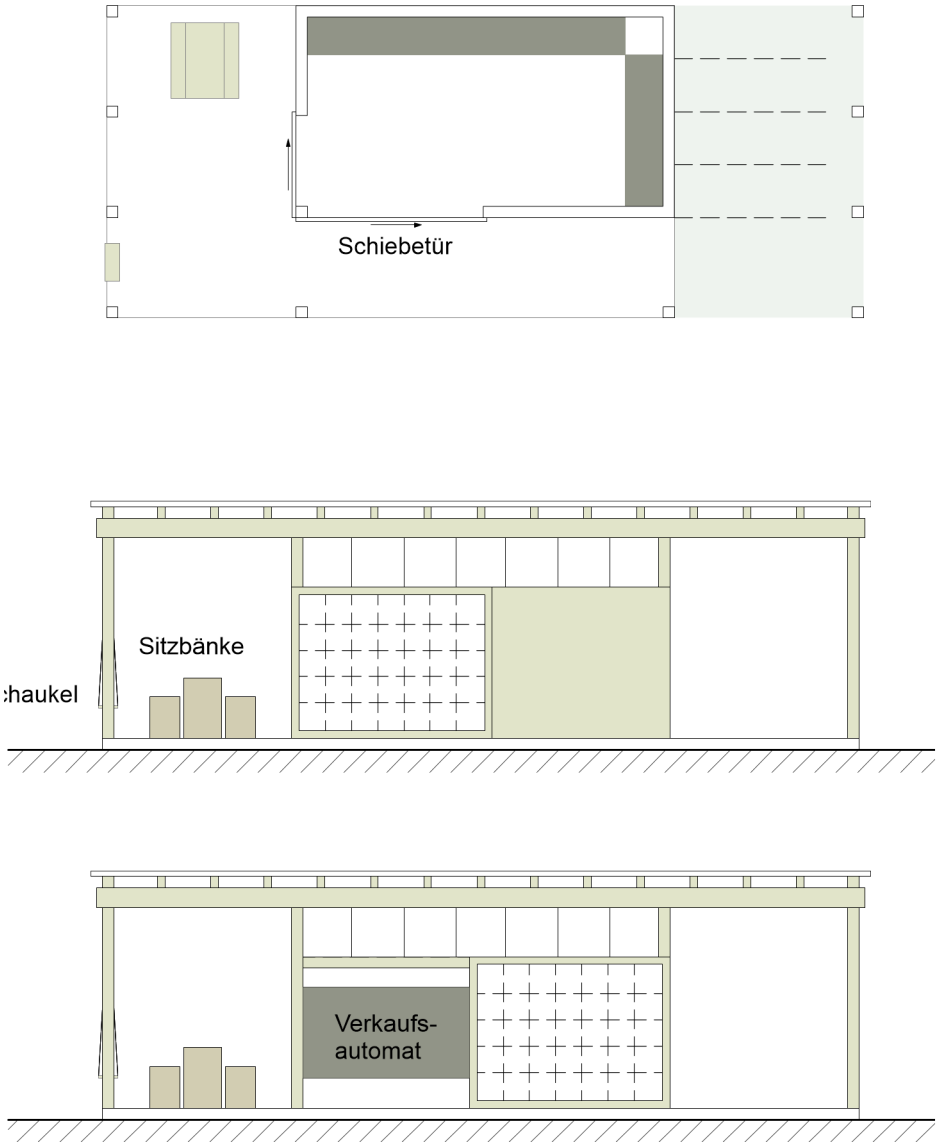

Abb.15: Verkaufshäuschen „Grüne Pause. Einmal mit geöffneter und einmal mit geschlossener Schiebetüre,
Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

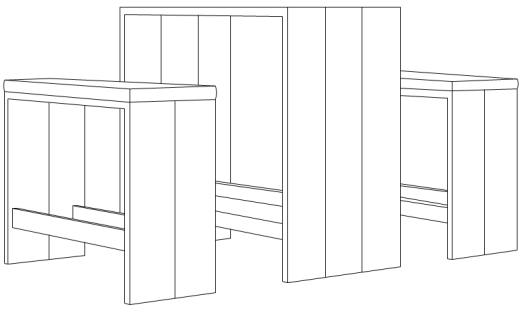

Abb.16: Sitzmöbel zum Selberbauen,
Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

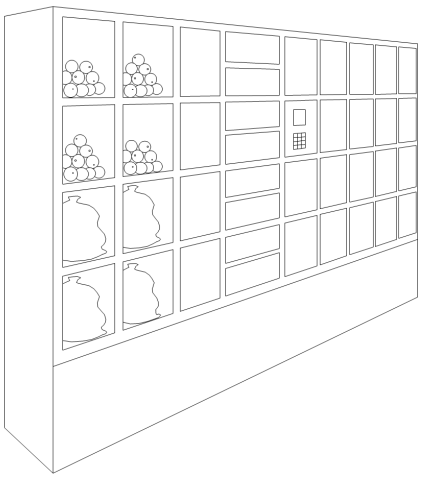

Abb.17: Verkaufsautomat,
Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

Abb.18: Testentwurf Hofcafé, Detail Hofcafé, M 1:200, Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

