

# Wertschöpfungskette Streuobst: Erfolgsfaktoren zur praktischen Wertschöpfungssteigerung

16. Landesweites Streuobstfest in Baden-Württemberg



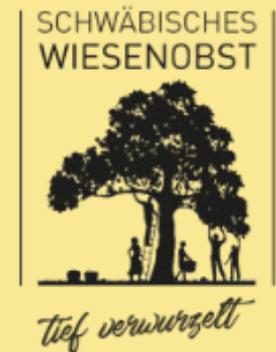
# Gliederung

- Best-Practice-Beispiele
- Wertschöpfungskette (WSK)
- Erfolgsfaktoren
- Erfolgsfaktoren als Interventionspunkte



Inhalte: Büro für Landschaftskonzepte, neuland+ und Martina Hörmann

# Erhalt durch Nutzung – Best Practice Beispiele



# Weshalb beschäftigen wir uns mit der Wertschöpfungskette?

Kernproblem: zu geringe Wirtschaftlichkeit des traditionellen Produktionssystems  
Streuobst

- Die Wertschöpfungskette ist ein Instrument, die Prozesse und Verbindungen zwischen den verschiedenen Akteuren zur Herstellung eines Produkts bzw. einer Dienstleistung darzustellen
- Analyse
- Wertschöpfungskette bietet Interventionspunkte zur Effizienzsteigerung



Bildautor: Florian Wagner

# Wertschöpfungskette – Tätigkeiten schaffen Werte



- Stufen der „Produktion“ als eine geordnete Reihung von Tätigkeiten
- die Tätigkeiten schaffen Werte
- Prozesse und Akteure sind bedeutsam

