

Hessisches Ministerium für Landwirtschaft und
Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat

HESSEN



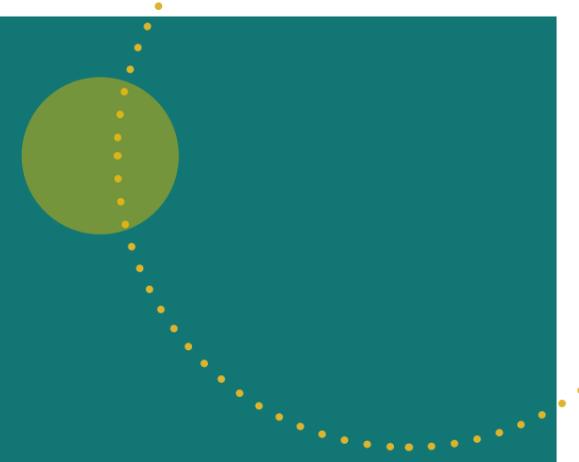
HEIMAT BIST DU!

ZUSAMMENHALT UND VIELFALT



INHALT

Unser Heimatland Hessen	4
Sie gehen ihren Weg: Hessische Pioniere	6
Mir babbele Hessisch!	14
Schönes Hessenland: Magische Orte entdecken.	18
Die hessische Heimat im Herzen – und auf der Haut	20
Herbstein springt zur „ Foaselt “	22
Starke Frauen in Hessen: Unsere LandHeldinnen	24
Heimat schmecken in Hessen	28
Regionalentwicklung fördern: Wir tun was!	38



UNSER HEIMATLAND HESSEN



Liebe Leserinnen und Leser,

„Hesse ist, wer Hesse sein will“, hat Georg August Zinn bei der Eröffnung des ersten Hessentags 1961 gesagt. Eine wunderbare Formulierung des damaligen Hessischen Ministerpräsidenten, die auch heute noch aktuell ist - und die ganz hervorragend zu unserem neuen Schwerpunkt passt: Heimat. Erstmals in der Geschichte Hessens gibt es ein Heimatministerium. Ganz bewusst trägt unser Haus die Heimat im Namen. Damit dokumentieren wir, wie wichtig uns dieses Thema in all seinen Facetten ist.

Was verbinden wir spontan mit dem Begriff Heimat? Die Antworten darauf fallen ganz unterschiedlich aus: Heimat, das kann die Erinnerung an den Geschmack einer bestimmten Speise sein, vielleicht ein Stück Ahle Worscht oder Kochkäs'. Oder an den Klang der Sprache, den Dialekt, in einer bestimmten Region. Und natürlich sind bei den meisten Menschen auch geographische Besonderheiten mit dem Begriff Heimat eng verknüpft - etwa die Berge des Uplands mit ihren Hochheiden zwischen dem Naturpark Diemelsee und dem nordwaldeckischen Raum; die Wiesen und Äcker zwischen den Flusstälern von Fulda und Werra, die im Süden an das Biosphärenreservat Rhön angebunden sind; oder die Weinberge des Rheingaus,

wo neben zahlreichen Weingütern auch Burgen, Schlösser und Klöster die Region prägen.

So gesehen ist Heimat, wissenschaftlich ausgedrückt, ein „regionalkulturelles Gefühl“. Es benennt den Ort, an dem wir verwurzelt sind, an dem wir Sicherheit und Geborgenheit empfinden. Dazu zählt selbstverständlich auch die Pflege von Brauchtum und Traditionen - am liebsten in der Gemeinschaft. Da sind beispielsweise unsere hessischen Landfrauen- und Gesangvereine, Mundart-, Tanz- und Trachtenvereinigungen. Auch Kerbe-, Fastnachts- und Schützenvereine verkörpern Heimat. Oder nehmen wir den Backhausverein, der am Dorfplatz die Tradition des gemeinsamen Brotbackens aufleben lässt, wenn die Freiwillige Feuerwehr nebenan Jubiläum feiert.

Ein solch vielfältiges Vereinsleben kenne ich selbst gut. Ich war viele Jahre lang in einem Sportverein ehrenamtlich engagiert, davon zehn Jahre als Vorsitzender des SV Erbach im Rheingau. In einer Vereins- und damit häufig auch einer Dorfgemeinschaft mitzumachen, vor Ort zusammen etwas bewegen, auch das bedeutet Heimat. Neben einer kulturellen und einer sozialen Dimension gibt es auch eine emotionale Dimension: Heimat ist ein Gefühl.

Für mich ganz persönlich gehört zum Heimatgefühl auch die regionale Mundart, unser Dialekt. Ich bin im Rheingau aufgewachsen und liebe es, zu „schwätze wie mir de Schnabbel gewachse is“. Wenn ich beispielsweise mit meinem Bruder telefoniere, stehen manchmal Kollegen neben mir, die mich nicht verstehen. Die unverkennbare Sprachfärbung, durchaus auch bei jüngeren Leuten, ist allerdings nur eine Ebene der Mundart. Eine weitere Ebene enthält die vielen eigenen Wörter und Begrifflichkeiten, die oft nur noch von Älteren gebraucht werden. Da höre ich immer ganz genau hin, sauge die Begriffe auf und versuche, sie abzuspeichern. Es ist faszinierend, wie die Unterschiede oft schon von Dorf zu Dorf sein können. Und wie markant die sprachliche und die kulturelle Vielfalt unseres Landes sind: Im Odenwald wird anders gesprochen als im Untertaunus, im Vogelsberg anders als im Hinterland. In Mittelhessen habe ich beim Mundartfestival einen denkwürdigen Satz gehört: „Niemand muss sich für seinen Dialekt schämen.“ Das zeugt von neuem Selbstvertrauen der Mundart-Freunde, deren Passion gerade bei jüngeren Leuten zeitweise verpönt war. Entsprechend stolz sind wir, wie groß der öffentliche Zuspruch zum ersten Mundart-Preis des Landes Hessen ist - einer Idee, die im neuen Heimatministerium geboren wur-

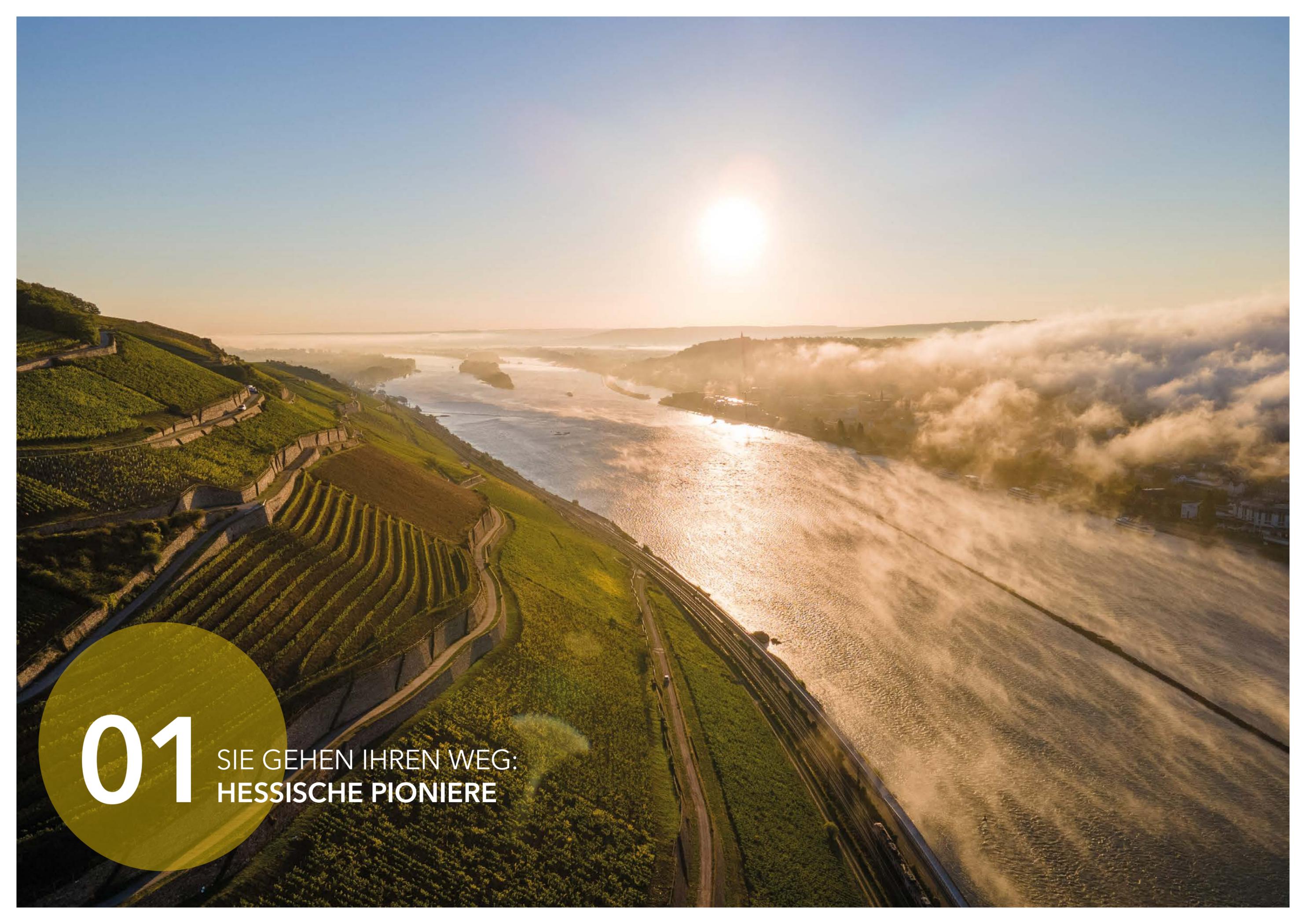
de. Ich selbst begeistere mich seit jeher für Dialekte und höre einfach gerne zu, egal ob fränkisch, kölsch oder sächsisch. Und es macht mir Spaß zu rätseln, wo jemand herkommt.

Die Mundart wird auch in dieser Heimatbroschüre gewürdigt, genau wie lukullische Besonderheiten aus unserem Land. Wir betrachten hessische Pioniere, besuchen LandHeldinnen und blicken auf magische Orte in unserer Heimat. Kommen Sie mit auf unsere kleine Reise und stellen Sie dabei fest: Hessen hält zusammen. Heimat ist keine Frage von Alter, Geschlecht oder Herkunft. Jede/r einzelne kann mitmachen. „Hesse ist, wer Hesse sein will“ - und „Heimat bist Du!“

Viel Spaß beim Lesen, Ihr

Ingmar Jung
Staatsminister

Hessisches Ministerium für Landwirtschaft und Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat



01

SIE GEHEN IHREN WEG:
HESSISCHE PIONIERS

OCHSENSCHLÄGER HOFLÄDCHEN & LANDHAUS-APARTMENTS

Rheinstraße 15
68647 Biblis - Wattenheim

www.riedgockel.de



NEUE WEGE IN DER LANDWIRTSCHAFT - DAGMAR OCHSENSCHLÄGER GIBT DEN DINGEN DIE ZEIT, DIE SIE BRAUCHEN

So einen typischen Ferienbauernhof mit grünen Wiesen drumherum, einem großen Spielplatz und Streichelzoo haben wir nicht. Unser Hof in Biblis liegt an einer Straße und hat wenig Nutzfläche. Da wir aber trotzdem ein touristisches Angebot schaffen wollten, haben wir uns für stilvolle Landhaus-Apartments entschieden. Es gibt eine kleine Küche und unsere Gäste bekommen Frühstückskörbchen. Das Konzept funktioniert sehr gut. Wir

haben viele Gäste, die aus beruflichen Gründen in der Gegend sind, und teilweise auch längere Zeit bleiben. Aufgrund unserer guten Lage in der Metropolregion zwischen Heidelberg und Frankfurt kommen auch viele Wochenendgäste. Und natürlich Angehörige, die ihre Familien in der Region besuchen, dort aber nicht übernachten wollen oder können.