Um mit den Entwicklungen am Hof selbst zu starten, muss zunächst die Umwidmung in einen Gewerbebetrieb beantragt und genehmigt werden. Für die Eröffnung eines Hofcafés mit regionalem Verkauf in dem Anbau zum Haupthaus muss entrümpelt und renoviert werden (vgl. Abb.20, S.14; Abb.21, S.15). In dem ersten Raum wird das Café eingerichtet. Der Haupteingang ist zur Hofeinfahrt orientiert (vgl. Abb.18). Hinter dem Eingang wird man an einem großen Tresen begrüßt, der dem Besucher eine Auswahl der Produkte präsentiert. Ergänzt wird dieses Angebot durch ein Verkaufsregal seitlich des Eingangs und eine große Tafel hinter dem Tresen. Der Caféraum ist sehr gemütlich gestaltet. Es besteht hier bereits ein Kaminanschluss der reaktiviert und aufgewertet werden soll. Die langen Seiten des Raumes werden durch ein Spiel aus Sitzbänken gestaltet. Die Bank auf der Innenseite endet am Ofen, was im Winter hier schön warme Sitzplätze ermöglicht. Auf der Außenseite wird die Bank neben dem Eingang nach oben geführt und gibt unter sich Platz für eine Garderobe und kreiert über sich eine Hutablage. Zusätzlich schirmt es den Besucher vom kalten Eingang ab. Die Bänke werden mit unterschiedlich großen Tischen bestückt.
Hinter dem Tresen wird ein neuer Durchbruch zur Küche und zum Lagerraum geschaffen. Ein weiterer Durchbruch verbindet das Café mit den Besuchertoiletten, diese befinden sich in der ehemaligen Garage. Die Erschließung der Toiletten von innen erlaubt es, die aktuelle Toröffnung zu verschließen. Somit lassen sich die Flügeltüren des großen Tors der Notküche ganz öffnen, die sonst die Garage blockiert haben.
Die ehemalige Tenne wird zum Veranstaltungsraum für größere Gruppen, Führungen und Hoffeste. Die ausladende Raumhöhe macht den Raum für solche Events besonders attraktiv. Außerdem besteht durch die großen Flügeltore eine schöne Verbindung zum Außenraum.

Abb.19: Testentwurf Hofcafé M 1:500, Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

Ergänzend kann der Veranstaltungsraum als „Grünes Klassenzimmer“ genutzt werden, um das Bildungsangebot des Hofs zu stärken.Zur Renovierung des Verkaufsraums ist das Einsetzen neuer Fenster erforderlich. Es werden Panoramafenster gewählt, um den Raum mit Licht zu durchfluten und eine architektonische Verbindung zum Hof herzustellen. „Für einen einladenden, hellen Gastraum ist es notwendig die Fenster umzubauen, und zu erneuern. Eine Aufarbeitung der alten gusseisernen Rahmen ist zu empfehlen, da so das charakterisitische Aussehen des Hofs betont wird.“[13]
Des Weiteren ist eine Doppelglastür als Eingang erforderlich, da diese Tür derzeit aus Holz besteht. Hier wird eine Kombination aus Glas und Holz für die Tür empfohlen. Darüber hinaus ist der Einbau eines Kamins bzw. eines Ofens erforderlich, der an die vorhandenen Kaminschächte anschließt. Zudem ist das Verlegen neuer Stromleitungen und ein Anstrich der Wände notwendig. Abschließend müssen Unebenheiten im jetzigen Estrich des zukünftigen Lagers sowie im Hofcafé und dem Verkaufsraum ausgebessert und ein neuer Bodenbelag aufgebracht werden. Bei der Wahl des richtigen Bodenbelags sind die Haptik/ Struktur und Materialbeschaffenheit, der Preis, die Optik, die Haltbarkeit, der Pflege- und Reinigungsaufwand, die Art des Verlegens, und der Wohlfühlaspekt zu beachten. Der Belag muss extrem rutschfest, strapazierfähig und wasserfest sein. Kunststoffbodenbeläge wie PVC oder auch Bodenbeschichtungen aus Kunstharz eignen sich gut, sind aufgrund der fugenlosen Oberfläche sehr hygienisch, zudem preisgünstig und schnell verlegt. Es sollte ein PVC-Viniylboden der Nutzungsklasse 33 gewählt werden, der eine mindestens 5mm dicke Nutzschicht hat und speziell für die gewerbliche Nutzung ausgelegt ist.[14]

[13] Experteninterview/-beratung Frau Lüdkte
[14] Checkliste zum Eröffnen eines Hofladens

Abb.20: Aktueller Zustand des Raums für das Hofcafé
Foto: CoProGrün

Die Außenanlagen des Hofs werden in zwei Bereiche unterteilt (vgl. Abb.19, S.13). Der westliche Teil ist der „Wirtschaftsteil“, der östliche Teil ist der „Besucherteil“. Ein unterschiedlicher Bodenbelag macht diesen Unterschied sichtbar. Die Einfahrt wird aufgeweitet und auf die Fassade und den Eingang des Hofladens ausgerichtet. Vor dem Hofladen entsteht ein Platz, der zum Verkauf und als Caféterrasse genutzt werden kann. Im Schatten der Eiche finden Fahrradständer Platz. Ein Blühstreifen verläuft von der großen Hauseiche zum Bach. Er ist mit Obstbäumen bepflanzt und definiert die Kanten des Gartenraums.

An der Ostseite des Hofladens sieht der Plan eine schattige Terrasse für sonnige Tage vor. Diese ist zugleich der Auftakt zu einem großen Gartenraum mit gemähter Spielwiese zum Schuppen hin, der für Veranstaltungen genutzt werden kann. Die Flügeltore der ehemaligen Tenne öffnen sich zu diesem Bereich. So kann der Garten gut bei Veranstaltungen in der Tenne genutzt werden. Der Weg von der Terrasse zum Hühnergehege wird von einem schattenliebenden Hostabeet gesäumt. Dieses beginnt direkt am Bunker, der schon jetzt schön mit Wein bewachsen ist. Die Flächen links der Hofzufahrt werden als Weiden für Schafe und Hühner

genutzt.

Technische Ausstattung

Nachdem die Renovierungs- und Baumaßnahmen abgeschlossen sind wird der Verkaufs- und Café-Raum ausgestattet. Hierfür werden Tische und Stühle, eine Theke sowie ein gebrauchtes Kassensystem benötigt. Für die Zubereitung von Spiesen werden ein gebrauchter Gastronomie-Backofen sowie ein gebrauchter Kaffeeautomat gekauft. Zur Lagerung von Speisen muss ein Kühlraum eingerichtet werden. Außerdem werden ein gebrauchter Gastronomie-Geschirrspüler und ein Kassensystem gekauft.