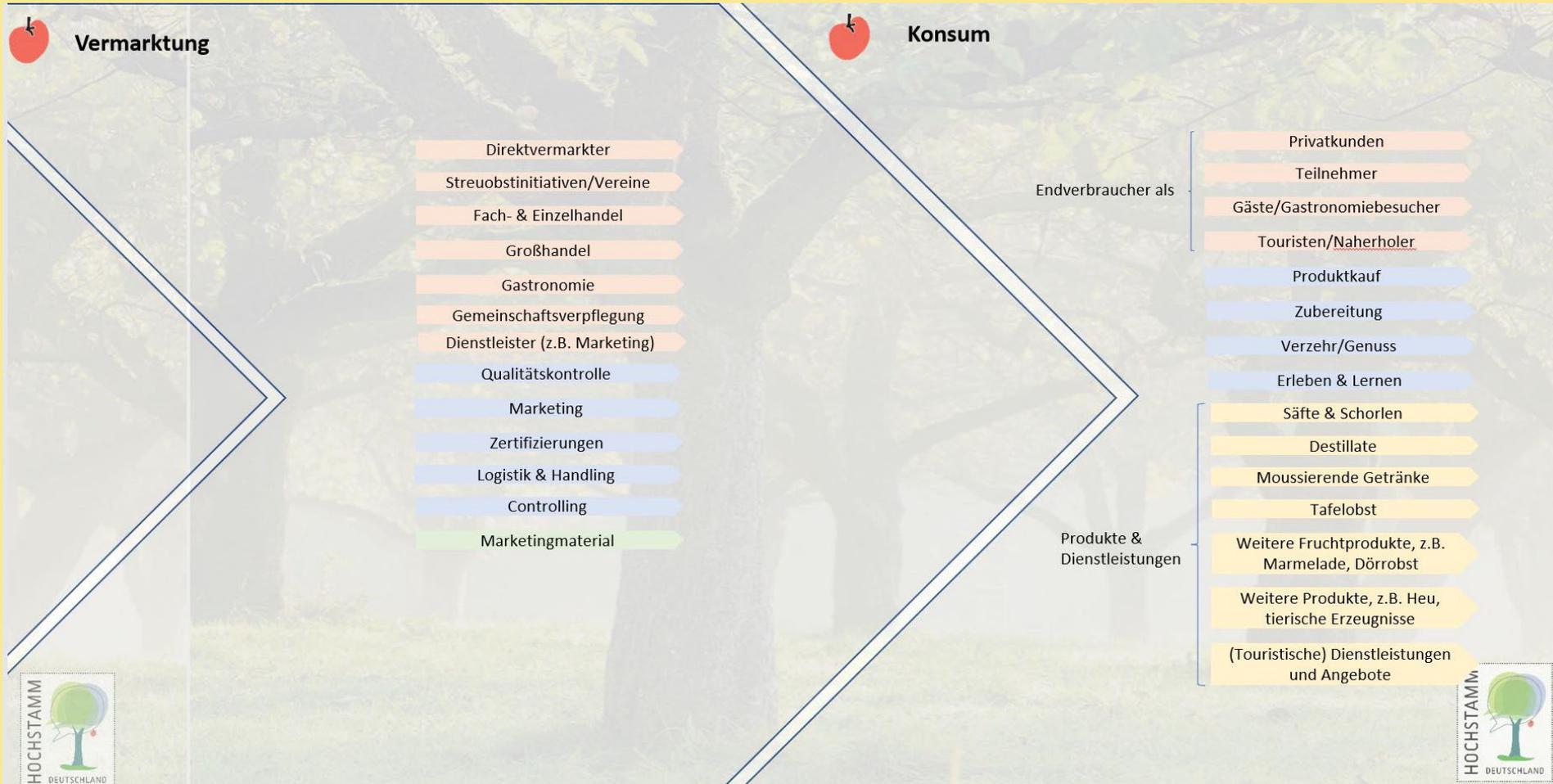
# Wertschöpfungskette



# Wertschöpfungskette



# Wertschöpfungskette



# Zentrale Erfolgsfaktoren

- Für jede Best Practice-Beispiele wurden **individuelle Erfolgsfaktoren** ermittelt
- aus den individuellen Stärken wurden **zentralen Erfolgsfaktoren** aggregiert

Allen BPB ist gemeinsam:

- **schlüssiges Konzept** für Erhalt durch Nutzung auf Basis der regionalen, endogenen Potenziale und auf Wünschen des Marktes
- **stringente Realisierung der Unternehmens- oder Vereinsidee**
- **(personelle) Kontinuität**

# Zentrale Erfolgsfaktoren



# Zentraler Erfolgsfaktor – Mitwirkungsmodell

Mitwirkungsmodell –  
Ausgleich  
Bewirtschafter  
- Verarbeiter

- Gelungenes Mitwirkungsmodell und integriertes Konzept Naturschutz findet sich in allen Best Practice-Beispielen in unterschiedlichen Ausprägungen.
- Beispiel: Streuobstinitiative im Stadt- und Landkreis Karlsruhe e.V. Rund 300 Bewirtschaftende von Streuobstwiesen, die 200 ha mit 14.000 Bäumen bewirtschaften



# Zentraler Erfolgsfaktor – Mitwirkungsmodell

Mitwirkungs-  
modell –  
Ausgleich  
Bewirtschafter  
- Verarbeiter

## Kriterien für Anlieferer:

- ausschließlich Obst aus kontrollierten Streuobstbeständen mit überwiegend hochstämmigen Bäumen (Stammhöhe mind. 1,60 m)
- Anzahl Obstbäume max. 150 Stück/ha.
- maximal dreimalige Mahd/Jahr, erster Schnitt in der Regel nicht vor 15. Juni
- Düngung nur mit Mitteln nach Bioverordnung zulässig
- Reifegrad und Gesundheit der Früchte: Obst muss frisch, unverdorben und vollreif sein.
- Anbauflächen müssen zur Besichtigung und Entnahme von Proben (Blatt, Frucht) freigegeben werden

# Zentraler Erfolgsfaktor – Mitwirkungsmodell

Mitwirkungs-  
modell –  
Ausgleich  
Bewirtschafter  
- Verarbeiter

- **Auszahlungspreise für Mostobst:** Bio-Ware bei 20 €/dt. Birnen bei 18 €/dt
- Entlastung der Erzeuger durch Organisation der Sammelzertifizierung
- Zusatzangebote: z.B. kostenlose Schnittkurse, Sammelbestellung von biozugelassenen
- Baumpflegemitteln, vergünstigte Bio-Bäume (12 € pro Apfelhochstamm)
- Finanzierung von Naturschutzmaßnahmen z.B. für Steinkauz durch Verein

=> **Interessenausgleich zwischen Bewirtschafter und Verarbeiter**

=> **Klares Plus bei naturverträglicher Nutzung der Streuobstwiesen und Artenschutz**

# Zentraler Erfolgsfaktor – Qualität der Rohware

Qualität der  
Rohware

- Qualität der Rohware – Kontrolle → höherer Preis
- Betreuung der Obstlieferanten
- Schulung der Obstlieferanten
- Wissenschaftliche Begleitung des Anbaus



# Zentrale Erfolgsfaktoren – Unterwuchs, Naturschutz

Integriertes  
Konzept  
Unterwuchs  
Naturschutz

- In den BPB sind **integrierte nachhaltige Konzepte für Unterwuchspflege und Naturschutz** in unterschiedlicher Intensität vorhanden.
  - Im Mostviertel werden die wertvollsten Flächen durch Managementpläne auf betrieblicher Ebene gepflegt
  - Hochstamm Suisse setzt einen ökologischen Bewirtschaftungsstandard für die Landwirte voraus
  - Projekte wie Streuobstinitiative im Stadt- und Landkreis Karlsruhe, das Schwäbische Wiesenobst und die Manufaktur Geiger haben eigene ökologische Standards für Lieferanten
  - Diese Konzepte bieten einen konzeptionellen Rahmen für Erhalt durch Nutzung



