

HOCHSTAMM



DEUTSCHLAND

Traditionelles AFS Streuobst Was lernen wir daraus in Richtung Wertschöpfung?

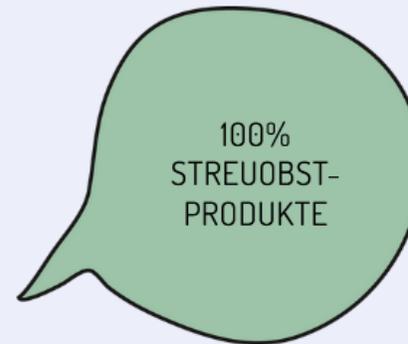
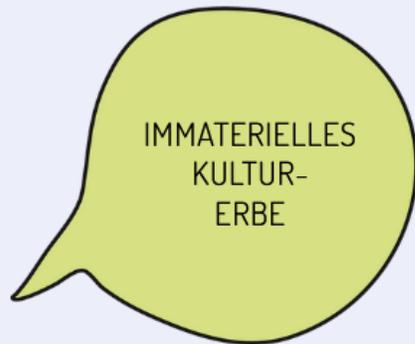
Bundesweiter Agroforstkongress

1. und 2. Oktober 2024 - Kassel

Hochstamm Deutschland e.V.

Erhalt durch Nutzung

- Vernetzung & Best Practice – Wissen & Begeisterung



HOCHSTAMM



DEUTSCHLAND

Traditionelles AFS Streuobst

Was lernen wir daraus in Richtung Wertschöpfung?

- WIE entsteht Wertschöpfung?
- Der Weg zur Wertschöpfung beim traditionellen AFS Streuobst
- Übertragbare Erfolgsfaktoren



Wie entsteht Wertschöpfung?



Wie entsteht Wertschöpfung?



1 kg = 7,18 €

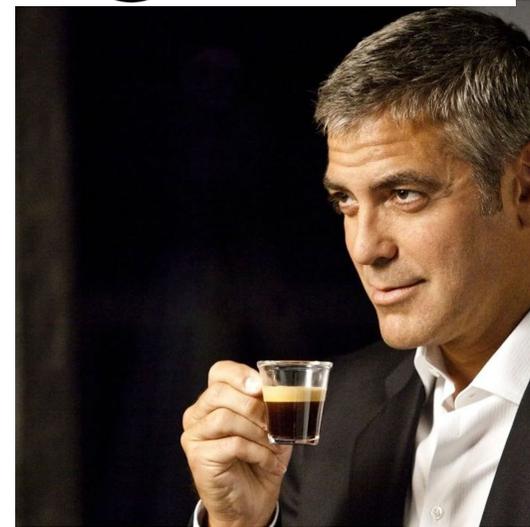


Wie entsteht Wertschöpfung?



1 kg = 7,18 €

NESPRESSO



1 kg = ca. 80 €



Wie entsteht Wertschöpfung?



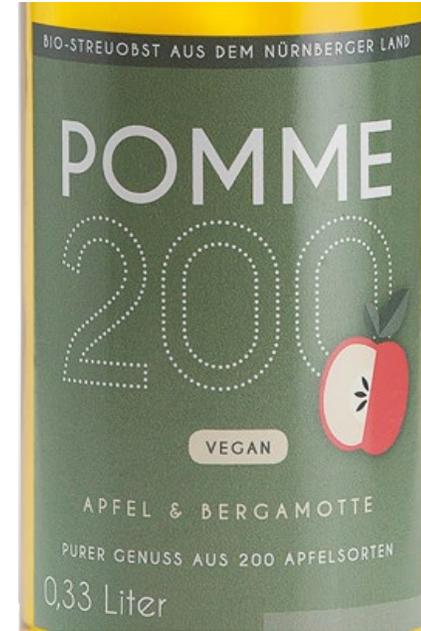
100 kg = 20 €



Wie entsteht Wertschöpfung?