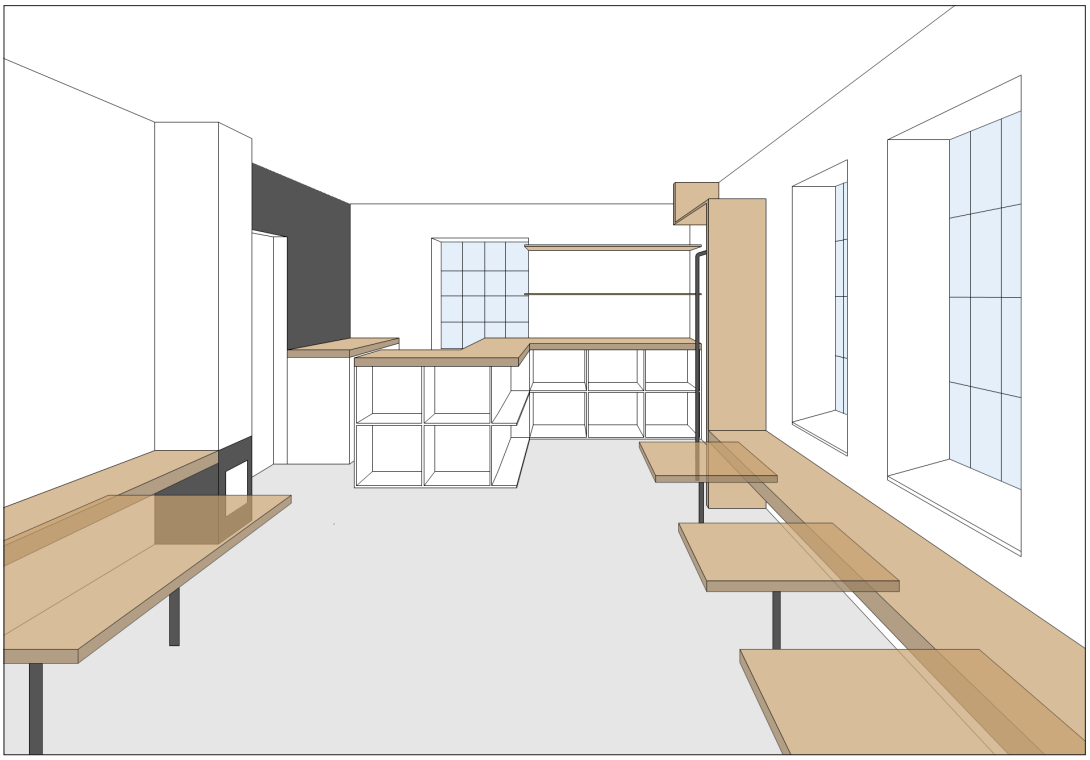

Abb.21: Räumliche Darstellung des Hofcafés, Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

Kommunikations- und Werbemaßnahmen etc.

Ein in der Nähe des Hofs gelegenes Museum verspricht viele potentielle Kunden für Hofladen und Hofcafé sowie für die Grüne Pause. Hinweisschilder sollen daher entlang des Kanal-Radwegs und am Schiffshebewerk auf den Hof aufmerksam machen. Am Museum ausliegende Flyer vom Hof können dazu ebenfalls beitragen. Viele der dortigen Besucher kommen ohnehin am Verkaufsautomaten an der Hauptstraße mit dem Auto oder Fahrrad etc. vorbei. Nicht nur Besucher des Schiffshebewerks werden als potentielle Kunden angesprochen, sondern auch Kunden, die den Hof als direktes Ziel im Auge haben. Hierzu ist Öffentlichkeitsarbeit bei Facebook, Instagram und Twitter vorgesehen. Zudem werden regelmäßig Pressemitteilungen an die lokale Presse gesendet, etwa um wichtige Termine anzukündigen, um Neuerungen auf dem Hof oder im Produktsortiment hinzuweisen oder auf Veranstaltungen aufmerksam zu machen. Über die lokale Presse aus den Nachbarstädten soll auch Publikum aus dem Ruhrgebiet angezogen werden. Des Weiteren wird der Hof in die über das Projekt CoProGrün initiierte Route der Agrarkultur eingebettet. Auch darüber sind viele Besucher auf dem Hof zu erwarten. Auch ein Werbevideo, welches den Hof und sein regionales Konzept vorstellt, wird gedreht und auf YouTube hochgeladen. Auf der hofeigenen Homepage sind zudem alle benötigten Informationen über den Hof sowie die angebotenen Produkte und Termine abrufbar.

