

Gutachten zu einer  
Streuobststrategie mit Maßnahmenplan  
und einer  
Streuobst-Erlebniswelt Baden-Württemberg

*traditionelle Streuobstlandschaften Baden-Württemberg  
innovativ, zukunftsfähig und effizient bewirtschaften*

April 2022

Auftraggeber



**Ministerium für Ernährung,  
Ländlichen Raum und  
Verbraucherschutz  
Baden-Württemberg**

Gutachten zu einer  
Streuobststrategie mit Maßnahmenplan  
und einer  
Streuobst-Erlebniswelt Baden-Württemberg

*traditionelle Streuobstlandschaften Baden-Württemberg  
innovativ, zukunftsfähig und effizient bewirtschaften*

Auftraggeber	Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg
Auftragnehmer	neulandplus GmbH & Co. KG ( <a href="https://neulandplus.de">https://neulandplus.de</a> ) Landschaftskonzept Markus Mayer ( <a href="https://www.landschaftskonzepte.de">https://www.landschaftskonzepte.de</a> ) Büro Martina Hörmann
AutorInnen	Hannes Bürckmann Markus Mayer Martina Hörmann
Stand	Sophia Philipp, Florian Wagner, Karolina Düthorn, Niklas Mäder, Jannis Burk April 2022

## INHALTSVERZEICHNIS

---

Inhaltsverzeichnis.....	2
Abbildungsverzeichnis .....	4
Tabellenverzeichnis .....	5
Einleitung	6
Ausgangslage und Anlass der Studie .....	7
Vorgehensweise und Methodik .....	7
TEIL A: Situationsanalyse .....	9
1.1    Bisherige Streuobststrategie des Landes Baden-Württemberg .....	9
1.2    Streuobst im Koalitionsvertrag 2021-2026 .....	10
1.3    Datengrundlagen und Studien.....	10
1.4    Unterstützungsmaßnahmen für Streuobst.....	14
1.5    Qualitative Situationsanalyse .....	17
2        SWOT-Analyse .....	26
2.1    Bewirtschaftung, Bestandssicherung und Pflege .....	26
2.2    Verarbeitung und Vermarktung.....	27
2.3    Bildung und Qualifizierung.....	28
2.4    Kernprobleme .....	29
3        Best Practice-Beispiele – Erhalt von Streuobst durch Nutzung.....	31
3.1    Streuobstinitiative im Stadt- und Landkreis Karlsruhe e.V. ....	31
3.2    Manufaktur Jörg Geiger GmbH.....	32
3.3    Schwäbisches Streuobstparadies e.V. ....	34
3.4    Schwäbisches Wiesenobst – WiesenObst e.V.....	35
3.5    Streuobstinitiative Hersbrucker Alb e.V. ....	37
3.6    Hochstamm Suisse e.V.....	39
3.7    Tourismusregion Mostviertel in Österreich.....	41
3.8    Erfolgsfaktoren der Best Practice-Beispiele .....	43
3.9    Die Wertschöpfungskette Streuobst.....	46
Teil B: Streuobst-Strategie und Maßnahmenplan.....	48
4.1    Handlungsfeld Bewirtschaftung.....	51
4.2    Handlungsfeld: Verarbeitung und Vermarktung.....	57
4.3    Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit .....	64
4.4    Handlungsfeld Forschung .....	69

4.5	Handlungsfeld Förderung .....	73
4.6	Querschnitts-Handlungsfeld Streuobstregionen.....	79
Teil C – Streuobstregionen .....		82
5.1	Herleitung der Streuobstregionen .....	82
5.2	Streuobstregion Nordbaden .....	87
5.3	Streuobstregion Hohenlohe/Main-Tauber/Schwäbisch Hall.....	90
5.4	Streuobstregion Stuttgart/Ludwigsburg/Rems-Murr .....	92
5.5	Streuobstregion Albvorland .....	95
5.6	Streuobstregion Südbaden.....	98
5.7	Streuobstregion Bodensee/Klettgau .....	100
Teil D: Streuobst-Erlebniswelt.....		104
6.1	Zielsetzung einer Streuobst-Erlebniswelt .....	104
6.2	Zielgruppenanalyse.....	104
6.3	Anforderungen an eine Streuobst-Erlebniswelt.....	107
6.4	Betreibermodelle: Potenzielle Träger und Betreiber .....	109
6.5	Praxisbeispiele .....	111
6.6	Szenarien für eine Streuobst-Erlebniswelt.....	124
6.7	Bewertungsmatrix .....	131
6.8	Zusammenfassung und Empfehlung.....	132
Teil E – Zusammenfassung.....		133
Ausgangslage .....		133
Kernprobleme.....		133
Gesamtstrategie .....		135
Handlungsfeld Bewirtschaftung.....		136
Handlungsfeld Verarbeitung und Vermarktung.....		137
Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit .....		139
Handlungsfeld Forschung.....		140
Handlungsfeld Förderung.....		141
Querschnitts-Handlungsfeld Streuobstregionen .....		142
Streuobst-Erlebniswelt.....		145
Teil F – Materialband		

## ABBILDUNGSVERZEICHNIS

---

Abbildung 1: Systematik und Projektablauf inkl. Beteiligung zur Erstellung der Studie.....	8
Abbildung 2: Kernprobleme des Streuobstbaus in Baden-Württemberg (Quelle: Stärken-Schwächen-Analyse auf Grundlage der Akteursworkshops, Abfragen und Expert*inneninterviews im Rahmen der Situationsanalyse). .....	29
Abbildung 3: Modellhafte Darstellung einer Wertschöpfungskette mit Interventionspunkten (eigene Darstellung neulandplus, 2021).....	46
Abbildung 4: Streuobst-Strategie mit den Handlungsfeldern und zentralen Maßnahmen für die zukünftige Entwicklung des Streuobstbaus in Baden-Württemberg (Quelle: eigene Darstellung neulandplus). .....	48
Abbildung 5: Auszug aus den Themen und Produktmarken auf Landesebene der Tourismusstrategie 2025 Baden-Württemberg.....	65
<i>Abbildung 6: Dichte der Streuobstbestände in Baden-Württemberg, mit den Grenzen der Landkreise. (Farbabstufung von weiß nach rot: Dunkelrote Gebiete weisen eine besonders hohe Streuobstdichte auf, helle bzw. weiße Farbgebung eine geringe Streuobstdichte. Quelle: eigene Darstellung neulandplus).</i> .....	82
<i>Abbildung 7: Baumdichte je Gemeinde in Bäume/ha (eigene Darstellung neulandplus).</i> .....	83
<i>Abbildung 8: Lage von Naturschutz-, Landschafts- und Vogelschutzgebieten in den Streuobstregionen (eigene Darstellung neulandplus).</i> .....	84
<i>Abbildung 9: Akteure, Einrichtungen und Angebote im Themenfeld Streuobst inklusive Baumdichte je Gemeinde in Bäume/ha (eigene Darstellung neulandplus).</i> .....	85
<i>Abbildung 10: Abgrenzung der potenziellen Streuobstregionen (eigene Darstellung neulandplus).</i> .....	87
Abbildung 11: Gebietskulisse der Streuobstregion Nordbaden (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022).....	88
Abbildung 12: Gebietskulisse der Streuobstregion Hohenlohe/Main-Tauber/Schwäbisch Hall (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022).....	91
Abbildung 13: Gebietskulisse der Streuobstregion Stuttgart/Ludwigsburg/Rems Murr (Quelle: eigene Darstellung, neulandplus 2022).....	93
Abbildung 14: Gebietskulisse der Streuobstregion Albvorland (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022).....	96
Abbildung 15: Gebietskulisse der Streuobstregion Südbaden (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022).....	99
Abbildung 16: Gebietskulisse der Streuobstregion Bodensee/Klettgau (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022).....	101
Abbildung 17: Sinus-Milieus in Deutschland (Quelle: sinus-institut.de in Borgstedt & Schleer 2019, S. 262).....	105

Abbildung 18: Einstellungen zu Umwelt- und Naturschutz (Quelle: Sinus-Institut in Borgstedt & Schleer 2019, S. 263).....	105
Abbildung 19: Streuobst-Strategie mit den Handlungsfeldern und zentralen Maßnahmen für die zukünftige Entwicklung des Streuobstbaus in Baden-Württemberg (Quelle: eigene Darstellung neulandplus).....	135
Abbildung 20: Vorschlag zur Abgrenzung von Streuobstregionen auf Grundlage der Streuobsterhebungen und Einschätzung von Gebietskennern in Baden-Württemberg (Quelle: eigene Darstellung neulandplus).....	143

## TABELLENVERZEICHNIS

---

Tabelle 1: Forschungseinrichtungen und ihre Projekte im Themenbereich Streuobst (Stand 2021).....	13
Tabelle 2: Übersicht über die Unterstützungsmaßnahmen und Förderprogramme.....	15
Tabelle 3: Beispielkalkulation zur Erlössituation bei der kombinierten Vermarktung von Most- und Tafelobst.....	61
Tabelle 4: Potenzielle Streuobstregionen in Baden-Württemberg mit ihrem Anteil an der Landesfläche (eigene Berechnungen neulandplus). ....	86
Tabelle 5: Zielgruppen für Naturschutz und biologische Vielfalt.....	106
Tabelle 6: Die Top-Zielgruppen in der Übersicht.....	107

## EINLEITUNG

---

Baden-Württemberg weist die bedeutendsten Streuobstbestände in Europa auf<sup>1</sup> und leitet davon eine entsprechend große Verantwortung für den Artenerhalt ab. Dies macht u.a. der Koalitionsvertrag 2021 bis 2026 deutlich. Die charakteristische Kulturlandschaft ist identitätsstiftend für viele Baden-Württembergerinnen und Baden-Württemberger.

Der Streuobstanbau ist seit März 2021 von der deutschen UNESCO-Kommission als Immaterielles Kulturerbe anerkannt. Als Hotspot der Biodiversität stehen die Streuobstwiesen im Land seit 2020 unter einem Erhaltungsgebot. Die Beauftragung der vorliegenden Studie durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg ist ein Baustein für die Weiterentwicklung des Streuobstbaus im Land.

Ziel der Autor\*innen dieser Studie ist es, einen Vorschlag für eine Gesamtstrategie und einen angepassten, zukunftsfähigen und integrierten Maßnahmenplan zu entwickeln, um den Erhalt und die Weiterentwicklung der Streuobstbestände mit ihren vielfältigen Funktionen für Biodiversität, Naherholung, Tourismus, Versorgung und Gesundheit sicherzustellen.

Streuobst ist eine Kulturlandschaft mit langer Tradition. Kulturlandschaft bedeutet in diesem Zusammenhang auch, dass der Erhalt von Streuobst über die Kultivierung, also eine Nutzung mit einer möglichst hohen Wertschöpfung erfolgt. Ein Schwerpunkt der Anstrengungen zum Erhalt zielt darum auf eine ökonomisch rentable Bewirtschaftung ab – wohlwissend, dass nicht 100 Prozent der aktuellen Bestände über ein „Erhalt durch Nutzung“-System gesichert werden können. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Unterstützung der Bewirtschaftenden. Für Streuobstbestände, deren Bewirtschaftung z.B. aufgrund ihrer topografischen Lage oder des Fehlens von Bewirtschaftenden nicht rentabel erfolgt, sind alternative Landnutzungen zu entwickeln, die in ökologischer und landschaftsästhetischer Sicht die Funktionen des Streuobstes erfüllen.

---

<sup>11</sup> Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum (2009): Streuobstwiesen in Baden-Württemberg. Daten, Handlungsfelder, Maßnahmen, Förderung. Stuttgart.

## AUSGANGSLAGE UND ANLASS DER STUDIE

---

In Baden-Württemberg bilden Streuobstwiesen ein sehr wichtiges landschaftstypisches Kulturgut und besitzen einen identitätsstiftenden Charakter. Zahlreiche Streuobstakteure wirken dem Verlust entgegen. Trotzdem sind die Streuobstbestände stark gefährdet, in weiten Teilen überaltert und schlecht gepflegt. Im Vergleich von mehreren Studien gingen die Baumzahlen seit 1965 um ca. 60 Prozent<sup>2</sup> zurück. Viele Bewirtschaftende sehen aufgrund der geringen Mostobstpreise (durchschnittlich 6-8 €/100 kg<sup>3</sup>) keinen Anreiz mehr zur Pflege der Bestände. Laut einer Studie der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung<sup>4</sup> liegt der notwendige Mostobstpreis für konventionell erzeugtes Obst zur Deckung der Bewirtschaftungskosten bei mind. 20 €/100 kg.

Die Beauftragung der vorliegenden Studie durch das Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg (MLR) ist ein Baustein zur Weiterentwicklung des Streuobstbaus im Land. Das Land möchte sich noch stärker zu seinen Streuobstbeständen mit ihren vielfältigen Funktionen für Biodiversität, Naherholung, Tourismus und Gesundheit sowie den Produkten positionieren. Zudem soll die Wertschätzung für die Landwirtinnen und Landwirte, aber oft auch ehrenamtlichen Akteure, Institutionen sowie Verbände und Vereine in der Praxis zum Ausdruck kommen. Die Streuobstprodukte in Baden-Württemberg sollen dabei stärker in den Fokus der Konsumierenden rücken. Dies bietet die Chance, mehr Wertschöpfung für Bewirtschaftende zu erzeugen.

Das Land hat die aktuelle Situation erkannt und sieht seine besondere Verantwortung. Die Fortschreibung der Streuobstkonzeption von 2014 wird nun vorangetrieben. Als Daten- und Entscheidungsgrundlage dient diese Studie.

## VORGEHENSWEISE UND METHODIK

---

Im Teil A – Situationsanalyse erfolgt zunächst eine Einordnung der bisherigen Bemühungen zum Erhalt der Streuobstbestände: Strukturdaten, Konzeptionen, Forschungsergebnisse, Studien und Förderprogramme sowie Unterstützungsmaßnahmen werden vorgestellt.

Im nächsten Schritt folgt die qualitative Beschreibung der aktuellen Situation, aufgeteilt in drei Bereiche: „Bewirtschaftung, Bestandssicherung und Pflege“ sowie „Verarbeitung und Vermarktung“. Ergänzend ist der Bereich „Bildungs- und Qualifizierungsmaßnahmen“ als Querschnittsthema dargestellt, da er einen wesentlichen Einfluss auf die anderen Bereiche hat. Grundlagen dieses Teils sind neben erhobenen (Struktur-)Daten auch die Erkenntnisse und Maßnahmenvorschläge aus den Konzeptionen und Studien, die im Beteiligungsprozess mit den Streuobstakteuren diskutiert, evaluiert und um aktuelle Entwicklungen ergänzt

---

<sup>2</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg), Der Obstbaum in Baden-Württemberg, Ergebnisse der Obstbaumzählung 1965, 1967.

<sup>3</sup> Quelle: eigene Marktbeobachtung.

<sup>4</sup> Quelle: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, Zehnder, Markus: Streuobstwiesen schützen, Bundesinformationszentrum Landwirtschaft, Pdf, 2020.

wurden. Eine Zusammenfassung der Situationsanalyse stellt die Stärken-Schwächen und Chancen-Risiken-Analyse (SWOT) dar. Ausgehend von den in der SWOT identifizierten Kernproblemen erfolgt ein Blick in die Praxis: Es werden Best-Practice-Beispiele dahingehend analysiert, inwiefern die aktuellen Herausforderungen über die Umsetzung von „Erhalt durch Nutzung“-Konzepten lokal oder regionale erfolgreich bewältigt werden.

Teil B gründet auf der Situationsanalyse und entwickelt daraus eine Gesamtstrategie und Maßnahmenvorschläge in fünf Handlungsfeldern sowie einem Querschnittshandlungsfeld. Empfehlungen für die Um- oder Neugestaltung von Unterstützungs- und Fördermaßnahmen, eine landesweite Vermarktungsinitiative, Forschungsschwerpunkte und Modellprojekte runden den Maßnahmenplan ab. Teil C der Studie charakterisiert Streuobstregionen in Baden-Württemberg, die ein strategisches Querschnittsfeld in Kapitel B darstellen. Im Teil D erfolgt die Beschreibung der Optionen für eine Streuobsterlebniswelt. Teil E bildet die Zusammenfassung. Im Teil F Materialband sind die detaillierten Gesamtergebnisse und Anlagen zu den vorangegangenen Kapiteln zusammengestellt. Hier finden sich ergänzende ausführliche Informationen zu den einzelnen Kapiteln, wie die umfassende Darstellung der SWOT-Analyse, eine ausführliche Beschreibung der Best-Practice-Beispiele, die schematische Wertschöpfungskette sowie ergänzende Daten zur Charakterisierung der Streuobstregionen und der Streuobst-Erlebniswelt.

Neben einer grundlegenden Datenerfassung und -analyse vorhandener Literaturquellen und Strukturen zur Erstellung dieser Studie erfolgte ein umfassender qualitativer Beteiligungsprozess der relevanten Stakeholder in Form von Workshops und Einzel- sowie Gruppeninterviews. Ein Überblick über Ablauf und Methoden gibt die folgende Grafik.

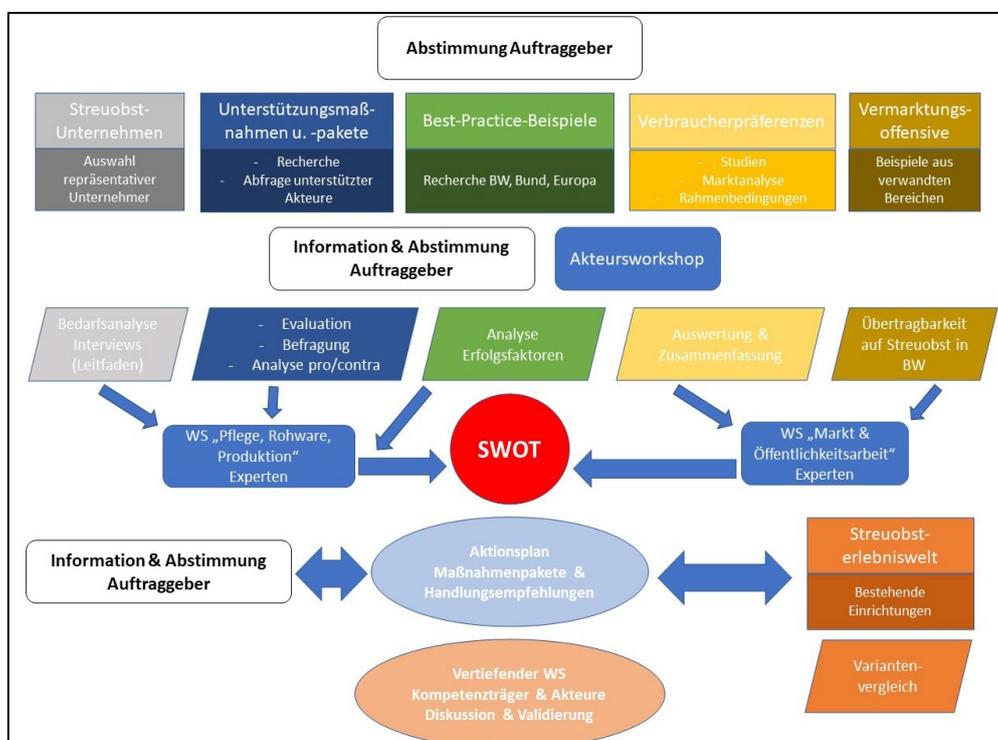


Abbildung 1: Systematik und Projektablauf inkl. Beteiligung zur Erstellung der Studie<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> Quelle: eigene Darstellung neulandplus.

## TEIL A: SITUATIONSANALYSE

### 1.1 BISHERIGE STREUOBSTSTRATEGIE DES LANDES BADEN-WÜRTTEMBERG

---

In Baden-Württemberg wurden durch die Ausweisung von Landschaftsschutzgebieten Flächen mit großflächigen Streuobstbeständen unter Schutz gestellt. Die Ausweisungen von Vogelschutzgebieten entsprechend EU-Recht, wie z.B. das Vogelschutzgebiet „Vorland der Schwäbischen Alb“ in den Landkreisen Göppingen und Esslingen, und einigen Naturschutzgebieten (NSG) mit Streuobstbeständen mit artenreichen Wiesenflächen, wie z.B. das NSG „Berghäuser Matten“ im Landkreis Breisgau-Hochschwarzwald, schützen gezielt die ökologisch hochwertigsten Streuobstbestände. Mit Leuchtturmprojekten wie LIFE Nature „Streuobstwiesen in Vogelschutzgebieten des Mittleren Albvorlandes und Mittleren Remstales“ und LIFE Nature „LIFE rund ums Heckengäu“ wurden von 2009 bis 2016 wichtige Vorgehensweisen zum Erhalt des Streuobstes erprobt.

#### **Streuobst-Konzeption 2009**

Bereits 2009 initiierte das Ministerium für Ernährung und Ländlichen Raum die Erstellung einer Streuobst-Konzeption. Hauptschwerpunkt waren die Ergebnisse der landesweiten Streuobsterhebung. Folgende Ziele wurden benannt: Stärkung des Ehrenamts in Vereinen und Verbänden, Ausbau der Fortbildungsmöglichkeiten, Darstellung vorhandener Fördermaßnahmen und Unterstützung der Verarbeitung und Vermarktung von Streuobst. Die Schaffung einer zentralen Koordinierungsstelle im MLR sollte die Koordinierung und Vernetzung verbessern. Zur Intensivierung der Kommunikation und Information wurde ein Streuobst-Forschungskongress für 2010 geplant und ein Jugendwettbewerb initiiert. Im Bereich Bildung setzte die Konzeption auf das LOGL-Ausbildungskonzept. Als erfolgreiche Praxisbeispiele der Streuobstentwicklung wurden Aufpreisinitiativen, der Landesweite Streuobsttag (seit 2007), sowie PLENUM- und Regionen Aktiv-Projekte benannt.

#### **Streuobst-Konzeption 2014**

Mit der aktualisierten Konzeption wurde insbesondere auf die in der landesweiten Streuobsterhebung von 2009 festgestellten Pflegedefizite reagiert. Aus den Ergebnissen des LIFE Nature „Streuobstwiesen in Vogelschutzgebieten des Mittleren Albvorlandes und Mittleren Remstales“ wurde die Förderung des Baumschnittes als neues Fördermodul entwickelt. Weitere Bausteine waren die „Sortenerhaltungszentrale/Sorten-Datenbank Baden-Württemberg“ sowie Streuobstpatenschaften der Landkreise. Handlungsbedarf bestand bei der Beratung zur Neugründung von (Bio-)Aufpreisprojekten. Öffentlichkeitsarbeit und Vernetzung wurde weiter in den Fokus gestellt: über die Streuobstkoordinationsstelle und das Internet-Streuobstportal des Landes, über Erstellung von Infomaterial und über die Ausschreibung von Wettbewerben. Als äußerst wichtig wurde Aus- und Weiterbildung vom Kindesalter an angesehen mit einem deutlichen Schwerpunkt auf Streuobstpädagogik. Als Modellprojekt wurde das Schwäbische Streuobstparadies vorgestellt.

#### **Runder Tisch Streuobst/Jahresgespräch Streuobst**

Bereits seit 2006 fanden regelmäßig Fachgespräche mit Verbänden und Organisationen als „Runder Tisch Streuobst“ zum Erhalt und zur Förderung der Kulturlandschaft Streuobstwiese

statt. Diese Veranstaltungen wurden in der Streuobstkonzepktion von 2009 als sehr gute Informationsplattform bewertet, um die Ergebnisse aktueller Projekte und die Inhalte zukünftiger Vorhaben auszutauschen und zu bewerten. Ab 2015 wurde das Format auf Basis der Streuobstkonzepktion 2014 als „Jahresgespräch Streuobst“ fortgeführt.

### **Gesetzlicher Schutz von Streuobstbeständen (2020)**

Im Jahr 2020 wurde der gesetzliche Schutz von Streuobstbeständen neu geregelt. Im §33a des Naturschutzgesetzes Baden-Württemberg ist die Erhaltung von Streuobstbeständen wie folgt geregelt. §4 des Landwirtschafts- und Landeskulturgesetzes (LLG) beinhaltet für Streuobstbestände ab einer Größe von 1.500 m<sup>2</sup> ein Erhaltungsgebot. Dabei können Einzelbäume wie bisher bewirtschaftet, gefällt und oder nachgepflanzt werden, ohne dass es einer Genehmigung bedarf. Streuobstbestände im Sinne dessen dürfen aber nur mit Genehmigung in eine andere Nutzungsart umgewandelt werden. Für die Genehmigung steht das überwiegende öffentliche Interesse zum Erhalt des Streuobstbestandes im Mittelpunkt. Umwandlungen von Streuobstbeständen sind auszugleichen, der Ausgleich erfolgt vorrangig durch eine Neupflanzung.

## **1.2 STREUOBST IM KOALITIONSVERTRAG 2021-2026**

---

Auch im aktuellen Koalitionsvertrag findet das Thema Streuobst Berücksichtigung und ist damit Grundlage für die Entwicklung einer neuen Streuobststrategie. Zum einen geht es dabei um die verstärkte Verwendung von Bio- und Streuobstprodukten in öffentlichen Einrichtungen, zum anderen um die Markenentwicklung eines Qualitätszeichens „Streuobst aus Baden-Württemberg“. Attraktive Förderung von biodiversitätssteigernden Maßnahmen in der Landwirtschaft, insbesondere auch für Streuobst, Schäferei und Terrassen-Weinbau soll umgesetzt werden. Mit der geplanten Novellierung der Verwaltungsvorschrift (VwV) Beschaffung wird einem regionalen Anteil an Bio-Produkten Vorrang eingeräumt, hier insbesondere für landeseigene Kantinen. Im Bereich Bewirtschaftung und Pflege von Streuobstwiesen ist der Ausbau der Baumschnittprämie, eine bessere Förderung von Investitionen in die Verarbeitung, Verwertung und Vermarktung von Streuobst und eine Erhöhung der Flächenprämie für Streuobst im Förderprogramm für Agrarumwelt, Klimaschutz und Tierwohl (FAKT) geplant.

## **1.3 DATENGRUNDLAGEN UND STUDIEN**

---

Als Datengrundlagen und Studien wurden vorhandene Streuobsterhebungen, Studien zur Aufpreisvermarktung und eine deutschlandweite SWOT ausgewertet. Die relevanten und auf Baden-Württemberg bezogenen Studien sind im Folgenden dargestellt.

Das Land Baden-Württemberg gab in den Jahren 2009 und 2019 die Erhebung der Streuobstflächen im gesamten Land mit Methoden der Fernerkundung in Auftrag, um eine einheitliche Grundlage für den Zustand, die Zahl der Bäume und flächige Ausdehnung zu erhalten. Eine Kartierung des Streuobstbestandes ist weiterhin nicht vorgesehen.

### **Streuobsterhebung 2009**

Die Erfassung der Streuobstbäume Baden-Württembergs aus den Laserscan-Daten ergab einen Bestand von 9,3 Mio. Bäumen. Die Daten beziehen sich auf die Jahre 2000 bis 2005.

Bei einer Annahme von 80 Bäumen je Hektar (ha) resultierte daraus eine Streuobstfläche von landesweit 116.000 ha. Private Streuobstwiesenbesitzende bewirtschaften hiervon 60.000 ha, landwirtschaftliche Betriebe 30.000 ha, Kommunen 26.000 ha. Im Vergleich zur letzten quantitativen Schätzung im Jahr 1990<sup>6</sup> nahmen die Streuobstbestände damit seitdem von ca. 11,4 Mio. um 2,1 Mio. Bäume ab. Eine Zählung im Jahr 1965 ergab ca. 18 Mio. Streuobstbäume<sup>7</sup> inklusive Bestände innerhalb des Siedlungsbereiches. So ist im Zeitraum 1965 bis 2009 ein Minus von knapp 50 Prozent festzustellen. 12 Prozent der 2000 bis 2005 erfassten Bäume waren abgängig, 13 Prozent umfassten nachgepflanzte junge Bäume. In der Schnittpflege zeigten sich große Defizite: 80 Prozent der Bäume waren ungepflegt, auch bei Jungbäumen. Es erfolgte meist kein regelmäßiger Baumschnitt.

### **Streuobsterhebung 2019**

Die Universität Hohenheim führte im Jahr 2019 im Auftrag des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg eine weitere Erhebung zu Baumzahlen durch. Der Pflegezustand wurde nicht erfasst. Grundlage bildete eine 3D-Auswertung von Luftbildern aus der regulären landesweiten Luftbild-Befliegung zwischen 2012 und 2015. Es wurde ein Bestand von 7,1 Mio. Streuobst-Bäumen errechnet. Unter der Annahme von ca. 80 Bäumen/ha ergab sich eine Gesamtfläche von 89.000 ha (max. 111.000 ha). Dies bedeutet einen weiteren Rückgang im 10-Jahreszeitraum zur Erhebung 2009 (mit Daten von 2002 bis 2005) von 17 Prozent. Es bestehen allerdings Unterschiede in der Methodik der Erhebungen von 2009 und 2019, was keine absolute Vergleichbarkeit zulässt. Generell ist aber der Trend in der negativen Entwicklung erkennbar. Die Veröffentlichung erfolgte über Fachartikel und Karten im Daten- und Kartendienst der LUBW.

### **Wertgutachten 2010 Führungsakademie Baden-Württemberg**

Bereits 2009 erstellte ein Experten-Team aus Landwirtschafts- und Naturschutzverwaltung, Wissenschaft und dem Kompetenzzentrum Obstbau Bodensee unter Federführung der Führungsakademie Baden-Württemberg eine Wertanalyse für Streuobst. Diese umfasste eine Bestandsaufnahme, Bewertung bestehender Fördermaßnahmen, SWOT-Analyse und Empfehlung neuer Maßnahmen. Es wurden sechs Handlungsfelder herausgearbeitet: Pflege, Wirtschaftlichkeit, Vermarktung/Marketing, Akteure motivieren, Grünland und Forschung. Ebenfalls vorgeschlagen wurden die Entwicklung eines 5-Jahres-Plans zur Priorisierung und sukzessiven Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen sowie die Entwicklung einer Gesamtstrategie.

### **Studie zur Aufpreisvermarktung von Streuobstprodukten Baden-Württemberg**

Zur Bewertung der Situation der Streuobst-Aufpreisinitiativen erstellte der NABU-Landesverband Baden-Württemberg 2018 im Auftrag des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg eine landesweite Studie. An der Umfrage nahmen 45 Organisationen teil. Aus den Ergebnissen zur aktuellen Situation leiteten die Autoren folgende Vorschläge ab: Gemeinschaftsmarketing/Hochstamm-Label, Erstellung Grundausrüstung an Werbematerialien mit „Streuobst-Rahmen-Cl“, Einrichtung eines landesweiten „Streuobst-Tags der Regionen“ mit Regionalveranstaltungen, Aufnahme des

---

<sup>6</sup> Quelle: MAAG, G. (1992): Zur Situation im Obstbau. Mit Ergebnissen der repräsentativen Streuobsterhebung 1990. In: Baden-Württemberg in Wort und Zahl 9/1992, S. 445-453.

<sup>7</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (1967)

Passus „Verwendung von Streuobstprodukten aus 100 Prozent Streuobst“ in die Beschaffungsrichtlinie des Landes und eine bessere Präsenz von Streuobstprodukten bei Landes-Events und in Landeseinrichtungen. Zur Unterstützung von Interessierten bei Gründung (Biozertifizierung oder im Marketing) wurden zwei Leitfäden erarbeitet.

### **Stärken-Schwächen-Analyse Hochstamm Deutschland 2020**

Vom Verein Hochstamm Deutschland e.V. wurde 2020 im Rahmen der beteiligungsorientierten Erstellung des Antrages „Immaterielles Kulturerbe Streuobst“ bei der UNESCO eine bundesweite Online-Umfrage initiiert mit einem überwiegenden Anteil an Antworten aus Baden-Württemberg. Die Teilnehmer benannten folgende Stärken: große ökologische Bedeutung für die Artenvielfalt, große Sortenvielfalt mit geschmacklichem Mehrwert, gesellschaftliche Anerkennung (Landschaftsbild, Naherholung). Schwächen sind: niedriger Mostobstpreis, fehlende Wertschöpfung, mangelnde Pflege/schlechter Pflegezustand bedingt durch schwindendes Interesse der Bewirtschaftenden und Verarbeitenden sowie fehlende Nachpflanzung. Chancen gibt es bei alten Sorten als Genreservoir, vermehrter Nachfrage nach regionalen/nachhaltigen Lebensmitteln und öffentlichen Veranstaltungen für mehr Aufmerksamkeit. Als größtes Risiko wurden die Trockenheit und die Konkurrenz zu anderen Landnutzungsformen angesehen.

### **Immaterielles Kulturerbe**

Im März 2021 wurde der Streuobstanbau als Immaterielles Kulturerbe in das bundesweite Verzeichnis der Deutschen UNESCO-Kommission im Bereich „Traditionelle Handwerkstechniken“ auf Initiative des Vereines Hochstamm Deutschland e.V. aufgenommen. Die Kommission begründet ihre Wahl so: „Streuobstwiesen schützen Vielfalt und Erhalt der Obstsorten und prägen Kulturlandschaften. [...] Elementarer Bestandteil des Streuobstanbaus in Deutschland ist die Biodiversität. Streuobstwiesen sind artenreiche Biotop, die zahlreiche Tier- und Pflanzenarten beherbergen. Sie sind aus einer landwirtschaftlich-kulturellen Entwicklung hervorgegangen und direkt an menschliches Wissen gebunden. [...] Heute gefährden weniger Rodungen als das schwindende Wissen, fehlende Fertigkeiten und Wertschätzung, der hohe Arbeits- und Zeitaufwand und die mangelnde Rentabilität den Bestand. Im Kern des Streuobstanbaus stehen die arbeits- und zeitintensive Pflege und Bewirtschaftung der Wiesen sowie die Obstverarbeitung. [...] Für den Erhalt des Streuobstanbaus unabdingbar ist neben dem landwirtschaftlichen Wissen und den dazugehörigen Handwerkstechniken auch das Wissen über tausende gezüchtete Obstsorten und den richtigen Standorten für den Anbau“<sup>8</sup>.

### **Forschungswelt**

In Baden-Württemberg beschäftigen sich verschiedene Forschungseinrichtungen mit Themen rund ums Streuobst. Auch über die Landes- und Bundesgrenzen hinaus erforschen Wissenschaftler\*innen Streuobstthemen. Folgende Tabelle bietet eine Übersicht über Forschende und Forschungsauftraggeber sowie ihre spezifischen Themen.

---

<sup>8</sup> Quelle: Deutsche UNESCO-Kommission (2021).

Tabelle 1: Forschungseinrichtungen und ihre Projekte im Themenbereich Streuobst (Stand 2021)<sup>9</sup>

Einrichtung (Ansprechpartner*innen)	Forschungsbereiche/-themen
Hochschule Geisenheim	- Klimaanpassung Dauerkulturen
Kompetenzzentrum Obstbau OB Bodensee (KOB) (Dr. Ulrich Mayr)	- Streuobstsortenwahl im Klimawandel - Netzwerke Apfel, Birne, geplant Haselnuss - Schorfresistente neue Sorten für Streuobstanbau
Staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau (LVWO) in Weinsberg (mit KOB & FÖKO)	- Europäische Innovationspartnerschaft: Robuste Apfelsorten für den ökologischen Obstbau und den Streuobstbau: Sortenneuentwicklungen mit Resistenzeigenschaften bei Apfel
Uni Hohenheim (Prof. Klaus Schmieder)	- Streuobsterhebungen 2009 und 2020 - Streuobstwiesen als Habitats - Ökosystemleistungen auf der Schwäbischen Alb - Bachelor-/Masterarbeiten: z.B. Mistelbefall, Habitatsleistungen - STIK: Streuobstwiesen im Klimawandel: Transformation hin zu einer resilienten Kulturlandschaftsbewirtschaftung. Mit Universität Tübingen und AT Verband - Masterarbeit (2020): Weiterentwicklung des Streuobstbaus in Europa. Erfolgsfaktoren, Hemmnisse & Lösungsmöglichkeiten
FH Nürtingen (Prof. Christian Küpfer)	- Streuobsterhebungen (mit Uni Hohenheim) - Gesundheitswirkungen Streuobst
LTZ Augustenberg	- Wertholz- und Biomasseproduktion als Alternative zu Streuobst, Schwarzer Rindenbrand
Ministerium für Ländlichen Raum, Verbraucherschutz und Ernährung	- Bio-Ökonomie-Projekte (Verwertung Grünland) - Brennereiprodukte, Aromatik Streuobst
Hochschule Heidelberg (Prof. Alexander Siegmund)	- Streuobst im Kontext des Einsatzes moderner Fernerkundung durch Drohnen und des Klimawandels
Universität Tübingen (Gebhard Warth; Prof. Volker Hochschild; Dieter Steinbach)	- Streuobstwiesen im Klimawandel: Transformation hin zu einer resilienten Kulturlandschaftsbewirtschaftung (STIK)
Hochschule Weihenstephan-Triesdorf Dr. Linda Schrapp, Rebekka Honecker	- Ökosystemleistungen im Obstbau: Bewertung verschiedener Obstanbausysteme unter Berücksichtigung betriebswirtschaftlicher und gesellschaftlicher Kriterien - Linking Urban and Inner-Alpine Green Infrastructure (LUIGI): u.a. zum Thema Streuobst im Alpenraum
Universität Göttingen (Prof. Tobias Plieninger)	- Agroforstwirtschaft als natur-basierter Lösungsansatz, europäischer Ansatz
Universität für Bodenkultur Wien (Prof. Andreas Spornberger)	- Streuobstbau im Klimawandel
Agroscope: Kompetenzzentrum des Bundes für landwirtschaftliche Forschung Schweiz	- Blattfallkrankheit Marssonina, Feuerbrand - Beschreibung und Nutzung von Obstgenressourcen (z.B. Sortenwahl Ciderproduktion)

## Zusammenfassung und Fazit

In den vergangenen rund 15 Jahren beschäftigten sich verschiedene Stakeholder von der Politik über die Verwaltung und Forschung bis hin zu privaten Akteursgruppen verstärkt mit dem Thema Streuobst. Es wurden Bestandserhebungen durchgeführt und beteiligungsorientierte Konzepte zum Erhalt erstellt. Zur Koordinierung und Vernetzung

<sup>9</sup> Quelle: Workshop mit Forschenden im Rahmen dieser Studie 2021; Forschungskolloquium „Zukunft der Streuobstwiesen“ am 25. November 2021 der Baden-Württemberg Stiftung und der Flächenagentur, eigene Recherchen Neulandplus; kein Anspruch auf Vollständigkeit

erfolgte die Schaffung einer Koordinierungsstelle Streuobst im Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg sowie die Plattform Runder Tisch Streuobst bzw. das Jahresgespräch Streuobst. Der Streuobst- bzw. Jugendwettbewerb zielt auf das öffentliche Bewusstsein ab. Maßnahmen wie das seit 2015 existierende Förderprogramm zur Baumpflege und dessen Neuauflage für den Zeitraum 2020-2025 wurden umgesetzt. In der Studie zur Aufpreisvermarktung stellte sich das Thema Gemeinschaftsmarketing für Streuobstprodukte als essentiell heraus.

Ergebnisse und Prognosen der Streuobsterhebungen zeigen jedoch, dass die ergriffenen Maßnahmen bislang nicht ausreichen, um den annähernd linearen Rückgang der Bestände zu verlangsamen oder zu stoppen. Prof. Dr. Klaus Schmieder von der Universität Hohenheim traf in der Veröffentlichung der Daten der Streuobst-Erhebung 2020 die Aussage: „Setzt sich der lineare Trend in den kommenden Jahrzehnten fort, ist im Jahre 2050 mit kaum noch nennenswerten Streuobstbeständen in Baden-Württemberg zu rechnen“<sup>10</sup>. Dies macht deutlich, dass kurz- und mittelfristig Handlungsbedarf besteht.

## 1.4 UNTERSTÜTZUNGSMABNAHMEN FÜR STREUOBST

---

In Baden-Württemberg stellen die Förderung nach dem Förderprogramm für Agrarumwelt, Klimaschutz und Tierwohl (FAKT, Maßnahme C1) sowie die Förderung des Baumschnitts bei Streuobstbäumen derzeit die einzige direkt „baumbezogene“ monetäre Förderung dar. Zusammen umfassen sie aktuell einen jährlichen Förderbetrag von rund 6,6 Mio. € bei einem Bestand von rund 7,1 Mio. Bäumen.

Ferner sind die Merkblattförderung für Aufpreisinitiativen (durchschnittlicher Umfang ca. 40.000 € p.a.), die Landschaftspflegerichtlinie sowie die kommunalen bzw. auf Kreisebene angesiedelten Fördermaßnahmen zu nennen. Die Erfassung des exakten Umfangs der beiden letztgenannten Programme bzw. Maßnahmen ist im Rahmen der vorliegenden Studie aufgrund des hohen Aufwandes nicht möglich gewesen. Auf Grundlage der vorliegenden stichprobenartigen Befragungsergebnisse kann aber von einem mindestens siebenstelligen Förderbetrag jährlich ausgegangen werden.

Daneben gibt es viele weitere monetäre Förderprogramme und Unterstützungsmaßnahmen. Diese tragen ebenfalls zum Erhalt von Streuobstbeständen bei, z.B. durch Unterstützung der Neupflanzung und Pflege aber auch durch Unterstützung der Erzeugung und Vermarktung von Streuobstprodukten bzw. durch konzeptionelle Unterstützung. Insbesondere über LEADER, das Regionalbudget, PLENUM oder auch über Projekte mit Unterstützung durch (private) Stiftungen werden modellhafte und innovative Projekte umgesetzt. Besonders erwähnenswert ist hier die Förderung von Streuobst-Modellprojekten durch die Stiftung Naturschutzfonds Baden-Württemberg. Auch hier ist eine konkrete Darstellung der Förderbeiträge, teilweise aufgrund des hohen Erfassungsaufwands, teilweise auch aufgrund datenschutzrechtlicher Bestimmungen, nicht möglich und unterliegt starken jährlichen Schwankungen. Insgesamt kann aber auch in diesem Bereich jährlich von einem siebenstelligen Förderbetrag ausgegangen werden.

---

<sup>10</sup> Quelle: Borngräber et al. (2020): Ermittlung der Streuobstbestände Baden-Württemberg durch automatisierte Fernerkundungsverfahren.

Zum Erhalt von Streuobst tragen darüber hinaus auch finanzielle Aufwendungen bei, die z.B. in Form von Fördermitteln in Forschungsprojekte oder in Form von Sach- und Personalkosten von Seiten des Landes, der Landkreise und Kommunen z.B. in Landesanstalten, Koordinierungs- und Beratungsstellen oder Modellprojekte fließen.

Eine ausführliche Übersicht über die einzelnen Programme und Unterstützungsmaßnahmen ist im Teil F – Materialband dargestellt.

*Tabelle 2: Übersicht über die Unterstützungsmaßnahmen und Förderprogramme*

Förderprogramm/ Unterstützungs- maßnahme	Kurzbeschreibung	Umfang
Förderprogramm für Agrarumwelt, Klimaschutz und Tierwohl (FAKT)	Förderung Landwirte bei Grünlandpflege unter Streuobst (2,50 €/Baum p.a.), Verpflichtungszeitraum fünf Jahre. Voraussetzungen: deutlich ausgeprägter Stamm >1,40 m Höhe, deutlich ausgeprägte Krone, Gesamtbestand max. 200 Bäume/ha, max. 100 Bäume/ha förderfähig	2020: 10.400 Antragsteller, 1,25 Mio. Bäume, rund 3,1 Mio. € Fördermittel
Förderung des Baumschnitts bei Streuobstbäumen 2020 bis 2025	Ziel: Erhaltung/Entwicklung der Streuobstbestände durch fachgerechten Baumschnitt. Antrag über Sammelantrag von mind. drei Privatpersonen. Förderung des fachgerechten Baumschnitts großkroniger, starkwüchsiger, in weiträumigem Abstand stehender Kern- und Steinobstbäume mit Stammhöhe von mind. 1,40 m in der freien Landschaft. Zuwendungen: Pauschalbeträge pro Jahr von 15 € pro fachgerecht geschnittenem Baum (max. Förderung: 2 Schnitte in 5 Jahren)	Förderperiode 2020-2025 1.238 Anträge, 461.025 beantragte Bäume, Förderumfang: 3,25 Mio. € p.a.
Förderung des Absatzes von Produkten aus Streuobst aus Baden-Württemberg (Merkblattförderung)	Förderung der Vermarktung von Produkten aus 100 % Streuobst, Antragsberechtigt: Vereine, andere Organisationen, Keltereien Förderung von Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen. Voraussetzungen: ausschließlich Streuobstbestände (mind. 1,40 m Stammhöhe, max. 100 Bäume/ha), keine chemisch-synthetischen Pflanzenschutz- oder synthetische Düngemittel, getrennte Erfassung, max. 50 km zur Kelterei, nur Direktsaft	2020: 21 Antragsteller (Aufpreisinitiativen) aus 14 Landkreisen, Fördervolumen insgesamt rund 37.000 €
Investitionsbeihilfen zur Marktstrukturverbesserung	Ziel: Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit von Verarbeitungsunternehmen, Angebotsbündelung, vertikale Kooperation. Zuwendungsempfänger: Unternehmen der Verarbeitung und Vermarktung, Fördergegenstand: z.B. Neu- und Ausbau von Kapazitäten, technische Einrichtungen. Anteilsfinanzierung zur Projektförderung von 10-40%, Mindestinvestitionsvolumen: 50.000 €	2019: 534.000 € Fördervolumen insgesamt, 2020: 86.000 € Fördervolumen insgesamt
Förderung von Absatzmaßnahmen – Qualitätszeichen Baden-Württemberg (QZBW)	Qualitätsprogramm für Produkte mit besonderen produktspezifischen Anforderungen, aktuell 16 Produktbereiche mit Unterbereichen (z.B. Fruchtsäfte), Anforderungen u.a.: gesicherte hohe Produkt- und Prozessqualität, integrierte, umweltbewusste und kontrollierte Pflanzenproduktion, regionale Herkunft	2022: 26 Zeichennutzer des Qualitätszeichens Fruchtsaft

Förderprogramm/ Unterstützungs- maßnahme	Kurzbeschreibung	Umfang
Förderung von Absatzmaßnahmen – Förderung von Entwicklungs- und Marketingprojekten (BioZBW)	Projektbezogene Unterstützung gemeinschaftlicher Aktivitäten für Agrarerzeugnisse und Lebensmittel mit Bio-Zeichen (BioZBW), Qualitätszeichen (QZBW) sowie Produkte mit geschützter Herkunftsangabe. Förderprojektkategorien: Marketingprojekte (Bekanntmachung der Produkt- und Prozessqualität) und Entwicklungsprojekte (Entwicklung und Umsetzung innovativer Ansätze und Verfahren, Produktentwicklung, Markteinführung)	Anteilsfinanzierung zur Projektförderung von 30 %, Ausnahmefälle: 50 %)
Landschaftspflege-richtlinie (LPR)	Förderung von Landwirten, Privatpersonen, Verbänden, Vereinen, Kommunen bei Investitionen zur Pflege und Gestaltung der Kulturlandschaft. Förderung über Naturschutzverträge auf Landwirtschafts- und Pflegeflächen mit fünfjähriger Laufzeit, Biotopgestaltung, Biotop- und Landschaftspflege, Investitionen/Dienstleistungen für Zwecke des Naturschutzes	Vertragsnatur-schutz, Anteilsfinanzierung zur Projekt-förderung
LPR – Landschafts-erhaltungs-verbände (LEV)	Aufgabe: Erhaltung und Entwicklung von Kulturlandschaft Streuobst-Maßnahmen: z.B. Pflegekonzepte, Erstpflege, Entbuschungen, Förderung Pflanzgut, Streuobstkataster, Förderung der Vermarktung, Anlage von Lehrpfaden, Durchführung von Schnittkursen, Bildungs- und Informationsprojekte	Analyse 17 von 33 LEV (2012-2019): Anteilsfinanzierung zur Projektförderung ca. 620.000 € insgesamt
LPR – Naturparke	Aufgabenbereiche: Naturschutz, Landschaftspflege, nachhaltiger Tourismus, Bildung für nachhaltige Entwicklung. Anteilsfinanzierung zur Projektförderung in Abhängigkeit von den Naturparkzielen	Beispiel Naturpark Neckartal-Odenwald: 2017-2020 Anteilsfinan-zierung zur Pro-jecktförderung ca. 150.000 e insgesamt
Flurneuordnung	Antragsberechtigt: Kommunen. Ziele Flurneuordnungsverfahren: u.a. Verbesserung der Grundstücksformen, Optimierung der Erschließung (Wegenetz), Neuvermessung. Förderung mit Streuobstbezug im Rahmen von Verfahren: Freilegung verwilderter Flächen, Erwerb und Pflanzung von Streuobstbäumen	2015-2020: Förderung der Pflanzung von ca. 600 Bäumen je Verfahren
LEADER	Maßnahmenprogramm der EU, modellhafte Förderung innovativer Projekte im ländlichen Raum (2022: 14 Förderregionen in Baden-Württemberg). Anteilsfinanzierung zur Projektförderung in Abhängigkeit der regionalen Entwicklungsziele, Fördersätze 30-80% (LEADER und Regionalbudget)	Abfrage bei 5 von 14 LAGs: Im Zeit-raum 2014-2020: Anteilsfinanzierung zur Projektförde-rung von 26 Streuobstprojekten mit ca. 550.000 € insgesamt
Stiftung Naturschutzfonds Baden-Württemberg	Ziel: Erhalt der Kulturlandschaft, Impulse für innovative Wege im Naturschutz. Anteilsfinanzierung zur Projektförderung (Modellprojekte bis 90% Fördersatz). Maßnahmen: z.B. Bestandserhebungen, Artenschutzkartierungen, Grunderwerb, Sicherung/Erweiterungen Sortengärten, Sortenbestimmungen, Umweltbildung, Angewandte Forschungsvorhaben	Förderzeitraum 1990-2021: Anteilsfinanzierung zur Projektförde-rung von 72 Streuobstprojekten mit ca. 2,4 Mio. € insgesamt

Förderprogramm/ Unterstützungs- maßnahme	Kurzbeschreibung	Umfang
Brennerei	„Kompetenzteam Brennerei“ bei der Staatlichen Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau (LVWO) unterstützt Qualitätsverbesserung und Pflege entsprechender Netzwerke. Streuobstförderung im Rahmen der Streuobstkonzepktion Baden-Württemberg. Förderung von Absatzmaßnahmen (geschützte Herkunftsbezeichnungen und QZBW)	
Weitere Fördermittelquellen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Private und öffentliche Stiftungen (i.d.R. Anteilsfinanzierung zur Projektförderung</li> <li>• Förderprogramme bzw. Unterstützungsmaßnahmen durch Kommunen und Kreise (kommunale Mittel)</li> </ul>	

Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022.

## 1.5 QUALITATIVE SITUATIONSANALYSE

---

### Bewirtschaftung, Bestandssicherung und Pflege

Streuobst ist in Baden-Württemberg überwiegend aufgrund der historischen Bedingungen kleinstrukturiert, was eine der Grundlagen für die hohe ökologische Wertigkeit ist, aber auch einen hohen Arbeitsaufwand für die Pflege der Bestände bedingt. Die Bewirtschaftung erfolgt überwiegend in Eigennutzung oder im Nebenerwerb, oft verbunden mit einer hohen Identifikation der Bewirtschaftenden. In Bereichen mit dichtem Baumbestand, kleinparzellierten Flächen und in topografisch ungünstigen Lagen ist die Grünlandnutzung durch landwirtschaftliche Betriebe oft gering.

Streuobstwiesenbesitzer\*innen und Bewirtschaftenden stehen umfassende Beratungs- und Informationsangebote zur Verfügung z.B. über Kreisfachberater\*innen für Obst- und Gartenbau an vielen Landratsämtern, Obst- und Gartenbau- sowie Umwelt- und Naturschutzvereine oder auch Streuobstinitiativen. Streuobst ist eine „Generationenaufgabe“, die allerdings mit der Lebensgestaltung (Hedonismus, Mobilität, Freizeitgestaltung etc.) vieler Menschen und Familien nicht zusammenpasst, was u.a. zum aktuellen niedrigen Pflegezustand vieler Bestände geführt hat.

In den letzten Jahren zeigt sich eine leichte Trendwende. Viele Anbietende von Qualifizierungsmaßnahmen stellen fest, dass (junge) Menschen, die überwiegend einen gesundheitsbewussten, nachhaltigen Lebensstil pflegen (LOHAS)<sup>11</sup>, verstärktes Interesse an einer fachgerechten Bewirtschaftung – oft geerbter – Streuobstflächen zeigen. Ganz überwiegend wurde in der Beteiligung der Akteure und Experten aber auch festgestellt, dass dieses „neue Interesse“ an Streuobst den entstandenen Wissensverlust und umfassenden Pflegerückstand kurz- bis mittelfristig nicht wird ausgleichen können. Beim überwiegenden Teil der Besitzenden bzw. Bewirtschaftenden wird ein niedriger Stand des zur fachgerechten Pflege notwendigen Fachwissens angenommen.

Auch ist der Organisationsgrad der Bewirtschaftenden sehr gering. Viele stehen – wie Rückmeldungen im Rahmen der Beteiligung ergaben – vor mannigfaltigen organisatorischen

---

<sup>11</sup> LOHAS: Akronym für "Lifestyles of Health and Sustainability"

Problemen bei der Bewirtschaftung ihrer Flächen, wie z.B. dem Bezug von Pflanzmaterial, der Entsorgung von Grüngutschnitt, der Erreichbarkeit von Obstannahmestellen, der Entsorgung von Baumschnittmaterial oder dem Fehlen von Leih-Angeboten für Maschinen oder Werkzeuge zur Pflege der Streuobstbestände. Eine Bewirtschaftung durch Dritte findet i.d.R. nur bei der Unterwuchsbewirtschaftung statt, sehr selten bei der Obstnutzung und Baumpflege.

Kleine Streuobstrenaissance: In vielen Landesanteilen gibt es sehr aktive und innovative Bewirtschaftende, Verarbeitende und Initiativen. Zu diesem bestehenden Pool von Streuobstbegeisterten kommen Interessenten, die sich bisher nicht mit Streuobst befasst hatten. Junge Familien, Ü50-jährige oder Personen, die für Beruf oder Nebenerwerb neue Perspektiven suchen.

## Verarbeitung

Dieses Kapitel beleuchtet die Situation der Verarbeitungsbetriebe im Bereich Streuobst. Sie sind für die Herstellung hochwertiger Streuobstprodukte entscheidend. Das anfallende Mostobst aus Baden-Württemberg wird über verschiedene Schienen verarbeitet: Stationäre Keltereien (mittelständische Betriebe), mobile Keltereien (meist Bag-in-Box-Abfüllung) und Brennereien.

### Stationäre Keltereien

Stationäre Keltereien sind landesweit verteilt. Obst-Annahmestellen sind für die meisten Erzeugenden aus diesem Grund mit nicht allzu großem Zeitaufwand erreichbar. Viele Betriebe verarbeiten hauptsächlich Streuobst als Rohware. Der Saft wird auch als „Säurelieferant“ bei der Mischung mit (zu) milden Tafelobstsäften geschätzt. Beim häufig praktizierten Lohnmost-Verfahren erhält der Streuobst-Erzeugende eine Gutschrift für das gelieferte Obst und kann damit (Saft-)Produkte der Kelterei vergünstigt einkaufen. Die Gutschrift-Saftmenge liegt immer unter der realen Ausbeute, die bei ca. 75 Litern pro 100 kg (= 1 dt) Obst liegt. Gutschriften weisen meist 60 Liter pro dt aus. Diese Differenz ist die Wertschöpfungsmarge des Verarbeiters für das Abpressen und Abfüllen des Safts. Durch den vergünstigten Einkaufspreis von ca. 0,77 € pro Flasche Apfel-Direktsaft (VK-Preis regulär ca. 1,24 €/Flasche) erwirtschaftet der Erzeugende einen Obstpreis von ca. 16 €/dt. Dies ist gegenüber den durchschnittlichen Marktpreisen für Mostobst von 6-8 €/dt ein deutlicher Mehrwert. Für die Keltereien bedeutet dieses Instrument insbesondere eine Form der Kunden- und Lieferantenbindung<sup>12</sup>.

Die Säfte, Schorlen, Moste und Cider werden über professionelle Abfüllanlagen weit überwiegend in Glasflaschen abgefüllt. Für viele mittelständische Keltereien ist Streuobst für die Rohstoffsicherheit wichtig und damit Existenzgrundlage. Allerdings gibt es auch Alternativen: Rohware aus Tschechien, Polen und Italien. Die Anlage von (Bio-)Plantagen für Mostobst nimmt stark zu. Keltereien sehen hierin eine effizientere Rohstoffquelle säurebetonten Obstes.<sup>13</sup> Der Verband der deutschen Fruchtsaftindustrie (VdF)<sup>14</sup> weist die jährlichen Streuobstmengen der im Verband organisierten Keltereien aus. Von den bundesweit 172 Betrieben sind rund ein Drittel (43) in Baden-Württemberg ansässig. Sie

---

<sup>12</sup> Quelle: Eigene Berechnungen neulandplus sowie Keltereien-Workshop im Rahmen dieser Studie im Juni 2021.

<sup>13</sup> Quelle: Keltereien-Workshop im Rahmen dieser Studie im Juni 2021.

<sup>14</sup> Quelle: Heitlinger, C.; Hausner, J., (2020): Geschäftsbericht Verband der deutschen Fruchtsaftindustrie (VdF).

verarbeiten circa die Hälfte der jährlich in Deutschland anfallenden Streuobstmenge. Die Erntemengen von Streu- und Gartenobst in Baden-Württemberg schwanken nach Erfassungen des Verbands zwischen ca. 100.000 t (2019) in sehr schwachen und bis zu ca. 550.000 t (2018) in starken Erntejahren. Es ist eine sehr deutliche Alternanz zu beobachten.

Aktuell steht die Keltoreibranche vor Herausforderungen, die in Interviews und Workshops genannt wurden, v.a. fehlende Zahlen zu Streuobstbeständen mit gutem Ertrag und die daraus resultierenden, schwer kalkulierbaren Erntemengen in Baden-Württemberg. Dies erschwert die Produktionsplanung. Dazu fallen in Keltoreien unterschiedliche Obstströme an: Bio-Mostobst (z.B. aus Plantagenanbau), Bio-Streuobst-Mostobst, konventionelles Streuobst-Mostobst sowie Mostobst aus konventionellem Tafelobst. Hier besteht die Schwierigkeit in der Erfassung und Trennung reiner Streuobstchargen sowie bei der Kontrolle der Lieferanten an der Waage in der Arbeitsspitze zur Erntezeit. Dieser hohe Trennungsaufwand der Stoffströme lässt sich nicht über den Verkaufserlös der Produkte realisieren, weshalb Keltoreien diese oftmals nicht als „Streuobst“ ausweisen und bewerben. Die Vermarktung als „Streuobst“ ist somit überwiegend im Rahmen einer Zusammenarbeit mit Initiativen mit eigenem Kontrollsystem und getrennter Erfassung möglich. Ein höherer Produktpreis zur Finanzierung des Aufwandes der getrennten Erfassung ist bei solchen „Markenprogrammen“ im Handel meist durchsetzbar. Die Zusammenarbeit mit (Aufpreis-) Initiativen sehen viele von den in Kooperationen beteiligten Keltoreien als sehr erfolgreich an. Die Initiativen garantieren im Gegensatz zu nicht-organisierten Bewirtschaftenden eine hohe Qualität des Obstes – auch durch gute Pflege der Bäume. Denn: Die Überalterung von Bäumen und die vermehrt mangelnde Pflege führt zu schlechten Obstqualitäten und stärkerer Alternanz und damit auch zu jährlich schwankenden Obstmengen. Dies bedingt auch eine größere Lagerkapazität als Puffer bei den Keltoreien.

Die befragten Keltoreien beobachten, dass Kundinnen und Kunden beim Kauf kaum zwischen Streuobstsaft und Nicht-Streuobstsaft unterscheiden. Die Auszeichnung der Herkunft des Obstes auf den Etiketten fehlt oft. Aktuell verzeichnen die Keltoreien eine rückläufige Nachfrage nach Apfelsaft, die sie nur teilweise durch Erschließung neuer Kundengruppen für Streuobstprodukte kompensieren. Keltoreien sehen Streuobstwiesen in Baden-Württemberg als Wettbewerbsvorteil mit hohem werbeteknischem Potenzial. Streuobstprodukte kombinieren Genuss mit Biodiversität und Nachhaltigkeit.

### **Mobile Keltoreien, örtliche Bag-in-Box-Keltoreien**

Die mobilen und örtlichen Bag-in-Box-Keltoreien leisten einen wichtigen Beitrag zur (Eigen-) Verwertung von Streuobst. Mobile Keltoreien ermöglichen Bewirtschaftenden vor Ort, Saft aus dem eigenen Obst im Bag-in-Box-Verfahren herzustellen. Vielfach besteht auch die Möglichkeit, Mischsäfte (z.B. mit geliefertem Kirschsafte) abfüllen zu lassen. Großer Vorteil ist, dass Saft vom eigenen Obst erzeugt wird und so jeder selbst für die Qualität seines Saftes verantwortlich ist. Eine Vielzahl zum Teil kommunalen Klein-Keltoreien wurde durch die örtlichen Betreiber (z.B. Dorf-Vereine) ebenfalls auf dieses Verfahren umgestellt. 2018 veröffentlichte der NABU Bundesfachausschuss Streuobst<sup>15</sup> bundesweit Zahlen zu verarbeiteten Obstmengen der 121 mobilen und 259 örtlichen Bag-in-Box-Mostereien. Er geht deutschlandweit von jährlich etwa 65.000 Tonnen verarbeitetem Obst bzw. 50 Mio. Liter produziertem Saft aus. Es wird geschätzt, dass circa die Hälfte bis zwei Drittel der Menge aus

---

<sup>15</sup> Quelle: <https://www.nabu.de/natur-und-landschaft/landnutzung/streuobst/vermarktung/24361.html>

Baden-Württemberg stammt. In der dort geführten Liste<sup>16</sup> finden sich Einträge für Baden-Württemberg von 69 stationären und 12 mobilen Keltereien. Ein Netzwerk dieser Keltereien wurde bisher nicht gebildet, ein Austausch findet meist über Treffen und Veranstaltungen der Zubehör-Lieferanten statt.