100 kg = 20 €

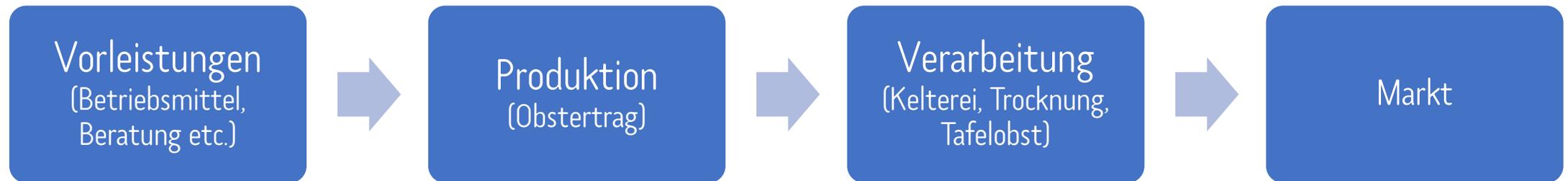


100 kg = ca. 400 €



Der Weg zur Wertschöpfung

- Wertschöpfung erfolgt entlang von Wertschöpfungsketten (WSK)



- Auf jeder WSK-Stufe entsteht Wertschöpfung => WSK komplett nutzen
- WSKs „rückwärts“ denken => Markt (Kunden + Bedürfnisse) bestimmt WSK
- Ziel: Maximierung des Kundennutzen



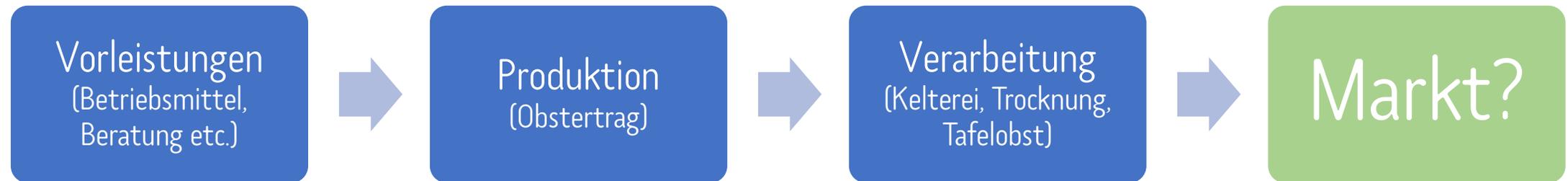
WSK wird vom Kunden definiert

- Verbraucherforschung und Marktentwicklung



WSK wird vom Kunden definiert

- Verbraucherforschung und Marktentwicklung

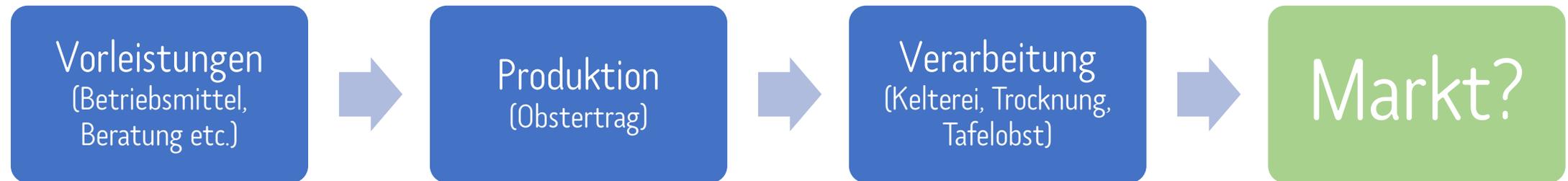


- Traditionelles AFS Streuobst
 - 75% kennen den Begriff und haben positive Assoziationen



WSK wird vom Kunden definiert

- Verbraucherforschung und Marktentwicklung



- Traditionelles AFS Streuobst
 - 75% kennen den Begriff und haben positive Assoziationen
 - 25% glauben, Streuobst ist „natürlich“
 - 2% assoziieren Produkte mit dem Begriff Streuobst



WSK wird vom Kunden definiert

- Verbraucherforschung und M...

Vorleistungen
(Betrieb
...