Akteursnetzwerk: Konzept eines Hofcafés mit Hofladen und Verkaufsautomat

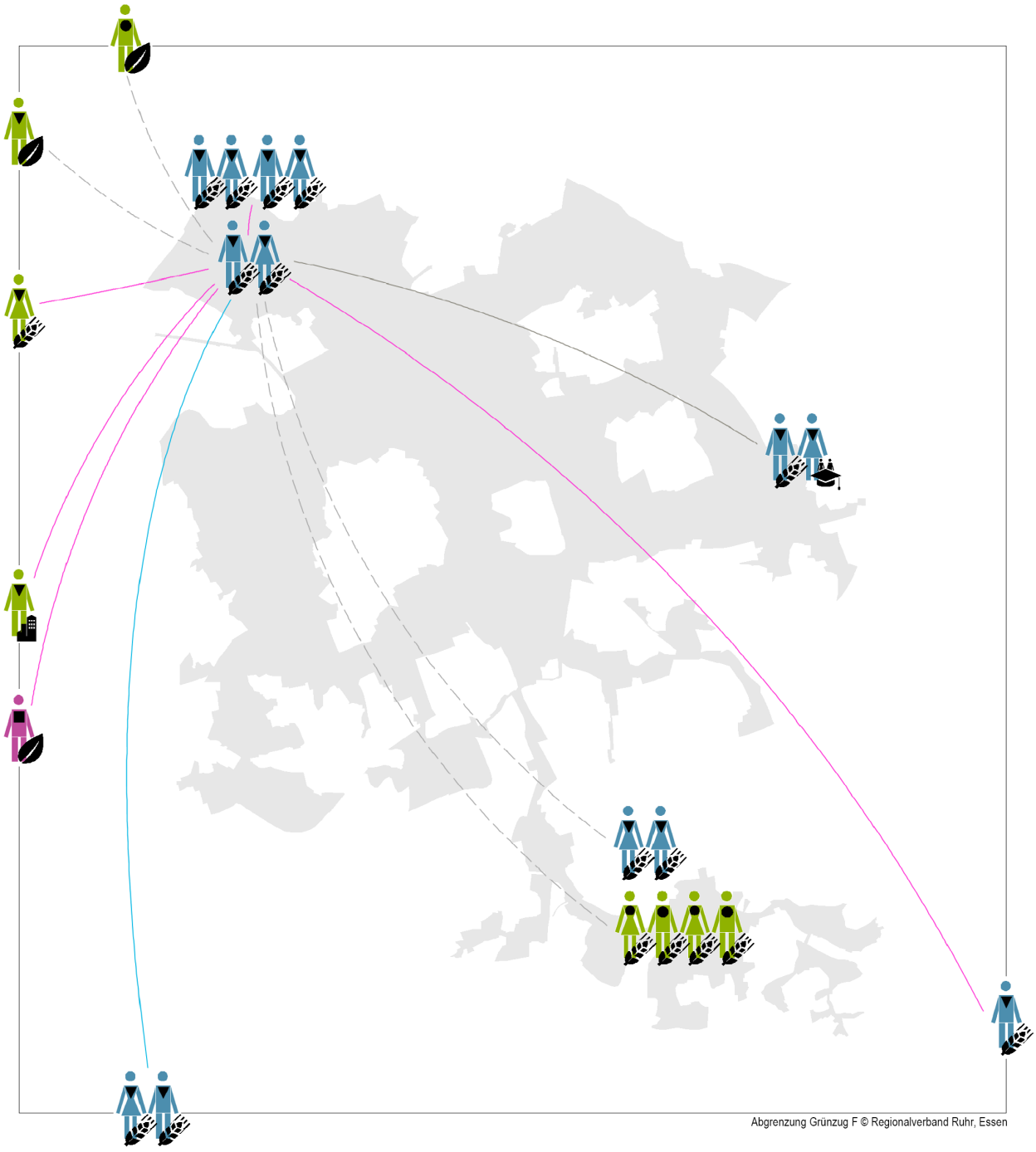

Abb.22: Beziehungen zwischen den Hauptakteuren und unterschiedlichen Akteuren im Untersuchungsraum, die durch CoProGrün zustande gekommen sind. Die entstandene Vernetzung, der Austausch und der Wissenstransfer unterstützen die Akteure bei der Diversifizierung ihres Betriebes und beim Aufbau neuer Vermarktungswege, Darstellung: RWTH Aachen University, Lehrstuhl für Landschaftsarchitektur

5. Co-Produktionsmodell

Der Betrieb wird sich als eine GbR gründen. Das Geschäftsmodell zeichnet sich durch die Produktion und den Verkauf von Produkten, die dem regionalen und biologischen Lebensmittelsegment zuzuordnen sind aus. Dabei werden selbst produzierte Produkte verkauft. Zudem werden Einnahmen über den Weiterverkauf von Produkten regionaler Produzenten erzielt. Das hofeigene Café setzt zudem auch auf regionale Produkte und die angebotenen Führungen behandeln ebenfalls das Thema Regionalität. Klares Alleinstellungmerkmal des Geschäftsmodelles ist somit, neben den bereits erwähnten speziellen Führungen und den Eiern von Bressehühnern, der regionale Ansatz. Dieser zieht sich wie ein roter Faden durch alle Angebote. Die Schlüsselfaktoren des Unternehmenserfolges liegen somit stark auf der Nachfrage nach regional produzierten Produkten. Zudem ist aber auch die Qualität der selbst produzierten Produkte am eigenen Hof ein wichtiger Faktor. Ebenso wichtig sind auch die Kontakte zu den produzierenden Partnerbetrieben aus der Region. Das angestrebte Organisationsmodell sieht vor, Produkte verschiedener Händler in regelmäßigen Abständen abzunehmen und mit einer Marge von durchschnittlich 50% weiterzuverkaufen. Das Warenangebot soll anfangs aus Milch, Geflügel, gepresstem Apfelsaft, Schafs- und Rindfleisch sowie Fleisch vom bunten Bentheimer Schwein und rotem Höhenvieh, die von regionalen Partnern produziert werden bestehen. Auf lange Sicht soll dieses Angebot ausgeweitet werden.

Die Zusammenarbeit der Produzenten mit dem Hof und deren Weitervermarktung spiegelt sich im Sinne des Co-Produktionsmodells, als Nutzergemeinschaft wieder, die Co-designte Dienstleistungen in Form eines Angebots von regionalen Produkten erbringen (vgl. Abb.22; Abb.23).
In Punkto Marktfähigkeit bietet die regionale Ausrichtung des Projekts großes Potential. Laut einer jährlich erscheinenden Kooperationsstudie von Ipsos und der Lebensmittel Zeitung entsteht bei Verbrauchern eine immer stärkere Nachfrage nach regionalen Produkten und besserer Information zu deren Art und Weise der Herstellung. Sozial und ökologisch verantwortungsvolles Handeln der Produzenten ist demnach 72% der Befragten wichtig. Hier ist im Vergleich zu den Zahlen aus den Jahren 2016 mit 64% und 2017 mit 67% ein klarer Trend nach oben zu erkennen.[15]
Mit einer Wiederbelebung der landwirtschaftlichen Produktion auf dem Hof durch ein junges Betreiberpaar wird die Co-Produktion des Grünzuges durch die Landwirtschaft gestärkt.

Die Bindung der lokalen Bevölkerung an den Grünzug steigt, da dieser durch die Produkte und Angebote als attraktiv, produktiv und erlebnisreich wahrgenommen wird. Das Projekt verdeutlich so in idealer Weise den von CoProGrün angestrebten Beitrag der Akteure zur Kernbotschaft „Unser Grünzug ist schön und natürlich, erholsam und lecker, produktiv und rentabel."