Kunden kommen aus Frankfurt, um hier Kartoffeln zu kaufen

Ich habe in den Hof geheiratet, das war schon immer ein landwirtschaftlicher Betrieb. Meine Schwiegereltern haben ein paar Kartoffeln und Zwiebeln verkauft. Mein Mann hat den Hof 17 Jahre lang nur im Nebenerwerb geführt. Ich wollte den Betrieb gerne professionalisieren - durch mehrere Standbeine. 2002 haben wir uns dann entschieden, die Landwirtschaft neu auszurichten. Wir haben die Produktpalette ausgebaut. Heute bauen wir 25 verschiedene Kartoffelsorten an. Die vermarkten wir im Hofladen und auch auf Genussmärkten. Es gab schon Kunden, die extra aus

Frankfurt kamen, um unsere Kartoffeln zu kaufen. Sie hatten sie in einem Restaurant gegessen und fanden sie hervorragend. Außerdem bauen wir Urgetreidesorten an wie Emmer, Einkorn, Dinkel, ein Bordeaux-Weizen und Champagner-Roggen. Mais und Soja gibt es auch - als Viehfutter.

Wir sind in der Direktvermarktung aktiv, haben einen eigenen Hofladen, über den wir unsere landwirtschaftlichen Erzeugnisse verkaufen. Aber natürlich ist die Gastronomie auch wichtig für uns. Wir sind Mitglied der Slow-Food-Bewegung und arbeiten mit dem „JRE Origins“ Genussnetz zusammen, einer Vereinigung junger Spitzenköche. In diesem Rahmen besuchen wir auch Genuss- und

Food-Messen, wie zum Beispiel die Intergastra oder verschiedene Hausmessen und stellen dort unsere Produkte vor. Netzwerken ist in unserer Branche sehr wichtig - und wir versuchen deshalb,

in die Gastronomie gute Kontakte zu unterhalten. Empfehlungen sind einfach das A und O und öffnen Türen.

Was zu einem guten Hühnerleben gehört

Der Hofladen, die Apartments, die veränderte Produktpalette - das alles hat so gut funktioniert, dass wir wieder komplett von unserem Betrieb leben. Für uns war es jedoch wichtig, noch ein weiteres Standbein auszubauen. Und da wir wenig Fläche haben, haben wir uns für die Hühnerzucht entschieden. Wir kaufen unsere Küken als Eintagsküken in Frankreich und geben ihnen unser selbst angebautes Futter. Nach fünf Wochen dürfen sie auf die Wiese und den ganzen Tag rennen, eben das tun, was zu einem guten Hühnerleben gehört. Unsere Tiere werden mindestens 90 Tage alt, bis sie dann abends im Dunkeln eingefangen und bei uns auf dem Hof geschlachtet werden. Die Riedgockel werden artgerecht aufgezogen, haben Zeit zum

Reifen und Wachsen, und werden dann artgerecht geschlachtet. So funktioniert Slow Food. Man gibt den Dingen die Zeit, die sie brauchen, um richtig gut zu werden - egal ob Tier oder Pflanze. Hauptabnehmer unserer Riedgockel ist die Gastronomie, die das zarte Fleisch und die faire Produktion sehr schätzt. Aber es gibt auch Direktkunden, die extra aus Frankfurt oder Mainz zum Gockelkauf kommen.

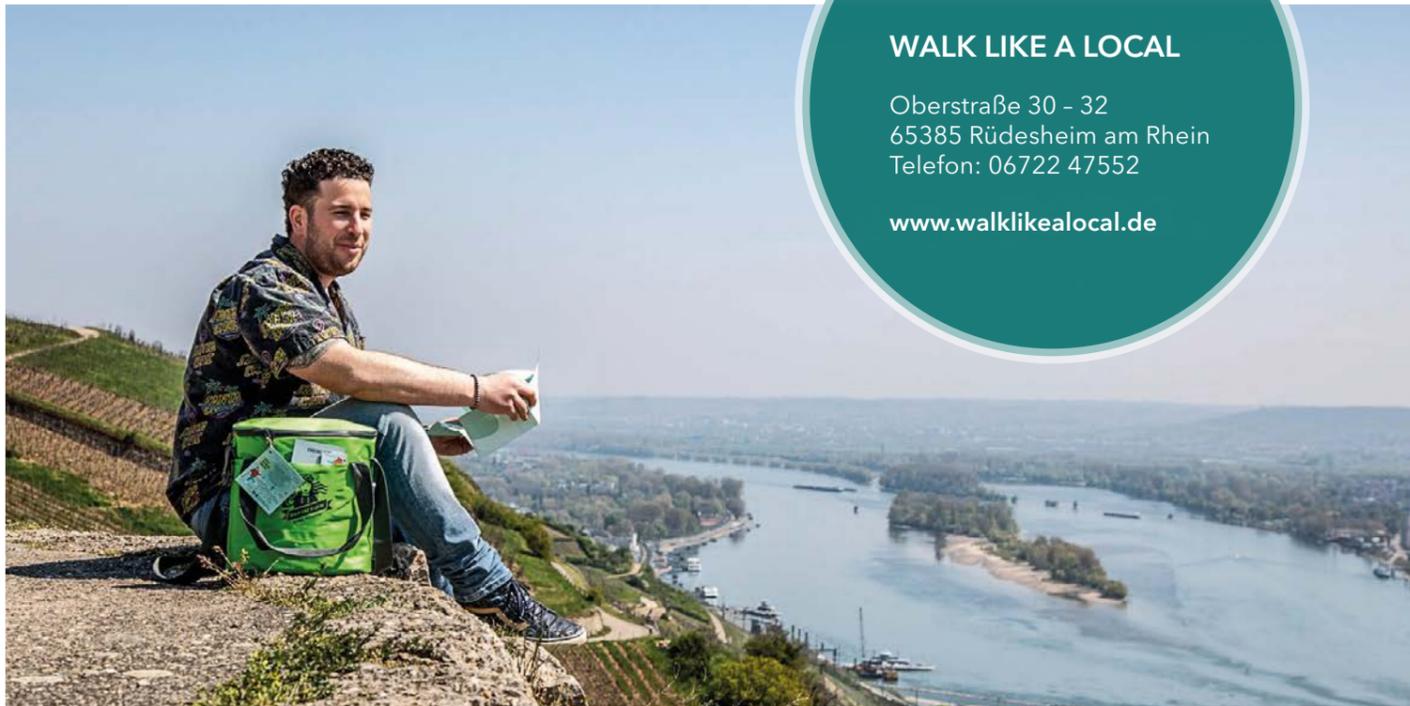


Mutig sein und Neues wagen

Die Buchungen der Apartments laufen alle über unsere Website mit einem automatisierten Online-Buchungssystem. Das ist eine riesige Erleichterung für uns. Die Gäste können 24 Stunden am Tag buchen - und wir können trotzdem unserer Hauptarbeit nachgehen. Wenn ich im Hofladen stehe, kann ich nicht parallel E-Mails beantworten. Das

übernimmt das System dann teilweise für mich. Unsere Website bediene ich selbst. Ich hätte nie gedacht, dass ich es schaffe, aber manchmal muss man einfach mutig sein und Neues wagen!





WALK LIKE A LOCAL

Oberstraße 30 - 32
65385 Rüdesheim am Rhein
Telefon: 06722 47552

www.walklikealocal.de

Am Anfang war es meist nur eine Vision. Eine Vision, die viel Mut, Tatendrang und manchmal vielleicht auch ein Quäntchen Glück gebraucht hat, um Realität zu werden. Ob ein ausgefallenes Konzept, die Neuausrichtung eines alteingesessenen Betriebs oder die Besinnung auf traditionelle Werte – mit den Hessen-Pionierinnen und -Pionieren wollen wir Ihnen Menschen vorstellen, die mit mutigen Ideen beruflich erfolgreich vorangehen. Auch wenn der Weg zum Ziel manchmal Stolpersteine und Überraschungen parat gehalten hat, zeigen die Geschichten dieser Menschen vor allem eines: Sie glauben an ihre Vision – und an sich selbst. Lassen Sie sich davon inspirieren!

DIGITAL DURCH DIE WEINBERGE – WOMIT KAI CLIMENTI WANDERER DURCH DEN RHEINGAU SCHICKT

Keine Events, keine Weinwanderungen, kein Umsatz: Als die Corona-Pandemie im Frühjahr 2020 ausbrach und Deutschland in den Lockdown ging, bin ich gerade zum ersten Mal Vater geworden. Mein Business – Weinführungen und Events rund um Rüdesheim – lag brach und damit waren für mich und meine sechs Mitarbeiter auch Existenz-

ängste verbunden. Und während ich Podcast hörend durch die Weinberge joggte, kam mir dann die Idee, Weinwanderungen per Audio-Format auf den Markt zu bringen. Das würde sogar während einer Pandemie funktionieren, da die Gäste auf eigene Faust zu zweit losziehen könnten. So ist das Konzept von „Walk like a Local“ entstanden.

Regionalität, Digitalisierung und Freiheit in einer Kühltasche

Zunächst dachte ich daran, eine App zu entwickeln. Doch so eine Entwicklung kostet um die 70.000 Euro – und die hatte ich nicht. Schließlich fand ich eine Agentur in Wiesbaden, mit der ich das Konzept zu einem Produkt weiterentwickelt habe. Herausgekommen ist also

eine Kühltasche, befüllt mit vier exklusiven 0,25-Liter-Flaschen Rheingauer Spitzenwein, Gläsern, und 17 Karten, mit denen die Gäste das Know-how für die Weinwanderung vermittelt bekommen. Jede Karte wurde einzeln illustriert und ist auf der Rückseite

mit einem QR-Code versehen, der per Smartphone gescannt werden kann. Die Codes führen zu zehn Videos und sieben Audiodateien, die jeweils an der passenden Station geschaut und gehört werden können. Da stehen die Gäste dann zum Beispiel an einem Weinstock und hören zwei bis fünf Minuten lang eine Audiodatei, in der Winzerin Theresa Breuer vom gleichnamigen Weingut über Pflanzenschutz und die Arbeiten am Weinstock berichtet.