# Zentrale Erfolgsfaktor – Diversifikation der Streuobstprodukte

Diversifikation  
der Streuobst-  
produkte

- Mostviertel
- Hochstamm Suisse
- Premiumprodukte
- Massenprodukte



# Zentraler Erfolgsfaktor – Wertigkeit der Produkte

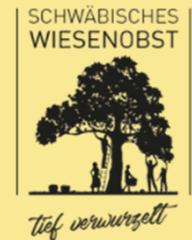
Wertigkeit der Produkte

- Geschmack
- Gesundheitliche Aspekte
- Trends
  - alkoholfrei
  - Mischgetränke mit neuen Geschmacksnoten
  - moderne werthaltige Aufmachung (Produktbezeichnung, Verpackung)

# Zentraler Erfolgsfaktor – Kollektivmarken - QZ

Kollektivmarke

- **Marken- und Qualitätszeichen bieten Handel (Einkäufern) und Verbrauchern Orientierung und Sicherheit**



- **Label Hochstamm Suisse**

- Das **Label Hochstamm Suisse** z.B. ist erfolgreich und zeigt eine ausdifferenzierte Vorgehensweise mit klaren Mitwirkungskriterien für Bewirtschafter, Verarbeiter und Handel
- 1.350 Mitglieder
- 123 Direktvermarkter
- 205.000 Hochstamm Bäume
- 8% der Hochstamm Bäume in der Schweiz



# Zentraler Erfolgsfaktor – Kooperation

Kooperation

## Gemeinden und Umweltgruppen

- Die **Kooperation mit Gemeinden, Umweltgruppen und weiteren regionalen Stakeholdern** ist je nach Geschäftsmodell für viele Initiativen essentiell, aber dies ist nicht BPB wie z.B. das Streuobstparadies und die Streuobstinitiative im Stadt- und Landkreis Karlsruhe entscheidend, für einen Betrieb wie die Manufaktur Geiger aber nicht essenziell.

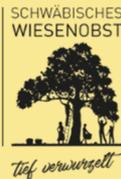


## Handelsorganisationen

- Erhalt durch Nutzung bedeutet, dass Produkte oder Dienstleistungen im Zusammenhang mit Streuobst vermarktet werden. Damit kommt der **Vermarktungsstrategie** eine zentrale Rolle zu.
- **Kooperation mit Handelsorganisationen** als Voraussetzung für Wachstum und Marktdurchdringung:



- im Schweizer Einzelhandel 2019 einem Umsatz von über 14,8 Mio SFr



# Zentrale Erfolgsfaktoren – Regionalität und ÖSL

Regionalität  
ÖSL

- Regionalität ein wichtiger Faktor in der Vermarktung
- Ökosystemleistungen von Streuobst, wie z.B. Landschaftsbild oder Artenschutz
  - wird von einer kleinen Gruppe von Verbrauchern durchaus wertgeschätzt und in der Kaufentscheidung berücksichtigt
  - Für die meisten Verbraucher stellen sie nach Einschätzung von Verarbeitern aber nur Mitnahmeeffekte dar.



# Zentraler Erfolgsfaktor – Touristische Angebote

Touristische  
Angebote

- Touristische Angebote können ergänzende Schwungkraft für ein Streuobstprojekt liefern, wie im Mostviertel oder Streuobstparadies
- Sie verlängern die Wertschöpfungskette in Gastronomie und Hotellerie
- Element des Regionalmanagements und der Öffentlichkeitsarbeit
- Sie sind aber kein unbedingtes Muss! Die Durchschlagskraft im Mostviertel liegt vor allem darin, dass sich die **touristischen Organisationen das Thema Birnenmost** zu eigen gemacht haben.