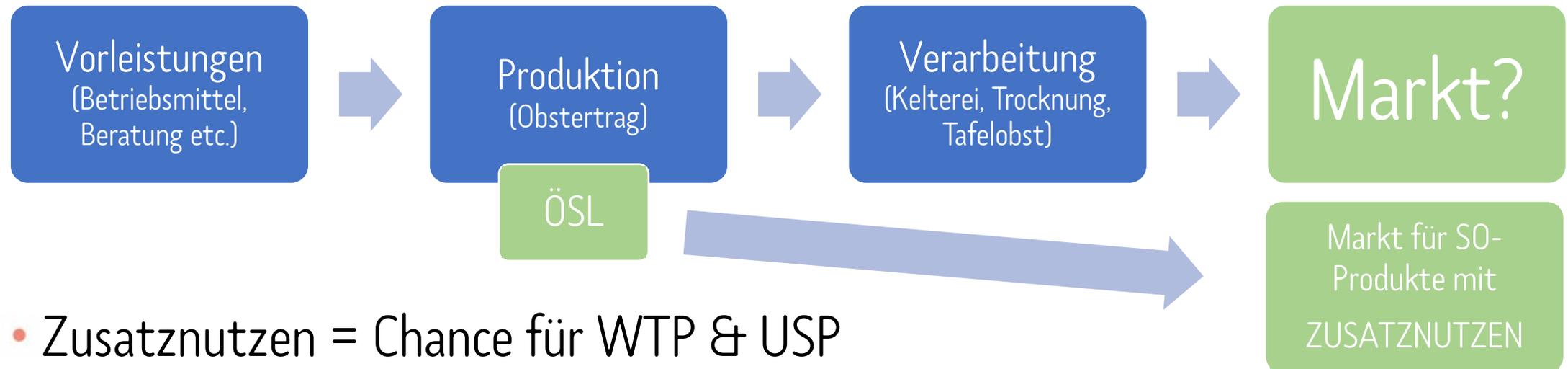
?

...in Streuobst



AFS Streuobst befriedigt besondere Bedürfnisse

- Produkte mit Zusatznutzen: Biodiversität & Ökosystemleistungen



- Zusatznutzen = Chance für WTP & USP
- „exklusive“ Zielgruppe mit besonderen Ansprüchen



AFS Streuobst befriedigt besondere Bedürfnisse



- P
- Z
- ”

tät & Ö

Ver
(Kelte

JSP

Ansprü

kt?

für SO-
kte mit
NUTZEN



AFS Streuobst

Bedürfnisse



kt?