Neben Winzern lernen unsere Kunden auch Wanderführer, Gästebegleiter und sogar eine Nonne virtuell kennen – also alles Locals, Einheimische, die für ihre Region und den Wein brennen. Zwischendurch gibt es dann immer wieder ein Schlückchen Spitzenwein. So haben unsere Kunden die Möglich-

keit, dann den Wein zu probieren, der hier gewachsen ist und erfahren nebenbei viel über den Anbau, die Sorten und die Region. Dieser Blick hinter die Kulissen ist in dieser Art auf jeden Fall einmalig. Aktuell bieten wir zwei verschiedene Wanderrouten in Rüdesheim an, die „Raufgänger“-Tour ist 7,5 Kilometer lang, die „Rebenschwaber“-Route 8,5 Kilometer lang und beinhaltet sogar eine Seilbahnfahrt. Auch für Eltville gibt es drei verschiedene Angebote. Die Taschen sind für zwei bis sechs Personen ausgestattet und können entweder abgeholt oder zugeschickt werden – so wie es der Gast möchte. Die Touren sind zeitlich völlig unabhängig – und können dann gemacht werden, wann der Kunde Lust dazu hat. Das ist ein Riesenvorteil, denn dieses Konzept steht damit für Regionalität, Digitalisierung und Freiheit.

Mit dem Wein in die Seilbahn

Obwohl das Konzept sehr digital ist, haben wir nicht nur junge, technikaffine Gäste. Denn es gibt ja auch eine richtige Wanderkarte, die Weine und die Seilbahnfahrt. Unsere Zielgruppe ist zwischen 25 und 65 Jahre alt. Viele bekommen die Tour auch geschenkt, beispielsweise zum 50. oder 60. Geburtstag, und ziehen dann als Gruppe los. Das macht uns sehr glücklich und stolz, denn unser Angebot kam bereits im ersten Jahr sehr gut an. Das war unternehmerisch wichtig für uns, denn wir hatten Rieseninvestitionen in diesen Krisenzeiten.

Da wir bereits vorher in der Weinszene unterwegs waren, Weinwanderungen und Events organisiert haben, konnten wir auf ein breites Netzwerk zurückgreifen. Auch bei den Winzern herrschte große Offenheit für lokale Kooperationen, weil wir seit Jahren zusammenarbeiten und uns schätzen und vertrauen. Die Weingüter haben den Wein extra für uns in kleinere, handliche Flaschen abgefüllt, obwohl das sehr aufwändig ist. Das hätten sie vielleicht nicht für jeden getan. Jetzt im Nachhinein sind alle froh, an Bord zu sein.

Gemeinsam auf die Beine stellen statt Alleingänge zu machen

Wir unterstützen uns also alle gegenseitig, beispielsweise auch, in dem wir virtuell und im echten Leben aufeinander verweisen und uns gegenseitig bewerben – und uns nicht als Konkurrenz sehen, obwohl wir teilweise ähnliche Geschäftsbereiche haben. Wir empfehlen auch gerne Hotels und Restaurants vor Ort, obwohl wir auch nur unsere eigenen Ferienwohnungen bewerben könnten. Doch es ist wichtig, lokale Partner zu haben – und gemeinsam die Region zu unterstützen und zu stärken. Wenn es ein Gast richtig schön bei uns hat, bleibt er drei bis

vier Nächte und kommt dann wieder – und bringt dann vielleicht weitere Gäste mit. Das stärkt eine Destination nachhaltig und kommt allen zugute. Dabei muss der Fokus auf Qualität liegen. Daher empfehle ich auch allen Pionierinnen und Pionieren: Bildet ein gutes Netzwerk, sucht euch Kooperationspartner – und gönnt den anderen ihren Erfolg. Etwas gemeinschaftlich auf die Beine zu stellen ist deutlich mehr wert als Alleingänge zu machen.

FRANZ KELLER'S FALKENHOF

Falkenhofstraße 1
65321 Heidenrod-Dickschied

www.franzkeller.de



VOM EINFACHEN DAS BESTE – WIE FRANZ KELLER ZU SEINEN WURZELN ZURÜCKKEHRTE

Mit dem Falkenhof bin ich nach vielen Jahren in der französischen Sternegastronomie zurück zu meinen Wurzeln gekehrt. Weg von der Masseware, hin zu ehrlicher, regionaler Landwirtschaft mit einfacher Küche. Mein Vater war Viehzüchter, wir hatten Obstbäume – und eine angeschlossene Metzgerei. Ich wollte Back-to-the-roots, vom Einfachen das Beste. Ich habe mich mit der Adler Wirtschaft in Hattenheim selbstständig gemacht.

Alles wird verarbeitet – vom Kopf bis zum Fuß

Heute züchten wir ein eigenes Falkenhof-Rind, eine Mischung aus Limousin- und Kobe-Rind, und Bunte Bentheimer, das sind Freilandschweine. Ich möchte Fleisch ohne Mast. Die Kälber und Ferkel dürfen mindestens drei Jahre alt werden. Unsere Rinder leben vom Gras und Heu auf der Wiese, ganz einfach eben. Bei einem Ab-Hof-Verkauf können unsere Kunden die Produkte vorab über das Internet bestellen. Wir machen sie fertig,

Doch es war schwierig für mich, in Deutschland gute Produkte zu bekommen. Anständige Hühner, gutes Rindfleisch – dafür fuhr ich weiter nach Frankreich. Irgendwann begann ich, Hühner zu züchten. Dann kamen die Gänse. Und schließlich kaufte ich den Falkenhof, einen Bauernhof in Heidenrod-Dickschied im Taunus, um dort unsere eigenen Tiere heranzuziehen.

geben den Liefertermin an und der Kunde holt ab. Wahrscheinlich könnten wir auch tausende einzelne Steaks und Filets verkaufen, aber bei uns gibt es nur das ganze Tier. Wir machen Fleisch für Fleischsalat, Schmorfleisch, Burger – und verarbeiten alles, vom Kopf bis zum Fuß und bis zum Fell. Da verkaufen wir die Decken und das Leder, das in Deutschland gegerbt wird.

Koch-Events mit hofeigenen Produkten

Die Adler Wirtschaft betreibt mittlerweile mein Sohn. Und da es doch ein bisschen langweilig wäre, sich den ganzen Tag nur mit Rindern und Schweinen zu unterhalten, bewirtschafte ich auch hier auf dem Falkenhof Gäste. Wir machen Koch-Veranstaltungen, sind aber kein öffentliches Restaurant. Zum Beispiel gibt es Kochkurse an einer Cooking Station. Die Gäste stehen drumherum, ich koche und demonstriere, was ich mache. Die meisten Gäste, die kommen, sind längst zu

Freunden geworden. Man kann zwar einige Termine über unsere Homepage buchen, aber der Großteil kommt einfach immer wieder. Dann gibt es die Franz-Keller-Küche. Ich war in Frankreich, Italien, Spanien – von allem ist etwas drin. Natürlich nehmen wir auch mal einen Schinken aus Spanien, wenn der richtig gut ist, aber eigentlich arbeiten wir mit den Produkten von unserem Hof. Alle Würste, die wir haben, stammen von einem unserer Tiere.

100 Gramm Wurst für 3,80 Euro statt für 90 Cent

Es ist nach wie vor leider schwer, gute Qualität zu verkaufen. Denn die kostet – und die Deutschen sparen beim Essen. Man kann für alles sparen – Autos, Urlaub und so weiter. Aber an dem zu sparen, was man täglich braucht, das ist wirklich furchtbar – und da haben wir als regionaler Produzent schon zu kämpfen. Warum kaufen wir ein teures Motoröl für unser Auto und das billigste

Speiseöl für den Salat? Das ist eine sehr deutsche Eigenschaft, die ich einfach nicht verstehe. Im Supermarkt bekommen die Leute 100 Gramm Wurst für 90 Cent nachgeschmissen. Bei uns kostet das Kilo Wurst 38 Euro, also 100 Gramm 3,80 Euro. Wer regional und fair Tiere züchtet und hält, kann eben nicht anders.



Die Porträts der Hessen-Pionierinnen und Hessen-Pioniere stammen von der Hessen Agentur. Weitere inspirierende Geschichten finden Sie hier:





02 MIR BABBELE HESSISCH!

Gude? Gaude? Oder Gurre? Wie begrüßt man sich bei Ihnen daheim? Und wird bei Ihnen gebabbelt, geschwätzt oder geschnuddelt? Nur zwei von vielen Beispielen, die zeigen, wie vielfältig unsere hessischen Dialekte sind - in dieser Form sogar einzigartig in ganz Deutschland. Diese Vielfalt wollen wir als Bestandteil unserer regionalen und dörflichen Identität, unserer sprachlichen Heimat, bewahren. Im Interview spricht Heimatminister Ingmar Jung darüber, welche Bedeutung Mundart für die hessische Landesregierung hat, wie Dialekt und Digitalisierung zusammenpassen und was es mit dem Hessischen Mundart-Preis auf sich hat.



Herr Minister Jung, weshalb ist das Thema Mundart für die Landesregierung wichtig?

Die Landesregierung hat unter der Überschrift „Heimat“ einen großen neuen Themenschwerpunkt gesetzt, der insgesamt das Thema Brauchtum und Traditionen betrifft. Hierbei spielt das Thema Mundart natürlich eine zentrale Rolle. Wir sind davon überzeugt: Mundart

und Brauchtum sind nicht altbacken. Im Gegenteil, das Wissen über die eigenen Wurzeln und in diesem Zusammenhang die Pflege von Dialekten und weiteren Ausdrucksformen unseres Brauchtums - denken Sie an Trachten- und Fastnachtsw- bzw. Karnevalstraditionen - gibt Stabilität, die in unserer heutigen Zeit wichtig ist. Wer Mundart spricht, ist für mich ein wichtiger Vermittler regionaler Kultur.

Wie lässt sich die Tradition der Mundart mit den Herausforderungen der heutigen Zeit, also der Digitalisierung, zusammenbringen?

Die Digitalisierung eröffnet zahlreiche Möglichkeiten, um sich dem Thema Mundart auf eine Weise zu nähern, die auch junge Leute gut erreicht. Sie kann Mundart spielerisch, kreativ, aber auch wissenschaftlich und lernorientiert fundiert vermitteln. Wir haben in dieser Landesregierung ein Ministerium mit der benötigten Digitalisierungskompetenz. Und wir binden natürlich die zahlrei-

chen heute schon Aktiven und im Bereich Mundart engagierten Menschen in unserem Land ein. Viele gute Projekte wurden in dieser Hinsicht ja bereits umgesetzt, vom digitalen Sprachatlas bis zum Mundart-Wanderweg mit QR-Code.



Wie wollen Sie die Förderung von Dialekten angehen?

Das Thema Heimat, Mundart und Brauchtum wird sukzessive ausgerollt. Uns ist wichtig, dass wir uns dabei an einem stimmigen, guten Konzept orientieren, denn nur so ist auch garantiert, dass das Thema langfristig gestärkt wird und nicht nur

ein kurzes Strohfeuer ist. Dies bereiten wir vor, und auch hierbei werden das unendlich vielfältige Wissen der Menschen in den Vereinen und Verbänden vor Ort, deren Kreativität und Herzblut einfließen.