### **Brennereien**

Für die Kulturlandschaft in Süddeutschland und die Streuobstwiesen ist die Verwertung von Obst über den Brennkessel von wichtiger Bedeutung. Brennereien sind deshalb ein wichtiger Player beim Thema Streuobst. Klein- und Obstbrenner\*innen oder auch Abfindungsbrenner\*innen gibt es in Süddeutschland vor allem in den drei Bundesländern Baden-Württemberg, Bayern und Rheinland-Pfalz. In Baden-Württemberg finden sich ca. 13.500-15.500 Abfindungsbrennereien (Stand 2020).<sup>17</sup> Die Brennereien haben ein festgelegtes Kontingent von 300 Litern Alkohol pro Jahr. Die Größe des Brennkessels ist auf eine maximale Füllmenge von 150 Litern beschränkt. Der sichere Absatzweg über das Branntweinmonopol und die damit verbundenen garantierten Übernahmepreise sind Ende 2017 weggefallen. Besonders betroffen sind davon Brennereibetriebe, die sich bisher stark auf die Ablieferung an das Branntweinmonopol konzentriert haben.

Die Kleinbrenner\*innen agieren neben ihrer eigenen Produktion auch als Dienstleister für sogenannte „Stoffbesitzer“. „Stoffbesitzer“ sind natürliche Personen mit einem jährlichen Brennkontingent von 50 Litern reinen Alkohols, die nicht selbst über ein eigenes Brenngerät verfügen, sondern ihr selbst erzeugtes Obst in einer fremden Abfindungsbrennerei brennen lassen. Bundesweit wird die Zahl auf rund 200.000 Stoffbesitzer geschätzt. So wirken die Kleinbrenner maßgeblich an der Verwertung und Inwertsetzung von Streuobst mit.

Zur Abfederung der Auswirkungen des Wegfalls des Branntweinmonopols richtete das Land Baden-Württemberg unter anderem das bei der Staatlichen Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau (LVWO) in Weinsberg angegliederte „Kompetenzteam Brennerei“ ein (Partner: u.a. Universität Hohenheim, Institut für Gärungstechnologie). Die Landesverbände der Klein- und Obstbrenner unterstützt dies. Das Kompetenzteam führt Projekte z.B. zur Qualitätsverbesserung und Pflege entsprechender Netzwerke durch. Im Bereich Fortbildung werden Brennerkurse an der LVWO Weinsberg angeboten und über diese Jung-Brenner für das Thema Streuobst sensibilisiert.

Zum Verkaufsvolumen über Streuobst-Destillate gibt es regionsbedingt unterschiedliche Angaben. So wird im badischen Landesteil ca. fünf Prozent (bis max. zehn Prozent) der Gesamt-Eigen-Vermarktung der Kleinbrenner über Streuobstprodukte generiert, im Nordwürttembergischen wird der Anteil auf bis zu 25 Prozent geschätzt. Trendprodukte wie Whisky und Gin, im Obstbereich noch Williams (meist aus Erwerbsobstbau), machen den weit überwiegenden Teil der vermarkteten Destillate aus. Da Streuobst meist geringere Oechsle-Werte aufweist, ergibt sich eine geringere Ausbeute und damit nur bei höchster Qualität der Ausgangsware und gutem Verkaufspreis (mind. 20 €/Liter) die notwendige Rentabilität. Die hochpreisige Vermarktung der Produkte stellt in

---

<sup>16</sup> Quelle: NABU: Saft aus eigenem Obst: Bundesweite Mostereien-Übersicht –(<https://www.nabu.de/natur-und-landschaft/landnutzung/streuobst/service-und-adressen/05812.html#frage1>); Abruf 2022.

<sup>17</sup> Quelle: Infodienst - Streuobstportal - Brennerei (landwirtschaft-bw.de)

ländlichen Räumen eine gewisse Herausforderung dar, da dieser höhere Preis vom Verbraucher weniger akzeptiert wird.<sup>18</sup>

### Tafelobst und Direktvermarktung

Über inzwischen zweijährige Erfahrung in der Tafelobstvermarktung verfügt das Schwäbische Streuobstparadies e.V.<sup>19</sup> Das Projekt startete im Jahr 2020 mit 38 Streuobstwiesen-Bewirtschaftenden, die 22 alte Streuobst-Apfelsorten zur Vermarktung brachten. Beliebte Sorten sind Kardinal Bea, Freiherr von Berlepsch und Gewürzluike. Vier Annahmestellen nahmen insgesamt 15,5 Tonnen Äpfel über mehrere Wochen an, analog zu den Reifezeitpunkten der Sorten. 19 Supermärkte in sechs Landkreisen vermarkteten diese. Die Herausforderungen bestanden im Aufbau der Logistik, Digitalisierung der Prozesse, Einhaltung aller vorgegebenen Normen und vor allem in der Gewährleistung der Obstqualität. Im allgemein schwachen Erntejahr 2021 wurden etwa 8 Tonnen an den Einzelhandel verkauft. Bemerkenswert ist die erreichte Wertschöpfung: Je nach Sorte und Qualität erhielten die Erzeuger Auszahlungspreis von mindestens 0,80 €/kg bis 1,20 €/kg, das entspricht 80-120 €/dt, der Endverkaufspreis im Lebensmittel-Einzelhandel lag bei 2,30-2,50 €/kg. Für Organisation, Sortierung, Verpackung und Logistik musste Personal beschäftigt werden, das über die Handelsspanne finanziert wird.

Weitere Erfahrungen mit der Tafelobstvermarktung gibt es im Enzkreis. Hier wird bereits seit vier Jahren im Herbst ein Streuobstmarkt (in Birkenfeld) durchgeführt. Fünf Anbieter von Tafel-Streuobst bringen dort durchschnittlich jeweils 150 kg zur Vermarktung, insgesamt 750 bis 1.000 kg je nach Erntejahr. Der Endkunden-Verkaufspreis liegt hier zwischen 2 und 4 €/kg, je nach abgenommener Menge und Sorte. Das entspricht hier 200 – 400 €/dt.

In Baden-Württemberg besteht ein gutes Netz an Direktvermarktenden, die, durch eigenen Besitz von Streuobstwiesen, vielfach Produkte aus Streuobst vermarkten. Hauptschwerpunkt sind dabei Destillate und Säfte, aber auch Sonderprodukte wie Fruchtaufstriche, Seccos und vieles mehr. So finden sich z.B. im Schwäbischen Streuobstparadies 48 Direktvermarkter, 28 spezialisierten sich auf Säfte, Sirups oder auf Brände/Liköre<sup>20</sup>. Ebenfalls gut aufgestellt in der Direktvermarktung von Streuobst ist die ehemalige PLENUM-Region Tübingen (Verein Vielfalt im Landkreis Tübingen e.V.). Hier finden sich auf einer interaktiven Karte<sup>21</sup> neben Verkaufsstellen auch Obstannahmestellen und Verarbeitungs-Dienstleister. Dienstleistungen zur Baum- und Landschaftspflege werden ebenfalls von einigen Direktvermarktenden angeboten.

Vielfach haben landesweit ausgebildete Obst- und Garten-Fachwart\*innen ein Kleingewerbe angemeldet und bieten Baumschnittarbeiten für Privatpersonen an. Sie pachten darüber hinaus u.a. Streuobstwiesen, pflegen diese und verarbeiten das geerntete Obst meist zu hochwertigen Produkten (z.B. Seccos, Glühwein, Fruchtgummis). Die Vermarktung erfolgt meist nebenberuflich über Märkte und Online. Zusätzliche bieten diese Kleinunternehmen z.B. Nisthilfen, Insektenhotels und Obsterntegeräten an.

---

<sup>18</sup> Quelle: Expertenbefragung im Rahmen der Studie mit den Landesverbänden der Kleinbrenner.

<sup>19</sup> Quelle: <https://www.streuobstparadies.de/Geniessen/Alte-Sorten-im-Supermarkt>

<sup>20</sup> Quelle: [https://www.streuobstparadies.de/Media/Direktvermarkter/\(ansicht\)/galerie](https://www.streuobstparadies.de/Media/Direktvermarkter/(ansicht)/galerie)

<sup>21</sup> Quelle: [http://www.vielfalt-kreis-tuebingen.de/Startseite/marktplatz/interaktive+karten+und+listen+landschaftspflege+\\_+\\_streuobst-\\_verarbeitung.html](http://www.vielfalt-kreis-tuebingen.de/Startseite/marktplatz/interaktive+karten+und+listen+landschaftspflege+_+_streuobst-_verarbeitung.html)

## Vermarktung

Im Rahmen der Marktanalyse gilt es darzustellen, durch welche Trends der Markt für Streuobstprodukte in den letzten Jahren gekennzeichnet war und welche aktuellen Entwicklungen zu beobachten sind.

### Getränkemarkt

Seit 2000 ist ein Rückgang des jährlichen Fruchtsaftkonsums um ca. zehn Liter/Kopf auf rund 30 Liter in 2020 zu verzeichnen. Besonders stark betroffen ist der Apfelsaft: Hier halbierte sich seit 2005 die getrunkene Menge auf 6,5 Liter/Kopf jährlich. Ähnliches gilt für den Pro-Kopf-Konsum von Apfelsaftschorle (2020: 4,0 Liter).<sup>22</sup>

Allerdings zeigten sich zu Jahresbeginn 2020 mit dem Einsetzen der Corona-Pandemie deutliche Zuwächse im Markt der Alkoholfreien Getränke (AFG). Mit einem Absatzplus von 12,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum zeigte Fruchtsaft das größte Wachstum. Bei Erfrischungsgetränken lagen die Steigerungen bei 2,2 bzw. 5,2 Prozent. Grund dafür ist der verstärkte Konsum heimischer Produkte<sup>23</sup>. Das Einkaufsverhalten der Verbraucher im Bereich Destillate hat sich, auch corona-bedingt, deutlich verändert: Kaufen 2019 noch 53 Prozent preisorientiert Brände ein, so waren es 2021 56 Prozent, die qualitätsorientiert konsumierten.<sup>24</sup>

Mehrweg-Glasverpackungen im Fruchtsaft-Segment nehmen wieder zu. Im Jahr 2020 gab es einen Zuwachs von 16 Prozent. Dieses Segment wächst im Vergleich zum Gesamtmarkt dreimal schneller. Die Verbraucher\*innen setzen ein deutliches Zeichen in Richtung nachhaltiger Fruchtsaft-Verpackungen.<sup>25</sup>

### Vermarktungswege<sup>26</sup>

Der Getränkefachhandel verlor in den letzten 15 Jahren kontinuierlich als Vermarktungsweg für Streuobstprodukte an Bedeutung, ist aber aus strategischen Gründen weiterhin wichtig. Über diesen Vertriebsweg erreichen Hersteller nach wie vor einen Großteil der Zielgruppe für wertige, regionale Produkte. Der Lebensmitteleinzelhandel ist mittlerweile einer der wichtigsten Umschlagplätze für Getränke.

Hohe Ansprüche an Streuobstprodukte stellt die Vermarktung in der Gastronomie. Diese ist an gastronomiegerecht verpackten und gebündelten Produkten sowie passenden Hintergrundinformationen für die Gästekommunikation interessiert.

Einen weiteren Vertriebsweg stellt der Absatz der Produkte an Großabnehmer in Unternehmen und Kommunen, z.B. Kantinen dar. Viele dieser Einrichtungen bemühen sich um eine Profilierung durch bio- oder regionale Produkte. Dies gilt ebenso für den Direktvertrieb, der v.a. bei kleinen Projekten und Kleinerzeugern den Hauptvertriebsweg darstellt.

---

<sup>22</sup> Quelle: VdF: Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs an Fruchtsäften/Fruchtnektaren in Deutschland.

<sup>23</sup> Quelle: VdF (2020): Fruchtsaft ist das Getränk der Corona-Krise.

<sup>24</sup> Quelle: Rundschau für den Lebensmittelhandel (2021/11): <https://www.rundschau.de/artikel/round-table-spirituosen-hauptsache-breit-aufgestellt>.

<sup>25</sup> Quelle: VdF (2020): Mehrweg als nachhaltiger Weg? Meldung Dezember.

<sup>26</sup> Quelle: NABU (2018): Studie zur Aufpreisvermarktung, eigene Ergebnisse von Vermarktungsprojekten im Bereich Streuobst neulandplus.

## Getränkereports<sup>27</sup>

Widerstandsfähigkeit und Wohlfühlen im Alltag: Im Zentrum dieses Trends stehen Produkte, die zu einem gesunden Lebensstil beitragen. Beispiele sind Säfte mit weniger Zucker, Mischungen mit Tee-Aufguss oder Kräuterzusätzen. Auch alte Rezepturen zählen hier hinein (Beispiel: Birne-Minze-Schorle<sup>28</sup>).

Bei klaren Säften wird verstärkt auf vegane Herstellung, also eine Klärung ohne Gelatine, geachtet. Das gestiegene Bewusstsein der Konsumierenden bezüglich zucker- und kalorienreduzierter Ernährung wird für die Kategorie Saft und Nektar immer wichtiger (Beispiel: odilia Apfelsaft-Secco mit Dattelsüße<sup>29</sup>).

Außerdem geht der Trend hin zu alkoholreduzierten Getränken. In Sektflaschen abgefüllte, auch alkoholfreie, Seccos erfreuen sich erhöhter Beliebtheit (Beispiel: Perlfruchtsecco<sup>30</sup>).

Ausgefallen und innovativ: Mit Blick auf die technologischen Entwicklungen suchen Menschen nach spannenden Geschmackserlebnissen, Texturen und Verpackungsdesigns. „Foodpairing“ vereint verschiedene – scheinbar gegensätzliche – Aromen zu einem explosiven Geschmackserlebnis, z.B. Apfelsaft + Gemüse oder Blüten (Beispiel: Rosensaft<sup>31</sup>).

Produktinnovationen werden häufig in die Gebindegröße 0,33 Liter als Glas- oder PET-Flasche gefüllt. Bei Kooperationen von Keltereien mit Brauereien ist auch die Füllung in 0,33 l- oder 0,5 l-Dosen, vor allem für Cider, zu beobachten (Beispiel: Pomme 200<sup>32</sup>).

Mehr Natürlichkeit und Qualität, weniger Zusatzstoffe: Klimaschutz und Natürlichkeit ist wichtiges Qualitätsmerkmal für umweltorientierte Kunden. „Pure“ Lebensmittel mit möglichst kurzen Zutatenlisten und wenig verarbeitete Produkte zählen dazu, aber auch die Verwendung natürlicher Pflanzenbestandteile sowie wertvoller Inhaltsstoffe aus der Naturmedizin. Beispiele hierfür sind Kurkuma, Ingwer, Koriandersamen, Harze und Lavendel. Auch Getränke „ohne Zusatz von Aroma“ bzw. mit natürlichen Aromen sind beliebt (Beispiel: Wipfelrausch<sup>33</sup>).

Auf Platz zwei der wichtigsten Kriterien beim Einkauf steht – nach dem Geschmack – die regionale Herkunft von Lebensmitteln. Traditionelle Obstarten gewinnen an Bedeutung. Die Herstellung von hochwertigen sortenreinen Säften im Premium-Segment rücken in den Mittelpunkt (Beispiel: van Nahmen<sup>34</sup>).

Konsumierende fordern vermehrt Transparenz. So stieg laut Ernährungsreport 2021 der Anteil an Verbrauchenden seit 2020, der auf Produkt-Siegel achtet. Bei klarem Zusatznutzen besteht weiterhin eine hohe Akzeptanz für höhere Produktpreise.

<sup>27</sup> Quelle: MINTEL Trends; BMEL (2021): Ernährungsreport 2021; Produktions- und Marktpotenzialerhebung und -analyse für die Erzeugung, Verarbeitung und Vermarktung ökologischer Agrarerzeugnisse und Lebensmittel aus Baden-Württemberg; eigene Marktanalyse neulandplus.

<sup>28</sup> Quelle: <https://www.jung-saeftel.net/online-shop/saftschorlen/birne-minze-schorle-naturtrueb/>

<sup>29</sup> Quelle: <https://odilia.de/shop/getraenke/bio-apfelsaft-secco-mit-datteln/>

<sup>30</sup> Quelle: <https://heimat-nichts-schmeckt-naeher.de/index.php/produkte-secco-und-schaumwein/168-perlfrucht>

<sup>31</sup> Quelle: <https://www.rosenhof-taubertal.de/Produkte/Rosenhof%20Eigenprodukte.html>

<sup>32</sup> Quelle: <https://www.pomme200.de/>

<sup>33</sup> Quelle: <https://streuobstmosterei.de/geschmackssachen/>

<sup>34</sup> Quelle: <https://www.vannahmen.de/produkte/direktsaft/>

## Bildung und Qualifizierung

Dieses Kapitel stellt ein Querschnittsthema bei der Situationsanalyse dar, da Bildung und Qualifizierung von den meisten beteiligten Akteuren als relevant für alle bisher beschriebenen Bereiche eingeschätzt werden. Es zeigt auf, welche Einrichtungen, Institutionen und Verbände sich dem Thema Bildung und Qualifizierung im Streuobst widmen.

Die Streuobst-Koordinierungsstelle am Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz übernimmt Vernetzungsaufgaben. Die eigene Homepage mit Infos zu Förderung, Fakten und Unterstützungsmöglichkeiten steht allen Streuobstakteuren im Land zur Verfügung und bildet eine große Wissensbasis.

Die wichtigste Säule der staatlichen Streuobstbildung sind die aktuell 57 Fachberater\*innen bei den Landkreisen. Sie bieten meist in Zusammenarbeit mit örtlichen Obst- und Gartenbauvereinen (OGV) oder dem Landesverband Obstbau, Garten und Landschaft Baden-Württemberg (LOGL) Fortbildungen an. Sie sind zusammengeschlossen im Verband Beratungskräfte Obstbau, Garten und Landschaft Baden-Württemberg (BOGL). Auf der Homepage des Verbandes finden sich Informationen zu Streuobstbau, Sorten, Wiesenpflege und Bio-Zertifizierung. Die Fachberater\*innen initiieren in ihren Landkreisen Streuobstprojekte, Pflanzungen sowie Baumpflege und sind teilweise auch zuständig für Streuobst-Aufpreis-Projekte. Mit ihrer Arbeit erreichen sie viele örtliche Streuobstakteure. Ergänzt wird dies durch Beratungskräfte in den Kommunen (Umweltbeauftragte etc.), die Baumschnittkurse organisieren oder Pflanzaktionen anstoßen.

Nach Umfrage im Rahmen dieser Studie beschäftigt sich circa die Hälfte der Landschaftserhaltungsverbände (LNV) mit dem Thema Streuobst. Knapp ein Drittel setzen dabei einen Schwerpunkt auf Streuobstbildung, auch hier oft in Zusammenarbeit mit den örtlichen OGVs oder Fachberater\*innen. Vielfältige Veranstaltungen und Kurse wurden durchgeführt, teilweise wurden auch Broschüren zur Wissensvermittlung erstellt.

Das landeseigene Kompetenzzentrum Obstbau Bodensee in Bavendorf (KOB) mit angeschlossener Sortenerhaltungszentrale hat seine Schwerpunkte im Bereich Obstsorten, -erhaltung und -entwicklung sowie biologischer Obstbau und Kronenpflege. Die staatliche Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau (LVWO) forscht u.a. zur Weiterverarbeitung von Streuobst in der Brennerei und zu robusten Apfelsorten. Außerdem werden hier staatlich geprüfte Fachkräfte für Brennereiwesen ausgebildet. Komplettiert wird das Angebot durch das bei der LVWO angesiedelte Kompetenzteam Brennerei.

Die Akademie Ländlicher Raum organisiert im Themenbereich Streuobst seit rund zehn Jahren den Landesweiten Streuobsttag Baden-Württemberg zusammen mit Hochstamm Deutschland e.V. Die Veranstaltung führt als Vernetzungs- und Fortbildungsplattform durchschnittlich über 100 Teilnehmende aus Streuobst-Initiativen, Verbänden, Verwaltung und OGVs zusammen. Der Verein Hochstamm Deutschland ist eine Vernetzungsplattform. Er wirkt am Wissenstransfer für Verbände, Vereine und die Verwaltung mit.

Im nicht-staatlichen Bereich nehmen sich viele Verbände und Vereine dem Thema Streuobst an. Allen voran der LOGL mit einem Schwerpunkt auf der Obstbaumpflege. Er ist Träger der Ausbildungskonzeption zum LOGL-Geprüften Obst- und Gartenfachwart. Bisher wurden insgesamt 7.000 Personen landesweit ausgebildet. Darauf baut der Lehrgang zum LOGL-

Geprüften Obstbaumpfleger auf. Schwerpunkt ist hier insbesondere die Obstwiesenpflege mit Altbaumpflege unter Einbeziehung von naturschutzfachlichen Aspekten. Hier wurden Stand 2019 ca. 200 Personen ausgebildet. Ein nicht unerheblicher Teil von ihnen hat sich selbstständig gemacht und bietet Obstbaumschnitt bzw. die Obstwiesenpflege (insbesondere für Kommunen und Landkreise) als Dienstleistung an. Im neuen Ausbildungszweig LOGL-Geprüfte Obst- und Gartencoach wurden bisher zwölf Personen ausgebildet. Sie sind meist an den Competence-Centren für Obst und Garten (CCOG) angesiedelt und unterstützen vor Ort die beteiligten OGVs. An derzeit sieben Standorten bieten die CCOG einen Informationsstützpunkt. Sie haben die Aufgabe fachliche und praktische Ansprechpartner vor Ort zu sein. Viele örtliche OGVs bieten Weiterbildung im Obstbaumschnitt und Ähnliches an und wirken so positiv an der Basis.<sup>35</sup>

Im Bereich der Umweltbildung für Kinder und Jugendliche sind die bundesweit 228 eingetragenen Streuobst-Pädagogen und -Pädagoginnen wichtig. Sie bieten praktischen Streuobstunterricht an.

Auch für Natur- und Umweltschutzverbände wie NABU, BUND, LNV und Schwäbischer Albverein ist Streuobst ein wichtiges Thema, so dass es zuständige Ansprechpartner\*innen auf Landesebene gibt. Die Organisation und Durchführung von Schnittkursen, Pflanzungen sowie die Mitarbeit an Projekten wird meist von den Ortsgruppen übernommen.

Die ca. 45 Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg befassen sich meist vorrangig mit der Vermarktung von Streuobst, bei sehr vielen steht aber auch Wissensvermittlung zu Pflege und Baumschnitt sowie Kinder-Umweltbildung im Fokus.

Eine große Netzwerkorganisation ist das Schwäbische Streuobstparadies e.V. mit seinem Wirkungskreis zwischen Alb und Neckar mit rund 26.000 ha und 1,5 Mio. Obstbäumen. Es bietet z.B. Kurse zur Mostherstellung oder zur Sortenbestimmung sowie Aufbau Seminare zur Sortenkunde an. Streuobstpädagogik und Streuobstunterricht sind ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit. Wichtigstes Projekt in den vergangenen Jahren war der Aufbau eines Streuobst-Infozentrums mit Streuobst-Café und Regionalladen.

Das Obstbaumuseum Glems in Metzingen führt in seiner Ausstellung durch die Streuobstkultur. Streuobstprodukte bieten die Gaststube des Museums und das „Museumslädle“. Angeschlossen ist ein Rundweg zum Thema der alten Mostbirnensorten. Das Freilichtmuseum Beuren lockt mit Ausstellungen und zahlreichen Veranstaltungen wie Verkostungen, Kochkursen, Gartentipps und Märkten. Schnittkurse werden ebenfalls angeboten.

---

<sup>35</sup> Quelle: LOGL.

## 2 SWOT-ANALYSE

---

Die Stärken-Schwächen- und Chancen-Risiken-Analyse beschäftigt sich mit der aktuellen Lage von Streuobst in Baden-Württemberg aus Sicht der Akteure. Es handelt sich bewusst nicht um eine vollumfängliche Darstellung des Themas Streuobst mit Allgemeinplätzen. Der Schwerpunkt liegt auf der Relevanz der Themen in den nächsten fünf bis zehn Jahren. Quellen sind die durchgeführten Workshops, Abfragen und Experteninterviews.

Es werden analog zur Beschreibung der Situation die drei Bereiche „Bewirtschaftung, Bestandssicherung und Pflege“, „Verarbeitung und Vermarktung“ sowie „Bildung und Qualifizierung“ unterschieden.

Ein stichpunktartiger Überblick in Tabellenform ist im Teil F aufgeführt. Außerdem liefert eine weiterführende und erläuternde Beschreibung der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken im O-Ton der Befragten einen Blick in die Praxis.

### 2.1 BEWIRTSCHAFTUNG, BESTANDSSICHERUNG UND PFLEGE

---

Die Streuobstlandschaft ist in den Besitzverhältnissen überwiegend kleinstrukturiert. Das ist eine der Grundlagen für die hohe ökologische Wertigkeit. Sie bedingt allerdings in Kombination mit der aufwändigen Pflege der Bäume die niedrige Effizienz des traditionellen Streuobstanbaus. Die Stärkung der Effizienz des traditionellen Streuobstanbaus kann zur Fortführung der Bewirtschaftung von Flächen einen wesentlichen Beitrag leisten.

Streuobstwiesen werden zur Eigennutzung, als private Aufgabe oder im Nebenerwerb bewirtschaftet. Die Bewirtschaftenden haben oft eine hohe Identifikation mit Streuobst. Viele Vereine und Initiativen pflegen ihre Flächen fachgerecht. So wurden bereits viele erfolgreiche Projekte im Bereich Pflege von ihnen umgesetzt sowie Flächen wieder in die Bewirtschaftung aufgenommen. Es wird aber auch eine Überlastung der Ehrenamtlichen angeführt.

Regional stark unterschiedlich sind Obstbaumpflege und Bewirtschaftung des Unterwuchses getrennt. Die Bewirtschaftung durch Dritte findet teilweise bei der Unterwuchsbewirtschaftung durch landwirtschaftliche Betriebe statt, aber nicht in der Obstnutzung und -pflege. Aus Bereichen mit sehr dichtem Baumbestand und in Hanglagen hat sich die landwirtschaftliche Nutzung vielerorts zurückgezogen. Private Streuobstflächen sind für Pacht- oder Kaufinteressierte nur schwer erhältlich. Kauf oder Pacht orientiert sich an der derzeitigen Marktlage von Grundstücken und Immobilien. Hier besteht eine Blockadesituation: Die Überlassung von Flächen an Privatpersonen mit Interesse an der Bewirtschaftung und Nutzung ist Vertrauenssache. Diskussionspunkte sind die oft geringen praktischen Fähigkeiten zur Bewirtschaftung, die langen Bewirtschaftungszeiträume und ein starkes Interesse an einer Nutzung als Freizeitfläche. Die Schaffung von Unterstützungsmöglichkeiten, z.B. koordinierte Pflege der Bewirtschaftenden erscheint als sinnvoller Weg. Die Gewinnung neuer professioneller Zielgruppen (Landwirte) ist entscheidend, da diese in der Unterwuchsbewirtschaftung Fachwissen sowie Maschinenausstattung aufweisen. Auch bei stark steigenden Anstrengungen bleibt die Problemstellung, dass ein nicht kompensierbarer Rückgang der Streuobstbäume und -flächen zu erwarten ist.

Die Bewirtschaftung einer Streuobstfläche hat einen generationenübergreifenden Zeithorizont. Streuobst als Familienprojekt passt aber mit der Mobilität der jüngeren Generation und anderer Interessenorientierungen oft nicht mehr zusammen und führt zu einer Überalterung der Streuobstbewirtschaftenden. Eine Beauftragung der Baumpflege an gewerbliche Obstbaumpfleger\*innen ist durch die Arbeitskapazität dieser Gruppe begrenzt. Der niedrige Stand der personellen Ressourcen zeigt sich darin, dass ein überwiegender Teil der Flächen einen Pflegerückstand aufweist. Eine weitere Herausforderung besteht in mangelnden fachlichen Kenntnissen über die Bewirtschaftung von Streuobst und in der Verwertung des Schnittgutes sowie des Unterwuchses. Hierbei werden auch fehlende maschinelle Ausstattung zur Streuobstpflge und bürokratische Hindernisse in der Erstellung von geeigneten Gerätehütten von den Befragten angeführt.

Die vorhandenen Förderprogramme im Bereich Streuobst werden als nicht ausreichend angesehen, um zentrale Hemmnisse der Eigentumsstrukturen und der Marktsituation auszugleichen. Teilweise sind bestehende Förderprogramme des Landes, der regionalen Verwaltungen oder privater Initiativen potenziellen Antragstellern zu wenig bekannt. Die Baumschnittprämie für Streuobst wird gut angenommen, die notwendigen Sammelanträge für das Förderprogramm haben den Organisationsgrad der Bewirtschaftenden erhöht. Allerdings ist derzeit lediglich ein einstelliger Prozentbereich der Bäume in diese Förderung einbezogen. Außerdem wird die Höhe der Baumschnittprämie als nicht ausreichend erachtet. Die positive Wirkung der FAKT-Förderung auf den Erhalt von Streuobst soll auf weitere Bewirtschaftende ausgeweitet werden.

Der gesetzlich vorgeschriebene Ausgleich bzw. die Kompensation der Zerstörung von Streuobstbeständen oder ihrer Beeinträchtigung hat starke Mängel. Viele schlecht gepflegte Ausgleichsflächen haben keine naturschutzfachliche Wirkung und sind nicht auf Dauerhaftigkeit angelegt. Dies bedingt eine negative Vorbildfunktion und offenbart Wissenslücken bei Planungsbüros und Aufsichtsbehörden sowie mangelnden Vollzug.

Die Folgen des Klimawandels schwächen Streuobstbestände. Die Auswahl robuster Sorten bei Neupflanzungen unter Berücksichtigung der Klimawandelfolgen für den jeweiligen Standort entschärft die Situation. Das Genreservoir ist die Grundlage für die Identifikation entsprechender Sorten. Beim Pflanzmaterial besteht im Reiserschnittgarten Baden-Württemberg – einem von nur zwei Reiserschnittgärten in Deutschland – durch Unterfinanzierung das Risiko, dass unrentable Sorten nicht mehr virenfrei vermehrt werden. Die genetische Basis der Biodiversität im Streuobst kann so langfristig nicht erhalten werden.

Im Zuge der Aufnahme von Streuobstbeständen nach §33a ins Landesnaturschutzgesetz (NatSchG) erfahren Streuobstbestände erstmalig ein gesetzliches Erhaltungsgebot. Allerdings verursacht der Schutzstatus bei Teilen der Flächeneigentümer Verunsicherung bezüglich der damit verbundenen Rechte und Pflichten. Der Schutzstatus von Streuobst wird von den Gegnern als Hemm- und Ärgernis betrachtet und von den Befürwortern als nicht ausreichend wirksam eingeschätzt.

## **2.2 VERARBEITUNG UND VERMARKTUNG**

---

Die geringe Rentabilität des Systems Streuobst beruht auf dem dauerhaft niedrigen Mostobstpreis, der u.a. dem hohen Arbeitsaufwand durch kleinteilige Strukturen sowie mangelnde Bündelung des Obstabsatzes gegenübersteht. Dieser niedrige Preis wird von den

Erzeugern auch als mangelnde Wertschätzung ihrer Arbeit wahrgenommen. Ein Preisrückgang trifft im Moment auch den Bereich Bio-Streuobst. Weitere Probleme sehen die verarbeitenden Betriebe in der Alternanz im Streuobst und der damit verbundenen geringen Planbarkeit der jährlichen Obsternte bzw. der dann möglichen Vermarktung.

Den Verbraucher\*innen und dem Lebensmitteleinzelhandel gegenüber fehlt ein einheitliches Auftreten des gesamten Streuobst-Bereichs z.B. über ein übergeordnetes Label mit nachvollziehbaren Erzeugungskriterien. Genuss, Regionalität, Biodiversität und faire Erzeugerpreise sind Schlagworte, die den Wert von Streuobstprodukten herausstellen.

Generell wird der Begriff „Streuobst“ aus werbetechnischer Sicht als Alleinstellungsmerkmal angesehen. Dies gilt einschränkend aber nur für Gebiete und Verbrauchergruppen, in denen der Streuobstbegriff bekannt ist. Landesweite Öffentlichkeits- und Imagearbeit unter Einbezug aller am Streuobst Beteiligten (Erzeugende, Verarbeitende, Handel, Verwaltung) wird als wichtiger Schlüssel zum Erfolg angesehen. Als vorrangig angesehen wird hier die Vorbildfunktion des Landes und der Kommunen bei der Verwendung von Streuobstprodukten. Die bestehende Vorgabe im Beschaffungswesen nach dem „wirtschaftlichsten Angebot“ oder nach „Preis“ zur Vergabe von Aufträgen hindert die öffentliche Hand daran, verstärkt als Nachfrager von Streuobstprodukten (Landes-Events, öffentliche Einrichtungen) aufzutreten.

Durch Erschließung neuer Käuferschichten im wachsenden Marktsegment „regionale und gesunde Lebensmittel“ wird die Chance gesehen, eine Steigerung der Nachfrage zu erreichen. Wichtig hierbei ist der Ausbau der Vermarktung von Spezialitäten, Sonder- und Massenprodukten aus Streuobst. Die Vermarktung von Streuobst als Tafelobst kann bei angemessenen Auszahlungspreisen saisonal den flächenbezogenen Erlös steigern und trägt zur Bekanntheit von Streuobst bei.

## 2.3 BILDUNG UND QUALIFIZIERUNG

---

Im Streuobstbereich gibt es ein großes Interesse an Fortbildungsangeboten. Seminare für Anfänger und Fortgeschrittene im Bereich Streuobst fördern die Motivation. In vielen Regionen gibt es eine ausreichende Dichte an Angeboten, aber nicht in allen. Dies gilt v.a. für Gegenden, in denen engagierte Ehrenamtliche sowie Vereine bzw. Initiativen mit Bildungsschwerpunkt fehlen. Das Ausbildungssystem des LOGL ist wirksam und gut nachgefragt. Für Neueinsteiger\*innen ist ein grundlegender Ausbildungskurs in Theorie und Praxis notwendig. In der Ausbildung „Streuobstpädagogik“ übersteigt die Nachfrage aktuell das Angebot und bietet Chancen, die Bildungsarbeit u.a. mit Schulen auszubauen. Hier fehlen derzeit flächendeckende Angebote, Kenntnisse von Bildungskräften sowie eine nachhaltige Finanzierung der Streuobstpädagog\*innen. Digitale Angebote sollen das bestehende Angebot für verschiedene Zielgruppen ergänzen, was allerdings durch die mangelnde digitale Infrastruktur mancher Vereine beschränkt wird.

Die bewusste Nutzung der Streuobstlandschaft für Naherholung, Gesundheit und Tourismus bietet weitere Chancen für Inwertsetzung und Öffentlichkeitsarbeit. Eine Auslobung von vorbildlichen „Streuobst-Kommunen“ mit Signalwirkung auf weitere Kommunen wird aus dem Kreis der Beteiligten vorgeschlagen. Mitarbeiter\*innen der öffentlichen Verwaltung aus den Bereichen Landwirtschaft, Naturschutz, Tourismus, und Bauhofmitarbeitende sind Zielgruppen für Aus- und Weiterbildungen in Streuobstbewirtschaftung und -vermarktung.

Viele Forschungseinrichtungen des Landes und angrenzender Bundesländer befassen sich mit dem Thema Streuobst. Es bestehen mehrere Kooperationen, um Themen gemeinsam zu bearbeiten. Die finanziellen Mittel zur Organisation der Vernetzung und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit bzw. zum Austausch sind allerdings zu gering. Der Wissenstransfer praxisrelevanter Ergebnisse zu den Streuobstakteuren findet nicht ausreichend statt.

In Gegenden, in denen gute Verbandsstrukturen und Netzwerke im Streuobstbereich bestehen, zeigt sich, dass die Vernetzung und die Förderung des Wissenstransfers zentrale Bausteine darstellen, um Streuobstbestände weiterzuentwickeln. Der Austausch und Zugang zu Informationen rund um Pflege, Vermarktung und praktische Hilfe muss folglich aktiv gestärkt werden.

## 2.4 KERNPROBLEME

In der SWOT-Analyse wurden aus den Rückmeldungen von Workshops, Experten-Interviews, der Befragungen von Ortsgruppen des LOGL und von Naturschutzverbänden, Fachberater\*innen für Obst- und Gartenbau sowie den Forschungseinrichtungen die wichtigsten Problemstellungen mit hoher Relevanz für die nächsten fünf bis zehn Jahre ermittelt. Hieraus lassen sich vier Kernprobleme ableiten. Diese sind in der nachfolgenden Abbildung dargestellt.



Abbildung 2: Kernprobleme des Streuobstbaus in Baden-Württemberg (Quelle: Stärken-Schwächen-Analyse auf Grundlage der Akteursworkshops, Abfragen und Expert\*inneninterviews im Rahmen der Situationsanalyse).

Die zu geringe Wirtschaftlichkeit des Produktionssystems „traditioneller Streuobstanbau“ wird insbesondere in Baden-Württemberg durch die sehr kleinteilige Produktionsstruktur und die aufwändige Pflege der Bäume und Wiesen verursacht. Weitere Faktoren für die schwierige Bewirtschaftbarkeit sind zum Beispiel steile Hanglagen, mangelhafte Erschließung mit Wegen und unterschiedliche Erntezeitpunkte gemischter Obstbestände. Die Bewirtschaftung der Streuobstwiesen erfordert ein solides Fachwissen und einen hohen Zeitaufwand, der durch den niedrigen Mostobstpreis nicht gedeckt ist. Das Hauptprodukt Streuobst-Apfelsaft hat in der Getränkultur an Bedeutung verloren bzw. sind zunehmend Substitutionsprodukte am Markt vorhanden. Nur ein geringer Grad der Bewirtschaftenden

ist organisiert. Aus diesem Grund und wegen alternativer Liefermöglichkeiten von kostengünstigerem Mostobst aus anderen europäischen Ländern ist die Marktmacht der Bewirtschaftenden gegenüber den Keltereien gering. Die Zahl der Bewirtschaftenden geht altersbedingt zurück, was wiederum zu weiteren ungepflegten Streuobstflächen führt.

Das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung der Streuobstbestände für das Landschaftsbild und damit die regionale Identität, die Eigenversorgung oder die Versorgung über den Handel mit regionalen Streuobstprodukten wird von vielen Akteuren im Themenfeld Streuobst als zu gering bewertet. Der Begriff „Streuobst“ hat allgemein an Bekanntheit verloren. Das Potenzial von Streuobst im sensorischen Bereich, die Gesundheitswirkungen, die Vielfalt der Verwendungsmöglichkeiten für Ernährung und Genuss sind größeren Verbrauchergruppen nicht mehr bewusst. Der Handlungszusammenhang von „Erhalt durch Nutzung“ über eine Kaufentscheidung für Streuobstprodukte fehlt.

Der Klimawandel führt zu einer Zunahme von Extremwetterlagen wie Hitzetagen oder Spätfrösten im Frühjahr und zu einer Veränderung in der Menge und Verteilung der Niederschläge. Streuobstbäume werden durch diese Folgen des Klimawandels geschwächt und sterben früher ab. Davon sind besonders nicht vitale Bäume betroffen.

Das Genreservoir der Streuobstsorten wird in Sortenerhaltungsgärten bewahrt. Nur ein Teil der alten Streuobstsorten steht in lediglich zwei Reiserschnittgärten in ganz Deutschland zur Verfügung. Die Zahl von nur zwei Reiserschnittgärten ist wegen der Gefahr von Katastrophenereignissen zu gering und kann nur eine begrenzte Anzahl von virusfreien Streuobstsorten für Handel und Nachpflanzaktionen zur Verfügung stellen.

## 3 BEST PRACTICE-BEISPIELE – ERHALT VON STREUOBST DURCH NUTZUNG

---

Im folgenden Kapitel erfolgt eine Darstellung ausgewählter Best Practice-Beispiele (BPB), die durch ihre nachhaltigen Erfolge in der Erhaltung von Streuobstbeständen durch Nutzung überzeugen. Sie zeigen regionale Lösungsansätze für die Kernprobleme und übertragbare Vorgehensweisen für die Streuobstbestände in Baden-Württemberg auf.

Zuerst erfolgt die Vorstellung von BPB aus Baden-Württemberg, gefolgt von je einem aus Bayern, der Schweiz und Österreich. Die Langfassung der Beschreibungen befindet sich im Teil F. Die Erfolgsfaktoren der einzelnen BPB werden herausgearbeitet, zusammengestellt und diskutiert. Die Ergebnisse geben Hinweise für die Lösung der Kernprobleme, Ausrichtung der Strategie zur Erhaltung des Streuobstes und bieten Vorbilder für Maßnahmenvorschläge.

### 3.1 STREUOBSTINITIATIVE IM STADT- UND LANDKREIS KARLSRUHE E.V.

---

Seit 1996 fördert der Verein den Erhalt artenreicher Streuobstwiesen nach dem Aufpreismodell als ein Zusammenschluss von Umweltgruppen, Privatpersonen, Vereinen, Städten, Gemeinden und Behörden. Besitzende oder Pächter\*innen von Streuobstwiesen schließen mit der Streuobstinitiative einen Vertrag über die Anlieferung von (Bio-)Mostobst. Dieser beinhaltet eine traditionelle naturorientierte Bewirtschaftung, die durch die Einhaltung der folgenden Kriterien gesichert ist.

- 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.

Es wird ein überdurchschnittlicher Obstpreis ausgezahlt: für konventionell erzeugte Äpfel jeweils der doppelte Marktpreis, max. 18 €/dt; für zertifizierte Bio-Äpfel zusätzlich ein Aufschlag von 2 €/dt. Ein sehr hoher Anteil der Ware ist biozertifiziert. In der Saison 2020 und 2021 lag der Auszahlungspreis für Bio-Ware bei 20 €/dt. Birnen werden ab 2021 mit einem Festpreis von 18 €/dt vergütet. Für Zwetschgen wurden 2014 50 €/dt bezahlt. Das „Obstgeld“ wird nach der Saison innerhalb von sechs Wochen nach der letzten Obstannahme komplett an die Erzeuger ausbezahlt.

Aus der Rohware werden in ertragreichen Jahren nahezu 400.000 Liter Apfelsaft und 40.000 Liter Birnensaft hergestellt. Das Obst wird innerhalb von 48 Stunden schonend verarbeitet. Die Abfüllung der Säfte erfolgt entweder naturtrüb oder nach Klärung als Direktsäfte. Dies garantiert einen hohen Qualitätsstandard. Gewinne aus dem Saftverkauf werden grundsätzlich in den regionalen Naturschutz investiert.

Die Streuobstinitiative bietet folgende Zusatzangebote: vergünstigte Bäume, Obstbaumschnittkurse, Sammelbestellungen, Grundstücks- und Dienstleistungsbörse.

### Erfolgsfaktoren

- Hohe Kontinuität und Verlässlichkeit (seit 25 Jahren), auch der ehrenamtlichen Verantwortlichen
- höherer finanzieller Anreiz für die Pflege der Obstgrundstücke
- Vermarktung auch über regionalen Lebensmitteleinzelhandel
- Entlastung der Erzeuger durch Organisation der Sammelzertifizierung
- Zusatzangebote: z.B. kostenlose Schnittkurse, Sammelbestellung von biozugelassenen Baumpflegemitteln, vergünstigte Bio-Bäume (12 € pro Apfelhochstamm)
- Hochwertigkeit der Produkte
- Stringenz der Realisierung der Vereinsidee
- Kooperation mit Gemeinden und Umweltgruppen, gute Zusammenarbeit mit der Verwaltung
- Klares Mitwirkungskonzept mit Zertifizierung für Mitglieder
- Integriertes nachhaltiges Konzept (Unterwuchspflege, Naturschutz)

Flächenwirksamkeit: Rund 300 Bewirtschaftende von Streuobstwiesen, die 200 ha mit 14.000 Bäumen im Stadt- und Landkreis Karlsruhe<sup>36</sup> bewirtschaften.

### Fazit

Die Streuobstinitiative arbeitet mit hoher Kontinuität seit 25 Jahren zur Erhaltung des Streuobstes im Stadt- und Landkreis Karlsruhe. Durch den Vorsitzenden Herrn Flinspach, der im Landratsamt Karlsruhe im Amt für Umwelt und Arbeitsschutz für den Schutz des Streuobstes zuständig ist, ist eine gute Abstimmung und Integration der Vereinsaktivitäten mit der Verwaltung und den Kommunen gesichert.

Das klare, zielorientierte Mitwirkungskonzept ergibt in Kombination mit den hochwertigen Produkten, den Betreuungsressourcen in der Geschäftsstelle und den Zusatzangeboten eine attraktive Mischung. Dies lässt auch lange nach Gründung des Vereins die Mitgliederzahlen noch leicht steigen. Die Reinvestition von Überschüssen in Naturschutzprojekte und Bildungsarbeit erzielt Erfolge im Artenschutz und zudem Glaubwürdigkeit.

Insgesamt teigt sich damit ein sehr effizientes System, das durch einen gewichtigen ehrenamtlichen Beitrag unterstützt wird. Es wird Obst von ca. 200 ha mit 14.000 Streuobstbäumen im Stadt- und Landkreis Karlsruhe durch die Initiative vermarktet.

## 3.2 MANUFAKTUR JÖRG GEIGER GMBH

---

Die Manufaktur Jörg Geiger konzentriert sich seit 1997 auf Premiumprodukte aus Streuobst und verfeinert diese mit Geschmacksextrakten von Kräutern und Blüten. Mehrere innovative Produktlinien wie alkoholfreie Proseccos, Birnen- und Apfelschaumweine, Craft Cider, Poiré Artisan, Süßweine und Destillate basieren auf alten Streuobstsorten. Der hohe Anteil an Inhaltsstoffen in den alten Streuobstsorten wie z.B. Polyphenole und Säuren ist die Grundlage für den geschmacklichen Charakter der Getränke. Der einzigartige Geschmack und die

---

<sup>36</sup> Befragung Hans-Martin Flinspach, [www.Streuobstinitiative.de](http://www.Streuobstinitiative.de); <https://ka.stadtwiki.net>

Intensität des Streuobstes werden durch die sehr guten Kenntnisse in Önologie, Brennereiwesen und ländlicher Gastronomie herausgearbeitet. Traditionelle Veredelungsmethoden setzt der Betrieb mit modernen Techniken um. Ein Ziel ist es, Streuobst identitätsstiftend und überraschend zu präsentieren und die Kulturlandschaft zum Genuss zu machen. Die Manufaktur ist Kooperationspartner des Vereins WiesenObst e.V. und stellt unter diesem Logo Wiesenobst-Cider her (s. BPB „WiesenObst“).

Im Jahr 2020 lieferten rund 750 Landwirte und „Gütlebesitzer“ sortenreines Streuobst an die Manufaktur Geiger. Hierfür werden diese gründlich geschult. Die Auswahl des Pflanzgutes, die Anleitungen zur Jungbaumpflege, Düngung, Nützlingsförderung, Baumschnitt etc. bilden ein nachhaltiges Gesamtkonzept. Der Aufwand der Lieferanten wird mit Auszahlungspreisen von 16 €/dt, in Einzelfällen bis 70 €/dt, je nach Apfel-/Birnensorte und Qualität entlohnt.

Ein Teil der bewirtschafteten Flächen sind traditionelle Streuobstwiesen. Eine naturschutzorientierte Unterwuchsnutzung mit entweder zweischüriger Wiese oder Schafbeweidung, Nisthilfen und zusätzlichen Habitatstrukturen schafft wertvolle Lebensräume für Säugetiere, Vögel, Flechten, Algen und Pilze. Neuanlagen werden zuerst sehr eng in der Reihe und mit geringem Reihenabstand gepflanzt. Entsprechend des Bleiber-Weicher-Prinzips entfernen die Bewirtschaftenden später die schwächer gewachsenen Bäume und dünnen den Bestand aus. Die Baumdichte dieser Anlagen ist zumindest in den ersten Jahrzehnten höher als in einer typischen Streuobstwiese. Mit den Streuobstbäumen auf starkwachsenden Unterlagen entstehen aber die typischen Habitatbäume einer Streuobstwiese.

### **Erfolgsfaktoren**

- Sehr gute önologische Kenntnisse sowie Kenntnisse des Brennereiwesens und der Gastronomie ermöglichen die Herstellung von Produkten im Premiumsegment, die hochpreisig verkauft werden. Dies schafft Rentabilität.
- Die wissenschaftliche Begleitung des Obstanbaus bringt zusätzliche Effizienz in der Bewirtschaftung der Bäume. Düngung und Förderung des Bodenlebens führen zu vitaleren Streuobstbäumen.
- Die praxisorientierte Schulung der Obstlieferanten besonders hinsichtlich Düngung und Baumpflege sichert den Baumbestand und die Qualität der Rohware.
- Die Qualität der Rohware wird geprüft und bei der Entlohnung berücksichtigt.
- Ein integriertes und nachhaltiges Bewirtschaftungskonzept inkl. Naturschutzaspekte.
- Die investierten Summen sind beträchtlich.
- Die Stringenz bei der Realisierung der Betriebsidee ist sehr hoch.

Die Flächenwirkung wird auf 22.000 bis 25.000 Bäume geschätzt. Das Wachstumspotential gibt der Betrieb mit 10 bis 15 Prozent pro Jahr an.

### **Fazit**

Die Manufaktur Geiger ist ein erfolgreiches Beispiel für die Platzierung von Streuobstprodukten im Premiumsegment. Sie konzentriert sich seit 1997 auf Premiumprodukte aus Streuobst mit Geschmacksextrakten von Kräutern und Blüten. Mehrere innovative Produktlinien basieren auf alten Streuobstsorten. Der hohe Anteil an wertvollen Inhaltsstoffen dieser Rohware ist Grundlage für den geschmacklichen Charakter der Getränke. Für die sehr marktgängigen Produkte im Premiumsegment ist die Verwendung

alter Sorten mit ihren Inhaltsstoffen notwendige Grundlage. Der Erfolg basiert außerdem auf einem hohen Wissenstand und Investitionen in eine moderne Kelterei und Brennerei sowie Vakuumdestillationsanlagen zur Produktion alkoholfreier Getränke. Die Wertschöpfung ermöglicht gute Auszahlungspreise für die Rohware.

Das Marktpotential ist aufgrund der hohen Qualität noch deutlich steigerbar. Die alkoholfreien Getränke liegen im Trend. Sie werden vom Markt als Alternativen zu Wein und Bier angenommen.

### **3.3 SCHWÄBISCHES STREUOBSTPARADIES E.V.**

---

Die Streuobstwiesen zwischen Alb und Neckar bilden mit rund 26.000 ha eine der größten zusammenhängenden Streuobstlandschaften Europas. Über 300 Akteure aus den Landkreisen Böblingen, Göppingen, Esslingen, Reutlingen, Tübingen und dem Zollernalbkreis schlossen sich im gleichnamigen Verein 2012 zusammen. Ziel ist, die Streuobstlandschaft zu erhalten und zu vermarkten. Einige Hofläden, 13 Aufpreisprojekte und Erzeuger\*innen sind ebenfalls Mitglied im Streuobstparadies. Das Gebiet des Streuobstparadieses ist ein wichtiges Naherholungsgebiet für den Großraum Stuttgart und eine touristische Destination. Nach Angaben des Vereins gibt es in der Region 1,5 Mio. Obstbäume.

Das Streuobstparadies sieht seine Stärke in der Zusammenarbeit und Koordination der Streuobstaktivitäten im Vereinsgebiet. Die Schwerpunkte liegen in den drei Bereichen Bildung und Qualifizierung, Entwicklung touristischer Angebote und Unterstützung der Akteure bei der Vermarktung.

#### **Bildung und Qualifizierung zum Thema Streuobst**

Es werden Fortbildungen zur Obstverwertung, wie z.B. Mostseminare und Mostverkostungen oder Seilkletterkurse angeboten. Bildungsarbeit wie z.B. Streuobst macht Schule: Im Schuljahr 2019/2020 haben über 160 Schulklassen (über 3.500 Schülerinnen und Schüler) den beliebten Streuobst-Unterricht gebucht. Die beteiligten Kommunen haben den Wunsch nach einer Fortbildung zum Thema Streuobst im Ökokonto aufgebracht. Dieses Angebot wird derzeit entwickelt.

#### **Entwicklung touristischer Angebote**

Touristische Vermarktung der Streuobstlandschaft durch gut gemachte Wander- und Radtourenführer sowie Aktionen: Zwischen April und Juni ist im „Schwäbischen Hanami“ die Obstblüte das zentrale Thema. Ein Blütenticker zeigt, wo es gerade blüht. Das Angebot wird durch eine Broschüre mit Ausflugsangeboten rund um die Obstbaumblüte ergänzt.

Um ausgefallene Veranstaltungen wie die Schwäbische Mostmeisterschaft zu kompensieren, wurde im Sommer 2021 die Veranstaltungsreihe „Most & Meet“ organisiert, die Most, Cider und Secco der Vereinsmitglieder attraktiv platziert. Die Besucher spazieren auf kurzen Wanderrouten – ähnlich einer Weinwanderung – durch die Streuobstwiesen und probieren an fünf Stationen Most, Saft, Secco oder Destillate. An drei Terminen im Juli nahmen in Dettingen an der Erms, in Lenningen und in Herrenberg über 260 Personen teil.

## Unterstützung der Akteure bei der Vermarktung

Das Streuobstparadies will den vielen Bewirtschaftenden Zugang zum Markt verschaffen. Dazu sollen neue Absatzwege mit Wertschöpfung und Wertschätzung durch eine Handelsplattform für Produkte aus Streuobst erschlossen werden. Folgende Aktionen konnten bereits in Gang gesetzt werden:

- Vermarktungsinitiativen zur Verbesserung der Wertschöpfung, z.B. „Das Paradies brennt!“ zur Stärkung der Brennereien
- Vermarktung von Tafelobst von Streuobstbäumen
- wetterfestes Schild für Wiesenbesitzer, das über das Thema „Mundraub“ aufklärt
- Inwertsetzung durch Naturschutz-Zertifikate

## Erfolgsfaktoren

- Zusammenschluss von 300 Akteuren in einem definierten Gebiet. Professionelle Geschäftsstelle mit engagiertem Team
- starke politische Unterstützung von sechs Landkreisen und vielen Kommunen
- praktische Unterstützung der Bewirtschaftenden durch Vermarktungsunterstützung, Fortbildung und Lobbyarbeit
- innovative Vermarktungsansätze
- touristische Angebote
- Bildungsarbeit, die viele Schülerinnen und Schüler mitnimmt

## Flächenwirksamkeit

Die Arbeit des Streuobstparadieses verstärkt die Bemühungen in dieser Region und gibt diesen durch eine organisatorische Bündelung, gezielte Maßnahmen und Aktionen sowie die politische Unterstützung eine höhere Durchschlagskraft.

## Fazit

Die Geschäftsstelle des Streuobstparadieses koordiniert und initiiert mit engagiertem Personaleinsatz die Streuobstaktivitäten mit den Schwerpunkten Vermarktungswege für die Vielfalt der „Gütlesbesitzer“, nachhaltige Bildungsarbeit und Qualifizierung sowie die Entwicklung touristischer Angebote. Sie sprechen mit ihren Angeboten sowohl die Akteure, Initiativen und Kommunen als auch Bewohner\*innen und Besucher\*innen der Region an. Hochinteressant sind innovative Ansätze, wie die saisonale Vermarktung von Tafelobst aus Streuobstbeständen. Die Arbeit des Vereines verstärkt die Bemühungen in dieser Region und gibt ihnen durch eine organisatorische Bündelung, gezielte Maßnahmen sowie politische Unterstützung eine höhere Durchschlagskraft. Es stellt die Vorstufe eines Regionalmanagements in einer Streuobstregion dar und soll entsprechend weiterentwickelt werden.

## 3.4 SCHWÄBISCHES WIESEN Obst – WIESEN Obst E.V.

---

Ziel des 2016 gegründeten Vereins WiesenObst ist der Erhalt und die Modernisierung der traditionellen, extensiven Wirtschaftsform Streuobst. Sie ist gekennzeichnet durch eine „Mischwirtschaft“ von Obstbäumen auf stark wachsenden Unterlagen. Bäume mit großen Kronen, in weitem Abstand gepflanzt, machen eine entsprechende Unternutzung des Grünlands gut möglich.

## Strategische Elemente

- geschützte Kollektivmarke (Wort-Bild-Marke) „Schwäbisches Wiesenobst“
- Angestrebt wird eine EU-anerkannte, geschützte Ursprungsbezeichnung (g.U.) „Schwäbisches Wiesenobst“
- Modernisierung der traditionellen, extensiven Wirtschaftsform durch Anpassung an aktuelle Herausforderungen, wie z.B. den Klimawandel unter Berücksichtigung von Aspekten des Naturschutzes und regionaler Wirtschaftskreisläufe
- Entwicklung zukunftsfähiger Kooperationsmodelle
- Erhalt des regionalen kulturellen Erbes durch Maßnahmen der Natur- und Umweltpädagogik
- Nutzung des allgemeinverständlichen Namens „Wiesenobst“ im Gegensatz zum nicht überall bekannten Begriff „Streuobst“

Der Verein WiesenObst e.V. regt eigene Forschungsvorhaben – zum Beispiel einen Vergleich der gesundheitsfördernden Inhaltsstoffe zwischen WiesenObst und Tafelobst an – und steht in enger Kooperation mit der Manufaktur Geiger und der Hochschule Geisenheim.

Alle zertifizierten Flächen müssen verbindliche Kernkriterien sowie eine Auswahl zusätzlicher Bonuskriterien erfüllen. Kernkriterien: Die Bäume sind auf starkwachsenden Unterlagen zu ziehen. Beim Apfel ist hier als Unterlage MM106, eine mittelstark wachsende Unterlage zugelassen, die nicht die Stammhöhe und Kronengröße traditioneller Streuobstbäume erreichen wird. Für die Baumdichte und Pflanzabstände gibt es Vorgaben, wie z.B. maximal 155 Bäume pro ha im Zielzustand über 20 Jahre. Ab dem siebten Jahr dürfen Bewirtschaftende keine synthetischen Herbizide einsetzen, Glyphosat ist gänzlich verboten. Die Düngung basiert auf Bodenanalysen, die alle fünf Jahre zu wiederholen sind. Mindestens vier Bonuspunkte sind zusätzlich durch die Pflanzung besonderer Arten, alter Sorten, ökologische Bewirtschaftung, baumverträgliche Unternutzung, Nachpflanzungsversprechen, Baumschnittkonzept oder Maßnahmen zur Verbesserung der Artenvielfalt zu erreichen. Es finden Kontrollen auf der Basis von Stichproben statt.

Circa 340 Mitglieder verpflichten sich verbindlich zur Einhaltung der Zertifizierungskriterien. Es werden Mitgliedsbeiträge (30 €/Jahr) erbracht, die zusammen mit einer Abgabe der Verarbeiter von 1€/dt die Kontrollkosten der Zertifizierung abdecken.

Mitglieder können das Obst auch selbst verarbeiten und das WiesenObst-Etikett auf den Produkten anbringen. Der Verein führt sie unter der Kategorie „Selbstvermarkter“. Die Ablieferung bei einem anderen Verarbeiter ist auch möglich, allerdings erhalten sie dort nicht den höheren WiesenObst-Zuschlag.

Aktuell haben zwei Verarbeiter einen Vertrag mit WiesenObst e.V. geschlossen, der diese zur Auslobung des WiesenObst-Logos auf deren Produkten berechtigt. Ihre Auszahlungspreise legen die Verarbeiter selbst fest. Der Verein gibt keine Preise vor. Der Verarbeiter entscheidet außerdem selbst, was er aus WiesenObst herstellt. Sind das z.B. normalpreisige Produkte, liegt dementsprechend auch der Auszahlungspreis niedriger. Er liegt aber meist (deutlich) über dem Marktpreis.

## Erfolgsfaktoren

- hohe Wertigkeit der Produkte
- Stringenz bei der Realisierung der Vereinsidee
- Kollektivmarke für Verarbeitende und Selbstvermarktende nutzbar
- klares, offenes Mitwirkungskonzept mit Zertifizierung für Mitglieder
- überregionaler Ansatz, z.B. „WiesenObst e.V.“, „Wiesenobst“ als Wortbestandteil der Kollektivmarke
- Ansatz ist auch in andere Regionen und für weitere Vermarkter erweiterbar
- integriertes nachhaltiges Konzept (Unterwuchspflege, Naturschutz)

## Flächenwirksamkeit

Im Jahr 2021 bewirtschafteten die Mitglieder ca. 600 ha Fläche mit einem Baumbestand von ca. 22.000 Bäumen. Es besteht nach Aussage eines Verarbeiters Entwicklungspotential auf ca. 2.000 ha.

## Fazit

WiesenObst e.V. verfügt über ein offenes Vereinskonzert mit klaren Vorgaben für die Zertifizierung der flächenmeldenden und obstanliefernden Mitglieder. Die Zielsetzung der Wiederbelebung einer traditionellen Wirtschaftsform mit explizitem Willen zur Modernisierung unter Berücksichtigung von Naturschutz und regionalen Wertschöpfungsketten findet auf die Herausforderungen im Themenfeld Streuobst adäquate Antworten. Die Auszahlung eines höheren Preises für die Rohware ist elementar für den Erhalt der Streuobstwiesen. Im Jahr 2021 bewirtschafteten die Mitglieder ca. 600 ha Fläche mit einem Baumbestand von ca. 22.000 Bäumen.

Der Verein stellt in einigen Aspekten eine Erzeugerorganisation dar. Er ist offen für weitere Verarbeitende. In der weiteren Vereinsentwicklung wird stets auf den Interessensausgleich zwischen Bewirtschaftenden und Verarbeitenden geachtet, damit beim Bewirtschaftenden weiterhin ein guter Preis für das Mostobst ankommt. Das Thema Naturschutz bleibt in Fokus.

Die Vermarktungsstrategie mit der Kollektivmarke „Schwäbisches Wiesenobst“ richtet sich nicht nur auf das Land Baden-Württemberg, sondern zielt auch auf den Export in die benachbarten Bundesländer ab und hat damit entsprechendes Entwicklungspotential. Mit dieser expansiven Vermarktungsstrategie und der Flächenwirksamkeit auf ca. 22.000 Bäume ist WiesenObst e.V. ein Best Practice-Beispiel für die Vermarktung von Streuobstprodukten.

## 3.5 STREUOBSTINITIATIVE HERSBRUCKER ALB E.V.

---

Die 1999 gegründete Streuobstinitiative Hersbrucker Alb e.V. hat über 100 Mitglieder. Um die große genetische Vielfalt der alten Obstsorten zu erhalten, wurde auf einer Fläche von 3,5 ha am Stadtrand von Hersbruck ein Obstsortengarten und Naturrefugium mit ca. 280 Apfel- und Birnensorten angelegt.

2016 griff die Streuobstinitiative Hersbrucker Alb den Gedanken „Schutz durch Nutzung“ auf und nahm, zusammen mit der Ökomodellregion Nürnberg, Nürnberger Land, Roth und dem Landkreis Nürnberger Land, die Weiterentwicklung ihres Bio-Aufpreisprojektes in Angriff. Sie stellten zunächst zwei Bio-Apfelschorlen (trüb, klar mit Bergamotte-Aroma) her, ergänzend zum vorhandenen Bio-Apfelsaft. 2020 folgten eine klare Bio-Apfelschorle mit Quittensaft und

zwei rote Schorlen (mit Holunder und mit Aronia). Neueste Kreation ist ein Bio-Cider klar mit 3 % Vol. in der 0,33-Liter-Longneck-Flasche. Alle Produkte werden überwiegend in Biomärkten der Region vermarktet. Die weiteren Rahmenbedingungen sind:

- Zahlung eines überdurchschnittlichen Preises (mind. 25 €/dt) an die Obstlieferanten mit Bio-Eigenzertifikat zum Ausgleich ihres erhöhten Aufwandes durch die Bio-Zertifizierung.
- Die 250 Hochstammbäume des Sortengartens haben nun das ertragsfähige Alter erreicht.
- Anlieferung ausschließlich von Bio-Obst. Die Bäume und Wiesen werden naturverträglich bewirtschaftet.
- Herstellung rückstandsfreier, gesunder Produkte aus der Obstsortenvielfalt mit weit über 200 Sorten aus dem Nürnberger Land und Umgebung.
- Bewirtschaftungsvorgaben: Obst von Hochstämmen, max. dreimalige Mahd im Jahr, biologische Bewirtschaftung; vorgegebener Reifegrad und Gesundheit der Früchte: (frisch, unverdorben und vollreif).
- Die Anbauflächen müssen zur Besichtigung und Entnahme von Proben (Blatt, Frucht) durch die Initiative freigegeben werden.

### **Auszahlungspreise für die Rohware**

Es werden jährlich mindestens 50 Tonnen Bio-Streuobst angenommen, wobei die Initiative ständig neue Lieferanten sucht und aufnimmt. Sie bietet allen Lieferanten die Organisation der Zertifizierung ohne zusätzliche Kosten an. Die Vereinsmitglieder und die Geschäftsführung organisieren die lokalen Annahmestellen selbständig. Die Initiative ist als gemeinnütziger Verein mit einer Tochter-UG (SIHA UG) organisiert. Die Rohware wird vollständig von dieser Gesellschaft aufgekauft und im Lohn durch Dienstleister verarbeitet. Dadurch bleibt die gesamte Wertschöpfung in der UG bzw. im Verein.

Die Streuobstinitiative bietet folgende Zusatzangebote:

- kostenlose Obstbaumschnittkurse (1,5 Tage)
- Sammelbestellung von biozugelassenen Baumpflegemitteln
- laufende Betreuung eines eigenen Sortengartens mit Vermehrung
- Vermehrung lokaler Apfel- und Birnensorten und Bereitstellung einer begrenzten Anzahl von veredelten Jungbäumen

### **Erfolgsfaktoren**

- hohe Professionalität der Geschäftsführung und sehr ausgeprägtes Fachwissen der Stakeholder
- sehr hoher Auszahlungspreis, möglich durch Vermarktung der Bio-Schorlen im Bio-Limonaden-Segment
- zuverlässige Vermarktungspartnerschaft mit regionalem Bio-Einzelhandel
- Entlastung der Erzeuger durch Übernahme der Sammelzertifizierung
- Zusatzangebote: z.B. kostenlose Schnittkurse, Sammelbestellung von biozugelassenen Baumpflegemitteln, vergünstigte Bio-Bäume (10 € pro Apfelhochstamm)
- Hochwertigkeit der Produkte angepasst an Verbraucherwünsche
- Stringenz bei der Realisierung der Vereinsidee
- erfolgreiche Kooperation mit Landkreis und Umweltgruppen, gute Zusammenarbeit mit der Verwaltung

- klares Mitwirkungskonzept mit Zertifizierung für Mitglieder
- integriertes nachhaltiges Konzept (Unterwuchspflege, Naturschutz)

## Fazit

Der gemeinnützige Verein ist mit einer Tochter-UG organisiert. Diese kauft das Mostobst der Mitglieder auf und lässt es im Dienstleistungsauftrag verarbeiten. Durch eine gewinnbringende Vermarktung u.a. über innovative Produkte wie Bio-Schorlen im Bio-Limonaden-Segment generiert die Initiative eine hohe Wertschöpfung und einen hohen Auszahlungspreis von 25 €/dt. Die Initiative verarbeitet ausschließlich bio-zertifiziertes Obst von Streuobst-Hochstämmen und kontrolliert die Qualität der Rohware auf Reifegrad und Frische. Hierfür sorgt eine professionelle Geschäftsführung, die darüber hinaus weitere Aktionen des Vereins betreut. So sind neben der Übernahme der Biozertifizierung Zusatzangebote wie Schnittkurse und vergünstigte Bäume zur Nachpflanzung sowie die Betreuung eines Obstsortenerhaltungsgartens Teil des Modells.

Die hochwertigen und innovativen Produkte abseits des bekannten Apfelsaftes ermöglichen es gezielt aktuelle Verbraucherwünsche zu befriedigen. Eine zuverlässige Partnerschaft mit dem regionalen Bio-Einzelhandel sowie eine ständige und vertrauensvolle Kooperation mit der Verwaltung und Umweltschutzgruppen bedingen den Erfolg. Über 100 Mitglieder bewirtschaften 1.200 bis 1.500 Bäume.

Der Hersbrucker Alb e.V. ist ein Best Practice-Beispiel für die Möglichkeit, mit innovativen Produkten im Bio-Bereich, die auch als Massenprodukte produzier- und vermarktbar sind, eine hohe Wertschöpfung zu erreichen.

## 3.6 HOCHSTAMM SUISSE E.V.

---

Der Verein „Hochstamm Suisse“ zielt auf einen marktorientierten, innovativen Obstanbau auf Hochstammbäumen ab, der Produzierenden, Verarbeitenden und dem Handel Zukunftsaussichten bietet und die Vielfalt in Schweizer Hochstamm-Kulturlandschaften erhält und fördert<sup>37</sup>. Dies geschieht über die Vermarktung von Hochstammobst zu fairen Preisen und Innovationen im Produktionsprozess.<sup>38</sup> Der Verein sieht derzeit eine Aufbruchsstimmung im Hochstammanbau in der Schweiz.

Das Label „Hochstamm Suisse“ zeichnet Produkte aus, die zu 100 Prozent aus Schweizer Hochstammobstgärten stammen. Es wird an Produzierende und Verarbeitende vergeben, die sich an die Qualitätsanforderungen, wie fachgerechte und regelmäßige Pflege der Bäume, Gewährleistung der Rückverfolgbarkeit, Separierung von Niederstamm-Obst, ökologischen Leistungsnachweis halten. Dies garantieren regelmäßige Kontrollen von unabhängigen Inspektionsstellen.

Verarbeitende sind zertifizierte Unternehmen, welche „Hochstamm Suisse“-Produkte für einen Markennutzer oder ein vorgelagertes Unternehmen eines Markennutzers herstellen bzw. verarbeiten. Es gelten folgende Kriterien: Rohstoffbeschaffung nur von „Hochstamm Suisse“ anerkannten Betrieben, Berücksichtigung der Natürlichkeit des Rohstoffes bei der

---

<sup>37</sup> Quelle: Vortrag Streuobsttagung 25.3.2017

<sup>38</sup> Quelle: <https://www.hochstammuisse.ch/dassindwir/>

Verarbeitung, transparenter Warenfluss und Gewährleistung der Separierung von Niederstammobst.

Über 50 zertifizierte Verarbeitende und Sammelstellen sowie Verladehandel sind Lizenznehmer des Vereins. Die Lizenznehmer bezahlen für das eingekaufte „Hochstamm Suisse“-Obst einen Aufpreis auf den jeweiligen, vom Schweizer Obstverband (SOV) festgelegten Richtpreis. Angestrebt wird ein Mehrpreis von 20 Prozent.

Markennutzer sind insgesamt elf zertifizierte und nicht-zertifizierte Organisationen, die „Hochstamm Suisse“-Produkte unter eigener oder fremder Marke vertreiben und das Vereinslogo auf dem Produkt platzieren.

Der Verein Hochstamm Suisse bietet eine Koordinationsfunktion in der Wertschöpfungskette mit folgenden Elementen:

- Marktzugang für qualitativ hochwertige Rohstoffe und Produkte aus dem Hochstammobstanbau – dank Partnerschaften mit dem Einzel-, Groß- und Fachhandel, der Gastronomie sowie Markeninhabern
- faire Preise: Der Verein realisiert einen leistungsgerechten und wertschöpfungsorientierten Aufpreis für Hochstammobst.
- Neupflanzungen: Der Verein unterstützt finanziell Neupflanzungen von Hochstammbäumen in den Betrieben von Hochstamm Suisse-Produzenten.
- Verkaufsförderung: Hochstamm Suisse fördert den Absatz von Hochstammprodukten durch Werbung am Verkaufspunkt und weitere Werbemaßnahmen.
- Breite Produzentenbasis: Der Verein vermittelt, organisiert und koordiniert qualitativ hochstehende Rohware von Schweizer Hochstammkulturen an Verarbeitende.
- Innovationen: Hochstamm Suisse initiiert Innovationen im Hochstammanbau und hilft bei der Entwicklung von Produkten.

Der Verein versteht sich als Stimme des Hochstammanbaus: Als Teil der Obstbranche und im Netzwerk unterschiedlicher Organisationen vertritt er die Anliegen des Hochstammanbaus in Fachgremien und der Politik.<sup>39</sup>

### Erfolgsfaktoren<sup>40</sup>

- über 20 Jahre Kontinuität in der Zusammenarbeit mit allen Akteuren, insbesondere mit den Landwirt\*innen.
- Stringenz bei der Umsetzung der Vereinsidee. Das offene System hat ökologische Anforderungen, ist aber nicht auf den Biosektor beschränkt. Ein klares Reglement mit Kontrollfunktionen wird angewendet.<sup>41</sup>
- Eine Geschäftsstelle mit personellen Ressourcen koordiniert die Maßnahmen.
- Durch die Zusammenarbeit mit der Handelskette „Coop“ konnten Hochstammprodukte im Massenmarkt platziert werden. Eine intensive Kommunikation und Werbung mit Preisaktionen, Zweitplatzierungen, Verkaufsförderung und Inseraten ist hier möglich
- Das Sortiment umfasst 180 „Hochstamm Suisse“ zertifizierte Produkte.

---

<sup>39</sup> Quelle: <https://www.hochstammsuisse.ch/partner/>

<sup>40</sup> Quelle: Vortrag Streuobsttagung 25.3.2017

<sup>41</sup> Quelle: Hochstamm Suisse Richtlinien

- Die Zusammenarbeit mit weiteren starken Marken ermöglicht einen Multi-Channel-Ansatz. Es werden der Einzelhandel, Gastronomie, Zulieferer und der Online-Handel bedient.
- In der Zusammenarbeit mit regionalen Organisationen und Projektinitiativen können Produkte mit „Türöffner“-Funktion für den schweizerischen Markt erprobt werden.

### Flächenwirksamkeit

„Hochstamm Suisse“ hatte 2021 über 1.350 Mitglieder, die insgesamt 205.000 Hochstamm Bäume bewirtschaften. Dies sind 8 Prozent der vom Land geförderten Hochstamm-Bäume in der Schweiz.

### Fazit

Der Verein konzentriert sich vor allem auf die Entwicklung und Platzierung der Kollektivmarke „Hochstamm Suisse“ auf allen Handelsebenen. Die Obstproduzierende sind überwiegend Landwirt\*innen. Das Mitwirkungssystem ist offen, hat ökologische Anforderungen, ist aber nicht auf den Biosektor beschränkt. Ein klares Reglement mit Kontrollfunktionen wird angewendet. Die hochwertigen Produkte werden schonend produziert und verarbeitet. Die Strategie zielt auf eine hohe Sortimentsvielfalt von Streuobstprodukten oder Produkten mit Streuobstanteil. Produktinnovationen und Premiumprodukte spielen bisher eher eine untergeordnete Rolle.

Die durch „Hochstamm Suisse“ zertifizierten Produkte erzielten im Schweizer Einzelhandel 2019 einen Umsatz von über 14,8 Mio. Franken. Dies vor allem auch durch die langjährige Partnerschaft mit Coop, wo aktuell über 180 „Hochstamm Suisse“ zertifizierte Produkte verkauft werden. Daneben werden viele Produkte auch über 123 Direktvermarkter u.a. in verschiedenen Hofläden vermarktet.

Die Kollektivmarke „Hochstamm Suisse“ ist erfolgreich und zeigt eine Vorgehensweise, deren Elemente für die Einführung eines Qualitätszeichens Streuobst Baden-Württemberg geprüft werden sollten. Auch die Diversifizierung in 180 Streuobstprodukte ist ein gutes Beispiel, um Streuobst-Rohware vielfältig zu verarbeiten und zu konsumieren und damit einen höheren Massenabsatz außerhalb der Segmente Säfte und Premiumprodukte zu schaffen. Die über 1.350 Mitglieder bewirtschaften insgesamt 205.000 Hochstamm Bäume in der Schweiz.

## 3.7 TOURISMUSREGION MOSTVIERTEL IN ÖSTERREICH

---

Das Mostviertel ist ein Landschaftsteil im südwestlichen Teil von Niederösterreich. Die Region ist geprägt von einem weitläufigen Streuobstbestand, der überwiegend von Birnbäumen um die Hofgüter oder entlang von Wegen oder Straßen charakterisiert ist. Von den über 300 verschiedenen Birnensorten der Region sind in etwa 20 bis 30 besonders gut für die Mostproduktion geeignet. Die Mostbirne eignet sich zudem auch zur Herstellung von Fruchtsäften, Edelbränden, Essig, Frizzante und hochwertigen Cuvées.

Die LEADER-Region „Tourismusverband Moststraße“ hat ein umfassendes Projekt zum Thema Kulturlandschaftsentwicklung („Kulturlandschaft II“) begonnen, das geeignete ökologische, ökonomische und sozial verträgliche Rahmenbedingungen schafft, welche die Pflege und Bewirtschaftung der traditionellen Mostviertler Kulturlandschaft durch die

Landwirt\*innen langfristig sicherstellen soll.<sup>42</sup> 2017 legte Österreich mit einer bundesweiten Streuobststrategie den Grundstein für Erhalt und Weiterentwicklung des Streuobstbaus. Über das Agrarumweltprogramm (ÖPUL) und Projektförderungen wird der Streuobstanbau finanziell unterstützt. Im künftigen Programm soll die Prämie erhöht werden.<sup>43</sup> Durch die Naturschutzfachverwaltung werden der Bestand erfasst und Naturschutzprojekte initiiert.

### **LEADER-Region Tourismusverband Moststraße**

Nach einer Evaluation der touristischen Organisationseinheiten wurde die Tourismusregion Mostviertel 1996/1997 neu aufgestellt und professionalisiert, Mittel und Personalressourcen wurden konzentriert und ein Beteiligungsmodell unter Einbindung der Wirtschaft und des Landes entwickelt. Aus 23 Tourismusverbänden und sieben Regionen entstanden sechs Tourismusdestinationen.<sup>44</sup> Die LEADER Region Tourismusverband Moststraße und die Mostviertel Tourismus GmbH sind die sich ergänzenden Institutionen. An der Mostviertel Tourismus GmbH haben das Land Niederösterreich, die sechs Tourismusdestinationen und die lokale Wirtschaft jeweils Geschäftsanteile.

Aus der Vielfalt der Aktionen werden hier einige Förderprojekte der LEADER Region Tourismusverband Moststraße dargestellt.

#### **Moststraße**

Eine 200 km lange „Moststraße“ führt als ausgeschilderte Erlebnisstraße durch den westlichen Teil des Mostviertels. Sie führt an zahlreichen Mostwirthäusern, Moststraßenheurigen und bäuerlichen „Ab-Hof“-Betrieben sowie Aussichtspunkten und Lehrpfaden vorbei, die v.a. typische Birnenmoste anbieten<sup>45</sup>. An der Moststraße liegt auch das MostBirnenHaus (siehe auch Teil D – Streuobsterlebniswelt), ein Informations- und Kompetenzzentrum mit einer multimedialen Erlebnisausstellung zum „Birnenleben“, einem Spezialitätenshop und großem Spielplatz.<sup>46</sup>

#### **Mostbarone**

2003 gründeten 20 Mostviertler Mostproduzenten, Edelbrenner, Gastronomen und Hoteliers von der Moststraße oder aus dem Pielachtal die „Mostbarone“. Sie repräsentieren die Tradition, dass der Most der Region Wohlstand gebracht hat. Der Volksmund nannte die erfolgreichen Bauern „Mostbarone“. Aktuell besteht die Gemeinschaft aus 17 Mostbaronen.<sup>47</sup> Sie haben einen Schwur abgelegt, die Kultur um den Birnenmost zu pflegen, zu fördern und weiterzuentwickeln. Mit den Mostbaronen wurde eine Qualitätsmarke (Kollektivmarke) geschaffen. Die Produkte und die Mostbarone haben ein gemeinsames Outfit. Die Gemeinschaft lebt von einer starken Vernetzung und Austausch. Events wie die Mostbarontour und die Prima Pira-Tour ergänzen die Produkte.

---

<sup>42</sup> Quelle: <https://www.naturland-noe.at/streuobstbestaende-im-mostviertel>

<sup>43</sup> Quelle: [https://www.meinbezirk.at/amstetten/c-wirtschaft/die-zukunft-der-streuobstwiese-im-mostviertel\\_a4627076](https://www.meinbezirk.at/amstetten/c-wirtschaft/die-zukunft-der-streuobstwiese-im-mostviertel_a4627076). 4. Mai 2021

<sup>44</sup> Quelle: Vortrag Mag. Andreas Purt, GF Mostviertel Tourismus im Rahmen des LIFE-Projektes „Vogelschutz in Streuobstwiesen“

<sup>45</sup> Quelle: <https://de.wikipedia.org/wiki/Mostviertel>

<sup>46</sup> Quelle: <https://moststrasse.mostviertel.at/mostbirnhaus-birnenwelt-an-der-moststrasse>

<sup>47</sup> Quelle: <https://www.mostbarone.at/>

Eines der strategischen Ziele ist die Wertsteigerung durch eine parallele Qualitäts- und Preissteigerung. Der Preis für den Birnenmost lag 2000 bei 1,80 €/Liter. Bei den Gourmetmosten konnten 2015 rund 20.000 Flaschen zum durchschnittlichen Preis von 6,90 €/Flasche verkauft werden.<sup>48</sup>

### **Erfolgsfaktoren**

- Anknüpfen an die Tradition, Landschaftsname „Mostviertel“ und Begriff „Mostbaron“, Entwicklung/Wiederbelebung einer regionalen Streuobstkultur
- Vernetzung Wirte, Heurige, Hotels, Urlaub am Bauernhof, Gemeinden, Wirtschaft, Schulen, Mobilität (Kooperationsmanagement)
- integrative Werbestrategie „Birne, Most, Kulturlandschaft national- und international“, Vernetzung mit der Niederösterreich-Werbung und Österreich-Werbung
- „Kollektivmarke“, „Moststraße & Mostviertel“ (Werbemittel, Bildsprache), Qualitäts- und Wertsteigerungsstrategie – Gourmetmoste, Innovation Most, Produktentwicklung
- Binnenmarketing: Moststraße/Mostviertel

### **Flächenwirksamkeit**

Ziel ist es, in einem Gesamtgebiet von 5.500 km<sup>2</sup> den Bestand von ca. 100.000 Birnbäumen durch eine Steigerung der Wertschöpfung und begleitende vielfältige Maßnahmen zu erhalten.

### **Fazit**

Anknüpfend an die historische Tradition der Herstellung von Birnenmosten und deren gewinnbringenden Verkauf, der in den landeskundlichen Begriffen „Mostviertel“ und „Mostbaron“ weiterlebt, wurde ab ca. 1996 eine touristische Strategie entwickelt. Diese beinhaltet Elemente der Regionalentwicklung zum Erhalt des Bestandes von ca. hunderttausend Birnbäumen. Zentrale Säule ist die teilweise aus EU-Mitteln finanzierte LEADER Region Tourismusverband Moststraße, die die Vernetzung der Akteure aus Landwirtschaft, Wirtschaft und Verwaltung vorantreibt. Eine Offensive zur Qualitätssteigerung auch mit neuen Produkten und einer parallelen Preissteigerung wurde umgesetzt und weitergeführt. Die Namen „Mostviertel“, „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. Die Tourismusregion Mostviertel in Österreich ist ein gutes Beispiel für eine Erhaltungsstrategie für Streuobst durch ein Regionalmanagement, das gut mit dem Bereich Tourismus verknüpft ist.

## **3.8 ERFOLGSFAKTOREN DER BEST PRACTICE-BEISPIELE**

---

Sechs Best Practice-Beispiele wurden im vorangegangenen Kapitel charakterisiert. Ziel der nachfolgenden Analyse ist die Ermittlung der wichtigsten Faktoren für den Erfolg dieser Streuobstprojekte bei der Umsetzung ihrer Konzepte für einen Erhalt durch Nutzung. Ergänzend erfolgt die Ableitung von Empfehlungen zur Entwicklung einer Strategie und von Maßnahmen für den Erhalt von Streuobst durch Nutzung in Baden-Württemberg.

---

<sup>48</sup> Quelle: Vortrag Mag. Andreas Purt, GF Mostviertel Tourismus im Rahmen des LIFE-Projektes „Vogelschutz in Streuobstwiesen“

Für jedes BPB wurden individuelle Erfolgsfaktoren ermittelt und bewertet. Die jeweilige Bewertung ist in den Langfassungen der Beispiele tabellarisch aufgeführt. (s. Teil F – Materialband). Im Folgenden sind die aus den individuellen Stärken aggregierten zentralen Erfolgsfaktoren dargestellt.

Allen BPB ist gemeinsam, dass als Ausgangspunkt ein schlüssiges Konzept für den Erhalt durch Nutzung auf Basis der regionalen, endogenen Potenziale und auf den Wünschen des Marktes beruhend stand. Die stringente Realisierung dieser Unternehmens- oder Vereinsidee ist ein Muss für den Erfolg der Best Practice-Beispiele. Die langfristige Umsetzungsplanung, regelmäßige Anpassungen an sich ändernde Faktoren, die kontinuierliche Präsenz am Markt und personelle Kontinuität sind dabei zusätzliche wichtige Komponenten.

Die personellen Kapazitäten sind sehr unterschiedlich ausgeprägt. Es ist selbstverständlich, dass eine gute und insbesondere professionelle Personalausstattung für eine Organisation oder eine Initiative hilfreich ist. Die Einfachheit und Klarheit der Zielsetzung und des Wirkungsgefüges kann hohe Personalressourcen kompensieren.

Die Kooperation mit Gemeinden, Umweltgruppen und weiteren regionalen Stakeholdern ist für viele 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.

Erhalt durch Nutzung bedeutet, dass Produkte oder Dienstleistungen im Zusammenhang mit Streuobst vermarktet werden. Damit kommt der Vermarktungsstrategie eine zentrale Rolle zu. Die Vermarktungsstrategie über die Kollektivmarke „Schwäbisches Wiesenobst“ beispielsweise richtet sich nicht nur an das Land Baden-Württemberg, sondern zielt auch auf den Export in die benachbarten Bundesländer ab und hat damit entsprechendes expansives Entwicklungspotential. Wiesenobst oder auch Hersbrucker Alb, ebenso wie die Streuobstinitiative in Karlsruhe verdeutlichen in diesem Zusammenhang auch, wie wichtig die Kooperation mit Handelsorganisationen als Voraussetzung für Wachstum und Marktdurchdringung ist.

Die hohe inhaltstoffliche und geschmackliche Wertigkeit der Produkte ist die Grundlage für den Erfolg der Beispiele. Die Qualität der Rohware ist für die Hochwertigkeit der Produkte eine Grundvoraussetzung, die in beinahe allen Beispielen auch mit einem höheren Preis für die Rohware entgolten. Die wissenschaftliche Begleitung des Obstanbaus wird z.B. von der Manufaktur Geiger im eigenen Betrieb und in den Verein Schwäbisches Wiesenobst eingebracht. Dieser aufwändige Weg ist mittelfristig eine weitere gute Grundlage für den Erfolg. Generell ist die Schulung und Betreuung der Obstlieferanten und Mitglieder ein Faktor für den Erfolg der BPB, der mittel- und langfristig wirkt. Hierfür müssen die notwendigen Personalressourcen und das Fachwissen vorhanden sein.

Die Manufaktur Geiger ist ein erfolgreiches Beispiel für die Platzierung von Streuobstprodukten im Premiumsegment. Für die sehr marktgängigen Produkte sieht die Manufaktur Geiger die Rohware Streuobst aus alten Sorten mit ihren Inhaltsstoffen als notwendige Grundlage. Das Marktpotential ist aufgrund der hohen Qualität noch deutlich steigerbar. Die Getränkepalette ist sehr vielfältig, das Premiumsegment ist noch nicht ausgereizt und bietet weiteren Akteuren Vermarktungspotenzial.

Der Hersbrucker Alb e.V. ist ein BPB für die Möglichkeiten, mit innovativen Bio-Produkten im Limonaden-Segment, die auch als Massenprodukte produzier- und vermarktbar sind, eine hohe Wertschöpfung zu erreichen. Es wird ein Mostobstpreis von 25€/dt ausbezahlt. Die Vorgehensweise könnte auch von weiteren Verarbeitern in Baden-Württemberg übernommen werden.

Für die Entwicklung und Herstellung von (Premium-)Produkten sind sehr gute önologische Kenntnisse notwendig. Diese können auch durch Kooperation mit guten Kellermeistern, Weinbauinstituten oder Hochschulen in die Entwicklungsprozesse eingebracht werden.

Marken- und Qualitätszeichen sowie die Diversifizierung des Produktportfolios sind eine weitere wichtige Komponente der Vermarktungsstrategie. Das Label Hochstamm Suisse z.B. ist erfolgreich und zeigt eine ausdifferenzierte Vorgehensweise, deren Elemente für die Einführung eines einheitlichen Qualitätszeichens für Streuobstprodukte in Baden-Württemberg sprechen. Die Rollen von Bewirtschaftern, Verarbeitern und Markennutzern sind definiert und „Hochstamm Suisse“ e.V. übernimmt dabei eine wichtige Koordinierungsfunktion. Die Diversifizierung von 180 Streuobstprodukten unter dem Label Hochstamm Suisse e.V. ist ein gutes Beispiel wie Streuobstrohware vielfältig verarbeitet und konsumiert werden kann. Damit ist ein höherer Massenabsatz außerhalb der Segmente Säfte und Premiumprodukte möglich.

Der Getränkesektor wird von starken Marken mit hohen Werbebudgets beherrscht. Die BPB haben mit hochwertigen Produkten und ökologischer Nachhaltigkeit sowie Regionalität als wichtige unterstützende Verkaufsargumente ihre Marktnische durch eine Innovationsstrategie (Vermarktung und Produkte) gefunden.

Beim Imagemarketing für die Produkte und Dienstleistungen spielt insbesondere die Regionalität bzw. die Region eine wichtige Rolle. Die Tourismusregion Mostviertel in Österreich ist ein gutes Beispiel für eine Erhaltungsstrategie für hunderttausend Birnbäume durch ein Imagemarketing aufbauend auf einer definierten und konsistenten Region, das durch ein zentrales Regionalmanagement gesteuert wird und 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 des Landes Niederösterreich und in die nationale Werbung für Österreich integriert. Das Thema Streuobst sollte in die Imagewerbung des Landes Baden-Württemberg aufgenommen werden.

Die Arbeit der Geschäftsstelle des schwäbischen Streuobstparadieses folgt einem ähnlichen Ansatz und stärkt die Akteure in der Region, gibt ihnen durch eine organisatorische Bündelung, gezielte Maßnahmen und Aktionen sowie die politische Unterstützung eine höhere Durchschlagskraft, etwa bei der Vermarktung von Tafelobst. Es stellt die Vorstufe des Regionalmanagements in einer Streuobstregion dar und soll entsprechend weiterentwickelt werden. Das Schwäbische Streuobstparadies wird darüber hinaus auch als touristische Destination entwickelt und geführt.

Touristische Angebote können ergänzende Schwungkraft für ein Streuobstprojekt liefern, wie im Mostviertel oder Streuobstparadies. Sie sind aber kein unbedingtes Muss. Die Durchschlagskraft im Mostviertel liegt vor allem darin begründet, dass sich die touristischen Organisationen das Thema Birnenmost zu eigen gemacht haben.

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, die Projekte in Deutschland wie Streuobstinitiative im Stadt- und Landkreis Karlsruhe, das Schwäbische Wiesenobst und die Manufaktur Geiger haben eigene ökologische Standards für Lieferanten. Diese Konzepte sind aber nicht nur die Basis für den nachhaltigen Erhalt der Bestände, sondern auch konzeptioneller Rahmen für Erhalt durch Nutzung.

Allen BPB ist ebenfalls eigen, dass sie eine Vielzahl an Mitgliedern und Partnern organisieren und für deren Interessensausgleich sorgen. Die sehr effizienten Systeme werden teilweise durch einen gewichtigen ehrenamtlichen, teilweise aber auch professionellen Beitrag unterstützt. Bei der Übertragung in andere Regionen muss der Punkt der Steigerung des Organisationsgrades der Bewirtschafter besonders beachtet werden.

### 3.9 DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE STREUOBST

Eine Wertschöpfungskette (WSK) stellt zunächst die Stufen der „Produktion“ als eine geordnete Reihung von Tätigkeiten dar. Diese Tätigkeiten schaffen Werte, es erfolgt bei jeder Tätigkeit eine Wertschöpfung. Im erweiterten und eigentlichen Sinn bilden aber die tatsächlich bzw. potenziell stattfindenden Prozesse die WSK, womit auch die Akteure der einzelnen Wertschöpfungsstufe bedeutsam sind. Die Wertschöpfungskette ist damit ein Instrument, die Prozesse und Verbindungen zwischen den verschiedenen Akteuren zur Herstellung eines Produkts bzw. einer Dienstleistung darzustellen (vgl. Abbildung 4).



Abbildung 3: Modellhafte Darstellung einer Wertschöpfungskette mit Interventionspunkten (eigene Darstellung neulandplus, 2021).

Die Darstellung einer (landwirtschaftlichen) WSK lässt sich in verschiedene Stufen unterteilen: Auf der Stufe der Vorleistungen stehen Prozesse und Akteure, die für die WSK im engeren Sinne notwendig sind. Zum Beispiel sind für die Bewirtschaftung von Streuobstwiesen Wissen, Geräte und Maschinen nötig.

Unter Bewirtschaftung fallen alle Prozesse, Leistungen und Materialien, die zur Erzeugung eines Agrarrohstoffs notwendig sind. Hierbei stehen also die vielen Bewirtschaftenden von Streuobstwiesen im Fokus, die den „Rohstoff“ Streuobst produzieren und dabei durch Nutzung die Flächen erhalten.

Die Verarbeitung der Rohstoffe erfolgt mit verschiedenen Methoden, bis daraus die Endprodukte entstehen, die Verbraucher\*innen am Ende erwerben und verzehren. Aus dem Streuobst werden in diesem Schritt z.B. Most, Saft, Schorlen, Konfitüren oder Kuchen.

Bevor die Produkte auf dem Tisch der Verbraucher\*innen landen, steht die WSK-Stufe Vermarktung. Hierbei werden die Produkte oder auch (touristische) Dienstleistungen in

unterschiedlichen Aufmachungen und über verschiedene Handelsplätze, wie z.B. im Supermarkt, online oder in der Gastronomie, dem Verbraucher zum Kauf angeboten.

Der Konsum der Produkte beinhaltet den Verzehr bzw. Gebrauch eines Produkts oder einer Dienstleistung nach der individuellen Kaufentscheidung. In Bezug auf Streuobst wird beispielsweise der Streuobst-Apfel als hochwertiger Saft konsumiert oder das Erlebnis eines geführten Blütenspaziergangs genossen.

Grundsätzlich ist es beim Aufbau von Wertschöpfungsketten wichtig, möglichst viele Stufen der WSK und der Prozesse wie auch der Akteure über ein zentrales Management zu steuern und zu professionalisieren. Je mehr WSK-Glieder in einem Management zusammengefasst sind, umso höher ist die erzielte Wertschöpfung der gesamten WSK – und damit auch für die einzelnen Akteure.

Neben den einzelnen Stufen und Akteuren der WSK können auch sogenannte Interventionspunkte dargestellt werden (vgl. Punkte in Abbildung 15). Diese Interventionspunkte sind Maßnahmen und Projekte, die dort ansetzen, wo Potenziale zur Optimierung der WSK und damit zur Steigerung der Wertschöpfung vorliegen. Somit kann die WSK regional gezielt ausgebaut bzw. diversifiziert werden, um das System ökonomisch und nachhaltig zu entwickeln. Eine ausführliche, idealtypische WSK Streuobst ist in Teil F – Materialband dargestellt.

### **Anwendung des Konzepts WSK auf die Praxisbeispiele**

Im Sinne eines präferierten Konzeptes des „Erhalts durch Nutzung“ zeigen die oben dargestellten Erfolgsfaktoren der BPB, dass der WSK Streuobst eine große Bedeutung beikommt. Zentraler Aspekt ist dabei, dass die Wertschöpfungskette nicht nur als einzelne „Produktions- oder Transformationsschritte“, sondern als Gesamtprozess angesehen wird. Die Unternehmens- und Vereinskonzepete stellen bei genauer Betrachtung Managementkonzepte zur Professionalisierung und Verlängerung der jeweiligen regionalen WSK dar.

## TEIL B: STREUOBST-STRATEGIE UND MAßNAHMENPLAN

Aus der SWOT-Analyse im Teil A – Situationsanalyse, in die Erfahrungen und Einschätzungen der Streuobst-Kompetenztragenden eingeflossen sind, ergeben sich vier Kernprobleme: die zu geringe Wirtschaftlichkeit des traditionellen Produktionssystems Streuobst mit der aufwändigen Pflege, zu wenig öffentliches Bewusstsein für Streuobst, die Folgen des Klimawandels sowie die Verfügbarkeit des Genreservoirs.

Die Analyse der Best Practice-Beispiele zeigt deren Erfolge in der Erhaltung von Streuobstbeständen durch Nutzung und damit lokale bzw. regionale Lösungsansätze für die Kernprobleme. Zentraler Aspekt ist dabei, dass die Wertschöpfungskette (WSK) Streuobst nicht nur als einzelne „Produktions- oder Transformationsschritte“, sondern als Gesamtprozess angesehen und über Managementkonzepte die Professionalisierung und Verlängerung der regionalen WSK verfolgt wird.

Aus der SWOT, der Analyse der Best Practice-Beispiele und deren Erfolgsfaktoren sowie der Frage nach der Übertragbarkeit der lokalen Lösungsansätze auf Baden-Württemberg kristallisieren sich zur Lösung der Kernprobleme folgende Strategie sowie folgende zentrale Maßnahmen heraus:



Abbildung 4: Streuobst-Strategie mit den Handlungsfeldern und zentralen Maßnahmen für die zukünftige Entwicklung des Streuobstbaus in Baden-Württemberg (Quelle: eigene Darstellung neulandplus).

Das Land Baden-Württemberg bekennt sich zu einer zukunftsfähigen Weiterentwicklung seiner Streuobsttradition und Kulturlandschaft:

### **Baden-Württemberg ist Streuobst-Land – effizient, innovativ, zukunftsfähig**

Leitbild ist eine vielfältig bewirtschaftete Streuobstlandschaft mit hoher Biodiversität und zahlreichen Ökosystemdienstleistungen, deren Rohware die Basis für innovative regionale Genussprodukte bietet. Das Produktionssystem „traditioneller Streuobstanbau“ wird effizienter und zukunftsfähig gestaltet. Die WSK Streuobst wird über verschiedene Interventionspunkte in den Bereichen Bewirtschaftung, Verarbeitung und Vermarktung gestärkt und um neue Zielgruppen wie Gastronomie, Tourismus und Gesundheit verlängert.

Die Strategie soll über fünf Handlungsfelder und ein Querschnitts-Handlungsfeld umgesetzt werden.

#### **Handlungsfeld Bewirtschaftung**

Das größte Potenzial zur Steigerung der Effizienz in der Bewirtschaftung liegt in der Kooperation der Bewirtschaftenden. Die Ansätze zur Vernetzung der Akteure werden gestärkt, z.B. in Bewirtschaftungs- oder Erzeugerorganisationen. Die Optimierung der Streuobstflächen, z.B. über Koordination bei der Unterwuchsnutzung, der Schnittgutabfuhr und weiterer Arbeitsschritte, entlastet den Einzelnen. Eine Bündelung der Anlieferung an die Keltereien und der Kontrolle des Obstes stärkt die Marktposition der Bewirtschaftenden. Das Förderinstrument FAKT ist über die Bewirtschafteterorganisation (BO) auch für die Streuobstflächen von bislang nicht antragsberechtigten Personengruppen möglich. Die bestehende Qualifizierung der Bewirtschaftenden wird vor allem auf Ebene der Auszubildenden gestärkt.

Die Bewirtschaftung der Streuobstflächen profitiert je nach Ausgangslage von einem moderaten Umbau, einer besseren Erschließung oder einem weidetiergerechten Baumschutz.

Nicht mehr bewirtschaftbare Streuobstbestände werden in ökologisch hochwertige und landschaftsprägende Kulturlandschaften mit Bäumen und artenreichen Unternutzungen umgewandelt. Die Gesamtkulisse der Streuobstlandschaft mit ihren ökologischen Funktionen bleibt damit erhalten.

#### **Handlungsfeld Verarbeitung und Vermarktung**

Das Angebot an Streuobstprodukten wird ausgeweitet: Streuobstprodukte für jede Gelegenheit, Produktinnovationen sowie Produkte mit großer Flächenwirkung („Massenprodukte“). Die Preise orientieren sich an der Werthaltigkeit der Produkte.

Das Qualitätszeichen „Streuobst Baden-Württemberg“ gibt Orientierung beim Einkauf. Die Änderung der Beschaffungsrichtlinie des Landes ermöglicht den öffentlichen Haushalten, Streuobstprodukte zu beziehen und öffnet Streuobstverarbeitenden den Marktzugang zu Veranstaltungen der öffentlichen Hand. Bestehende Aufpreis-Initiativen werden gestärkt und die Entwicklung neuer Ansätze wird unterstützt.

#### **Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit**

„Baden-Württemberg ist Streuobstland“ soll in das Imagemarketing des Landes integriert werden. Öffentliche Institutionen und Entscheidungsträger\*innen werden den

Konsumierenden ein Vorbild. Die Verknüpfung von Events, Festen, Veranstaltungen und innovativen Produkten fördert die Entwicklung einer neuen Streuobstkultur in Baden-Württemberg.

Eine Streuobsterlebniswelt repräsentiert die Bedeutung des Streuobstes für Baden-Württemberg und bietet interessierten Bürger\*innen Informationen. Streuobst ist auch ein Thema der allgemeinen Bildung und wird zur Entwicklung von Streuobstbotschafter\*innen in die berufliche Bildung der Lebensmittelbranche, von Gastronomie und Tourismus aufgenommen.

### **Handlungsfeld Forschung**

Die Forschung zum Thema Streuobst soll Fragestellungen der Praktiker\*innen aufnehmen, bearbeiten sowie die Ergebnisse schnell und praxisgerecht aufbereitet einer hohen Zahl von Akteuren bereitstellen. Es wird vorgeschlagen, die Kooperation der bisher bereits über Streuobst forschenden Institutionen und Hochschulen zu verstärken.

Die Forschungsergebnisse zu den Folgen des Klimawandels, z.B. über die vorhandenen Listen mit geeigneten Streuobstsorten differenziert nach Standorten, sollen den Bewirtschaftenden und Beratenden zur Verfügung gestellt werden.

### **Handlungsfeld Förderung**

Zur Unterstützung der Streuobstakteure und zur Umsetzung der aufgezeigten Maßnahmen soll das Land weiterhin bestehende erfolgreiche Förderprogramme umsetzen bzw. bedarfsbezogen bestehende Förderprogramme wie FAKT C1 und die Baumschnittförderung ausweiten. Weitere projektbezogene Förderprogramme werden stärker kommuniziert.

Der erfolgreiche und programmatische Ansatz „PLENUM“<sup>49</sup> mit einer Finanzierung aus der Landschaftspflegerichtlinie soll wiederbelebt und auf die kommenden Streuobstregionen Baden-Württembergs als institutionelles Förderprogramm für Regionalmanagements sowie die Projektförderung übertragen werden.

### **Querschnittshandlungsfeld Streuobstregionen**

Die Identifizierung, Abgrenzung und strukturelle Charakterisierung von Streuobstregionen in Baden-Württemberg – als Teil dieses Gutachtens – ist in Teil C beschrieben. Über die Abgrenzung von sechs Streuobstregionen können rund drei Viertel des Baumbestandes in Baden-Württemberg erfasst werden. In diesen Streuobstregionen sind nicht nur der Streuobstbestand, sondern auch die Bewirtschaftenden, Verarbeitungsunternehmen, Initiativen und interessierte Kommunen konzentriert.

Die Streuobstregionen stellen eine zentrale Umsetzungsebene der vorgeschlagenen Maßnahmen dar. Hier wird, sofern noch nicht vorhanden, ein nachhaltiges Management installiert. Das Management unterstützt, berät und initiiert praktische Maßnahmen zur Erhöhung der Qualität und Wertschöpfung der Streuobstprodukte. Die Bewirtschaftenden der Streuobstwiesen tragen durch eine gute Obstqualität zu diesem Erfolg bei und erhalten einen höheren Obstpreis. Sie werden durch Schulung/Qualifizierung gefördert. Die Entwicklung weicher Faktoren, wie z.B. touristischer Angebote, basiert auf diesen

---

<sup>49</sup> PLENUM steht für das Förderprogramm „Programm zur Erhaltung und Entwicklung von Natur und Umwelt“ des Landes Baden-Württemberg (2003-2019).

Anstrengungen und fördert diese, ist in der Schwerpunktsetzung des Managements aber nachgeordnet.

Das Management entwickelt im ersten Schritt mit den Akteuren eine individuelle regionale Entwicklungsstrategie Streuobst mit dem Fokus auf der Optimierung der Wertschöpfungskette. Für die Vermarktung, touristische Inwertsetzung sowie Entwicklung einer regionalen Streuobstkultur bieten die Streuobstregionen ähnlich den österreichischen Genussregionen oder dem Weinbau einen „Terroir-Ansatz“.

## 4.1 HANDLUNGSFELD BEWIRTSCHAFTUNG

---

In diesem Handlungsfeld werden Ansätze und Maßnahmen entwickelt, die zur Lösung des Kernproblems „zu geringe Wirtschaftlichkeit des Produktionssystems traditioneller Streuobstanbau“ beitragen. Die in der SWOT-Analyse zum Thema „Bestandssicherung und Pflege“ ermittelten Problemstellungen werden hier nochmals zusammengefasst:

Problemstellungen:

- niedriger Stand und erwarteter weiterer Rückgang der Zahl der Bewirtschaftenden
- mangelnde fachliche Kenntnisse über die Bewirtschaftung von Streuobst
- mangelnde Qualität von Streuobstpflanzungen auf Kompensationsflächen und im Ökokonto
- geringe Basis des Genreservoirs und eine für die Bestandssicherung zu geringe Verfügbarkeit des Pflanzgutes
- erwarteter, nicht kompensierbarer Rückgang an Streuobstbäumen

Folgerungen:

- aktive Streuobstbewirtschaftende organisatorisch und finanziell unterstützen
- neue Bewirtschaftende gezielt aktivieren
- Streuobstbäume fachgerecht und nachhaltig nachpflanzen

Der Erhalt traditioneller Streuobstlandschaften mit einer kleinflächigen Struktur und hoher Biodiversität gelingt über eine fachgerechte, effiziente und zukunftsfähige Bewirtschaftung. Welche Lösungen bieten sich an?

### **Vernetzung der Akteure und Steigerung des Organisationsgrades**

Eine wirksame Möglichkeit zur Steigerung der Wirtschaftlichkeit des Systems Streuobst besteht in der Entlastung der Bewirtschaftenden durch Kooperation und Zusammenarbeit untereinander sowie mit Kommunen und Landwirt\*innen auf horizontaler Ebene.

Ein Teil der Bewirtschaftenden ist bereits in Obst- und Gartenbau-, Naturschutz- sowie Fachwartvereinigungen des LOGL organisiert. Diese Zusammenschlüsse informieren ihre Mitglieder, bieten Kurse an und führen teilweise gemeinsame Baumpflegeaktionen durch. Einige halten auch gemeinsames Werkzeug, wie Leitern und Anhänger, zum Ausleihen vor. In der Regel ist aber keine gemeinsame Bewirtschaftung der privaten Flächen vorgesehen. Teilweise ist die Vernetzung der Akteure und Vereine wenig ausgeprägt. Alle bestehenden Ansätze zur Vernetzung der Akteure müssen weiterentwickelt und gestärkt werden.

Die Baumschnittförderung des Landes Baden-Württemberg setzt einen Sammelantrag von mindestens drei Privatpersonen und 100 Streuobstbäumen voraus. So werden einzelne

Bewirtschaftende und die Verwaltung entlastet. Diese Vorgehensweise initiiert und stärkt Kooperationen. Sie soll deshalb unbedingt beibehalten werden. Die Anwendung eines Förderkriteriums „höherer Organisationsgrad“ (z.B. im Mindestumfang wie bei der Baumschnittförderung) soll künftig als Voraussetzung für die Förderung oder für die Bewilligung eines höheren Fördersatzes geprüft werden.

Ein Angebot von kommunal eingerichteten Sammelplätzen für Schnittgut nahe der Streuobstflächen und die Organisation der energetischen Verwertung durch Häckseln sind für die Bewirtschaftenden eine große Erleichterung. Praxisbeispiele in zehn Kommunen zeigen, dass die energetische Wertschöpfung als sinnstiftend erlebt wird und die Bereitschaft zum Baumschnitt steigert.<sup>50</sup> Die Organisation der gemeinsamen Schnitt- und Mähgutabfuhr sowie kommunaler Häckselplätze in Streuobstgebieten soll gefördert werden.

Die Organisation der Unterwuchsnutzung über einen externen Dienstleister entlastet Bewirtschaftende. Aufgrund der kleinparzellierten Struktur der Streuobstlandschaft ist in vielen Fällen das Zusammenbringen von Flächen und Grünlandbewirtschaftenden eine wichtige Voraussetzung für die Etablierung einer nachhaltigen Grünlandnutzung. Dieser zeitaufwändige Prozess kann durch einen externen Beauftragten übernommen werden. Die Bewirtschaftung erfolgt dann über einen Landwirtschafts- oder Schäferetrieb.

Unterstützend wirken ebenfalls der Erhalt bestehender bzw. die Schaffung weiterer Annahmestellen für eine standortnahe Obstannahme. Dies gelingt durch eine Organisation der Annahme mittels einer mobilen Annahme oder durch die Bereitstellung von Ernteboxen.

### **Bewirtschafter- und Erzeugerorganisationen**

Eine weitere Steigerung des Organisationsgrades gelingt durch die Gründung neuer oder Weiterentwicklung bestehender Strukturen zu Bewirtschafterorganisationen (BO). Sie sind Zusammenschlüsse von Streuobstbewirtschaftenden, bei denen im Gegensatz zur Erzeugerorganisation (EO) die gemeinschaftliche Erzeugung und Vermarktung von Produkten nicht im Vordergrund steht. Sie unterstützen die Streuobstakteure organisatorisch, wirken vernetzend und sorgen für Wissenstransfer. Die Informationsweitergabe, z.B. über Qualifikationsangebote und Kooperation der Bewirtschaftenden wird erleichtert. BOs erzielen z.B. über den Sammelbezug von Pflanzmaterial oder Leih-Angeboten für Maschinen und Werkzeuge zur Pflege der Streuobstbestände Effizienzsteigerungen. Sie entlasten durch gemeinsame Anträge zur Baumschnittförderung oder Landschaftspflegerichtlinie (LPR). Die Initiierung der oben beschriebenen Einrichtung von kommunalen Sammelplätzen zur Entsorgung von Grüngutschnitt oder die Organisation der Unterwuchsnutzung sind ebenfalls mögliche Aufgaben der BO. Sie integrieren neue Streuobstbegeisterte und helfen bei der Grundstücksvermittlung.

Eine mögliche Ausbaustufe der BO stellt die Entwicklung eines gemeinsamen landwirtschaftlichen Betriebes nach dem Modell der „Sammelzertifizierung“ (Bio-Bereich) dar. Über eine BO, die viele kleine Flächen pachtet und den Bewirtschaftenden zur Nutzung überlässt, können bislang nicht antragsberechtigte Flächen zur landwirtschaftlichen Förderung (z.B. FAKT C1) zugelassen werden.

---

<sup>50</sup> Quelle: Regierungspräsidium Stuttgart 2014: Neue Wege für Streuobstwiesen – Praxiserfahrungen aus dem LIFE+-Projekt „Vogelschutz in Streuobstwiesen des Mittleren Albvorlandes und des Mittleren Remstales“.

Der Aufbau und die Betreuung bzw. Beratung von BOs kann durch das Management der Streuobstregionen unterstützt werden. Dabei gilt: Bestehendes erhalten und stärken, Neues auf Grundlage der Regionsanalyse entwickeln. Die Koordinationsarbeit der BOs sollte auf Ebene der Kommunen durch einen Sockelbetrag in der Höhe des Entgeltes für einen Minijob und eine „Auslagenpauschale“ gefördert werden.

Erzeugerorganisationen (EO) nehmen weiterführende koordinierende Aufgaben wahr und wirken deshalb auch stärker hinsichtlich der Professionalisierung der Wertschöpfungskette Streuobst. Durch die gemeinsame Anlieferung an Keltereien wird neben der Arbeitseffizienz die Marktposition der Bewirtschaftenden gegenüber den Keltereien gestärkt.

Eine EO liefert das Mostobst der darin organisierten Bewirtschaftenden gebündelt an Keltereien und baut dadurch Marktpositionen auf. Zur Sicherstellung des Qualitätsstandards „Streuobst“, „100 Prozent Streuobst“ oder weiterer Zertifizierungen (z.B. Bio-Zertifizierung mit Sammelzertifizierung) führen sie die Kontrolle des Obstes bzw. der Flächen durch oder organisieren die Kontrollen. Sie steigern die Effizienz und stellen größere Ressourcen als vertikale Kooperation für die Entwicklung von Innovation wie Eigenprodukte, Vermarktung und Marketing zur Verfügung. Der Zugriff auf bestehende Förderprogramme, der einzelnen Bewirtschaftenden nicht möglich ist, wird durch die Zusammenschlüsse ermöglicht (s. oben). Unterstützung erfahren EOs zum einen durch das Management der Streuobstregionen, z.B. bei der Fördermittelberatung, bei der Entwicklung und Verlängerung der Wertschöpfungsketten und bei der Kommunikation. Eine direkte Förderung der Maßnahmen ist durch die institutionelle Projektförderung der Streuobstregionen möglich. Außerdem können EOs bei entsprechender Organisation eine nach Marktstrukturgesetz anerkenungsfähige EO darstellen und entsprechend gefördert werden. Die EOs müssen über die Fördermöglichkeiten aktiv informiert sowie über das Instrument „Merkblattförderung“ deutlich stärker unterstützt werden.

### **Streuobstflächen optimieren und infrastrukturelle Hilfen**

Unter der Wahrung des Leitbildes einer traditionellen Streuobstnutzung und dem Erhalt der ökologischen Zielsetzung sind in den kleinparzellierten Streuobstlandschaften ebenfalls effizienzsteigernde Maßnahmen möglich. Es soll jeweils geprüft werden, welche Instrumente, z.B. die Flurneuordnung, genutzt werden können.

Einige effizienzsteigernde Maßnahmen wurden im LIFE+-Projekt „Vogelschutz in Streuobstwiesen“<sup>51</sup> erfolgreich erprobt. Die folgenden Maßnahmen wurden jeweils naturschutzfachlich begleitet:

- Erschließung von schwer zugänglichen Flächen durch moderaten Wegebau
- Umbau des Rasters der Streuobstbäume zur besseren Bewirtschaftung. Je nach Ausgangslage ergeben sich unterschiedliche Anforderungen, wie zum Beispiel eine Arbeitsentlastung für den Landwirt durch Umbau von bestehenden Streuobstbeständen zur Erleichterung der maschinellen Grünlandbewirtschaftung und zur besseren Belichtung der Grünlandbestände mit Reihenabständen von 12 bis 16 m. Bei der Neuanlage kann es sinnvoll sein, Sorten „quartierweise“ mit gleichem Erntezeitpunkt aufzupflanzen. Die Zahl der Fahrten für das Ernten wird dadurch reduziert.

---

<sup>51</sup> Quelle: Regierungspräsidium Stuttgart (2014): Neue Wege für Streuobstwiesen – Praxiserfahrungen aus dem LIFE+-Projekt „Vogelschutz in Streuobstwiesen des Mittleren Albvorlandes und des Mittleren Remstales“.

- infrastrukturelle Hilfen für extensiv wirtschaftende Schäfereien, die größere Streuobstflächen beweiden, durch Mobilzäune, weidetiergerechten Baumschutz oder die Förderung von Landschaftspflegeställen.

Weitere Möglichkeiten sind das Nachpflanzen mit robusten und klimaplastischen Obstsorten. Dies verhindert langfristig den Aufwand für kranke Streuobstbäume und Ausfall von Bäumen durch Absterben.

## Qualifizierung

Die fundierte Aus- und Weiterbildung von Privatpersonen sowie Mitarbeitenden in der Verwaltung ist bei der Bewirtschaftung des Streuobstes ein Schlüssel zum Erfolg. Die bestehenden qualifizierten und praxisorientierten Ausbildungsangebote sollen fortgeführt und in der Fläche gesichert werden. In der Ausbildung sollen auch streuobstspezifische ökologische Zusammenhänge und Naturschutzaspekte bei der Baumpflege vermittelt werden.

Anbieter, die in Landkreisen ohne ein bereits bestehendes Angebot ein qualifiziertes und praxisorientiertes Kursystem anbieten wollen, sollen durch eine Anschubfinanzierung für die Kursentwicklung und Organisation unterstützt werden, z.B. im Rahmen der Projektförderung in den Streuobstregionen. Des Weiteren soll besonders der Nachwuchs im Ausbilderpool der Ausbildungsanbieter durch Unterstützung der Kosten für die Weiterbildung und Zusatzqualifikation gefördert werden.

Die fachgerechte Pflege von Streuobst auf Kompensationsflächen und in Ökokontomaßnahmen bedarf unbedingt einer Zusatzqualifizierung von Planungsbüros, Kommunen und der Naturschutzfachverwaltung. Die Qualifikation muss die fachgerechte Pflanzung, Erziehung und langfristige Pflege von Streuobstbäumen, die Kalkulation der Maßnahmen und die Kriterien für eine Überprüfung der fachgerechten Umsetzung im Gelände umfassen. Eine Checkliste zur dauerhaften und fachgerechten Pflege und zur Kontrolle von Streuobstmaßnahmen auf Kompensationsflächen und im Ökokonto soll erarbeitet, vermittelt und verbindlich auch bei Altfällen eingefordert werden. Der Nachweis der Qualifizierung ist Voraussetzung für die Auftragsvergabe an die Planungsbüros.

## Akteure gezielt aktivieren

Wie in der Ausgangssituation beschrieben, besteht ein massiver Pflegerückstand auf den Streuobstflächen und ein Rückgang der Bewirtschaftenden. Vor allem für die aufwändige Baumpflege sind weitere personelle Ressourcen notwendig.

Bei kommunalen Streuobstflächen, auf Kompensations- oder Ökokontoflächen oder in ökologisch wertvollen Gebieten ohne privates Engagement kann die fachgerechte Obstbaumpflege an professionelle Pfleger beauftragt werden. Ein gutes Beispiel stellt die Pflege der Kompensationsflächen durch die Fachwartvereinigung im Zollernalbkreis<sup>52</sup> dar. Denkbar ist auch die Pflege und Nutzung von Ökokontoflächen durch Keltereien, wie zum Beispiel im Landkreis Emmendingen<sup>53</sup>. Die Qualifizierung kommunaler Bauhöfe für eine nachhaltige fachgerechte Pflege bei Neu- bzw. Nachpflanzungen von Streuobstbeständen ist in diesem Zusammenhang ebenso wichtig.

---

<sup>52</sup> Landratsamt Zollernalbkreis, Kreisfachberatung.

<sup>53</sup> Landratsamt Emmendingen, Obstbauberatung.

Landwirt\*innen sind professionelle Akteure und können auf eigenen Flächen oder als Dienstleister mit ihren Fachkenntnissen und Maschinenparks die Unternutzung auf größeren Streuobstbeständen fachgerecht bewirtschaften. Für Landwirt\*innen ist die Erhöhung der Förderung durch FAKT, die Unterstützung bei der Direktvermarktung und eine effiziente Bewirtschaftbarkeit der Bestände entscheidend.

Es gibt immer wieder neue Interessenten, die sich im Streuobst engagieren wollen, v.a. junge Familien, Ü50-Jährige oder Personen, die für Beruf oder Nebenerwerb neue Perspektiven suchen. Ein gelungenes Beispiel für eine Streuobstbörse bietet die Stadt Mössingen.<sup>54</sup> Die Lage pachtbarer Grundstücke, deren Baumbestand, der Pflegegrad und die Erreichbarkeit können auf der Webseite sehr leicht ermittelt werden. Ohne eine Betreuung weisen die Vermittlungsaktionen für Grundstücke oder Ernteüberlassungen meist keine nachhaltige Bewirtschaftung der Bestände auf. Die Startschwierigkeiten sind durch fehlendes Streuobst-Knowhow und gärtnerisches Grundwissen sehr groß. Deshalb werden viele Engagements wieder abgebrochen. Streuobstinteressierte müssen qualifiziert und begleitet werden. Dazu eignen sich die bestehenden Vereinsstrukturen oder auch BOs.

### Neu- und Nachpflanzungen

Um einen Streuobstbestand zu erhalten, müssen – bei einem angenommenen Lebensalter von durchschnittlich 50 Jahren für einen Streuobstbaum – jährlich mindestens zwei Prozent des Bestandes erfolgreich nachgepflanzt werden. Ein früherer Ausfall der Bäume wird hier nicht berücksichtigt. Für einen Bestand von einer Million Streuobstbäumen wären dies mindestens 20.000 Bäume pro Jahr.

Dies zeigt auch, dass die Verfügbarkeit des Pflanzgutes von Streuobstsorten auf starkwachsenden Unterlagen durch das Land im Blick behalten werden muss. Die Verfügbarkeit robuster, krankheitsresistenter und klimaplastischer Sorten ist zu beachten.

Das Genreservoir der Sorten soll weiterhin erforscht und in Erhaltungsgärten bewahrt werden. Der Reiserschnittgarten in Baden-Württemberg wird als wichtiger Vermehrungsort virusfreien Pflanzgutes gestärkt. Die Anlage weiterer Schnittgärten ist vor dem Hintergrund von Katastrophenereignissen zu prüfen und eine Vernetzung auf Bundesebene anzustreben.

Die Förderung von Neu- und Nachpflanzungen von Streuobst sollte an eine konzeptionelle fachliche Begleitung (z.B. Fachkundenachweis) gekoppelt werden. Standort, Auswahl des Pflanzgutes, Pflegeaufwand und Jungbaumpflege sollen Inhalte sein. Außerdem kann ein Komplettpaket mit hochstämmigem Streuobstbaum, Pfahl, Drahtrose, Drahtkorb und Bindegut für 20 € abgegeben werden. Der Zuschuss beträgt dann rund 50 Prozent. Die erfolgreiche Vorgehensweise „Pflanzaktion Streuobstbaum“ im Enzkreis<sup>55</sup> sollte ausgedehnt werden. Hier organisieren Fachberater\*innen die Baumbestellung und betreuen die Flächenbesitzenden. Das Sortenangebot der Baumschule wird geprüft. Die Baumbestellung findet im Komplettpaket statt. Der Flächenbesitzende verpflichtet sich zur Teilnahme an einem Rundmailsystem mit aktuellen Pflegehinweisen im Jahresverlauf. Zusätzlich kann ein Pflanzkurs angeboten werden. Die Erfolgsquote im Anwuchs wird regelmäßig evaluiert.

---

<sup>54</sup> Quelle: <https://www.mystueckle.de/>

<sup>55</sup> Quelle: Pflanzaktion Streuobstbaum: <https://www.enzkreis.de/Landratsamt/%C3%84mter-Dezernate/Dezernat-3-Landwirtschaft-Forsten-%C3%B6ffentliche-Ordnung/Landwirtschaftsamt/Obst-und-Gartenbau/>

## Streuobstflächen umbauen – Erprobung in Modelllandschaften

Streuobstbestände in Steillagen oder extrem kleinteilige bzw. seit Jahrzehnten ungepflegte Flächen sind oft nicht mehr rentabel bewirtschaftbar. Sie können unter Orientierung an den Zielarten der Streuobstlandschaft in ökologisch hochwertige und landschaftsprägende Kulturlandschaften mit Bäumen und artenreichen Unternutzungen umgewandelt werden. Die Wahl der neu zu pflanzenden Gehölze erfolgt in Anpassung an den Klimawandel. Die Gesamtkulisse der Streuobstlandschaft mit ihren ökologischen Funktionen bleibt damit erhalten. Grundsätzlich sind folgende Modelle der Landschaftsentwicklung denkbar:

Herausarbeiten von halboffenen Landschaften aus dichteren Gehölzbeständen, z.B. sehr alten Sukzessionsflächen aus Streuobst: Hier wird aus einem bestehenden Gehölzbestand der notwendige Bestand an großkronigen Bäumen herausgearbeitet, sodass die Ansprüche der jeweiligen Zielarten erreicht werden. In der Regel ist die Neupflanzung von Gehölzen hier nicht notwendig. Zudem kann davon ausgegangen werden, dass die vorhandenen Bäume standortangepasst sind.

Umwandlung abgängiger Streuobstbestände: Flächig abgängige Streuobstbestände ohne Perspektive einer nachhaltigen Pflege werden sukzessive durch pflegeunabhängige Laubbäume ersetzt. Hier gibt es ein weites Spektrum an Gehölzarten, die grundsätzlich in Frage kommen. Entscheidend für die Auswahl der einzelnen Baumarten sind die jeweiligen Zielarten, die Standortverhältnisse sowie die vorgesehene Unterwuchsnutzung.

Etablierung von modernen Agroforstsystemen: Der Aufbau von Agroforstsystemen, im Sinne einer Kombination von Wertholznutzung und Grünlandbewirtschaftung, kann ebenfalls eine gangbare Alternative darstellen. Laubbaumarten werden zwar geastet, dies ist aber deutlich weniger aufwändig als die Pflege von Streuobstbäumen. Ein Mindestbestand an Habitatbäumen aus dem ehemaligen Streuobst sichert ökologische Funktionen, wie z.B. Alt- und Totholz, bis der neue Baumbestand ähnliche Habitatstrukturen für die Tierarten der Streuobstwiesen bietet. Ansätze für die Weiterentwicklung einer Streuobstwiese zur modernen Agroforstfläche erprobt das LTZ.<sup>56</sup>

Ein Zielfindungsprozess mit den Grundstückseigentümer\*innen und den betroffenen Kommunen unter Einbeziehung der Fachverwaltungen ist Voraussetzung für diese Form der Landschaftsentwicklung und soll als Modellprojekt (s. Teil F – Materialband) gefördert werden. Hierdurch kann geklärt werden, welche Nutzung der Bäume und im Unterwuchs stattfindet und wer sich als neuer Akteur einbringt. Sinnvoll ist die Moderation und Planung durch ein Büro mit Erfahrung bei der Entwicklung innovativer Projekte.

## Vernetzung mit dem Handlungsfeld Förderung

Die vorgeschlagenen Maßnahmen im Handlungsfeld „Bewirtschaftung“ leisten wichtige Beiträge zur Entlastung der Bewirtschaftenden. Es wird zudem erwartet, dass die Maßnahmen im Handlungsfeld „Verarbeitung und Vermarktung“ zu einem Anstieg der Wertschöpfung führen und ein höherer Preis für die Rohware ausbezahlt wird.

---

<sup>56</sup> Quelle: Beispiel: Pilotfläche Karlsruhe: [https://ltz.landwirtschaft-bw.de/pb/site/pbs-bw-mlr/get/documents\\_E1445082952/MLR.LEL/PB5Documents/ltz\\_ka/Service/Schriftenreihen/Informationen%20f%C3%BCr%20die%20Pflanzenproduktion/IfPP%2001-2014%20Agroforst/IFPP%2001-2014%20Agroforst.pdf](https://ltz.landwirtschaft-bw.de/pb/site/pbs-bw-mlr/get/documents_E1445082952/MLR.LEL/PB5Documents/ltz_ka/Service/Schriftenreihen/Informationen%20f%C3%BCr%20die%20Pflanzenproduktion/IfPP%2001-2014%20Agroforst/IFPP%2001-2014%20Agroforst.pdf)

Landwirt\*innen sowie „Gütesbesitzer“ leisten die aufwändige Arbeit in den Streuobstflächen. Zur Erhaltung des Streuobstes ist ein jahrzehntelanger nachhaltiger Einsatz notwendig. Entlastung beim Arbeitseinsatz und Erhöhung des Preises für die Rohware müssen weiterhin durch direkte finanzielle Förderung von Baumschnitt und Unterwuchsnutzung ergänzt werden. Bei der Baumschnittförderung wird eine Erhöhung des Förderbetrags um 30 Prozent dringend empfohlen und sie soll auf weitere aktive Akteure ausgeweitet werden (Verdoppelung des Umfangs). Zusätzlich soll die Koordination der Förderanträge (=Sammeltragstellung) mit einem Pauschalbetrag gefördert werden. Die Förderung über die Maßnahme C1 im Agrarumweltprogramm FAKT soll verdoppelt und die Unterstützung des Messerbalkenschnitts mit 100 bis 150 €/ha auch auf Streuobstflächen gewährt werden.

Die Anwendung des Förderkriteriums „höherer Organisationsgrad“ soll in weiteren Förderungen als Voraussetzung für eine Unterstützung oder für die Genehmigung eines höheren Fördersatzes geprüft werden.

## 4.2 HANDLUNGSFELD: VERARBEITUNG UND VERMARKTUNG

---

Im Handlungsfeld Verarbeitung und Vermarktung werden Maßnahmen vorgestellt, die zur Lösung der Kernprobleme „zu geringe Wirtschaftlichkeit des Produktionssystems traditioneller Streuobstanbau“ und „zu wenig öffentliches Bewusstsein für Streuobst“ beitragen. Die in der SWOT-Analyse zum Thema „Verarbeitung und Vermarktung“ ermittelten Problemstellungen sind:

Problemstellungen:

- Mostobstpreis ist nicht kostendeckend
- Bedarf an Erschließung neuer Käuferschichten
- fehlende Vorbildfunktion des Landes als Nachfrager von Streuobstprodukten
- Fehlen eines einheitlichen Auftretens bei der Streuobst-Vermarktung
- Bedarf an landesweiter Öffentlichkeits- und Imagearbeit

Folgerungen:

- Wirtschaftlichkeit durch Verarbeitung zu nachfrageorientierten Produkten mit hoher Wertschöpfung und Vermarktung steigern
- Professionalisierung und Verlängerung von Wertschöpfungsketten
- Unterstützung bei der Entwicklung von Produktinnovationen, Spezialitäten und Produkten mit großer Flächenwirkung („Massenprodukte“)
- Entwicklung und Bewerbung QZ Streuobst Baden-Württemberg

Der Mangel an Wirtschaftlichkeit beruht vorrangig auf Gegebenheiten wie kleinparzellierten Strukturen, Hanglagen oder aufwändiger Baum- und Unterwuchspflege sowie Rohwarenhandling, die zu einem hohen Arbeitseinsatz führen. Zweite Ursache ist ein Defizit an nachfrageorientierten Streuobstprodukten mit hoher Wertschöpfung. Dies führt zu geringen Auszahlungspreisen für angeliefertes Streuobst-Mostobst.

Für die Problemstellungen sind die folgenden strategische Ansätze und Lösungsmöglichkeiten entwickelt worden.

## Förderung innovativer Streuobstprodukte

Um am Markt mit Streuobstprodukten eine möglichst hohe Wertschöpfung zu generieren, stehen prinzipiell zwei Ansätze zur Verfügung: Einerseits die Entwicklung innovativer, nachfrageorientierter Produkte für jede Gelegenheit. Die Bereitstellung eines diversifizierten Produktportfolios ermöglicht es Konsumierenden, Streuobst als Getränke wie z.B. Cidre, Schorlen, Aperitif oder als Lebensmittel (Trockenobst, Chutneys, Essige etc.) zu genießen. Dies setzt eine professionelle Verarbeitung und Produktentwicklung in den Keltereien und sonstigen Verarbeitungsbetrieben voraus.

Im zweiten Ansatz bedarf es Streuobstprodukten mit großer Flächenwirkung: innovative Massenprodukte mit guter Wertschöpfung. Als Best-Practice-Beispiel (BPB) ist hier ein Produkt der Streuobst-Initiative Hersbrucker Alb e.V. anzuführen, das als Bio-Schorle mit Aromazusatz in handlicher 0,33-Liter-Longneck-Flasche im Limonaden-Segment Platzierung fand und dadurch sehr hohe Wertschöpfung generiert. Auch die Unterstützung der Entwicklung von Kooperationen von bzw. mit Verarbeitern in Erzeugergilden ist ein erfolgreiches Beispiel. Diese Kooperationen wirken kostensparend bei der Produktentwicklung und führen zu dezentral hergestellten Produkten mit gleicher Rezeptur (Beispiel BIRNOH<sup>57</sup>).

Eine Unterstützung bei der Entwicklung innovativer Produkte ist dringend erforderlich. Die Förderung von Marketingkonzepten für Bio-Produkte erfolgt bereits über die Marketinggesellschaft Baden-Württemberg. Diese sollte auf Produkte mit dem Qualitätszeichen Streuobst Baden-Württemberg übertragen und ausgebaut werden.

Über den Aufbau von vertikalen Kooperationen bzw. EOs kann auch auf Unterstützung durch das Marktstrukturgesetz bei Marketingkonzepten oder Investitionsförderungen zurückgegriffen werden. Bei der Umsetzung der Streuobstregionen, z.B. über ein eigenes, institutionelles Förderprogramm, wäre auch auf dieser Basis eine Projektförderung möglich – ebenso wie über eine LEADER-Förderung. Einen wesentlichen, nicht-materiellen Beitrag in diesem Bereich kann auch ein Innovationscluster leisten.

## Empfehlungen für Streuobst-Produkte

Die hier genannten Empfehlungen für Streuobst-Produkte erfolgen auf Grundlage der Analyse des Verbraucherverhaltens. Der Trend zur Regionalität und der damit assoziierten Qualität bietet Chancen in der Streuobst-Vermarktung. Vor allem die städtische Bevölkerung mit hoher Bildung sowie umweltaffine Menschen sind eine bedeutende Zielgruppe für nachhaltige Streuobstprodukte. Assoziierte Qualitätsattribute, die von Streuobstprodukten weitgehend erfüllt werden, sollten auf dem Etikett gut sichtbar dargestellt sein. Interessierte Konsumierende benötigen außerdem leicht zugängliche Informationen über die Hintergründe des Produkts, beispielsweise über einen QR-Code oder ein Textetikett auf der Rückseite. Bei regionalen Produkten ist die Preissensibilität niedriger. Die Corona-Pandemie hat weiterhin den Trend zu Produkten mit einer hohen Wertigkeit bei vielen Kundengruppen verstärkt. Davon profitieren u.a. regionale Spezialitäten, wobei das Storytelling am Point of Sale besonders wichtig ist.

---

<sup>57</sup> Quelle: <http://www.birnoh.de/gilde.html>

Für die Streuobstvermarktung bieten die geplanten Streuobstregionen, ähnlich dem Weinbau, einen Terroir-Ansatz. Die Erfahrung zeigt, dass sich Terroir-Weine hochpreisiger vermarkten lassen. Betriebe, die bereits Terroir-Weine im Angebot haben, sind davon überzeugt, damit mehr Aufmerksamkeit bei potenziellen Kunden zu erregen und kommunizieren das Thema aktiv. Die Übertragbarkeit des Terroir-Ansatzes auf Streuobst-Produkte ist denkbar, benötigt werden dafür aber auch wahrnehmbare geschmackliche Unterschiede und bekannte Terroirs (= Streuobst-Regionen). Der Ansatz ist insbesondere geeignet für vermarktungsstarke Erzeuger, um die qualitativ hochwertigsten Produkte besser zu vermarkten.

Im Getränkebereich stellen nach wie vor moussierende Produkte wie Secco oder Cider einen starken Trend dar (BPB Manufaktur Jörg Geiger). Der Markt teilt sich hier in qualitativ hochwertige Produkte und Massenprodukte für den schnellen Konsum auf. Cider-Produkte strahlen ein jugendliches Image aus und ersetzen den etwas verstaubten „Apfelwein“. Innovative bzw. hochwertige Verpackungen befeuern dies, z.B. 0,33-l-Longneck-Flasche oder Dosen.

Die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln und -Getränken in Deutschland steigt immer weiter. 2021 gaben die Verbraucherinnen und Verbraucher rund fünf Prozent<sup>58</sup> mehr für Bio-Produkte aus als im Vorjahr. Gleichzeitig ist die Nachfrage bzw. Preisentwicklung für Bio-Streuobst seit zwei Jahren negativ, was u.a. vermehrt effizienter produziertem Bio-Obst aus Plantagenanbau geschuldet ist. Generell können Bio-Streuobstprodukte von diesem Markttrend unter Berücksichtigung der vorhergehend dargestellten Anforderungen profitieren. Auch zeigt sich in den letzten Jahren eine deutlich höhere Innovationskraft bei den Getränken im Bio-Segment, von der auch Streuobstprodukte profitieren können. Dazu zählen u.a. auch innovative fruchtsafthaltige Getränke (z.B. mit Kräuterzusätzen). Für klare Säfte ist sowohl im Bio- wie auch im konventionellen Marktsegment eine vegane Herstellung nahezu ein „Muss“.

Zur Steigerung der regionalen Identität gegenüber dem Verbraucher ist Imagebildung, auch über neue Kanäle (Social Media) essenziell und bedeutet zudem eine stärkere Unterstützung des Fach- und Einzelhandels – insbesondere auch kleinerer Unternehmen – beim Streuobstmarketing.

### **Förderung von Absatzmaßnahmen und QZ Streuobst Baden-Württemberg**

Das bestehende Qualitätszeichen des Landes Baden-Württemberg (QZBW) ist ein Qualitätsprogramm für Produkte, die nach besonderen produktspezifischen Anforderungen erzeugt und verarbeitet werden. Diese gehen über die allgemeinen gesetzlichen Anforderungen hinaus. Für die Herstellung der Produkte gibt es umfassende Kriterienkataloge als Voraussetzung für die Zeichennutzung und Teilnahme am Gemeinschaftsmarketing. Neutrale Kontrollen überprüfen diese. Um gegenüber dem Verbraucher einen nachvollziehbaren Qualitätsstandard „Streuobst“ zu generieren, ist es erforderlich, ein Qualitätszeichen Streuobst Baden-Württemberg zu entwickeln, das dem Handel und Verbrauchenden Orientierung beim Einkauf gibt. Das Qualitätszeichen soll einen

---

<sup>58</sup> Quelle: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/217918/umfrage/umsatzentwicklung-von-bio-lebensmitteln-in-deutschland/>

Standard von 100 Prozent Streuobst voraussetzen, was als deutlicher Zusatznutzen in der Vermarktung zu werten wäre.

Das Landes-Gemeinschaftsmarketing für Produkte nach dem Qualitätsprogramm „Qualitätszeichen des Landes Baden-Württemberg (QZBW)“ setzt sich aus verschiedenen Maßnahmenbereichen zusammen. Die Verkaufsförderung umfasst hierbei alle Aktivitäten mit Aktionscharakter, um das Verkaufsergebnis am Point of Sale zu verbessern. Ein eigenes Qualitätszeichen für Streuobstprodukte benötigt Handlungsempfehlungen. 100 Prozent-Streuobstprodukte weisen gegenüber anderen Produkten und Fruchtsäften per se über ihre Biodiversitäts- und weitere Ökosystemdienstleistungen eine „höhere“ Qualität auf. Entsprechend wird empfohlen, für 100 Prozent-Streuobstprodukte (= QZ BW Streuobst) einen höheren Fördersatz bei der Projektförderung und eine Bevorzugung bei den weiteren Unterstützungsmaßnahmen einzuräumen.

Eine wichtige Rolle kommt der Förderung von Investitionen in die Verarbeitung und Vermarktung naturschutzgerecht produzierter Erzeugnisse, z.B. Investitionen in bauliche Anlagen oder technische Einrichtungen zu. Für die innovative Verarbeitung bedarf es weiterhin einer Investitionsförderung (Getränke, Maschinen, auch Pilotprojekte) über die Anpassung von Förderprogrammen (z.B. LPR D2 oder Regionalbudget).

Auch für die Erstellung von Konzeptionen – wie Marktanalysen, Entwicklungsstudien, Qualitätskontrolle und -management – sollen entsprechende Fördermöglichkeiten geschaffen werden. Die Landschaftspflegerichtlinie sieht mit dem Fördertatbestand D2 die Förderung von Investitionen in die Verarbeitung und Vermarktung naturschutzgerecht produzierter Erzeugnisse vor. Allerdings ist diese Förderung auf PLENUM-Regionen begrenzt. Zur Unterstützung der Bewirtschaftenden und zur Förderung von BOs und EOs sollte die Koppelung dieses Fördertatbestandes an PLENUM-Regionen aufgehoben und explizit für Streuobstakteure bzw. in definierten Streuobstregionen geöffnet werden.

### **Beschaffungsrichtlinie**

Um dem Kernproblem „Zu wenig öffentliches Bewusstsein für Streuobst“ zu begegnen, muss u.a. das Angebot von Streuobstprodukten bei Veranstaltungen der öffentlichen Hand erleichtert werden. Zentral hierbei ist deren Nachfrage. Sie tritt als Vorbild im Konsum von Streuobstprodukten auf. Bei vielen Großveranstaltungen werden keine Streuobstprodukte angeboten, weil sie das Kriterium „preisgünstigstes Angebot“ nicht erfüllen. Landeseigene oder kommunale Kantinen schließen längerfristige Verträge mit Zulieferern, ohne bei der Ausschreibung auf das Thema Streuobst abzuheben. Durch die vertragliche Bindung werden dann vielfach keine anderen Produkte eingesetzt. Eine Änderung der Beschaffungsrichtlinie des Landes ermöglicht den Landeseinrichtungen, Streuobstprodukte zu beziehen und öffnet Streuobstverarbeitenden den Marktzugang. Die Vergaberichtlinie soll um die Kriterien „Klimafreundlichkeit“, „Regionalität“ und „Nachhaltigkeit“ erweitert werden. Mit diesen Kriterien punkten Streuobstprodukte im Vergabeverfahren und können sich als wirtschaftlichstes Angebot mit einem guten Preis-Leistungsverhältnis durchaus durchsetzen.

Auch auf Landesgartenschauen, „Pfännle on Tour“ oder dem Landwirtschaftlichen Hauptfest werden weitere Kundengruppen erreicht und sensibilisiert.

## Streuobst-Aufpreis-Initiativen stärken

Ein wichtiger Part kommt der Stärkung und Bildung neuer Aufpreis-Initiativen (BPB Streuobst-Initiative im Stadt- und Landkreis Karlsruhe e.V.) zu. Viele Aufpreisprojekte stellen bereits eine anerkennungsfähige Erzeugerorganisation dar und können nach dem Marktstrukturgesetz gefördert werden. Die Projekte müssen über die Fördermöglichkeiten aktiv informiert sowie über das Instrument „Merkblattförderung“ deutlich stärker unterstützt werden. Weitere Unterstützung sollte über eine aufbereitete Handreichung erfolgen, über die der Ansatz der „Wertschöpfungsketten“ (WSK) gut erklärt, breit gestreut und verstärkt als strategisches Instrument auf regionale Vermarktungsprojekte angewendet wird. Diese Qualifizierung kann über das Management der Streuobstregionen erfolgen.

## Streuobst als Tafelobst

Die Vermarktung von Streuobst als Tafelobst (BPB Schwäbisches Streuobstparadies e.V.) über Handel und Direktvermarktung kann die Wertschöpfung bei der Vermarktung von Streuobst deutlich steigern. Über gemeinschaftliche Vermarktungsaktionen von Streuobstbewirtschaftenden, wie Streuobstmärkte, erreicht Tafelobst den Konsumierenden, eine höhere Wertschöpfung verbleibt bei den Produzent\*innen. Die hier angeführte Beispielkalkulation geht davon aus, dass zehn oder alternativ 20 Prozent des Ertrags einer Streuobstwiese mit 20 Bäumen als Tafelobst vermarktet werden kann. Der verbleibende Rest wird als Mostobst zum Erzeugerpreis von 6 €/dt abgeliefert. Für Tafelobst werden im Beispiel (mindestens) 80 €/dt erlöst.

Tabelle 3: Beispielkalkulation zur Erlössituation bei der kombinierten Vermarktung von Most- und Tafelobst<sup>59</sup>

Grundannahmen						
20 Bäume		1,5	dt Gesamt-Erntemenge/Baum			
Erzeugerpreis Mostobst		6	€/dt			
Erzeugerpreis Tafelobst		80	€/dt			
benötigter Erlös (inkl. Pflegekosten)		20	€/dt			
Beispielkalkulation						
Erlös Mostobst	Anteil Vermarktungsmenge Tafelobst		Erlös Tafelobst-vermarktung	Erlös gesamt	benötigter Erlös	Deckungsquote benötigter Erlös
	10 %	20 %				
180 €	0 dt	0 dt	0 €	180 €	600 €	30 %
162 €	3 dt	0 dt	240 €	402 €	600 €	67 %
144 €	0 dt	6 dt	480 €	624 €	600 €	>100 %

Das Kalkulationsbeispiel zeigt, dass bei einem Vermarktungsanteil von knapp 20 Prozent der Erntemenge als Tafelobst mit einem angenommenen Erlös von 80 €/dt bereits der notwendige Erlös von rund 20 €/dt<sup>60</sup> erzielt werden könnte. Nicht berücksichtigt in der Beispielkalkulation sind fixe Kosten wie Investitionen in Erntetechnik und Arbeitszeit für die Vermarktung, da hier von einem kooperativen Vermarktungskonzept ausgegangen wird. Das

<sup>59</sup> Quelle: Eigene Darstellung neulandplus, 2022.

<sup>60</sup> Quelle: Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2020): Streuobstwiesen schützen.

oben erwähnte Praxisbeispiel zeigt, dass die Marktpreise und damit auch die Erzeugerpreise noch steigen können.

Für die professionelle Tafelobstvermarktung bedarf es eines regionsbezogenen Konzepts mit den Bausteinen:

Planung:

- Ansprache und Zusammenschluss von Erzeugern
- Auswahl der Sorten, gesicherte Sortenbestimmung
- Vertragsabschluss mit Erzeugern
- Ausarbeitung einer Vermarktungsstrategie
- Organisation der Infrastruktur, Annahmestellen
- Technik/Logistik für Ernte, Sortierung, Verpackung, Lagerung, Warenabgabe
- Schulung der Erntehelfer bezüglich Qualitätskriterien
- professionelle Ansprache der anvisierten Handelspartner
- frühzeitige Kontaktaufnahme mit dem Handel, Vorlaufzeit
- Klärung Lieferzeiten, Mengen, Verpackung

Umsetzung:

- professionelles Vorgehen bezüglich Qualitäten und Handelsabläufen
- Kostenrechnung und Finanzmanagement
- Unterstützung der Vermarktung im LEH durch (ehrenamtliche) Streuobstwiesen-Besitzer
- durch Verkostung alte Sorten bekannt machen
- wichtigster Erfolgsfaktor: OBSTQUALITÄT!

Vermarktungswege:

- Direktvermarktung ab Hof
- Marktstände bei (Streuobst-)Erntefesten,
- Erzeuger-Märkte
- Vermarktung als Streckenlieferant an kleinere Einzelhandelsgeschäfte im Umfeld
- Vermarktung als Streckenlieferant oder Erzeugerorganisation an Supermärkte (z.B. selbständige LEHs) und Großhandel

Tafelobstprojekte können über die oben aufgeführten Programme gefördert und sollten nach Implementierung über das Management der Streuobstregionen unterstützt und koordiniert werden.

Ergänzend kann über Entwicklungsprojekte zu geeigneten Apfel- oder Birnen-Sorten die Erschließung neuer Produktsegmente mit sortenreinen Säften und Bränden mit hoher Wertschöpfung ermöglicht werden. Dies gilt ebenso für „neue“ Obst-Arten (z.B. Walnuss). Sie bergen große Chancen bei der Vermarktung. Zur Stärkung der Eigenvermarktung werden Kleinproduzent\*innen und Eigennutzer\*innen in Seminaren zur Tafelobstvermarktung und zur Herstellung hochwertiger und schmackhafter Produkte weitergebildet. Hier ist bereits vorhandenes Interesse, auch jüngerer Akteure, bei Mostseminaren festzustellen.

### **Merkblattförderung**

Das Land unterstützt mit diesem Programm die Vermarktung von Produkten aus 100 Prozent Streuobst. Der Umfang der Merkblattförderung schwankt über die Jahre zwischen rund

35.000 und knapp 47.000 € und zwischen 19 und 24 Antragstellenden<sup>61</sup>. Der Förderbetrag je Aufpreisinitiative liegt dabei zwischen rund 1.500 und knapp 2.000 €.

Aufpreisinitiativen sollen über das Instrument „Merkblattförderung“ deutlich stärker unterstützt werden. Die Unterstützung soll sich dabei nicht nur auf höhere Förderbeträge (Grund- und Flächenförderung) beschränken, sondern soll auch berücksichtigen, dass möglichst viele „100 Prozent-Streuobst-Akteure“ an der Fördermaßnahme teilnehmen. Dazu sollte zum einen das erreichbare Einzel-Budget pro Initiative angepasst und die Antragsstellung vereinfacht werden. Andererseits ist eine verstärkte Bewerbung der Maßnahme bei den potenziellen Antragstellern wichtig.

## **Brennereiwesen**

Im Bereich der Obstbrände eröffnet die Deklaration als „Spirituose“ Vorteile. Produktinnovationen unter Verwendung von Aromen und Fruchtzusätzen machen neugierig und führen gezielt neue Verbraucher an die Kategorie Obstbrand heran. Ein weiteres boomendes Marktsegment stellen hochwertige, gegebenenfalls auch sortenreine, Streuobst-Destillate dar. Innovative Vermarktungskonzepte helfen bei der Gewinnung neuer Zielgruppen, z.B. virtuelle Verkostungen. Es können im Bereich Destillate also zwei erfolgversprechende Schienen verfolgt werden: sortenreine Streuobst-Destillate von hoher Qualität sowie Produkte in Richtung Spirituosen/Portwein (max. 20 % Vol.).

Um die Gruppe der Stoffbesitzenden als wichtige Verwertende und Bewahrende der Streuobstlandschaft zu stärken, ist eine Änderung des Satzes 100 in der Dienstvorschrift Abfindungsbrennen notwendig. Dieser gibt vor, dass das Material jedes Stoffbesitzers getrennt gelagert und abgetrieben werden muss. Da viele Stoffbesitzende geringe Mengen an sortenreinen Früchten ernten, soll ein gemeinsames Einmaischen mehrerer Stoffbesitzenden ermöglicht werden. Dadurch reduziert sich einerseits der finanzielle Aufwand, z.B. für die Anschaffung von Fässern, die Effizienz wird gesteigert. Andererseits verbessern sich bei größerer Einmischmenge die Vergär- und Verarbeitungsmöglichkeiten und damit die Qualität des Destillats. Zudem wird eine Gleichstellung der Stoffbesitzenden zu Mitgliedern von Winzervereinigungen erreicht (vgl. Satz 103 DV Abfindungsbrennen). Voraussetzung sind flächendeckende Informationsangebote für Stoffbesitzende und Einmischkurse in den Streuobstregionen.

## **Vernetzung mit Handlungsfeld Förderung**

Die Unterstützung bei der Entwicklung innovativer Produkte kann über den Aufbau von vertikalen Kooperationen bzw. Erzeugerorganisationen durch das Marktstrukturgesetz (vgl. insbesondere den Teil „Richtlinie Öko- oder Regionalvermarktung“) erfolgen. Ebenso können in diesem Rahmen der Aufwand zur Gründung oder die Investitionen von angeschlossenen Verarbeitungsunternehmen, z.B. in Abfüllanlagen, gefördert werden.

Bei der Umsetzung der Streuobstregionen ist die Schaffung eines institutionellen Projektförderprogramms zur Anteilsfinanzierung (s. oben) ein wichtiger Baustein im Bereich Verarbeitung und Vermarktung – ebenso wie bestehende Unterstützungsoptionen über die Landschaftspflegerichtlinie oder eine LEADER-Förderung. Einen wesentlichen, nicht-materiellen Beitrag in diesem Bereich kann auch ein Innovationscluster (s. unten) leisten.

---

<sup>61</sup> Quelle: Ministerium für Ernährung, Ländlichen Raum und Verbraucherschutz, 2021

Tafelobstprojekte können über die oben aufgeführten Programme gefördert und sollten nach Implementierung über das Management der Streuobstregionen koordiniert werden.

Die Streuobstakteure müssen über die Fördermöglichkeiten aktiv informiert sowie über das Instrument „Merkblattförderung“ deutlich stärker unterstützt werden. Weitere Unterstützung erfolgt über eine aufbereitete Handreichung, über die der Ansatz der „Wertschöpfungsketten“ (WSK) gut erklärt, breit gestreut und verstärkt als strategisches Instrument auf regionale Vermarktungsprojekte angewendet wird. Diese Qualifizierung kann über das Management der Streuobstregionen erfolgen.

### **4.3 HANDLUNGSFELD ÖFFENTLICHKEITSARBEIT**

---

Im Handlungsfeld Öffentlichkeit werden Ansätze und Maßnahmen entwickelt, die zur Lösung des Kernproblems „zu wenig öffentliches Bewusstsein für Streuobst“ beitragen. Die in der SWOT-Analyse ermittelten Problemstellungen werden hier nochmals zusammengefasst:

Problemstellungen:

- Bedarf an der Erschließung neuer Käuferschichten

Folgerungen:

- Selbstverständnis „Baden-Württemberg ist Streuobstland“ entwickeln und umsetzen
- Streuobstkultur entwickeln: Feste, Events, Akteure und Streuobstprodukte ins Rampenlicht
- Schaffung einer Streuobst-Erlebniswelt als Ausdruck des Selbstverständnisses

#### **Strategiebeschluss „Baden-Württemberg ist Streuobstland“**

Mit der strategischen Ausrichtung „Baden-Württemberg ist Streuobstland“ und der damit verbundenen Öffentlichkeitsarbeit bekennt sich das Land noch stärker zu seinen Streuobstbeständen und deren vielfältigen Funktionen für Biodiversität, Naherholung, Tourismus und Gesundheit sowie zu den Produkten. Zudem kommt so die Wertschätzung für die oft ehrenamtlichen Akteure, Institutionen und Vereine in der Praxis zum Ausdruck. Die Streuobstprodukte in Baden-Württemberg rücken stärker in den Fokus von Konsumierenden. Dies bietet die Chance, mehr Wertschöpfung für Bewirtschaftende zu erzeugen.

#### **Imagekampagne und Vorbildfunktion**

Eine Imagekampagne „Baden-Württemberg ist Streuobstland“ durch das Land soll Landschaft, Menschen und ihre Produkte als zentrale Maßnahme im Bereich Öffentlichkeitsarbeit in den Fokus rücken. Neben der Landschaft sind v.a. auch die Bewirtschaftenden sowie die Produkte Repräsentanten fürs Streuobst. Damit geht auch der Transport der Botschaft „Erhalt durch Nutzung“ einher. Der Schwerpunkt der Imagekampagne liegt im Binnenmarketing Baden-Württembergs, wirkt aber auch über die Grenzen hinweg. Sie umfasst daher folgende grundlegende Ziele:

- den Begriff „Streuobst“ als kulturelle Identität Baden-Württembergs bekannter machen
- den Handlungszusammenhang von „Erhalt durch Nutzung“ über eine Kaufentscheidung für Streuobstprodukte herstellen

- die Vielfalt der Streuobstprodukte als Genussprodukte aus dem Land Baden-Württemberg darstellen, um damit die Produktvermarktung der Verarbeiter und Produzenten zu stärken
- die Wirkungen für Biodiversität, Gesundheit, Naherholung und Tourismus darstellen
- Streuobst wird in Verbindung von „Wertigkeit“, „Genuss“, „Erlebnis“ und „Heimat“ kommuniziert
- das Potenzial von Streuobst für die Eigenversorgung verdeutlichen
- Bewerbung des QZ Streuobst Baden-Württemberg

Nachfolgende Voraussetzungen sind im Rahmen der Imagekampagne von Landesseite umzusetzen, um diese Ziele zu erreichen:

### Vorbildfunktion

Personen mit hoher Identifikationswirkung wie Entscheidungsträger\*innen, Sportler\*innen etc. präsentieren sich als Vorbilder beim Genuss von Streuobstprodukten oder der Erholung in Streuobstlandschaften. Ministerpräsident, Minister\*innen, Landrät\*innen sowie Führungspersonen werden ihrer Vorbildfunktion gerecht und genießen bei öffentlichen Auftritten Streuobstprodukte aus ihrer Heimat, für die sie Verantwortung übernommen haben. Durch die bereits vorgestellten Änderungen der Beschaffungsrichtlinie im Handlungsfeld Verarbeitung und Vermarktung erlangen Genussprodukte aus Streuobst bei öffentlichen Veranstaltungen und in Kantinen eine höhere Nachfrage.

### Landesweites Tourismusmarketing

Integration der Inhalte ins landesweite Tourismusmarketing, Erweiterung Tourismusstrategie 2025: Die Entwicklung der Streuobstregionen als typische regionale Gegenden mit eigenen Produkten und landschaftlichen Besonderheiten bietet Chancen im Tourismus- und Standortmarketing und wirkt identitätsstiftend.



Abbildung 5: Auszug aus den Themen und Produktmarken auf Landesebene der Tourismusstrategie 2025 Baden-Württemberg.

In die Tourismusstrategie<sup>62</sup> des Landes sollte eine eigene Produktmarke „Streuobst“ unter dem Thema „Genuss“, vergleichbar dem Weinbau, integriert werden (s. Abbildung 5). Über den Genuss und Kauf von Streuobstprodukten ergibt sich wiederum der Erhalt durch Nutzung. Die neue Produktmarke wirkt aber auch positiv auf ein attraktives Landschaftsbild und das Kulturerbe in den Themen „Natur“ sowie „Kultur“ und sollte dort deshalb ebenfalls mit passenden Angeboten bespielt werden.

Ein Beispiel, wie das Themenfeld Streuobst touristisch in den Fokus gesetzt wird, bieten die Tourismusregion Mostviertel in Niederösterreich und die Hochstammlandschaften der Schweiz. Indem Gäste, aber auch interessierte Einheimische, mit den Themen rund um die Streuobstwiese in Berührung kommen, entsteht ein Erlebnis, das durch den Genuss der Streuobstprodukte abgerundet wird. Tourismus und Naherholung stellen somit auch ein Potenzial für die Gewinnung neuer Akteure und Konsumentengruppen dar. Streuobstprodukte und -erlebnisse dienen als Einstieg in das Thema und führen im besten Fall zu einem Wandel von Bürger\*innen über Verbraucher\*innen hin zu Bewirtschaftenden.

Die gezielte Einbindung von Streuobstprodukten und -dienstleistungen in regionale Tourismusangebote trägt zur Begeisterung für den Produktkauf bei. Dies gelingt u.a. durch eine Vernetzung von Anbieter\*innen und Beauftragten im kommunalen bzw. regionalen Tourismus- und Marketingmanagement. Entwickeln diese Akteure gemeinsam Streuobst-Angebote, die auf die Anforderungen der Ziel- und Gästegruppen zutreffen, entstehen Synergieeffekte. Alle Beteiligten spielen ihre Stärke aus: Tourismus- und Marketingbeauftragte binden Streuobst-Angebote in ihre Arbeit ein und übernehmen Organisationsaufgaben; Streuobstakteure konzentrieren sich auf die Entwicklung und Professionalisierung ihrer Angebote. Eine wichtige Maßnahme zur Unterstützung von staatlicher Seite ist hierbei auch die Schaffung der Anbindung an den ÖPNV bei der Planung von Angeboten und Freizeiteinrichtungen.

Streuobst bietet eine große Bandbreite an Themen: von den Beständen, über die Bewirtschaftenden bis hin zu den Produkten. Diese Bandbreite gilt es gezielt in der landeseigenen Pressearbeit zu nutzen und die „Geschichten“ hinter Streuobst zu kommunizieren. Die Streuobstregionen könnten hierzu passende Themen identifizieren und gezielt angefragt sowie z.B. in eine regelmäßige (z.B. monatliche) Platzierung von Streuobstthemen in der landesweiten Pressearbeit einbezogen werden.

Streuobst-Erlebnisswelten können als Symbol des Selbstverständnisses sowie als Marketinginstrument des Landes verstanden werden.

Die Marketing Gesellschaft Baden-Württemberg (MBW) sollte das Thema Streuobst gezielt in ihren weiteren Aktivitäten verstärken: Unter dem Motto „Schmeck den Süden. Baden-Württemberg“ werden gemeinschaftliche Aktionen zur Absatzförderung von Agrarerzeugnissen und Lebensmitteln aus Baden-Württemberg umgesetzt. Hier gilt es die bisherigen Maßnahmen für Streuobstprodukte fortzuführen und auszubauen.

---

<sup>62</sup> Quelle: STRATEGIE 2025 BADEN-WÜRTTEMBERG – Wir sind Süden.

## **Streuobstkultur und -Events**

Kulturelle Identität bezeichnet ein Zugehörigkeitsgefühl, das Sicherheits-, Geborgenheits- und Heimatgefühle vermittelt. Eine Vielfalt unterschiedlicher kultureller Ausprägungen ist Quelle für Austausch, Erneuerung und Kreativität.<sup>63</sup> Die Entwicklung einer (neuen) Streuobstkultur in Baden-Württemberg stellt im Zusammenhang mit diesem Handlungsfeld ein Querschnittsziel dar. Die Entwicklung eines Zugehörigkeitsgefühls bietet einen identitätsstiftenden Rahmen für den nachhaltigen Erhalt von Streuobst. Eine wichtige Rolle in der öffentlichen Wahrnehmung spielen dabei die Streuobstregionen mit ihren jeweiligen kulturellen Besonderheiten. Diese kommen beispielweise durch Feste und Events zum Ausdruck. Über eine Initiativeförderung für Streuobst-Events und Veranstaltungen werden die Akteure ins Rampenlicht gestellt und der Erhalt durch Nutzung über die Produktvermarktung unterstützt.

Die bewusste Nutzung der regionalen Besonderheiten der Streuobstlandschaft bietet hierbei weitere Chancen zur Inwertsetzung und für die Öffentlichkeitsarbeit. Die Vermarktung als Erlebnisfaktor für Gäste und Einheimische geschieht neben öffentlichkeitswirksamen Veranstaltungen wie Apfel- oder Blütenfeste und Streuobstmärkten auch über Themen-, Wander- und Radwege zur Selbsterkundung. Wie dies vorbildhaft bereits gelingt, zeigt das Schwäbische Streuobstparadies e.V. Die Bündelung verschiedener Akteure zur Entwicklung hochwertiger Angebote spielt dort die entscheidende Rolle.

Bestehende oder neue Ansätze zur Streuobstkultur sollten deshalb nachhaltig unterstützt und gefördert werden. Dies gelingt vor allem durch die oben beschriebene Vernetzung von Anbietern und Beauftragten im kommunalen bzw. regionalen Tourismus- und Marketingmanagement.

Mit dem Streuobstpreis zeichnet das Land Bürgerinnen und Bürger, Kommunen und Unternehmen aus, die sich vorbildlich für die baden-württembergischen Streuobstwiesen einsetzen. Der Preis trägt zur Bekanntmachung des Themenfelds bei und bietet Identifikationspunkte. Eine Fortführung der Auszeichnung unter Prüfung der thematischen Schwerpunktsetzung analog zur Landesstrategie ist anzustreben.

## **Streuobst-Erlebniswelt**

Die Streuobst-Erlebniswelt repräsentiert in Form, Gestaltung und Kommunikation die baden-württembergische Streuobstwelt und ist eingebunden in das Corporate Design „Streuobst“. Insbesondere eine mobile Streuobst-Erlebniswelt erzielt durch eine „Bespielung“ mit regionalen Akteuren und Produkten vor Ort sowie durch Positionierung bei regionalen touristischen „Streuobst-Angeboten“ eine Wirkung in der Identitätsbildung. Lokale Streuobstakteure begeistern interessierte Bürgerinnen und Bürger für Produkte und Bewirtschaftung und schaffen somit Motivation. Beteiligungsorientierte Entwicklung und Betrieb der Streuobst-Erlebniswelt mit den zentralen Akteuren und Verbänden sorgen für gegenseitige Akzeptanz.

Die Streuobst-Erlebniswelt begleitet die Themenlinie Streuobst im Tourismusmarketing des Landes über lokale Veranstaltungen sowie digitale Zusatzangebote. Die mobile Erlebniswelt

---

<sup>63</sup> Quelle: Assmann, J. (2013): Kollektives Gedächtnis und kulturelle Identität. Heidelberg: Propylaeum.

kombiniert eine flexible Ausgestaltung mit großem Aktivierungspotenzial der Akteure in den Streuobstregionen. Sie unterstützt damit auch die Entwicklung einer Streuobstkultur.

### **Streuobstbotschafter\*innen**

Zur Identitätsbildung gehören heimische Speisen und Getränke. Gastronomie und Handel tragen zur Vermittlung von Qualität und Geschmack bei. Zur Befähigung und Motivation bei der Einbindung von Streuobstprodukten ins Speise- bzw. Produktangebot ist allerdings auch fundiertes Wissen im Bereich Streuobst nötig. Ein Ansatzpunkt im Bereich Gastronomie ist hierbei die Ausbildung. Spezielle Schulungsinhalte bei der Bildung von Nachwuchskräften im Bereich Kochen, Sensorik und Produktkommunikation heimischer Lebensmittel unterstützen den Einsatz von Streuobstprodukten. Kommunikationsmaterialien helfen außerdem mit Storytelling-Ansätzen, Servicekräften und Verkaufspersonal im Einzelhandel bei der Vermarktung von Streuobstgerichten und -produkten an die Kund\*innen. Die Erstellung der Materialien ist im Rahmen der Kommunikationskampagne zu unterstützen.

Die Vermittlung von Streuobstinhalten an Kinder und Jugendliche geschieht bereits erfolgreich, z.B. über das Netzwerk „Streuobst-Pädagogen e.V.“, allerdings nicht flächendeckend. Eine hohe Nachfrage nach dieser anerkannten Ausbildung ist vorhanden.<sup>64</sup> Diese Fachkräfte gilt es durch eine dauerhafte Finanzierung zu stützen und gezielt möglichst flächendeckend an Schulen und Kindergärten einzusetzen. Die Streuobstregionen können mit ihren Regionalmanagements organisatorische Hilfestellungen übernehmen und einen strukturierten Projektablauf gewährleisten. Zu den Aufgaben zählen dabei: Öffentlichkeitsarbeit (z.B. Pressetermine mit Landkreis-Vertreter\*innen und Sponsoren; Ausschreibung Angebot); Verwaltungsaufgaben (Anmeldungen verwalten, Zusagen versenden etc.); Kontaktpflege zu Schulämtern; Verwaltung der Fördermittel. Die Landkreise könnten den Eigenanteil finanzieren und bei der Suche nach regionalen Sponsoren unterstützen.

In den institutionalisierten Bildungssystemen fehlen Schulungsinhalte sowie Aus- und Weiterbildungsangebote zum Themenbereich Streuobst. Eine stärkere Vernetzung der Akteure im Bildungsbereich wird vorgeschlagen und geschieht beispielsweise über gezielte Austauschtreffen zwischen Lehrenden und Streuobstakteuren. Dies ermöglicht es, direkt voneinander zu lernen und Lehrkräfte für die Einbindung von Streuobstthemen in den Unterricht zu gewinnen. Auch die gemeinsame Erarbeitung von angepassten Schulungsmaterialien trägt zur leichteren Umsetzung im Lehralltag bei. Vorbilder sind z.B. Lehrerhandreichungen im Projekt „Landwirtschaft macht Schule“.<sup>65</sup>

So geben die genannten Personengruppen durch Fachwissen und Begeisterung für Landschaft und Produkte die Bedeutung der Streuobstwiesen weiter und sind als Streuobstbotschafter\*innen Multiplikator\*innen.

### **Landesweite Vermarktungsinitiative**

Teil des Auftrags der vorliegenden Studie war die Prüfung, ob und wie eine landesweite Vermarktungsinitiative zum Erhalt von Streuobst beiträgt. Grundlage für die Konzeptionierung bilden einerseits die Analyseergebnisse zur Ausgangslage, Situation, SWOT

---

<sup>64</sup> Quelle: Experteninterviews und Workshops im Rahmen dieser Studie.

<sup>65</sup> Quelle: <https://www.lob-bw.de/lehrkraefte/lehrerhandreichungen-kooperationsprojekt-ph-ludwigsburg-und-alh-kupferzell.html>

und Ergebnisse aus dem Beteiligungsprozess. Weiterhin erfolgte die Analyse bestehender Vermarktungsinitiativen auf einer übergeordneten räumlichen Ebene. Die Ergebnisse der Analyse finden sich Anhang, die zentralen Ergebnisse sind im Folgenden noch einmal zusammenfassend dargestellt, aber bereits in den strategischen Rahmen des Handlungsfeldes Öffentlichkeitsarbeit integriert.

Der Vergleich der vier vorgestellten Vermarktungsinitiativen (Gutes aus Hessen, Terroir-Ansatz, Hochstamm Suisse und Genussregionen Österreich) macht deutlich, dass sich alle vier Beispiele in wesentlichen Ausgestaltungsformen (Art der Vermarktungsinitiative, organisatorische Struktur, Finanzierung etc.) unterscheiden. Zentrale Schlussfolgerungen sind jedoch, dass das Attribut „regional“ zwar momentan auf unterschiedliche Gebietszuschnitte (Bundesland, geographische Einheit) angewendet wird, über eine Definition „Baden-Württemberg“ als Regionsbestimmung aber besser nutzbar wäre. Die Genussregionen in Österreich integrieren eine ganzheitliche Regionalentwicklung in die Vermarktungsinitiative, das Terroir-Konzept aus dem Weinbau weist die unklarsten Bedingungen auf, lässt den Anwendern aber auch entsprechenden Spielraum bei der individuellen Nutzung.

Für die Übertragung auf Baden-Württemberg erscheinen die folgenden Lösungsansätze und Grundideen strategisch als erfolversprechend. Dem Land kommt hierbei, wie oben dargestellt, vor allem die zentrale, begleitende Aufgabe zu, die unterstützenden Rahmenbedingungen zu schaffen. Dies war auch Konsens in allen Beteiligungsverfahren dieser Studie und gilt v.a. für das Marketing und die Schaffung klarer Vorgaben.

Aufgrund einer Kombination der teilweise bereits vorhandenen Maßnahmen und Ansätze mit den Erfolgsfaktoren der analysierten Vermarktungsinitiativen wird klar für die Entwicklung der Streuobstregionen nach österreichischem Vorbild mit einer regionalen Organisation aus Stakeholdern und Erzeugerorganisationen plädiert. Die Platzierung der Streuobstregionen durch MBW und Tourismusmarketing, die Entwicklung von Herkunftszeichen für Streuobst-Produkte (Kombination aus QZ Streuobst, Genussregion und Terroir-Ansatz) sowie die Unterstützung der Erzeugenden bzw. Vermarktenden über die Beratung hinsichtlich passender regionaler Massen- und Qualitätsprodukte („Streuobstprodukte für jede Gelegenheit“) wird als zielführend angesehen.

### **Vernetzung mit dem Handlungsfeld Förderung**

Die übergeordnete Imagekampagne auf Landesebene sollte ebenso über die Finanzierung des Standort- bzw. Tourismusmarketings erfolgen wie die Bereitstellung begleitender Qualifizierungsmaterialien. Die Umsetzung der Öffentlichkeitsarbeit soll auf regionaler Ebene über die Streuobstregionen mit den Managementstrukturen organisiert werden. Einzelne lokale Maßnahmen, wie die Initiativförderung zur Entwicklung von Events, Bildungsk Kooperationen oder Qualifizierungsmaßnahmen, sollen über eine institutionelle Projektförderung in den Streuobstregionen realisiert werden. Eine starke Zusammenarbeit mit der örtlichen Verwaltung in Presse- und Tourismus- bzw. Marketingarbeit ist zu betonen.

## **4.4 HANDLUNGSFELD FORSCHUNG**

---

Das Handlungsfeld Forschung zeigt Ansätze und Maßnahmen auf, die zur praxisnahen Lösung von mehreren Aspekten der Kernprobleme beitragen, insbesondere zur Abmilderung

der Folgen des Klimawandels. Die Problemstellungen, die in der SWOT-Analyse zum Thema „Bestandssicherung und Pflege“ ermittelt wurden, zeigen Einzelaspekte des Kernproblems auf und seien deshalb für Querleser an dieser Stelle nochmals wiedergegeben:

Problemstellung:

- fehlende Abstimmung und Koordination der Forschung zum Thema Streuobst sowie Wissenstransfer aus der Forschung zu den Streuobstbewirtschaftenden
- Folgen des Klimawandels

Folgerungen:

- verstärkte Zusammenarbeit zwischen Hochschulen und weiteren Forschungseinrichtungen sowie Landesanstalten
- Erhalt des Genreservoirs und der Biodiversität
- Identifikation robuster Sorten
- Forschung intensivieren, Forschende vernetzen

Der Erhalt traditioneller Streuobstlandschaften mit hoher Biodiversität gelingt maßgeblich durch eine zukunftsfähige Transformation der Bestände und fachgerechte Bewirtschaftung. Forschung und Wissenstransfer in die Praxis tragen hierzu bei.

### **Fragestellungen der Praktiker\*innen aufnehmen**

Streuobst als Landschaft und Produktionsgrundlage ist laufenden Veränderungen ausgesetzt. Für eine zukunftsgerechte Ausgestaltung des Anbausystems ist deshalb die Erforschung folgender Themenschwerpunkte entscheidend. Es wird eine Sammlung von Fragestellungen aufgeführt, die die beteiligten Streuobstakteure aus der Praxis in dieser Studie wiederholt angaben.

Die Ermittlung der Streuobstwiesen mit Blick auf deren naturschutzfachliche Qualität ist weitergehend zu untersuchen. Um den Änderungen im Klimageschehen adäquat zu begegnen, fordern Praktiker\*innen die Untersuchung robuster Sorten sowie alternativer Baumarten („Klimawandelbäume“). Eine wissenschaftliche Begleitung verschiedener „Schulen“ und Techniken des Baumschnitts ist ebenso anzustreben wie die Untersuchung zukunftsfähiger Verwertungsmöglichkeiten. Hierbei gilt es, Ansätze der Bioökonomie, sortenreine Produkte, optimierte Grünlandverwertung, Gesundheitswirkungen sowie alternative Produkte im Eigenverbrauch und dessen generelle Bedeutung zu überprüfen. Alternative Anbausysteme als Ergänzung oder Ersatz für Streuobstbestände, z.B. Agroforst, auch innovative Beweidungssysteme oder maschinell bewirtschaftbare Alternativen bieten Potenzial für optimierte Streuobstsysteme. Die Prüfung administrativer Vorgaben auf Erschwernis der Bewirtschaftung, z.B. Grundsteuer für naturschutzrelevante Flächen, gemeinsames Einschlagen bei Brennern, gilt es auch mit Blick auf die Verwaltung zu überprüfen.

Es gilt, die Bedarfe der Bewirtschaftenden und Verarbeitenden als die zentrale Gruppe, von der der Erhalt des Streuobstbaus abhängt, bei der Umsetzung von Forschungsprojekten zu berücksichtigen und laufend Rückmeldungen aus der Praxis in der Forschung zu identifizieren und aufzunehmen. Eine anwendungsbezogene Forschung, die eine konkrete Umsetzungsempfehlung bietet und Lösungsmöglichkeiten für drängende Herausforderungen liefert, hilft den Praxisakteuren.

Die Befragung der Streuobstpraxis ergab, dass viele kleine, sehr effektive Pilot-Projekte und Ansätze zur Verbesserung der Streuobst-Situation vor Ort vorhanden sind<sup>66</sup>. Die hier erarbeiteten Ergebnisse gilt es aufzugreifen und weiter zu erforschen. Besonders wichtig ist außerdem die Übertragung der innovativen Ansätze auf andere Regionen. Auch herausragende Abschlussarbeiten sind in die Breite zu tragen.

### **Transfer der Ergebnisse und Anwendbarkeit**

Im Laufe der Studiererstellung zeigte sich, dass Forschungsergebnisse interessanter Projekte bisher nicht in der Praxis angekommen sind. Einige aktuelle Themen und Herausforderungen des Streuobstbaus wurden oder werden bereits erforscht, der Wissenstransfer und die praxistaugliche Zusammenfassung fehlen teilweise. Eine verständliche Aufbereitung der praxisrelevanten Inhalte hilft hierbei.

Das generierte Wissen und Knowhow soll außerdem über die vorhandenen bzw. neuen Managementansätze in den Streuobstregionen an die Basis getragen werden. So sollen bestehende und kommende Zusammenschlüsse – Aufpreisinitiativen, BOs, EO's etc. – gezielt in den Wissenstransfer eingebunden werden. Die Streuobstregionen erleichtern über einen gesteigerten Organisationsgrad der Akteure und ein zentrales Management ebenfalls die Vermittlung praxisrelevanten Wissens an die Bewirtschaftenden. In den Streuobstregionen bzw. einer zentralen Unterstützungsstelle der Streuobstregionen (s. unten) laufen aktuelle Forschungsergebnisse und Bedarfe der Praxis zusammen. Sie sorgt für die Aufbereitung der Inhalte und die Distribution an die genannten Multiplikatoren.

Ein gutes Beispiel für Wissenstransfer bietet Agroscope Schweiz,<sup>67</sup> die Forschungsprojekte auf verschiedenen Kanälen aufbereitet, z.B. als Video und praxistaugliche Leitfäden. Die vorhandene Streuobst-Homepage des Landes Baden-Württemberg bietet die Möglichkeit, Inhalte aus der Forschung zu platzieren. Eine breitere Bekanntmachung dieser Seite ist anzustreben und ihm Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Landes einzubinden. Außerdem besteht die Chance an dieser Stelle, praxisrelevante aktuelle Themen und Praxispartner für Abschlussarbeiten aufzuzeigen. Beispiel hierfür ist die Diplomarbörse Regionalentwicklung<sup>68</sup> in Niederösterreich. So helfen Bachelor- und Masterarbeiten den Partnern vor Ort bei der Suche nach Lösungen und ermöglichen Studierenden, sich intensiv mit dem Thema Streuobst zu beschäftigen. Dies erscheint auch im Sinne der Nachwuchsförderung im Streuobstbereich sinnvoll.

### **Koordination der Forschungseinrichtungen**

Eine verstärkte Zusammenarbeit streuobstforschender Einrichtungen schafft Synergieeffekte. Sinnvoll ist hier ebenfalls die Einbindung von Praxisakteuren, um die Praxisrelevanz der Themen zu garantieren. Auch fachfremde Fachgebiete – z.B. im Bereich Gesundheit oder Psychologie – befruchten ein „Weiterdenken“ der Streuobstwelt.

Für den Aufbau eines Forschungsnetzwerkes über das Land hinaus in andere Streuobstregionen ist eine zentrale Vernetzungsstelle auszuwählen. In Frage kommen hierbei

---

<sup>66</sup> Beispiel: Modellprojekt Hummelberg in Stuttgart-Plieningen: Zusammenarbeit von Pferdebetrieb (Schnittgutabfuhr, Unterwuchsbewirtschaftung), Jugendeinrichtung (Obsternte), städtischer Obstbauberatung (Baumschnitt, Kurse).

<sup>67</sup> Quelle: <https://www.agroscope.admin.ch/agroscope/de/home.html>

<sup>68</sup> Quelle: <https://www.themenboerse.at/>

engagierte Forschungseinrichtungen bzw. Landesanstalten sowie die Flächenagentur Baden-Württemberg oder die LUBW. Sie kümmert sich um einen regelmäßigen Austausch im Rahmen von Forschungskonferenzen und identifiziert weitere Partner. Hierbei wird sie von der Geschäftsstelle Streuobst unterstützt.

### **Folgen des Klimawandels**

Die Auswirkungen des Klimawandels bereiten Streuobstakteuren Sorgen, wie aus der Beteiligung in dieser Studie hervorging. Neben einer direkten Schädigung der Bäume durch Hitze und Trockenstress führt der Klimawandel zu verstärktem Auftreten von Schadorganismen bzw. einer hohen Anfälligkeit der gestressten Bestände.

Der Klimawandel stellt eine Daueraufgabe dar, d.h. Finanzmittel für die daraus resultierenden (Forschungs-)Aufgaben sind dauerhaft bereitzustellen. Aus dem vorhandenen reichhaltigen Genpool sollen Empfehlungen für robuste Sorten gegeben werden. Die Sortenerhaltungszentrale und die Lehr- und Sortengärten im Land haben hier eine besondere Verantwortung. Hier gilt es weiterhin, einen regelmäßigen und praxisorientierten Wissenstransfer landesweit fortzuführen und zu intensivieren. Außerdem gilt es, Wissen und Ansätze aus der Praxis zu identifizieren, bekannt zu machen und weitergehend zu erforschen.

### **Innovationscluster**

Regelmäßiger Austausch von Forschenden und Praktiker\*innen unterstützt eine bedarfsorientierte Auswahl von Forschungsthemen und -feldern. Ergänzend tragen diese Vernetzungstreffen und Forschungskonferenzen dazu bei, dass durch Forschung entwickelte Methoden und Instrumente in die Praxis überführt werden.

Empfohlen wird mittelfristig der Aufbau eines Innovationsclusters. In diesem werden neue Ansätze, Methoden, aber auch Produktentwicklungen im Zusammenspiel der Landeseinrichtungen und innovativen Streuobstakteure über regelmäßige Arbeitskreise oder moderierte Themenwerkstätten entwickelt und erprobt. Aus dem Innovationscluster entsteht auch praxisorientierter Forschungsbedarf. Innovative Einzelakteure und Unternehmen werden mit den passenden Einrichtungen vernetzt. Diese Aufgabe übernimmt die Streuobstkoordination.

Der Innovationscluster ist nicht auf eine örtliche Stelle begrenzt, sondern profitiert themenabhängig von der Anbindung an bestehende Strukturen, z.B. an den Universitäten, den Landeseinrichtungen oder Unternehmen. Weitere passende Projektteilnehmer sind zu identifizieren und einzubinden.

Die Förderung innovativer Ideen mit großer Wirkung für die Praxis wird außerdem über Modellprojekte verwirklicht. Diese bieten die Möglichkeit zur konkreten Erprobung im Rahmen der Bedingungen vor Ort und liefern somit Erkenntnisse zur Etablierung des innovativen Konzepts. Anzudenken sind hierbei z.B. Produktentwicklungen oder Anlage von Modellflächen (siehe auch HF Bewirtschaftung).

## Vernetzung mit dem Handlungsfeld Förderung

Die vorgeschlagenen Maßnahmen im Handlungsfeld leisten wichtige Beiträge zum Wissenstransfer zwischen Forschenden sowie zum Wissenstransfer in die Praxis. Damit wird den derzeitigen und künftigen Herausforderungen wie beispielsweise dem Klimawandel begegnet.

Folgende Maßnahmen im Bereich Förderung werden vorgeschlagen:

- Übernahme der Organisation und Finanzierung eines Innovationsclusters, das Praktiker\*innen, Landeseinrichtungen und Forschende zur Erprobung innovativer Ideen verbindet.
- Übernahme der Organisation und Finanzierung regelmäßiger Netzwerktreffen von Forschenden untereinander sowie von Forschenden und Praktiker\*innen
- Finanzierung der regelmäßigen Erstellung von Praxisleitfäden sowie deren Distribution an Multiplikatoren.

## 4.5 HANDLUNGSFELD FÖRDERUNG

---

In diesem Handlungsfeld werden die Maßnahmen dargestellt, die die beschriebenen Maßnahmenvorschläge in den übrigen Handlungsfeldern unterstützen und damit zur Lösung aller beschriebenen Kernprobleme beitragen. Die in der SWOT-Analyse ermittelten einzelnen Problemstellungen, denen im Kapitel Förderung und Unterstützungsmaßnahmen ein direkter Lösungsansatz gegenübersteht, werden hier nochmals zusammengefasst:

Problemstellungen:

- niedriger Stand und erwarteter weiterer Rückgang der Zahl der Bewirtschaftenden
- fehlende Abstimmung und Koordination der Forschung zum Thema Streuobst sowie Wissenstransfer aus der Forschung zu den Streuobstbewirtschaftenden
- Bedarf an der Erschließung neuer Käuferschichten
- Bedarf an landesweiter Öffentlichkeits- und Imagearbeit

Folgerungen:

- aktive Streuobstbewirtschaftende organisatorisch und finanziell unterstützen
- Organisationsgrad der Bewirtschaftenden steigern
- Selbstverständnis „Baden-Württemberg ist Streuobstland“ entwickeln und umsetzen
- Streuobstkultur entwickeln: Feste, Events, Akteure und Streuobstprodukte ins Rampenlicht

### Baumschnittförderung

Die Förderung Baumschnitt-Streuobst hat das Ziel, durch einen fachgerechten Baumschnitt die Erhaltung und Entwicklung der Streuobstbestände in Baden-Württemberg zu unterstützen und den Lebensraum für streuobstwiesentypische Tiere und Pflanzen zu fördern.

Die Baumschnittförderung ist hinsichtlich der Ergebnisse ein sehr erfolgreiches Instrument. Es ist das einzige Programm, das direkt baum- und akteursbezogen auf den Pflegezustand wirkt. Entsprechend soll die Flächenwirkung über eine Steigerung des Budgets und damit der Zahl der möglichen Antragstellenden deutlich erweitert werden. Auch soll der aktuelle

Fördersatz von pauschal 15 € je Baumschnittdurchführung auf 20 € je durchgeführter Schnittmaßnahme erhöht werden.

Bei der Evaluierung des ersten Förderzeitraumes gaben fast 92 Prozent der Antragstellenden an, dass sie an dem Programm wieder teilnehmen würden. Viele Antragsteller\*innen der ersten Förderphase haben auch in der aktuellen zweiten Förderphase einen Antrag gestellt. Andererseits wurde im Rahmen der Beteiligung die begründete Vermutung eingebracht, dass insbesondere bereits aktive Streuobstbewirtschafter am Programm teilnehmen und damit „nur“ das bereits bestehende Engagement honoriert und wenig neues geweckt wird. Daher müssen gezielt neue Antragsteller für die nächste Förderphase motiviert werden. Ergänzend ist auch eine deutlich stärkere Bewerbung des Programms bei den Bewirtschaftenden notwendig.

Die übrigen Voraussetzungen (Sammelanträge, Aufstockung durch Gemeinden etc.) bleiben davon unberührt.

## **FAKT**

Landwirtschaftliche Betriebe erhalten über das Agrarumweltprogramm FAKT im Rahmen der Maßnahme C1 einen Erschwernisausgleich für die durch den Baumbestand aufwändigere Wiesenpflege von aktuell 2,50 € je Streuobstbaum.

In Baden-Württemberg soll die Förderung über die FAKT-Maßnahme C1 monetär mindestens auf 5 €/Baum verdoppelt werden. Die übrigen Anforderungen zur Maßnahme (Unternutzung, Verpflichtungszeitraum etc.) bleiben davon unberührt.

Die direkte („baumbezogene“) monetäre Unterstützung von Bewirtschaftenden von Streuobstflächen ist kein Alleinstellungsmerkmal der baden-württembergischen Agrar- und Umweltförderung. So werden beispielsweise über das Bayerische Kulturlandschaftsprogramm (KULAP) Inhaber eines landwirtschaftlichen Betriebes mit je 8 € pro Baum und Jahr, in Zukunft<sup>69</sup> mit 12 € je Baum und Jahr gefördert. Eine ähnliche Fördermöglichkeit für LuF-Betriebe mit ebenfalls 12 € je Baum und Jahr soll ab 2023 in Österreich eingeführt werden. Die Übernahme dieser Ansätze für Baden-Württemberg sollte geprüft werden.

## **Streuobstregionen mit „Landesgeschäftsstelle“ Streuobstregionen**

Die Streuobstregionen stellen neben regionalen Abgrenzungen der Streuobstbestände teilweise bereits bestehende sowie potenzielle Ansätze für regionale Netzwerke von Akteuren und Institutionen dar. Deshalb sind sie für eine Umsetzung der strategischen Ansätze und der zugehörigen Maßnahmen eine geeignete Umsetzungsebene. In jeder Streuobstregion wird die Streuobstkonzeption des Landes im Rahmen der geförderten, beteiligungsorientierten Erarbeitung von Entwicklungskonzepten oder Streuobstkonzeptionen operationalisiert und auf die regionalen Gegebenheiten angepasst mit Ziel- und Strategiesystemen für die identifizierten Problemstellungen und Lösungsansätze erarbeitet. Die regionale Adaption und Konkretisierung der Maßnahmen aus dem Aktionsplan des Landes führt zu einer hohen Akzeptanz. Vorbild sind hier sicherlich auch die bestehenden, erfolgreichen Ansätze aus der Region „Schwäbisches Streuobstparadies“.

---

<sup>69</sup> Quelle: s. auch „Streuobstpakt Bayern“, <https://www.lfl.bayern.de/iab/kulturlandschaft/030830/index.php>

Zentrale Idee der Streuobstregionen ist es, dass einerseits die Vernetzung der regionalen Akteure deutlich vorangetrieben wird. Andererseits soll eine regionale Geschäftsstelle Management- oder auch (Regional-)Entwicklungsfunktionen übernehmen. Aktuell steht für die Umsetzung dieser Maßnahmen kein vollständig geeignetes Förderprogramm zur Verfügung. Mittelfristig leisten Streuobstregionen nur dann erfolgreich einen wesentlichen Beitrag zum Erhalt von Streuobst sowie zur Strategieumsetzung, wenn ein geeignetes Programm entwickelt bzw. bestehende Programme zur Realisierung angepasst und institutionalisiert werden.

In Baden-Württemberg wurde ein entsprechendes Programm bereits in den Jahren 2001 bis 2018 über die sogenannten PLENUM-Regionen umgesetzt. Die eingerichteten Regionalmanagements haben über die Entwicklungskonzepte und die geförderten Projekte massiv zu einer positiven Entwicklung, insbesondere im Bereich Streuobst und Streuobstvermarktung, beigetragen. Die Wiederbelebung dieser Förderung über die Landschaftspflegerichtlinie explizit für die Streuobstregionen stellt eine gute Grundlage zum Aufbau der Regionen dar. Die Streuobstregionen stellen in der Anzahl wie auch in der räumlichen Ausdehnung vergleichbare Strukturen zu den PLENUM-Regionen dar. Ein ähnlicher Ansatz mit einem geförderten Management (ca. 2 Vollzeitstellen) in den Regionen und einer streuobst-bezogenen, institutionellen Projektförderung über die Landschaftspflegerichtlinie (insbesondere LPR D2) bietet die Chance, Streuobstregionen erfolgreich zu gestalten.

Als Alternative zur Wiederbelebung des PLENUM-Ansatzes kann auch das bestehende Förderinstrument „Integrierte Ländliche Entwicklung“ (ILE) auf Streuobstregionen adaptiert und unter den genannten Anforderungen institutionalisiert werden. Über dieses Programm zur Verbesserung der Agrarstruktur im Rahmen integrierter ländlicher Entwicklungsansätze können aktuell kommunale Zusammenschlüsse auf Grundlage eines Entwicklungskonzeptes eine Förderung für ein Regionalmanagement für einen Zeitraum von sieben Jahren erhalten.

Generell ist beim Aufbau von Streuobstregionen eine Bündelung verschiedener projektbezogener Förderprogramme zu berücksichtigen, z.B. von LEADER, der Landschaftspflegerichtlinie, der Marktstruktur- oder auch Merkblattförderung oder auch der Bio-Musterregionen. Auch vor diesem Hintergrund ist die Etablierung von Regionalmanagementstrukturen zur Beratung hinsichtlich der Nutzung dieser ergänzenden Projektfördermöglichkeiten von zentraler Bedeutung.

Theoretisch bieten auch Programme wie „Biosphärengebiete“, „Naturschutzgroßprojekte“ oder „Modelllandschaften“ ähnliche Ansätze zur Förderung der Streuobstregionen, sind aber von der bisherigen Konzeption her weniger geeignet als der PLENUM-Ansatz.

Ergänzend zu den Geschäftsstellen der Streuobstregionen sollten eine Koordinierung gemeinsamer Fragestellungen, der Wissensaustausch zwischen den Managements sowie mit übergeordneten Stellen oder Forschungseinrichtungen zentral koordiniert und entsprechende Ressourcen zur Verfügung gestellt werden.

## **Merkblattförderung**

Das Land unterstützt mit diesem Programm die Vermarktung von Produkten aus 100 Prozent Streuobst. Das Instrument der Merkblattförderung stellt prinzipiell ein wichtiges Instrument dar, um insbesondere Aufpreis-Projekte zu unterstützen. Die ca. 40 bis 50 Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg sind dabei nicht nur wichtige gewachsene Motoren der nachhaltigen Anwendung eines „Erhalt durch Nutzung“-Konzepts, sondern auch maßgebend bei der Weiterentwicklung des Streuobstbaus. Vor diesem Hintergrund müssen diese Projekte über das Instrument „Merkblattförderung“ deutlich stärker unterstützt werden.

Die Unterstützung sollte sich dabei nicht nur auf höhere Förderbeträge (Grund- und Flächenförderung) beschränken, sondern muss auch berücksichtigen, dass möglichst viele „100 Prozent-Streuobst-Akteure“ an der Fördermaßnahme teilnehmen. Dafür muss zum einen das erreichbare Einzel-Budget pro Initiative angepasst werden. Andererseits ist eine verstärkte Bewerbung der Maßnahme bei den potenziellen Antragstellern wichtig. Die übrigen Voraussetzungen (insbesondere 100 Prozent Streuobst) bleiben davon unberührt.

## **Förderung von Absatzmaßnahmen**

Das Gemeinschaftsmarketing setzt sich aus verschiedenen Maßnahmenbereichen zusammen. Die Verkaufsförderung umfasst hierbei alle Aktivitäten mit Aktionscharakter, um das Verkaufsergebnis am Point of Sale (POS) zu verbessern. Das Qualitätszeichen des Landes Baden-Württemberg (QZBW) ist ein Gütesiegel für Produkte, die nach besonderen produktspezifischen Anforderungen erzeugt und verarbeitet werden. Diese gehen über die gesetzlichen Anforderungen hinaus.

Auf Grundlage insbesondere der Ergebnisse der Beteiligung der Akteure ist die Entwicklung eines eigenen Qualitätszeichens Baden-Württemberg für Streuobstprodukte eine zentrale Maßnahme. Dabei sollte ein Standard von 100 Prozent Streuobst als Voraussetzung eingerichtet werden.

Die Maßnahmen der Förderung des Absatzes von Agrarprodukten und Lebensmitteln sollten vor dem Hintergrund eines potenziellen QZ Streuobst beim Fördersatz differenziert werden. 100 Prozent Streuobstprodukte weisen gegenüber anderen Produkten und Fruchtsäften per se aufgrund ihrer Biodiversitäts- und weiterer Ökosystemdienstleistungen eine „höhere“ Qualität auf. Entsprechend sollte für 100 Prozent-Streuobstprodukte (= Qualitätszeichen) ein höherer Fördersatz bei der Projektförderung und eine Bevorzugung bei den weiteren Unterstützungsmaßnahmen eingeräumt werden.

## **Strategiebeschluss „Baden-Württemberg ist Streuobstland“**

Eine strategische Ausrichtung „Baden-Württemberg ist Streuobstland“ bedingt eine damit verbundene Öffentlichkeitsarbeit, Imagekampagne und Vorbildfunktion. Auch die Integration in das landesweite Tourismusmarketing bzw. eine Erweiterung der Tourismusstrategie 2025 ist im Zusammenspiel mit den Streuobstregionen und der Entwicklung der Streuobstkultur z.B. über Events und Veranstaltungen Bestandteil. Hierfür müssen die notwendigen Sachmittel und personellen Ressourcen von Seiten des Landes zur Verfügung gestellt werden, um die Themen bearbeiten, Maßnahmen planen und notwendige Koordinierungsarbeiten umsetzen zu können.

## Landschaftspflegeleitlinie

Mit der Landschaftspflegeleitlinie (LPR) fördert das Land Baden-Württemberg Landwirte und Landwirtinnen, sonstige Personen des Privatrechts sowie Verbände, Vereine und Kommunen, wenn sie Maßnahmen oder Investitionen tätigen, die der Pflege und Gestaltung der Kulturlandschaft oder speziellen Naturschutzziele dienen. Die Landschaftspflegeleitlinie stellt ein sehr wichtiges Instrument zum Erhalt von Streuobst dar. So werden darüber nicht nur direkte (baumbezogene) Maßnahmen der Pflege oder Nachpflanzung unterstützt, sondern auch indirekte Maßnahmen wie die Vermarktung oder auch Vernetzungs- und Managementaufgaben. Eine besondere Rolle kommt dabei den Landschaftserhaltungsverbänden (LEV) zu.

Die LEVs sollten direkt auf Streuobstbewirtschaftende zugehen und die Möglichkeiten zur Unterstützung bei der Bewirtschaftung kommunizieren. Zur Unterstützung sollte auch, z.B. über die Vernetzungsstelle der LEVs, der interne Wissenstransfer zum Thema Streuobst verbessert und eine Darstellung von Best-Practice-Projekten sowie deren Förderung eingerichtet werden. Dies erhöht die Bekanntheit der Unterstützungsoptionen ebenfalls. Die Einrichtung von LEVs in bislang „unbesetzten“ Landkreisen muss entsprechend forciert werden. Auch die Option zur Unterstützung bei Investitionen von Maschinen und Geräten zur Landschaftspflege muss stärker kommuniziert werden.

Ein zentrales Element beim Erhalt von Streuobst stellt neben der Pflege auch die Nachpflanzung dar, die aktuell nur in der LPR-Kulisse über die LPR sowie punktuell über aufgelegte, kommunale Programme unterstützt wird. Diese Unterstützungsmöglichkeit muss den Bewirtschaftenden direkt angeboten werden. Die Förderung von Neu- und Nachpflanzungen von Streuobst soll an eine konzeptionelle fachliche Begleitung vor Ort gekoppelt werden

Weiterhin ist die erfolgreiche Verarbeitung und Vermarktung von Produkten ein wichtiges Glied in der Wertschöpfungskette. Dies haben u.a. die geförderten Projekte in den PLENUM-Regionen bewiesen. Die LPR sieht mit dem Fördertatbestand D2 die Förderung von Investitionen in die Verarbeitung und Vermarktung naturschutzgerecht produzierter Erzeugnisse vor. Dies umfasst z.B. Investitionen für die Vermarktung und Verarbeitung von Produkten, bauliche Anlagen oder technische Einrichtung oder auch Konzeptionen wie Marktanalysen, Entwicklungsstudien und externe Beratung. Auch die Organisation eines zu gründenden oder wesentlich zu erweiternden Erzeugerzusammenschlusses, die Gründungskosten, externe Beratung, Qualitätskontrolle und -management, sind förderfähig. Allerdings ist diese Förderung auf PLENUM-Regionen begrenzt. Zur Unterstützung der Bewirtschaftenden und zur Förderung von Bewirtschafteter- oder Erzeugerorganisationen sollte die Koppelung dieses Fördertatbestandes an PLENUM-Regionen aufgehoben und explizit für Streuobstakteure bzw. in definierten Streuobstregionen geöffnet werden.

## Steigerung des Organisationsgrades der Streuobstakteure

Im Prozess der Erstellung der Entwicklungskonzepte für die jeweilige Streuobstregion fördert die Akteursanalyse und -beteiligung den Austausch und stärkt die Organisation der Akteure z.B. in Erzeuger- und Bewirtschafteterorganisationen. Die Steigerung des Organisationsgrades über Beratung und Moderation erfolgt verstärkt über das Regionalmanagement der Streuobstregionen.

Erzeugerorganisationen (EO) sind i.d.R. Kooperationen von Akteuren zur Erzeugung und Vermarktung von Produkten. Für anerkannte Erzeugerzusammenschlüsse bestehen über das Marktstrukturgesetz nach der „Richtlinie für die Förderung der Vermarktung nach besonderen Regeln erzeugter landwirtschaftliche Erzeugnisse“ (RL Öko- oder Regionalvermarktung) Möglichkeiten zur Förderung. Hier können Zuschüsse für Organisationskosten, Vermarktungskonzeptionen oder unter bestimmten Bedingungen auch für Investitionen, z.B. in Verarbeitungstechnik, gewährt werden. Insbesondere die Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg stellen aktuell bereits Organisationsformen dar, die leicht eine Anerkennung als Erzeugerorganisation erreichen können. Die Möglichkeiten der Unterstützung über dieses Programm müssen aktiv an die Akteure vermittelt und die EOs müssen bei der Antragstellung unterstützt werden.

### **Forschungsförderung bzw. Streuobst-Forschung**

Die Forschung zum Thema Streuobst ist vor dem Hintergrund der identifizierten Problemstellungen ein elementarer Beitrag zum Erhalt. Der Wissenstransfer zwischen Forschenden sowie in die Praxis muss gestärkt werden, damit den Herausforderungen wie beispielsweise dem Klimawandel begegnet werden kann.

Die Unterstützung der Forschenden wie auch der Organisation des Wissenstransfers ist Aufgabe des Landes, gegebenenfalls unterstützt durch Stiftungen oder Forschungsförderungseinrichtungen. Das Land soll über die Landeseinrichtungen die Organisation und Finanzierung eines Innovationsclusters, das Praktiker, Landeseinrichtungen und Forschende zur Erprobung innovativer Ideen verbindet, übernehmen. Ebenso sollten regelmäßige Netzwerktreffen von Forschenden untereinander sowie zwischen Forschenden und Praktikern eingerichtet werden. Die Finanzierung der Erstellung von Praxisleitfäden sowie deren Distribution an Multiplikatoren und in die Managements der Streuobstregionen muss sichergestellt werden.

### **Projektförderung**

Die Stiftung Naturschutzfonds Baden-Württemberg ist ein wichtiger Unterstützer innovativer und modellhafter Streuobstprojekte. Die Möglichkeiten der Förderung müssen stärker bekannt und die Ergebnisse der Projekte verstärkt kommuniziert werden.

LEADER ist ein europäisches Förderprogramm zur Entwicklung der ländlichen Räume. In den aktuell 14 klar abgegrenzten LEADER-Regionen stellt die projektbezogene Förderung über LEADER-Mittel und insbesondere das „Regionalbudget“ eine attraktive Fördermöglichkeit dar. Die Geschäftsstellen der Streuobstregionen sollten aktiv mit den LEADER-Managements zusammenarbeiten und Projektträger zur Antragstellung vermitteln.

Viele erfolgreiche Streuobstprojekte konnten nur mit Unterstützung durch eine Projektförderung auf- und ausgebaut werden. Entsprechend muss die Information über die weiteren Finanzierungsquellen neben LEADER wie ILE, Stiftungen etc. bei den Streuobstakteuren stärker bekannt gemacht werden. Zur Unterstützung und Aktivierung der Akteure sollte auch eine Veröffentlichung von Best-Practice-Beispielen umgesetzt werden.

## 4.6 QUERSCHNITTS-HANDLUNGSFELD STREUOBSTREGIONEN

---

Ein wesentlicher Arbeitsauftrag im Rahmen dieses Gutachtens war die Identifizierung, Abgrenzung und Charakterisierung möglicher Streuobstregionen in Baden-Württemberg. Streuobstregionen können – bei entsprechender institutioneller Unterstützung – über Managementstrukturen und Projektförderung einen wesentlichen Beitrag zur Umsetzung der Gesamtstrategie leisten und sind daher als ein wichtiges Querschnittshandlungsfeld eingeordnet. Die detaillierte Beschreibung der Regionen erfolgt in Teil C – Streuobstregionen.

Drei Viertel des Baumbestandes in Baden-Württemberg können in einer Abgrenzung von sechs Streuobstregionen erfasst werden. Nicht nur der Streuobstbestand, sondern auch die Bewirtschaftenden, Verarbeitungsunternehmen, Initiativen und interessierten Kommunen sind in diesen Regionen konzentriert. In den Regionen sind bereits realisierte und weitere potenzielle Ansätze für regionale Netzwerke von Akteuren, Wertschöpfungsketten und Institutionen vorhanden.

Das Best Practice-Beispiel (BPB) Schwäbisches Streuobstparadies e.V. zeigt, was ein engagiertes Geschäftsstellenteam zur Stärkung der Vermarktungswege für die Vielfalt der „Gütlesbesitzer“, nachhaltige Bildungsarbeit und Qualifizierung sowie die Entwicklung touristischer Angebote kreisübergreifend leistet. Die Tourismusregion Mostviertel in Österreich hat ein Regionalmanagement installiert, das anknüpfend an die historische Tradition eine Strategie zum Erhalt des Bestandes von ca. 100.000 Birnbäumen umgesetzt hat. Zentrale Säule ist die teilweise aus EU-Mitteln finanzierte LEADER Region Tourismusverband Moststraße, die die Vernetzung der Akteure aus Landwirtschaft, Wirtschaft und Verwaltung vorantreibt. Die touristische Werbestrategie ist in die Werbung des Landes Niederösterreich und in die nationale Werbung für Österreich integriert.

Aufbauend auf diesen BPB und orientiert an den Grundzügen des Regionalmanagements und der Wertschöpfungskette Streuobst soll in jeder Streuobstregion ein nachhaltiges Management mit einer Geschäftsstelle installiert werden. Viele der Problemstellungen und strategischen Ansätze sind trotz regionaler Unterschiede allgemeingültig. Das vor Ort benötigte Wissen ist in vielen Fällen vergleichbar. Gleichfalls sind auch die Aufgaben bei der Entwicklung der Regionen sowie die dort benötigte Unterstützung ähnlich und erfordern eine entsprechende zentrale „Geschäftsstelle der Streuobstregionen“ auf Landesebene (z.B. angesiedelt bei der Streuobstkoordination des Landes), vergleichbar zu zentralen Geschäftsstellen von Förderprogrammen wie RegioWin auf Landesebene. Aus dieser Einrichtung werden die einzelnen Managements der Streuobstregionen beraten und gemeinsame Fragestellungen zentral beantwortet. Außerdem erfolgt die Weiterleitung aktueller Fachinformationen oder Best-Practice-Beispiele an die Regionen.

Die einzelnen Geschäftsstellen der sechs Streuobstregionen kooperieren mit allen Akteuren, wie z.B. Obstbauvereinen, Landwirten, Fachwartvereinigungen, Naturschutz- und Landschaftserhaltungsverbänden, Keltereien, Kommunen, Verwaltungen und Forschungsinstitutionen. Allgemeine Aufgaben sind der Wissenstransfer innerhalb der Streuobstregion, vor allem die Vermittlung von praxisrelevantem Wissen und Best-Practice-Beispielen zur Lösung regionaler Problemstellungen. Die Arbeit wird immer wieder auf die Wertschöpfungskette Streuobst bezogen, da die Arbeit auf eine Erhöhung der Wirtschaftlichkeit im Themenfeld durch eine Steigerung der Qualität und Wertschöpfung der

Streuobstprodukte zielt. Ein besonderer Fokus liegt auf der Situation der Bewirtschaftenden. Hier sollen eine möglichst hohe Entlastung und ein guter Preis für die Rohware erzielt werden. Die Entwicklung weicher Faktoren wie z.B. touristischer Angebote basiert auf diesen Anstrengungen und fördert diese, ist in der Schwerpunktsetzung des Managements aber nachgeordnet.

Die Maßnahmen in den Handlungsfeldern Bewirtschaftung, Verarbeitung und Vermarktung, Öffentlichkeitsarbeit, Forschung und Förderung werden in jeder Streuobstregion zum Nutzen der Akteure initiiert und koordiniert.

Im Handlungsfeld Bewirtschaftung ergibt sich eine Vielzahl von Aufgaben. Der Aufbau von Bewirtschafter- und Erzeugerorganisationen wird initiiert und die Organisationen werden anschließend betreut und unterstützt. Die Geschäftsstelle sorgt für ein ausreichendes Bildungs- und Qualifizierungsangebot für die Streuobstbewirtschaftenden. Sie ergänzt bestehende Strukturen wie Ausbildungsanbieter und Vereine, tritt aber zu diesen nicht in Konkurrenz. Die Geschäftsstelle unterstützt Kommunen bei der Einrichtung von kommunalen Sammelplätzen für Schnittgut oder regt die standortnahe Obstannahme durch Keltereien an. Neue Streuobstbegeisterte werden bei der Integration in geeignete Vereine, Verbände oder Bewirtschafterorganisationen und bei der Auswahl der Qualifikationsmöglichkeiten unterstützt. Durch die Koordination und langfristige Planung von Pflanzgutbestellungen in enger Abstimmung mit den örtlichen Baumschulen soll sichergestellt werden, dass die geeigneten Streuobstsorten in ausreichender Menge zur Verfügung stehen. Für die Baumschule erhöht sich die Planungssicherheit.

Die Geschäftsstelle unterstützt die Maßnahmen im Handlungsfeld Verarbeitung und Vermarktung durch die Weitergabe von Marktinformationen und Best Practice-Beispielen zur Entwicklung von Streuobstprodukten „für jede Gelegenheit“. Sie kann die Verarbeiter durch die Begleitung regionaler oder lokaler Modellprojekte unterstützen. Streuobstevents zur Entwicklung einer Streuobstkultur sollen initiiert und unterstützt werden. Für die Streuobstvermarktung und touristische Ansätze bieten die Streuobstregionen ähnlich dem Weinbau einen Terroir-Ansatz.

Im Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit unterstützen die Streuobstregionen die Imagekampagne des Landes und betreiben in ihrer jeweiligen Gebietskulisse eine eigene Öffentlichkeitsarbeit zur Darstellung und Förderung ihrer Arbeit und ihre Ergebnisse sowie zur Erhöhung des öffentlichen Bewusstseins für Streuobst. Politische Entscheidungsträger unterstützen dies durch eine Vorbildfunktion. Die Verlängerung der Wertschöpfungskette Streuobst in die Bereiche Gastronomie und Tourismus ist ebenso Aufgabe der Streuobstregionen. Mit den Tourismusinstitutionen werden Wege gesucht, touristische Themenlinien „Streuobst“ zu etablieren und deren Vermarktung zu verankern, sowie mittelfristig eine (regionale) Streuobstkultur zu entwickeln. Eine eigene Vertriebschiene soll nicht aufgebaut werden, sondern vermarktbar touristische Produkte und Dienstleistungen sollten entwickelt werden.

Die Ergebnisse aus dem Handlungsfeld Forschung werden an die Akteure weitergegeben. Die Forschungsinstitutionen werden bei Forschungsvorhaben unterstützt und praxisrelevante Ergebnisse werden an die Akteure weitergeleitet. Eine weitere zentrale Idee der

Streuobstregionen ist es, dass die Vernetzung der regionalen Akteure deutlich vorangetrieben wird.

Aus dem Handlungsfeld Förderung vermittelt die Geschäftsstelle der Streuobstregion Informationen über Förderinstrumente und bietet den Akteuren bei Bedarf eine Fördermittelberatung. Erkenntnisse zur Akzeptanz der Förderinstrumente oder notwendige Modifikationen werden über die Landesgeschäftsstelle Streuobst beim Land an die Fördermittelgeber rückgemeldet.

Weitere Aufgaben des Managements der Streuobstregionen ergeben sich aus den regionalen Entwicklungskonzepten.

### **Regionale Entwicklungskonzepte**

Jede Streuobstregion sollte mit den Akteuren ein regionales Entwicklungskonzept Streuobst entwickeln. Basis ist die Streuobstkonzeption des Landes Baden-Württemberg. Das Verfahren sollte beteiligungsorientiert und auf die regionalen bzw. lokalen Gegebenheiten angepasst sein. Es soll eine konkrete Vorstellung über die Herausforderungen der Streuobstgebiete geschaffen werden. Identität und Motivation wird geschaffen und eine individuelle regionale Schwerpunktsetzung ermöglicht, die die strukturellen und landschaftlichen Besonderheiten aufgreift. Eine Passfähigkeit zu den spezifischen Herausforderungen und Bedarfen wird hierdurch erreicht.

In diesem Prozess erfolgt die Identifikation der aktiven sowie aktivierbaren regionalen Akteure und bestehenden Netzwerke und Wertschöpfungsketten. Es werden gemeinsame Ziele für die ermittelten regionalen Problemstellungen und Lösungsansätze erarbeitet. Die regionale Adaption und Konkretisierung der Maßnahmen aus dem Aktionsplan des Landes führt zu einer hohen Akzeptanz.

Ein regelmäßiger Austausch zwischen den Streuobstregionen befruchtet die regionalen Prozesse weiter.

### **Finanzierung der Streuobstregionen**

Die Finanzierung der Maßnahmen und Einzelprojekte in den Streuobstregionen baut auf einer Vielzahl von Förderinstrumenten auf. Diese sind im Handlungsfeld Förderung dargelegt.

Aktuell steht für die Finanzierung der Geschäftsstellen der Streuobstregionen und regionaler Projektförderung kein geeignetes Förderprogramm zur Verfügung. Die PLENUM-Regionen in Baden-Württemberg waren ein sehr erfolgreiches Beispiel zur Entwicklung von Natur und Umwelt. Die eingerichteten Regionalmanagements haben über die Entwicklungskonzepte und die geförderten Projekte massiv zu einer positiven Entwicklung, auch im Bereich Streuobst und Streuobstvermarktung, beigetragen. Die Wiederbelebung dieser Förderung über die Landschaftspflegerichtlinie explizit für die Streuobstregionen kann ebenso wie eine Adaption des Instruments „ILE“ eine gute Grundlage zum Aufbau der Regionen darstellen (siehe Handlungsfeld Förderung).

## TEIL C – STREUOBSTREGIONEN

### 5.1 HERLEITUNG DER STREUOBSTREGIONEN

In diesem Kapitel werden Schwerpunkträume der Streuobstbestände in Baden-Württemberg als Streuobstregionen abgegrenzt. Die Identifikation einzelner Schwerpunkträume erfolgt anhand der aktuellen Streuobsterhebung des Landes Baden-Württemberg, welche die Streuobstbestände des Jahres 2018<sup>70</sup> abbildet. Für die Darstellung der Daten der Streuobsterhebung wurde über ein Interpolationsverfahren (Heatmap<sup>71</sup>) die Dichte der Streuobstbestände (Streuobstdichte) ermittelt. Sie stellt sich wie folgt dar:

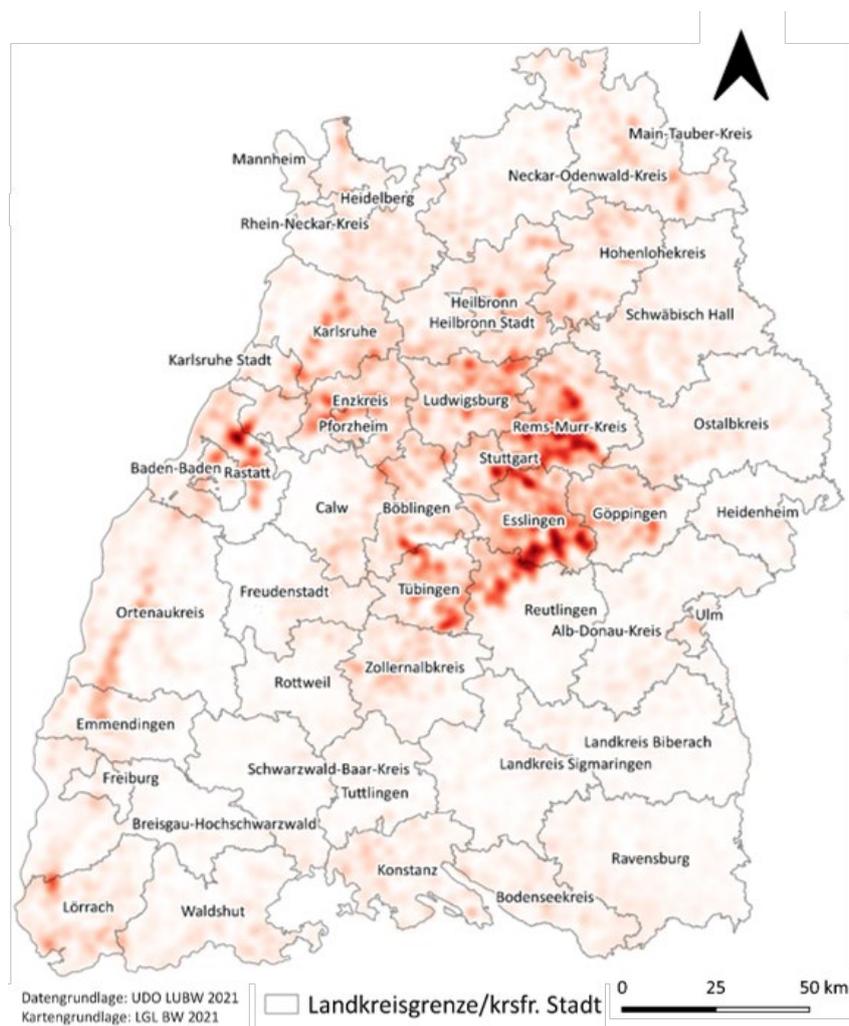


Abbildung 6: Dichte der Streuobstbestände in Baden-Württemberg, mit den Grenzen der Landkreise. (Farbabstufung von weiß nach rot: Dunkelrote Gebiete weisen eine besonders hohe Streuobstdichte auf, helle bzw. weiße Farbgebung eine geringe Streuobstdichte. Quelle: eigene Darstellung neulandplus).

70 Quelle: Borngräber et al. (2020): Ermittlung der Streuobstbestände Baden-Württemberg durch automatisierte Fernerkundungsverfahren. In: Naturschutz und Landschaftspflege Baden-Württemberg 81. LUBW

71 heat = Wärme, map = Karte; Visualisierung von Daten in Karten mit Farben ähnlich einer Wärmebildkamera.

Bei der Abbildung ist auf den ersten Blick ein zentraler Schwerpunktraum im Zentrum des Landes zu erkennen. Er erstreckt sich von den Landkreisen Tübingen, Esslingen, Göppingen, Böblingen, Stuttgart, Rems-Murr-Kreis nach Westen in die Landkreise Ludwigsburg, Enzkreis, Karlsruhe und Rastatt. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass die Grenzen der Landkreise in der Regel keine geeignete Abgrenzungsgrundlage für die Festlegung von Streuobstregionen darstellen, da diese in den meisten Fällen zu großflächig sind. Wird die Baumdichte je Gemeinde dargestellt, werden weitere zusammenhängende Regionen mit einem geringen Streuobstbestand deutlicher sichtbar:

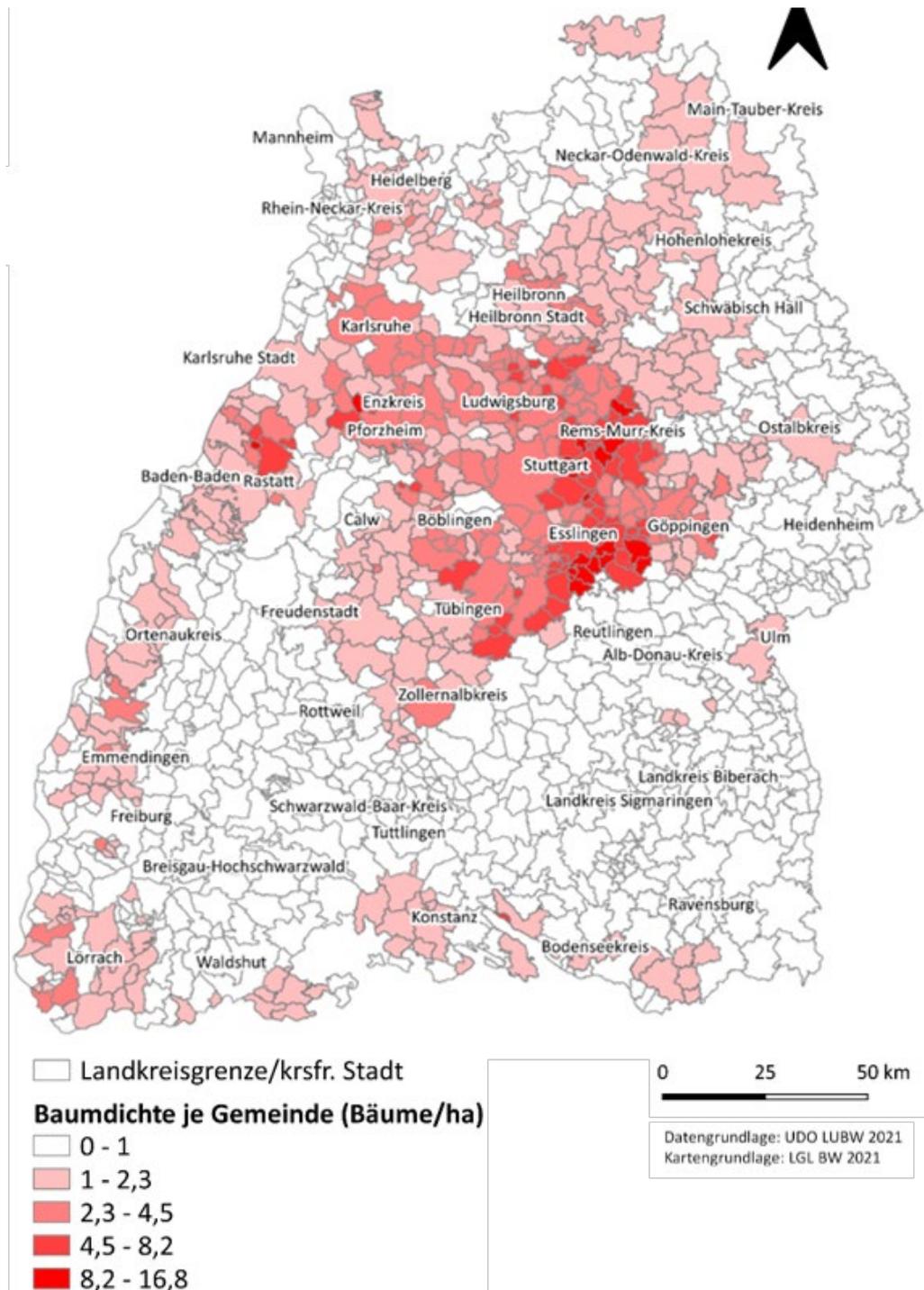


Abbildung 7: Baumdichte je Gemeinde in Bäume/ha (eigene Darstellung neulandplus).

Naturschutzkriterien, wie die Lage der Streuobstbestände in naturschutzrechtlich geschützten Schutzgebieten und -flächen sowie die dort vorkommenden streuobstrelevanten Tierarten wurden bei der Abgrenzung berücksichtigt.

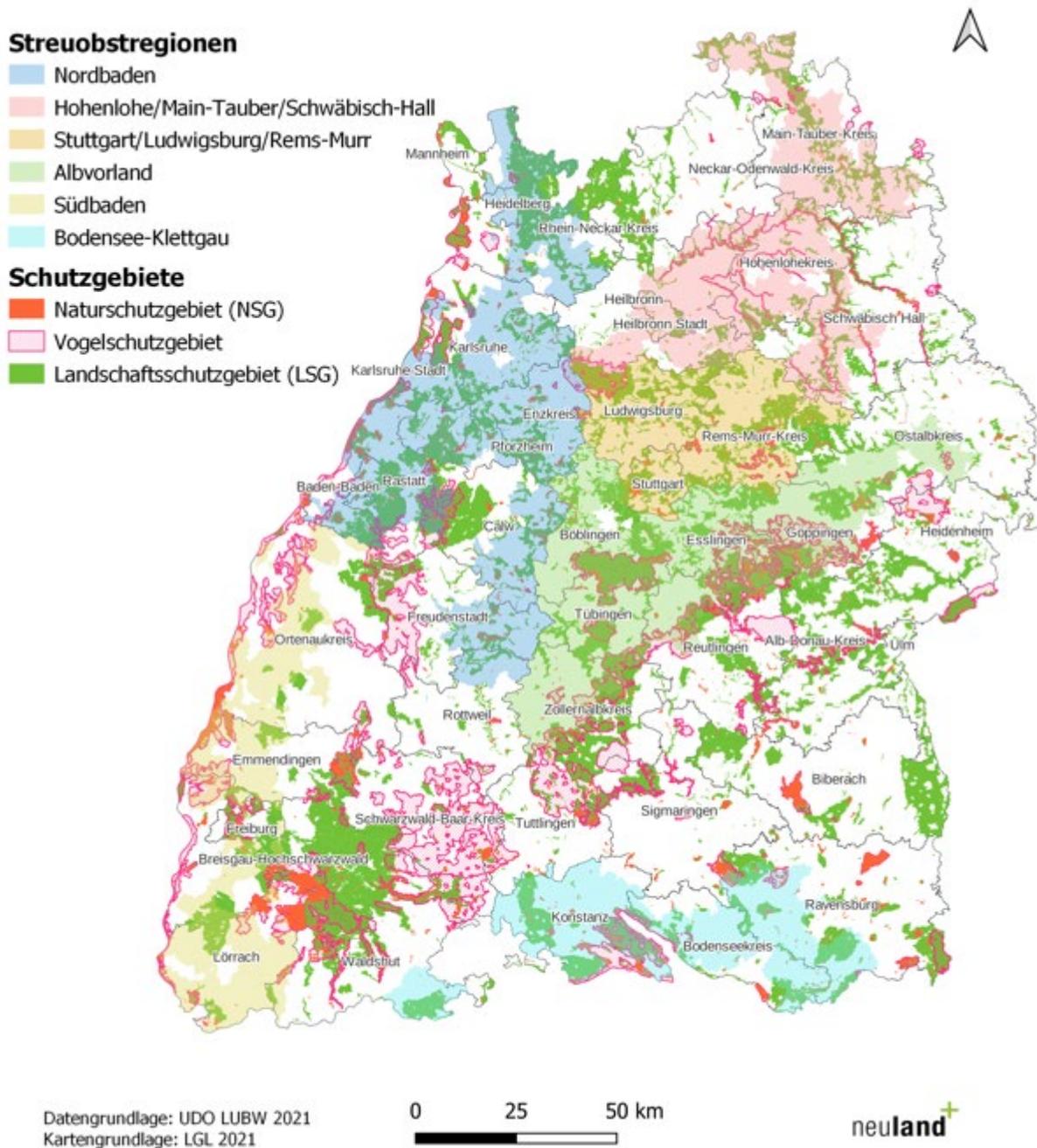


Abbildung 8: Lage von Naturschutz-, Landschafts- und Vogelschutzgebieten in den Streuobstregionen (eigene Darstellung neulandplus).

Auch die Lokalisierung von Streuobstinitiativen, Keltereien oder touristischen sowie Bildungseinrichtungen mit Themenschwerpunkt Streuobst werden zur Einordnung und charakteristischen Beschreibung der identifizierten Streuobstregionen hinzugezogen. Die folgende Karte zeigt einen Überblick wichtiger Akteure im Bereich Streuobst in Baden-Württemberg. Neben Aufpreisinitiativen und Keltereien sind Tourismus- und

Bildungseinrichtungen gezeigt. Auch hier ist eine Konzentration der Einrichtungen, Unternehmen und Angebote in den Gegenden mit höherer Baumdichte zu erkennen:

**Baumdichte je Gemeinde (Bäume/ha)**

- 0 - 1
- 1 - 2,3
- 2,3 - 4,5
- 4,5 - 8,2
- 8,2 - 16,8



**Aufpreisinitiativen**

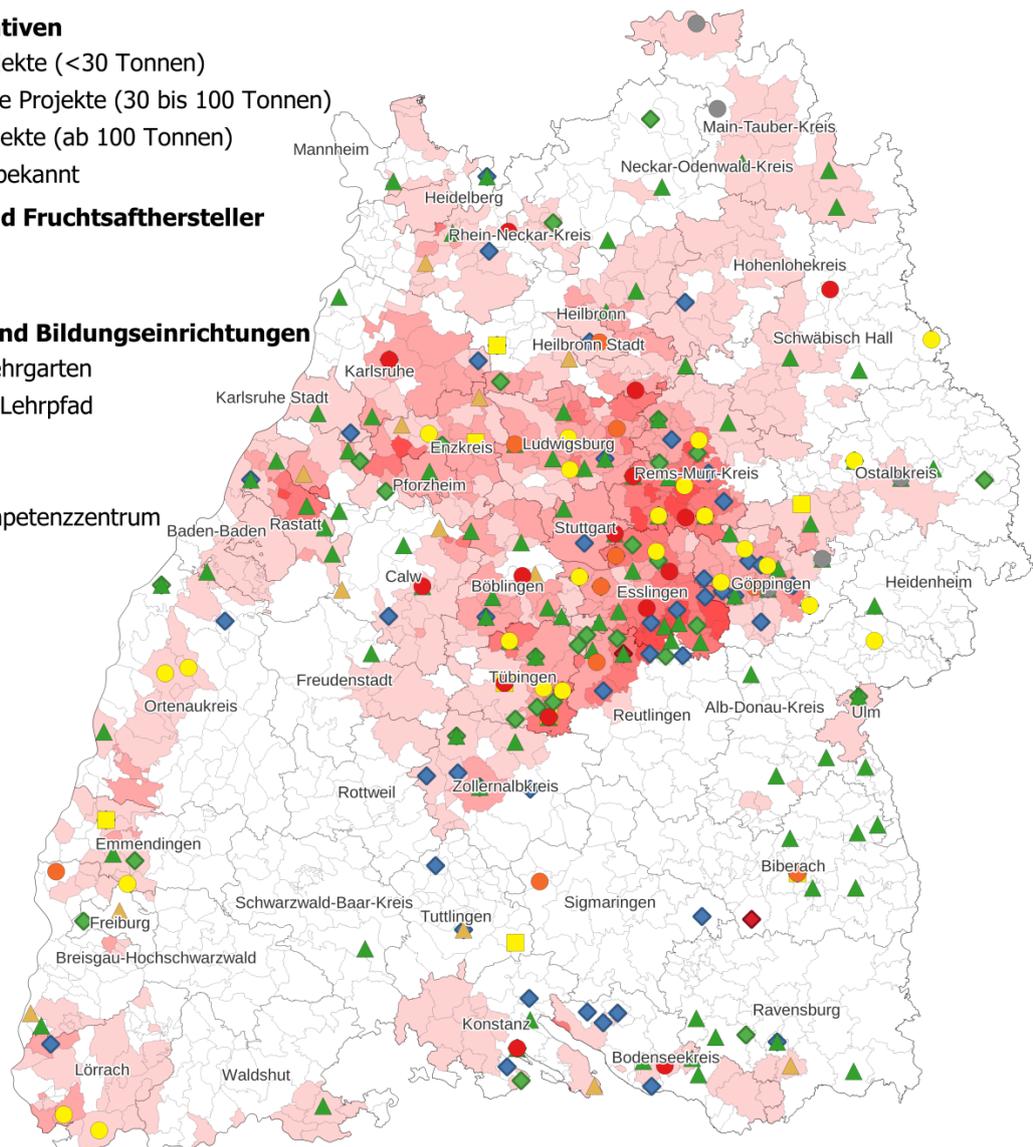
- kleine Projekte (<30 Tonnen)
- mittelgroße Projekte (30 bis 100 Tonnen)
- große Projekte (ab 100 Tonnen)
- Menge unbekannt

**Kellereien und Fruchtsafthersteller**

- ▲ stationär
- ▲ mobil

**Tourismus- und Bildungseinrichtungen**

- ◆ Sorten-/Lehrgarten
- ◆ Streuobst-Lehrpfad
- ◆ Museum
- ◆ Führung
- LOGL Kompetenzzentrum



Datengrundlage: UDO LUBW 2021, LOGL 2021, KOB 2021, VdAW 2017, NABU 2018, NABU 2021  
Kartengrundlage: LGL 2021

0 25 50 km

Abbildung 9: Akteure, Einrichtungen und Angebote im Themenfeld Streuobst inklusive Baumdichte je Gemeinde in Bäume/ha (eigene Darstellung neulandplus).

Bei der Abgrenzung hat sich, wie bereits gezeigt, die Gemeindegrenze als Abgrenzungseinheit bewährt. In einzelnen Fällen, insbesondere bei großflächigen Gemeinden oder besonders

ungleichmäßiger Verteilung übers Gemeindegebiet, werden Gemarkungsgrenzen für die Abgrenzung genutzt.

Drei Viertel des Baumbestandes in Baden-Württemberg können in einer Abgrenzung von sechs Streuobstregionen erfasst werden (siehe folgende Tabelle). In ihrer Gesamtfläche umfassen sie rund 43 Prozent der Landesfläche.

*Tabelle 4: Potenzielle Streuobstregionen in Baden-Württemberg mit ihrem Anteil an der Landesfläche (eigene Berechnungen neulandplus).*

Streuobstregion	Fläche in km <sup>2</sup>	Anteil an der Landesfläche Baden-Württembergs in Prozent
Nordbaden	3.756,98	10,51
Hohenlohe/Main-Tauber/Schwäbische Hall	2.731,79	7,64
Stuttgart/Ludwigsburg/Rems-Murr	1.700,19	4,76
Albvorland	3.344,99	9,36
Südbaden	1.857,49	5,20
Bodensee/Klettgau	1.851,49	5,18
Gesamt	15.242,93	42,64

Nicht nur die Streuobstbestände, sondern auch die Bewirtschaftenden, Verarbeitungsunternehmen, Initiativen, Tourismus- und Bildungseinrichtungen sind in diesen Regionen konzentriert. Es sind bereits realisierte und weitere potenzielle Ansätze für regionale Netzwerke von Akteuren, Wertschöpfungsketten und Institutionen vorhanden.

Die folgende Abbildung veranschaulicht die potenziellen Streuobstregionen Baden-Württembergs im Gesamtüberblick. Die einzelnen Regionen werden nachfolgend in ihrer Kulisse, Struktur sowie in naturschutzfachlichen Besonderheiten näher charakterisiert. Ein Blick auf den grundlegenden Akteurskreis erfolgt ebenfalls, eine ausführliche Liste der jeweiligen Unternehmen, Einrichtungen, Initiativen und weiteren Angebote ist im Anhang dargestellt.

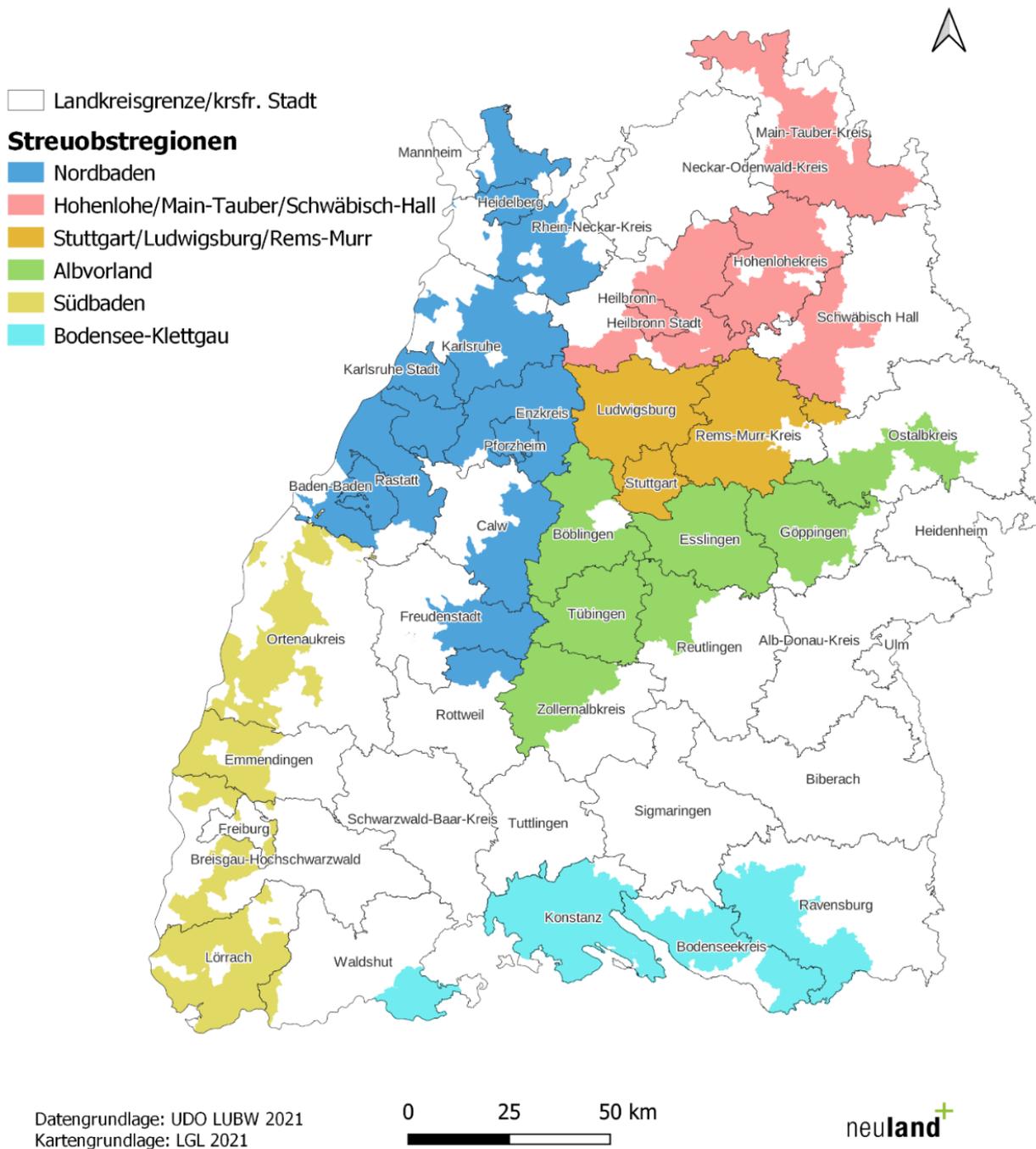


Abbildung 10: Abgrenzung der potenziellen Streuobstregionen (eigene Darstellung neulandplus).

## 5.2 STREUOBSTREGION NORDBADEN

Diese Streuobstregion ist sehr vielgestaltig und verbindet den badischen mit dem württembergischen Landesteil. Starke Initiativen prägen die Streuobstregion, das führt zu einem Angebot an zahlreichen regionalen Streuobstprodukten.

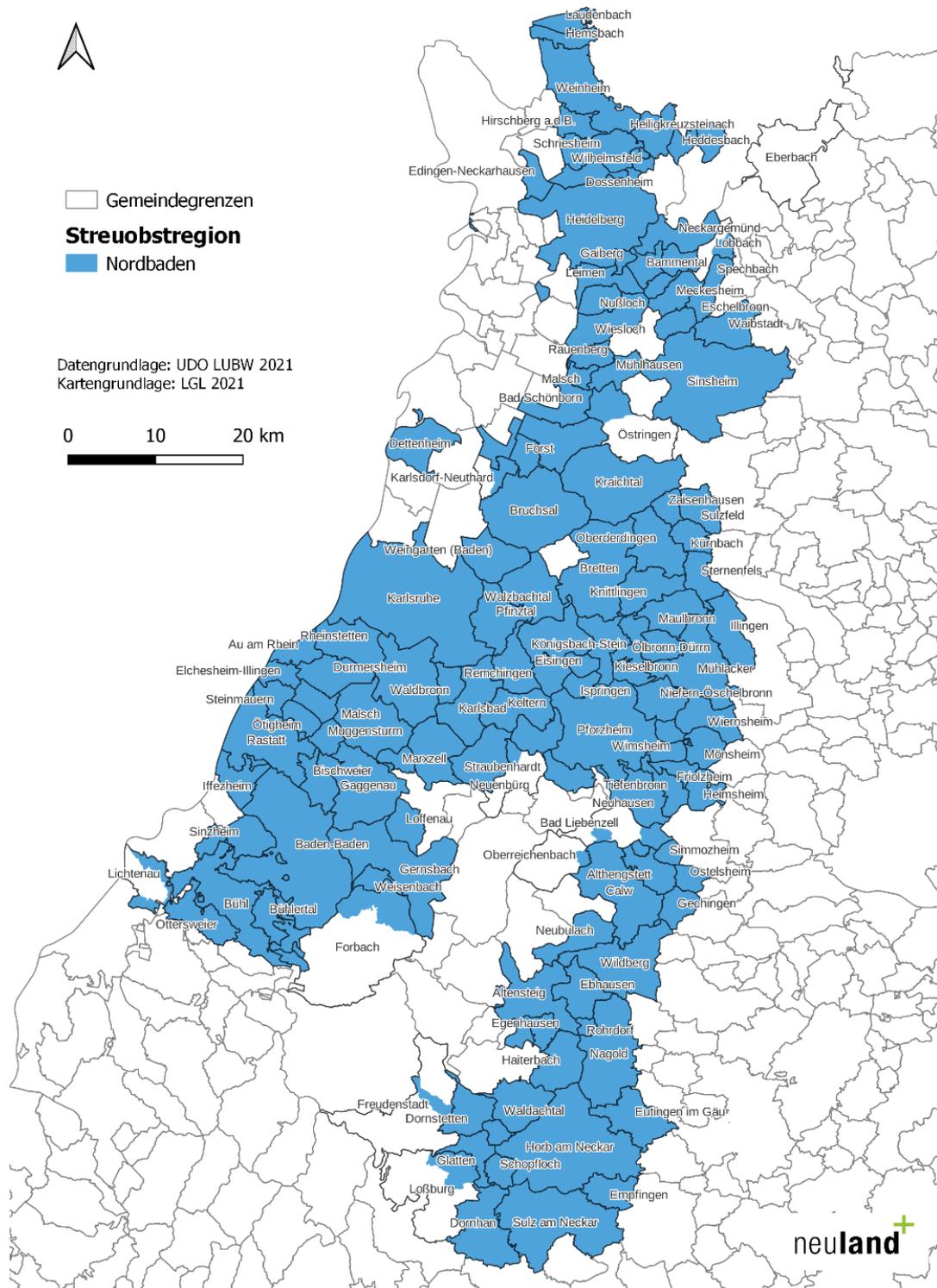


Abbildung 11: Gebietskulisse der Streuobstregion Nordbaden (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022).

## Agrarstruktur

Die Region ist durch das frühere Realteilungsrecht geprägt. So sind dort v.a. kleine landwirtschaftliche Flächen unter einem Hektar Fläche zu finden. Die Streuobstflächen finden sich v.a. in Hand von Privatpersonen, die sich häufig zu verschiedenen Initiativen zusammengeschlossen haben.

## Akteure

In der Region Nordbaden sind verschiedene Streuobst-Initiativen tätig, u.a. im Stadt- und Landkreis Karlsruhe (siehe auch BPB), an der Bergstraße und in der Region Calw-Enzkreis-Freudenstadt. Der Sitz der deutschlandweiten Vernetzungsplattform Hochstamm Deutschland e.V. liegt in Rohrdorf (Landkreis Calw). Bekannte Keltereien sind Dürr Fruchtsaftkellerei und Getränkevertrieb GmbH (Neubulach), Franz Fruchtsäfte (Glatten), J. Lindemann GmbH & Co. KG Früchteverwertung (Pforzheim), Obstbau Hauck-Fruchtsäfte und Brennerei (Edingen) und Falter Fruchtsaft GmbH (Heddesbach). In Bad Schönborn betreibt ein Arbeitskreis einen Obst-Gen-Garten.

## Streuobst und Naturschutz

Die Streuobstregion Nordbaden hat Anteile an den Großlandschaften Neckar- und Tauber-Gäuplatten (46 %), Schwarzwald (24 %), Nördliches Oberrhein-Tiefland (19 %). Der Odenwald, das Mittlere Oberrhein-Tiefland und das Schwäbische Keuper-Lias-Land sind nur kleinflächig tangiert. Die höchsten Streuobstdichten liegen im Murgtal im Naturraum Nördlicher Talschwarzwald im Landkreis Rastatt und im Naturraum Kraichgau in den Landkreisen Karlsruhe, Neckar-Odenwald und Enzkreis. Vom Kraichgau strahlt das Streuobstgebiet nach Süden entlang der Schwarzwald-Randplatten und der Oberen Gäue in den Landkreis Calw und den nördlichen Teil des Landkreises Freudenstadt aus.

Im Landkreis Rastatt schützen die Naturschutzgebiete (NSG) Hilpertsau und Galgenberg, Lieblingsfelsen, Scheibenberg und im Landkreis Baden-Baden das NSG Sauerbosch, Pfrimmersbach- und Märzenbachtal Streuobstflächen.

Im Stadt- und im Landkreis Karlsruhe betreut die Streuobstinitiative des Land- und Stadtkreises Karlsruhe e.V. ein Projekt zur Wiederansiedlung des Steinkauzes (*Athene noctua*). Als Beispiel für ein Schutzgebiet mit Streuobstrelevanz sei das NSG Apfelberg im Kraichgau aufgeführt.

Im Enzkreis nimmt die Großlandschaft Neckar- und Tauber-Gäuplatten mit den Naturräumen Kraichgau, Neckarbecken, Strom- und Heuchelberg und Obere Gäue einen Großteil der Kreisfläche ein. Im Süden schließt der Schwarzwald mit dem Naturraum Schwarzwald-Randplatten an. Streuobstbestände liegen in den FFH-Gebieten Pfinzgau Ost, Bocksbach und obere Pfinz im Kraichgau und in den offenen Landschaftsteilen des FFH-Gebietes Würm-Nagold-Pforte in den Schwarzwald-Randplatten. Weiter im Osten liegt das FFH- und Vogelschutzgebiet Stromberg. Dort kommen die streuobstnutzenden Vogelarten Mittelspecht (*Dendrocopos medius*), Halsbandschnäpper (*Ficedula albicollis*), Wendehals (*Jynx torquilla*), Neuntöter (*Lanius collurio*), Raubwürger (*Lanius excubitor*, Winterquartier) und Grauspecht (*Picus canus*) vor.

Die Landkreise Calw und Freudenstadt liegen im Westen im Naturraum Schwarzwald-Randplatten und im Osten im Naturraum Obere Gäue. Das FFH-Gebiet Nagolder Heckengäu schützt einen Teil des Streuobstes in einer vielfältigen Heckengäulandschaft im Nagold/Waldach/Steinach-Fächer. Das Landschaftsschutzgebiet (LSG) Nagoldtal ergänzt vor allem in seinem südlichen Teil durch den Schutz von Streuobstflächen.

Im Landkreis Freudenstadt wird nur ein Teil des Streuobstes durch die Schutzgebiete abgedeckt, z.B. durch das FFH-Gebiet Freudenstädter Heckengäu mit den Fledermausarten Bechsteinfledermaus (*Myotis bechsteinii*), Wimpernfledermaus (*Myotis emarginatus*) und

Großem Mausohr (*Myotis myotis*) und das LSG Hochdorfer Tal, das ausgeprägte Streuobstwiesen und viele Saum- und Kleinbiotope beherbergt. Des Weiteren ist in den LSGs Waldbrunnen, Salzstetter Horn, Fischbachtal, Oberes Glatttal und Drittenbachtal-Nillaberg Streuobst zumindest auf Teilflächen vorhanden.

Die nördlichen Teile des Landkreises Rottweil sind in die Streuobstregion Nordbaden einbezogen. Im FFH-Gebiet Wiesen und Heiden an Glatt und Mühlbach sind Streuobstbestände enthalten.

Im Rhein-Neckar-Kreis und Stadtkreis Heidelberg ist das FFH-Gebiet Weschnitz, Bergstraße und Odenwald bei Weinheim zu nennen. Dort nutzen die Fledermausarten Bechsteinfledermaus (*Myotis bechsteinii*) und Großes Mausohr (*Myotis myotis*) das Streuobst als Jagdhabitat.

### 5.3 STREUOBSTREGION HOHENLOHE/MAIN-TAUBER/SCHWÄBISCH HALL

---

Die Region im Nordosten Baden-Württembergs ist durch eine intensive Landwirtschaft geprägt. Dort pflegen v.a. Landwirte die Streuobstbestände, die um die Ortschaften, in der Feldflur und oft an den Talhängen der Flusstäler von Jagst, Kocher und Tauber stehen. Wenige Keltereien und Initiativen setzen sich ebenfalls für den Erhalt der Streuobstwiesen ein.

#### Agrarstruktur

Die Region ist zum einen durch große landwirtschaftliche Schläge geprägt, v.a. im östlichen Teil, der durch das Anerbenrecht geprägt ist. Im Landkreis Heilbronn und in Teilen des Main-Tauber-Kreises sind die Höfe im Realteilungsrecht vererbt worden. Deshalb sind dort vorwiegend kleine landwirtschaftliche Einheiten zu finden.

#### Akteure

Größere Verarbeitungsbetriebe sind die Hohenloher Fruchtsäfte GmbH & Co. KG (Schwäbisch Hall) sowie Gunkel GmbH Natursäfte (Heilbronn) und Kelterei Conrad GbR (Weikersheim). Einige Initiativen setzen sich hier für den Erhalt des Streuobstes über den Verkauf von Produkten ein: Förderkreis regionaler Streuobstbau Hohenlohe-Franken e.V. (Grünspecht, Kirchberg), der Tauberländer Bio-Streuobstwiesen e.V. (Königheim) für den Main-Tauber-Kreis, das Steinkauz-Streuobstwiesen-Projekt GbR (Beilstein). Bekannter Pomologe in der Region ist Hermann Schreiweis, Träger der Eduard-Lucas-Medaille.

#### Streuobst und Naturschutz

Die Streuobstregion Hohenlohe/Main-Tauber/Schwäbisch Hall liegt überwiegend in der Großlandschaft Neckar- und Tauber-Gäuplatten (75 %). In ihr liegen die Naturräume Tauberland, Kocher-Jagst-Ebene, Hohenloher-Haller-Ebene, Neckarbecken, geordnet nach den Flächenanteilen in der Streuobstregion. Die geringsten Flächenanteile (< 4 %) haben die Naturräume Bauland, Kraichgau sowie Strom- und Heuchelberg. Im Süden schließt die Großlandschaft Schwäbisches Keuper-Lias-Land (17 %) mit dem Naturraum Schwäbisch-Fränkische Waldberge an, im Nordosten liegen einige Flächen in der Großlandschaft Mainfränkische Platten. Im Nordwesten dieser Streuobstregion liegt der Odenwald (5 %).

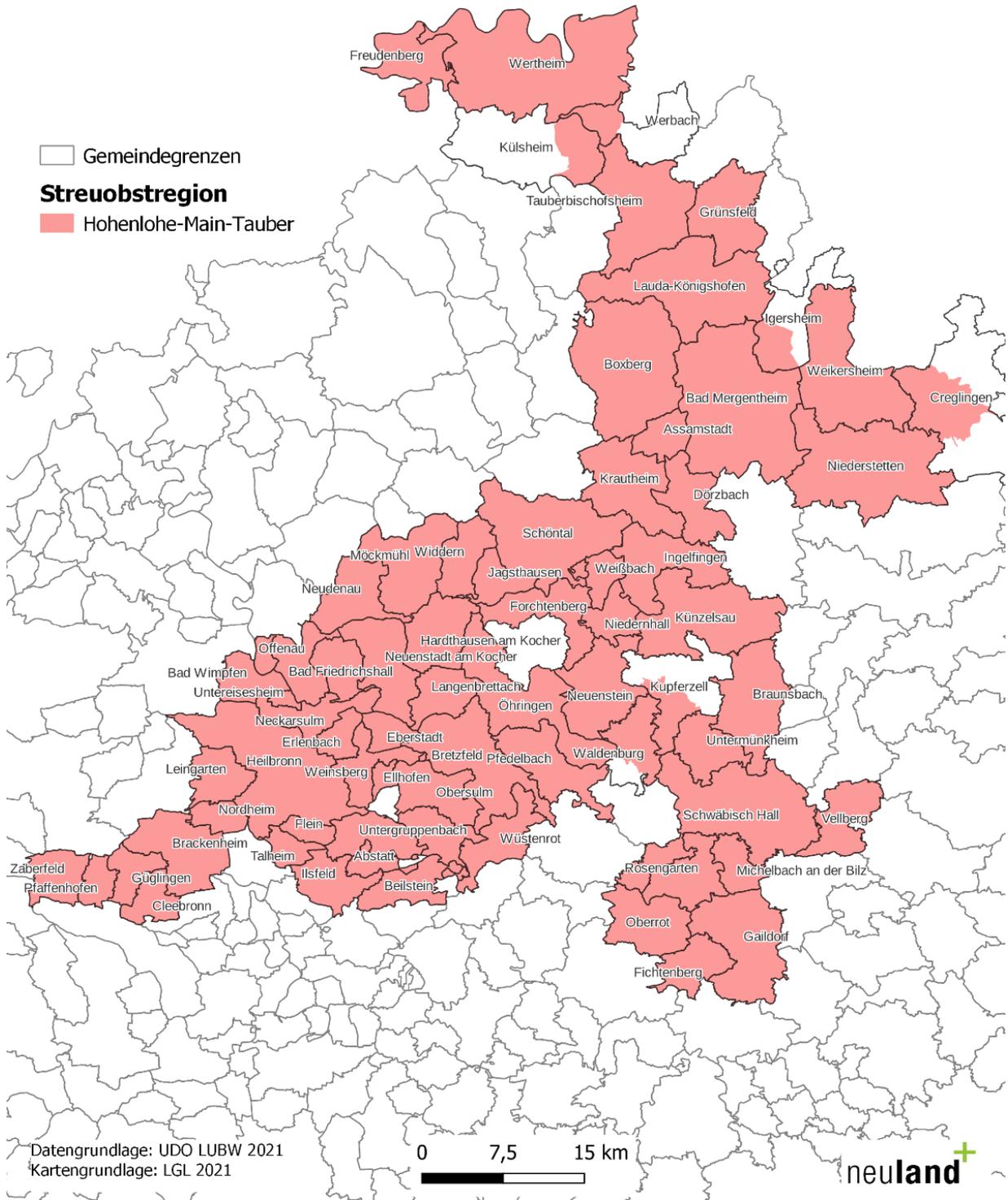


Abbildung 12: Gebietskulisse der Streuobstregion Hohenlohe/Main-Tauber/Schwäbisch Hall (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022)

Im Landkreis Heilbronn liegt ein Teil des Streuobstbestandes in LSGs. Die Talhänge von Jagst, Kocher und Neckar sind oft von Streuobst bestanden und diese Tallandschaften sind überwiegend als LSG geschützt.

Die Stadt Heilbronn ist von einem Streuobstgürtel umgeben, der im Osten dichter ist. Wichtige Streuobstbereiche liegen am Westhang des LSG Galgenberg-Schweinsberg – Staufenberg und im LSG Stiftsberg–Wartberg, LSG Rotbachtal und LSG Leinbachtal.

Im Landkreis Schwäbisch Hall liegt ebenfalls ein Teil des Streuobstbestandes in den Schutzgebieten. Bedeutsame Bestände liegen an den Hängen der Täler von Kocher und Jagst. Nennenswerte Streuobstbestände finden sich im LSG Ostabfall der Waldenburger Berge mit Streiflesberg, Streifleswald und angrenzenden Gebietsteilen. Große Obstflächen gibt es in den LSG Westabhang der Limpurger Berge und Kochertal zwischen Westheim und Steinbach mit Seitenklingen und Randgebieten, ergänzt durch das FFH-Gebiet Schwäbisch Haller Bucht. Für das Streuobst bedeutsam sind die LSGs Ostabfall des Mainhardter Waldes mit Teilen des Kochertales und Nebentälern zwischen Gaildorf und Westheim sowie Kochertal mit angrenzenden Höhenzügen. Im FFH-Gebiet Kochertal Abtsgmünd-Gaildorf und Rottal besteht eine hohe Dichte von Streuobstbäumen. Ebenfalls wichtig sind das LSG Fischachtal mit Nebentälern und angrenzenden Gebieten zwischen Herlebach und Kottspiel und das LSG Oberrot.

Im Hohenlohekreis liegt ebenfalls nur ein Teil des Streuobstbestandes in geschützten Bereichen. Die Streuobstdichte nimmt nach Süden etwas zu. Besonders die Täler mit ihren Flanken sind hier bedeutsam, wie Jagsttal mit Nebentälern, Kocher-, Langenbach-, Ohrn-, Kupfer-, Forellen- und Forellenbachtal. Des Weiteren sind im Brettach- und Heimbachtal mit angrenzenden Höhenzügen bedeutsame Obstbestände vorhanden.

Im Main-Tauber-Kreis sind in den LSGs Main-Tauber-Tal sowie Werbach, Lauda-Königshofen, Bad Mergentheim, Weikersheim und Niederstetten jeweils Streuobstbestände zu finden. Im Vogelschutzgebiet Heiden und Wälder Tauberland gibt es kleinere Streuobstbestände. Von den im Managementplan bearbeiteten Vogelarten nutzt vor allem der Wendehals (*Jynx torquilla*) die Streuobstflächen.<sup>72</sup>

## 5.4 STREUOBSTREGION STUTT GART/LUDWIGSBURG/REMS-MURR

---

Die Region mit der höchsten Streuobstdichte im urbanen Raum rund um Stuttgart setzt sich in Städten und Kommunen mit regionalen Streuobstgetränken in Szene. Die nahegelegene Kulturlandschaft lädt außerdem Erholungssuchende aus den Städten zur Naherholung ein. Viele „Stücklesbesitzer“ kümmern sich um die zahlreichen Streuobstbestände.

### Agrarstruktur

Die Region ist kleinstrukturiert, vorwiegend mit Grundstücksflächen unter einem Hektar. Dies ist durch das dort in der Vergangenheit vorherrschende Realteilungsrecht zu erklären.

---

<sup>72</sup> Managementplan für das FFH-Gebiet 6423-341 „Nordwestliches Tauberland und Brehmbach“ und für das VSG 6323-441 „Heiden und Wälder Tauberland“ naturplan 2017.

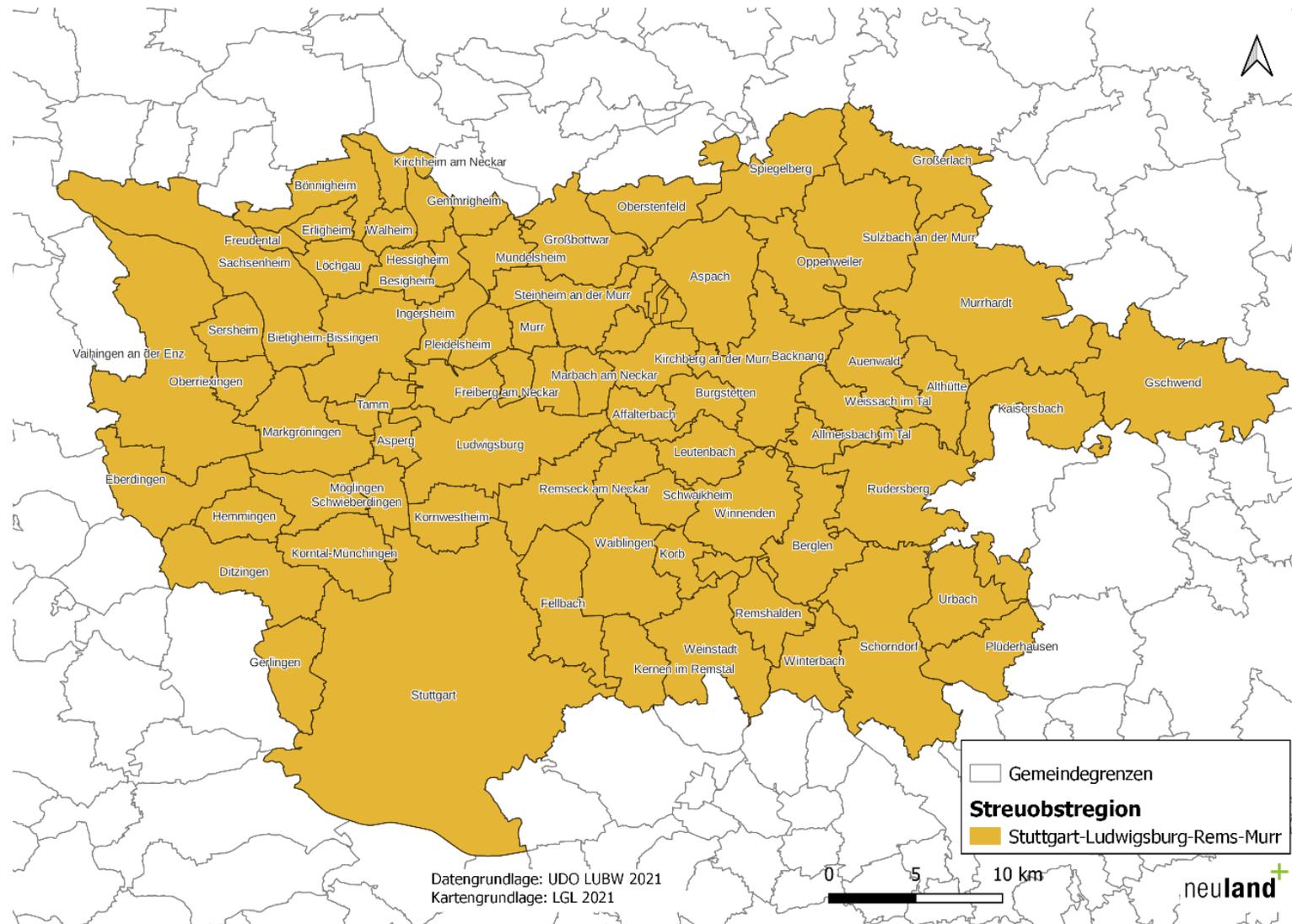


Abbildung 13: Gebietskulisse der Streuobstregion Stuttgart/Ludwigsburg/Rems Murr (Quelle: eigene Darstellung, neulandplus 2022).

## Akteure

Neben der Kelterei Mayer Fruchtsaftkelterei GmbH & Co. KG in der Landeshauptstadt Stuttgart, verarbeiten weitere Keltereien Obst in der Region, z.B. W. Streker Natursaft GmbH (Aspach), Beutelsbacher Fruchtsaftkelterei GmbH (Weinstadt), Kumpf (Markgröningen), Bittenfelder Fruchtsäfte Petershans GmbH & Co. KG Getränkevertrieb (Waiblingen) und Kelterei Rastätter Michael Götzmann. In verschiedenen Städten vermarkten Streuobst-Initiativen einen Regionalsaft. Dazu gehören Stuttgart, Bietigheim, Waiblingen, Steinheim, Möglingen und die Streuobst-Schorle von Ensinger der Vaihinger Initiative.

## Streuobst und Naturschutz

Die Streuobstregion Stuttgart/Ludwigsburg/Rems-Murr-Kreis gehört im Westen zur Großlandschaft Neckar- und Tauber-Gäuplatten (57 %). Der Naturraum Neckarbecken nimmt die größte Fläche ein, ein kleiner Teil gehört im Nordwesten zum Strom- und Heuchelberg. Im Osten schließt das Schwäbische Keuper-Lias-Land (43 %) mit den Naturräumen Schwäbisch-Fränkische Waldberge, Schurwald und Welzheimer Wald, Stuttgarter Bucht, Filder, Schönbuch und Glemswald sowie das Östliche Albvorland an.

Der Streuobstbestand Stadtkreis Stuttgart liegt am Stadtrand in kleinparzellierten „Gütles“ oder in Kleingärten. Die Landschaftsschutzgebiete Körschtal, Weinberg- und Obsthänge rings um die Wangener Höhe, Burghalde, Sillenbuch-Heumaden, Weinberg- und Obsthänge rings um den Burgholzof, Unteres Feuerbachtal und Zuckerberg-Muckensturm schützen wesentliche Teile des Streuobstes.

Der Landkreis Ludwigsburg gehört vollständig zur Streuobstregion. Im Vogelschutzgebiet Stromberg kommen die streuobstnutzenden Vogelarten Mittelspecht (*Dendrocopos medius*), Halsbandschnäpper (*Ficedula albicollis*), Wendehals (*Jynx torquilla*), Neuntöter (*Lanius collurio*), Raubwürger (*Lanius excubitor*, Winterquartier) und Grauspecht (*Picus canus*) vor.

An den Flüssen Neckar, Rems, Murr und Enz haben sich teilweise steile Hänge ausgebildet, die oft von Streuobst, Kleingärten mit Streuobst oder Wein bestanden sind. Viele LSGs schützen die dort liegenden Streuobstbestände.

Der Rems-Murr-Kreis hat in der Streuobstregion Stuttgart/Ludwigsburg/Rems-Murr-Kreis die bedeutsamsten Streuobstbestände. Bis auf die Gemarkungen Welzheim und Alfdorf liegen alle Gemeinden in der Streuobstregion. Das Vogelschutzgebiet Unteres Remstal kommen folgende streuobstnutzende Vogelarten vor: Wendehals (*Jynx torquilla*), Grauspecht (*Picus canus*), Mittelspecht (*Picooides medius*), Halsbandschnäpper (*Ficedula albicollis*) und Neuntöter (*Lanius collurio*)<sup>73</sup>. Ein bedeutsamer Streuobstbestand liegt im Vogelschutzgebiet Streuobst- und Weinberggebiete zwischen Waldhausen und Geradstetten. Es kommen die für das Vogelschutzgebiet Unteres Remstal genannten Arten und der Gartenrotschwanz<sup>74</sup> (*Phoenicurus phoenicurus*) vor. Der Rems-Murr-Kreis hat viele wertvolle Streuobstbestände in Landschaftsschutzgebieten geschützt. Eine Liste findet sich in der Langfassung im Anhang.

<sup>73</sup> Deuschle (2020): Managementplan für das FFH-Gebiet 7121-341 „Unteres Remstal und Backnanger Bucht“ und das Vogelschutzgebiet 7121-442 „Unteres Remstal“.

<sup>74</sup> Quetz, P.-C.: Vogelschutzgebiet „Streuobst- und Weinberggebiete zwischen Geradstetten, Rudersberg und Waldhausen“ (7123 441) Gebiet Jungholz, Rudersberg Faunistisches Gutachten, Artenschutzfachbeitrag und FFH-Verträglichkeitsprüfung.

Die Gemeinde Gschwend im Ostalbkreis mit ihren Streuobstgebieten wurde in die Streuobstregion Stuttgart/Ludwigsburg/Rems-Murr aufgenommen. Ein Teil des Streuobstes ist im LSG Frickenhofer Höhe und im Ostteil des LSG Welzheimer Wald mit Leintal geschützt.

## 5.5 STREUOBSTREGION ALBVORLAND

---

Die Streuobstregion Albvorland hat sehr große zusammenhängende Streuobstflächen und hohe Baumdichten pro Gemeinde. Zahlreiche Akteure, Zusammenschlüsse und Streuobstbestände prägen die als „Schwäbisches Streuobstparadies“ bekannte Region.

### Agrarstruktur

Kleine Flächen, meist unter 0,5 Hektar prägen die Landschaft in der Region. Dies kommt durch die früher praktizierte Realteilung zustande. Streuobstbestände stehen auf Böden mit geringerer Bodengüte oder auf den steileren Flächen, deshalb bilden sie zusammenhängende landschaftsprägende Gebiete.

### Akteure

Der dort institutionalisierte Verein, das Schwäbische Streuobstparadies, betreut sechs Landkreise, um die Kulturlandschaft der Streuobstwiesen zu erhalten. Bekannte Verarbeiter von Streuobst sind u.a. die Keltereien Auer Fruchtsäfte Karl-Heinz Auer (Lauterstein), Boller Fruchtsäfte Stolz OHG (Bad Boll), Burkhardt Fruchtsäfte GmbH & Co. KG (Laichingen) und Häussermann Fruchtsäfte GmbH & Co. KG (Neckartailfingen). Die Streuobst-Manufaktur Jörg Geiger GmbH, zusammen mit der Initiative Wiesenobst (siehe auch BPB) hat ihren Sitz in Schlat im Landkreis Göppingen. Viele weitere kleine Mostereien verarbeiten das Obst aus der Region. Außerdem vermarkten verschiedene Initiativen Regionalsäfte, u.a. in Wendlingen, Filderstadt, Böblingen, Nürtingen oder Rechberghausen.

Der „Mostprofessor“ Manfred Walz sowie der „Herr der Äpfel“ Bernhard Wanski prägen den Landkreis Böblingen mit ihrem umfassenden Streuobstwissen. Wissenswertes über Streuobst finden Interessierte u.a. im Obstbaumuseum Glems, dem Streuobst-Infozentrum Mössingen und dem Schopflocher Naturschutzzentrum. Im Thema Streuobst aktiv ist auch das Freilichtmuseum Beuren des Landkreises Esslingen.

### Streuobst und Naturschutz

Die Streuobstregion Albvorland hat sehr große zusammenhängende Streuobstflächen und hohe Baumdichten pro Gemeinde. Sie liegt hauptsächlich in der Großlandschaft Schwäbisches Keuper-Lias-Land (68 %). Im Norden schließen die Neckar- und Tauber-Gäuplatten (18 %) mit den Naturräumen Obere Gäue und Neckarbecken und im Süden die Schwäbische Alb (14 %) mit den Naturräumen Mittlere Kuppenalb, Albuch-Härtsfeld und Hohe Schwabenalb an. Im Nordwesten der Gemeinde Weil der Stadt gibt es noch einen kleinen Anschnitt an den Schwarzwald.

Die hohe Bedeutung dieser Streuobstregion für die Vogelwelt wird vor allem in den drei Vogelschutzgebieten Schönbuch, Vorland der mittleren Schwäbischen Alb und Mittlere Schwäbische Alb deutlich. Durch LSGs geschützte Bestände sind nur für den Ostalbkreis aufgeführt, da sie dort die einzige relevante Schutzkategorie darstellen. Für die anderen Landkreise sind die Angaben zu LSGs im Anhang mit aufgeführt. FFH-Gebiete, die in den Vogelschutzgebieten liegen, sind ebenfalls nur in der Langfassung aufgeführt.

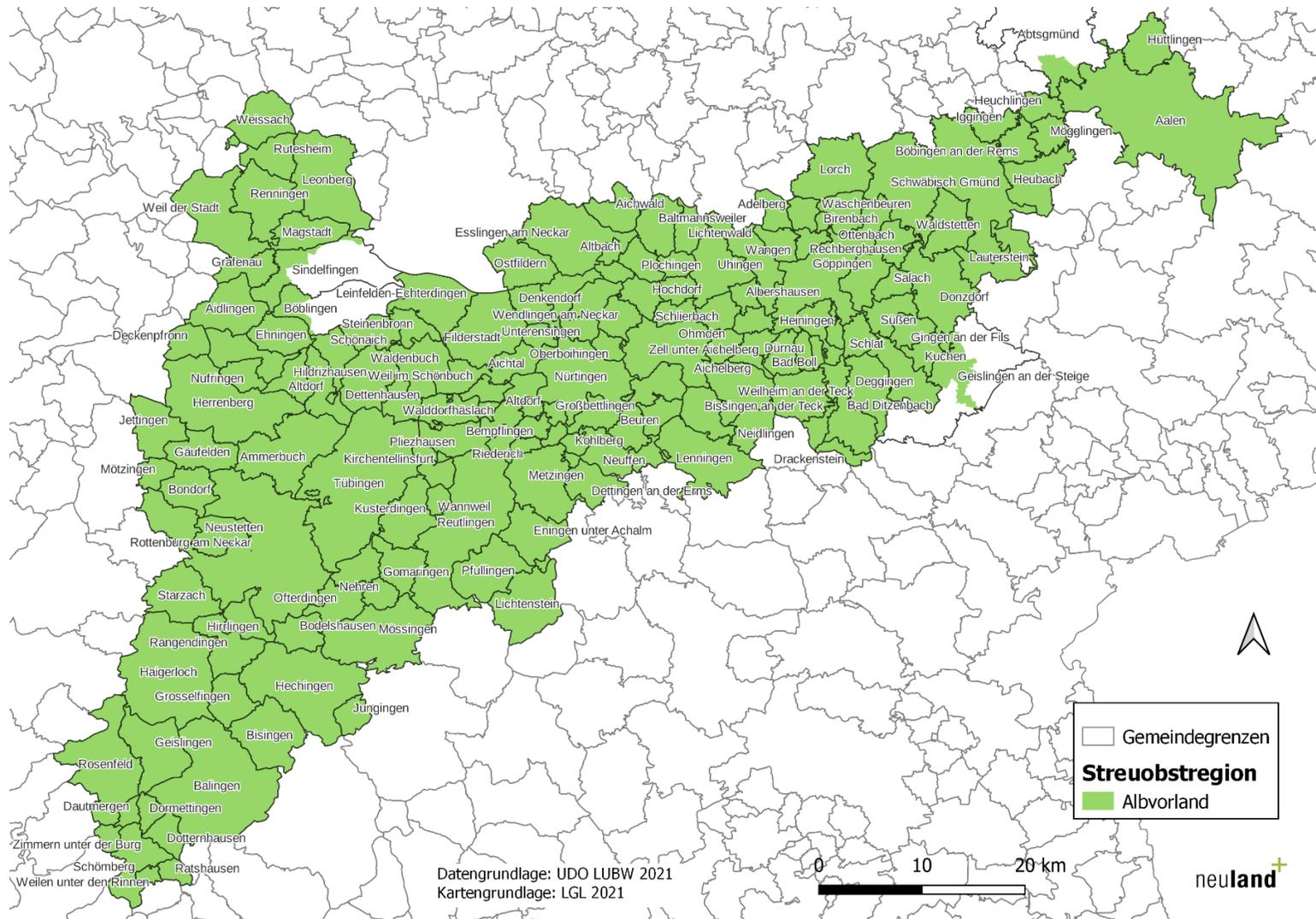


Abbildung 14: Gebietskulisse der Streuobstregion Albvorland (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022).

Im Zollernalbkreis liegen vier NATURA-2000-Gebiete mit Streuobstrelevanz: Die FFH-Gebiete Kleiner Heuberg und Albvorland bei Balingen, Gebiete zwischen Bisingen, Haigerloch und Rosenfeld und Prim-Albvorland. Bedeutsam sind die Flächen des Vogelschutzgebietes Wiesenlandschaft bei Balingen. Der Halsbandschnäpper (*Ficedula albicollis*) konnte 2010 nicht nachgewiesen werden, auch in den Vorjahren konnten nur sehr sporadisch Vorkommen von ihm im Gebiet beobachtet werden. Wendehals (*Jynx torquilla*), Grauspecht (*Picus canus*) und Neuntöter (*Lanius collurio*) kommen dagegen vor. Für den Raubwürger (*Lanius excubitor*) konnten Winterreviere bestätigt werden.

Das Vogelschutzgebiet Mittlere Schwäbische Alb zieht sich am Albtrauf vom Zollernalbkreis, über die Landkreise Tübingen, Reutlingen, Esslingen bis zum Landkreis Göppingen entlang. Die vielfältige Kultur- und Naturlandschaft umfasst Teile der Streuobstlandschaft im Naturraum Mittleres Albvorland, liegt aber überwiegend auf der Mittleren Kuppenalb. Die das Streuobst nutzenden Vogelarten Wendehals (*Jynx torquilla*), Grauspecht (*Picus canus*), Mittelspecht (*Picoides medius*), Halsbandschnäpper (*Ficedula albicollis*) und Neuntöter (*Lanius collurio*) wurden nachgewiesen. Der Raubwürger (*Lanius excubitor*) nutzt das Gebiet sporadisch als Winterquartier. Das FFH-Gebiet Albvorland bei Mössingen und Reutlingen liegt in den Landkreisen Tübingen und Reutlingen nördlich des Vogelschutzgebietes Mittlere Schwäbische Alb und ist durch Streuobstwiesen mit mageren, feuchten bis trockenen Flachland-Mähwiesen charakterisiert. Prägend ist die Achalm als kegelförmiger Zeugenberg mit Streuobst an den Unterhängen.

Im Landkreis Tübingen ist das FFH-Gebiet Spitzberg, Pfaffenberg, Kochhartgraben und Neckar mit einem großen Streuobstbestand mit seltenen Insekten- und Pflanzenarten bedeutsam. Im Vogelschutzgebiet Kochhartgraben und Ammertalhänge befinden sich in einer vielgestaltigen Kulturlandschaft ebenfalls Streuobstwiesen mit der Vogelart Neuntöter. Im Vogelschutzgebiet Schönbuch liegen 600 Hektar Streuobstwiesen dem bedeutenden Buchenwaldgebiet randlich vorgelagert. Als streuobstnutzende Vogelarten kommen Wendehals (*Jynx torquilla*), Grauspecht (*Picus canus*), Mittelspecht (*Dendrocopos medius*), Halsbandschnäpper (*Ficedula albicollis*) und Neuntöter (*Lanius collurio*) vor. Der Raubwürger (*Lanius excubitor*) nutzt das Gebiet sporadisch zur Überwinterung. Der Landkreis Böblingen hat ebenfalls Anteile im nördlichen Teil des FFH- und Vogelschutzgebiets Schönbuch.

Das Vogelschutzgebiet Vorland der mittleren Schwäbischen Alb liegt in den Landkreisen Esslingen und Göppingen. Dieses Vogelschutzgebiet hat eine vielfältige kleinteilige Kulturlandschaft mit ausgedehnten Streuobstwiesen und eingestreuten Waldflächen. Es stellt das wichtigste Brutgebiet für den Halsbandschnäpper (*Ficedula albicollis*) in Deutschland sowie bedeutendes Brutgebiet für Grauspecht (*Picus canus*) und Mittelspecht (*Leipicus medius*), Wendehals (*Jynx torquilla*) und Neuntöter (*Lanius collurio*) dar. Der Raubwürger (*Lanius excubitor*) hat traditionelle Winterreviere bei Kirchheim Teck. Gartenrotschwanz (*Phoenicurus phoenicurus*) und Steinkauz (*Athene noctua*) kommen ebenfalls vor.

Die Flächen der Streuobstregion Albvorland im Ostalbkreis liegen überwiegend in den Naturräumen Östliches Albvorland und im Süden im Albuch und Härtsfeld. Im Westen schließen Flächen des Naturraumes Schurwald und Welzheimer Wald und im Norden die Schwäbisch-Fränkischen Waldberge an.

Die LSGs um Welzheim und Walkersbacher Tal sowie LSG Albtrauf zwischen Unterkochen und Baiershofen, LSG Albtrauf zwischen Lautern und Aalen mit angrenzenden Gebieten

schützen wertvolle Streuobstflächen. In den LSGn Unteres Leintal mit Nebentälern, Hügelland um Hofen, Kaltes Feld bis Rosenstein, Hohenstaufen, Rechberg, Stuifen mit Aasrücken und Rehgebirge (Kaiserberge) sowie im FFH-Gebiet Welzheimer Wald mit Leintal steht auf Teilflächen ebenfalls Streuobst.

## 5.6 STREUOBSTREGION SÜDBADEN

---

Die Streuobstregion Südbaden besitzt in der Vorbergzone, am Rand des Kaiserstuhls und in der Rheinebene vor allem in den Landkreisen Emmendingen und Ortenau traditionelle Streuobstbestände. In den Ortsrandlagen sind durchaus Private die Streuobstbesitzer, ansonsten auch viele Landwirte. Die Kommunen selbst besitzen ebenfalls Streuobstbestände, z.B. viele Kommunen im Landkreis Emmendingen. Es gibt aktuell eine kleine Streuobstrenaissance, initiiert von Keltereien, wie z.B. Jung Fruchtsäfte GbR (Teningen) und Obstparadies Manufaktur Johannes Geng (Staufen), der Naturschutzorganisation Naturschutzbund Deutschland (NABU), dem Projekt MOBIL (Modellregion Biotopverbund Markgräflerland) des Regierungspräsidiums Freiburg und weiteren Akteuren.

### Agrarstruktur

Die Besitzverhältnisse in Südbaden waren größtenteils kleinstrukturiert, sie wurden vor allem in der Rheinebene durch Flurneuordnungen an die heutigen Bewirtschaftungsbedürfnisse angepasst. Streuobst steht in der Vorbergzone zwischen Wald und Wein oder dominiert einige Berghänge oder Täler der Vorbergzone. Des Weiteren grenzen Streuobstbestände an die Rheinwälder an oder stehen als Restflächen um die Ortschaften. Im Realteilungsgebiet liegen die Größen der Streuobstflächen oft unter 0,5 Hektar.

### Akteure

Keltereien in der Region sind u.a. Jung Fruchtsäfte GbR (Teningen) und Obstparadies Manufaktur Johannes Geng (Staufen), Fruchtsaftkellerei Fürle GmbH (Schwanau) und Fruchtsaftkellerei Zimmer GmbH (Rheinau). Verschiedene Streuobstvereine fördern die Kulturlandschaft und Produktherstellung, z.B. die Streuobstinitiative des Landkreises Lörrach, Streuobstinitiative Vörstetten oder der Förderverein Offenburger Apfelsaft e.V. Kleinbrenner stellen Edelbrände her. Der NABU Südbaden arbeitet außerdem grenzüberschreitend zum Schutz der Bestände mit französischen Partnern zusammen und betreibt das „Heimatmuseum Streuobstwiese“ an mehreren Standorten. Das Pflanzmaterial wird in der Regel von der Baumschule Ganter (Wyhl) bezogen.

### Streuobst und Naturschutz

Die Streuobstregion Südbaden hat im Süden mit den Naturräumen Dinkelberg und Hochrheintal Anteile an der Großlandschaft Hochrheingebiet (10 %). Das südliche Oberrhein-Tiefland (24 %) schließt nach Norden an mit der Markgräfler Rheinebene und dem Markgräfler Hügelland und im Osten gehören Teile des Hochschwarzwaldes, weiter im Norden Freiburger Bucht und Kaiserstuhl dazu. Die Streuobstregion Südbaden setzt sich vom Kaiserstuhl nach Norden mit dem Mittleren Oberrhein-Tiefland (31 %) mit den Lahr-Emmendinger Vorbergen, den Ortenau-Bühler Vorbergen und der Offenburger Rheinebene fort, flankiert von westlichen Teilen des Mittleren und Nördlichen Schwarzwaldes.



□ Gemeindegrenzen  
**Streuobstregion**  
 ■ Südbaden

Datengrundlage: UDO LUBW 2021  
 Kartengrundlage: LGL 2021

0 7,5 15 km

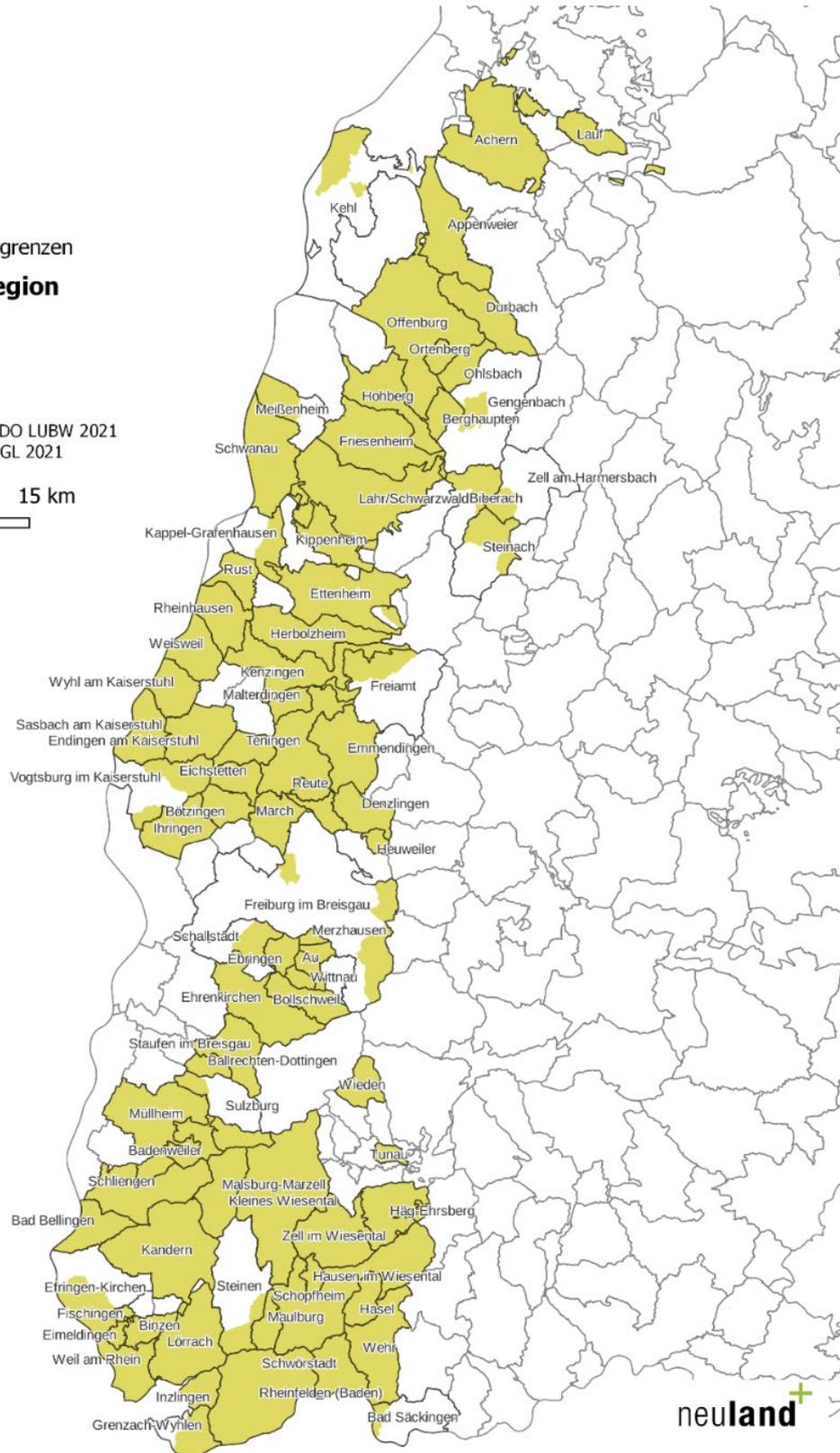


Abbildung 15: Gebietskulisse der Streuobstregion Südbaden (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022).

Im Landkreis Lörrach gibt es auf dem Tüllinger Berg im Markgräfler Hügelland ein großflächiges Streuobstvorkommen. Die Habitate der dort brütenden Vögel Wendehals (*Jynx*

*torquilla*), Grauspecht (*Picus canus*), Mittelspecht (*Leipicus medius*) und Neuntöter (*Lanius collurio*) liegen im Vogelschutzgebiet Tüllinger Berg und Gleusen.

Im Markgräfler Hügelland wurde die Population des Steinkauzes (*Athene noctua*) durch Artenschutzmaßnahmen des Naturschutzbundes (NABU) gesichert. Die Population nimmt derzeit zu. Große Kirschenbestände stehen in den Tälern in Ober- und Niedereggenen. Etwas weiter nördlich hat die Wimperfledermaus (*Myotis emarginatus*) im dörflichen Siedlungsbereich eine große Wochenstube. Viele Streuobstflächen werden durch das LSG Markgräfler Hügelland und angrenzender westlicher Südschwarzwald geschützt. Weiter im Norden schließen sich weitere Vorberge mit Streuobstbeständen an, der Schönberg mit seinem ausgedehnten Kirschenbestand im Naturschutzgebiet „Berghauser Matten“ mit dem weltweit größten Bestand von Rogers Goldhaarmoos (*Orthotrichum rogeri*), das durch Anhang II der FFH-Richtlinie geschützt ist. Im Vogelschutzgebiet Schönberg bei Freiburg kommen die das Streuobst nutzenden Vogelarten Wendehals, Zaunammer, Grauspecht, Neuntöter und Mittelspecht vor. Im Kaiserstuhl, in dem weite Teile durch das gleichnamige Vogelschutzgebiet geschützt sind, kommen Steinkauz und Wiedehopf als weitere streuobstnutzende Vogelarten dazu.

Die Streuobstregion Südbaden setzt sich zwischen Rhein und Schwarzwald in den Landkreisen Emmendingen und Ortenaukreis fort. Im Vogelschutzgebiet Rheinniederung Sasbach-Wittenweier kommen die Vogelarten Wendehals (*Jynx torquilla*) und Neuntöter (*Lanius collurio*) in den Streuobstbeständen vor. Der Bereich mit der größten Streuobstdichte liegt in den Lahr-Emmendinger Vorbergen, hier ist das Landschaftsschutzgebiet Schutterlindenberg bedeutsam, dieses ist von Streuobst und Hecken geprägt.

Der Ortenaukreis ist ein Intensivobstanbaugebiet. Die Bühler Zwetschgen sind überregional bekannt. In der Feldflur und in den Ortsrandlagen finden sich immer wieder Streuobstbestände geringer bis mittlerer Größe.

## 5.7 STREUOBSTREGION BODENSEE/KLETTGAU

---

Die Streuobstregion Bodensee/Klettgau weist als klassisches Obstbaugebiet Streuobst um die Gemeinden und in der Feldflur auf. Die Bestände werden von Landwirten und Privaten bewirtschaftet. Die Bewirtschaftung durch Landwirte nimmt nach Osten zu. Zwei große sowie eine Vielzahl kleinerer Verarbeitungsbetriebe prägen die Region. Die Naturschutzorganisation BUND setzt sich für die Erhaltung der Streuobstbestände ein.

### Agrarstruktur

Die Region weist v.a. in Nähe zum Bodensee kleinere Agrarflächengrößen (unterhalb 0,5 bis zu einem Hektar) auf. Größere Flächen finden sich im östlichen Teil der Region. So sind der Bodenseekreis sowie die Landkreise Ravensburg und Waldshut vom Anerbenrecht dominiert, während der Landkreis Konstanz überwiegend Realteilungsgebiet war.

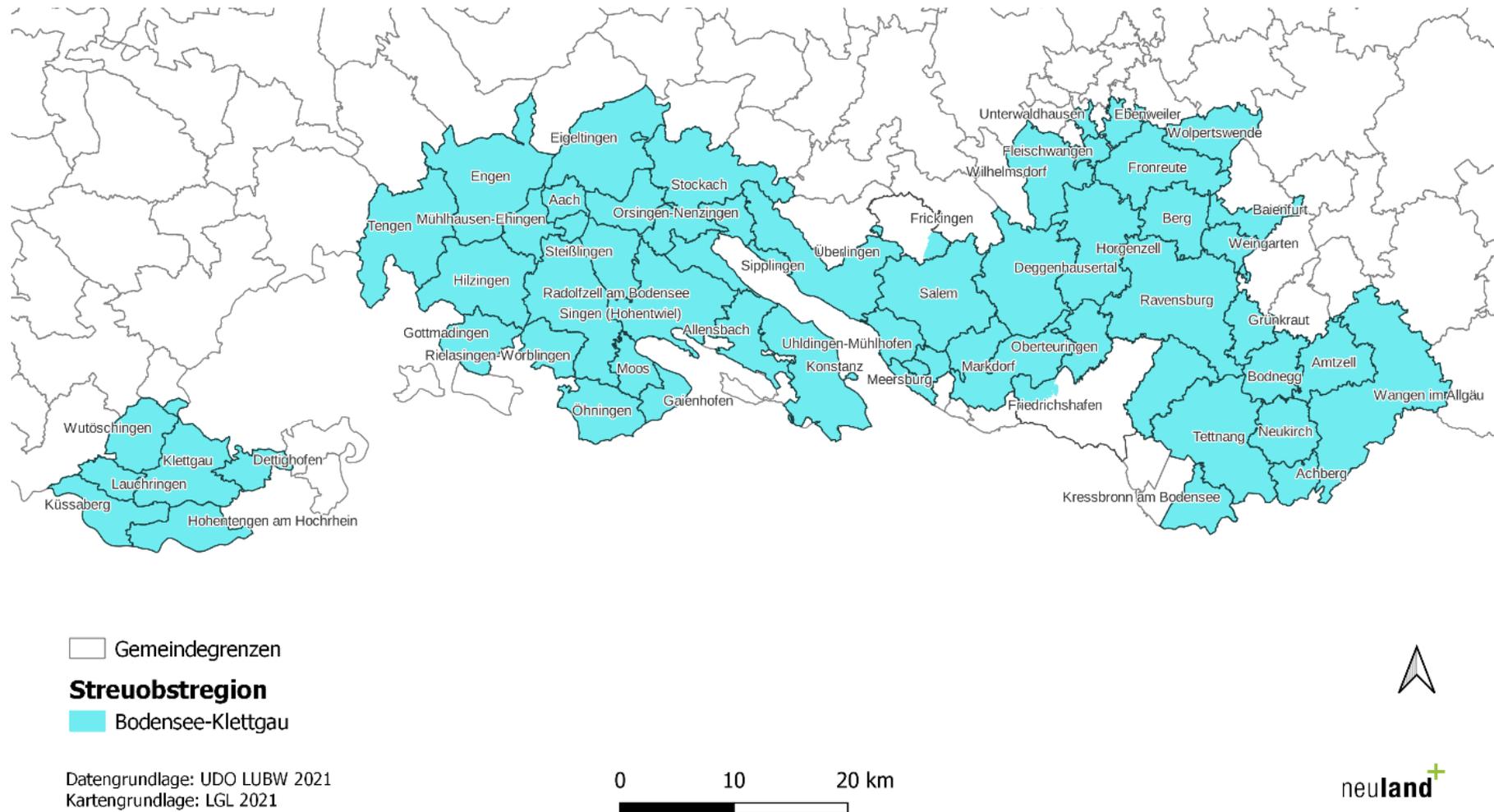


Abbildung 16: Gebietskulisse der Streuoibstregion Bodensee/Klettgau (Quelle: eigene Darstellung neulandplus, 2022)

## Akteure

Bekannte Verarbeitungsbetriebe für Mostobst sind die beiden großen Keltereien Fidel Dreher GmbH (Stockach) und Berhard Widemann Bodenseekelterei GmbH (Bermatingen), der auch den Betrieb Schlör in Radolfzell nach Insolvenz fortführt. Neben einigen mobilen sind weitere kleinere stationäre Keltereien vertreten, z.B. die innovative Stahlinger Streuobstmosterei Dr. Günther Schäfer (Radolfzell), die Fruchtsaftkelterei Daniel Stiefel e.K. (Ravensburg) und die Sinner Fruchtsäfte (Bodman). Das Kompetenzzentrum Obstbau Bodensee in Bavendorf forscht und berät überregional im Obstbaubereich. Es betreibt außerdem seit über 20 Jahren einen Apfelsortenerhaltungsgarten. Bekannt ist außerdem das Streuobst & Apfelsaftprojekt Bodensee-Oberschwaben des BUND Regionalverbands Bodensee-Oberschwaben. Bis heute haben sich im Apfelsaftprojekt allein im Kreis Ravensburg über 100 Landwirte zum Erhalt ihrer 13.000 Hochstämme verpflichtet. Die Naturschutzorganisation betreibt außerdem verschiedene Sortengärten. Bekannt ist der StreuObstGarten Weilerlmühle in Friedrichshafen mit jährlichem Streuobstfest.

## Streuobst und Naturschutz

Die Streuobstregion Bodensee/Klettgau erstreckt sich nördlich von Rhein und Bodensee von Lauchringen im Westen bis Amtzell im Osten. Im Westen, im Klettgau, haben die Naturräume Alb-Wutach-Gebiet und sehr kleinflächig das Hochrheintal einen Anteil von knapp 7 Prozent an der Fläche der Streuobstregion. Die größte Fläche mit 83 Prozent nimmt die Großlandschaft Voralpines Hügel- und Moorland mit den Naturräumen Hegau (32 %), Bodenseebecken (23 %), Oberschwäbisches und Westallgäuer Hügelland mit 17 bzw. neun Prozent ein. Im Norden schließen an den Hegau die Hegualb und an diese wiederum Flächen der Naturräume Randen und Baaralb und Oberes Donautal. Im Osten, nördlich des Hegau, wird von der Streuobstregion noch die Großlandschaft Donau-Iller-Lech-Platte angeschnitten mit Flächen, die zum Naturraum Donau-Ablach-Platten gehören.

Im Klettgau befindet sich ein Teil des Streuobstbestandes in den Flächen des FFH-Gebietes Klettgaurücken und der LSGs Hochrhein-Klettgau und Hohentengen. In der Planung des grenzüberschreitenden Biotopverbundes mit dem Kanton Schaffhausen wurden für den Lebensraum „Obstgärten“ folgende Zielarten ausgewählt: Graues Langohr (*Plecotus austriacus*), Wiedehopf (*Upupa epops*), Gartenrotschwanz (*Phoenicurus phoenicurus*), Steinkauz (*Athene noctua*) und Wendehals (*Jynx torquilla*). 2011 konnte zudem nach über 20 Jahren wieder eine erfolgreiche Wiedehopfbrut in der Region Schaffhausen verzeichnet werden.<sup>75</sup> Im Hegau hat das Landratsamt Konstanz folgende LSGs mit wichtigen Streuobstbeständen ausgewiesen: Hegau, Hohentwiel, Hohentengen, Schloßberg Friedingen und Bergkirche Büsingen. Besonders bemerkenswert sind die Streuobstbestände um Stockach und die Kirschbestände auf der Höri.

Die Flächen der Streuobstregion im Naturraum Bodenseebecken liegen überwiegend im Bodenseekreis. Die LSGs Lippertsreuter Umland, Bodenseeufer sowie Seenplatte und Hügelland südlich der Argen und Nonnenbachtal umfassen nur einen Teil des Streuobstbestandes, haben dieses aber ausdrücklich zum Schutzziel.

---

<sup>75</sup> Regionaler Naturpark Schaffhausen (2018): Biotopverbundkonzept Jestetten-Lottstetten-Dettighofen-Klettgau

Im Landkreis Ravensburg liegen die Streuobstbestände in den Naturräumen Bodenseebecken (Schussenniederung) und im Westallgäuer Hügelland. Im Westallgäuer Hügelland finden sich Streuobstbestände im LSG Jungmoränenlandschaft zwischen Amtzell und Vogt.

Die in den Naturräumen Hegau und Bodenseebecken liegenden Flächen der Streuobstregion Bodensee-Klettgau sind Teil des Untersuchungsraumes „Bodenseegebiet“ der Ornithologische Arbeitsgemeinschaft Bodensee (OAB). Hier einige Daten zu Vogelarten, die das Streuobst nutzen, aus den Publikationen der OAB:

Ein Vergleich der Brutvogelkartierungen von 1980 bis 2010 im Bodenseegebiet der Ornithologischen Arbeitsgemeinschaft Bodensee ergibt für die Streuobst bewohnenden Vogelarten folgende Resultate: Steinkauz (*Athene noctua*) ganz verschwunden (-100 %), Gartenrotschwanz (*Phoenicurus phoenicurus*) (-89 %) und Wendehals (*Jynx torquilla*) (-56 %) starker Rückgang und Neuntöter Rückgang um ein Drittel (-37 %).<sup>76</sup>

Im Hegau und auf dem Bodanrück ist die ehemalige Brutpopulation des Steinkauzes (*Athene noctua*) schon vor 1970 erloschen. 2020 gab es drei Nachweise bei Langenargen, Markelfingen und bei Iznang. Bei geeigneten Artenhilfsmaßnahmen ist eventuell eine Wiederbesiedelung des Gebietes möglich. Auf der schweizerischen Seite des Bodenseeuferes bei Egnach brütete ein Wiedehopf-Paar. Für den Wendehals liegen 64 Nachweise aus der Brutzeit zwischen Mai und Juli 2020 deutlich über dem Schnitt der Vorjahre (2017: 29; 2018: 23). Der Gartenrotschwanz (*Phoenicurus phoenicurus*) kommt nur noch vereinzelt vor, aber auch in den Naturräumen Hegau und Bodenseebecken. Vom Neuntöter (*Lanius collurio*) liegen, nach guter Reproduktion im Jahr 2019, insgesamt 647 Meldungen vor.<sup>77</sup>

---

<sup>76</sup> Bauer et al. (2019): Starke Bestandsveränderungen der Brutvogelwelt des Bodenseegebietes – Ergebnisse aus vier flächendeckenden Brutvogelkartierungen in drei Jahrzehnten. In: Vogelwelt 139, 3–29.

<sup>77</sup> Ornithologischer Rundbrief für das Bodenseegebiet (2020): Bericht über den Sommer und die Brutzeit 2020 Nr. 238, Ornithologische Arbeitsgemeinschaft Bodensee (OAB).

## TEIL D: STREUOBST-ERLEBNISWELT

### 6.1 ZIELSETZUNG EINER STREUOBST-ERLEBNISWELT

---

Ziel und Aufgabe der Machbarkeitsstudie ist die Konzeptentwicklung im Sinne eines modularen Baukastens für eine Streuobst-Erlebniswelt. Unter dem Begriff „Erlebniswelt“ wird hier ein erlebnisorientierter Lernort verstanden. In den Unterkapiteln werden nachfolgend die Ansprüche und Erwartungen an mögliche Formen einer Erlebniswelt dargestellt.

Ausgehend vom Ziel- und Strategieansatz „Baden-Württemberg ist Streuobstland“ ergibt sich für die Streuobst-Erlebniswelt das mehrteilige Leitziel:

**Zahlreiche Menschen  
ÜBER Streuobst informieren und  
FÜR Streuobst nachhaltig begeistern  
„Call to Experience“ & „Call to Action“**

**Zahlreiche Menschen:** Möglichst viele Menschen aller Altersklassen und Hintergründe anzusprechen, ist ein bedeutender Aspekt des Leitziels. Bestimmte Personengruppen sind besonders empfänglich für die Kernbotschaft.

**ÜBER Streuobst informieren:** Es bedarf eines Grundstocks an Informationen. Primär bietet die Erlebniswelt dem Publikum niederschwellige Handlungsanleitungen zum Erhalt von Streuobst und fordert zu entsprechenden Handlungen auf.

**FÜR Streuobst nachhaltig begeistern:** Das Angebot der Erlebniswelt begeistert durch seine einschlägige Ausgestaltung und hinterlässt einen Eindruck beim Publikum.

**Call to Experience<sup>78</sup>:** Für ein möglichst großes Publikum und dessen nachhaltige Begeisterung macht die Erlebniswelt gemäß ihres Titels hautnahes „Erleben“ möglich.

**Call to Action<sup>79</sup>:** Informationsgrundstock und Erlebnischarakter überzeugen nicht nur zur Teilnahme, sondern animieren auch zum niederschweligen bis aktiven Engagement abseits der Erlebniswelt für den Erhalt der Streuobstwiesen.

Die Streuobst-Erlebniswelt stellt einen wesentlichen Baustein der Imagekampagne des Landes dar.

### 6.2 ZIELGRUPPENANALYSE

---

Für die nähere Bestimmung von Zielgruppen wird die Aufteilung der Gesellschaft in verschiedene Milieus als Grundlage herangezogen. Die sogenannten Sinus-Milieus gliedern die Gesellschaft in voneinander getrennte, sich aber teilweise überschneidende Teilgruppen. Die entscheidenden Parameter für die Positionierung der einzelnen Gruppen sind die soziale

---

<sup>78</sup> Englisch: „Erlebnis-Einladung“, bzw. direkte Aufforderung an Verbraucher\*innen, an einem Erlebnis teilzuhaben.

<sup>79</sup> Englisch: „Handlungsaufforderung“, bzw. direkte Aufforderung an Besucher\*innen, eine bestimmte Handlung auszuführen.

Lage („Unter-“ bis „Oberschicht“) und die grundlegende Werteorientierung („Tradition“ bis „Grenzen überwinden“).

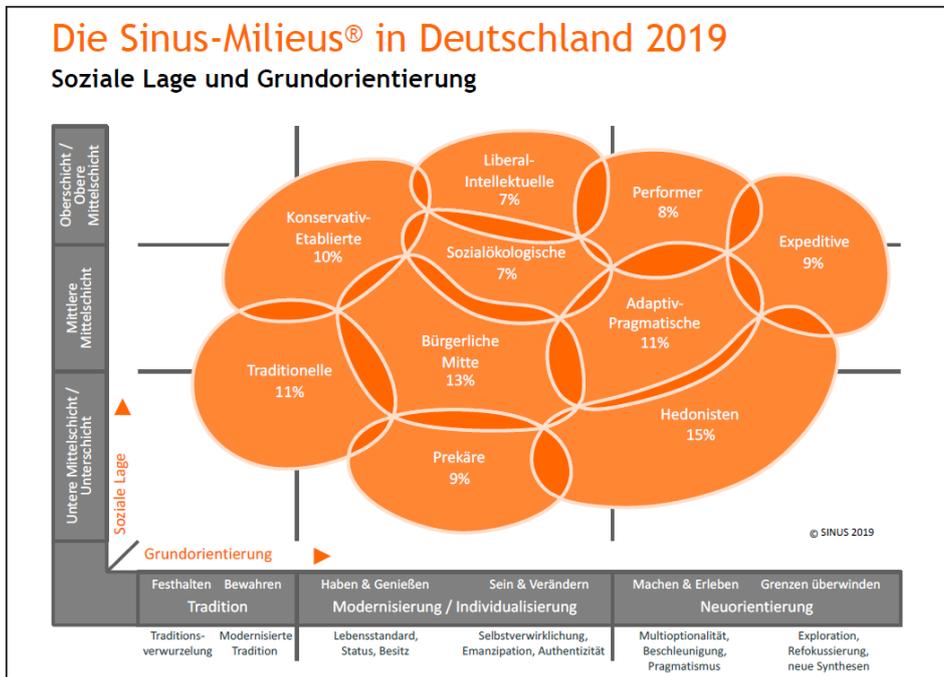


Abbildung 17: Sinus-Milieus in Deutschland (Quelle: sinus-institut.de in Borgstedt & Schleer 2019, S. 262)

Die verschiedenen Milieus können auch im Hinblick auf thematische Grundeinstellungen charakterisiert werden, z.B. hinsichtlich des Umwelt- und Naturschutzes.



Abbildung 18: Einstellungen zu Umwelt- und Naturschutz (Quelle: Sinus-Institut in Borgstedt & Schleer 2019, S. 263)

Folgend werden diejenigen Milieus thematisiert, die für Angebote im Bereich von Naturschutz und biologischer Vielfalt prinzipiell erreichbar sind: Die Gruppe der „Sozialökologischen“ (7 % der Gesamtbevölkerung) hat den engsten Bezug zu Natur- und Umweltschutz und identifiziert sich mit diesem Thema. Es findet eine intensive Auseinandersetzung mit ökologischen Themen und einem verantwortungsbewussten Leben statt. Daneben sind auch „Konservativ-Etablierte“ (10 %) sowie „Traditionelle“ (11 %) für das Thema zugänglich, jedoch aus einer Perspektive der Bewahrung von Traditionen, Heimat und Natur. Die übrigen, grundsätzlich offenen Teilgruppen für Umwelt- und Naturschutz benötigen ebenso spezifische Zugänge zur Thematik, z.B. eine Fortschrittslogik bei den „Performern“ (8%).

Tabelle 5: Zielgruppen für Naturschutz und biologische Vielfalt<sup>80</sup>

Sinus-Milieu	Naturbewusstsein/ Akzeptanz von Schutzmaßnahmen	Naturnahe Gartengestaltung/ Anbau heimischer Sorten	Mögliche Zugänge
Traditionelle	+	+	Tradition, Naturverbundenheit, Heimat
Konservativ-Etablierte	++	+	Bewahren, Erinnerung, Heimat
Bürgerliche Mitte	+	+	Zukunft der Kinder, Regionale Identität, Gesundheit
Sozialökologische	++	++	Verantwortung, Gesundheit, Zukunft
Liberal-Intellektuelle	+	+	Schönheit, Vielfalt, Lebendigkeit
Performer	+		Vorreiter, Zukunft
Expeditive	+		Kreativität, Kultur, Vielfalt

Hinsichtlich einer Streuobst-Erlebniswelt lässt sich schlussfolgern: Die Gruppe der „Sozialökologischen“ ist am leichtesten erreichbar. Das „liberal-intellektuelle“ Milieu setzt sich bereits auf hohem Niveau mit dem Thema auseinander. Da sich die beiden genannten Zielgruppen ohnehin für das Thema interessieren oder bereits engagierte Fachleute für Streuobstanbau sind, wird davon ausgegangen, dass diese Gruppen teils in Eigeninitiative die bestehenden Einrichtungen und Veranstaltungen nutzen. Somit sind diese nicht die priorisierten Zielgruppen einer Streuobst-Erlebniswelt. Zur Expansion des Bewusstseins für Streuobst gilt es, umweltschutzinteressierte, aber wenig streuobst-affine Personen zu erreichen. Demnach sind als primäre Zielgruppe die „Konservativ-Etablierten“ und „Traditionellen“ (21 %) zu adressieren. Zur sekundären Zielgruppe zählen die „Performer“ und „Expeditive“ (17 %). Die Erlebniswelt konzentriert sich auf diese Gruppen, ist allerdings kein „Exklusivangebot“ nur für diese. Sie ist im Sinne des Leitziels für alle Interessierten ansprechend und zugänglich. Folgende Tabelle zeigt sie im Überblick.

<sup>80</sup> Quelle: Eigene Darstellung neulandplus, Datengrundlage: ECOLOG-Institut 2008.

Tabelle 6: Die Top-Zielgruppen in der Übersicht

	Primäre Zielgruppe: Konservativ-Etablierte + Traditionelle (21 %)	Sekundäre Zielgruppe: Performer + Expeditiv (17 %)
<b>Begründung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- PRO Erhalt des Streuobstanbaus</li> <li>- Erhalt der Kulturlandschaft/Heimat</li> <li>- Interesse für Natur, aber keine „Experten“ (Informationsgewinn durch Besuch)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- offen für alternative Lebens-/Konsumformen</li> <li>- Erhalt der Kulturlandschaft/Heimat</li> <li>- zukunftsorientiert</li> <li>- wachsende Zielgruppe</li> </ul>
<b>Charakterisierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualitätsbewusstsein</li> <li>- Tradition</li> <li>- Sicherheit und Ordnung</li> <li>- Angst vor Verlust von Geschichte und Kultur (heimische Arten)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- technikaffin, digital</li> <li>- Alternativität</li> <li>- Individualität</li> </ul>
<b>Geeignete Angebotsformen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- informative Ausstellung, aber leicht zugänglich</li> <li>- Information zu landwirtschaftlicher Praxis</li> <li>- Möglichkeiten des Erhalts von Streuobst</li> <li>- Ansprechpartner vor Ort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- informative und interaktive Ausstellung</li> <li>- digitale Angebote, z.B. VR, QR-Codes</li> <li>- Kreativangebote, z.B. Workshops zu Kochen oder Malerei</li> </ul>
<b>Nutzungszeiten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- meist am Wochenende, Feiertagen</li> <li>- im Urlaub</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- flexibel und spontan, Schwerpunkt Wochenende</li> </ul>
<b>Einschränkungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nicht zu wissenschaftlich</li> <li>- Preis-Leistungs-Verhältnis</li> <li>- Konkurrenz zur traditionellen Wanderung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erlebniszentrum muss „hip“ genug sein</li> <li>- Zugang über „coole“ Projekte und Workshops</li> </ul>

### 6.3 ANFORDERUNGEN AN EINE STREUOBST-ERLEBNISWELT

Die aufgelisteten Anforderungen an eine Streuobst-Erlebniswelt ergeben sich aus der Zielgruppenanalyse, Beteiligung zur Studiererstellung, den Fachgesprächen sowie der Analyse von Praxisbeispielen. Die Berücksichtigung und Erfüllung der folgenden Anforderungen in der Konzeption einer Erlebniswelt tragen zu einer qualitativ hochwertigen Gestaltung und somit zur Zielerreichung bei.

- einschlägiger, wiedererkennbarer Titel sowie konzeptionelle Gestaltung.
- nachvollziehbare Story-Line/nachvollziehbares Leit-Motiv.
- hoher Erlebniswert und große Attraktivität.
- schnell und einfach konsumierbare Angebote.
- weiterführende Informationen (z.B. Verweis auf Homepage, Netzwerke).
- umweltpädagogischer „state of the art“ („Lernen mit Kopf, Herz und Hand“).
- anregende und thematisch passende Umgebung, Infrastruktur (z.B. Toiletten, Strom).
- hohe Flexibilität.
- Einbindung der Streuobst-Produkte als sichtbaren Mehrwert.
- persönliche bzw. direkte Ansprache auf individueller Ebene: Einbezug von Fachpersonal.
- Berücksichtigung aller Altersgruppen.
- Eignung für Gruppen (z.B. Schulklassen) und Einzelpersonen (zufällige Passanten).
- leichte Erreichbarkeit für viele Menschen (ÖPNV, PKW etc.).
- Barrierefreiheit für Familien/Kinder, Personen mit Behinderung und Senioren.
- bei mobiler Variante: Bedeutung der aktuellen Standortangabe.

- Preispolitik: kostenloser Eintritt aufgrund des Bildungsauftrages.

Vor dem Hintergrund des Rückgangs der Streuobstflächen muss eine Streuobst-Erlebnisswelt Baden-Württemberg unbedingt eine Handlungsanleitung für alle Besucher und Besucherinnen bieten, wie sie direkt zum Erhalt von Streuobst beitragen können. Eine konkrete, spürbare und durchgängige Thematisierung trägt dem „Call to Action“ Rechnung.

Zur konzeptionellen und inhaltlichen Gestaltung einer Erlebnisswelt können zahlreiche unterschiedliche Angebote gewählt und zielgruppenspezifisch genutzt werden. Diese Angebote werden in ihrer inhaltlichen und materiellen Ausstattung bedarfsorientiert kombiniert. Aus der bestehenden Landschaft etablierter Praxisbeispiele lassen sich die folgend aufgeführten Angebote ableiten:

	Angebot	Definition/ inhaltliche und materielle Ausstattung
A	Ausstellungszentrum	<ul style="list-style-type: none"> <li>- allgemeine Ausstellung zu „Streuobst“: Infotafeln, Themenpfad, Ausstellung mit (Audio-)Guide</li> <li>- spezifische Ausstellungen: Kunst, alte Sorten, Kulturlandschaft, Artenvielfalt usw.</li> <li>- Ausstellungen zum Ausleihen</li> </ul>
B	Vortrags-/Veranstaltungsort	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachvorträge: Bestuhlung, Präsentationstafeln, Internetanschluss usw.</li> <li>- praxisnah: Präsentation von Gerätschaften, Baumschnittkurse, Fördermöglichkeiten, usw.</li> <li>- Ferienprogramm für Kinder</li> <li>- Feste: Erntefest, Apfelfest, Märkte</li> </ul>
C	Genuss-Zentrum – Verkauf/Verkostung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bewirtung (z.B. Café, Restaurant, Kiosk)</li> <li>- Verkostung (z.B. Tastings: Kooperation mit Keltereien)</li> <li>- Shop (regionale Streuobst-Produkte mit Verkostung)</li> </ul>
D	Mobiles Forschungslabor	<ul style="list-style-type: none"> <li>- fachliche Auseinandersetzung mit der Umwelt mittels nützlicher Utensilien, sinnlicher Erfahrungen</li> <li>- Ausstattung/Utensilien: Lupen, Leitern, Bechergläser, Ferngläser usw.</li> <li>- pädagogische Arbeit</li> <li>- Kooperation mit Schulklassen, Umweltverbänden, Vereinen usw.</li> </ul>
E	Werkstatt für Handwerk rund ums Streuobst	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kurse zur Verwertung von Obst usw.</li> <li>- pädagogische Arbeit</li> <li>- Aktionsorte von Vereinen</li> <li>- Ausstattung/Utensilien: ausgestattete Küche, Informationsmaterial usw.</li> </ul>
F	„Virtual Experience“ – Digitale Elemente oder gesamt-digitale Erlebnisswelt	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Website, E-Publishing und E-Mail-Marketing</li> <li>- Soziale Medien, Online-Foren</li> </ul> <p>Ortsgebundene Erlebnisswelt</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausstattung mit Virtual Reality (VR) und oder Augmented Reality (AR)</li> <li>- Digitale Elemente (on-/offline)</li> <li>- Medienstationen</li> <li>- Tablets und Smartphones (als Audio-/Videoguides)</li> <li>- Apps zur Nutzung mit dem eigenen Endgerät (Information, Guide, VR, AR, Gaming)</li> </ul> <p>Erlebnisswelt im digitalen Raum (online)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- digitale Veranstaltungen (z.B. per Videotelefonie und digitale Präsentationen)</li> <li>- Apps (z. B. mit Veranstaltungskalender, Quiz)</li> <li>- Virtual Reality (VR)</li> <li>- Location-based-Services (z. B. QR-Codes zum Scannen)</li> </ul>

Passend zum Verständnis des Begriffs „Erlebniswelt“ als erlebnisorientierter Lernort empfehlen sich insbesondere die Angebote A, B und C, die entsprechend kombiniert oder erweitert werden.

## 6.4 BETREIBERMODELLE: POTENZIELLE TRÄGER UND BETREIBER

Folgende Anforderungen sind an einen potenziellen Betreiber zu stellen:

Angebot	Anforderung
<b>Angebot A: Ausstellungszentrum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachwissen zum Streuobstanbau, zu regionalen Themen (und darüber hinaus)</li> <li>- Erfahrungswerte bei der Ausrichtung oder strategischen Planung von Ausstellungen</li> <li>- Sinn für Raumaufteilung und -gestaltung</li> </ul>
<b>Angebot B: Veranstaltungs- /Vortragsort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- organisatorische und planerische Fähigkeiten</li> <li>- Erfahrungswerte bei der Ausrichtung oder strategischen Planung von Veranstaltungen</li> <li>- Moderation und persönliche Präsenz</li> <li>- zeitliche Flexibilität (Vorträge abends/samstags)</li> <li>- pädagogische Fähigkeiten</li> </ul>
<b>Angebot C: Mobiles Forschungslabor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pädagogische Fähigkeiten/erzieherische Schlüsselkompetenzen</li> <li>- Kenntnisse über wissenschaftliches Arbeiten im Labor</li> <li>- umweltspezifisches Fachwissen</li> <li>- körperliche Eignung/Belastbarkeit</li> </ul>
<b>Angebot D: Werkstatt</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachwissen über die Verarbeitung von Obst</li> <li>- körperliche Eignung/Belastbarkeit</li> <li>- zeitliche Flexibilität</li> <li>- Kreativität</li> </ul>
<b>Angebot E: Genuss-Zentrum – Verkauf und/oder Verkostung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- betriebswirtschaftliches Verständnis</li> <li>- Kundenfreundlichkeit</li> <li>- organisatorische und planerische Fähigkeiten</li> <li>- Kenntnisse zu Produkten und zur Herstellung</li> </ul>
<b>Angebot F: Virtual Experience</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundkenntnisse der Informatik</li> <li>- technisches Verständnis und lösungsorientierte Problembehandlung</li> <li>- Interesse und Engagement für eigenständige Weiterentwicklung und Anpassung von digitalen Produkten an den aktuellen Stand der Technik</li> </ul>
<b>Querschnittsangebot: Eigene Streuobstwiese</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fachwissen rund um das Thema Streuobst</li> <li>- körperliche Eignung/Belastbarkeit</li> <li>- zeitliche Flexibilität</li> <li>- Führerschein wünschenswert</li> </ul>
<b>Allgemeine Anforderungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hohes Koordinierungsvermögen</li> <li>- Fähigkeit zu Organisation und Planung</li> <li>- Nähe zum Thema Umwelt und Streuobst</li> <li>- Überblick über die Akteure in BW</li> <li>- Kundenfreundlichkeit</li> <li>- Ansprechpartner für Fragen und Anliegen</li> <li>- betriebswirtschaftliches Verständnis</li> <li>- EDV-Kenntnisse</li> </ul>

Die Wahl des Betreibermodells der Streuobst-Erlebniswelt ist direkt abhängig von der Entscheidung für einen festen Standort oder eine mobile Lösung (s. Umsetzungsoptionen) und von dem Angebot, welches die Erlebniswelt aufweisen soll. Bei der Wahl eines festen Standortes (Optionen 1 und 2) ist eine „Union“ von Besitzenden des Gebäudes bzw. des

Grundstücks und Betreibenden von Vorteil. Bei einer mobilen Lösung (Option 3) bietet sich ein überregional bzw. landesweit agierender Betreiber oder eine Kooperation mehrerer Betreiber an. Ein bei der Betreiberwahl zu berücksichtigender Aspekt ist auch die Frage der Finanzierung, und hier insbesondere einer potenziellen Förderung.

Die im Folgenden thematisierten Trägerschaften und Betriebsformen lassen sich je nach konzeptioneller Gestaltung einer Erlebniswelt unterscheiden.

### **Kommunen und Landkreise**

Die Streuobsterlebniswelt wird organisatorisch und inhaltlich an eine Kommune angebunden, bei kleineren Kommunen eignen sich Zweckverbände (öffentlich-rechtliche Körperschaften) oder Vereine aus dem Zusammenschluss mehrerer Kommunen. Alternativ ist auch die Anbindung an einen Landkreis bzw. einen Zusammenschluss mehrerer Kreise – auch mit Einbindung einzelner Kommunen möglich.

### **Vereine**

Bei einer Trägerschaft über einen bestehenden oder neu eingerichteten Verein ergibt sich eine Unabhängigkeit gegenüber kameralistischen und administrativen Bestimmungen. Zur Gründung wird eine Satzung und Wahl eines Vorstandes benötigt, Vereine müssen gemeinnützig sein und dürfen keinen wirtschaftlichen Zweck verfolgen. Eine öffentliche Beteiligung am Verein ist möglich.

### **Stiftungen**

Die Gründung einer Stiftung kann zum Zweck des Betriebs und der Förderung der Erlebniswelt und deren öffentlicher Vermittlung erfolgen. Als Stifter kommen Unternehmen, Institutionen, die öffentliche Hand oder Privatpersonen in Frage. Die Stiftung muss über Mittel verfügen, die sie zur Erlangung ihres eingetragenen Zwecks benötigt (Vermögensstiftung). Alternativ zur Vermögensstiftung ist eine Zuwendungsstiftung möglich. Über eine Stiftung kann ein unabhängiges und am Stiftungszweck orientiertes Handeln ermöglicht werden.

### **Land Baden-Württemberg**

Vor dem Hintergrund des empfohlenen Ziel- und Strategiebeschlusses „Baden-Württemberg ist Streuobstland“ unterstreicht eine Übernahme der Betreiberrolle durch das Land (z.B. Regierungspräsidium, Landeseinrichtung) die Bedeutung des Themas. Es gilt zu beachten: Landeseinrichtungen/Regierungspräsidien sind im Vergleich zu Kreisen, Kommunen oder privaten Akteuren i.d.R. nicht antragsberechtigt bei Förderprogrammen oder Stiftungen.

Unabhängig von der umgesetzten Option erscheint ein Bündnis oder eine Kooperation zum Betrieb der Erlebniswelt eine praktikable und auch strategisch positive Möglichkeit. Die Partner beim Betrieb können in die Planung eingebunden werden und über einen Konsens dann auch für die Bewerbung und Nutzung der Erlebniswelt aktiviert werden. Sie tragen ggf. auch zu einer – zumindest teilweisen – Refinanzierung bzw. teilweisen Finanzierung des Betriebs, z.B. über „Jahresbeiträge“, bei, wobei die „Gegenleistung“ (z.B. aktive Kommunikation der Partner) klar definiert sein muss. Bei entsprechender Auswahl der Partner kann der Beitrag zum Betrieb auch in der Bespielung der Erlebniswelt mit Aktivangeboten (Vorträgen, Aktionen, Tagungen, Events etc.) bestehen. Als Partner beim Betrieb bieten sich insbesondere landesweit agierende Interessengruppen und Verbände an. Weitere finanzielle

Unterstützungsmöglichkeiten bieten Stiftungen, Banken und Sparkassen und große Unternehmen.

## 6.5 PRAXISBEISPIELE

Praxisbeispiele bieten eine Orientierung für eine mögliche Umsetzung und Einbindung der aufgeführten Angebote. Sie lassen sich wie folgt klassifizieren:

1. Lokales Zentrum: standortgebundene und eigenständige Erlebniswelt
2. Mobiles Zentrum: standortflexible und tourende Erlebniswelt
3. Digitales bzw. virtuelles Zentrum: eine standortunabhängige virtuelle Erlebniswelt als Ergänzung für alle Optionen

Die ausgeführten Praxisbeispiele wurden nicht allein aufgrund ihres Themenbezugs, sondern auch aufgrund ihrer Organisationsstrukturen ausgewählt. Eine zentrale Rolle spielt die Umgebung, in welche ein solcher Lernort gebettet wird, z.B. eine unmittelbar angrenzende Streuobstwiese oder eine Kelterei.

### Lokales Zentrum

Diese erste Option zielt auf eine standortgebundene, eigenständige Erlebniswelt ab – mit eigenen, festen Räumlichkeiten und unabhängigen Strukturen.

Streuobst-Informationszentrum Mössingen <sup>81</sup>	
<b>Links</b>	<a href="https://www.moessingen.de/de/Freizeit-Tourismus/Informieren/Infozentrum-Streuobstparadies">https://www.moessingen.de/de/Freizeit-Tourismus/Informieren/Infozentrum-Streuobstparadies</a> <a href="https://www.streuobstparadies.de/Streuobst-Infozentrum">https://www.streuobstparadies.de/Streuobst-Infozentrum</a> <a href="https://www.cafe-pausa.de/">https://www.cafe-pausa.de/</a> Machbarkeitsstudie 2014: <a href="https://www.landkreis-goepfingen.de/site/LRA-GP-Internet/get/params_E-1264724732/11512175/kt_2015-10-30_va_bu_2015-67_komplett.pdf">https://www.landkreis-goepfingen.de/site/LRA-GP-Internet/get/params_E-1264724732/11512175/kt_2015-10-30_va_bu_2015-67_komplett.pdf</a>
<b>Ort</b>	Im Industriedenkmal Pausa (Eigentum Stadt Mössingen), Lkr. Tübingen
<b>Öffnungszeiten</b>	Mo-So: 09:00-19:00 Uhr, dienstags geschlossen, Eintritt frei, „Spenden-Fässle“
<b>Betreiber</b>	Infozentrum: Schwäbisches Streuobstparadies e.V. Café Pausa: AiS gGmbH (Arbeit in Selbsthilfe inklusiv gGmbH, Tochterfirma der Stiftung KBF gGmbH)
<b>Konzept</b>	Infozentrum, Tür an Tür mit Café Pausa und Regionalladen - Informationszentrum - Obstwerkstatt zum Anmieten für Kleingruppen (bis zu 15 Personen) - AiS gGmbH



<sup>81</sup> In der Anlage ist ergänzend ein Auszug aus einem Experteninterview mit der ehemaligen Geschäftsführerin des Schwäbischen Streuobstparadieses e.V., Maria Schropp, aufgeführt.

	- Streuobst-Café Pausa mit Mitarbeitern mit und ohne Behinderung → offener Zugang vom Infozentrum zum Café
<b>Ausstattung</b>	Obstwerkstatt, Ausstellungsräume mit diversen Objekten, Ton- und Filmmaterialien, Spielideen, Café, Regionalladen; i-Punkt im selben Gebäude
<b>Zielgruppen</b>	Familien, Bewohner aller Altersgruppen → bisher keine überregionale Werbung
<b>Aufbau/Investitionen</b>	Sanierung des denkmalgeschützten Gebäudes Pausa: Stadt Mössingen Investitionskosten/ Einrichtung des Infozentrums (ohne Café): 185.800 €
<b>Betriebskosten</b>	15.000 € (Pacht, Nebenkosten, Reinigung, Reparaturen) → 11.000 € getragen vom Schwäbischen Streuobstparadies e.V., 4.000 € durch Sponsoring-Paten
<b>Förderung</b>	Stadt Mössingen, Land, private Investoren
<b>Sponsoren/Unterstützer</b>	Sponsoren für die Ausstellungsmodul z.B. EnBW (jährlich 1.000 €); Kreissparkasse und Banken (jährlich 2.000 €); Privatpersonen, Vereine Unternehmen Auf der Homepage des Streuobstparadies wird nach Unterstützern gesucht: Es gibt unterschiedliche Sponsoring-Pakete.

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Streuobst-Informationszentrum Mössingen		
Kriterien	Stärken	Schwächen
<b>Standort</b>	- gute Erreichbarkeit - Parkplätze vorhanden - vorhandene Räumlichkeiten der Stadt → Kostenersparnis - gute Lage im Landkreis - ausreichende Kapazitäten für Besucher	- zentrumsfern - keine nahegelegene Streuobstwiese
<b>Thema</b>	- Streuobst als zentrales und einziges Thema des Infozentrums	- keine Veranstaltung im Freien
<b>Inszenierung</b>	- breites Angebot an Informationsmaterial und Aktivitäten - funktionierende Öffentlichkeitsarbeit	
<b>Digitales Potenzial</b>	- audiovisuelle Medienstationen - vielfältige, stationäre Gaming-Angebote (z.B. Vogelstimmenspiel)	
<b>Qualität</b>	- moderne Gestaltung der Räumlichkeiten	- Besucherzahlen halten sich in Grenzen
<b>Organisation &amp; Finanzierung</b>	- geeignete Öffnungszeiten - keine Eintrittsgebühr - Sponsoring und Sponsoringpakete	
<b>Kooperation</b>	- Zusammenarbeit der Themenbereiche Kultur, Umwelt und soziale Inklusion - Kooperation denkbar	

Freilichtmuseum Beuren		
Link	<a href="https://www.freilichtmuseum-beuren.de/">https://www.freilichtmuseum-beuren.de/</a>	
Ort	In den Herbstwiesen, 72660 Beuren, Lkr. Esslingen	
Betreiber	Landkreis Esslingen	
Konzept	Freilichtmuseum als Ausstellungs- und Veranstaltungsort mit Streuobstbezug - Erlebnis.Genuss.Zentrum für regionale Sorten (z.B. monatliches Gericht aus Zutaten alter Obstsorten) - Ausstellungen zu bestimmten Streuobstthemen - Kurse zum Schnittkurs - Themenpfad Natur- und Kulturlandschaft	
Ausstattung	voll ausgestattetes Freilichtmuseum	
Öffnungszeiten und Eintrittspreise	Montag bis Freitag, 9:00 bis 14:00 Uhr, 7 € p.P., Ermäßigte (Kinder/Studierende 3,50 €)	
Zielgruppe	Besucher aller Altersklassen, Familien mit Kindern	
Förderung	Landkreis, Land, Förderverein, Kreissparkasse	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Freilichtmuseum Beuren		
Kriterien	Stärken	Schwächen
Standort	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ausreichende Kapazität für Besucher vorhanden</li> <li>- Parkplätze</li> <li>- größtenteils barrierefrei</li> <li>- per ÖPNV erreichbar</li> <li>- Standort inmitten des Themas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine „Laufkundschaft“</li> </ul>
Thema	<ul style="list-style-type: none"> <li>- historisch gewachsenes Thema in der Region und auf dem Gelände des Museums</li> </ul>	
Inszenierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- funktionierende Öffentlichkeitsarbeit</li> <li>- Standort ausreichend für Inszenierung</li> </ul>	
Digitales Potenzial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- audiovisuelle Medienstationen</li> </ul>	
Qualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Freilichtmuseum inmitten von Streuobstbäumen → Umgebung selbst als Erlebnis</li> </ul>	
Organisation & Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- geeignete Öffnungszeiten in der Saison</li> <li>- ausreichendes und erfahrenes Personal zur Integration des Infopunktes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- in Wintermonaten geschlossen</li> <li>- kostet Eintritt</li> </ul>
Kooperation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kooperation denkbar</li> </ul>	

Streuobstzentrum Schwäbisch Gmünd		
<b>Link</b>	<a href="https://www.bzv-gd.de/index.php?id=streuobstzentrum">https://www.bzv-gd.de/index.php?id=streuobstzentrum</a> Konzeption des Erlebniszentrum Streuobst –Schwäbisch Gmünd (2014)	
<b>Betreiber</b>	Bezirksverband für Obst- und Gartenbau Schwäbisch Gmünd e.V. (organisiert im LOGL; zugehörig: 17 Obst- und Gartenbauvereine)	
<b>Ort</b>	Himmelsgarten 3, Schwäbisch Gmünd, Lkr. Ostalbkreis	
<b>Konzept</b>	Regionales Streuobstzentrum als Informationsstelle <ul style="list-style-type: none"> <li>- praktisches und theoretisches Erleben der Streuobstwiesen</li> <li>- Pavillon mit Sanitärbereich, Kochmöglichkeiten und Schulungsraum</li> <li>- eigene Streuobstwiese</li> <li>- sonntags: Cafébetrieb (Obstkuchen/Most) und Experten vor Ort</li> <li>- öffentliche Führungen</li> </ul>	
<b>Ausstattung</b>	Infotafeln im Streuobstzentrum, 200 Streuobstbäume auf anschließender Wiese	
<b>Zielgruppe</b>	Bildungseinrichtungen, Naturschutzgruppen, OGVs, Kommunen, Familien und Einzelbesucher	
<b>Förderung</b>	Stiftung Naturschutzfonds BW, Glücksspirale	
<b>Unterstützung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Errichtung des Pavillons: Beitrag von jeweils 100 Arbeitsstunden der 17 zugehörigen Vereine und finanzieller Beitrag</li> <li>- Zuwendung des Ministeriums für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz</li> <li>- weitere Sponsoren (Sparkassenstiftung Ostalb)</li> <li>- Spenden von Baumaterial</li> </ul>	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Streuobstzentrum Schwäbisch Gmünd		
Kriterien	Stärken	Schwächen
<b>Standort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bündelung von 17 Vereinen an einem Standort</li> <li>- eigene Streuobstwiese als Erlebnis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sichtbarkeit?</li> </ul>
<b>Thema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Streuobst als das zentrale Thema des Zentrums</li> </ul>	
<b>Inszenierung</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- geringe Inszenierung: Pavillon eher zu gewissen Zwecken vorhanden</li> </ul>
<b>Digitales Potenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- online-Bereitstellung der Infotafeln des Streuobstzentrums</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine digitale Strategie erkennbar</li> </ul>
<b>Qualität</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- eher kleineres Zentrum</li> </ul>
<b>Organisation &amp; Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webpräsenz</li> <li>- gefördertes Projekt sowie Tatkraft der Vereine und Mitglieder</li> </ul>	
<b>Kooperation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Synergie zahlreicher Vereine</li> <li>- Kooperation denkbar</li> </ul>	

Adrian-Manufaktur: Genuss erleben		
Link	<a href="https://www.adrian-manufaktur.de/genuss-erleben">https://www.adrian-manufaktur.de/genuss-erleben</a>	
Ort	Am Langholz 17, 88289 Waldburg	
Betreiber	Adrian Genuss GmbH	
Konzept	Führungen und Events (als Verkaufskonzept), Ablauf: <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4-D-Kino: „Entführung“ in die Region Oberschwaben/Bodensee</li> <li>- Führung durch die Manufaktur</li> <li>- Verkostungen</li> <li>- ca. 90 min. Führung und 30 min. Laden</li> <li>- Darüber hinaus: Pakete (=Führung und Weinprobe)</li> <li>- Events: Veranstaltungsort für private Feiern, Firmenveranstaltungen usw.</li> </ul>	
Öffnungszeiten und Eintrittspreise	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ganzjährig</li> <li>- Einzelpersonen oder Gruppen (bis zu 15 Personen) -&gt; werden über Startzeiten und Reservierungen informiert</li> <li>- individuelle Termine für Gruppen ab 15 Personen</li> <li>- Erwachsene: 7€, Kinder bis 12: frei, Gruppenpreise auf Anfrage</li> </ul>	
Zielgruppe	potenzielle Käufer, Erwachsene	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Adrian-Manufaktur: Genuss erleben		
Kriterien	Stärken	Schwächen
Standort	- Potenzial: Einbindung ausgewählter Keltereien/Hersteller/Manufakturen für angegliederte Streuobsterlebniswelt	- sollte keine Verkaufsveranstaltung, sondern eine erlebnisorientierte Lernmöglichkeit über das Thema Streuobst sein
Thema	- Potenzial: Ein solches Angebot könnte verschmälert und um das Thema Streuobstwiese erweitert werden	- Thema der Adrian-Manufaktur für Kinder eher unpassend
Inszenierung		- Ziel bzw. Fokus auf den Verkauf von Produkten
Digitales Potenzial	- 4-D-Kino	
Qualität		
Organisation & Finanzierung	- Potenzial: eigene Finanzierung der Keltereien aufgrund des Eigennutzens und zusätzliche Bezuschussung?	
Kooperation	- Kooperation denkbar	

MainÄppelHaus Lohrberg Streuobstzentrum e.V.		
Links	<a href="http://www.mainaepfelhauslohrberg.de/index.php/lohrberg-erleben/lorberg-erleben2.html">http://www.mainaepfelhauslohrberg.de/index.php/lohrberg-erleben/lorberg-erleben2.html</a>	
Ort	Klingenweg 90, 60389 Frankfurt a.M. / Seckbach	
Öffnungszeiten	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sommer (April bis Oktober): Hofladen/Bistro: Di. bis So. von 11 - 18 Uhr</li> <li>- Winter (November bis März): kürzere Öffnungszeiten</li> <li>- ganzjährig: Beratung jeden Do. 14 - 18 Uhr</li> <li>- Der Naturerlebnispfad ist zu allen genannten Zeiten geöffnet.</li> </ul>	
Betreiber	MainÄppelHaus Lohrberg Streuobstzentrum e.V.	
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> <li>- gemeinnütziges Streuobstzentrum mitten auf dem Lohrberg (Frankfurter Hausberg)</li> <li>- Informations- und Begegnungsstätte rund um das Thema Streuobst, Apfel und Gartenbau</li> <li>- Umwelt-/ regionales/ Streuobst-Erlebnis, Kurse, Führungen, Bewirtung, Hofladen, Obstgartenberatung, Vermietungen</li> </ul>	
Ausstattung	divers	
Zielgruppen	Touristen und Frankfurter aller Altersklassen	
Förderung	Sparkasse, Stiftungen, u.v.m. ( <a href="http://www.mainaepfelhauslohrberg.de/index.php/engagement-leben/partner.html">http://www.mainaepfelhauslohrberg.de/index.php/engagement-leben/partner.html</a> )	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit MainÄppelHaus Lohrberg Streuobstzentrum e.V.		
Kriterien	Stärken	Schwächen
Standort	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lage in den Streuobstwiesen</li> <li>- Erreichbarkeit mit ÖPNV und PKW</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine direkte/barrierefreie Erreichbarkeit</li> </ul>
Thema	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Streuobst als das zentrale Thema des Zentrums</li> <li>- lang gewachsene Strukturen</li> </ul>	
Inszenierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lage inmitten der Streuobstwiesen</li> <li>- zahlreiche Angebote</li> </ul>	
Digitales Potenzial		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitales beschränkt sich auf die informierende Webseite</li> </ul>
Qualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hohe Sichtbarkeit im Internet</li> <li>- regionale Identität</li> </ul>	
Organisation & Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webpräsenz</li> <li>- Gefördertes Projekt aber auch Tatkräftigkeit des Vereins</li> </ul>	
Kooperation		<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine Kooperation denkbar (→ Bundesland Hessen)</li> </ul>

Streuobstwiese Baars: Die Apfelscheune		
Links	<a href="https://streuobstwiese-baars.de/apfelscheune/">https://streuobstwiese-baars.de/apfelscheune/</a>	
Ort	Schneeheide 45, 29664 Walsrode	
Betreiber	Streuobstwiese Baars GBR	
Konzept	<p>Scheune in einer Streuobstwiese als Begegnungs-, Bildungs- und Informationsstelle</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informationsmaterial für Besucher</li> <li>- Führung über die umliegende Streuobstwiese</li> <li>- Vernetzungsaktivitäten, Informationsaustausch, Unterstützung bei der Neuanlage und Pflege von Obstwiesen</li> <li>- Schnitt- und Veredelungskurse</li> <li>- Mietbar für Veranstaltungen und Seminare; Wirtschaftsraum für die Verarbeitung von Obst</li> </ul>	
Ausstattung	Aufenthaltort, Küche, Sitzmöglichkeiten, Staumöglichkeiten, Informationsmaterial	
Zielgruppen	Streuobstwiesenakteure	
Förderung	Unterstützung durch die Förderrichtlinie „Nachhaltige Entwicklung“ des Umweltministeriums, Teilbereiche gefördert durch die Niedersächsische Bingo-Umweltstiftung und die Deutsche Umwelthilfe	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Streuobstwiese Baars: Die Apfelscheune		
Kriterien	Stärken	Schwächen
Standort	- Inmitten einer Streuobstwiese	- keine „Laufkundschaft“, Erreichbarkeit
Thema	- Streuobstanbau, Erhalt durch Bewirtschaftung als Kernbotschaft	
Inszenierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine Inszenierung, Zentrum lädt zum „Anpacken“ ein</li> <li>- Potenzial: Erweiterung um Angebote für Schulen (Angebots- und Zielgruppenvergrößerung)</li> </ul>	- spricht nur die „Anpacker“ und Streuobstakteure an → keine Vergrößerung der öffentlichen Sichtbarkeit von Streuobst
Digitales Potenzial		- Digitales beschränkt sich auf die informierende Webseite
Qualität		
Organisation & Finanzierung	- Förderungen und eigene Tatkraft der GBR	
Kooperation	- Kooperation denkbar	

Mostviertel-Erlebniswelt		
<b>Link</b>	<a href="http://www.mostbirnhaus.at/index.php">http://www.mostbirnhaus.at/index.php</a>	
<b>Ort</b>	MostBirnHaus, Stift 14, 3321 Ardagger Stift, Österreich = Zentrum niederösterreichische Moststraße	
<b>Öffnungszeiten</b>	Ab Mai: Fr.-So. 10-18 Uhr, Ab 15. Juli: Do.-So. 10-18 Uhr	
<b>Eintrittspreise</b>	Eintrittspreise Erlebnisausstellung: Erwachsene 9,20 €, Kinder (6-14 Jahre) 4,50 €, Schüler 7,00 €, Gruppen (ab 10 Personen) 8,70 €, Führung (ab 15 Personen, ca. 1 Std.) 2,90 €, Kirchenführung 3,00 €, Mittagessen mit Rahmenprogramm: 16 € p.P.	
<b>Betreiber</b>	Errichter und Besitzer: Mostinformationszentrum Ardagger Betriebs- und Errichtungs GmbH (MIZ), Liegenschaftseigentümer: Mag. Phillip Ita Gesellschafter: LEADER Region Tourismusverband Moststraße ( <a href="http://www.gockl.at">www.gockl.at</a> ), Raiffeisen-Holding Niederösterreich-Wien ( <a href="http://www.rhnoew.at">www.rhnoew.at</a> ), Marktgemeinde Ardagger	
<b>Konzept</b>	Kombination aus Erlebniswelt und Gastronomie im MostBirnHaus <ul style="list-style-type: none"> <li>- MostBirnHaus Birnenwelt: Erlebnisausstellung „Birnenleben“</li> <li>- MostBirnHaus Spezerei: größte Mostauswahl Österreichs (Einkaufen und Tastings), weitere Produkte, Plattform und Treffpunkt für regionale Produzierende</li> <li>- GodnHaus: Bewirtung</li> <li>- Spielplatz im Freien</li> <li>- Veranstaltungen in den drei Teilbereichen</li> </ul>	
<b>Ausstattung</b>	eigenes Gebäude, Zubehör Ausstellung (Schaukästen, Tafeln, Bildschirme, usw.), Zubehör Spezerei (ausgestatteter Verkaufstresen, Regale und Produktpräsentation, Gläser, zu verkaufende Produkte, Tische und Stühle, Ausstattung für Ambiente (Deko usw.))	
<b>Zielgruppen</b>	Familien mit Kindern, Touristen und Bewohner aller Altersklassen	
<b>Sponsoren/Unterstützer</b>	Sponsoren: Austria Juice ( <a href="http://www.austriajuce.at">www.austriajuce.at</a> ), Lagerhaus Amstetten Partner: eine Reihe weiterer Ausflugsziele, Produzierende und Einrichtungen	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Mostviertel-Erlebniswelt		
Kriterien	Stärken	Schwächen
<b>Standort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Lage thematisch passend</li> <li>- Nähe zur A1 und B119</li> <li>- ÖPNV-Anbindung</li> </ul>	
<b>Thema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produkte, Wissenstransfer und Erlebnisse rund um Mostbirne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schwerpunkt der Orientierung auf Familien/Kindern</li> </ul>
<b>Inszenierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verwendung veralteter Begriffe zu Marketingzwecken (z.B. „Spezerei“ = Mittelhochdeutsch für Gewürzwaren)</li> <li>- Orientierung der Öffnungszeiten an die Ferienzeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Orientierung der Öffnungszeiten an der Ferienzeit → Orientierung auf eine, sehr spezifische Zielgruppe kostet Eintritt</li> </ul>
<b>Digitales Potenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bildschirme zur Filmvorführung</li> <li>- „witziges“ Quiz auf der Website</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wenig Information und Möglichkeit zur Interaktion auf der Website</li> <li>- Fokus liegt auf analoger Information und Verkauf von Mosten</li> </ul>
<b>Qualität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- k.A.</li> </ul>	
<b>Organisation &amp; Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sehr kleinteiliges Finanzierungsmodell scheint wirksam zu sein</li> </ul>	

## Mobiles Zentrum

Eine mobile Streuobsterlebnisswelt kann Streuobst an jeden Ort bringen. Es handelt sich um ein standortflexibles Modell. Folgende Beispiele sind zu nennen:

Ökomobil – Entscheide mit!		
Links	<a href="https://www.umweltmobile.de/okomobil-tuebingen/">https://www.umweltmobile.de/okomobil-tuebingen/</a>	
Betreiber	Regierungspräsidium Tübingen Referat 56 für Naturschutz und Landschaftspflege	
Konzept	umgebauter, stromautarker LKW bringt Naturerlebnis an die Schule, Untersuchungen von Lebensräumen (Bächen, Hecken, Wälder etc.), auch Wildnisnächte, Sommerferienprogramm	
Ausstattung	Handlupen, Mikroskope, Kameras, Ferngläser, Sammelgefäße Schreibmaterial, Papier, Bestimmungsbücher, Mediothek	
<b>Beispiel: Ökomobil Tübingen</b>		
Links	eigene Seite des Mobils, Jahresbericht Ökomobil Tübingen Rückblick 2020	
Einsatzgebiet	gesamter Regierungsbezirk	
Fahrzeug	Atego 818, Gewicht: 7,5 t, Größe: 10 x 2,5 x 3,8, Solarzellen auf Dach (stromautark)	
Einsatz	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Team von zwei festen Mitarbeiter/-innen: Sabine Reußink, Sandro Jung</li> <li>- teils Unterstützung durch FÖJ-Absolvierende:</li> <li>- Einsatzdauer: 3,5 h oder nach Absprache</li> <li>- Ökomobil-Saison von März bis Oktober, Winter: Projektarbeit</li> </ul>	
Buchung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- jede Gruppe (Verein, Schule etc.) kann das Ökomobil kostenlos einladen</li> <li>- keine Kosten für Buchende, Terminanfrage per PDF-Dokument</li> </ul>	
Besucheraufkommen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- „Corona-Jahr 2020“: 95 Einsätze; insgesamt 1124 Besucher*innen</li> <li>- Bsp. Stuttgart 1993-2009: insgesamt 2.000 Veranstaltungen, mit knapp 60.000 Besucher*innen, jährlich 118 Veranstaltungen mit etwa 3.500 Besucher*innen</li> </ul>	
Zielgruppen	Kindergärten, Schulen (max. 24 Kinder / 18 Erwachsene)	
Finanzierung	Regierungspräsidium Tübingen	
Kosten	Anschaffungskosten Ökomobil: Rund 200.000 € Laufende Kosten (einschließlich Personalaufwand) rund 125.000 € jährlich	
Förderung	Land	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Ökomobil – Entscheide mit!		
Kriterien	Stärken	Schwächen
Standort	- sehr flexibel: kommt zu Besucher*innen	- keine „Laufkundschaft“ und sehr eindeutige Zielgruppe (Schulen)
Thema	- Thema greifbar präsentiert → Zugang	
Inszenierung	- Ökomobil hält in thematisch passender Umgebung → Erlebnis in der Umwelt	
Digitales Potenzial		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webseite der Regierungspräsidien</li> <li>- keine Anbindung an das Internet</li> <li>- fehlende digitale Medien</li> </ul>
Qualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>- jahrzehntelange Beständigkeit</li> <li>- hohe Besucherzahlen</li> </ul>	
Organisation & Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sichtbarer Internetauftritt</li> <li>- Einbindung FÖJ</li> <li>- Unterstützung durch öffentliche Hand</li> <li>- Kostenfrei</li> </ul>	
Kooperation	<ul style="list-style-type: none"> <li>- durch mehrere Mobile Erfahrungsaustausch und Ergänzungsmöglichkeiten</li> <li>- Kooperation denkbar</li> </ul>	

Wanderausstellung „Das Geheimnis der Keltenfürstin“ <sup>82</sup>		
Links	<a href="https://bruce-b.com/projekte/landesamt-fuer-denkmalspflege-ausstellungskonzept-keltenfuerstin/">https://bruce-b.com/projekte/landesamt-fuer-denkmalspflege-ausstellungskonzept-keltenfuerstin/</a>	
Betreiber	Ministerium für Landesentwicklung und Wohnen Baden-Württemberg, Landesamt für Denkmalpflege im Regierungspräsidium Stuttgart	
Finanzierung	Projekt im Haushaltsplan	
Ort	Verschiedene Stationen (Auszug): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mai-Juli 2014: Freilichtmuseum „Keltenstadt Heuneburg-Pyrene“ (15.000 Besucher)</li> <li>- August-Oktober 2014: Landesgartenschau Schwäbisch Gmünd (40.000 Besucher)</li> <li>- November-Dezember 2014: Ehrenhof des Neuen Schlosses in Stuttgart (17.000 Besucher)</li> <li>- März-Mai 2017: Sport und Freizeitgelände Rietenlau, Hülben (tägl. ca. 2.500 Besucher)</li> </ul>	
Konzept	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Das Museum kommt zu den Besuchern</li> <li>- Aufmerksamkeit schon von Weitem</li> <li>- Mittelpunkt: archäologischen Hightech-Methoden und antike Exponate, modern und lebensnah interpretiert</li> <li>- mobile Ausstellung an „kulturellen Hotspots“</li> </ul>	
Ausstattung	vier Container mit 77 qm Fläche, mobile Raummodule, CD mit markanter Typographie	
Entwicklung	Stuttgarter Ausstellungsbüro Bruce B	
Zielgruppen	breites Publikum	
Kosten	freier Eintritt (aufgrund des Bildungsauftrages)	
Anforderungen	Untergrund, Stromanschluss (ansonsten autark)	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Wanderausstellung „Das Geheimnis der Keltenfürstin“		
Kriterien	Stärken	Schwächen
Standort	<ul style="list-style-type: none"> <li>- bekannte und hochfrequentierte Standorte</li> <li>- „Laufkundschaft“</li> <li>- Regionaler Aspekt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Wanderausstellung → nicht ganzjährig</li> <li>- Standorte ggf. für Streuobstausstellung nicht realistisch</li> </ul>
Thema	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schnittstelle Vergangenheit und Gegenwart: greifbare Präsentation eines historischen Themas mit aktuellem Bezug durch Ausgrabung und Tätigkeit der Archäologie</li> </ul>	
Inszenierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aufwändig und modern gestalteter Container lockt auch weniger geschichtsbegeisterte Besucher an</li> <li>- sehr hohe Besucherzahlen → Magnet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inszenierung durch externen, professionellen Dienstleister</li> <li>- Kosten, Unterstellung des Containers</li> </ul>
Digitales Potenzial	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Animation digitaler Dokumentationsverfahren als zusätzliches Informationselement</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine umfangreichen digitalen Angebote zur Interaktion</li> </ul>
Qualität	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aufwändige, moderne, digitale Ausstellung mit ansprechendem Design</li> </ul>	
Organisation & Finanzierung	<ul style="list-style-type: none"> <li>- angepasster Eintrittspreis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vermutlich hohe Kosten</li> </ul>
Kooperation		<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine Kooperation denkbar</li> </ul>

<sup>82</sup> Ergänzend befindet sich ein Interviewauszug mit der Restauratorin und Initiatorin Guide Nicole Ebinger im Anhang.

LIZ Umweltmobil		
<b>Links</b>	<a href="https://www.liz.de/umweltmobil">https://www.liz.de/umweltmobil</a> , <a href="https://www.leader-lippe-moehnesee.de/fileadmin/user_upload/Redakteure/Sonstiges/Informationen_allgemein/REK_Lippe-Moehnesee_Farbdruck_06.2016.pdf">https://www.leader-lippe-moehnesee.de/fileadmin/user_upload/Redakteure/Sonstiges/Informationen_allgemein/REK_Lippe-Moehnesee_Farbdruck_06.2016.pdf</a>	
<b>Betreiber</b>	Landschaftsinformationszentrum Wasser und Wald Möhnesee e.V.	
<b>Konzept</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grundlage der Bildungsarbeit: 17 Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030 der UN</li> <li>- Durchführung innovativer, umweltpädagogischer BNE-Projekte für alle Schulklassen, Kitas und Vereine der LEADER-Region</li> </ul>	
<b>Ausstattung</b>	Handlupen, Mikroskope, Kameras, Ferngläser, Sammelgefäße Schreibmaterial, Papier, Bestimmungsbücher, Mediothek	
<b>Einsatzgebiet</b>	LEADER-Region Lippe-Möhnesee (Möhnesee, Soest, Bad Sassendorf, Lippetal, Lippstadt, Wadersloh, Delbrück), seit Sept. 2020 auch ganzes regionales Umfeld über LEADER-Region hinaus (Kreis Soest, Hochsauerlandkreis, Naturpark Arnsberger Wald)	
<b>Fahrzeug</b>	Transportmittel für Materialien	
<b>Einsatz</b>	Umweltingenieur/in entwickelt Programmangebote und führt diese vor Ort durch	
<b>Buchung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Absprache über den genauen Veranstaltungsort im Vorfeld der Aktion notwendig</li> <li>- besonders geeignet: nahe gelegene Wälder, Grünflächen, Parks und/oder Zugangsorte zu Gewässern</li> <li>- Angebote finden draußen statt → originale Begegnung in und mit der Natur</li> </ul>	
<b>Zielgruppen</b>	alle Altersgruppen, Kindergärten, KITAs, Schulen, Vereine, Multiplikatoren	
<b>Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- LEADER Lippe-Möhnesee (max. Fördersumme: 105.000€)</li> <li>- Förderung durch die Stiftung für Umwelt und Entwicklung (SUE)</li> </ul>	
<b>Kosten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Anschaffung Fahrzeug: 75.000 €, jährliche Kosten: 35.000 €</li> <li>- Die Programmkosten richten sich nach dem zeitlichen Umfang.</li> <li>- Für individuelle Aktionen oder Fortbildungen sind die Kosten vorab zu erfragen.</li> </ul>	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit LIZ Umweltmobil		
Kriterien	Stärken	Schwächen
<b>Standort</b>	- sehr flexibel: kommt den Besucher/-innen entgegen	- keine „Laufkundschaft“ - man kann nichts „betreten“ und erleben
<b>Thema</b>	- Thema wird greifbar präsentiert → besserer Zugang	
<b>Inszenierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ökomobil hält in thematisch passender Umgebung → Erfahrung und Erlebnis der Umwelt</li> <li>- eine qualifizierte Zuständige für gesamten Betrieb</li> </ul>	- wenige Möglichkeiten zur „Inszenierung“ oder zum „Erleben“
<b>Digitales Potenzial</b>		- keine digitalen Angebote
<b>Qualität</b>	- Beständigkeit durch jahrelang erfolgreiches Landschaftsinformationszentrum	
<b>Organisation &amp; Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sichtbarer Internetauftritt</li> <li>- Aufbau durch LEADER und Erhalt durch Stiftung</li> <li>- Anschaffung des Sprinters wesentlich günstiger als Container oder Ökomobil</li> </ul>	- Wahrnehmung des Angebots kostenpflichtig
<b>Kooperation</b>		- Keine Kooperation denkbar → ein Beispiel aus Nordrhein-Westfalen

## Digitales bzw. virtuelles Zentrum

Ein digitales Zentrum ist standortunabhängig. Die Recherchen zeigen, dass eine rein digitale Erlebniswelt eine Innovation im Bereich Streuobst darstellt. Die folgenden Beispiele haben daher keinen oder lediglich indirekten Bezug zum Thema Streuobst.

Critical Zones – ZKM Karlsruhe		 HORIZONTE EINER NEUEN ERDPOLITIK
Virtuelle Ergänzung einer ortsgebundenen Ausstellung		
<b>Links</b>	<a href="https://critical-zones.zkm.de/#/">https://critical-zones.zkm.de/#/</a>	
<b>Betreiber</b>	ZKM Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe	
<b>Konzept</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- virtueller Ausstellungsraum, verbunden mit einer ortsgebundenen Ausstellung im ZKM</li> <li>- künstlerische Rezeption der Fragilität der oberen Erdschicht</li> <li>- Begleitung durch Veranstaltungsprogramm, auch „Führungen“ via Videochat durch die digitale Ausstellung</li> </ul>	
<b>Elemente</b>	Videos, Bilder der Ausstellungsstücke, Website im Design der Ausstellung mit zahlreichen Unterseiten, interaktive Beteiligungselemente	
<b>Zielgruppen</b>	alle Altersgruppen, viel englischer Content (spricht eher künstlerisch-gebildete Zielgruppen an)	
<b>Eintrittspreise</b>	Online, Kostenfrei	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Critical Zones		
Kriterien	Stärken	Schwächen
<b>Standort</b>	- keine Standortbindung, digitales Angebot kann überall abgerufen werden, wo es Internet gibt	- Zugangsvoraussetzungen zu digitalem Angebot beschränkt die Zielgruppe
<b>Thema</b>	- Thema wird bei den Besuchern direkt „zu Hause“ präsent	- fehlende direkte Bindung zum Thema, da keine Möglichkeit des „Anfassens“ und „Spürens“ (kein haptisches Erleben) - Übersichtlichkeit der Plattform ist gering (vielleicht auch absichtlich damit sich die Besucher darin „verlieren“ und zum Entdecken angeregt werden)
<b>Inszenierung</b>	- digitale Ergänzung zur ortsgebundenen Ausstellung - begleitendes Angebot von virtuellen Führungen hilft, sich auf der Plattform zu orientieren	
<b>Digitales Potenzial</b>	- hoch, da mit interaktiven Elementen und dem Gefühl bei jedem Klick etwas Neues zu entdecken, die reine Informationsfunktion einer Website übertroffen wird	
<b>Qualität</b>		
<b>Organisation &amp; Finanzierung</b>	- Nutzung im Browser - keine kostenlose Konkurrenz, aufgrund des deutlichen Unterschieds zum realen Ausstellungsbesuch	- kostenlose online-Konkurrenz zum ortsgebundenen (kostenpflichtigen) Angebot?
<b>Kooperation</b>	→ Kooperation denkbar	

KLIMA ARENA Sinsheim (Digitale Angebote in einer ortsgebundenen Ausstellung)		
<b>Links</b>	<a href="https://klima-arena.de/">https://klima-arena.de/</a>	
<b>Betreiber</b>	Klimastiftung für Bürger	
<b>Konzept</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erlebniswelt zu den Themen Klima(-schutz), Nachhaltigkeit, Naturschutz, Ressourcenschutz</li> <li>- Indoor und Outdoor-Flächen</li> <li>- Fokus liegt auf digitalen und interaktiven Elementen zum Mitmachen -&gt; modernste Ausstattung</li> </ul>	
<b>Elemente</b>	Interaktive Medienstationen (Videos, Bilder, Audios), Quiz durch die gesamte Ausstellung, Living Wall mit Touch-Bedienung, Gaming	
<b>Zielgruppen</b>	alle Altersgruppen, Fokus auf Kinder und Jugendliche, Schulklassen	
<b>Eintrittspreise</b>	Erwachsene 9,50€, Kinder 6-18 Jahre 6,00 €, bis 5 Jahre frei	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit KLIMA ARENA Sinsheim		
Kriterien	Stärken	Schwächen
<b>Standort</b>	- Indoor und Outdoor (in Form von naturnahen Flächen) wird miteinander verbunden, Idee auch für das Thema Streuobst übertragbar	
<b>Thema</b>	- Thema wird so präsentiert, dass es v.a. Kindern und Jugendlichen Spaß macht sich damit zu beschäftigen	
<b>Inszenierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- moderne und digitale Vermittlung des aktuellen Themas Klimaschutz und Nachhaltigkeit</li> <li>- hoher Stellenwert der digitalen Interaktion</li> </ul>	- Zu viel digitaler „Schnick-Schnack“ lenkt möglicherweise von den eigentlichen Themen ab?
<b>Digitales Potenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Digitale Elemente in der Ausstellung sind auf dem neusten Stand und wirklich ein Erlebnis (z. B. Living Wall)</li> <li>- zahlreiche, hochwertig produzierte Videos auf der Website (teils 360°- Aufnahmen)</li> </ul>	
<b>Qualität</b>	- bezüglich des „digitalen Erlebnisfaktors“ Vorbildfunktion für Erlebniswelten	
<b>Organisation &amp; Finanzierung</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- sehr hohe Baukosten von 40 Mio. €</li> <li>- Finanziert von der Dietmar-Hopp-Stiftung</li> </ul>

Adam wo bist du? SMAEK München		
Digitales „Abbild“ einer ortsgebundenen Ausstellung		
<b>Links</b>	<a href="https://data.system360gmbh.de/vrs_tour/smaek_adam/index.html">https://data.system360gmbh.de/vrs_tour/smaek_adam/index.html</a>	
<b>Betreiber</b>	Staatliches Museum Ägyptischer Kunst München	
<b>Konzept</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- digitales Abbild der ortsgebundenen Ausstellung mit Hilfe von 360°-Fotographie</li> <li>- Besucher können sich virtuell im digitalen Ausstellungsraum bewegen und verschiedene Informationselemente anklicken</li> <li>- Option der Nutzung mit einer VR-Brille</li> </ul>	
<b>Elemente</b>	Videos (YouTube), Informationstafeln, 360°-Rundumblick, Geräusche und Musik	
<b>Zielgruppen</b>	alle Altersgruppen, insbesondere Gruppen die nicht mit reinem ortsgebundenem Angebot erreichbar sind	
<b>Eintrittspreise</b>	online, kostenfrei	

Stärken/Schwächen der Übertragbarkeit Adam wo bist du? SMAEK München		
Kriterien	Stärken	Schwächen
<b>Standort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- keine Standortbindung, digitales Angebot kann überall abgerufen werden wo es Internet gibt</li> <li>- gute virtuelle Ergänzung zu realem Standort</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zugangsvoraussetzungen zu digitalem Angebot beschränkt die Zielgruppe</li> </ul>
<b>Thema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Thema wird bei den Besuchern direkt „zu Hause“ präsent</li> <li>- sehr niedrige thematische Einstiegsbarriere</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- fehlende direkte Bindung zum Thema, keine Möglichkeit des „Anfassens“ und „Spürens“ (haptische Erlebnisse)</li> </ul>
<b>Inszenierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- digitales Abbild der ortsgebundenen Ausstellung</li> <li>- wie ein Ausflug in die Ausstellung ohne sich aktiv zu bewegen</li> <li>- virtueller „Gang“ durch die Ausstellung wird möglich</li> </ul>	
<b>Digitales Potenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- sehr hoch, bedient viele der digitalen möglichen Elemente (VR, Video, Audio etc.)</li> </ul>	
<b>Qualität</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- hochauflösende Aufnahmen und innovative Möglichkeit der Bewegung im virtuellen Raum machen die Ausstellung zum Vorzeigeprojekt</li> </ul>	
<b>Organisation &amp; Finanzierung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nutzung im Browser</li> <li>- 360°-Fotographie und Bereitstellung der Online-Anwendung durch externen Dienstleister</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- kostenlose online-Konkurrenz zum ortsgebundenen (kostenpflichtigen) Angebot?</li> </ul>
<b>Kooperation</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keine Kooperation denkbar → ein Beispiel aus Bayern</li> </ul>

## 6.6 SZENARIEN FÜR EINE STREUOBST-ERLEBNISWELT

Auf Grundlage der vorangegangenen Kapitel werden drei verschiedene Szenarien skizziert: Neubau eines lokalen Zentrums, Erweiterung eines bestehenden Zentrums sowie eine mobile Erlebnisswelt. Aufgrund der reichhaltigen Ergebnisse und zeitlich fehlender Erfahrungswerte aus der Praxis bzgl. solcher Szenarien sind nicht alle Stärken und Schwächen darstellbar.

## Neubau einer Streuobst-Erlebniswelt

	Neue lokale Streuobst-Erlebniswelt	Stärken & Schwächen
<b>Konzept</b>	- stationärer erlebnisorientierter Lernort und Ort des Dialoges	+ unterstreicht Tiefe des Angebots - spricht voraussichtlich nur bereits interessierte Gruppen an
<b>Mögliche Betreiber</b>	- Regierungspräsidium Tübingen, Referat 56 - Kommune/Landkreis - Verein oder Stiftung	
<b>potenzielle Angebote<sup>1</sup></b>	- Angebot A: Ausstellungszentrum Erlebnisausstellung mit digitalen Elementen - Angebot B: Veranstaltungs-/Vortragsort Einrichtung eines großen Tagungsraumes mit entsprechender und zeitloser Ausstattung - Angebot C: Mobiles Forschungslabor Einrichtung Gruppenraum mit Labor-Ecke - Angebot D: Werkstatt Küche und Saftpresse - Angebot E: Genuss-Zentrum – Verkauf und Verkostung; Ergänzung durch einen Verkaufs-/Food-Truck; Präsenz auf den regionalen Märkten und auf dem Wochenmarkt (auch Angebot eines externen Betreibers, der regelmäßig oder zu bestimmten Veranstaltungen vor Ort ist) - Angebot F: „Virtual Experience“: digitale Ausstellungselemente, Virtual Reality - Querschnittsangebot: Eigene Streuobstwiese Anschluss an eine bewirtschaftete Streuobstwiese; Garage und Hütte für benötigte Gerätschaften	+ Möglichkeit, vielfältiges Angebot anzubieten und Angebote zu verändern → flexible Angebotsstruktur + Kombination von Angeboten und von Anbietern/Partnern - breites Angebot stellt auch immer eine große Herausforderung in der Organisation und sehr hohe Anforderungen an die Infrastruktur dar - geringer Erlebnisfaktor
<b>Ort</b>	Mögliches Vorgehen bei der Standort-Eingrenzung: - Welche Region verfügt über Streuobst-Bezug? - Wo sind Lücken an bildungs- und erlebnisorientierten Einrichtungen zum Thema Streuobst? - Wo sitzen die potenziellen Betreiber/Vereine? - Wo ist ein geeignetes Grundstück (Größe)? - Wo ist die Anbindung an die Verkehrsinfrastruktur vorteilhaft?	+ Etablierung der Einrichtung + regionale Identität + Platz + wetterunabhängig - wenig Flexibilität - es gibt bereits einige Einrichtungen in Baden-Württemberg → Konkurrenz
<b>Gebäudekomplex</b>	- Neubau oder Renovierung/ Umbau und Gestaltung im Bestand oder Container - Beachtung gewisser Infrastrukturen: Brandschutz, Sanitäre Anlagen, Versorgung, Entsorgung usw. - Ergänzungen: Garage/ Schuppen, Stellplätze für PKWs (u.a. für Food-Truck) und Fahrräder	Container ist die günstigste Variante, Neubau ist die langfristig beständigste Variante
<b>Zielgruppen</b>	- Bildungseinrichtungen, Naturschutzgruppen, OGVs, Kommunen, Familien und Einzelbesucher, Veranstalter	+ durch breites Angebot kann breite Zielgruppe angesprochen werden
<b>Kosten</b>	- Die Kosten variieren je nach Art des Gebäudes und der gewählten Angebote.	- sehr hohe Kosten
<b>Finanzierung</b>	- Land, Landkreis/Kommune, Verein(e), private Investoren, Stiftungen - Gebühren/Eintrittspreis für bestimmte Angebote	
<b>Mittelgenerierung</b>	- Generierung (regionaler) Spenden und Sponsoring - Verkaufsfaktionen	+ regionale Etablierung große Chancen beim Generieren regionaler Mittel - nur vage Prognose des Erfolges möglich

Zentrale Stärken sind:

- regionale Etablierung eines Zentrums mit überregionaler und landesweiter Sichtbarkeit (bundesweiter Leuchtturm), bspw. als Veranstaltungsort für Landesweiten Streuobsttag Baden-Württemberg
- sehr breites Angebot möglich

Zentrale Schwächen sind:

- bestehende thematische Streuobstzentren, geringe Innovation
- sehr hoher Aufwand und hohe Kosten in der Konzeption, im Aufbau und v.a. im laufenden Betrieb
- politische Entscheidung GEGEN andere Regionen

### Erweiterung eines bestehenden Zentrums

Neben der Integration der bereits beschriebenen zusätzlichen Angebote (A-F) bieten sich folgende Varianten zur Erweiterung eines oder mehrerer bestehender Zentren an:

#### Variante 1: (Digitale) Wanderausstellung

	(Digitale) Wanderausstellung	Stärken & Schwächen
<b>Konzept</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- dezentrales Modell: Angliederung einer (digitalen) Erlebniswelt an bestehende Einrichtungen (z.B. Freilichtmuseum, Keltereien, Stadt usw.)</li> <li>- Verleihung bestimmter Ausstellungselemente möglich</li> </ul>	
<b>Mehrere Betreiber in Kooperation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vereine</li> <li>- Pädagog*innen</li> <li>- bestehende Naturschutz- oder Streuobst-Zentren</li> <li>- bestehende Museen</li> </ul>	+ gewachsene Betreiberstrukturen
<b>Ausstattung nach Angebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Angebot A &amp; F: benötigte technische Ausstattung: Infotafeln, Bildschirme, haptische und digitale Elemente, Tablets, Flyer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nur schmales Angebot aufgrund der Kapazitäten möglich</li> <li>- Herausforderung: Angebot muss auf verschiedene Betreiber und deren Örtlichkeiten anwendbar sein</li> </ul>
<b>Ort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- in den Örtlichkeiten der jeweiligen Betreiber, ggf. Anbau oder Ergänzung durch Container</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ bestehende örtliche Strukturen</li> <li>+ Streuung in ganz Baden-Württemberg</li> <li>- Anpassung an die gegebenen Strukturen notwendig → verschmälert das Angebot</li> </ul>
<b>Zielgruppen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Vereine, Naturschutzbände, Schulklassen, Interessierte, Familien</li> </ul>	+ durch breites Angebot kann breite Zielgruppe angesprochen werden
<b>Kosten</b>	- abhängig von der Unterbringung der Ausstellung-	
<b>Finanzierung</b>	- jeweiliger Betreiber, private Investoren, Stiftungen	
<b>Mittel-generierung</b>	- Generierung (regionaler) Spenden (z. B. CrowdFunding) und Sponsoring (z. B. Sponsoring-Pakete)	

Zentrale Stärken sind:

- Integration des „Erlebnisses Streuobst“ in Einrichtungen in ganz Baden-Württemberg, hohe Priorität hat der Wiedererkennungswert
- stärkere Vernetzung der Streuobstakteure und weiterer Kultureinrichtungen
- hohe Investitionskosten, niedriger Aufwand im laufenden Betrieb

Zentrale Schwächen sind:

- nur „ein Teil“ einer größeren Einrichtung, kein Fokus auf Streuobst
- Abhängigkeit des Erfolges vom Engagement der Betreiber

### Variante 2: Große Abenteuer-Streuobstwiese

Große Abenteuer-Streuobstwiese		Stärken & Schwächen
<b>Konzept</b>	- stationärer Outdoor-Erlebniswelt und Lernort für Jung und Alt	
<b>Mögliche Betreiber</b>	- Regierungspräsidium - Verein/ Zusammenschluss aus Vereinen	- Verein: es werden motivierte Akteure benötigt - eG: höhere Kosten als bei einem Verein
<b>Ausstattung nach Angebot</b>	- Angebot A: Aufbau großer Erlebnis-Spielplatz zum Thema Streuobst, Aufbau Obstbaumpfad; Spielplatzgeräte, Infotafeln und -stationen - Angebot B: Wetterbeständiger Pavillon, wetterbeständige Ausstattung des Pavillons - Angebot E: Streuobstprodukte, regionale Produkte - Querschnittsangebot: entsprechendes Werkzeug, Utensilien, Fuhrpark (ggf. auch verleihbar)	+ hoher Erlebnischarakter + Erlebnis und Lernen in Kombination + Kombination von Angeboten und von Anbietern/Partnern - Erlebnisfaktor evtl. reizvoller als Lernangebot
<b>Ort</b>	Streuobstwiese: Vorgehen bei Standort-Eingrenzung: - Welche Region verfügt über Streuobst-Bezug? - Eignung Wiese (naturschutzfachliche Sicht?) - Wo gibt es Lücken an bildungs- und erlebnisorientierten Einrichtungen zum Thema Streuobst? - Wo sitzen die potenziellen Betreiber/Vereine? - Wo ist ein geeignetes Grundstück (Größe?) - Anbindung an Verkehrsinfrastruktur?	+ Ort selbst als Erlebnis - abhängig von Wetter und Jahreszeit
<b>Infrastruktur</b>	- sanitäre Anlagen, Mülleimer etc. - Ergänzungen: Garage/ Schuppen, Stellplätze für PKWs (u.a. für Food-Truck) und Fahrräder	
<b>Zielgruppen</b>	- Bildungseinrichtungen, Naturschutzgruppen, OGVs, Kommunen, Familien mit Kindern, Jugendliche, Einzelbesucher, Veranstalter	
<b>Kosten</b>		- hohe Kosten in Gestaltung und Aufbau des Geländes - Ggf. auch hohe laufende Kosten - Herausforderung der Pflege des gesamten Areals
<b>Finanzierung</b>	- Land, Landkreis/Stadt, Verein(e), private Investoren, Stiftungen - Gebühren/Eintrittspreis für bestimmte Angebote (z.B. Gruppenführungen, Erlebnisausstellung usw.)	
<b>Mittel-generierung</b>	- Generierung (regionaler) Spenden (z. B. CrowdFunding) und Sponsoring (z. B. Sponsoring-Pakete) - Verkaufsaktionen	+ durch regionale Etablierung große Chancen beim Generieren regionaler Mittel - nur vage Prognose des Erfolges möglich

Zentrale Stärken sind:

- innovativ
- hoher Erlebnischarakter
- stiftet regionale Identität
- großes Potenzial für überregionale Bekanntheit

Zentrale Schwächen sind:

- hoher Planungsaufwand und Kosten
- wenig Flexibilität
- Herausforderung bei der Standortsuche: Erreichbarkeit und Barrierefreiheit
- Herausforderung der Erfüllung des Bildungsauftrages

### Mobile Streuobst-Erlebniswelt(en)

#### Variante 1: Streuobst on the Road

Streuobst on the Road		Stärken & Schwächen
<b>Konzept</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Umgebauter stromautarker LKW/Transporter bringt Streuobsterlebnis an Schulen, zu Vereinen, auf Wochenmärkte, Landesgartenschauen und zu weiteren Einrichtungen</li> <li>- Optionen:               <ul style="list-style-type: none"> <li>- EINE mobile Erlebniswelt für Baden-Württemberg</li> <li>- 4 mobile Erlebniswelten (Regierungsbezirke)</li> <li>- 6 mobile Erlebniswelten (Streuobstregionen)</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Erlebniswelt kommt zum Besucher</li> <li>+ Flexibilität</li> <li>+ Eventcharakter</li> <li>+ Kombinierbarkeit mit bestehenden Zentren und Veranstaltungen</li> </ul>
<b>Mögliche Betreiber</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Regierungspräsidium, Referat 56</li> <li>- Verein, mehrere Vereine</li> <li>- Gründung gemeinnützige e.G.</li> <li>- Stiftung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ RP: Erfahrungen vorhanden, Kunden gegenüber bekannt</li> <li>- Verein: personale Ressourcen</li> </ul>
<b>Ausstattung nach Angebot</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Angebot A und F: Erlebniswelt, Infotafeln, Bildschirme, Handys, Tablets, haptische und digitale Elemente, Flyer</li> <li>- Angebot C: Handlupen, Mikroskope, Kameras u.v.m.</li> <li>- Angebot E: Streuobstprodukte, Ergänzung von regionalen Produkten</li> <li>- Angebot F: Handys oder Tablets</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Flexibilität in Angeboten, je nach Standort und eingebundenen Akteuren</li> </ul>
<b>Einsatzgebiet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- landesweit, Regierungsbezirke oder Streuobstregionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ Streuobstregionen: regionale Identität und Bezug</li> <li>+ Erlebnis in der Natur möglich</li> </ul>
<b>Mögliches Fahrzeug</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- LKW, Transporter/Van; Alternativen: Bus/Reisebus, Food-Truck</li> <li>- Stromversorgung: Solarzellen auf Dach (stromautark)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ LKW/Bus: Möglichkeit des Betretens des Erlebnisses (Vorteil gegenüber Van)</li> <li>- Van: Wetterabhängigkeit</li> </ul>
<b>Einsatz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Team von festen Mitarbeiter/innen: Verantwortung für Fahrzeug, Organisation der Einsätze</li> <li>- Teils Unterstützung durch FÖJ-Absolvierende/ andere Freiwillige denkbar</li> <li>- Einsatzdauer: 3,5 h oder nach Absprache</li> <li>- Saison von März bis November, Winter: Projektarbeit</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ feste Mitarbeiter*innen sorgen für Beständigkeit und verfügen über Fachwissen</li> <li>- hohe Personalkosten</li> <li>- evtl. schwierige Personalsuche</li> </ul>

<b>Buchung</b>	- jede Gruppe kann das Mobil einladen - online-Buchung - keine Kosten für Buchende → Spenden	+ Benutzerfreundlichkeit - zu Beginn große öffentliche und mediale Aufmerksamkeit notwendig
<b>Zielgruppen</b>	- Kindergärten, Schulen, Interessierte	
<b>Kosten</b>	- Vergleich: Anschaffungskosten Ökomobil: rund 200.000 € - laufende Kosten (einschließlich Personalaufwand) rund 125.000 € jährlich	+ niedrigere Kosten im Vergleich zu neuem, stationärem Zentrum - hohe Kosten im Vergleich zu einem Sprinter
<b>Finanzierung</b>	- jeweiliges Regierungspräsidium oder Betreiber, Umweltorganisationen, private Investoren, Stiftungen	
<b>Mittel-generierung</b>	- Generierung (regionaler) Spenden (z. B. CrowdFunding) und Sponsoring (z. B. Sponsoring-Pakete)	

Zentrale Stärken sind:

- Knowhow und bestehendes Konzept aus bereits erfolgreichen Ökomobilen
- hohe Flexibilität
- hoher Erlebnisfaktor
- mit bestehenden Zentren kombinierbar

Zentrale Schwächen sind:

- es gibt bereits die Ökomobile → ist eine solch hohe Nachfrage überhaupt gegeben oder Schaffung neuer Konkurrenz?
- Intensität des Streuobstthemas und Wertschöpfung abhängig von den Mitarbeiter\*innen/Streuobst-Fachkraft und deren fachlicher/pädagogischer Expertise

### Variante 2: Streuobst-Container: „Noch alle Sorten im Container?“

	<b>Streuobst-Container</b>	<b>Stärken &amp; Schwächen</b>
<b>Konzept</b>	- Komplex aus Containern bringt Streuobsterlebnis an thematisch passende Orte	+ Erlebniswelt kommt zum Besucher + Flexibilität + Eventcharakter + Kombinierbarkeit mit bestehenden Zentren und Veranstaltungen
<b>Mögliche Betreiber</b>	- Regierungspräsidium - Verein, mehrere Vereine - Stiftung	+ RP: Erfahrungen vorhanden, Kunden gegenüber bekannt - Verein: personale Ressourcen
<b>potenzielle Angebote</b>	- Angebot A: Ausstellungszentrum Erlebniswelt und Ausstellung - Angebot E: „Genuss-Zentrum“ – Verkauf und/oder Verkostung	+ Flexibilität der Angebote
<b>Ausstattung nach Angebot</b>	- Angebot A: Erlebniswelt, Infotafeln, Bildschirme, haptische und digitale Elemente, Flyer - Angebot E: Streuobstprodukte, Ergänzung durch regionale Produkte	
<b>Einsatzgebiet</b>	- landesweit, Regierungsbezirke oder Streuobstregionen	+ Streuobstregionen: regionale Identität + Erlebnis in der Natur möglich
<b>Container</b>	- Stromversorgung: Solarzellen auf dem Dach (stromautark)	+ Möglichkeit des Betretens des Erlebnisses + wetterunabhängig + Container als Erlebnis selbst

<b>Infrastruktur</b>	- Sanitäre Anlagen, Mülleimer - Brandschutzvorschriften - Sicherheitskonzept - Anforderungen an Standplatz	- zahlreiche Vorschriften zu beachten - zusätzliche Anschaffungs- und Instandhaltungskosten
<b>Einsatz</b>	- Team vor Ort mit unterschiedlichen Aufgaben: Sicherheit, Sauberkeit, Ausstellung, Koordinierung	- hohe Personalkosten - findet man solches Personal? + feste Mitarbeiter sorgen für Beständigkeit und verfügen über Fachwissen
<b>Standorte</b>	- Standorte mit hoher Sichtbarkeit - Beispiele: Landesgartenschau, zentrale Plätze und Orte	+ Wahl des Standortes nach Thema + jeweils lokale Akteure vor Ort + bevorzugte Zeiträume: dortige Veranstaltungen als Besuchermagnet - Verfügbarkeit der Standorte - hoher organisatorischer Aufwand - Kostenfaktor - benötigte Infrastruktur vor Ort
<b>Zielgruppen</b>	- Personen jeder Altersgruppe, Gruppen aus Kindergärten und Schulen, Interessierte, Passanten, Naturschutzvereine usw.	+ breite Zielgruppe + Ansprache bisher weniger interessierter Personen
<b>Kosten</b>	- Container nach Größe	- hohe Kosten
<b>Finanzierung</b>	- Land, Jeweiliges Regierungspräsidium, jeweiliger Betreiber, Umweltorganisationen, private Investoren, Stiftungen	
<b>Mittel-generierung</b>	- Generierung (regionaler) Spenden (z. B. CrowdFunding) und Sponsoring (z. B. Sponsoring-Pakete)	

Zentrale Stärken sind:

- Erlebnischarakter hoch
- Erreichbarkeit der Menschen sehr hoch: Potenzial, damit das Thema bei Jedem ankommen kann
- hohe Sichtbarkeit und großer Bekanntheitsgrad möglich
- Innovationscharakter

Zentrale Schwächen sind:

- sehr hohe Investitionskosten und hohe Kosten im laufenden Betrieb
- Fraglichkeit des Erfolges, hohes Risiko

## 6.7 BEWERTUNGSMATRIX

BESCHREIBUNG	VORTEILE	NACHTEILE	Bewertung				
			Aufwand	Flexibilität	Erreichbarkeit	Innovation	Zielerfüllung
<b>Neubau neues Zentrum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- langfristiges Projekt mit Entwicklungspotenzial zu fundierter, etablierter und traditioneller Einrichtung und Schaffung regionaler Identität</li> <li>- Stärkung regionaler Akteure</li> <li>- Erschließung „weißer Flächen“</li> <li>- Informationspunkt für Akteure vor Ort</li> <li>- Alleinstellungsmerkmal Tourismus</li> <li>- Aufgreifen „Best-Practice-Modelle“</li> <li>- Integration z.B. Café, Regionalladen, Werkstätten, Veranstaltungsräume</li> <li>- überregionale Sichtbarkeit</li> <li>- sehr breites Angebot möglich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aufwand und Kosten sehr hoch</li> <li>- langwierige Umsetzung</li> <li>- beschränktes Einzugsgebiet</li> <li>- politische Entscheidung GEGEN andere Regionen</li> <li>- Frage der Nachhaltigkeit</li> <li>- fehlende Innovation</li> </ul>	+	-	0	0	0
<b>Erweiterung (ggf. Neu- oder Anbau) eines oder mehrerer bestehender Zentren (z.B. Wanderausstellung, digitales Angebot)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Infrastruktur, personelle Strukturen, Expertise im Streuobstbereich vorhanden</li> <li>- geringes Risiko, geringe Investitionskosten, geringer Aufwand im laufenden Betrieb</li> <li>- Vernetzung und Weiterbildungsveranstaltungen gut durchführbar</li> <li>- Stärkung regionaler Akteure und deren Vernetzung</li> <li>- Informationspunkt für Akteure vor Ort</li> <li>- Alleinstellungsmerkmal Tourismus</li> <li>- Aufgreifen „Best-Practice-Modelle“</li> <li>- Profitieren vom bereits bestehenden öffentlichen Bekanntheitsgrad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Auswahl des Zentrums: alle fördern oder nur eines?</li> <li>- hoher Aufwand und Kosten</li> <li>- beschränktes Einzugsgebiet</li> <li>- politische Entscheidung GEGEN andere Regionen</li> <li>- weniger vorherige Entscheidungs- und Gestaltungsmöglichkeiten in gewachsenen Strukturen</li> </ul>	+	-	0	0	0
<b>Mobiles Erlebniszentrum bringt Streuobst an jeden Ort (z.B. LKW, Bus, Absetzcontainer) <i>Option: Energieautarker Betrieb über PV-Anlage Option: Digitale Elemente (s. Anhang)</i></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- alle Regionen werden einbezogen</li> <li>- Eventcharakter</li> <li>- hoher Bekanntheitsgrad möglich</li> <li>- Kombinierbarkeit mit bestehenden Zentren und Veranstaltungen</li> <li>- „Streuobst kommt zu den Menschen“</li> <li>- „auf Bestellung“/Gastauftritte in Bildungseinrichtungen</li> <li>- universell einsetzbar, hohe Flexibilität</li> <li>- keine Beschränkung der Besucher</li> <li>- kein Genehmigungsaufwand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fahrer*in benötigt, unstetige Arbeitszeiten (ggf. auch Ausleihvariante möglich)</li> <li>- keine regionale Anlaufstelle</li> <li>- zeitlich begrenztes Angebot</li> <li>- geringes Platzangebot</li> <li>- Frage der Nachhaltigkeit</li> </ul>	0	++	++	++	++

## 6.8 ZUSAMMENFASSUNG UND EMPFEHLUNG

---

In dieser Studie ist die Vielfalt denkbarer Szenarien der konzeptionellen Gestaltung einer Streuobst-Erlebniswelt geschildert. Zur weiteren Planung und Umsetzung können die verantwortlichen Akteure auf Basis dieses Baukastens den zur Strategie passenden Kompromiss finden, der die optimale Umsetzungsoption für die definierten Ziele und entsprechenden Instrumente (Angebote) darstellt. Auf dieser Basis entsteht ein geeignetes Betreiber- und Finanzierungsmodell.

Das Konzept für die Streuobst-Erlebniswelt des Landes Baden-Württemberg ist stark abhängig von der Strategieentscheidung „Baden-Württemberg ist Streuobstland“ und dem Selbstverständnis, das damit zum Ausdruck kommt. Welches Zeichen will das Land mit der Strategie und damit auch mit der Erlebniswelt setzen? Soll ein möglichst großes und spektakuläres Zentrum mit festem Standort, aber auch hohen Kosten oder ein innovatives, flexibles und mobiles Zentrum („Streuobst kommt zu Dir“) geschaffen werden?

### **Empfehlung für eine Mobile Streuobst-Erlebniswelt**

Entscheidungsgrundlage für die Empfehlung einer mobilen Streuobst-Erlebniswelt ist die vorgeschlagene Strategieentscheidung und die Zielsetzung, zahlreiche Menschen über Streuobst zu informieren und für Streuobst nachhaltig zu begeistern („Call to Experience“ & „Call to Action“). Über eine mobile Lösung lassen sich diese Ziele elegant verfolgen: Sie ist flexibel, hat im Vergleich der drei Varianten voraussichtlich die niedrigsten Investitionskosten und einen geringen Planungs- und Genehmigungsaufwand. Über den Einsatz erneuerbarer Energien (z.B. E- oder Brennstoffzellenfahrzeug, Solarmodule etc.) werden weitere Umweltschutz-Botschaften transportiert. Alle Teilnehmenden am Evaluierungsworkshop zur Diskussion und Bewertung der Studienergebnisse favorisieren die Option einer mobilen Streuobsterlebniswelt.

Eine mobile Erlebniswelt erreicht unter dem Motto „Streuobst kommt direkt zu dir“ die größtmögliche Zielgruppe. Sie bezieht besucherstarke Standorte (z.B. Innenstädte oder Tourismushotspots) ebenso ein wie bestehende Einrichtungen (z.B. Freilichtmuseen, Streuobstcentren), lokale Veranstaltungen und die Bildungsarbeit mit Schulbesuchen. In Kombination mit „streuobst-touristischen“ Angeboten wie Events, Festen oder Märkten trägt sie direkt zur Entwicklung einer Streuobstkultur bei und bietet bereits als „fahrende oder kompakte Werbebotschaft“ die Möglichkeit der Unterstützung der Imagekampagne. Sie nutzt somit v.a. auch in den Streuobstregionen ein hohes Aktivierungspotenzial der engagierten Akteure vor Ort.

Eine mobile Streuobsterlebniswelt stellt die beste Lösung dar, um die oben genannten Haupt-Zielgruppen (Konservativ-Etablierte/Traditionelle, Performer/Expeditive) anzusprechen, da so räumliche Flexibilität und zeitliche Spontaneität möglich werden. Das Angebot sollte klar definiert und begrenzt sein, von hoher Qualität und regelmäßige Evaluierung sowie Aufbereitung erfahren. Die Kombination und thematische Vertiefung mit einer digitalen Streuobst-Erlebniswelt ist unabdingbar (s. Teil F – Materialband).

## TEIL E – ZUSAMMENFASSUNG

### AUSGANGSLAGE

---

In Baden-Württemberg stellt Streuobst einen bedeutenden Teil der von Menschen in langer Tradition geschaffenen Kulturlandschaft dar. Streuobstwiesen sind ein Hotspot der Biodiversität, ein wichtiger Erholungsraum und identitätsstiftend für viele Einwohner und Einwohnerinnen Baden-Württembergs. Die Zahl der Streuobstbäume ging seit 1965 um ca. 60 Prozent zurück. Im Jahr 2020 wurde noch ein Bestand von ca. 7,1 Mio. Streuobstbäumen ermittelt. In der aktuellen Roten Liste der Biotoptypen Baden-Württembergs wurde Streuobst als ein Biotoptyp mit hoher Bedeutung, der gefährdet und schwer regenerierbar ist, eingestuft. Die Veränderungen von Biotopfläche und -qualität werden im lang- und kurzfristigen Trend als stark beziehungsweise deutlich abnehmend bewertet.

Viele Streuobstwiesenbesitzende sowie Landwirt\*innen sehen keinen Anreiz mehr zu Pflege und Bewirtschaftung ihrer Streuobstflächen – und damit verbunden zum Erhalt der Produktionsgrundlage und des Kulturguts Streuobst. Zahlreiche Landnutzer\*innen, Streuobstinitiativen, Vereine, Verbände, Direktvermarktende, Bildungsverantwortliche und viele weitere ehrenamtliche Akteure versuchen, den Erhalt der Streuobstflächen in Baden-Württemberg durch verschiedenste Projekte zu sichern. Das Land Baden-Württemberg sieht seine besondere Verantwortung. Viele Maßnahmen wurden bereits initiiert, die Fortschreibung der Streuobstkonzeption von 2014 soll nun vorangetrieben werden. Als Daten- und Entscheidungsgrundlage dient die vorliegende Studie.

### KERNPROBLEME

---

In der Studie wurden folgende **Kernprobleme** ermittelt: zu geringe Wirtschaftlichkeit des Produktionssystems „traditioneller Streuobstanbau“ mit der aufwändigen Pflege der Bäume und Wiesen, mangelndes öffentliches Bewusstsein über die Bedeutung der Streuobstbestände, Klimawandel und Erhalt des Genreservoirs.

Die zu **geringer Wirtschaftlichkeit des Produktionssystems „traditioneller Streuobstanbau“** wird in Baden-Württemberg durch den hohen Arbeitsaufwand aufgrund der oft sehr kleinteilige Produktionsstruktur und der **aufwändigen Pflege der Bäume und Wiesen** verursacht, der ein zu **geringer Erlös aus dem Obstverkauf** gegenübersteht. Weitere Faktoren für die schwierige Bewirtschaftbarkeit sind zum Beispiel steile Hanglagen, mangelhafte Erschließung mit Wegen und unterschiedliche Erntezeitpunkte gemischter Obstbestände. Die Bewirtschaftung der Streuobstwiesen erfordert ein solides Fachwissen. Das Hauptprodukt **Streuobst-Apfelsaft hat an Bedeutung verloren** bzw. es sind zunehmend Substitutionsprodukte mit teilweise deutlich niedrigeren Preisen am Markt vorhanden. Nur ein **geringer Teil der Bewirtschaftenden ist organisiert**. Aus diesem Grund und wegen alternativer Liefermöglichkeiten von kostengünstigerem Mostobst aus anderen europäischen Ländern ist die Marktmacht der Bewirtschaftenden gegenüber den Keltereien gering. Die **Zahl der Bewirtschaftenden geht altersbedingt zurück**, was wiederum zu einer Zunahme ungepflegter Streuobstflächen führt.

Das **öffentliche Bewusstsein** für die Bedeutung der Streuobstbestände für das Landschaftsbild und damit die regionale Identität, die Eigenversorgung oder die Versorgung über den Handel mit regionalen Streuobstprodukten wird von vielen Akteuren im Themenfeld Streuobst als zu **gering** bewertet. Das Potenzial von Streuobst im sensorischen Bereich, die Gesundheitswirkungen sowie die Vielfalt der Verwendungsmöglichkeiten des Streuobstes für Ernährung und Genuss sind vielen Verbrauchergruppen nicht mehr bewusst und zugänglich. Der Handlungszusammenhang von „Erhalt durch Nutzung“ über eine Kaufentscheidung für Streuobstprodukte fehlt.

Der **Klimawandel** führt zu einer Zunahme von Extremwetterlagen wie Hitzetagen oder Spätfrösten im Frühjahr und zu Veränderungen in der Menge und Verteilung der Niederschläge. Streuobstbäume werden durch diese Folgen des Klimawandels geschwächt und sterben früher ab. Davon sind besonders nicht vitale Bäume betroffen.

Das **Genreservoir der Streuobstsorten** wird in Sortenerhaltungsgärten bewahrt. In Baden-Württemberg werden die alten Streuobstsorten nur in einem Reiserschnittgarten zur Verfügung gestellt. Deutschlandweit gibt es zudem nur noch einen einzigen weiteren Reiserschnittgarten. Aufgrund der Gefahr von Katastrophenereignissen besteht hier Handlungsbedarf. Außerdem stellen die vorhandenen Reiserschnittgärten nur eine begrenzte Anzahl von virusfreien Streuobstsorten für Handel und Nachpflanzungen zur Verfügung.

## GESAMTSTRATEGIE

Aufbauend auf der SWOT-Analyse, in die Wissen, Erfahrungen und Einschätzungen der Kompetenzträger\*innen aus dem Themenfeld Streuobst einfließen, sowie aus der Analyse von Best Practice-Beispielen aus Baden-Württemberg und darüber hinaus, wird folgende Strategie vorgeschlagen:



Abbildung 19: Streuobst-Strategie mit den Handlungsfeldern und zentralen Maßnahmen für die zukünftige Entwicklung des Streuobstbaus in Baden-Württemberg (Quelle: eigene Darstellung neulandplus).

Das Land bekennt sich zu einer **zukunftsfähigen Weiterentwicklung** seiner Streuobsttradition und Kulturlandschaft. Leitbild ist eine **vielfältig bewirtschaftete Streuobstlandschaft** mit hoher Biodiversität und zahlreichen Ökosystemdienstleistungen, deren Rohware die Basis für **innovative regionale Genussprodukte** bietet. Das Produktionssystem „traditioneller Streuobstanbau“ wird **effizienter und zukunftsfähig** gestaltet.

Die **Wertschöpfungskette Streuobst** wird über verschiedene Interventionspunkte in den Bereichen Bewirtschaftung, Verarbeitung und Vermarktung gestärkt und um neue Zielgruppen wie Tourismus und Gesundheit verlängert.

Die Strategie soll über fünf Handlungsfelder und ein Querschnitts-Handlungsfeld umgesetzt werden.

## HANDLUNGSFELD BEWIRTSCHAFTUNG

---

Im Handlungsfeld Bewirtschaftung werden Ansätze und Maßnahmen entwickelt, die zur Lösung des Kernproblems „**zu geringe Wirtschaftlichkeit des Produktionssystems** traditioneller Streuobstanbau“ mit seiner **aufwändigen Pflege** von Bäumen und Unterwuchs beitragen. Sie sollen durch geeignete finanzielle Fördermaßnahmen ergänzt werden.

Das größte Potential zur Steigerung der Effizienz in der Bewirtschaftung liegt in der Steigerung der **Vernetzung und Organisation der Akteure**. Durch eine horizontale Kooperation der Bewirtschaftenden untereinander sowie mit Landwirt\*innen und Kommunen bestehen Möglichkeiten, Synergien und Einsparpotentiale zu nutzen. Diese entlasten Bewirtschaftende zum Beispiel durch eine gemeinsame Organisation von Arbeitsschritten.

**Entlastungen der Bewirtschaftenden** sind durch nachfolgend genannte **Maßnahmen** möglich: Kommunal eingerichtete **Sammelplätze für Schnittgut** nahe der Streuobstflächen; die Organisation der energetischen Verwertung und der Erhalt bestehender bzw. die Schaffung weiterer Annahmestellen für eine möglichst **standortnahe Obstannahme**. Dies entlastet die Bewirtschaftenden und die Umwelt durch Wegfall vieler Fahrten. Die gemeinsame **Organisation der Unterwuchsnutzung** unterstützt die Akteure und verhindert das Brachfallen.

**Bewirtschafteter- oder Erzeugerorganisationen** entfalten über den erhöhten Organisationsgrad eine große Wirkung. **Bewirtschafteterorganisationen** (BO) erzielen z.B. über den Sammelbezug von Pflanzmaterial oder Leih-Angebote für Maschinen und Werkzeuge zur Pflege der Streuobstbestände Effizienzsteigerungen. Sie entlasten durch gemeinsame **Anträge zur Baumschnittförderung** oder zur **Landschaftspflegeleitlinie** (LPR). Sie integrieren **neue Streuobstbegeisterte** und helfen bei der Grundstücksvermittlung. Eine Ausbaustufe der BO stellt die Entwicklung eines gemeinsamen landwirtschaftlichen Betriebes nach dem Modell der „Sammelzertifizierung“ (Bio-Bereich) dar. Über eine BO, die viele kleine Flächen pachtet und den Bewirtschaftenden zur Nutzung überlässt, können bislang nicht antragsberechtigte Flächen zur landwirtschaftlichen Förderung (z.B. FAKT C1) zugelassen werden.

**Erzeugerorganisationen** (EO) liefern das Mostobst der darin organisierten Bewirtschaftenden gemeinsam an Keltereien und bauen dadurch Marktpositionen auf. Zur Sicherstellung des Qualitätsstandards „Streuobst“ oder weiterer Zertifizierungen führen sie die **Kontrolle des Obstes bzw. der Flächen** durch. Sie steigern die Effizienz und stellen **größere Ressourcen** als vertikale Kooperation für die **Entwicklung von Innovationen** wie Eigenprodukten und für Vermarktung sowie Marketing, zur Verfügung. Der Zugriff auf bestehende Förderprogramme, der einzelnen Bewirtschaftenden nicht möglich ist, wird durch die Zusammenschlüsse ermöglicht.

Die Anwendung des **Förderkriteriums „höherer Organisationsgrad“** soll in weiteren Förderungen als Voraussetzung oder für die Bewilligung eines höheren Fördersatzes geprüft werden.

Unter der Wahrung des Leitbildes einer traditionellen Streuobstnutzung und dem Erhalt der ökologischen Zielsetzung sind in den kleinparzellierten Streuobstlandschaften weitere **effizienzsteigernde Maßnahmen** möglich. Moderater **Wegebau** erschließt schwer zugängliche

Flächen. Durch den Umbau des Rasters der Streuobstbäume (Abstände der Bäume) werden Flächen **maschinell effizienter bewirtschaftbar**. Die Förderung von **Mobilzäunen, weidetiergerechtem Baumschutz** oder von **Landschaftspflegeställen** sind geeignete infrastrukturelle Hilfen für extensiv wirtschaftende Schäfereien.

Die fundierte **Aus- und Weiterbildung** von Privatpersonen sowie Mitarbeitenden in der Verwaltung ist eine grundlegende Voraussetzung für die fachgerechte Pflege und Kontrolle der Streuobstbestände. Die bestehenden, qualifizierten und praxisorientierten Ausbildungsangebote sollen fortgeführt und in der Fläche gesichert werden. Die Integration streuobstspezifischer, ökologischer Zusammenhänge und Naturschutzaspekte bei der Baumpflege ist anzustreben. Schwerpunkte liegen in der **Nachwuchsförderung für Anbieter von Ausbildungsangeboten** und in einer **Zusatzqualifikation** von Planungsbüros, Kommunen und der Naturschutzfachverwaltung für die fachgerechte Pflege von Streuobst und die Anerkennung von Streuobstmaßnahmen als **Kompensationsflächen und Ökokontomaßnahmen**.

Um einen Streuobstbestand zu erhalten, müssen – bei einem angenommenen Lebensalter von durchschnittlich 50 Jahren für einen Streuobstbaum – **jährlich mindestens zwei Prozent des Bestandes erfolgreich nachgepflanzt** werden. Ein früherer Ausfall der Bäume wird hier nicht berücksichtigt. Für einen Bestand von einer Million Streuobstbäumen wären dies mindestens **20.000 Bäume pro Jahr**. Insbesondere für Neu- und Nachpflanzungen sind demnach organisatorische Schritte einzuleiten, um ausreichend Pflanzmaterial, Anleitungen sowie Betreuung sicherzustellen.

Nicht mehr bewirtschaftbare Streuobstbestände sollen in ökologisch **hochwertige und landschaftsprägende Kulturlandschaften** mit Bäumen und artenreichen Unternutzungen wie zum Beispiel Hute- oder moderne Agroforstlandschaften umgewandelt werden. Die Gesamtkulisse der Streuobstlandschaft mit ihren ökologischen Funktionen bleibt damit erhalten.

## HANDLUNGSFELD VERARBEITUNG UND VERMARKTUNG

---

Im Handlungsfeld Verarbeitung und Vermarktung sind die Kernprobleme „**zu geringe Wirtschaftlichkeit des Produktionssystems**“ sowie „**zu wenig öffentliches Bewusstsein für Streuobst**“ betroffen und es werden hierzu Lösungen vorgestellt.

Der Mangel an Wirtschaftlichkeit beruht vorrangig auf dem hohen Arbeitsaufwand durch landschaftliche und arbeitsspezifische Gegebenheiten, wie kleinparzellierte Struktur, Hanglagen und aufwändige Pflege. Zweite Ursache ist eine starke Konkurrenzsituation am Markt für alkoholfreie Getränke, verbunden mit einem Defizit an marktgängigen Streuobstprodukten mit hoher Wertschöpfung. Dies führt zu geringen Auszahlungspreisen für angeliefertes Mostobst. Die erzielten Erlöse leisten keine Kostendeckung für Baum-, Unterwuchspflege, Obstauflösen und Transport zur Annahmestelle. Dem soll die oben dargestellte bessere Organisation und Vernetzung der Akteure (BOs, EO) entgegenwirken.

Die Erhöhung der Wertschöpfung in der Verarbeitung und Vermarktung von Streuobstprodukten trägt ebenfalls dazu bei. Dafür ist die **Entwicklung innovativer, marktgerechter Produkte für jede Gelegenheit** unabdingbar. Die Bereitstellung eines diversifizierten Produktportfolios ermöglicht es Verbrauchenden, Streuobst als Getränk wie

z.B. Cidre, Schorlen, Aperitif oder als Lebensmittel (Trockenobst, Chutneys, Essige etc.) zu konsumieren.

Parallel bedarf es der **Entwicklung innovativer Massenprodukte mit großer Flächenwirkung**, die eine hohe Wertschöpfung erzielen können. Hierbei hilft die Förderung von Kooperationen von bzw. mit Verarbeitern, z.B. in Erzeugergilden. Die **Wissensvermittlung zur Herstellung hochwertiger und schmackhafter Produkte** stärkt die Direktvermarktung. Die **Vermarktung von Streuobst als Tafelobst** über den Handel und die Direktvermarktung kann die Wertschöpfung deutlich steigern und trägt, neben den bereits genannten Ansätzen, zur Erschließung neuer Kundengruppen bei.

Ein **Qualitätszeichen Streuobst Baden-Württemberg** bietet Handel und Verbrauchenden über einen kontrollierten Qualitätsstandard Orientierung beim Einkauf. Es wird empfohlen, einen **Standard von 100 Prozent Streuobst** vorauszusetzen, was als deutlicher Zusatznutzen in der Vermarktung zu werten ist.

Um dem Kernproblem „zu wenig öffentliches Bewusstsein für Streuobst“ zu begegnen, ist es in diesem Handlungsfeld besonders wichtig, dass das Angebot von **Streuobstprodukten bei Veranstaltungen der öffentlichen Hand** erleichtert wird. Zentral hierbei ist die Nachfrage der öffentlichen Einrichtungen. Eine **Änderung der Beschaffungsrichtlinie** des Landes ermöglicht den öffentlichen Einrichtungen, Streuobstprodukte zu beziehen und öffnet Streuobstverarbeitenden den Marktzugang. Die Beschaffungsrichtlinie wird um die **Kriterien „Klimafreundlichkeit“, „Regionalität“ und „Nachhaltigkeit“** erweitert. Mit diesen Kriterien punkten Streuobstprodukte im Vergabeverfahren. Auch im Rahmen von Landesgartenschauen, „Pfännle on Tour“ oder dem Landwirtschaftlichen Hauptfest werden weitere Kundengruppen erreicht und sensibilisiert.

Viele Aufpreisprojekte können nach dem Marktstrukturgesetz gefördert werden. Die Projekte müssen **über diese Fördermöglichkeiten aktiv informiert** sowie über das Instrument „**Merkblattförderung**“ deutlich stärker unterstützt werden. Weitere Unterstützung sollte über eine aufbereitete Handreichung erfolgen, über die der **Ansatz der „Wertschöpfungsketten“** (WSK) gut erklärt, breit gestreut und verstärkt als strategisches Instrument auf regionale Vermarktungsprojekte angewendet wird. Diese Qualifizierung kann über das Management der Streuobstregionen erfolgen.

Bei der Umsetzung der Streuobstregionen ist die Schaffung eines **institutionellen Projektförderprogramms** zur Anteilsfinanzierung (s. oben) ein wichtiger Baustein im Bereich Verarbeitung und Vermarktung – ebenso wie bestehende Unterstützungsoptionen über die Landschaftspflegerichtlinie oder eine LEADER-Förderung. Einen wesentlichen, nicht-materiellen Beitrag in diesem Bereich kann auch ein Innovationscluster (s. unten) leisten. Für die Streuobstvermarktung bieten die geplanten **Streuobstregionen**, ähnlich dem Weinbau, dafür einen Terroir-Ansatz.

Um die Gruppe der Stoffbesitzenden als wichtige Verwertende und Bewahrende der Streuobstlandschaft zu stärken, ist eine **Änderung des Satzes 100 in der Dienstvorschrift Abfindungsbrennen** notwendig.

Im Bereich Vermarktungsförderung spielen auch **öffentliche Events und Streuobstfeste** eine wichtige Rolle. Die Neu-Entwicklung einer „**Streuobstkultur**“ wird im Handlungsfeld

Öffentlichkeitsarbeit näher dargestellt. Das Gleiche gilt auch für „Streuobst als Themenlinie im Tourismus“.

Zur Steigerung der regionalen Identität gegenüber den Verbrauchenden sowie zur emotionalen Aufladung der Produkte trägt „**Storytelling**“ bei. Es stecken viele Geschichten im Thema Streuobst.

## HANDLUNGSFELD ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

---

Im Handlungsfeld Öffentlichkeitsarbeit werden Ansätze und Maßnahmen vorgeschlagen, die zur Lösung des Kernproblems **„zu wenig öffentliches Bewusstsein für Streuobst“** beitragen.

Das Land trägt bei der Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Streuobst eine zentrale Verantwortung. Neben den bereits vorgestellten Änderungen der Beschaffungsrichtlinie sowie der Entwicklung des QZ Streuobst Baden-Württemberg steht die umfassende **Aufnahme der typischen Kulturlandschaft in die landesweite Öffentlichkeitsarbeit im Mittelpunkt**. Die dadurch ausgedrückte **Wertschätzung** zeigt, dass Baden-Württemberg für die Arbeit der Streuobstakteure Achtung bezeugt.

Die **Imagekampagne „Baden-Württemberg ist Streuobstland“** steht im Zentrum und umfasst verschiedene Maßnahmen: Öffentliche Entscheidungsträger tragen durch die Verwendung von Streuobstprodukten bei Veranstaltungen und in internen Versorgungseinrichtungen zur breiten Bekanntmachung der Wertigkeit von Streuobstprodukten bei. Sie werden damit ihrer **Vorbildwirkung** gerecht. Eine regelmäßige (z.B. monatliche) **Platzierung von Streuobstthemen in der landesweiten Pressearbeit** ist vorauszusetzen. In die **Tourismusstrategie des Landes** wird eine eigene **Produktmarke „Streuobst“** unter dem Thema **„Genuss“** integriert. Die gezielte Einbindung von Streuobstprodukten und -dienstleistungen in regionale Tourismusangebote trägt zur Begeisterung für den Produktkauf bei. Dies gelingt u.a. durch eine **Vernetzung von Anbietern und Beauftragten** in der kommunalen bzw. regionalen Tourismus- und Marketingverwaltung.

Eine wichtige Rolle in der öffentlichen Wahrnehmung spielen dabei die **Streuobstregionen** mit ihren **regionalen kulturellen Besonderheiten**. Diese kommen beispielweise durch **Feste und Events** zum Ausdruck und fördern kulturelle Identität. Über eine **Initiativförderung für Streuobst-Events und Veranstaltungen** werden die Akteure ins Rampenlicht gestellt und der Erhalt durch Nutzung über die Produktvermarktung unterstützt.

Die **Streuobst-Erlebniswelt begleitet** im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit die **Themenlinie Streuobst im Tourismusmarketing des Landes** über lokale Veranstaltungen sowie digitale Zusatzangebote. Insbesondere eine **mobile Streuobst-Erlebniswelt** erzielt durch eine „Bespielung“ mit regionalen Akteuren und Produkten vor Ort sowie durch Positionierung bei regionalen touristischen „Streuobst-Angeboten“ eine Wirkung in der Identitätsbildung. Sie begleitet die Themenlinie Streuobst im Tourismusmarketing des Landes über lokale Veranstaltungen sowie digitale Zusatzangebote. Die mobile Erlebniswelt kombiniert eine flexible Ausgestaltung mit großem Aktivierungspotenzial der Akteure in den Streuobstregionen. Sie unterstützt damit auch die Entwicklung einer Streuobstkultur.

Zur Einbindung von **Streuobstprodukten ins Speise- bzw. Produktangebot** von Gastronomie und Handel ist fundiertes **Wissen** im Bereich Streuobst förderlich. Spezielle Schulungsinhalte bei der Bildung von Nachwuchskräften im Bereich Kochen, Sensorik und

Produktkommunikation heimischer Lebensmittel unterstützen den Einsatz von Streuobstprodukten. **Kommunikationsmaterialien** helfen Servicekräften und Verkaufspersonal bei der Vermarktung von Streuobstgerichten und -produkten. Neben Fachkräften in Verpflegung und Handwerk sind weitere **Streuobstbotschafter\*innen** als Multiplikator\*innen zu unterstützen. Streuobstpädagog\*innen gilt es durch eine dauerhafte Finanzierung zu stützen und gezielt möglichst flächendeckend an Schulen und Kindergärten einzusetzen. Die Streuobstregionen können mit ihren Regionalmanagements organisatorische Hilfestellungen übernehmen und einen strukturierten Projektablauf gewährleisten. Eine stärkere Vernetzung der Akteure im Bildungsbereich wird vorgeschlagen und geschieht beispielsweise über gezielte Austauschtreffen zwischen Lehrenden und Streuobstakteuren.

Die Platzierung der Streuobstregionen durch MBW und Tourismusmarketing auf den Absatzmärkten und Vermarktung des touristischen Potenzials, die Entwicklung von Herkunftszeichen für Streuobst-Produkte (Kombination aus QZ Streuobst, Genussregion und Terroir-Ansatz) sowie die Unterstützung der Erzeugenden bzw. Vermarktenden über die Beratung hinsichtlich passender regionaler Massen- und Qualitätsprodukte („Streuobstprodukte für jede Gelegenheit“) wird als zielführend angesehen.

## HANDLUNGSFELD FORSCHUNG

---

Streuobst als Landschaft und Produktionsgrundlage ist laufenden Veränderungen ausgesetzt. Für eine zukunftsgerechte Ausgestaltung des Anbausystems ist deshalb die Erforschung folgender **Fragestellungen der Praktiker** entscheidend: Klimawandel, Verwertungsmöglichkeiten, zukunftsfähige Anbausysteme Streuobst, Naturschutz vs. Produktion.

Der regelmäßige **Austausch von Forschenden mit Praktikern** durch **Fachkongresse** unterstützt eine bedarfsorientierte Auswahl von Forschungsthemen und -feldern. Ergänzend tragen diese Vernetzungstreffen dazu bei, dass durch Forschung entwickelte **Methoden und Instrumente in die Praxis überführt** werden. Das generierte Wissen und Knowhow wird außerdem über die vorhandenen bzw. neuen Management-Ansätze an die Basis getragen. So sollen **Vereine, Initiativen und Streuobstregionen gezielt in den Wissenstransfer eingebunden** werden. Bei der oder den Geschäftsstellen der Streuobstregionen laufen aktuelle Forschungsergebnisse und Bedarfe der Praxis zusammen.

Die Erfahrungen **effektiver Pilot-Projekte in der Praxis** gilt es aufzugreifen und weiter zu erforschen. Besonders wichtig ist außerdem die **Übertragung der innovativen Ansätze auf andere Regionen**. Auch herausragende Abschlussarbeiten sind in die Breite zu tragen.

Eine **verstärkte Zusammenarbeit streuobstforschender Einrichtungen** schafft Synergieeffekte. Für den Aufbau eines **Forschungsnetzwerkes** über das Land hinaus in andere Streuobstregionen Deutschlands und Europas wird eine **zentrale Vernetzungsstelle** vorgeschlagen. Sie kümmert sich um einen regelmäßigen Austausch im Rahmen von Forschungskonferenzen und identifiziert weitere Partner.

Der **Klimawandel** stellt eine Daueraufgabe dar, d.h. Finanzmittel für die daraus resultierenden (Forschungs-)Aufgaben sind dauerhaft bereitzustellen. Aus dem vorhandenen reichhaltigen Genpool sollen Empfehlungen für **robuste Sorten** gegeben werden. Die

**Sortenerhaltungszentrale** und die **Lehr- und Sortengärten im Land** haben hier eine besondere Verantwortung. Dabei gilt es weiterhin, einen regelmäßigen und praxisorientierten Wissenstransfer landesweit fortzuführen und zu intensivieren. Außerdem gilt es, Wissen und Ansätze aus der Praxis zu identifizieren, bekannt zu machen und weitergehend zu erforschen.

Empfohlen wird mittelfristig der **Aufbau eines Innovationsclusters**. In diesem werden neue Ansätze, Methoden, aber auch Produktentwicklungen im Zusammenspiel der Landeseinrichtungen und innovativen Streuobstakteure über regelmäßige Arbeitskreise oder moderierte Themenwerkstätten entwickelt und erprobt. Innovative Einzelakteure und Unternehmen werden mit den passenden Einrichtungen vernetzt. Der Innovationscluster ist nicht auf eine örtliche Stelle begrenzt, sondern profitiert themenabhängig von der **Anbindung an bestehende Strukturen**, z.B. an den Hochschulen, den Landeseinrichtungen oder Unternehmen. Weitere passende Projektteilnehmer sind zu identifizieren und einzubinden.

Die Unterstützung der Forschenden wie auch der **Organisation des Wissenstransfers** ist Aufgabe des Landes, gegebenenfalls unterstützt durch Stiftungen oder Forschungsförderungseinrichtungen. Ebenso sollten regelmäßige **Netzwerktreffen von Forschenden** untereinander sowie zwischen Forschenden und Praktikern eingerichtet werden. Die Finanzierung der Erstellung von Praxisleitfäden sowie deren Distribution an Multiplikator\*innen und in die Managements der Streuobstregionen muss sichergestellt werden. Das Land soll über die Landeseinrichtungen die Organisation und Finanzierung eines **Innovationscluster**, das Praktiker, Landeseinrichtungen und Forschende zur Erprobung innovativer Ideen verbindet, übernehmen.

## HANDLUNGSFELD FÖRDERUNG

---

Von Seiten des Landes müssen die notwendigen Sachmittel und personellen Ressourcen zur **Umsetzung der strategischen Ausrichtung „Baden-Württemberg ist Streuobstland“** zur Verfügung gestellt werden, insbesondere für die damit verbundene Öffentlichkeitsarbeit, Imagekampagne und Vorbildfunktion. Auch die Integration in das landesweite Tourismusmarketing bzw. eine Erweiterung der Tourismusstrategie 2025 ist Bestandteil.

Bei der **Förderung Baumschnitt-Streuobst** muss die „Flächenwirkung“ über eine Steigerung des Budgets und damit der Zahl der möglichen Antragsteller deutlich erweitert werden. Auch soll der aktuelle Fördersatz von pauschal 15 € je Baumschnittdurchführung auf 20 € je durchgeführter Schnittmaßnahme erhöht werden.

In Baden-Württemberg soll die Förderung über die **FAKT-Maßnahme C1** monetär mindestens auf 5 €/Baum verdoppelt werden.

Erzeugerorganisationen (EO) können über das **Marktstrukturgesetz** Zuschüsse für Organisationskosten, Vermarktungskonzeptionen oder unter bestimmten Bedingungen auch für Investitionen, z.B. in Verarbeitungstechnik, erhalten. Insbesondere die Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg stellen aktuell bereits Organisationsformen dar, die leicht eine Anerkennung als Erzeugerorganisation erreichen können. Die Möglichkeiten der Unterstützung über dieses Programm müssen **aktiv an die Akteure vermittelt** und die EOs müssen bei der Antragstellung unterstützt werden.

Die **Steigerung des Organisationsgrades** über Beratung und Moderation erfolgt verstärkt über das Regionalmanagement der Streuobstregionen.

Zentrale Idee der **Streuobstregionen** ist es, dass einerseits die **Vernetzung der regionalen Akteure** deutlich vorangetrieben wird. Andererseits soll eine regionale Geschäftsstelle **Management- oder auch (Regional-)Entwicklungsfunktionen** übernehmen.

Eine **zentrale Geschäftsstelle der Streuobstregionen** auf Landesebene berät die Managements der einzelnen Regionen und beantwortet gemeinsame Fragestellungen zentral. Außerdem erfolgt hierüber die Weiterleitung aktueller Fachinformationen oder Best-Practice-Beispiele an die Managements der Regionen.

Die Streuobstregionen stellen in der Anzahl wie auch in der räumlichen Ausdehnung vergleichbare Strukturen zu den PLENUM-Regionen dar. Die Übertragung dieses Ansatzes als institutionelle Förderung mit einem geförderten Management (ca. zwei Vollzeitstellen) in den Regionen oder einer institutionellen, streuobst-bezogenen Projektförderung über die Landschaftspflegerichtlinie (insbesondere LPR D2) bietet die Chance, Streuobstregionen erfolgreich zu gestalten. Als Alternative zur Wiederbelebung des PLENUM-Ansatzes kann auch das bestehende Förderinstrument „Integrierte Ländliche Entwicklung“ (ILE) auf Streuobstregionen angewendet und unter den genannten Anforderungen genutzt werden.

Insbesondere **Aufpreis-Projekte** müssen über das Instrument „**Merkblattförderung**“ deutlich stärker unterstützt werden. Dies geschieht einerseits über **höhere Förderbeträge**, zum anderen muss die Maßnahme möglichst vielen „100 Prozent-Streuobst-Akteure“ aktiv bekannt gemacht werden.

Viele erfolgreiche Streuobstprojekte konnten nur mit Unterstützung durch eine Projektförderung auf- und ausgebaut werden. Entsprechend muss die **Information über die weiteren Finanzierungsquellen** neben LEADER wie ILE, die Stiftung Naturschutzfonds Baden-Württemberg, private Anteilsfinanzierer etc. bei den Streuobstakteuren stärker bekannt gemacht werden. Zur Unterstützung und Aktivierung der Akteure sollte auch eine Veröffentlichung von **Best-Practice-Beispielen** umgesetzt werden.

Die Entwicklung eines eigenen **Qualitätszeichens Baden-Württemberg für Streuobstprodukte** ist eine zentrale Maßnahme. Dabei soll ein Standard von 100 Prozent Streuobst Voraussetzung sein.

Die **Landschaftserhaltungsverbände** sollen in allen Landkreisen eingerichtet werden, direkt auf Streuobstbewirtschaftler zugehen und die Möglichkeiten zur Unterstützung kommunizieren. Über die **Landschaftspflegerichtlinie** kann neben der Pflege auch die **Nachpflanzung von Streuobstbäumen** unterstützt werden. Weiterhin muss die erfolgreiche Verarbeitung und Vermarktung von Produkten über den Fördertatbestand D2 landesweit gefördert werden.

## QUERSCHNITTS-HANDLUNGSFELD STREUOBSTREGIONEN

---

Drei Viertel des Baumbestandes in Baden-Württemberg können in einer Abgrenzung von sechs **Streuobstregionen** erfasst werden. Neben dem Streuobstbestand sind dort auch die Bewirtschaftenden, Verarbeitungsunternehmen, Initiativen und interessierten Kommunen konzentriert. In den Regionen sind bereits realisierte und weitere potenzielle Ansätze für

regionale Netzwerke von Akteuren und Institutionen sowie Wertschöpfungsketten vorhanden.

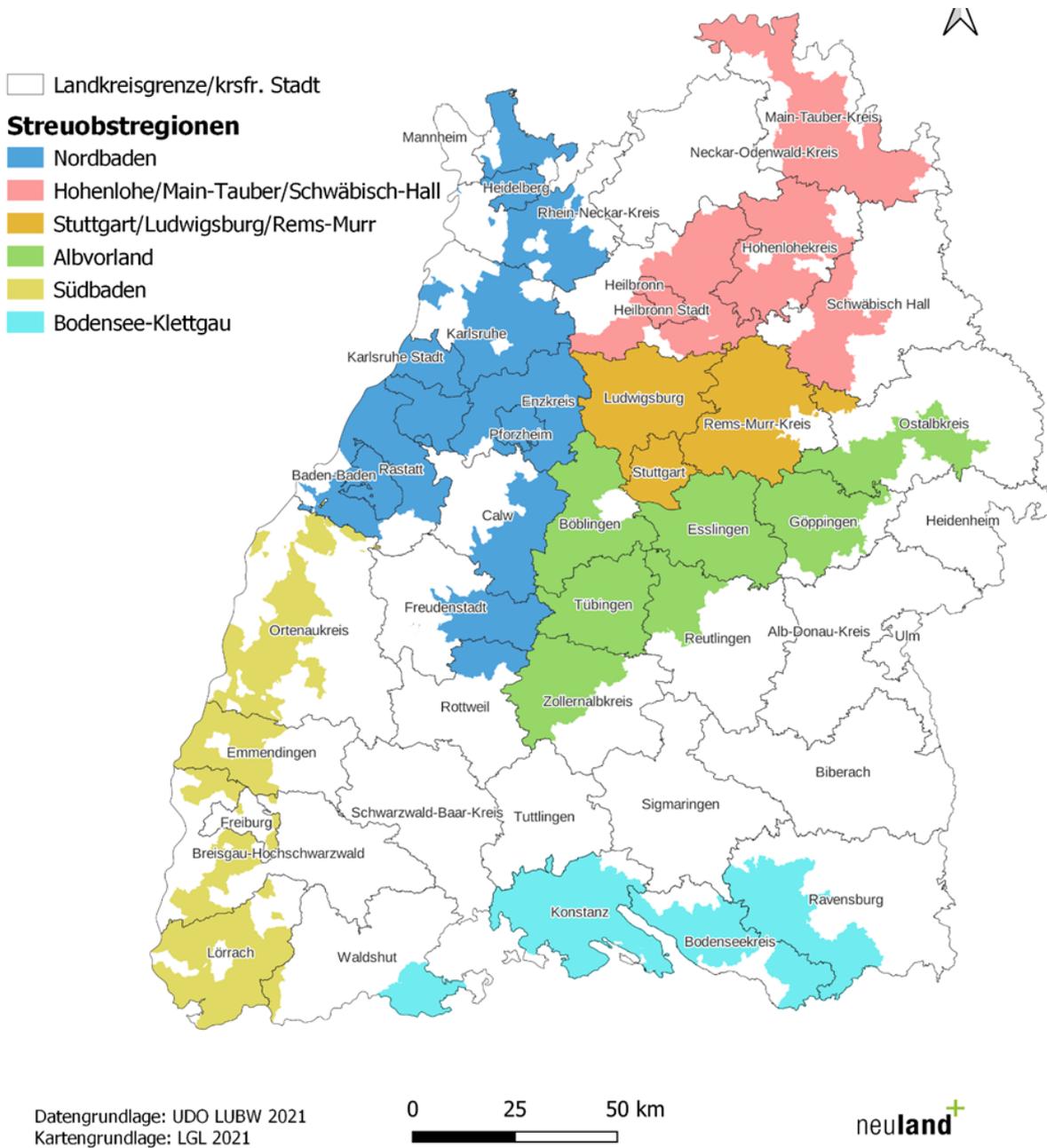


Abbildung 20: Vorschlag zur Abgrenzung von Streuobstregionen auf Grundlage der Streuobsterhebungen und Einschätzung von Gebietskennern in Baden-Württemberg (Quelle: eigene Darstellung neulandplus)

Die Streuobstregionen stellen eine **zentrale Umsetzungsebene** der vorgeschlagenen Maßnahmen dar. Hier wird, sofern noch nicht vorhanden, ein institutionelles **nachhaltiges Management** installiert. Es erarbeitet im ersten Schritt mit den Akteuren eine individuelle regionale **Entwicklungsstrategie Streuobst** mit dem Fokus auf der Optimierung der **Wertschöpfungskette**. Das Management unterstützt, berät und initiiert praktische Maßnahmen zur **Erhöhung der Qualität und Wertschöpfung** der Streuobstprodukte. Die Bewirtschaftenden der Streuobstwiesen tragen durch eine **gute Obstqualität** zu diesem

Erfolg bei und erhalten einen **höheren Obstpreis**. Sie werden durch Schulung/Qualifizierung gefördert. Die Entwicklung weicher Faktoren wie z.B. **touristischer Angebote basiert auf diesen Anstrengungen und fördert diese**, ist in der Schwerpunktsetzung des Managements aber nachgeordnet. Für die Vermarktung, touristische Inwertsetzung sowie Entwicklung einer regionalen Streuobstkultur bieten die Streuobstregionen ähnlich den österreichischen Genussregionen oder dem Weinbau einen „Terroir-Ansatz“.

Die **Best-Practice-Beispiele** (BPB) Schwäbisches Streuobstparadies e.V. und Tourismusregion Mostviertel in Österreich zeigen, was ein nachhaltiges Management zur Förderung von Streuobst erreichen kann. Aufbauend auf diesen Beispielen und orientiert an den Grundzügen des Regionalmanagements und der Wertschöpfungskette Streuobst soll in jeder Streuobstregion ein nachhaltiges Management mit einer Geschäftsstelle (zwei Vollzeitstellen) installiert werden.

Die Professionalisierung und Verlängerung der **Wertschöpfungskette Streuobst** in **neue Zielgruppen und die Stärkung des Tourismus** soll Aufgabe der Streuobstregionen sein. Mit den Tourismusinstitutionen werden Wege gesucht, eine touristische Themenlinie „Streuobst“ zu etablieren und deren Vermarktung zu verankern.

Bei der Öffentlichkeitsarbeit unterstützen die regionalen Geschäftsstellen die **Imagekampagne** des Landes und betreiben in ihrer Streuobstregion eine eigene Öffentlichkeitsarbeit zur Darstellung und Förderung ihrer Arbeit und Ergebnisse sowie zur Erhöhung des **öffentlichen Bewusstseins für Streuobst**. Streuobst-Events tragen zur Neu- und Weiterentwicklung einer **Streuobstkultur** bei.

Weitere allgemeine Aufgaben der Geschäftsstelle sind der **Wissenstransfer** innerhalb der Streuobstregion, vor allem die Vermittlung praxisrelevanten Wissens und von Best Practice-Beispiele zur Lösung regionaler Problemstellungen.

Aus dem Handlungsfeld **Förderung** vermitteln die Geschäftsstellen der Streuobstregionen Informationen über **Förderinstrumente** und bieten den Akteuren bei Bedarf eine Fördermittelberatung.

Die **Forschungsinstitutionen** werden bei Forschungsvorhaben unterstützt und praxisrelevante Ergebnisse an die Akteure weitergeleitet. Das Management dient als Multiplikator.

Bei der **Bewirtschaftung** ergibt sich eine Vielzahl von Aufgaben. Der Aufbau von Bewirtschafter- und Erzeugerorganisationen wird initiiert und die Organisationen werden anschließend betreut und unterstützt.

Die Geschäftsstellen sorgen für ausreichende **Bildungs- und Qualifizierungsangebote** für die Streuobstbewirtschaftenden. Sie ergänzen bestehende Strukturen, wie Ausbildungsanbieter und Vereine, treten aber zu diesen nicht in Konkurrenz. Die Geschäftsstellen **unterstützen Kommunen** bei der Einrichtung von kommunalen Sammelplätzen für Schnittgut oder regen die standortnahe Obstannahme durch Keltereien an. **Neue Streuobstbegeisterte** werden bei der Integration in geeignete Vereine, Verbände oder Bewirtschafterorganisationen und bei der Auswahl der Qualifikationsmöglichkeiten unterstützt.

Durch die Koordination und langfristige Planung von **Obstbaumbestellungen** in enger Abstimmung mit den örtlichen Baumschulen wird sichergestellt, dass die geeigneten

Streuobstsorten in ausreichender Menge zur Verfügung stehen. Für die Baumschulen erhöht sich die Planungssicherheit.

Eine Betreuung der Geschäftsstellen der Streuobstregionen ist notwendig. Es wird daher vorgeschlagen, z.B. bei der **landesweiten Koordinationsstelle für Streuobst** im Land Baden-Württemberg weitere personelle Ressourcen mit einer Qualifikation im Bereich Regionalmanagement zu schaffen („Landesgeschäftsstelle Streuobstregionen“).

## STREUOBST-ERLEBNISWELT

---

Die Umsetzung einer „Streuobst-Erlebniswelt“ ist stark abhängig von der **Strategieentscheidung „Baden-Württemberg ist Streuobstland“** und dem damit zum Ausdruck kommenden Selbstverständnis. Grundsätzlich sollten über dieses Instrument möglichst viele Menschen **über Streuobst informiert** und **für Streuobst nachhaltig begeistert** werden, es sollte aber auch ein niederschwelliger „Call to Action“ zum Erhalt von Streuobst vermittelt werden. Die Erlebniswelt stellt ein **wichtiges Instrument der Imagekampagne** des Landes dar.

Die Umsetzung einer Streuobst-Erlebniswelt ist generell in **verschiedenen Varianten** möglich. Ein Alleinstellungsmerkmal im Tourismus mit überregionaler Sichtbarkeit stellt die Option **„Neubau eines Erlebnis-, Informations- und Bildungszentrums“** dar. Hier ist auch ein breites Spektrum an Angeboten und Dienstleistungen möglich. Diese Variante ist aber auch die aufwändigste und **teuerste Lösung** mit **hohem Planungs- und Genehmigungsaufwand** sowie **eingeschränktem Einzugsgebiet**. Die **Standortfrage** eines neu zu erbauenden Zentrums setzt bei sechs Streuobstregionen auch einen **schwierigen politischen Entscheidungsprozess** voraus, ebenso wie die Bindung erheblicher finanzieller Ressourcen.

Eine weitere Option mit potenziell **niedrigerem finanziellen Aufwand** und **größerer räumlicher Flexibilität** ist die Umsetzung der „Streuobst-Erlebniswelt“ über die **Integration in eine oder mehrere bestehende (thematische) Einrichtungen**. Hier können bestehende Räume mit genutzt, über Anbauten Erweiterungen geschaffen werden oder es könnte die Angebotspalette ausgeweitet werden (z.B. Abenteuer-Streuobstwiese, digitale Elemente). Die vorhandenen Ressourcen, Strukturen und Kompetenzen werden ebenso genutzt, wie die Einbeziehung regionaler Schwerpunkte und Akteure. Es entstehen potenziell mehrere touristische Highlights und gleichzeitig Kristallisationskerne für regionale Aktionen. Allerdings müssen Gestaltung und integrierbare Angebote ebenfalls an lokale Strukturen angepasst werden.

Die Option mit der **größten Flexibilität** und einem **sehr hohen Innovationspotenzial** stellt die Umsetzung über eine oder mehrere **„mobile Streuobst-Erlebniswelten“** dar. Über diesen Weg kann die größtmögliche Zielgruppe erreicht werden, „Streuobst“ kommt zu den Verbraucher\*innen. Auch ist die oben beschriebene Kombination mit bestehenden Einrichtungen ebenfalls (temporär) möglich. Das **Aktivierungspotenzial der Akteure** in den Streuobstregionen wird über regelmäßige **Veranstaltungen vor Ort** („Kristallisationskern“) geweckt und aufgegriffen und trägt zur Entwicklung einer **Streuobstkultur** bei. Alle Streuobstregionen werden einbezogen und über einen **Eventcharakter** wird ein **hoher Bekanntheitsgrad** erzielt. Ein reduziertes inhaltliches Angebot wird über eine **kombinierte virtuelle Erlebniswelt** ausgeglichen. Über die Einbindung von Bildungseinrichtungen setzt die Erlebniswelt direkt ihren **Bildungsauftrag** um. Die **Umsetzung in Form eines Transporters**,

LKWs, Busses oder Absatzcontainers ist in der Praxis erprobt, der finanzielle Aufwand ist gut abschätzbar. Die mobile Variante wird von den befragten Experten\*innen dieser Studie priorisiert.