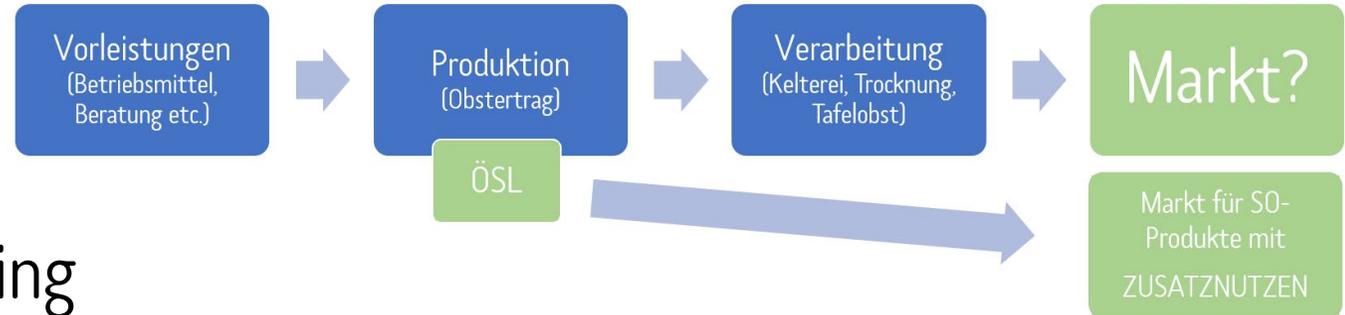
für SO-
kte mit
NUTZEN



AFS Streuobst befriedigt besondere Bedürfnisse

Herausforderungen

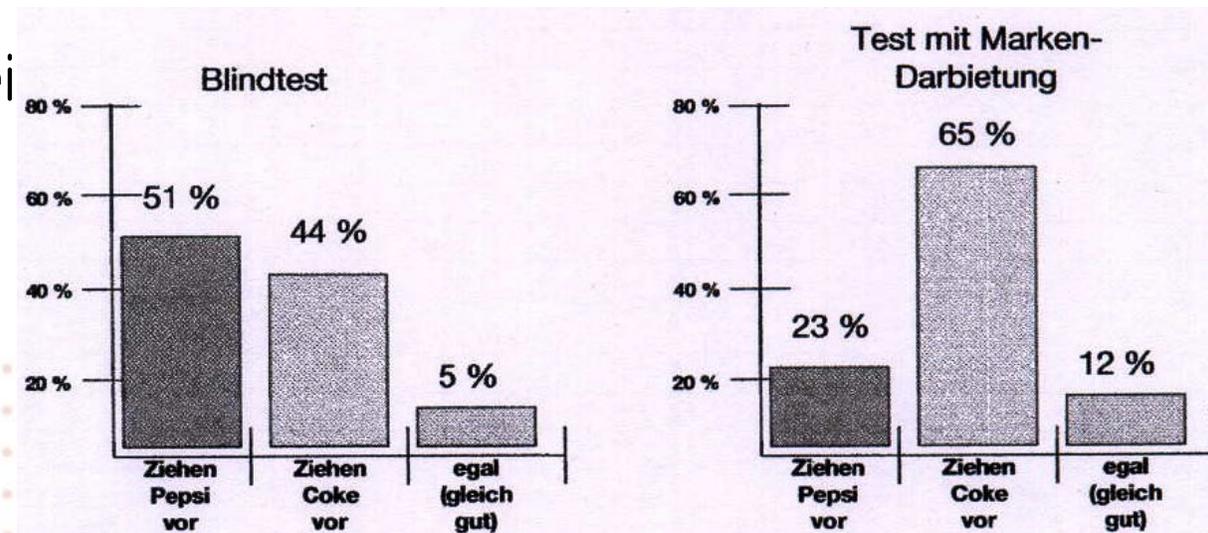
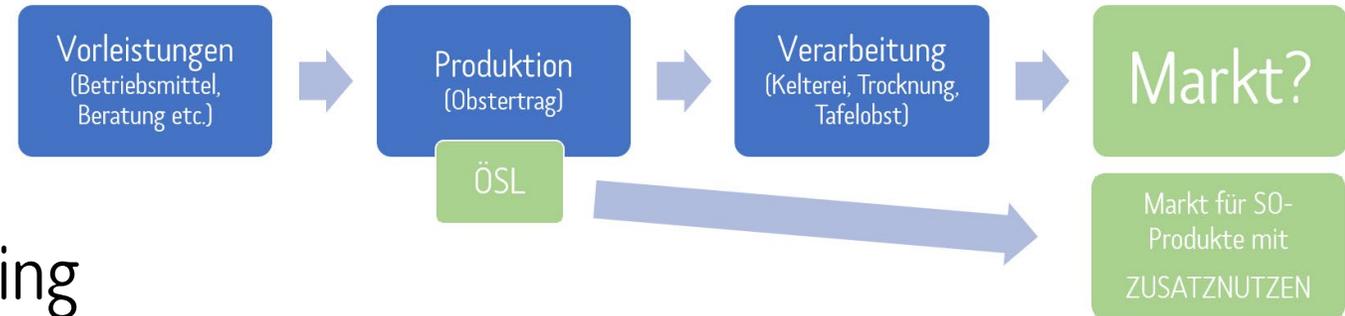
- Chance „Zusatznutzen“
= Herausforderung beim Marketing
- „SEX SELLS“ => **Emotionen** sind zentral für Kaufentscheidung
 - Preis, Qualität, Regionalität, Natürlichkeit => Marke