Gibt es schon konkrete Ideen?

Als erste konkrete Maßnahme hat die Landesregierung einen Mundart-Preis neu geschaffen. Mit ihm würdigen wir die Leistung engagierter Menschen, die sich für die Sicherung des Kultur-

gutes und die Stärkung der regionalen Identität einsetzen. Und gleichzeitig erhöht der Preis die Sichtbarkeit der Dialekte und will die Menschen für die hessische Sprachvielfalt begeistern.

DER HESSISCHE MUNDART-PREIS

Um die Leistungen der vielen aktiven Ehrenamtlichen rund um Brauchtum und Mundart zu würdigen, hat die Landesregierung den Hessischen Mundart-Preis ins Leben gerufen. Mit dem Preis sollen Menschen für Hessens Sprachvielfalt begeistert und die Sichtbarkeit der Dialekte in un-

serem Land erhöht werden. Der Preis wird jährlich zum Internationalen Tag der Muttersprache durch Heimatminister Ingmar Jung an mehrere Preistragende übergeben. Er ist mit insgesamt 8.000 Euro dotiert.

Wer kann man sich für den Hessischen Mundart-Preis bewerben?

Alle Projekte und Maßnahmen, die mit hessischer Mundart zu tun haben - und mindestens eines dieser Kriterien erfüllen:

- Es wird ein sichtbarer und nachhaltiger Beitrag zur Pflege und Sicherung der hessischen Mundart geleistet.
- Die Maßnahme oder das Projekt hat Vorbildcharakter und kann andere zu eigenem Engagement inspirieren und motivieren.
- Die Maßnahme oder das Projekt erreicht unterschiedliche Zielgruppen (Schülerinnen oder Schüler, Rentnerinnen oder Rentner, Zugezogene etc.)
- Bei der Maßnahme oder dem Projekt handelt es sich um einen neuen Ansatz zur Dialektförderung oder -sicherung.
- Mit der Maßnahme oder dem Projekt werden unterschiedliche Aktive (ob von Schulen, Fachverbänden, Vereinen etc.) vernetzt.

Kann ich auch mich selbst vorschlagen?

Es sind sowohl Vorschläge als auch Selbstbewerbungen möglich.

Wie kann ich mich bewerben?

Um sich für den Preis zu bewerben, einfach den Anmeldebogen unter www.land-hat-zukunft.de/mundart.html herunterladen, ausfüllen und per E-Mail an mundart@umwelt.hessen.de schicken.

Wo finde ich weitere Informationen?

Einfach den QR-Code scannen:



Ei guude wie?
Guten Tag, wie geht es dir?

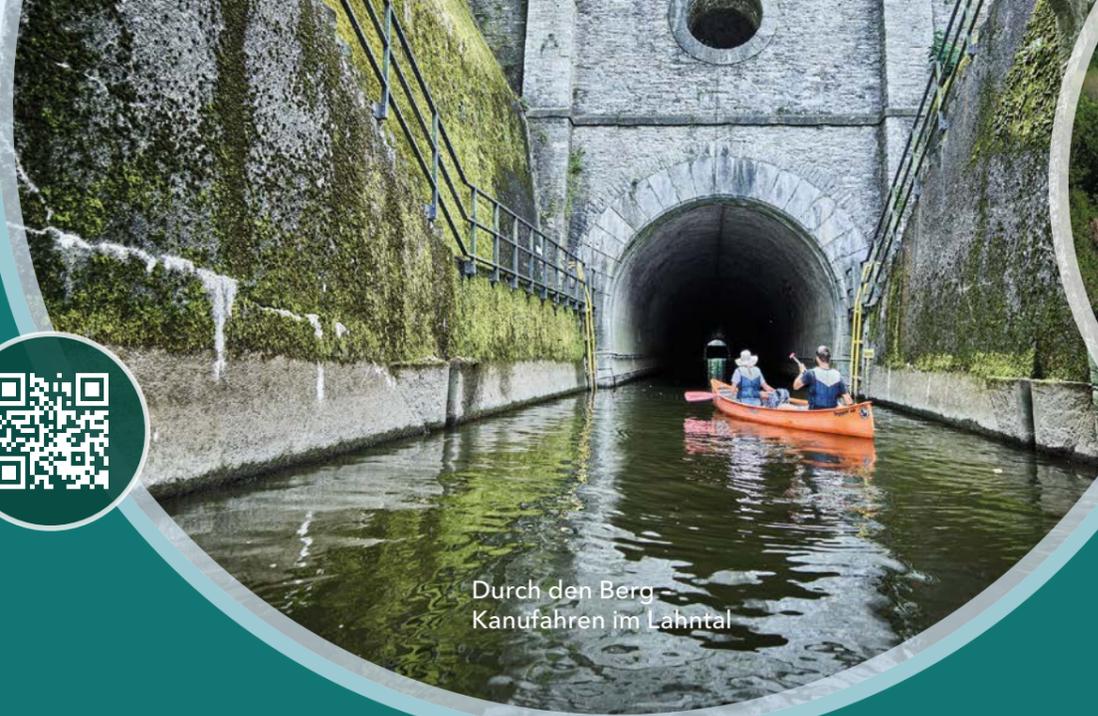
Jesses naa!
Oh Gott! Oh Gott!

Peiffedeggel!
Das war nix!

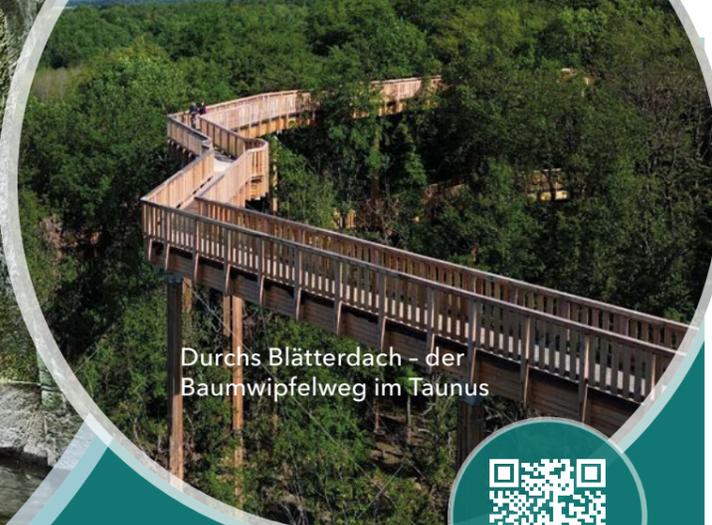
Halde mo dei Sabel!
Sei bitte still!

Hä?
Was hast du gesagt?

Von historischen Altstädten bis zu malerischen Weinbergen bietet Hessen eine Fülle an Sehenswürdigkeiten und Ausflugszielen für jeden Geschmack. Mit seinen vielseitigen Mittelgebirgen ist Hessen aber ein ganz besonderes Erlebnis für Naturfreunde. Hier zeigen wir Ihnen eine kleine Auswahl an besonderen Zielen in Bildern quer Land ein. onderes Erlebnis für Naturfreunde. Hier zeigen wir Ihnen eine kleine Auswahl an besonderen Zielen in Bildern quer Land ein.



Durch den Berg
Kanufahren im Lahntal



Durchs Blätterdach - der
Baumwipfelweg im Taunus



Odenwald:
Burg Breuberg



Mit Weitblick -
der Milseburgradweg
in der Rhön



Geheimnisvolle Schönheit
unter Tage: Schauhöhle
Breitscheid



Uralte Buchen entdecken:
Der Nationalpark Kellerwald-
Edersee



03 SCHÖNES HESSENLAND: MAGISCHE ORTE ENTDECKEN

„ WIR SIND BOTSCHAFTER IN TRACHT.

Torsten Frischkorn, Landesvorsitzender der Hessischen
Vereinigung für Tanz- und Trachtenpflege e.V.

04 DIE HESSISCHE HEIMAT IM HERZEN – UND AUF DER HAUT

„Wir tragen unsere Heimat auf der Haut.“ Wie Torsten Frischkorn das meint, wird schnell deutlich, wenn man sie sieht: die farbenfrohen, individuellen und detailverliebten Trachten, die es in so vielen unterschiedlichen Varianten in Hessen gibt. „An unserer Kleidung, unserer Tracht kann man unsere Heimat erkennen“, weiß Torsten Frischkorn. Er ist der Landesvorsitzende der Hessischen Vereinigung für Tanz- und Trachtenpflege (HVT). Die Vereinigung ist als hessischer Landestrachtenverband Anlaufstelle für über 160 Mitgliedsgruppen, denen mehr als 17.000 Menschen angehören.

„Wir sind ein ehrenamtlich agierender Verband, der größtenteils dezentral in den hessischen Landkreisen für seine Mitgliedsvereine Seminare, Workshops sowie die Mitarbeit in verschiedenen Arbeitskreisen anbietet.“ Hinzu kommen zwei zentrale Landestagungen mit Seminaren und Landesversammlungen.

Die Themen der Vereine sind dabei so vielfältig wie die hessischen Trachten selbst: Volkstanz, Blasmusik, Mundart, Brauchtumpflege, Erhalt des traditionellen Handwerks, Laientheater, Trachtenerforschung- und -pflege gehören dazu. Und auch die Völkerverständigung darf nicht fehlen, internationale Freundschaften werden durch Begegnungen gepflegt. Nicht selten hat solch eine Freundschaft zwischen Volkstanzgruppen schon zu Städte- und Gemeindepartnerschaften mit Kommunen innerhalb und außerhalb Europas geführt, weiß der Vorsitzende der Hessischen Vereinigung für Tanz- und Trachtenpflege zu berichten. „Wir sind Botschafter in Tracht“, sagt er stolz, „und repräsentieren unsere Heimat Hessen auf allen Kontinenten dieser Erde, gerne auch in den hessischen Partnerregionen.“

Die Tracht, die „Heimat auf der Haut“, spielt dabei eine wichtige Rolle: „Man kann deutlich erkennen, ob ich beispielsweise aus dem Odenwald, aus dem Marburger Land oder aus der Schwalm

komme“, weiß Torsten Frischkorn. Auch der Unterschied zwischen einer niederhessischen Spitzbetzeltracht aus Nordhessen und der Tracht aus dem Hersfelder Land aus Osthessen sei unverkennbar. Und nicht nur das: „Man kann erkennen, welchen Familienstand man innehat, manchmal auch, welcher Konfession man angehört oder teilweise auch die Größe des heimischen Grundbesitzes.“ Eines haben aber alle Trachtenträgerinnen und Trachtenträger gemeinsam: „Wo wir erscheinen, wird Freude verbreitet, dort wird gemeinsam getanzt, gesungen, musiziert und gelacht.“

Was bedeutet Heimat für Menschen wie Torsten Frischkorn und seine Mistreiterinnen und Mistreiter? „Heimat ist nicht nur dort, wo man lebt, wo man sich zuhause fühlt. Heimat kann auch ein Gefühl der Geborgenheit sein, einen Geschmack oder auch einen Geruch beinhalten. Heimat ist aber auch der Ort, wo man geboren ist, wo Familie und Freunde leben. Heimat ist Sehnsucht und ist größtenteils mit positiven Emotionen verbunden, mit dem Gefühl, sich wohlfühlen, sich heimisch zu fühlen. Geborgen zu sein.“

„Für uns ist Hessen unsere Heimat. Wir tragen hessische Trachten oder unsere (ehemaligen) heimischen Trachten.“ Dabei ist „Unsere Tracht ist bunt“ für die Hessische Vereinigung für Tanz- und Trachtenpflege nicht einfach nur ein Ausspruch – sondern gelebter Wert. „Wir integrieren Menschen in unsere Gemeinschaften und geben ihnen damit eine neue Heimat, in der sie sich wohlfühlen sollen. Wir vermitteln Heimat, denn Heimat ist frei und offen für alle“, betont Frischkorn.