[15] www.ipsos.com/de-de/regionalitat-liegt-auch-bei-handelsmarken-voll-im-trend (zuletzt aufgerufen am 20.11.2018)

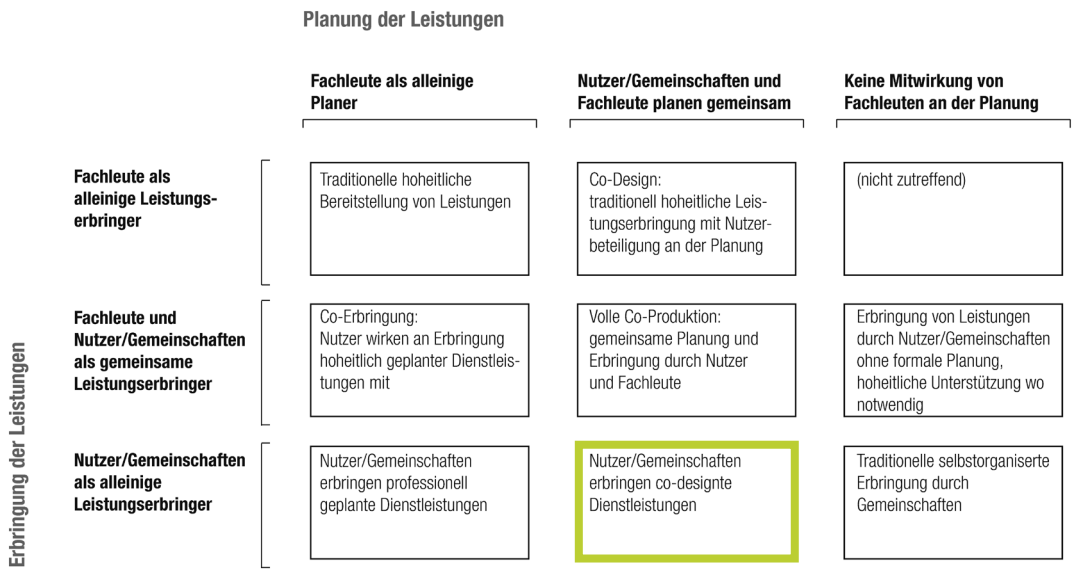

Abb.23: Einordnung des Projektes „Konzept eines Hofcafés mit Hofladen und Verkaufsautomat" in die Co-Produktionsmodelle nach Bovaird 2007 (übersetzt und überarbeitet)
Quelle: Bovaird, Tony (2007): Beyond Engagement and Participation: User and Community Coproduction of Public Services. In: Public Administration Review 67 (5), S. 846–860

6. Hürden und Hemmnisse

Administrativ
Auf administrativer Ebene muss vor Projektstart eine Umwidmung für die Gebäudenutzung genehmigt werden.

Rechtlich
Zum Verkauf der Eier aus eigener Produktion ist ein Erzeugercode auf dem Ei mit Informationen über die Haltungsform, das Haltungsland, das Bundesland und der Betriebs- und Stallnummer erforderlich. Die Genehmigung den Stempel aufbringen zu dürfen muss zunächst noch beim Landesamt für Natur, Umwelt und Verbraucherschutz Nordrhein-Westfalen (LANUV) beantragt werden. Zudem ist ein separater, dicht verschließbarer Eierraum nötig.
Eine weitere rechtliche Hürde, ist das erlangen des Bioland-Siegels. Zwar ist dieses Siegel nicht unbedingt notwendig, dennoch würde es dem Betrieb eine zusätzlich gute Außenwirkung verleihen, die auch Werbetechnisch vermarktet werden kann. Die Umstellung auf einen Biolandbetrieb ist mit Kosten verbunden, die der Betrieb momentan nicht zahlen möchte. Zudem dauert die Umstellung auf das Bioland-Zertifikat drei Jahre. Alternativ möchte der Betrieb sich zunächst auf die Zertifizierung mit dem EU-Biosiegel konzentrieren. Hierbei sind die rechtlichen Hürden vergleichsweise nicht so hoch.

7. Finanzierung

Im Rahmen der Machbarkeitsstudie wurde die Finanzierung des Projekts umfangreich untersucht. Aus datenschutzrechtlichen Gründen kann an dieser Stelle nicht auf die konkreten Zahlen eingegangen werden.
Es wurden vier Szenarien entwickelt die anhand von Businessplänen, unter Einbeziehung der zu tätigenden Investitionen und zu erwartenden Umsätzen kalkulieren, wie sich eine Liquiditätsberechnung über die ersten drei Jahre nach Projektstart darstellt, wenn sich die Akteure dem Projekt entweder als Hobby widmen oder wenn sie es im Neben oder Haupterwerb umsetzen. Der Vergleich der einzelnen Szenarien zeigt verschiedene Vor- und Nachteile, die sich unter Anderem in unterschiedlichen Kapitalbedarfen widerspiegeln. Als Empfehlung wird den Akteuren geraten das Projekt im ersten Jahr ohne eigene Vergütung zu betreiben und im darauffolgenden Jahr den Betrieb im Nebenerwerb anzustreben.