AFS Streuobst befriedigt besondere Bedürfnisse

Herausforderungen

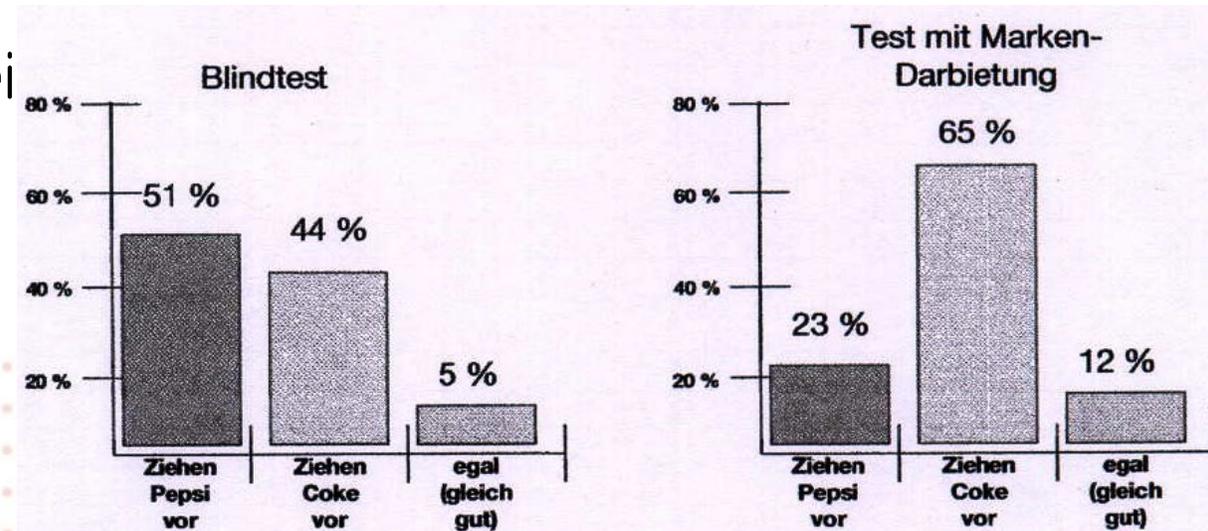
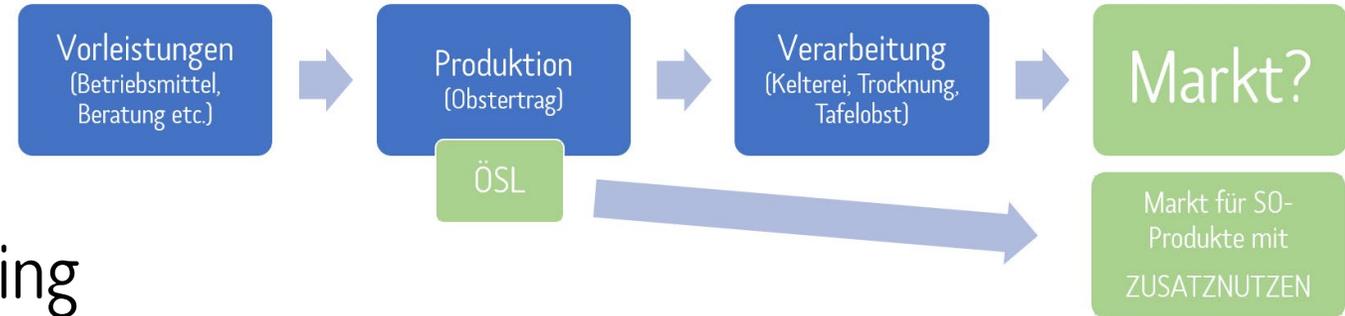
- Chance „Zusatznutzen“
= Herausforderung beim Marketing
- „SEX SELLS“ => **Emotionen** sind zentral für Kaufentscheidung
 - Preis, Qualität, Regionalität, Natürlichkeit



AFS Streuobst befriedigt besondere Bedürfnisse

Herausforderungen

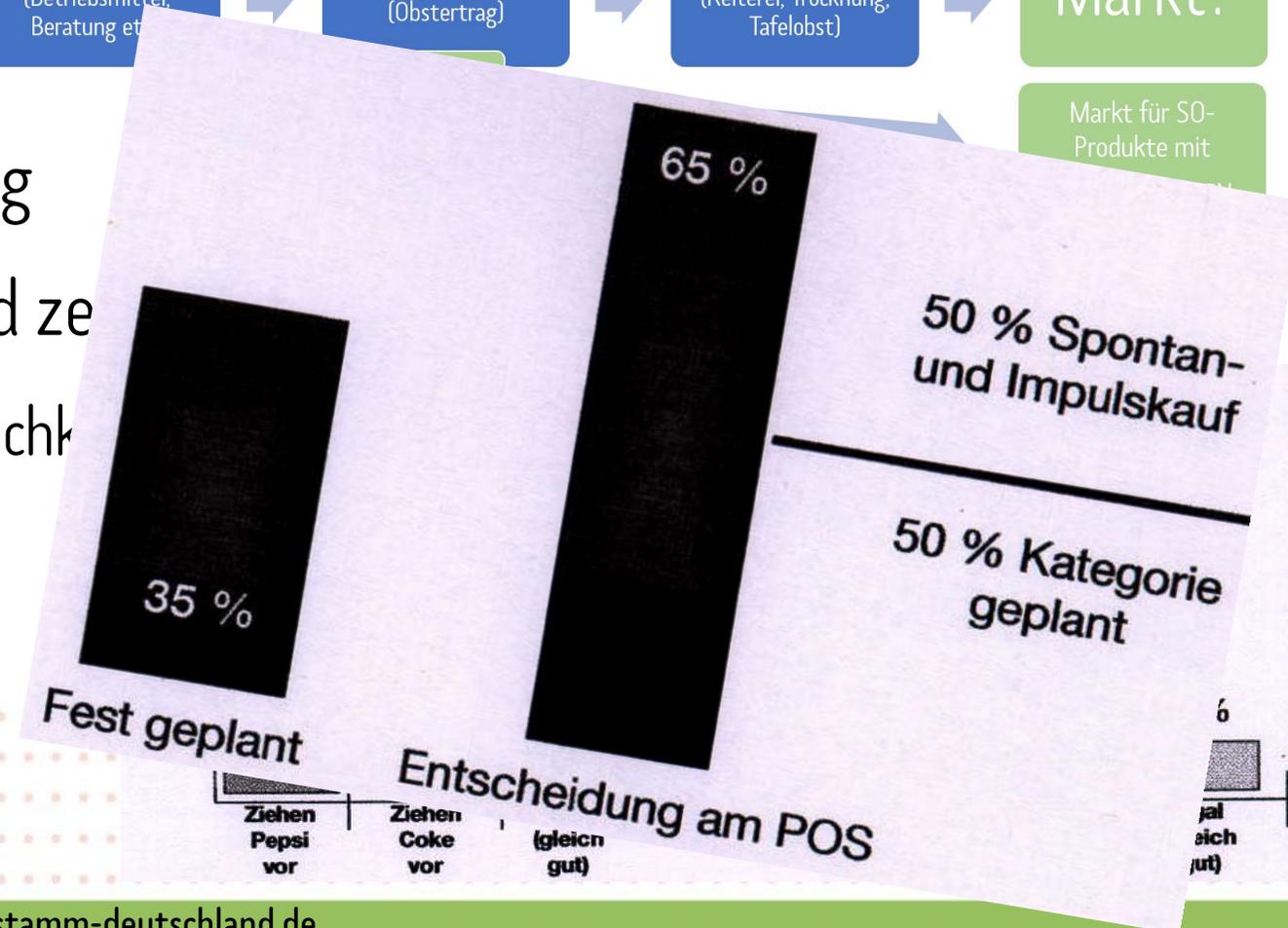
- Chance „Zusatznutzen“
= Herausforderung beim Marketing
- „SEX SELLS“ => **Emotionen** sind zentral für Kaufentscheidung
 - Preis, Qualität, Regionalität, Natürlichkeit
 - **Umwelt, Biodiversität, ÖSL etc.**
=> **kognitive Faktoren**



AFS Streuobst befriedigt besondere Bedürfnisse

Herausforderungen

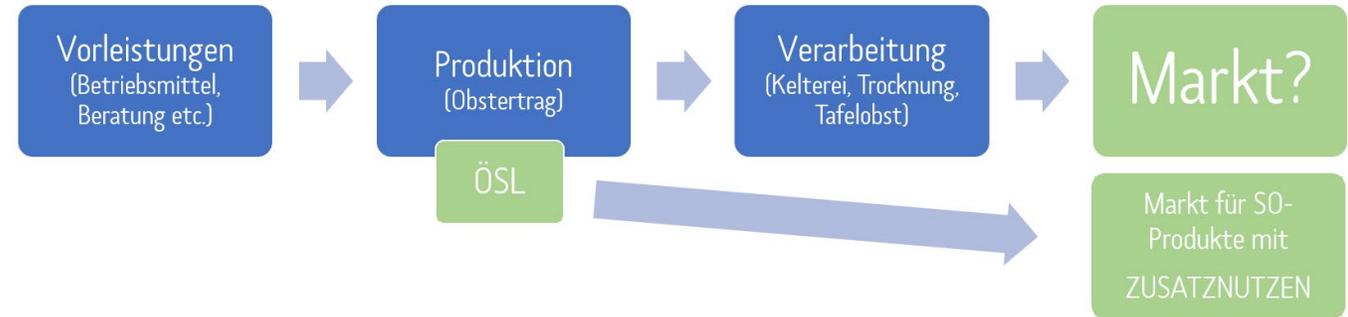
- Chance „Zusatznutzen“
= Herausforderung beim Marketing
- „SEX SELLS“ => Emotionen sind zentral
 - Preis, Qualität, Regionalität, Natürlichkeit
 - Umwelt, Biodiversität, ÖSL etc.
=> kognitive Faktoren!



Was lernen wir vom AFS Streuobst?

Erfolgsfaktoren

- Emotionen nutzen
- Produktinnovationen entwickeln
- Marken aufbauen
- Komplette WSK nutzen

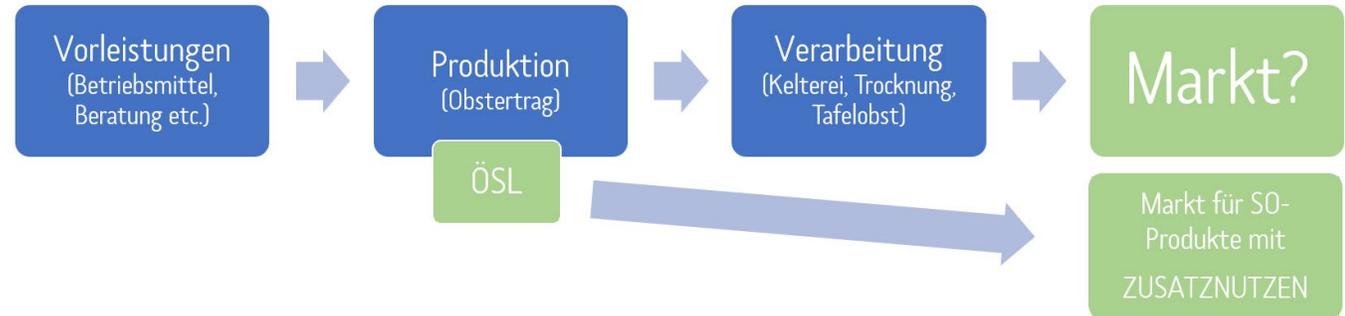


Was lernen wir vom AFS Streuobst?

Erfolgsfaktoren

- Emotionen nutzen
- Produktinnovationen entwickeln
- Marken aufbauen
- Komplette WSK nutzen

=> **MACHT ES GEMEINSAM!**



Was lernen wir von

Erfolgsfaktoren

- Emotionen nutzen
- Produktinnovationen entwickeln
- Marken aufbauen
- Komplette WSK nutzen

=> **MACHT ES GEMEINSAM**



Was lernen wir von

Erfolgsfaktoren

- Emotionen nutzen
- Produktinnovationen e
- Marken aufbauen
- Komplette WSK nu

=> **MACHT ES GEMEINSAM**



100%

TREUOBST

Was lernen wir vom AFS Streuobst?

Gemeinsam geht alles besser...