„ HEIMAT IST FREI UND
OFFEN FÜR ALLE.

„ HEIMAT KANN AUCH EIN GEFÜHL DER
GEBORGENHEIT SEIN, EINEN GESCHMACK
ODER AUCH EINEN GERUCH BEINHALTEN.

Die Fastnachtstraditionen in Hessen sind geprägt von ausgelassenen Feiern und traditionellen Bräuchen. Die Narren stürmen mit Frohsinn die Straßen, verkleidet in aufwändigen Kostümen und Masken. Höhepunkt der Fastnacht sind die Umzüge, bei denen bunt geschmückte Wagen durch die Städte und Dörfer ziehen und die Zuschauer ausgiebig unterhalten werden. Einen ganz besonderen Fastnachtsbrauch möchten wir Ihnen hier vorstellen.



05 HERBSTEIN SPRINGT ZUR „FOASELT“

Wenn der Erbsenstrohbär an die Kette gelegt wird, muss der Winter weichen und wenn die „Kehrer“ die kalte Jahreszeit von der Straße fegen, dann kann der Bajazz mit seinen Pärchen ausgiebig springen. Dabei nicht fehlen dürfen außerdem Siebpferdchen, Storch mit Arzt und Hebamme, Affen, Kassierer, Fahnenträger, Vorreiter, Gardisten und Schwellkoppträger.

Was für viele wohl erstmal urkomisch klingt, ist in Herbstein im Vogelsberg jedes Jahr der Höhepunkt der „Foaselt“ (Fastnacht) und eine Jahrhunderte alte Tradition. Dort gibt es am Rosenmontag einen Brauchtumsumzug, an dem diverse Traditionsfiguren teilnehmen. Entstanden sind sie in verschiedenen Fastnachtsepochen. Im Mittelpunkt steht der Bajazz mit seinen sechs Pärchen – allesamt dargestellt von jungen Männern in bunten Kostümen, die in einer feststehenden Schrittfolge durch die Straßen Herbsteins ziehen. Sie tragen traditionelle Masken, wobei die Maskierung und Geheimhaltung so ernst genommen werden, dass oft nicht einmal die eigene Familie der Darsteller eingeweiht ist.

AUKTION ERMITTELT DEN NÄRRISCHEN VORTÄNZER

Wer Bajazz werden will, sollte es wirklich wollen... und Geld mitbringen! Seine Position wie auch die der Pärchen werden in einer öffentlichen Versteigerung besetzt. Wer am meisten bietet, hat die Ehre, den Herbsteiner Springerzug als Symbolfigur anzuführen.

Währenddessen lässt der Treiber den Bären tanzen und erbettelt damit Geld, die Affen treiben Schabernack mit den Zuschauern und auch das Siebpferdchen mit seiner aufgeblasenen Schweinsblase ärgert die Menschen am Straßenrand. Die ausgefallenen Fastnachtstradition, die einst Wanderarbeiter aus Tirol nach Herbstein gebracht haben, zieht jährlich tausende Besucher an.

An den Häusern wichtiger Persönlichkeiten hält der Zug an, damit „aufgespielt“ werden kann. Dabei lädt der Bajazz die jeweilige Persönlichkeit mit ihrer gesamten Familie zur „Foaselt“ ein und lässt sie dreimal hochleben. Hierbei springt der gesamte Springerzug beim ersten Mal einmal, beim zweiten Mal zweimal und beim dritten Mal dreimal hoch als Ehrbezeugung. Der Bajazz tanzt mit der Dame des Hauses ein kurzes Tänzchen und der Herr des Hauses bedankt sich dafür mit einem Obulus an die Teilnehmer des Springerzuges und in die Fastnachtskasse.



„ WENN MAN MIT DER „HERBSTEINER FOASELT“ AUFGEWACHSEN IST UND DIE TRADITION IN SICH AUFGESOGEN HAT, DANN IST ES AUCH EIN KINDHEITSTRAUM, EINMAL BAJAZZ ZU SEIN.“

Michael Ruhl
Staatssekretär im Landwirtschaftsministerium

06 STARKE FRAUEN IN HESSEN: UNSERE LANDHELDINNEN



Das Hessische Ministerium für Landwirtschaft, Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat (HMLU) lobt zusammen mit dem Netzwerk LandHessinnen im Turnus von zwei Jahren den Preis der LandHeldin aus. Die Auszeichnung lenkt die Aufmerksamkeit auf aktive, erfolgreiche und engagierte Frauen in Hessen, die die ländlichen Räume in unterschiedlichen Bereichen und auf unterschiedliche Weise voranbringen. Erstmals 2022 verliehen, rückt der Preis die Leistungen dieser Heimatgestalterinnen wertschätzend und anerkennend in den Blickpunkt. Damit auch sie als Vorbilder weitere Frauen motivieren, selbst aktiv zu werden.

Bärbel Spohr ist die Leiterin des Büros für Frauen und Chancengleichheit im Schwalm-Eder-Kreis und Mitglied im Kernteam des Netzwerkes LandHessinnen. Im Interview erzählt sie uns, wie aktiv Frauen im ländlichen Raum ihre Heimat mitgestalten, wie wenig das häufig gesehen wird und wie der Preis LandHeldin das ändern will.

Frau Spohr, was ist Ihre Mission als Frauenbeauftragte?

Als Frauenbeauftragte des Schwalm-Eder-Kreises, dem zweitgrößten Flächenlandkreis in Hessen, ist mir natürlich vor allem wichtig, eine gute Arbeit für unsere Frauen zu machen. Gute Arbeit heißt in diesem Zusammenhang, die Frauen mit Themen, die sie betreffen und interessieren, zu erreichen. Wir Frauenbeauftragten in ländlichen Räumen sind echte Generalistinnen, weil wir räumlich und thematisch große Gebiete abdecken wollen und

müssen. Also sozusagen sehr unterschiedliche Felder beackern - von ungleicher Bezahlung bis hin zur Verteilung von Hausarbeit und Pflegetätigkeiten. Und natürlich ist vor allem auf dem Land das Ehrenamt ein riesiges Thema für Frauen.



Was ist für Sie Heimat?

Als ich mit Ende 20 nach dem Studium ganz bewusst zurück in die Gegend gezogen bin, in der ich aufgewachsen war, kannte ich den Spruch „Berlin kann jede und jeder, Kassel muss man wollen“ noch nicht. Nun wohne ich nicht in Kassel, sondern in einer idyllischen Kleinstadt, finde aber den Spruch super, um den Begriff Heimat zu beschreiben. Tatsächlich war es damals so, dass ich immer, wenn ich meine Freunde und Familie besucht habe, so ein warmes, heimeliges Gefühl hatte, und ich glaube, genau das ist Heimat: Menschen, die mir guttun, mit denen ich mich verbunden und bei denen ich mich zu Hause fühle, bei denen ich ich sein kann. Heimat heißt für mich aber auch, diese zu teilen: Also Menschen eine neue Heimat geben zu können und offen zu bleiben für Toleranz und Menschenwürde.

Ja, es ist tatsächlich so, dass Frauen irgendwie immer sofort sehen, wenn etwas im Argen liegt. Sei es bei den Landfrauen, der Feuerwehr, dem Roten Kreuz oder in der Arbeit mit Geflüchteten, im Schullehrerbeirat, im Verein oder bei der Tafel, in den Bereichen Integration, Nachhaltigkeit, Begegnung, Inklusion, Demokratieförderung und gegen Extremismus und bei vielem mehr. Immer gibt es etwas Sinnvolles zu tun und das sehen wir Frauen. Natürlich geht weibliches Engagement weit über das Ehrenamt hinaus, wir arbeiten ja auch super engagiert als Chefinnen und Kolleginnen.

Wir Frauen sollten uns insgesamt viel mehr trauen: trauen, uns auf Führungspositionen zu bewerben, als erste Vorsitzende, als Projektleiterin oder als Unternehmerin und Inhaberin arbeiten.

Viele Frauen gestalten wie selbstverständlich ihre Heimat aktiv mit und sind in den ländlichen Räumen treibende Kräfte auf ganz unterschiedliche Art.

Was für eine Wirkung hat der Preis LandHeldin aus Ihrer Sicht als Leiterin eines Büros für Frauen und Chancengleichheit?

Wir hoffen, dass wir mit dem Preis einen kräftigen Anstoß dazu geben, Frauen zu stärken und zu ermutigen! Wir zeigen ja die, die sich trauen - und hoffen, dass wir Impulse geben, dass sich noch viel mehr Frauen trauen. Und der Preis der LandHeldin drückt die Wertschätzung, von der ich eben gesprochen habe, aus und macht vor allem

Frauen sichtbar. Wir Frauen in ländlichen Räumen sind so großartig, werden aber gar nicht richtig wahrgenommen, nicht so gesehen, wie es unseren Leistungen und unserem Engagement entspricht. Wir kennen das doch - wann bekommen wir Frauen mal öffentlich Schulterklopfen, Dankesworte, einen Orden oder eine Auszeichnung?

Sie arbeiten mit im Kernteam des Netzwerkes LandHessinnen. Wieso ist Ihnen das Engagement für die LandHessinnen so wichtig?

Das hängt tatsächlich mit meiner Biografie zusammen. Ich mochte es noch nie, wenn wir Frauen in ländlichen Räumen in bestimmte Schubladen gepackt wurden. Im Kernteam der LandHessinnen sehe ich eine super Möglichkeit, diese Schubladen zu öffnen und all die tollen Frauen sichtbar

zu mache. Und dafür zu arbeiten, dass wir der Gleichberechtigung aller Geschlechter einen großen Schritt näherkommen.

Und, mal abgesehen davon, wir sind eine echt klasse Gruppe!