8. Zeitplan Umsetzung / Projektphasen

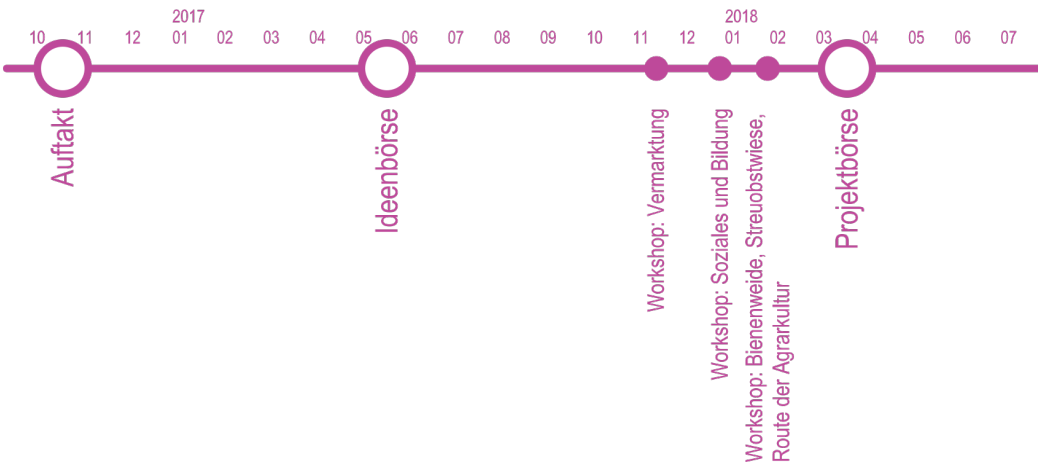

Abb.24: Sonnige Terrasse auf dem Hof
Foto: CoProGrün

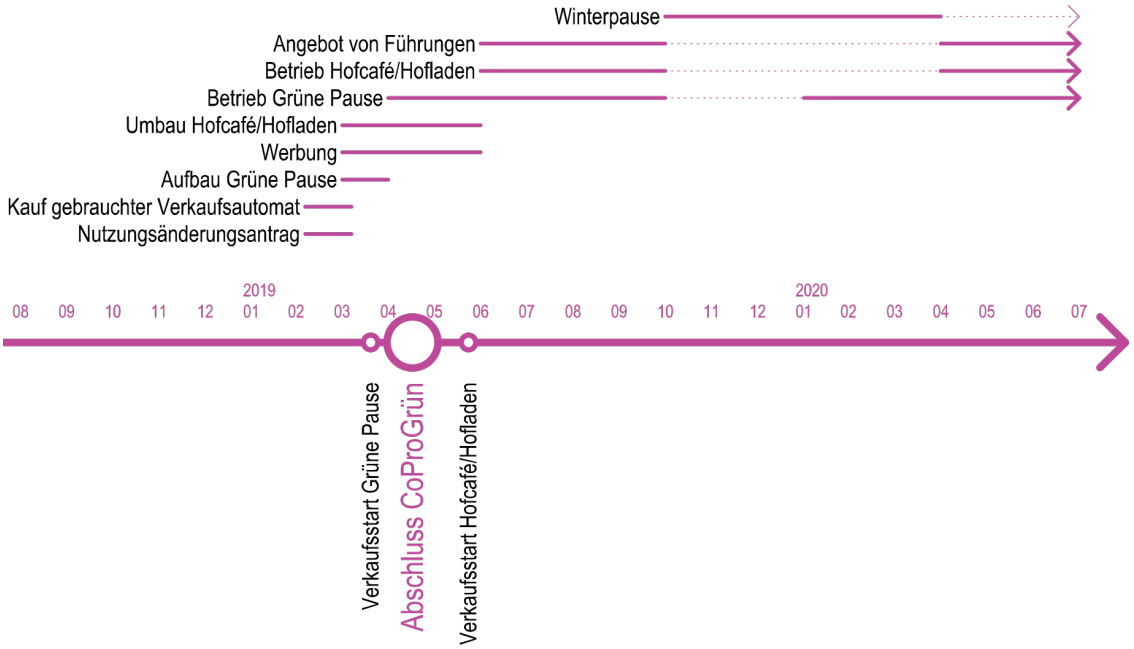

Abb.25: Schritte zur Projekt-umsetzung

9. Anhänge

- Checkliste zum Eröffnen eines Hofladens/ Hofcafés

Checkliste zum Eröffnen eines Hofladens/ Hofcafés

Um Expertise aus der Praxis hinzuzuziehen wurde Frau Claudia Lüdtke vom Dortmunder Hofcafé für eine Beratungsleistung eingeladen. Die in diesem Experteninterview erlangten Informationen sind nun im Rahmen von CoProGrün in einer Checkliste ausgearbeitet worden. Diese Checkliste soll es ähnlichen Projekten erleichtern ihre Idee vom eigenen Hofcafé /Hofladen umzusetzen und dabei sicher zu gehen, dass alle Vorschriften und Belange der Sicherheit eingehalten werden.

Bauliche Vorgaben:
Unumgänglich ist der Bau einer Gästetoilette. Getrennte Toiletten sind erforderlich, wenn Alkohol ausgeschenkt wird. Bein einem generell neuen Einbau von Toiletten empfiehlt sich dies zu berücksichtigen. Nach der Gaststättenverordnung gilt bei einer Größe bis 50qm Gastraum die Toilettenpflicht von einer Spültoilette. Die Toiletten müssen für die Gäste leicht erreichbar, nutzbar und gekennzeichnet sein. Eine barrierefrei gestaltete Toilette ist ab einer Gastraumgröße von 50qm vorgeschrieben.

Versicherungen:
Eine passende Versicherung deckt Gefahren, Leistungen und Schäden in gastronomischen Betrieb ab. Hier gibt es verschiedene abzudeckende Bereiche.
Eine Betriebshaftpflichtversicherung sichert Personen- und Sachschäden ab. Die Geschäftsinhaltsversicherung versichert die Betriebsausstattung, das gewöhnliche Warensortiment, Betriebsunterlagen, Bargeld und Wertsachen. Die Betriebsunterbrechungsversicherung kommt im Falle eines Wasserrohrbruches für laufende Kosten (Löhne, Gehälter, Pacht), entgangenen Betriebsgewinn und die Kosten für die Schadenbehebung auf. Die Betriebsschließungsversicherung schütz vor den finanziellen Risiken einer Schließung aufgrund von Krankheitserregern und zu vernichtenden Waren.
Hier ist eine vertrauensvolle Beratung und Bestandsaufnahme mit einem Versicherungsberater ratsam.

Hygiene:
Werden Lebensmittel verarbeitet und verkauft, so sind die vom Gesetzgeber aufgeführten lebensmittelrechtlichen Vorschriften einzuhalten.
Pflicht jeden Unternehmens das Lebensmittel verarbeitet und verkauft ist es sich eigenständig über den aktuellen Stand der lebensmittelrechtlichen Vorschriften zu informieren.
Die Kontrolle ist eine amtliche städtische Angelegenheit und wird durchgeführt vom Ordnungsamt, Abteilung Lebensmittelüberwachung und Veterinärwesen.
Der Betrieb wird regelmäßig überprüft und erhält einen Kontrollbericht gem. § 39 und §§ 41 bis 44 LFGB.

Anhand eines Barometers werden folgende Anforderungen in einer Betriebskontrolle geprüft:

Die Zuverlässigkeit des Lebensmittelunternehmens Hofcafé
- die Verlässlichkeit der Eigenkontrollen
- das Hygienemanagement

Die amtliche Lebensmittelüberwachung unterscheidet folgende Kontrollarten:
- die Plankontrolle
- die Nachkontrolle
- die Beschwerde
- die anlassbezogene Kontrolle
- die Abnahme

Eine Plankontrolle wird unangemeldet durchgeführt. Folgende Bereiche werden kontrolliert:
- der Verkaufsraum
- die Produktionsräume/die Küche
- die Kühlräume/ die Lagerräume
- die Personalräume
- die Transportfahrzeuge
- die Hygiene
- das Eigenkontrollsystem (Checklisten & Muster im Anhang)
- die Kenntlichmachung der Zusatzstoffe & Allergene

Werden im Ergebnis einer Plankontrolle Mängel festgestellt, so wird die verantwortliche Person auf den Mangel/Verstoß hingewiesen. Eine Frist zur Beseitigung der Mängel wird eingeräumt und es kommt zu einer Nachkontrolle. Nachkontrollen und Plankontrollen sind gebührenpflichtig. Die Nachkontrolle wird ebenfalls ohne Ankündigung durchgeführt.

Zudem haben Unternehmen, die Lebensmittel verarbeiten und verkaufen die Pflicht, folgende betriebliche Eigenkontrollen durchzuführen und zu dokumentieren:
- die Wareneingangskontrolle
- die Temperaturkontrolle
- die Reinigung
- die Schädlingsüberwachung
- die Belehrung nach dem Infektionsschutzgesetz
- die Hygieneschulung
- die Rückverfolgbarkeit

Bei der Wareneingangskontrolle sind sämtliche Waren, ob geliefert oder selbst eingekauft auf ihren ordnungsgemäßen Zustand zu prüfen. Folgende Punkte sind zu beachten und zu dokumentieren:

- Sichtkontrolle und Zustand der Ware auf den 1. Blick (Schädlingsbefall, Schimmel, Beschädigung)
- Ist die Einhaltung der Kühlkette gewährleistet. Bei Anlieferung ist die Temperatur mit dem eigenen Thermometer zu prüfen. Selbsteinkäufer müssen den ordnungsgemäßen Transport der Waren mit Kühltaschen, Kühl Akkus, Transportboxen und Thermometer gewährleisten.
- Das Mindesthaltbarkeitsdatum und Verbrauchsdatum sind zu beachten. Die vollständige Kennzeichnung der Ware ist zu beachten (Bsp. Eierstempel). (vgl. Abb. A1)
- Bei der Temperaturkontrolle ist täglich jeder Kühlschrank, Kühleinrichtung, Kühlhaus auf die Ist-Temperatur zu prüfen. Die Lagertemperaturen der Rohwaren sind abhängig von den Vorgaben des Herstellers. Lose Lebensmittel sind in der DIN 10508 aufgelistet. (vgl. Abb. A2)
- Eine ordentliche und wirkungsvolle Reinigung des gesamten Betriebes, der Arbeitsflächen und der Arbeitsgeräte ist zu gewährleisten.
- Alle Arbeitsflächen, Geräte und Betriebsräume müssen täglich gereinigt werden und monatlich an gefährdeten Stellen auf Schädlingsbefall (Ratten, Mäuse, Motten, Schaben etc.) überprüft werden. (vgl. Abb. A3a und A3b)
- Die Belehrung nach dem Infektionsschutzgesetz §43 IfSG wird vom Gesundheitsamt ausgestellt. Alle Mitarbeiter des Hofcafés die mit Lebensmitteln im Betrieb in Kontakt sind, benötigen diese Belehrung. Die Belehrung findet zu festgelegten im Gesundheitsamt statt. Sie ist gebührenpflichtig (ca. 25,- €) und es muss ein Ausweis zur Identifikation vorgelegt werden. (vgl. Belehrungsbogen vom Gesundheitsamt)
- Das Hofcafé und die Mitarbeiter sind verpflichtet sich nach §4 der Lebensmittelhygieneverordnung jährlich einen Hygieneschulung durchzuführen, um für eine gute Lebensmittelhygiene im Unternehmen zu sorgen.
- Wenn die Rückverfolgbarkeit der Produkte nicht ohne Zweifel sichergestellt ist, kann die gesamte Entsorgung des Warenbestandes angeordnet werden.
- Das Hofcafé muss anhand von Etiketten, Produktinformationen, Lieferscheinen jederzeit Auskunft über die Herkunft ihrer Waren geben können.

Kennzeichnungspflichten:
Es ist Pflicht die Zusatzstoffe und Allergene auf der Speisekarte zu kennzeichnen.
Die Kennzeichnung der 14 Allergene ist für Allergiker lebensnotwenig und alle zu kennzeichnenden Zusatzstoffe sind in der Zusatzstoff-Zulassungsverordnung aufgelistet.
Zusatzstoffe sind:
Konservierungsstoffe, Phosphat, Schwefel, Chinin, Farbstoffe, Süßungsmittel, Geschmacksverstärker, Koffein
(vgl. empfohlene Auflistung der DEHOGA im Anhang)

Laut Lebensmittelinformations-Verordnung sind folgende 14 Allergene zu kennzeichnen:
1.glutenhaltiges Getreide (namentlich zu nennen wie: Dinkel, Weizen, Roggen, Hafer…)
2.Krebstiere /3.Eier /4.Fische /5.Erdnüsse /6.Sojabohnen /7.Milch
8.Schalenfrüchte (namentlich zu nennen wie: Mandeln, Haselnüsse, Pistazien, Walnüsse …)
9.Sellerie /10.Senf /11.Sesamsamen /12.Schwefeldioxid und Sulfite
13.Lupinen /14.Weichtiere

Die Wahl des richtigen Bodenbelags für die gewerbliche Gastronomie
Bei der Wahl des richtigen Bodenbelags für Küche/Lagerräume und den Gastraum sind: die Haptik/ Struktur und Materialbeschaffenheit, der Preis, die Optik, die Haltbarkeit, der Pflege- und Reinigungsaufwand, das Verlegen, und der Wohlfühlaspekt.
Der sollte im ersten Blick individuell, zeitlos und zur Inneneinrichtung passen und muss extrem rutschfest, strapazierfähig und wasserfest sein.
Kunststoffbodenbeläge wie PVC oder auch Bodenbeschichtungen aus Kunstharz eignen sich gut, sind aufgrund der fugenlosen Oberfläche sehr hygienisch, zudem preisgünstig und schnell verlegt.
PVC-Viniylböden der Nutzungsklasse 33 haben eine mind. 5mm dicke Nutzschicht und sind speziell für die gewerbliche Nutzung ausgelegt. PVC-Bodenbeläge werden in verschiedensten Farben, Mustern und Holz-Optiken im Handel angeboten.

Nutzungsklasse	Bereich	Bereich Beanspruchung	Intensität der Nutzung	Beispiele
21	Wohnbereich (private Nutzung)	geringe Nutzung	leicht	Gäste- und Schlafzimmer
22	Wohnbereich (private Nutzung)	durchschnittliche Nutzung	normal	Wohn, Esszimmer, Innenflur
23	Wohnbereich (private Nutzung)	starke Nutzung	stark	Eingangsbereich, Küche, Treppenflur
31	Gewerbe (öffentliche und gewerbliche Nutzung)	geringe oder zeitweise Nutzung	leicht	Hotelzimmer, Kleinbüro, Konferenzräume
32	Gewerbe (öffentliche und gewerbliche Nutzung)	kontinuierliche Nutzung	normal	Büros, Boutiquen, Warteräume
33	Gewerbe (öffentliche und gewerbliche Nutzung)	intensive Nutzung	stark	Kaufhäuser, Hallen, Klassenzimmer

Tabelle A1 Nutzungsklassen PVC-Viniylböden

Checkliste Wareneinkauf

Jahr:

Monat:

Datum	Lieferant/Markt	gelieferte/gekaufte Ware	Ware OK	Temperatur in°C soll/ist	Maßnahme bei Abweichung	Unterschrift

Abb. A1: Checkliste Wareneingang vom Hofcafé von Claudia Lüdtke

Kühlschrank Temperaturliste					
Jahr:	_				
Monat:					
zulässige Temperatur: minimum 2° / maximal 8°					
Datum	**Kürzel**	**OK**	**Datum**	**Kürzel**	**OK**
1			17		
2			18		
3			19		
4			20		
5			21		
6			22		
7			23		
8			24		
9			25		
10			26		
11			27		
12			28		
13			29		
14			30		
15			31		
16					

Abb. A2: Checkliste Temperatur vom Hofcafé von Claudia Lüdtke

Checkliste Lebensmittelhygiene und Reinigung

Personal Hygiene

- bequeme Arbeitskleidung/immer Schürze tragen
- saubere gepflegte Erscheinung, keine offenen Wunden
- Bescheinigung vom Gesundheitsamt von jedem Mitarbeiter
- Händereinigung zwischen der Bearbeitung verschiedener Lebensmittel
- Händereinigung nach jedem Kontakt mit Geld

Lebensmittel Hygiene Organisation

- Lebensmittel ordentlich aufbewahren, keine Lagerung auf dem Fußboden
- keine erdhaltigen Pflanzen im Arbeitsbereich
- fertige Speisen immer bedeckt präsentieren (Kuchenhaube, Vorratsdose, Glasdeckel)
- fertige Speisen immer in Vitrine mit Spuckschutz präsentieren
- Speisen nicht länger als 3 Std. heiß halten
- Lebensmittel nicht im Handwaschbecken waschen

räumliche Trennung

- rohe Eier räumlich getrennt lagern und verarbeiten
- Käse-, Wurst- und Süßspeisen nicht durchmischen
- getrennte Lagerung von rohen und fertigen Speisen
- getrennte Lagerung von verpackten, unverpackten Lebensmitteln und Rohprodukten
- Lebensmittel auf immer dem farblich zugeordneten Schneidebrettern (HACCP) verarbeiten

Abb. A3a: Reinigungsplan Seite 1 vom Hofcafé von Claudia Lüdtke

Reinigungsarbeiten

- saubere Putzlappen verwenden, regelmäßig wechseln
- Sahne-Sprühkopf täglich reinigen
- Utensilien/Messer und Schneidebretter täglich reinigen
- ordentlicher Gastraum, Tische nach Besuch abwischen und aufräumen
- Müll ordentlich trennen (Restmüll/Bioabfall/Altpapier/Altglas)
- die Spülmaschine immer effektiv befüllen (keine Schneidemesser in die Spüma)
- Bestandskontrollen der Vorratsdosen

allg. Aufräumarbeiten

- Flyerecke, Zeitungen sortieren, fegen
- Blumen/Pflanzen gießen & pflegen
- Staub wischen, Spinnweben entfernen
- Möbel- und Tischbeine feucht abwischen
- Fenster & Türrahmen putzen

Kontrolle zum Feierabend/ Ladenschluss

- Licht ausschalten, auch im Sichtkühlschrank
- Kerzen alle aus, Sicherung runter
- Heizung runter drehen, Fenster alle schließen
- Geräte ausschalten, Stromstecker Standby Modus
- Deko, Schilder, Tafeln, Blumen, Stühle reinholen
- Lebensmittel eingepackt kaltstellen
- Notausgangstür abschließen
- Kasse abrechnen
- Kasse aus dem Sichtbereich stellen und offen lassen

Abb. A3b: Reinigungsplan Seite 2 vom Hofcafé von Claudia Lüdtke