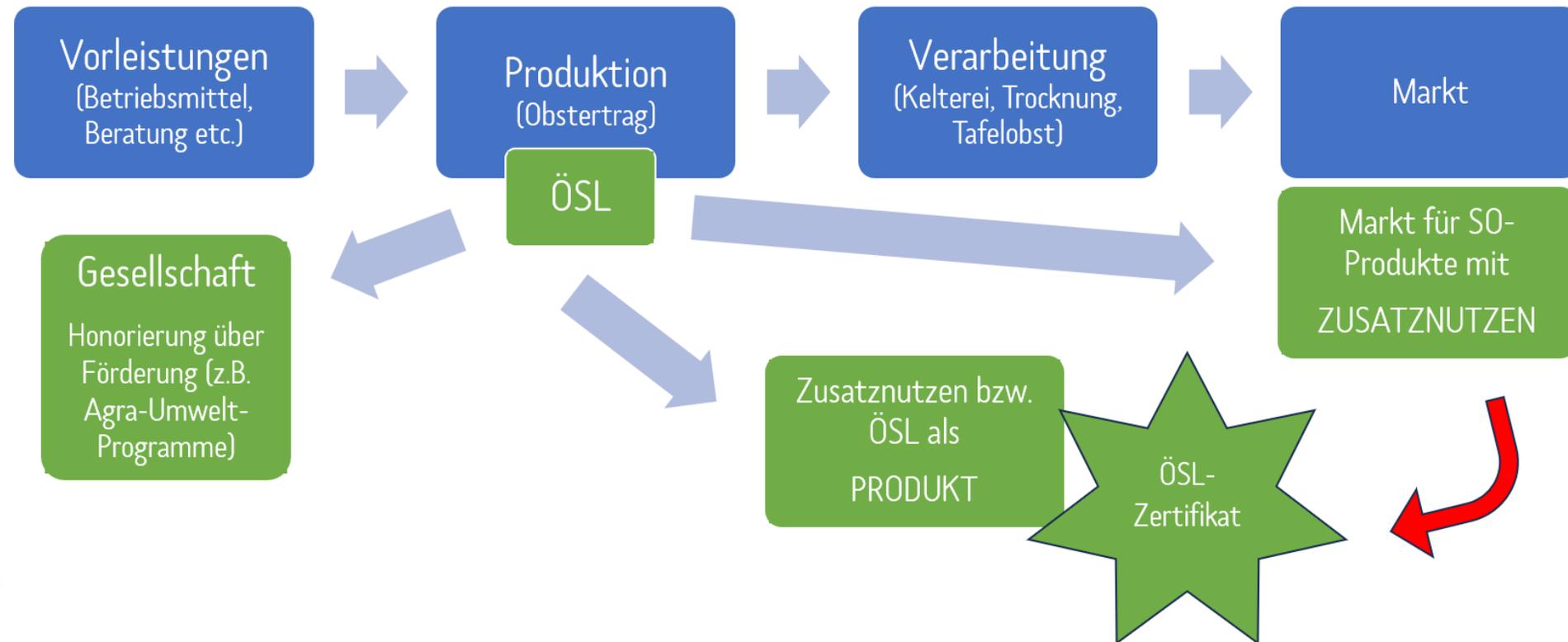
- Standards & gemeinsame Definitionen erarbeiten
- Erzeugerorganisationen entwickeln
- Gemeinschaftsmarketing & Kommunikation
- WSKs gemeinsam entwickeln => in Märkten & Produkten denken
- Lobbyarbeit & Forschung (da kann Streuobst von Euch lernen)



Was lernen wir noch vom AFS Streuobst?

Ökosystemleistungen kommodifizieren

- WSK verlängern und NEUE WSKs aufbauen



Traditionelles AFS Streuobst & moderne AFS

Gemeinsam geht alles besser...

Traditionelles AFS Streuobst ist tot, es lebe das moderne AFS?

V E R S U S

Traditionelles AFS Streuobst ist das Maß aller Dinge?

- BEIDES hat seine Berechtigung
- Kein Gegeneinander, **M I T E I N A N D E R**





Danke für Euer Engagement.

Wir freuen uns mit Euch
auf den Tag der Streuobstwiese
25. April 2025



TAG DER
STREUOBST-
WIESE

Hochstamm Deutschland e.V.

Niedenbach 13

72229 Rohrdorf

kontakt@hochstamm-deutschland.de

www.hochstamm-deutschland.de