DIESE FRAUEN SIND WAHRE LANDHELDINNEN:

Nach einigen Lehr- und Wanderjahren kehrte **Katja Hack** 2008 zurück in die „nordhessische Provinz“, um den elterlichen Gasthof in Kerstenhausen zu übernehmen. Mit besonderem Augenmerk auf regionale und nachhaltige Produkte im Sinne der Slow-Food-Bewegung bietet die Küchenmeisterin und Wirtin seither eine selbstbewusste und kreative Landhausküche an. Das Stammpublikum dankt ihr die Bodenständigkeit, während ihre kulinarischen Highlights auch Gäste von außerhalb anziehen. Neben einem Beitrag zur positiven Wahrnehmung der Region beweist die innovative „Rückkehrerin“, dass Frauen nicht nur in einer von Männern dominierten Branche, sondern auch in ländlichen Gegenden unternehmerisch Erfolg haben können.



Susanne Korte ist seit mehr als 26 Jahren Betriebsleiterin auf dem Biolandhof „Dorfmühle Willingshausen“ und Pionierin. Dem Trend entgegen baute sie einen landwirtschaftlichen Betrieb von Grund neu auf und setzt mit ihrem „Archehof“ auf die Zucht von traditionellen, vom Aussterben bedrohten Nutztierassen. „Nebenbei“ führt sie seit 21 Jahren eine Genossenschaft für eine wirtschaftliche Perspektive der Fuchsschafwolle, baute ein leerstehendes Gebäude zum Kulturhaus aus, unterstützt regionale Projekte zur Förderung traditionellen Handwerks und setzt sich als Bundesdelegierte im Biolandverband mit ganzem Herzen und Freude an der Sache für eine umweltverträglichere - das Tierwohl in den Mittelpunktstellende - Landwirtschaft ein.



Kultur soll kein Luxusgut sein, meint **Christine Krauskopf** - und erfand sogenannte „Kulturtafeln“, die Eintrittskarten an Menschen mit geringem Einkommen kostenfrei vermitteln und ihnen so kulturelle Teil-

habe ermöglichen. Getreu ihrem Grundsatz, Menschen - egal ob klein oder groß - mit Freude und auf Augenhöhe zu begegnen, gründete sie 2017 den Verein „Kinderkulturzentrum“ (KiKuZ e.V.). Seitdem engagiert sie sich im Lahn-Dill-Kreis für Kinder im Grundschulalter, für die es auf dem Land kaum kulturelle Angebot gibt. Mit den Kindern veranstaltet sie zahlreiche Projekte. Sie gehen ins Theater, ins Kino oder in Museen. Sie produzieren Hörspiele, Filme und vieles mehr. Mittlerweile konnte der Verein in Dillenburg eigene Räumlichkeiten mit großen Spielflächen beziehen.

Katrin Schmidt-Wagner setzt auf die Zukunft. Die Zimmermeisterin und Geschäftsführerin eines Holzhaus-Baubetriebs im Vogelsberg engagiert sich mit neuen, alternativen Wohnideen dafür, das Landleben attraktiver für Jung und Alt zu gestalten. In ihrem Unternehmen legt sie Wert auf eine gelingende Work-Life-Balance und ermöglicht ihren Mitarbeitenden flexiblere Arbeitszeiten, wie etwa die Vier-Tage-Woche. Privat setzt sich Katrin Schmidt-Wagner für soziale Projekte und den Umwelt- und Klimaschutz ein, um nicht nur in der Region, sondern auch darüber hinaus lebenswerte Räume für zukünftige Generationen zu schaffen. Im Rahmen des deutschen Klimaschutztages veranstaltet sie jährlich Aktionen mit Kindern aus der Umgebung, um mit ihnen die Wichtigkeit des Klimaschutzes in den Fokus zu stellen.



2019 wagte **Theresa Bartmann** den Schritt in die Selbständigkeit und gründete das Unternehmen „starts design“ als eine der wenigen Anbieterinnen von Mediendesign in der Region. Ein Jahr später wurde sie mit dem Gründerpreis des Kreises Bergstraße ausgezeichnet. Parallel zur Firmengründung initiierte sie im Frühjahr 2020 die Plattform „WasJetztOdenwald“, die Firmen aus der Region die Möglichkeit zur gegenseitigen Vernetzung bietet. Mit unternehmerischem und ehrenamtlichem Engagement und mittels ihrer medialen Expertise engagiert sie sich darüber hinaus in der Kulturförderung und im Naturschutz und hat sich in der Region schnell einen Namen gemacht.





07 HEIMAT SCHMECKEN IN HESSEN

Hessen hat zahlreiche traditionelle Gerichte und eine Vielfalt an Essgeschichten, die von Generation zu Generation weitergegeben werden. Ein Märchen ist etwa, dass die Frankfurter Grüne Soße angeblich von Goethes Mutter kreiert wurde. Doch auch wenn Goethe seine Liebe zur Grünen Soße wohl nie entdeckt hat, zählt sie heute zu den kulinarischen Aushängeschildern der Region. So wie jede hessische Spezialität ihre eigene Geschichte hat, so verbindet die Menschen im Land die Begeisterung für unsere heimischen Rezepte und unsere Gastlichkeit.

ESSGESCHICHTEN AUS HESSEN

Ist jede alte Wurst eine Ahle Wurst?

Nein! Und damit da auch in Zukunft keine Verwechslungen aufkommen, darf sich die nordhessische Ahle Wurst (oder Ahle Worscht) seit 2023 mit dem Zeichen „g. g. A.“ – geschützte geografische Angabe – schmücken. Ahle Wurst darf sich das Wursterzeugnis also nur nennen, wenn sie in Nordhessen hergestellt wurde. Das heißt, die Schlachtung, Zerlegung und Verarbeitung sowie der Reifungsprozess der Wurst muss in diesem geografischen Gebiet stattfinden. Die geschützten geografischen Angaben gibt es seit 1992 in der EU und wurden zum Schutz und der Förderung traditioneller regionaler Lebensmittel-erzeugnisse eingeführt.

Ahle Wurst bedeutet allerdings tatsächlich „alte Wurst“, und der Name weist auf ihre ungewöhnlich lange Reifezeit hin. Erst nach vier bis sechs Wochen (je nach Dicke) ist die Wurst essbar, und häufig reift sie noch viel länger hängend nach – Monate, manchmal auch über ein Jahr. Alt ist auch ihre regionale Tradition. Weil nämlich in den Wäldern Nordhessens so viele Eichen standen, hielten sich in der Gegend früher fast alle Leute

mindestens ein Schwein. Das schlug sich im Wald den Bauch mit Eicheln voll und brauchte deshalb fast kein zusätzliches Futter. Im Winter wurde es geschlachtet, und das Fleisch versorgte die Familie über viele Monate hinweg. Dazu musste es natürlich haltbar gemacht werden – zum Beispiel in Form von Wurst.



Und wie schmeckt sie nun, die Ahle Wurst? Als Rohwurst erinnert sie ein bisschen an Salami, bleibt aber im Innern bröseliger als die italienische Cousine. Welche Gewürze hineinkommen, ob Knoblauch sein muss oder nicht und ob die Wurst komplett luftgetrocknet oder zusätzlich leicht geräuchert wird, dazu haben Wurstfans in Nordhessen von Ort zu Ort und von Metzgerei zu Metzgerei verschiedene Ansichten. Da hilft nur: durchprobieren und die Lieblings-Ahle-Wurst finden!

Stinkt ein richtiger Handkäs?

Entweder man liebt ihn oder man hasst ihn – dazwischen gibt es nichts. Handkäs, der traditionelle eiweißreiche und fettarme Sauermilchkäse, spaltet nicht nur Hessen in zwei Lager. Während ihn die einen als „kleinen Stinker“ bezeichnen und sich naserümpfend abwenden, sprechen

die anderen vom „hessischen Gold“ und rühmen seinen würzigen Duft. Was Gestank ist, liegt wohl in der Nase der Riechenden.

Aber abgesehen davon, wie angenehm man den Geruch nun findet: Dessen Intensität ist eine

Frage der Reife. Handkäse wird aus Magerquark hergestellt. Frisch geformt, was früher direkt auf den Bauernhöfen von Hand passierte und so dem Käse den Namen gab, riecht er nur leicht säuerlich. Lässt man ihn reifen, verfärbt sich die zunächst weiße, bröselige Käsemasse langsam gelblich-glasig, und zwar von außen nach innen. Gleichzeitig wird der Käse weicher und entwickelt seinen charakteristischen Duft. Etwa ein bis zwei Wochen vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums ist er durch und durch gelb und weich und so reif, dass sein Duft die Tränen in die Augen treibt.

Für echte Fans ist dann erst der Moment gekommen, die nächste Geruchsstufe zu zünden und ihn in einen echten „Handkäs mit Musik“ zu verwandeln. Dazu legt man den Käse ein bis zwei Tage mit reichlich Zwiebeln in Ebbelwoi (in Rheinhessen würde man sagen: in Weißwein) ein und serviert ihn mit einer Marinade aus Essig,

Öl, Salz und Pfeffer – und noch mehr Zwiebeln. Stückchenweise wird er dann mit dem Messer (nie mit einer Gabel!) aufs Brot bugsiert, mit etwas „Musik“ bedeckt und zu Ebbelwoi (in Rheinhessen natürlich Weißwein!) genossen.

Und wie kommt die Musik zu ihrem Namen? Vom Klimplern der Öl- und Essigfläschchen, wenn sie in den Schänken zum Tisch getragen werden – das sagen jedenfalls die einen.

Die anderen glauben, der Name sei eher auf die „Musik“ zurückzuführen, die einige Zeit nach dem Essen die Zwiebeln machen. Aber über dieses Geräusch- und Geruchskapitel senken wir dann doch lieber den Mantel des Schweigens.



Was ist der Unterschied zwischen Grie Soß und Griene Sose?

„Was, püriert?“ – „Wie bitte, Dill?“ Wie die traditionelle, die echte, die einzig wahre Grüne Sauce zuzubereiten ist, darüber gibt es im Grüne-Saucen-Land Hessen sehr unterschiedliche Ansichten: je nach Region und sogar je nach Familie. Aber mindestens zwei Haupttraditionen gibt es für das Rezept.

Über die Grenzen des Landes hinaus bekannt ist vor allem die Frankfurter Grie Soß. Die Mischung der traditionellen sieben Kräuter darf sich sogar, sofern in und um Frankfurt angebaut, mit einer geschützten geografischen Angabe schmücken – was der Diskussion ein Ende gemacht hat, ob Dill nun etwas in der Sauce verloren hat oder nicht: definitiv nein. In die Frankfurter Grüne Sauce gehören Sauerampfer, Borretsch, Schnittlauch, Petersilie,

Kerbel, Pimpinelle und Kresse – mehr nicht! Sogar ein Denkmal hat man genau dieser Kräutermischung in Frankfurt inzwischen gesetzt.

Die Kräuter werden für die Grie Soß sehr fein gehackt oder sogar püriert und klassischerweise mit einer Mayonnaise auf Basis von hart gekochtem Eigelb vermischt. Heute kommen häufig Sauermilchprodukte dazu: Dickmilch, saure Sahne, Schmand oder eine Mischung davon. Serviert wird die Sauce oft schlicht zu Pellkartoffeln und hart gekochten Eiern, aber auch zu gekochtem Fleisch oder Fisch.