# Zentraler Erfolgsfaktor – Regionalmanagement

Nachhaltiges  
Regional-  
management

- Die Tourismusregion Mostviertel in Österreich
  - Erhaltungsstrategie für hunderttausend Birnbäume
  - Nachhaltiges Regionalmanagement, das gewinnbringend mit dem Bereich Tourismus verknüpft ist
  - Die Namen „Mostviertel“ und „Mostbarone“ sind oder werden wie **Kollektivmarken** genutzt
  - Die **Werbestrategie ist in die touristische Werbestrategie** der Werbung des Landes Niederösterreich und in die nationale Werbung für Österreich **integriert**



# Zentraler Erfolgsfaktor – Regionalmanagement

Nachhaltiges  
Regional-  
management

- **Schwäbischen Streuobstparadieses**

- **Regionalmanagement in einem Gebiet mit 1.5 Mio Streuobstbäumen**
- **Stärkung der Akteure** in der Region, durch organisatorische Bündelung, gezielte Maßnahmen und Aktionen
- **politische Unterstützung**
- Entwicklung einer touristischen „Streuobst-Destination“

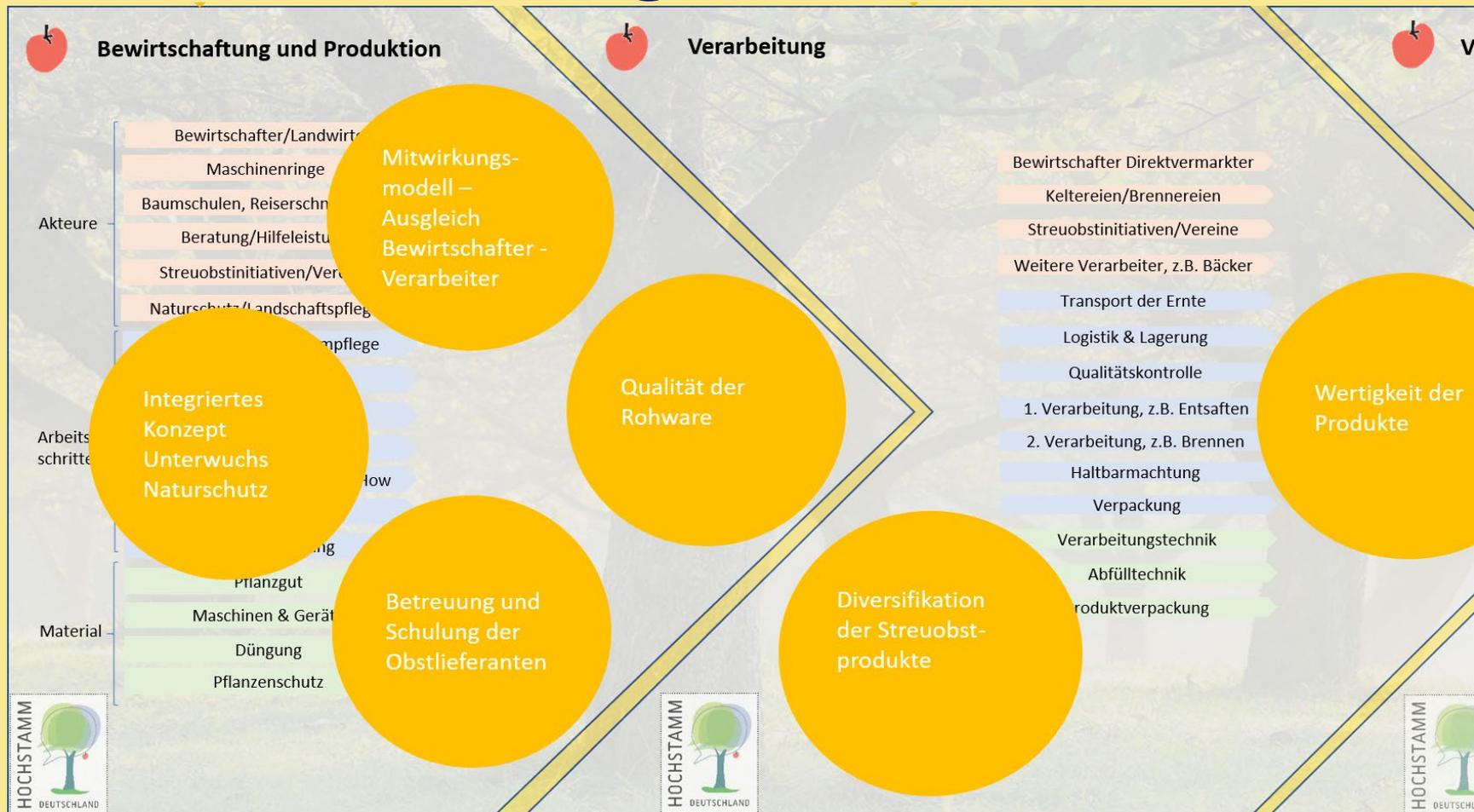
Schwäbisches  
**Streuobstparadies**



- **Zielsetzung des Regionalmanagements**

- **Interessen ausgleichen**
- **guter Auszahlungspreis für Rohware**
- **keine Doppelstrukturen schaffen, sondern kooperieren**

# Zentrale Erfolgsfaktoren



# Zentrale Erfolgsfaktoren





Herzlichen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!