In Kassel dagegen, wo man die lokale Griene Sose mindestens genauso in Ehren hält, ist es tabu, die Kräuter zu fein zu zerkleinern. Grob geschnitten oder gehackt, geben sie der Sauce auf Basis von saurer Sahne und Schmand Struktur. Manche rühren sogar noch Quark unter (aber daran scheiden sich auch hier die Geister). Und obwohl auch in Kassel sieben Kräuter in die Sauce kommen, ge-



hören weder Kresse noch Kerbel hinein, dafür aber durchaus mal Dill und Zitronenmelisse.

Wie bitte – zu vernachlässigende Unterschiede seien das? Sagen Sie das in Hessen lieber nicht

Was muss man über Ebbelwoi wissen?

Vor allem eins: Stellen Sie niemals der französischen Geschäftspartnerin oder dem englischen Bekannten „Cidre“ oder „Cider“ in Aussicht, wenn Sie diese Gäste in eine Ebbelwoi-Wirtschaft in Frankfurt-Sachsenhausen ausführen! Die beiden könnten sonst ihr herbes Wunder erleben. Denn gefällig ist nichts an der hessischen Variante des Apfelweins. Manche sagen sogar, man müsse sich den Ebbelwoi erst schöntrinken. Aber das ist natürlich üble Nachrede und spätestens nach dem vierten Schoppen (oder „Schobbe“) vergessen.

Hessischer Apfelwein, also je nach Dialekt Ebbelwoi, Äppelwoi oder Ebbelwei, wird traditionell aus alten Apfelsorten hergestellt, die nur einen geringen Fruchtzuckergehalt und dafür umso mehr spritzige Säure aufweisen. Diese Äpfel wachsen auf den verbliebenen Streuobstwiesen in und um Frankfurt, seit der Weinanbau an diesen Stellen im 19. Jahrhundert durch die Reblaus unrentabel wurde. Doch in den letzten Jahren drohte der traditionelle, sehr herbe Ebbelwoi an Beliebtheit zu verlieren, worauf Produzenten mit süßeren Sorten oder sogar trendigen Äpfel-Mixgetränken reagieren.

laut. Und probieren Sie vielleicht mal beide Varianten. Vielleicht schmeckt Ihnen ja eine davon so gut, dass Sie danach ebenfalls überzeugt sagen: So und nicht anders gehört Grüne Sauce!

Wer aber die über 500-jährige Tradition des hessischen Apfelweins kennenlernen möchte, setzt sich am besten in eine Sachsenhausener Ebbelwoi-Kneipe – und zwar eine, die noch selbst keltert. Ursprünglich wurde das durch einen Bembel, den typischen salzglasierten Apfelweinkrug, im Fichtenkranz angezeigt. Weil dieses Zeichen aber nicht geschützt ist, hilft nur nachfragen.

Gefunden? Dann nehmen Sie Platz und bestellen Sie am besten bembelweise für die ganze Tischrunde. Getrunken wird aus kleinen Gläsern mit rautenförmigem Muster, den Gerippten. Wer den Ebbelwoi nicht pur mag, trinkt ihn mit Mineralwasser gespritzt. Und was gibt's dazu? Na – Handkäs mit Musik natürlich! Aber auch Brezeln oder Rippchen mit Kraut. Hauptsache, deftig und eine gute Unterlage, auch wenn der Alkoholgehalt des Ebbelwois mit 5 bis 7 Prozent übersichtlich bleibt.

Übrigens: Winter und Kälte sind keine Ausreden, einen Bogen um den Apfelwein zu machen. Denn den gibt's auch als heißes Getränk. Wohl bekomm's!



Was ist der Unterschied zwischen einem Frankfurter und einem Wiener Würstchen?

Ein Frankfurter Würstchen stammt aus Frankfurt, ein Wiener Würstchen kann überall hergestellt worden sein. Bestellt man allerdings in Wien eine Frankfurter, bekommt man – nach unserem Verständnis jedenfalls – eine Wiener; verlangt man dort Wiener Wurst, bekommt man Aufschnitt. Klingt kompliziert? Dröseln wir es auf.

Frankfurt am Main hat eine lange Wursttradition. Ob allerdings die Würste, die 1562 zur Feier der Krönung Maximilians II. in einen am Spieß gebratenen Ochsen gefüllt wurden, schon Ähnlichkeit mit den heutigen Frankfurter Würstchen haben, weiß man nicht so genau. Sicher war das Fleisch dafür gröber zerkleinert. Heute versteht man unter der Frankfurter eine Wurst mit feiner Fülle aus reinem Schweinefleisch, die gebrüht und dann ganz leicht geräuchert wird. Serviert wird sie als Paar und nur kurz erhitzt. In Deutschland ist klar: Nur eine Wurst aus Frankfurt am Main darf sich Frankfurter Wurst nennen.

Weil aber diese geschützte Herkunftsbezeichnung nur national gilt, konnte schon im 19. Jahrhundert ein cleverer Metzger, der sein Handwerk in Frankfurt gelernt hatte und dann nach Wien

ausgewandert war, dort selbst seine Würste als „Frankfurter“ anbieten. Er wandelte das Rezept leicht ab, indem er einen Anteil Rindfleisch zum Schweinefleisch gab. Und weil das aus Sicht der Deutschen und vor allem der Frankfurter so gar nichts mehr mit dem traditionellen Frankfurter Würstchen zu tun hatte, wurde die neue Kreation hierzulande als Wiener Würstchen bekannt. In Wien selbst versteht man unter „Wiener“ dagegen eine Schnittwurst.

Ihren Siegeszug durch die Welt trat das lange Brühwürstchen allerdings unter dem Namen an, den ihr der Erfinder in Erinnerung an seine Herkunft gegeben hatte: Frankfurter. Wien, Frankfurt – aus Sicht von Wurstfans in New York oder Sydney sind das wohl akademische Unterschiede. Hauptsache, es knackt beim Reinbeißen! Wer aber zünftig und (stil)echt Frankfurter Würstchen essen möchte, setzt sich am besten in eine Frankfurter Kneipe und bestellt ein Paar.

ZWEI HESSISCHE REZEPTE, DIE WIR LIEBEN:

Schnell und einfach: Spargelomelett

Schmeckt abends genauso gut wie zum Frühstück.

Zubereitungszeit: **20 Minuten**

Zutaten für 1-2 Personen

500 g hessischer grüner oder weißer Spargel (vorgegart)

1/2 rote Zwiebel

1 EL Butter

3 Eier

Salz

Anleitung

1. Spargel waschen, unteres Drittel schälen und in ca. 4 cm lange Stücke schneiden. Zwiebel abziehen, in Viertel schneiden und diese in feine Streifen.
2. Butter in einer Pfanne zerlassen, Zwiebelstreifen darin andünsten. Spargelstücke dazugeben und ca. 5 Minuten braten und salzen.
3. 3 Eier mit wenig Salz verquirlen, gleichmäßig über dem Spargel verteilen und bei milder Temperatur 8 bis 10 Minuten stocken lassen.



Krautshäuptchen

Optisch ähnelt das nordhessische „Krautshäuptchen“ einem Guglhupf – geschmacklich erinnert es etwas an eine Kohlroulade. In der traditionellen Häubchen-Form wird es im heißen Wasser-

bad gegart und anschließend gestürzt. Aber woraus besteht ein „Krautshäuptchen“ und warum war es früher vor allem bei der armen Bevölkerung sehr beliebt?

Wenige Zutaten

Entsprechend seinem Namen wurde das Krautshäuptchen ursprünglich mit Weißkraut hergestellt, weil es länger haltbar und somit einfacher verfügbar war. Heute wird manchmal Wirsing verwendet, da er aromatischer ist. Als Basis dient eine Mischung aus Rinder- und Schweinehack. Dieser werden ein paar einfache Basisgewürze, wie Pfeffer und Salz zugegeben. Das Gericht lässt sich mit sehr wenigen Zutaten herstellen, weshalb es früher ein beliebtes Essen der armen Bevölkerung war. Etwas aufwendiger ist die Zu-

bereitung: Die Masse wird zunächst in eine Guglhupf- oder Puddingform gegeben, wodurch das Krautshäuptchen sein charakteristisches Aussehen bekommt. Danach muss es verschlossen im heißen Wasserbad garen, bevor es gestürzt wird. Je nach Rezept kann das Krautshäuptchen direkt aufgeschnitten verzehrt werden, oder die Scheiben werden vorher noch einmal angebraten. Als Beilage gibt's Kartoffeln und eine Senf- oder Béchamelsoße.

Rezept für Krautshäuptchen für 4 Portionen:

1 bis 1,2 kg Wirsing
400 g gemischtes Hackfleisch
200 g Thüringer Mett
1 Knoblauchzehe
1 Brötchen
1 Ei
1 Zwiebel

1 TL scharfes Paprikapulver
1 kg Kartoffeln
40 g Mehl
40 g Butter
½ L Gemüsebrühe
Salz und Pfeffer

Und so geht's:

Die Blätter des Wirsings 10 bis 15 Minuten bei mittlerer Hitze in heißem Salzwasser kochen, bis sie bissfest sind. Anschließend mit kaltem Wasser abschrecken und in vier Zentimeter große Stücke schneiden. Das Brötchen in Wasser einweichen, kurz ausdrücken und mit der fein gewürfelten Zwiebel und der Knoblauchzehe, dem Ei und dem Paprikapulver zu Mett und Hackfleisch geben. Alles gut durchmischen. Danach den Wirsing ebenfalls unterheben. Eine Guglhupf-Wasserbad-Form mit 1,2 bis 1,5 Litern Fassungsvermögen einfetten und die Masse einfüllen. Die Form mit einem Deckel verschließen und im Wasserbad bei mittlerer Hitze und geschlossenem Deckel für 45 Minuten durchgaren. Dann herausnehmen und für zehn Minuten ruhen lassen. Den Deckel abnehmen, die angesammelte Flüssigkeit

abgießen und für die Soße zur Seite stellen. Das Krautshäuptchen auf einen Teller stürzen. In der Zwischenzeit die Kartoffeln schälen und in kochendem Salzwasser für 15 bis 20 Minuten garen. Für die Soße die Butter schmelzen, Mehl hinzugeben und schnell verrühren. Unter ständigem Rühren nach und nach die Gemüsebrühe hinzufügen und mit Salz und Pfeffer würzen. Für 20 Minuten köcheln lassen. Dabei regelmäßig umrühren. Zum Schluss etwas von der verbliebenen Flüssigkeit des Krautshäuptchens dazu geben, bis die perfekte Konsistenz erreicht ist. Das Krautshäuptchen in Scheiben schneiden und mit den Kartoffeln und der Soße anrichten.



HESENS DORFGASTHÄUSER UND -HÖFE

Sie sind für viele von uns untrennbar mit dem Begriff Heimat verbunden: Die zahlreichen Dorfgasthäuser, die auf dem Land mehr denn je die wichtige Funktion von sozialen Orten wahrnehmen, von gemütlichen Treffpunkten über Altersgrenzen und Herkunft hinweg. Inmitten des hektischen Alltags stehen sie für einen Ort, der uns festhält, wenn alles andere sich zu bewegen scheint.

Die regionalen Speisen spielen dabei eine ganz besondere Rolle bei diesem „gastronomischen“ Heimatgefühl. Denn die Gerüche und Geschmäcker der Speisen, die wir mit unserer Heimat verbinden, sind für viele wie eine Reise zu den

eigenen Wurzeln. Es sind die Rezepte, die seit Generationen weitergegeben wurden, die regionalen Spezialitäten, die uns an unsere Herkunft erinnern, die einfachen Mahlzeiten, die uns mit geliebten Menschen verbinden.

Und genau hier, in den malerischen Dorfgasthäusern Hessens, wird dieses Gefühl der Verbundenheit, der Zugehörigkeit und der Liebe zur Heimat auf einzigartige Weise zum Leben erweckt. Hier kommen Menschen zusammen, nicht nur um köstliche Speisen zu genießen, sondern auch, um Erinnerungen zu teilen, Geschichten zu erzählen und Gemeinschaft zu erleben.



Bei „Hessen à la carte“ finden Sie viele ausgezeichnete Dorfgasthäuser und Restaurants.





08 REGIONALENTWICKLUNG FÖRDERN: WIR TUN WAS!

Was schafft stabile Regionen und bringt die Menschen in ihren hessischen Heimatorten zusammen? Indem sich diese Menschen mit viel Engagement und ehrenamtlich für ihre Heimat einsetzen und Ideen und Entwicklungspotenziale in ihrem direkten Lebensmittelpunkt nicht nur denken, sondern auch konzipieren und mit Leben füllen. Dann ist zum Beispiel der neue Dorfladen mit Café keine Vision mehr, sondern zukünftiger Treffpunkte für alle Generationen. Diesen Einsatz unterstützt das Land Hessen mit Fördermitteln aus der Regionalentwicklung!

FRAGEN UND FAKTEN ZUR FÖRDERUNG REGIONALER PROJEKTE:

Was tut die EU für die Regionen?

Die Europäische Region unterstützt und fördert die Entwicklung ihrer ländlichen Regionen mit erheblichen Mitteln, über deren Verwendung die Bevölkerung vor Ort mitentscheidet. So funktioniert etwa die so genannte LEADER-Förderung, in die Mittel aus dem Europäischen Landwirtschaftsfonds für die Entwicklung des ländlichen Raums (ELER) fließen.

Um wieviel Geld geht es dabei?

In der aktuellen Förderperiode 2023 - 2027 sind in Hessen rund 100 Millionen Euro LEADER-Fördermittel vorgesehen, die sich aus Mitteln der EU, des Landes und des Bundes zusammensetzen.

Wer profitiert von der Förderung?

In Hessen profitieren 2,6 Millionen Menschen von dieser Förderung. Sie leben in den 325 Kommunen, die sich zu insgesamt 24 „LEADER-Regionen“ zusammengeschlossen haben. Sie haben Entwicklungsstrategien erarbeitet zur Förderung der lokalen Wirtschaft, beispielsweise kleine Handwerksbetriebe oder Anbieter von Ferienwohnungen, aber auch zur Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen in den Bereichen Daseinsvorsorge, Touristische Infrastruktur und Naherholung und einiges mehr. Kurz: vom Dorfladen bis hin zum Aussichtsturm.

Die Projekte wirken hessenweit fast flächendeckend?

Ja, die LEADER-Förderung umfasst fast 80 Prozent der Landesfläche. Somit reicht die LEADER-Förderung von den fluss- und waldreichen Gebirgslandschaften im Norden und rund um Kassel, mit dem Reinhardswald als größtem zusammenhängenden Waldgebiet, bis hinein in den Odenwald mit seiner sanft hügeligen Landschaft und seinen Streuobstwiesen.

Wofür steht eigentlich der Begriff LEADER?

Der Begriff LEADER steht zwar für die französische Bezeichnung „Liaison entre actions de développement de l'économie rurale“, wird jedoch englisch ausgesprochen. Übersetzt geht es um die „Verbindung zwischen Aktionen zur Entwicklung der ländlichen Wirtschaft“.



Weitere Infos auf den Seiten des Hessischen Landwirtschaftsministeriums

Zwei Beispiel-LEADER-Regionen stellen sich vor



Wir sind dabei, weil Regionalentwicklung das beste Instrument ist, miteinander die Zukunft unserer Region zu gestalten.

Herbst im Odenwald
© Odenwald Tourismus GmbH

REGION ODENWALD

Kommunen:

Bad König, Brensbach, Breuberg, Brombachtal, Erbach, Fränkisch-Crumbach, Höchst, Lützelbach, Michelstadt, Mossautal, Reichelsheim, Oberzent Abtsteinach, Fürth, Grasellenbach, Hirschhorn, Lautertal, Lindenfels, Mörlenbach, Rimbach, Wald-Michelbach

Gebietsgröße: 903,6 km²

Einwohnenden Zahl: 163.083

Geographische Besonderheit:

Die LEADER-Region Odenwald liegt im hessischen Teil des geographischen Odenwalds, einem Mittelgebirge, das sich durch Hessen, Bayern und Baden-Württemberg zieht, und ist geprägt von großen Waldflächen und einer sanft hügeligen Landschaft mit Streuobstwiesen.

In der Regionalentwicklung setzt die Interessengemeinschaft Odenwald e.V. (IGO) auf die Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern, auch Jugendliche werden gezielt angesprochen. Mit verschiedenen Veranstaltungsformaten sollen Anreize zu den einzelnen Handlungsfeldern gesetzt und Akteure vernetzt werden. Ziel ist es, die Zukunft der Region gemeinsam zu gestalten und die Potenziale von LEADER für die ländliche Entwicklung zu nutzen.



Wir sind dabei, weil wir auf unsere bisherigen erfolgreichen Aktivitäten aufbauen und weitere Schritte hin zu einer zukunftsfesten, nachhaltigen und überdurchschnittlich lebenswerten Region gehen wollen. Unser Augenmerk liegt hierbei auf der ausgewogenen Berücksichtigung der Interessen aller Bevölkerungsgruppen – insbesondere der Jugend.

Schloss Fasanerie – Hessens schönstes Barockschloss
© Kulturstiftung des Hauses Hessen / Christian Tech

REGION FULDA SÜDWEST

Kommunen:

Bad Salzschlirf, Eichenzell, Flieden, Großenlüder, Hosenfeld, Kalbach, Neuhof

Gebietsgröße: 404 km²

Einwohnenden Zahl: 53.603

Geografische Besonderheit:

Im westlichen Randbereich der Destination Rhön gelegen und unmittelbar an den Vogelsberg, der ihr ebenfalls eine touristische Prägung verleiht, grenzend, zählt die Region Fulda Südwest mit den naturräumlichen Einheiten „Fuldaer Senke“, „Unterer Vogelsberg“ und „Vorder- und Kuppenrhön mit Landrücken“ zum Osthessischen Bergland.

Schon in den Förderperioden 2007 – 2013 und 2014 – 2022 war Fulda Südwest als lokale Aktionsgruppe im Rahmen des LEADER-Förderprogramms anerkannt. Zahlreiche Projekte privater wie öffentlicher Antragstellende konnten so bereits gefördert und erfolgreich umgesetzt werden. Vor allem Bürgerengagement, Projekte der öffentlichen Daseinsvorsorge und des Lebens- und Naturraums sowie die Unternehmensstruktur und Arbeitsplatzschaffung standen im Fokus der Förderung



DANKSAGUNG

Unser Dank für die Unterstützung bei der Erstellung dieser Broschüre geht an:

HA Hessen Tourismus
Reiner Wagner/Dialekt im Hinterland e.V.
Manuel Hensler/Fastnachtvereinigung Herbstein e.V.
Torsten Frischkorn/Hessische Vereinigung für Tanz- und Trachtenpflege e.V.
Kerstin Weis und Leon Kümmel/Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen
Anja Erhart/FiBL Deutschland e.V.
DEHOGA Hessen e.V.
MGH Gutes aus Hessen
Georg Exler

BILDNACHWEISE

Titel: © Hessische Vereinigung für Tanz- und Trachtenpflege (HVT), Seite 4 und 5: © HMLU, Seite 5: © Tobias Koch (www.tobiaskoch.net), Seite 6 und 7: © WALK LIKE A LOCAL, Seite 8: © HA Hessen Tourismus, Seite 9: © HA Hessen Tourismus, Seite 10: © WALK LIKE A LOCAL, Seite 12: © HA Hessen Tourismus, Seite 13: © HA Hessen Tourismus, Seite 14: © HMLU, Seite 15: © HMLU, Paul Schneider/Hessische Staatskanzlei (oben), Seite 16: © lotharnahler - stock.adobe.com (links), © HMLU (unten), Seite 17: © HMLU, Seite 18 und 19: © Forest Adventures (oben rechts), © Martin Morgenweck - stock.adobe.com (Mitte), © Achim Frede, Nationalparkamt (unten), alle anderen: © Hessen Tourismus/Roman Knie, Seite 20 und 21: © HVT, Seite 22 und 23: © Fastnachtvereinigung Herbstein e.V., Seite 24: © Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen, Porträts: © Bernd Hartung, Seite 25: Schwalm-Eder-Kreis, Seite 26 und 27: © Bernd Hartung, Seite 28: © Guerilla - stock.adobe.com, Seite 29: © hecke71 - stock.adobe.com, Seite 30: © imageBROKER - stock.adobe.com (oben), © MGH Gutes aus Hessen (unten), Seite 31: © Markus Mainka - stock.adobe.com (links), © stockphoto-graf - stock.adobe.com (rechts), Seite 32: © HandmadePictures - stock.adobe.com, Seite 33: © HLPhoto - stock.adobe.com (links), © MGH Gutes aus Hessen (rechts), Seite 34: © womue - stock.adobe.com (links), © by-studio - stock.adobe.com, © emuck - stock.adobe.com (rechts), Seite 35: © HA Hessen Tourismus/Axel Wierdemann (axel@wierdemann.com), Seite 36 und 37: © DEHOGA Hessen e.V., Seite 38: © Sina Ettmer - stock.adobe.com, Seite 40: © Odenwald Tourismus GmbH, Seite 41: © Kulturstiftung des Hauses Hessen / Christian Tech, Seite 2 und 43: © Rolf Fischer - stock.adobe.com





**landwirtschaft.
hessen.de**

Herausgeber:

Hessisches Ministerium für Landwirtschaft und
Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat

Mainzer Straße 80
65189 Wiesbaden

www.landwirtschaft.hessen.de

Gestaltung:

Thi Hong Loan Nguyen (HMLU)

Druck:

WIRmachenDRUCK GmbH
71522 Backnang

Erscheinungsdatum:

Mai 2024

ISBN:

978-3-89274-456-6

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Hessischen Landesregierung herausgegeben. Sie darf weder von Parteien noch von Wahlbewerbern oder Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie Wahlen zum Europaparlament. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Druckschrift nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte. Die genannten Beschränkungen gelten unabhängig davon, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Druckschrift dem Empfänger zugegangen ist. Den Parteien ist es jedoch gestattet, die Druckschrift zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden.