TECHNISCHE UNIVERSITÄT DRESDEN

Fakultät Umweltwissenschaften
Masterstudiengang „Raumentwicklung und Naturressourcenmanagement“

Masterarbeit zum Thema

Analyse der Aufpreisvermarktung von Streuobst: Vergleich von Praxisbeispielen in den Bundesländern Sachsen und Baden-Württemberg

Vorgelegt von

Kristin Bückers

geboren am 26.12.1997 in Steinfurt

Matrikel-Nr. 5021470

Verantwortl. HSL: Prof. Dr. Goddert von Oheimb

Externer Betreuer: Dipl. Biol. Andreas Wegener

Eingereicht am 15.03.2024

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei allen bedanken, die mich während der Anfertigung dieser Masterarbeit unterstützt und motiviert haben.

Mein besonderer Dank gilt Andreas Wegener von der Grünen Liga Dresden e.V., der meine Masterarbeit betreut und begutachtet hat. Der konstruktive Austausch und die hilfreiche Unterstützung waren von unschätzbarem Wert für die Erstellung dieser Arbeit.

Ich möchte mich auch herzlich bei den Expert:innen meiner Befragung für ihre Austauschbereitschaft und ihre interessanten Beiträge bedanken. Sie haben meine Arbeit in vielerlei Hinsicht bereichert.

Abschließend möchte ich mich bei meiner Familie und meinen Freunden dafür bedanken, dass sie mich während des gesamten Studiums unterstützt haben und immer für mich da waren.

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die von mir am heutigen Tage eingereichte Masterarbeit zum Thema „Analyse der Aufpreisvermarktung von Streuobst: Vergleich von Praxisbeispielen in den Bundesländern Sachsen und Baden-Württemberg“ vollkommen selbständig und nur unter Benutzung der in der Arbeit angegebenen Literatur angefertigt habe.

Ort, Datum Unterschrift

Zusammenfassung

Aufgrund der zunehmenden Unwirtschaftlichkeit von Streuobstwiesen nimmt die Anzahl der Bestände in Deutschland stetig ab. Eine Möglichkeit dem Rückgang entgegenzuwirken sind Aufpreisinitiativen, die im Jahr 1987 von BUND Ravensburg erfunden wurden. Bei der Aufpreisvermarktung wird Obst zu einem höheren Preis, als dem Marktpreis aufgekauft und dafür verpflichten sich die Bewirtschafter:innen die naturschutzfachlichen Auflagen der Aufpreisinitiative auf ihren Streuobstwiesen einzuhalten.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit ist es die Unterschiede zwischen Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg und Sachsen zu analysieren. Im Vordergrund der Analyse steht die Entwicklung im Laufe der Zeit, die strukturellen Unterschiede, kulturelle und regionale Besonderheiten, Probleme und Optimierungsmöglichkeiten. Zur Beantwortung der Forschungsfragen wurden eine Literaturrecherche und fünf Experteninterviews durchgeführt. Diese wurden anschließend mittels qualitativer Inhaltsanalyse und dem Programm MAXQDA ausgewertet.

Es zeigt sich, dass die Strukturen in Sachsen generell kleiner sind als in Baden-Württemberg. Trotzdem ähneln sich der Aufbau und die anfängliche Motivation für eine Aufpreisinitiative in beiden Bundesländern. Allgemein wird von allen Expert:innen ein steigendes Interesse an Streuobstwiesen wahrgenommen. Da die Initiativen wenig Eigenwerbung machen und auch ihre Streuobstprodukte wenig beworben werden, haben sie in der Bevölkerung eine geringe Aufmerksamkeit und auch einen geringen Absatz. Zudem wurde der schlechte Pflegezustand der Wiesen und die oft fehlenden Nachpflanzungen als Problem angesprochen. Als Optimierungsmöglichkeit für diese Probleme bietet es sich an, die Vermarktung zu stärken und die Förderungen von Bund und Ländern auszubauen. Dadurch kann die Wirtschaftlichkeit von Streuobst erhöht werden und ein Anreiz geschaffen werden, um Streuobstwiesen zu erhalten.

Auch zukünftig ist es wichtig, weiterhin in diese Richtung zu forschen, um Handlungsstrategien zu entwickeln, die dazu beitragen, Streuobstwiesen zu erhalten.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis ..... **IV**

Tabellenverzeichnis ..... **VI**

Abkürzungsverzeichnis ..... **VII**

1. Einleitung **1**

2. Theoretischer Hintergrund **3**

2.1 Streuobstwiesen 3

2.1.1 Definition und Unterschutzstellung von Streuobstwiesen 3

2.1.2 Abgrenzung der Streuobstwiese von der Plantage 5

2.1.3 Biologische Vielfalt auf Streuobstwiesen 6

2.1.4 Pflege einer Streuobstwiese 6

2.1.5 Streuobstwiesen und Klimawandel 7

2.1.6 Streuobstwiesen in Baden-Württemberg 11

2.1.7 Streuobstwiesen in Sachsen 12

2.1.8 Entwicklung und Wirtschaftlichkeit von Streuobstwiesen 14

2.1.9 Mögliche Fördermöglichkeiten für Streuobstwiesen 17

2.1.9.1 Fördermöglichkeiten in Sachsen 18

2.1.9.2 Fördermöglichkeiten in Baden-Württemberg 19

2.1.9.3 Erwerbsobstbau 20

2.2 Aufpreisvermarktung 23

2.2.1 Management von Aufpreisinitiativen 23

2.2.2 Qualitätszeichen Streuobst vom NABU 25

2.3 Grüne Liga – Netzwerk ökologischer Bewegungen 26

2.3.1 Die Grüne Liga Dresden e.V. 26

2.3.2 Streuobstwiesenprojekt der Grünen Liga Dresden e.V. 27

2.3.3 Aufpreisvermarktung Grüne Liga Dresden e.V. 28

3. Forschungsfrage **30**

4. Methodik **31**

4.1 Literaturrecherche 31
4.2 Vorbereitung und Durchführung der Interviews 32
4.2.1 Auswahl der Expert:innen 32
4.2.2 Erstellung des Interviewleitfadens 33
4.2.3 Durchführung der Interviews 35
4.2.4 Transkribieren 36
4.3 Auswertungsmethode – Qualitative Inhaltsanalyse 36
5. Ergebnisse 38
5.2 Vergleich der Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg und Sachsen 39
5.2.1 Antrieb hinter der Aufpreisvermarktung 39
5.2.1.1 Baden-Württemberg 40
5.2.1.2 Sachsen 40
5.2.2 Zur Aufpreisinitiative im Allgemeinen 41
5.2.2.1 Baden-Württemberg 41
5.2.2.2 Sachsen 42
5.2.3 Innerhalb der Aufpreisinitiative 44
5.2.3.1 Baden-Württemberg 44
5.2.3.2 Sachsen 46
5.2.4 Probleme 48
5.2.4.1 Baden-Württemberg 48
5.2.4.2 Sachsen 49
5.2.5 Regionale und kulturelle Besonderheiten 50
5.2.5.1 Baden-Württemberg 51
5.2.5.2 Sachsen 52
5.2.5.3 Gemeinsamkeiten 54
5.2.6 Werbung 55
5.2.6.1 Baden-Württemberg 55
5.2.6.2 Sachsen 56
5.2.7 Zufriedenheit 57
5.2.7.1 Baden-Württemberg 57
5.2.7.2 Sachsen 58

5.3 Ideen für Verbesserungen 59

5.4 Allgemein erarbeitete Informationen zu Streuobstwiesen 60

6. Diskussion 61

6.1 Zeitliche Entwicklung der Aufpreisinitiativen 61

6.2 Strukturelle Unterschiede der Initiativen in den Bundesländern 64

6.3 Kulturelle und Regionale Besonderheiten 65

6.4 Probleme, die im Rahmen von Aufpreisinitiativen entstehen 69

6.5 Optimierungsmöglichkeiten des Konzepts Aufpreisinitiative 73

7. Fazit und Ausblick 79

Literaturverzeichnis 82

Anhang VIII

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Beispielbild einer Streuobstwiese (Naumann, 2020) 3
Abbildung 2: Beispielbild einer Plantage (Bundesinformationszentrum Landwirtschaft, 2023)..... 5
Abbildung 3: Entwicklung der Vollblüte (blaue Linie) und des Austriebs (rote Linie) der Apfelsorten Golden Delicious (bis 1997) und Topaz in der mittleren Neckarregion von 1962 bis 2020 (Rueß, 2020) 8
Abbildung 4: Dichte der Streuobstbäume (unkorrigierte Werte [Bäume/ha], Klassen 3 – 5) im Offenland bezogen auf die Fläche der einzelnen Land- bzw. Stadtkreise (Borngräber et al., 2020) 11
Abbildung 5: Verbreitung von Streuobstwiesen in Sachsen (Walz & Ueberfuhr, 2010) ... 12
Abbildung 6: Höhenstufenkarte Sachsen mit Reliefschummerung (LfULG, 2015)..... 13
Abbildung 7: NABU-Qualitätszeichen (NABU, o.D.-c) 25
Abbildung 8: Ablaufschema einer inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse (Kuckartz 2018, S 100) 37
Abbildung 9: Kategorien zu den Expert:innen (eigene Darstellung) 39
Abbildung 10: Hauptkategorie „Antrieb hinter der Aufpreisvermarktung“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)..... 40
Abbildung 11: Hauptkategorie „Antrieb hinter der Aufpreisvermarktung“ in Sachsen (eigene Darstellung) 41
Abbildung 12: Hauptkategorie „Zur Aufpreisvermarktung“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung) 42
Abbildung 13: Hauptkategorie „Zur Aufpreisinitiative“ in Sachsen (eigene Darstellung) . 43
Abbildung 14: Hauptkategorie „Innerhalb der Aufpreisinitiative“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung) 45
Abbildung 15: Hauptkategorie „Innerhalb der Aufpreisinitiative“ in Sachsen (eigene Darstellung) 47
Abbildung 16: Hauptkategorie „Probleme“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)49
Abbildung 17: Hauptkategorie „Probleme“ in Sachsen (eigene Darstellung)..... 50
Abbildung 18: Hauptkategorie „Regionale und kulturelle Besonderheiten“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)..... 52

Abbildung 19: „Regionale und kulturelle Besonderheiten“ in Sachsen (eigene Darstellung) 53
Abbildung 20: Hauptkategorie „Werbung“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung) 55
Abbildung 21: Hauptkategorie „Werbung“ in Sachsen (eigene Darstellung) 56
Abbildung 22: Hauptkategorie „Zufriedenheit“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung) 57
Abbildung 23: Hauptkategorie „Zufriedenheit“ in Sachsen (eigene Darstellung) 58
Abbildung 24: Hauptkategorie „Ideen für Verbesserungen“ (eigene Darstellung) 59
Abbildung 25: Hauptkategorie „Streuobst im Allgemeinen“ (eigene Darstellung) 60
Abbildung 26: Zeitliche Entwicklung der Gründung von Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg (NABU, 2018b) 61
Abbildung 27: Anzahl kleiner Saftpressen in Deutschland (Grüne Liga Dresden e.V., o.D.) 62
Abbildung 28: Beispielaufbau für Siedlungen im ländlichen Raum des Freistaates Sachsen (LfULG, 2022) 67
Abbildung 29: Bereitschaft, höhere Steuern für Klimaschutz zu zahlen, nach Wohnortsumfeld. Antwort auf die Frage „Inwieweit wären Sie bereit, höhere Steuern zu akzeptieren, um den Klimawandel zu bekämpfen?“ (Eichhorn, 2023) 68
Abbildung 30: Reaktionen auf den Preisanstieg bei Lebensmitteln (PwC Deutschland, 2022) 70
Abbildung 31: Preisänderung wichtiger Produktgruppen in Punkten (Verbraucherzentrale NRW e.V., 2024b) 71
Abbildung 32: Verwendung des Regionalfensters nach verschiedenen Produktgruppen (Regionalfenster, o.D.) 75
Abbildung 33: Label "100 % Streuobst" (Hochstamm Deutschland e.V., o.D.-c) 76

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bewirtschaftete Wiesen der Projektgruppe Streuobstwiesen der Grünen Liga (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-e)..... 27
Tabelle 2: Tabelle mit den verschiedenen Expert:innen, der zugehörigen Organisation und ihrer Verbindung zu Streuobst (eigene Darstellung)..... 33

Abkürzungsverzeichnis

a	Jahr
BNatSchG	Bundesnaturschutzgesetz
BUND	Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland
dt	Dezitonne
FRL	Förderrichtlinie
Gäa	Gäa e.V. - Vereinigung ökologischer Landbau -
GAP	Gemeinsame Agrarpolitik
GAPDEZ	GAP-Direktzahlungen-Verordnung
ha	Hektar
i. d. R.	in der Regel
kg	Kilogramm
l	Liter
LfULG	Sächsisches Landesamt für Umwelt Landwirtschaft und Geologie
Mio.	Millionen
NABU	Naturschutzbund Deutschland
PwC	PricewaterhouseCoopers GmbH
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
€	Euro

1. Einleitung

Die Anfänge des Obstanbaus in Deutschland gehen auf die Römer zurück, welche Obstgärten am Rande von römischen Villen anlegten (NABU, o.D.-b). Allerdings entstanden die ersten Streuobstwiesen, in der heute bekannten Form, erst im 16. Jahrhundert. Es wurden zu der Zeit viele hochstämmige Obstbäume angepflanzt und als gärtnerische Anlagen rund um Städte und Dörfer genutzt. Viele dieser Flächen wurden im Dreißigjährigen Krieg wieder zerstört, um die Nahrungsgrundlage der Bevölkerung zu vernichten. Gesetze wie das Ehestands-Baumgesetz verpflichten Ehepaare dazu, zwei Obstbäume auf der Almendefläche der Gemeinde zu pflanzen. Dies führte nach dem Krieg zu vermehrtem Obstanbau (NABU, o.D.-b).

Zwischen den Jahren 1930 und 1955 war die Verbreitung des Streuobstes in Europa am größten. In Deutschland gab es rund 1,5 Mio. ha Streuobstwiesen, welche intensiv genutzt wurden (NABU, o.D.-b). Durch den Trend zum Plantagenbau während der 1950er Jahre und durch die Empfehlung einer Arbeitstagung im Bundesernährungsministerium, nur noch Nieder- und Halbstämme zu pflanzen, wurden die Streuobstwiesen langsam verdrängt (Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, 2003). Hinzu kam die in den 1970ern beschlossene EG Rodungsprämie, welche noch stärker zur Fällung von Obstbäumen führte (Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, 2003). Durch diese Verkettung von Ereignissen sind die rund 1,5 Mio. ha im Jahr 1950 heute um etwa 70 bis 75 % zurückgegangen (Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft, 2003).

Vor dem Hintergrund, dass Streuobstwiesen aus landschaftsästhetischer und ökologischer Sicht ein wertvolles Element der Kulturlandschaft sind, wird der Erhalt und die Neuanpflanzung in Deutschland gefördert (Zehnder & Weller, 2021). Denn im Gegensatz zu anderen landwirtschaftlich genutzten Flächen haben Streuobstbestände eine hohe ökologische Vielfalt und bieten vielen Säugetieren, Vögeln und Kleinstlebewesen einen Lebensraum (Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft, 2012).

Um diese hohe Biodiversität zu erhalten, brauchen Streuobstwiesen allerdings ein Mindestmaß an Pflege (Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft, 2012). Durch dieses Pflegebedürfnis und die geringen Erträge sind Streuobstwiesen heute

eher unwirtschaftlich, sodass viele verfallen und nicht weiter bearbeitet werden (Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft, 2012; BUND Baden-Württemberg, 2021).

Um dem entgegenzuwirken, wurde im Jahr 1987 das Konzept der Aufpreisvermarktung entwickelt (NABU, 2019). Dabei erhalten die Bewirtschafter:innen von Streuobstwiesen einen Aufpreis für ihr Streuobst, um den Mehraufwand, der durch die Pflege entsteht, finanziell zu entschädigen. Das Streuobst wird dann in einer Kelterei zu Saft weiterverarbeitet und verkauft (NABU, 2018a). Insbesondere in Baden-Württemberg haben Vereine eigene Aufpreisinitiativen gegründet, aber auch in anderen Bundesländern, wie in Sachsen, haben Vereine wie die Grüne Liga Dresden ein Projekt zur Aufpreisvermarktung initiiert.

Ziel dieser Masterarbeit ist es die Unterschiede der Aufpreisvermarktung in den Bundesländern Baden-Württemberg und Sachsen zu analysieren. Das Bundesland Sachsen wurde hierfür ausgewählt, da sich hier die betreuende Universität befindet. Der Vergleich mit Baden-Württemberg wurde gezogen, weil sich dort die größten Streuobstbestände Europas befinden (Staatsministerium Baden-Württemberg, 2023). Der Fokus liegt dabei vor allem darauf die Entwicklung der Aufpreisinitiativen, ihre Strukturen und regionalen und kulturellen Besonderheiten herauszuarbeiten. Darüber hinaus sollen die Probleme der Aufpreisinitiativen untersucht werden, welche Optimierungsmöglichkeiten es für diese Probleme gibt und wie eine Verbesserung der Wirtschaftlichkeit zum Erhalt von Streuobstwiesen gelingen kann.

Dafür wurden eine Literaturrecherche und fünf Experteninterviews durchgeführt, welche qualitativ mithilfe von MAXQDA ausgewertet wurden.

Dafür wird im Folgenden erst einmal ein Überblick über Streuobstwiesen gegeben und anschließend das Konzept der Aufpreisvermarktung ausführlicher beleuchtet. Nachfolgend wird dann beispielhaft für Aufpreisinitiativen der Verein Grüne Liga Dresden e.V. vorgestellt und darauf folgen die Methodik und die Vorstellung der Ergebnisse. In der Diskussion werden die Ergebnisse dann in den aktuellen Forschungsstand eingeordnet und interpretiert. Dabei werden vor allem die Entwicklung und die Besonderheiten der Aufpreisinitiativen und Optimierungsvorschläge analysiert.

2. Theoretischer Hintergrund

Im folgenden Teil wird der theoretische Hintergrund dieser Arbeit dargestellt. Dabei sollen zuerst Streuobstwiesen definiert werden und Besonderheiten von Streuobstwiesen dargestellt werden. Anschließend wird genauer auf das Konzept der Aufpreisvermarktung eingegangen und zuletzt soll der Verein Grüne Liga Dresden e.V. betrachtet werden.

2.1 Streuobstwiesen

2.1.1 Definition und Unterschutzstellung von Streuobstwiesen

Eine Streuobstwiese ist eine Form des Obstbaus, bei der eine Wiese umweltverträglich bewirtschaftet wird (NABU, o.D.-e). Die Bewirtschaftung soll besonders ressourcenschonend sein und sowohl das Obst der Bäume als auch das Grünland unter den Bäumen sollte genutzt werden. Die Obstbäume stehen hierbei, im Gegensatz zur Plantage, „verstreut“ und weit auseinander in der Landschaft (Abb. 1).

Abbildung 1: Beispielbild einer Streuobstwiese (Naumann, 2020)

Der Abstand der Bäume beträgt mindestens 8 m, aber in vielen Fällen mehr (Petersen, 2019). Charakteristisch für die Streuobstwiese sind die hochstämmigen Obstbäume

(NABU, o.D.-e). Diese müssen eine Stammhöhe von mindestens 180 cm haben (Bund Deutscher Baumschulen, o.D.). In Deutschland gelten Streuobstwiesen als ein gesetzlich geschütztes Biotop und sind im BNatSchG über den §30 Abs. 2 Nr. 7 unter Schutz gestellt (Landratsamt Mittelsachsen, 2015; Lukas & Schröter, 2022).

Auch im Sächsischen Naturschutzgesetz sind Streuobstwiesen nochmal besonders unter Schutz gestellt:

„§ 21 Sächsisches Naturschutzgesetz

Gesetzlich geschützte Biotope (zu § 30 BNatSchG)

(1) Weitere gesetzlich geschützte Biotope im Sinne von § 30 Abs. 2 Satz 2 BNatSchG sind:

1. magere Frisch- und Bergwiesen
2. höhlenreiche Altholzinseln und höhlenreiche Einzelbäume,
3. Serpentinitfelsfluren,
4. **Streuobstwiesen**, Stollen früherer Bergwerke sowie in der freien Landschaft befindliche Steinrücken, Hohlwege und Trockenmauern."

Auch in Baden-Württemberg ist die Streuobstwiese im § 33 Gesetzlich geschützte Biotope (zu § 30 BNatSchG) als geschütztes Biotop aufgeführt. Im Gegensatz zu Sachsen gibt es in Baden-Württemberg allerdings noch den § 33a Erhaltung von Streuobstbeständen, welcher den Erhalt von Streuobstwiesen vorschreibt und die Nutzungsänderung nur mit Genehmigung erlaubt.

Trotz der strengeren gesetzlichen Vorgaben müssen Streuobstwiesen in Baden-Württemberg laut BUND und NABU noch oft Bebauungen weichen. Daher forderten die beiden Naturschutzverbände Anfang des Jahres 2023 ein Mitbestimmungsrecht bei der Rodung. Ihrer Meinung nach lässt der aktuelle § 33a einen hohen Interpretationsspielraum, wodurch die Landratsämter freier in ihrem Interesse entscheiden können und nicht im Sinne des Naturschutzes (Dombrowski & Hemme, 2023).

Auch in Sachsen dürfen Streuobstwiesen mit einer Ausnahmegenehmigung der Naturschutzbehörde gerodet werden. Diese ist in der Regel mit Ersatzmaßnahmen verbunden (Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft, 2012).

Insgesamt ist die Rodung von Streuobstwiesen kritisch zu sehen, da trotz Ersatzmaßnahmen oder Neupflanzung einer Streuobstwiese der ökologische Wert

Jahrzehnte braucht, um nur annähernd wieder hergestellt werden zu können (NABU, 2023).

2.1.2 Abgrenzung der Streuobstwiese von der Plantage

Eine andere Form des Obstanbaus ist die Plantage. Diese soll im Folgenden genauer erläutert werden, um die Unterschiede zu verdeutlichen und eine klare Abgrenzung zu ermöglichen.

Auf der Plantage sind die Bäume niederstämmig, stehen sehr dicht aneinander und erinnern von der Form her an einen Busch (Abb. 2). Diese Form ist durch intensive Züchtung entstanden, damit die Pflege und Ernte wirtschaftlich bleiben. Auf Plantagen stehen heute bis zu 20 Bäume auf der gleichen Fläche, auf der in einer Streuobstwiese nur ein Baum steht (Bundesinformationszentrum Landwirtschaft, 2023). Es sind häufig mehr Äpfel an den Bäumen und die Bäume werden bis zu 18-mal im Jahr gespritzt, damit sich in der Monokultur keine Krankheiten und Parasiten verbreiten. Damit die Ertragsrate hoch bleibt und die Wirtschaftlichkeit der Plantage gegeben ist, werden zusätzlich zu den gespritzten Mitteln auch Düngemittel in den Boden eingearbeitet (BUND Schleswig-Holstein, o.D.).

Abbildung 2: Beispielbild einer Plantage (Bundesinformationszentrum Landwirtschaft, 2023)

2.1.3 Biologische Vielfalt auf Streuobstwiesen

Das Biotop Streuobstwiese kann über 5000 Tier- und Pflanzenarten beheimaten (NABU, 2019).

Die hohe Artenvielfalt auf Streuobstwiesen lässt sich dadurch erklären, dass Streuobstwiesen ein Mosaik aus verschiedenen Lebensräumen beinhalten. Dadurch können viele verschiedene Ansprüche von Tier- und Pflanzenarten erfüllt werden und auch Spezialisten einen geeigneten Lebensraum finden. Dabei bieten vor allem Totholz und Baumhöhlen wichtige Kleinhabitate (Landesbund für Vogel- und Naturschutz in Bayern e.V., o.D.). Auch die Kombination aus Schatten und Sonne auf der Wiese trägt zur Schaffung eines einzigartigen Lebensraums bei (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020).

Ein weiterer Faktor, der zu einer hohen Biodiversität beiträgt, ist die geringe Bewirtschaftung und der wenige bis nicht Gebrauch von Pflanzenschutzmitteln (Zehnder & Weller, 2021).

Die Artenvielfalt der Tiere auf einer Streuobstwiese ist dabei deutlich größer als die Artenvielfalt der Pflanzen auf einer Streuobstwiese. Dabei tragen die Arthropoden (Gliederfüßer) den größten Beitrag zur Artenvielfalt bei, da sich rund 1000 Arten in einer Apfelpflanzung ansiedeln können (Zehnder & Weller, 2021).

Wichtige Vogelarten, die von einer Streuobstwiese profitieren können, sind beispielsweise der Gartenrotschwanz, Wendehals, Grünspecht und der Steinkauz. Auch verschiedene Fledermausarten, Garten- und Siebenschläfer und Haselmäuse profitieren von dem abwechslungsreichen Lebensraum und den einzelnen Mikrohabitaten (NABU, 2019).

Um diese besonderen Habitate und Lebensräume zu erhalten ist die richtige Pflege einer Streuobstwiese wichtig (Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft, 2012).

2.1.4 Pflege einer Streuobstwiese

Die Pflege zum Erhalt einer Streuobstwiese ist wesentlich größer als bei anderen Naturschutzprojekten, da es sich bei Obstbäumen um Kulturpflanzen handelt, die auf die Pflege des Menschen angewiesen sind und bei guter Pflege ein hohes Alter erreichen

können (Zehnder & Weller, 2021; Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020). Bei der umweltverträglichen Bewirtschaftung ist der Baumschnitt ein wichtiger Aspekt, welcher dazu beiträgt, dass Obstbäume möglichst lange vital und gesund bleiben, einen hohen Ertrag bringen und sich gut ernten lassen (BUND, 2019). Dabei ist vor allem zu beachten, dass Jung- und Altbäume unterschiedliche Ansprüche an den Schnitt stellen. Während Altbäume nur alle drei bis fünf Jahre geschnitten werden müssen, ist bei Jungbäumen ein jährlicher Schnitt (Erziehungsschnitt) notwendig (BUND, 2019). Wichtig ist auch, dass abgestorbene Bäume nicht entfernt werden, da sie einen wichtigen Lebensraum darstellen. Aber auch wenn der abgestorbene Baum stehen bleibt, sollte an anderer Stelle ein neuer Baum gepflanzt werden, um den Erhalt der Wiese zu sichern (Hessisches Ministerium für Umwelt, 2022).

Zusätzlich muss auch die Wiese unter den Obstbäumen bewirtschaftet werden. Um die Artenvielfalt zu fördern, sollte die Wiese extensiv und ohne Pestizide bewirtschaftet werden (Zehnder & Weller, 2021). Bei der extensiven Bewirtschaftung sollte zweimal im Jahr eine Mahd durchgeführt werden, einmal im Frühsommer und einmal vor der Obsternte im Herbst (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020).

Weitere Aspekte der Pflege können die regelmäßige Kontrolle der Bestände, Schädlingsbekämpfung oder das Vorbeugen von Schädlingsbefällen sein (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020).

2.1.5 Streuobstwiesen und Klimawandel

Der Klimawandel ist zunehmend im Fokus der öffentlichen Debatte. Die Erderwärmung beeinflusst auch die Streuobstwiesen. In den letzten Jahren wurden die Auswirkungen immer häufiger beobachtet, wobei eines der größten Probleme für die Obstbäume die lauen Winter und die späten Fröste sind (Pfleiderer et al., 2019; LVWO & Rueß, 2020).

Pfleiderer et al. (2019) haben anhand von zwei verschiedenen Modellen erforscht, dass der Blühbeginn von Apfelbäumen durch den Klimawandel (2 °C Erderwärmung) um bis zu 10 Tage früher beginnen wird als in den Jahren 2006 bis 2015. Dies kann in einigen Regionen zu einem Risiko der Frostblüte führen. Das bedeutet, dass Bäume aufgrund milder Winter früher zu blühen beginnen und dadurch späte Fröste die Blüten und somit die Ernte zerstören können. Es hängt vor allem mit dem Zeitpunkt der Frosttage

zusammen, da die Apfelblüte durch warme Spätwinter früher beginnt und somit die Wahrscheinlichkeit von Frosttagen nach der Apfelblüte steigt (Pfleiderer et al., 2019).

Auch Rueß zeigt anhand der Golden Delicious Apfelblüte in der Staatlichen Lehr- und Versuchsanstalt für Wein- und Obstbau in Weinsberg, dass der Beginn der Blüte immer früher einsetzt (Abb. 3). Durch das lange Bestehen der Versuchsanstalt kann auf eine lückenlose Datenreihe der Vollblüte seit 1962 zurückgegriffen werden.

Die Referenzsorte Golden Delicious wurde ab 1997 aus versuchspraktischen Gründen durch die Tochtersorte Topaz ersetzt. Von Anfang an wurden die phänologischen Daten auf mittelstarken bis schwachwachsenden Unterlagen erhoben, sodass der Einfluss der Unterlage auf die Merkmalsausprägung der Edelsorte vernachlässigbar ist (LVWO & Rueß, 2020).

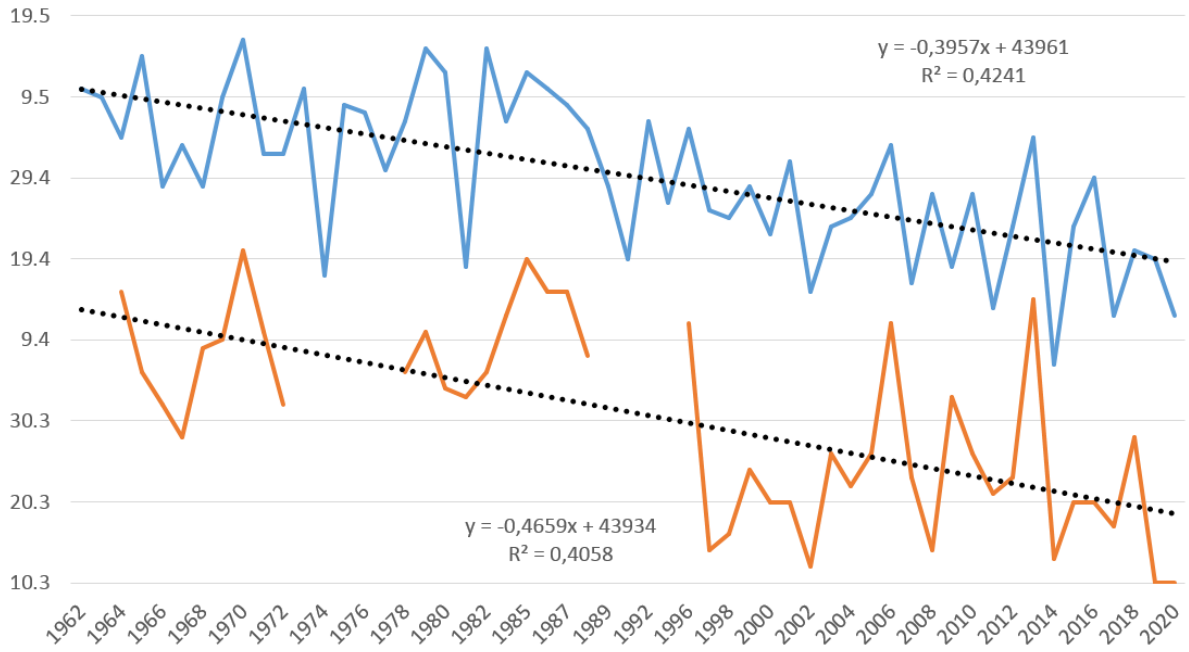

Abbildung 3: Entwicklung der Vollblüte (blaue Linie) und des Austriebs (rote Linie) der Apfelsorten Golden Delicious (bis 1997) und Topaz in der mittleren Neckarregion von 1962 bis 2020 (Rueß, 2020)

Aus den Daten geht hervor, dass sich der Zeitraum der Blüte vom 7. Mai auf den 19. April verschoben hat (Abb. 3). Das bedeutet, dass die Blüte im Jahr 2020 19 Tage früher als vor 58 Jahren erfolgte. Die rote Linie zeigt, trotz lückenhafter Daten in den 70er und 80er Jahren, dass der Austrieb der Bäume sogar 27 Tage früher (vom 14.4. auf den 19.3.) stattfindet (LVWO & Rueß, 2020). Ein Vorteil den Streuobstwiesen hier gegenüber Plantagen beispielsweise haben ist, dass durch die unterschiedlichen Obstsorten, nicht

alle Bäume gemeinsam blühen und so ein Teil der Ernte erhalten bleiben kann (Nationale Naturlandschaften, 2021).

Auch die Verteilung der Niederschläge wird kontinuierlich unregelmäßiger. Das Frühjahr und der Sommer werden immer trockener, wohingegen die Winter feuchter werden und es weniger Schnee gibt. Insgesamt variieren Niederschläge lokal stark und sind nicht mehr langfristig vorhersehbar. In Deutschland steigen die Temperaturen im Sommer kontinuierlich an und es wird immer trockener. Besonders die Anzahl von extremen Hitzetagen (über 30 °C) wird zunehmen (Schliebner et al., 2023).

Diese längeren Hitze- oder Dürreperioden können bei den Obstbäumen zu Trockenstress oder im schlimmsten Fall zum Absterben führen und machen Neuanpflanzungen schwieriger. Dies ist langfristig gesehen eine noch größere Einbuße als der Ernteausfall (Schliebner et al., 2023). Ein weiteres Problem, welches mit den Stressphasen durch Hitze- oder Trockenheit einhergeht, ist der Pilz „Schwarzer Rindenbrand“. Dieser löst die Rinde des Baumes ab und färbt das darunter liegende Holz schwarz, was vor allem bei Jungbäumen zum Absterben des Baumes führen kann (Landwirtschaftliches Technologiezentrum Augustenberg, 2023).

Hinzukommt, dass Hagel durch den Klimawandel verstärkt auftreten kann, wodurch das Obst der Bäume Schäden davontragen kann. Auch verstärkte Sturmereignisse können zum Beispiel zu Astbruch führen, wodurch eine Wunde am Baum entsteht, welche den Baum zusätzlich schwächt und Infektionen und Krankheiten besser in das Holz gelangen können (Schliebner et al., 2023).

Steigende Temperaturen, zunehmende Trockenheit und die Gefahren des Spätfrostes nach der Blüte sind abiotische Faktoren, die nicht direkt beeinflussbar sind. Allerdings können diese Faktoren minimiert werden, wenn die Standortbedingungen und die Baumarten auf die klimatischen Veränderungen vorbereitet und angepasst werden (Schliebner et al., 2023). Wichtig ist, die Lösungsansätze immer passend zum Standort auszuwählen und Pflege- und Stärkungsmaßnahmen zu finden, mit denen Streuobstwiesen resilienter gegen den Klimawandel werden können (Schliebner et al., 2023; Streuobstwiesen-Bündnis Niedersachsen e.V., o.D.).

Auch wenn es in diesem Bereich bereits ein paar Forschungsprojekte gibt, ist ein enormer Forschungsbedarf da (Zehnder & Weller, 2021).

Aktuell gibt es beispielsweise das Forschungsprojekt „STIK - Streuobstwiesen im Klimawandel: Transformation hin zu einer resilienten Kulturlandschaftsbewirtschaftung“, welches von der Universität Tübingen, dem AT-Verband Stuttgart und der Universität Hohenheim durchgeführt wird. Ziel der Universität Tübingen ist es dabei, in einer Gefährdungsanalyse die klimabedingten Auswirkungen auf Streuobststandorte zu erforschen und Optionen für Anpassungsmaßnahmen zu entwickeln. Auch der Stofffluss soll untersucht werden und eine Datengrundlage für tragfähige Bewirtschaftungs-/Verwertungsmodelle schaffen, die alle Interessierten via App nutzen können. Das Projekt hat eine Laufzeit vom 01.06.2021 bis 30.06.2024 (Universität Hohenheim, o.D.).

Ein weiteres Forschungsprojekt ist „Streuobstwiesen im Klimawandel (StreuWiKlim)“ der TU München mit der Partnerhochschule für angewandte Wissenschaften Weihenstephan-Triesdorf (HSWT). Ziel dieses Projektes ist es, gemeinsam mit Bewirtschafter:innen von Streuobstwiesen Einflüsse des Klimawandels in Bayern abzuschätzen und die regionalen Unterschiede zu untersuchen. Diese sollen dann als Grundlage für die Entwicklung von Anpassungsstrategien genutzt werden. Außerdem soll untersucht werden, wie sich eine unterschiedliche Bewirtschaftung auf die biologische Vielfalt und das Strukturreichtum auswirkt, wie dies zur Resilienz gegenüber dem Klimawandel beiträgt und welche Bewirtschaftungsmethoden zur Anpassung empfohlen werden können. Das Projekt läuft vom 01.10.2022 bis 30.09.2025 (Technische Universität München, o.D.).

2.1.6 Streuobstwiesen in Baden-Württemberg

Das Bundesland Baden-Württemberg umfasst 35.751 Quadratkilometer und hatte im Jahr 2020 eine ermittelte Zahl von ca. 7,1 Mio. Streuobstbäumen (Borngräber et al., 2020; Staatsministerium Baden-Württemberg, o.D.). Das entspricht einer geschätzten Streuobstfläche zwischen 89.000 ha und 111.000 ha (Landesanstalt für Umwelt Baden-Württemberg, o.D.).

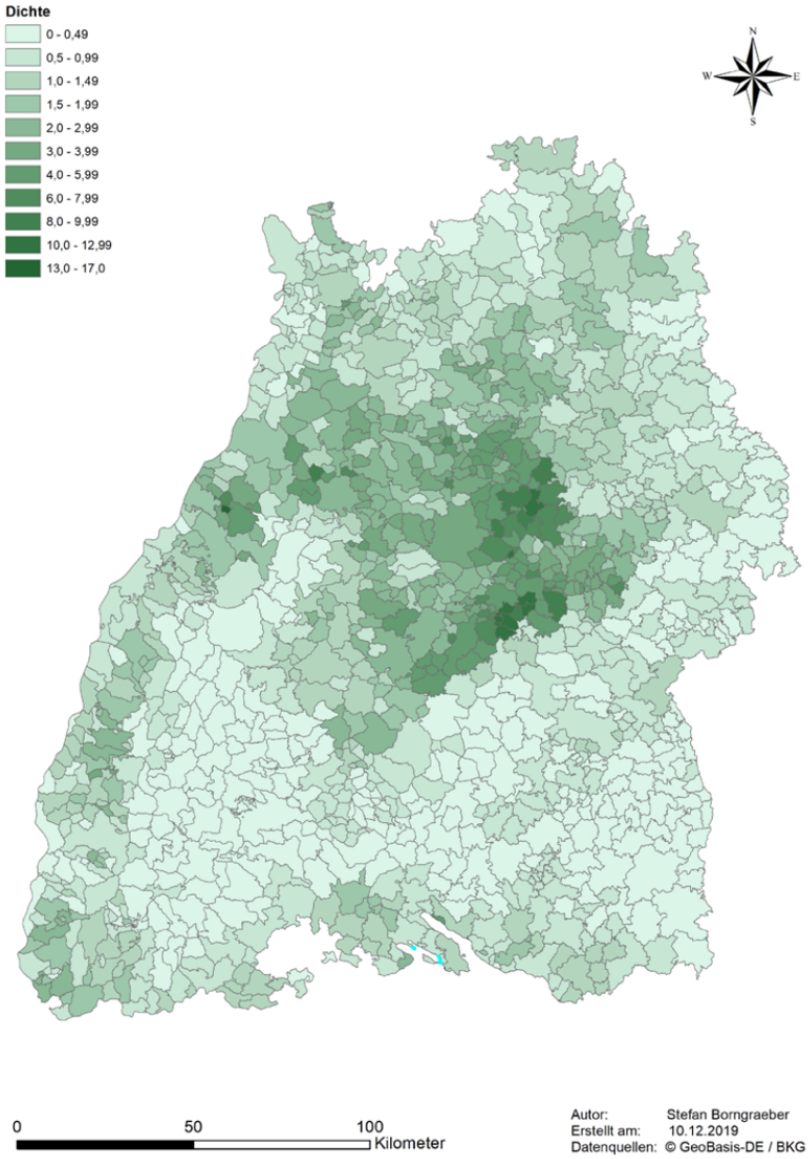

Abbildung 4: Dichte der Streuobstbäume (unkorrigierte Werte [Bäume/ha], Klassen 3 – 5) im Offenland bezogen auf die Fläche der einzelnen Land- bzw. Stadtkreise (Borngräber et al., 2020)

Die Regionen mit der größten Streuobstdichte sind vor allem der Raum Stuttgart, der Nordschwarzwald, der Mittlere Oberrhein, der Hochrhein und die Bodenseeregion (Borngräber et al., 2020). Wobei die Dichte im Stuttgarter Raum am größten ist und sich auf die ganze Region ausdehnt (Abb. 4).

Ähnlich wie in Sachsen war auch in Baden-Württemberg die Pflanzung von Streuobst in Siedlungsnähe für die Bürger:innen Ende des 18. Jhd. vorgeschrieben. Allerdings war die Bevölkerung nicht überzeugt von der Umstellung auf den Obstanbau, weswegen vielerorts Baumäcker entstanden und nicht die, wie heute üblich, Wiese unter den Bäumen (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, 2021). Die Streuobstbäume in Baden-Württemberg nehmen seit Ende der 1950er Jahre immer weiter ab und haben sich von 18 Mio. im Jahr 1965 auf 7 Mio. im Jahr 2015 reduziert (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, 2021).

2.1.7 Streuobstwiesen in Sachsen

Der Freistaat Sachsen umfasst etwa 18.400 Quadratkilometer und hat mehr als 13.000 Streuobstwiesen, was einer geschätzten Fläche von etwas 5900 ha entspricht (Wittig-Tausch, 2021; Freistaat Sachsen, o.D.; Süddeutsche Zeitung, 2022). Dabei verteilen sich die Schwerpunktgebiete von Streuobstwiesen vor allem entlang der Grenze von Mittelsachsen/Mittleres Erzgebirge zum Leipziger Raum, im Elbland rund um Dresden und im Vogtland (Abb. 5) (Walz & Ueberfuhr, 2010).

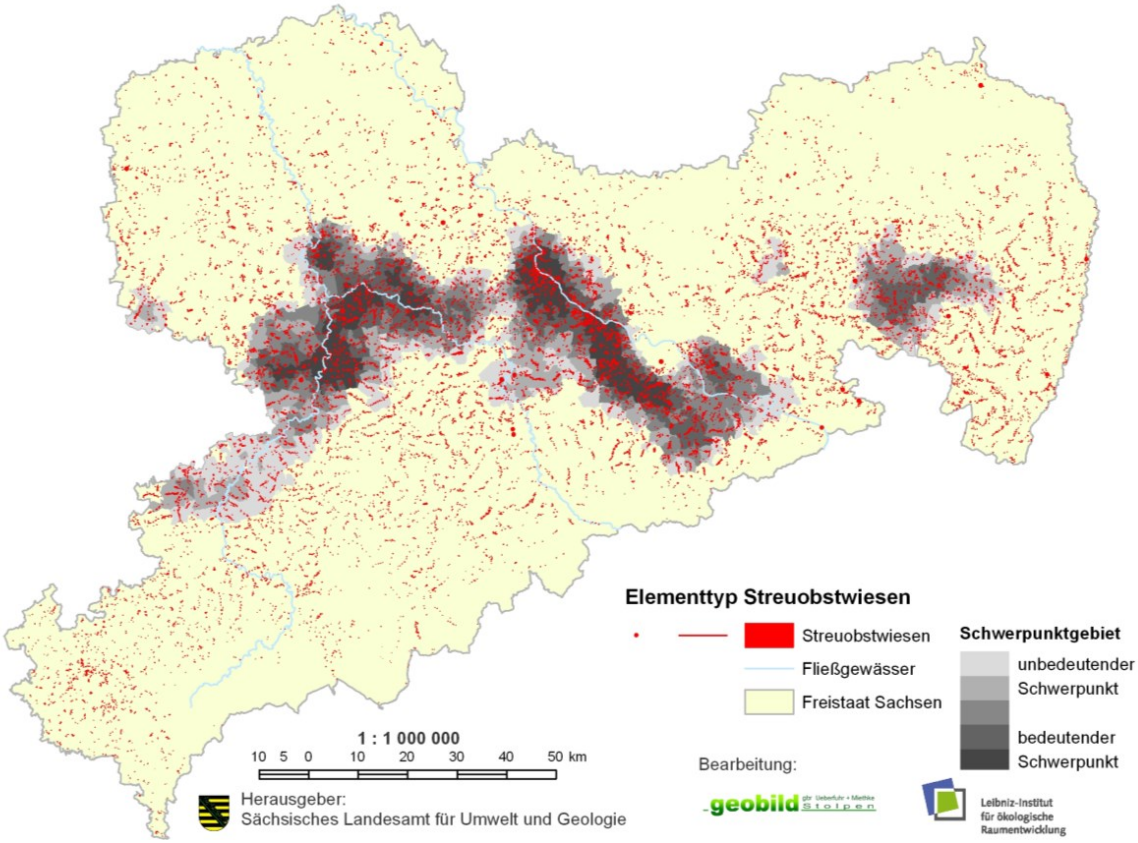

Abbildung 5: Verbreitung von Streuobstwiesen in Sachsen (Walz & Ueberfuhr, 2010)

Der Schwerpunkt von Streuobstwiesen liegt vorwiegend in der Höhenstufe „Hügelland“ (Abb. 6). In der Region Vogtland liegt der Großteil in der Höhenstufe „Unteres Bergland“ und südlich von Dresden teilweise auch im „Mittleren Bergland“.

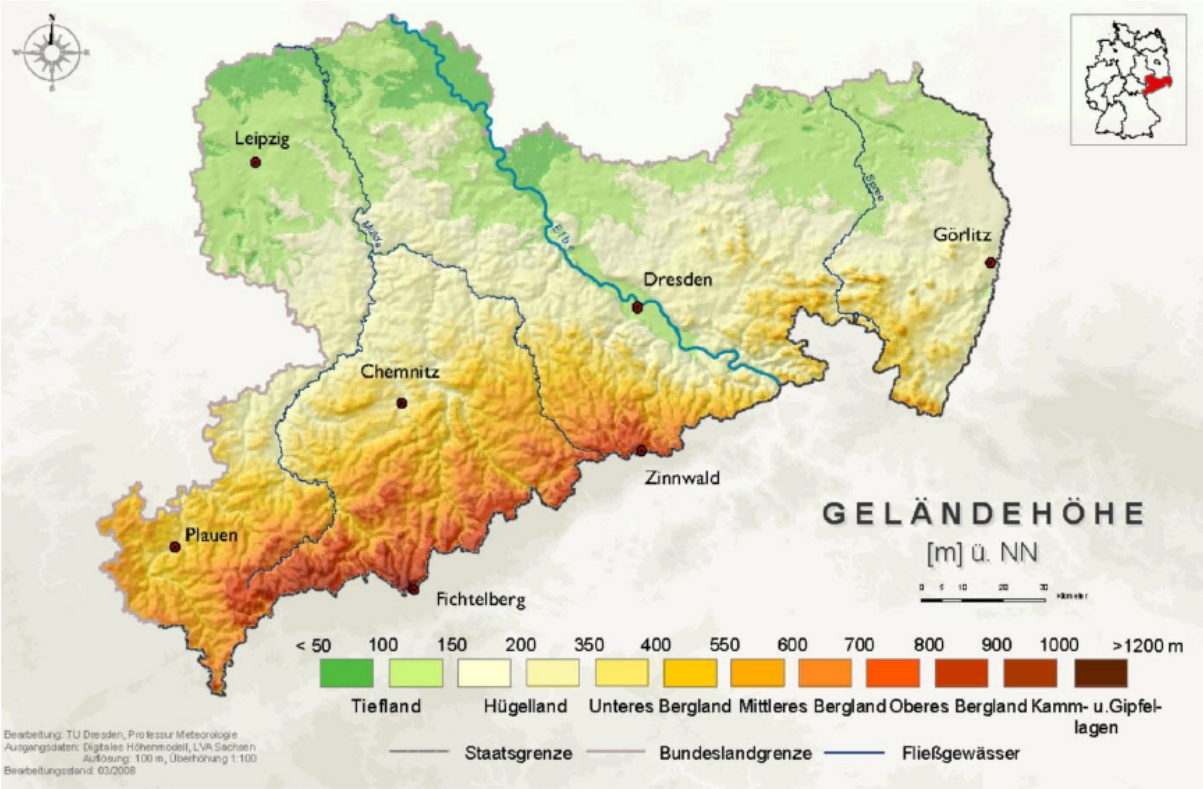

Abbildung 6: Höhenstufenkarte Sachsen mit Reliefschummerung (LfULG, 2015)

Der Streuobstanbau hat in Sachsen eine lange Tradition. Schon Kurfürst August von Sachsen erlässt im Jahr 1577 das „Ehestands-Baumgesetz“, welches Ehepaare vor der Hochzeit zur Pflanzung von zwei Obstbäumen auf der Almendefläche der Gemeinde verpflichtet. Durch den Austausch von Edelreisern mit anderen Fürstentürmern wurde das Sortenspektrum in Sachsen stetig erweitert (Landschaftspflegeverband Nordwestsachsen e.V., o.D.).

Durch die wirtschaftliche Situation im 19. Jahrhundert hat sich das Streuobst immer weiter ausgebreitet und wurde beispielsweise an Straßenrändern gepflanzt. Im Raum Dresden wurden vor allem auf Hängen von ehemaligen Weinbauflächen Streuobstwiesen angelegt (Landschaftspflegeverband Nordwestsachsen e.V., o.D.).

Nach der Wende und den damit einhergehenden Importmöglichkeiten verliert Streuobst auch in Sachsen immer mehr an Bedeutung (Landschaftspflegeverband Nordwestsachsen e.V., o.D.). Der NABU Sachsen beobachtet, dass immer mehr Wiesen

verschwinden, aber genaue Zahlen fehlen, da jeder Landkreis die Daten selber erhebt und sie nicht zusammengeführt werden (Süddeutsche Zeitung, 2022).

2.1.8 Entwicklung und Wirtschaftlichkeit von Streuobstwiesen

Durch das Aufkommen moderner Produktionsverfahren und den Anstieg der Obstplantagen ist Streuobst in seiner wirtschaftlichen Bedeutung zurückgegangen. Auch die Verteuerung menschlicher Arbeitskraft und günstige Importe aus dem Ausland beeinflussen die Wirtschaftlichkeit von Streuobstwiesen (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020).

Eine Rodung von Streuobstbeständen fand vor allem in den 1960er Jahren in Gebieten statt, die durch ihre Gelände-, Boden- und Klimaverhältnisse auf niedrigstämmige Obstbäume oder andere intensiv Kulturen umstellen konnten (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020). Dieser Rückgang und die Umstellung auf Intensivkulturen auf geeigneten Flächen spiegeln sich auch beim Vergleich einzelner Regionen in Deutschland wider. In Baden-Württemberg beispielsweise sind im Zeitraum von 1951 bis 1965 20 bis 24 % der Streuobstwiesen verloren gegangen. In Hamburg dagegen, wo die Landschaft vor allem flach und einfach zu bewirtschaften ist, waren es im gleichen Zeitraum 87 %, also mehr als das Vierfache. Heute haben sich vor allem dort Streuobstwiesen erhalten, wo eine hügelige Landschaft vorherrscht und eine intensive landwirtschaftliche Nutzung unvorteilhaft ist (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020).

Ein weiterer Unterschied im Vorkommen von Streuobstwiesen lässt sich feststellen, wenn der Rückgang von Streuobstbeständen in der ehemaligen BRD und der DDR angeschaut wird. In der BRD sind Streuobstflächen in den Jahren 1951 bis 1982 um 65 % zurückgegangen, wohingegen in der DDR in einem ähnlichen Zeitraum der Rückgang schätzungsweise nur 22 % beträgt (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020). Dies liegt vor allem daran, dass in der DDR Importe kaum möglich waren und einheimisches Obst daher eine wichtige Rolle spielte (Biosphärenreservat Niedersächsische Elbtalaue, 2017). Daher wurden Obstwiesen bzw. Obstbaumalleen selten gerodet, sondern von landwirtschaftlichen Produktionsgenossenschaften gepflegt und geerntet (Biosphärenreservat Niedersächsische Elbtalaue, 2017).

Heute ist einer der Hauptgründe für den Rückgang von Streuobstbeständen die Unwirtschaftlichkeit (Degenbeck, 2021; Maier et al., 2020). Ein Grund hierfür ist beispielsweise der hohe Aufwand der Ernte. Denn auf 50 Jahre Standzeit müssen von der gesamten Pflege mindestens 50 % der erforderlichen Arbeitszeit für die Ernte eingeplant werden (Degenbeck, 2021). Häufig werden Streuobstbestände noch mit der Hand geerntet und früher verfügbare „günstige" Familienarbeitskräfte stehen oft nicht mehr zur Verfügung (Degenbeck, 2021).

Ein weiteres Problem, welches zur Unwirtschaftlichkeit führt, ist das etablierte System der Abgabe an Safthersteller (Maier et al., 2020). Hierbei gibt es vor allem in den verschiedenen Bundesländern große Preisspannen. Der höchste Preis für Biomostobst pro Dezitonne (dt) lag in Bayern bei 30 €/dt und der niedrigste Preis für Biomostobst bei 6 €/dt in Nordrhein-Westfalen (Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt, 2022). Die Preise für Biomostobst im Jahr 2022 lagen durchschnittlich bei:

- 11,48 €/dt für konventionelles Obst (2021: 9,86 €/dt)
- 15,48 €/dt für biologisches Mostobst (2021: 16,44 €/dt)

(Hochstamm Deutschland e.V., 2023). Im Gegensatz dazu lagen die erfassten Erzeugerpreise insgesamt für die Saison 2022 bei 16,69 € für konventionelles Obst und 22,45 € für Biomostobst (Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt, 2022). Das bedeutet, dass die Erzeuger:innen rund 5 bis 7 € weniger für ihr Produkt bekommen als sie müssten, um kostendeckend zu wirtschaften (Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt, 2022).

Eine weitere Beobachtung, die im Preisvergleich zwischen konventionellem und Bio-Streuobst gemacht werden kann, ist, dass der Preis für Bio-Streuobst in den letzten Jahren immer weiter sinkt und sich so die beiden Preise immer weiter annähern (Hochstamm Deutschland e.V., 2022).

Der Verein Hochstamm Deutschland e.V. bringt seit 2021 jedes Jahr den Bericht „Preisbarometer" heraus, indem die verschiedenen gemeldeten Streuobstpreise von Erzeuger:innen gemeldet werden. Dadurch kann Transparenz auf dem Preismarkt geschaffen werden und sowohl positive als auch negative Beispiele aufgeführt werden (Hochstamm Deutschland e.V., 2023). In dem Bericht wird auch nach Anmerkungen der Erzeuger:innen gefragt und in dem Kapitel „Stimmen aus der Praxis" wird deutlich, wie die Unwirtschaftlichkeit auch die Ernte beeinflusst. Eine befragte Person hat Folgendes

berichtet: „Bei uns im Ort liegt noch tonnenweise das Mostobst auf den Wiesen, bei dem Auszahlungspreis erntet fast niemand mehr. Da sind ja nicht einmal die Spritkosten gedeckt“ und auch eine andere Person äußert sich kritisch zu den Preisen: „Bei der Obsternte/Obstlese per Hand, ohne Maschineneinsatz liege ich umgerechnet deutlich unter dem derzeitigen gesetzlichen Mindestlohn. Wenn man die Zeiten der Baumpflege noch einrechnet, dann ist es nüchtern betrachtet eine unwirtschaftliche Brauchtumspflege. Leider kann ich aber auch nicht dabei zusehen, wie die Bäume verkommen und das Obst am Boden fault.“ (Hochstamm Deutschland e.V., 2023). Auch wenn dies subjektive Meinungen sind, geht daraus hervor, dass Streuobstwiesen aktuell eher ein Versuch zur Erhaltung der Kulturlandschaft sind als wirtschaftlich rentabel.

Ein Grund, der dafür sorgt, dass es wirtschaftlich nicht rentabel ist, ist, dass viele Bestände überaltert sind. Dadurch können die Bäume nicht den Vollertrag an Obst bringen (Landesanstalt für Umwelt Baden-Württemberg, o.D.). Um Streuobstwiesen also wirtschaftlicher gestalten zu können, müssen Altbäume gefällt werden, damit junge Bäume neugepflanzt werden können und immer ein Großteil der Bäume im Vollertrag steht (Wegener, 2022). Dies kann zu Konflikten zwischen dem Erhalt aufgrund von Naturschutzgedanken und dem Erhalt aufgrund von Erwerbsobstbau führen. Daher ist bei der Neuanlage zu beachten, welche Ziele verfolgt werden sollen, da bei der Wirtschaftlichkeit bspw. die Bearbeitung einen großen Einfluss auf die Effizienz hat (Wegener, 2022).

Aus den gesammelten Aussagen von Hochstamm e.V. geht außerdem hervor, dass nicht nur die geringen Preise für das Obst und der hohe Ernteaufwand ein Aspekt für die Unwirtschaftlichkeit sind, sondern auch der hohe Pflegeaufwand, der betrieben werden muss, um eine Streuobstwiese instand zu halten (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020).

Die ungefähren jährlichen Kosten für die kontinuierliche Bewirtschaftung einer Streuobstwiese belaufen sich nach Berechnungen der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (2020) auf 1010 bis 3445 € pro ha (Durchschnitt aus 30 Jahren, bei Auflese von Hand).

Um die Gesamtkosten bei der Bewirtschaftung zu decken, müssen im Jahr mindestens 20 €/dt gezahlt werden (Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung, 2020; NABU, 2018c). Dieser Preis wird, wie oben schon erwähnt, selten gezahlt, wodurch die

Bewirtschaftung einer Streuobstwiese nur sehr schwer kostendeckend bzw. gewinnbringend ist.
Eine Möglichkeit für eine wirtschaftliche Nutzung sind Fördermöglichkeiten, die von Bund und Ländern bereitgestellt werden. Dabei könnte beispielsweise auch die regelmäßige Pflege von Streuobstbäumen gefördert werden und so eine Vereinbarung von Naturschutz und Wirtschaftlichkeit geschaffen werden.

2.1.9 Mögliche Fördermöglichkeiten für Streuobstwiesen

In Deutschland gibt es verschiedene Wege, sich Streuobstwiesen fördern zu lassen. Die Förderungen der EU werden in Deutschland unter der gemeinsamen Agrarpolitik (GAP) zusammengefasst. Die GAP wurde von der EU 1962 eingeführt und ist eine Partnerschaft zwischen Europa und seinen Landwirt:innen. Dabei geht es vor allem darum, dass Landwirt:innen unterstützt werden sollen und sich ihre Produktivität verbessert. Dabei spielt z. B. auch die Bekämpfung des Klimawandels durch eine nachhaltige Bewirtschaftung der Flächen eine Rolle. Die GAP gilt für alle Mitgliedsstaaten der EU und wird aus dem EU-Haushalt finanziert (Europäische Komission, o.D.). Die aktuelle Förderperiode geht von 2023 bis 2027 und nur Personen mit aktivem, landwirtschaftlichem Betrieb können gefördert werden (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2023). Die GAP lässt sich in zwei Säulen unterteilen. Zum einen den Bereich der landwirtschaftlichen Förderungen, welche von der EU gezahlt werden und einheitlich für ganz Deutschland gelten (1. Säule). Zum anderen die Förderungen, die von den Bundesländern kofinanziert werden (2. Säule). Dadurch, dass die Förderungen länderbezogen ausgearbeitet werden, gibt es keine einheitliche Regelung für die Förderung der zweiten Säule. Zusätzlich haben die Bundesländer und teilweise auch Städte und Kommunen Förderungen für Naturschutz- und Umweltprojekte, welche ausschließlich von den Ländern finanziert werden (Wieners, 2023). Für eine genauere Auskunft in diesem Bereich sollte sich daher immer an die zuständige Naturschutzbehörde gewendet werden (Hochstamm Deutschland e.V., 2020). Weitere Fördermöglichkeiten in allen Bundesländern stellen Stiftungen, Naturschutzfonds oder Unternehmen dar (Hochstamm Deutschland e.V., 2020).

Im weiteren Verlauf wird ein kurzer Überblick über die Fördermöglichkeiten für Sachsen und Baden-Württemberg aufgezeigt.

2.1.9.1 Fördermöglichkeiten in Sachsen

Die Pflege und Erhaltung von Streuobstwiesen (Flächenpflege) kann in Sachsen über die erste Säule der GAP und über Grünlandmaßnahmen der Förderrichtlinie (FRL) AUK/2023 (2. Säule) gefördert werden.
Außerdem werden Pflanzung und Nachpflanzungen, die Jungbaumpflege und die Sanierung von Obstgehölzen im Rahmen der FRL NE/2023 gefördert.
Bei der Förderung der Pflanzung (2. Säule) ist das Ziel, dass bestehende Streuobstwiesen oder Obstbaumreihen ergänzt werden oder neue Streuobstwiesen oder Obstbaumreihen angelegt werden. Dabei geht es vor allem um den Erhalt und die Förderung des in Sachsen gesetzlich geschützten Biotops der Streuobstwiese. Es wird die „Anlage und Nachpflanzung von Streuobstbeständen/Obstbaumreihen inkl. Anwuchspflege und 2 jähriger Entwicklungspflege“ mit einem Festbetrag von 218 €/Baum gefördert (Sächsisches Staatsministerium, 2024c).
Die Jungbaumpflege ist vom Land Sachsen finanziert (Sächsisches Staatsministerium, 2023). Es können Fördergelder für die Pflege von schon gepflanzten Bäumen auf bestehenden oder neu angelegten Streuobstwiesen oder Obstbaumreihen beantragt werden. Hierbei geht es vor allem um den Erziehungsschnitt, welcher wichtig ist, um vitale Obstgehölze zu etablieren. Diese Förderung gilt erst für Bäume ab dem sechsten Standjahr oder nach Ablauf der Zwecksbindungsfrist des Vorhabens. Dabei ist zu beachten, dass es eine Förderlücke zwischen dem dritten und sechsten Standjahr des Baumes gibt. Der Festbetrag für einen Baum für die Jungbaumpflege beträgt 38 €/a, welcher nach Umsetzung der Maßnahme gezahlt wird (Sächsisches Staatsministerium, 2024b).
Bei der Sanierung der Bestände (2. Säule) geht es vor allem darum, nicht mehr gepflegte oder überalterte landschaftsprägende Obstbäume in Streuobstwiesen oder Obstbaumreihen zum Schutz der Biodiversität und der Kulturlandschaft zu erhalten. Dabei wird je nach Aufwand der Sanierung einmalig ein Festbetrag pro Baum von 94 € (normaler Aufwand), 225 € (hoher Aufwand) oder 359 € (sehr hoher Aufwand) gezahlt. Die

Einschätzung des Aufwands und die fachliche Beurteilung der Maßnahme sollten durch eine Prüfung der Bewilligungsbehörde vor der Durchführung der Maßnahme erfolgen (Sächsisches Staatsministerium, 2024a).
Insgesamt gilt, dass Obstbaumschnitte, sei es bei der Jungbaumpflege oder bei Sanierungsmaßnahmen, nur von qualifizierten Fachkräften ausgeführt werden dürfen (Sächsisches Staatsministerium, 2024a; Sächsisches Staatsministerium, 2024b).

2.1.9.2 Fördermöglichkeiten in Baden-Württemberg

In Baden-Württemberg gibt es verschiedene Möglichkeiten, sich Streuobstwiesen fördern zu lassen. Ein Beispiel für die Förderung von Streuobst ist das Förderprogramm für Agrarumwelt, Klimaschutz und Tierwohl II (FAKT II) (2. Säule), welches die Bewirtschaftung von Streuobstflächen mit 5 € je Baum/a fördert. Es wird über fünf Jahre gefördert und es sind maximal 100 Bäume je ha förderfähig (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg 2023).
Eine weitere Möglichkeit, Streuobstwiesen zu fördern, ist die Landschaftspflegerichtlinie (LPR) (2. Säule). Diese Förderung kann beantragt werden, wenn die Streuobstwiese naturschutzfachlich wertvoll ist oder in einer bestimmten Gebietskulisse liegt. Sie kann von jedem beantragt werden und hat einen Mindestauszahlungsbetrag von 50 € (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, 2023b).
Die letzte Fördermöglichkeit, die hier vorgestellt werden soll, ist die Förderung des Baumschnitts, welche vom Land Baden-Württemberg finanziert wird. Die aktuelle Förderperiode geht von 2020 bis 2025, daher können keine Anträge mehr gestellt werden (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, 2023a). Es wird der Obstbaumschnitt mit 15 €/Baum vergütet, wobei pro Förderperiode zwei Schnitte je Baum durchgeführt werden müssen. Beantragen können diese Förderung Vereine, Aufpreisinitiativen, Landschaftserhaltungsverbände, Mostereien, Abfindungsbrennereien, Kommunen und Gruppen von mindestens drei Privatpersonen (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, 2023a).

2.1.9.3 Erwerbsobstbau

Vor allem in Baden-Württemberg und Bayern werden Streuobstwiesen als extensiver Erwerbsobstbau von Landwirt:innen betrieben, wobei die Situation aufgrund der Konkurrenz und der schlechten Förderbedingungen angespannt ist (Förderverein Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft e.V., o.D.-a). Denn insgesamt reichen die aktuellen Förderungen nicht aus, um Streuobstwiesen rentabel zu bewirtschaften. Daher wäre eine weitere Möglichkeit, um die Wirtschaftlichkeit zu unterstützen, Streuobst als Dauerkultur einzustufen. Dadurch können weitere Bezüge über die GAP an Bewirtschafter:innen ausgezahlt werden (NABU Landesverbände, 2014).

Bei den GAP-Direktzahlungen fallen Streuobstwiesen nach § 7 Abs. (6) GAPDZV unter Dauergrünland, wenn sie „zum Anbau von Gras oder anderen Grünfutterpflanzen genutzt werden, seit mindestens fünf Jahren nicht Bestandteil der Fruchtfolge sind und seit mindestens fünf Jahren nicht gepflügt wurden“ (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2021).

Dauerkulturen hingegen sind nach § 6 GAPDZV „Flächen mit nicht in die Fruchtfolge einbezogenen Kulturen außer Dauergrünland, die für die Dauer von mindestens fünf Jahren auf den Flächen verbleiben und wiederkehrende Erträge liefern, einschließlich Reb- und Baumschulen und Niederwald mit Kurzumtrieb, auch wenn sie nicht für die Erzeugung genutzt werden.“ (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2021). Daraus lässt sich ablesen, dass Streuobstwiesen trotz der erfüllten Kriterien nicht in die Kategorie Dauerkulturen fallen können, da Dauergrünland generell ausgeschlossen wird (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2021). Da Streuobstwiesen aufgrund ihrer extensiven und naturverträglichen Bewirtschaftung noch stärker als die restliche Landwirtschaft auf EU-Fördermittel angewiesen sind, forderte der NABU 2014 die Einstufung des Streuobstbaus als Dauerkultur. Damit wäre eine Förderung über die „Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes (GAK)“ möglich. So könnte Streuobstbau mit mehr Geld gefördert werden und ein Erhalt der Bestände langfristig gesichert werden. Da Streuobst über verschiedene Schienen wie bspw. die Aufpreisvermarktung vermarktet wird, ist der geforderte Erwerbscharakter gegeben. Auch die Bezeichnung „Dauerkultur“ ist passend für Streuobstwiesen, da die

Beständigkeit der Bäume ohne wechselnde Fruchtfolge vorhanden ist (NABU Landesverbände, 2014).

Insgesamt wird vom NABU-Bundesfachausschuss kritisiert, dass in Deutschland ein verzerrtes Bild vom Erwerbsobstbau vorherrscht. Da auf Streuobstflächen, wie oben schon angesprochen, ein Erwerbscharakter gegeben ist, können sie also als Erwerbsobstbau gesehen werden und sind somit in den Statistiken von Bund und Ländern zu führen. Da dies oft nicht der Fall ist und der Erwerbsobstbau in den Statistiken oft nur auf Obstplantagen reduziert ist, fordert der NABU-Bundesfachausschuss Streuobst, dass eine neue Erhebung der Streuobstbestände erfolgt. Dadurch kann Streuobstbau in die Statistiken miteinfließt und als Erwerbsobstbau angerechnet werden (NABU-Bundesfachausschuss Streuobst, 2018). Denn die Anbaufläche für Baumobst liegt in Deutschland bei rund 350.000 ha, wovon laut NABU-Schätzungen 300.000 ha Streuobstbestände sind. Die anderen 50.000 ha werden als Plantagenobstbau gerechnet, was insgesamt nur 14 % des Baumobstes ausmacht (NABU-Bundesfachausschuss Streuobst, o.D.).

Deswegen wird gefordert, dass Streuobstbau und Plantagenobstbau, sowohl im konventionellen Bereich als auch im Bio-Bereich, hinsichtlich der Flächenförderung je ha gleichzustellen sind (NABU-Bundesfachausschuss Streuobst, 2018).

Auch Vereine wie der Förderverein „Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft e.V.“ haben verschiedene Forderungen formuliert, damit der Streuobstwiesenanbau gefördert wird. Ein Vorschlag ist bspw., dass das Förderprogramm mit dem Ziel des Klima- und Naturschutzes für Neuanlage oder Pflege auch eine gewerbliche Nutzung des Obstes auf den förderfähigen Flächen nicht ausschließt. Dies ist in einigen Bundesländern schon möglich, aber nicht in allen. Diese Forderung ist vor allem wichtig, da das langfristige Interesse am Erhalt der Bäume erst durch die wirtschaftliche Nutzung des Obstes entsteht. Da auch der Schnitt, die Pflege und die Neuanlage im Sinne des Klima- und Naturschutzes stehen, sollten diese Punkte trotzdem weitergefördert werden und stellen keine Überförderung dar (Förderverein Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft e.V., o.D.-b).

Genauso wie der NABU-Bundesfachausschuss Streuobst fordert der Förderverein, dass Streuobst unter dem Punkt „ökologische Dauerkultur Obst“ gefördert wird. Da auf Streuobstwiesen der Anbau besonders ökologisch ist und eine wirtschaftliche Erzeugung

stattfindet, sollte eine Förderung mit dem Nachweis der wirtschaftlichen Nutzung förderfähig sein (Förderverein Arbeitsgemeinschaft bäuerliche Landwirtschaft e.V., o.D.-b).

Da detaillierte Betrachtung der Förderungen und deren Ausbau über den Umfang dieser Arbeit hinausgeht, ist es sinnvoll, diese Aspekte in weiteren Forschungen genauer zu untersuchen.

2.2 Aufpreisvermarktung

Die Aufpreisvermarktung beschreibt die Idee, dass Bewirtschafter:innen von Streuobstwiesen einen höheren Preis („Aufpreis“) als den aktuellen Tagespreis für ihr Streuobst bekommen. Damit soll der Mehraufwand entschädigt werden, den Streuobstwiesenbesitz-er:innen durch die umweltverträgliche Bewirtschaftung haben (NABU, 2018a). Dies ist ein gutes Beispiel dafür, wie Landwirt:innen und Naturschützer:innen erfolgreich zusammenarbeiten und so zum Erhalt von Streuobstwiesen beitragen. Für herkömmliches Obst wird in der Regel für einen Doppelzentner (100 kg) 9 bis 12 € gezahlt, wohingegen in der Aufpreisvermarktung 15 bis 25 € gezahlt werden (NABU, o.D.-a).

Aktuell gibt es bundesweit über 100 verschiedene Aufpreisinitiativen, welche überwiegend Apfelsaft produzieren (NABU, o.D.-a). Die Idee der Aufpreisvermarktung entstand im Jahr 1987, als der BUND Ravensburg bzw. Markdorf das erste Projekt gründete (NABU, 2018b).

2.2.1 Management von Aufpreisinitiativen

Das Management von Aufpreisinitiativen erfolgt i.d.R. durch Ehrenamtliche, weswegen für einen reibungslosen Ablauf etwa fünf bis zehn Ehrenamtliche für Aufpreisprojekte eingesetzt werden sollten (NABU, 2018a; NABU, 2018b). Dabei spielt vor allem die Größe des Projektes eine Rolle, also wie viel Saft im Jahr verarbeitet werden soll. Kleine, lokale Projekte verarbeiten um die 20.000 - 25.000 l Saft pro Jahr und große Projekte können über 100 t Saft pro Jahr verarbeiten (NABU, 2018a; NABU, 2018b). Wenn Aufpreisinitiativen überregional tätig sind und mehr als 25 t Saft pro Jahr produzieren, ist es ratsam, zumindest Teilzeitpersonal einzustellen. Potenzielle Partner, die zusätzlich mit einbezogen werden könnten, sind Landschaftserhaltungsverbände, Naturpärke oder LEADER-Programme (NABU, 2018a).

Aufgabenfelder, die eine Aufpreisinitiative bearbeiten muss, sind nach NABU (2018a) beispielsweise:

- Akquise neuer Erzeuger:innen und Informationsbereitstellung
- Kontakt- und Kontodaten von Erzeuger:innen erfassen und verwalten
- Planung von Ernte-/Abgabeterminen und die Erzeuger:innen diesbezüglich informieren

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, wie vertragliche Vereinbarungen mit Erzeuger:innen von Streuobst abgeschlossen werden können. Ein Modell sind zum Beispiel jährliche Liefer- und Abnahmeverträge. Hier werden Bewirtschaftungskriterien festgelegt und die Erzeuger:innen werden jeden Sommer erneut angeschrieben, ob und wie viel Obst sie abliefern werden (NABU, 2018a).

Eine andere Möglichkeit sind feste Erzeugerverträge, wodurch für beide Seiten eine hohe Verbindlichkeit entsteht. Diese Form wird vor allem für biozertifizierte Projekte genutzt, die eine große Saftmenge verarbeiten, da eine Biozertifizierung allein schon drei Jahre dauert. Dabei sind die ökologischen Bewirtschaftungskriterien in Verträgen mit den Erzeuger:innen festgelegt, genauso wie ein Kontrollsystem und die Kündigungsfrist zum Jahresende (NABU, 2018a).

Ein wichtiger Aspekt bei Aufpreisinitiativen ist, dass ein finanzieller Anreiz für die Bewirtschafter:innen und die Initiative selbst geschaffen werden muss, damit dauerhaft eine Bewirtschaftung und Pflege von Streuobstwiesen sichergestellt werden kann (NABU, 2018a).

Bei den bestehenden Initiativen wird das Geld häufig von den Keltereien oder gelegentlich von den Initiativen selbst vorgestreckt. Das Geld kann alternativ auch erst nach dem Verkauf des Saftes ausgezahlt werden. Bei kleineren Projekten wird gegebenenfalls nur ein Teil des Geldes direkt bei der Obstannahme ausbezahlt. Das restliche Geld wird den Lieferanten erst nach dem Verkauf des gesamten Saftes ausgezahlt (NABU, 2018a).

Auch durch den Verkauf des produzierten Saftes muss Gewinn generiert werden. Dieser Gewinn kann dann beispielsweise in ein Siegel wie das Qualitätszeichen Streuobst vom NABU investiert werden, welches eine höhere Sichtbarkeit für Verbraucher:innen erzeugen kann (Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft, 2011).

2.2.2 Qualitätszeichen Streuobst vom NABU

Abbildung 7: NABU-Qualitätszeichen (NABU, o.D.-c)

Seit 1988 vergibt der NABU ein Qualitätszeichen für Streuobstprodukte (Abb. 7) (NABU, 2018a). Durch dieses Zeichen möchte sich der NABU aktiv für die Erhaltung der biologischen Vielfalt einsetzen, indem der Naturschutz gefördert wird, eine umweltverträgliche Landnutzung unterstützt wird, Verbraucher:innen hochwertige Produkte geliefert werden, den Erzeuger:innen ein höherer Preis garantiert wird und die regionale Vermarktung gefördert wird (NABU, o.D.-c).

Das NABU-Qualitätszeichen soll also dazu beitragen, dass die Bewirtschaftung von Streuobstwiesen für die Verarbeiter:innen und Erzeuger:innen wirtschaftlicher wird. Für die Nutzung des NABU-Qualitätszeichens muss ein Lizenzvertrag ausgefüllt werden (NABU, o.D.-c). Die Liste der Lizenznehmer aus dem Jahr 2024 ist online einsehbar und zeigt, dass vor allem in Baden-Württemberg eine Nutzung des Labels vorherrscht. Die Lizenznehmer sind dabei oft Keltereien oder Naturschutzverbände, die eine Aufpreisvermarktung anbieten (NABU, 2024).

2.3 Grüne Liga – Netzwerk ökologischer Bewegungen

Im folgenden Kapitel soll die Grüne Liga beispielhaft für alle Aufpreisinitiativen vorgestellt werden. Dabei wird zuerst kurz auf das Netzwerk „Grüne Liga – Netzwerk ökologischer Bewegungen“ eingegangen und anschließend die Grüne Liga Dresden e.V. und das Konzept der Aufpreisvermarktung vorgestellt.

Das Netzwerk Grüne Liga wurde 1990 von Umweltaktivist:innen gegründet und ist ein bundesweit anerkannter Natur- und Umweltverband. Die Grüne Liga geht aus Stadtökologiegruppen, kirchlichen Umwelt- und Friedensgruppen, sowie vielen lokalen Natur- und Umweltinitiativen der ehemaligen DDR hervor (Grüne Liga e.V., 2015).

Es werden gesellschaftliche und ökologische Problemstellungen diskutiert, welche sich nicht nur auf den klassischen Natur- und Umweltschutz beziehen, sondern auch Wirtschafts- und Finanzstrukturen miteinbeziehen. Dazu zählt außerdem, soziale Fragen zu klären und sich für Frieden zu engagieren (Grüne Liga e.V., 2015).

2.3.1 Die Grüne Liga Dresden e.V.

Auch in Dresden gibt es einen Verein, welcher Mitglied im Netzwerk Grüne Liga ist. Die Grüne Liga Dresden / Oberes Elbtal e.V. ist ein Dachverband für viele Gruppen vor Ort aber auch im Bundesverband aktiv, wodurch ein landesweiter und regionaler Austausch mit anderen Umweltverbänden gegeben ist (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-c).

Regionale Gruppen können, durch eine Mitgliedschaft und die Anerkennung der Satzung der Grünen Liga Dresden, die Vereinsstruktur nutzen und im Verein Grüne Liga Dresden als Gruppe aktiv werden, ohne selbst einen Verein gründen zu müssen (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-c).

Der gesetzliche Vorstand der Grünen Liga Dresden und weitere interessierte Mitglieder bilden den Sprecherrat und treffen sich jeden ersten Montag im Monat, um aktuelle Belange des Vereins zu besprechen und bei Bedarf Mitgliedsgruppen zu beraten (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-c).

Insgesamt zehn selbstständige Gruppen, Initiativen und Vereine gehören zum Verein, die sich in verschiedene Kategorien einteilen lassen (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-b):

- **Ökologisch Wirtschaften** (Umsonstladen, Verbrauchergemeinschaft für umweltgerecht erzeugte Produkte e.V.)
- **Ökologisch Leben** (Gesund und Gemeinsam, AG Waldlandschaftsgarten, Radfernbahn)
- **Umweltbildung** (Arbeitskreis Umweltlernen „Stadtlinde“, TU-Umweltinitiative (tuuwi), Tour de Natur)
- **Entwicklungspolitische Arbeit** (Regenwaldgruppe RANOALA e.V.)
- **Natur- und Umweltschutz** (Projekt Streuobstwiesen, Projekt Landschaftspflege)

2.3.2 Streuobstwiesenprojekt der Grünen Liga Dresden e.V.

Das Projekt Streuobstwiesen von der Grünen Liga Dresden pflegt ungefähr 14,5 ha Streuobstwiesen. Dabei fallen für die Projektgruppe unterschiedliche Aufgaben an wie z. B. Bäume schneiden, Wiesen mähen, Äpfel ernten und Saft pressen. Dieser Projektzweig der Grünen Liga ist der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb.

Die Wiesen der Projektgruppe sind nach der Grünen Liga Dresden folgende:

Tabelle 1: Bewirtschaftete Wiesen der Projektgruppe Streuobstwiesen der Grünen Liga (A. Wegener, persönliche Kommunikation, 12.03.2024)

Name der Wiese	Ungefähre Flächengröße in ha	Art der Bewirtschaftung
Dresden-Omsewitzer Grund	2,2	Mahd, Ernte, Baumschnitt
Dresden-Prohlis	0,4	Mahd, Ernte, Baumschnitt
Dresden-Leubnitz Neuostra	1,9	Ernte, Beweidung, Baumschnitt
Sobrigau	3,8	Mahd/Beweidung, Ernte, Baumschnitt
Dresden-Cossebaude, Wiesenhang	2,6	Ernte
Dresden-Mobschatz, Frauengraben	2,0	Ernte

Auf diesen Flächen werden die Äpfel- und Birnenbäume geerntet und auf 6,4 ha wird außerdem eine Mahd durchgeführt (A. Wegener, persönliche Kommunikation, 12.03.2024).

Insgesamt werden ungefähr 800 Bäume gepflegt. Im Herbst steht die Ernte auf den Streuobstwiesen an, weshalb die Projektgruppe immer auf viele freiwillige Helfer:innen angewiesen ist. Während der Erntezeit werden rund 10 bis 15 t Obst geerntet. Aus den geernteten Äpfeln und Birnen wird Streuobstsaft in der Kelterei Schöne in Hellerau gepresst, welcher in Dresdener Verbrauchergemeinschaften zum Verkauf angeboten wird (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-e).

2.3.3 Aufpreisvermarktung Grüne Liga Dresden e.V.

Ein weiteres Angebot, welches die Grüne Liga Dresden anbietet, ist die Aufpreisvermarktung.

Die Initiative Aufpreisvermaktung der Grünen Liga möchte, dass die Bewirtschaftung von Streuobstwiesen als Nebenerwerb wieder rentabel wird und hat daher dieses Angebot ins Leben gerufen (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-a).

Dabei werden Äpfel und Birnen von Bewirtschafter:innen angekauft, wobei 25 €/dt gezahlt werden. Die Bedingungen der Grünen Liga für den Ankauf sind, dass die Früchte ausgereift sein müssen und mindestens 400 kg gebracht werden müssen. Da die Grüne Liga Dresden biozertifiziert ist, dürfen die Früchte nicht mit chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln behandelt werden und es darf kein künstlicher Dünger auf der Fläche ausgebracht werden (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-a).

Vor der Abnahme muss ein Vertrag (Anhang 2) unterschrieben werden, welcher die Bewirtschafter:innen für ein Jahr verpflichtet, wobei aber ein langfristigerer Verkauf erwünscht ist (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-a).

Die Bedingungen für die Teilnahme sind, dass die Streuobstwiesenflächen nach Gäa-Richtlinien zertifiziert sind und die Regelungen der naturnahen Bewirtschaftung eingehalten werden. Das Verfahren der Zertifizierung wird von der Grünen Liga Dresden organisiert und bezahlt. Eine weitere Anforderung ist, dass sich um den Erhalt der Streuobstwiesen gekümmert wird. Dies soll durch fachgerechte Pflege der Jung- und Altbäume, fachgerechte Neupflanzungen und eine naturverträgliche Unternutzung gewährleistet werden. Auch das schon erwähnte Verbot von chemisch-synthetischen Pflanzenschutzmitteln ist vertraglich geregelt (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-a).

Bei Fragen in Bezug auf die fachgerechte Pflege und Anlage einer Streuobstwiese verpflichtet sich die Grüne Liga Dresden zu beraten. Bei Neuanpflanzungen können auch Sammelbestellungen junger, hochstämmiger Obstbäume bei lokalen, ökologischen Baumschulen organisiert werden (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-a).
Des Weiteren verpflichtet sich die Grüne Liga Dresden, die Obstannahme zu koordinieren und zu organisieren. Auch die Obstverarbeitung und der Absatz des Saftes werden von der Grünen Liga Dresden koordiniert. Das Pressen des Saftes erfolgt in der Kelterei Schöne in Dresden-Hellerau und die Vermarktung des Saftes erfolgt in Dresdener Bioläden und Verbrauchsgemeinschaften (Grüne Liga Dresden / oberes Elbtal e.V., o.D.-a).

3. Forschungsfrage

Die vorliegende Arbeit soll sich mit der Frage auseinandersetzen, wie sich die Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg und Sachsen unterscheiden und was optimiert werden kann, um Streuobstprodukte insgesamt attraktiver zu machen und eine höhere Nachfrage zu generieren. Dabei sollen die im Folgenden aufgeführten Fragen beantwortet werden.

1. Wie haben sich die Aufpreisinitiativen in Sachsen und Baden-Württemberg im Laufe der Zeit entwickelt, und welche Motivation hat diese Entwicklung beeinflusst?
2. Welche Unterschiede gibt es in den Strukturen der Aufpreisinitiativen in Sachsen und Baden-Württemberg?
3. Gibt es kulturelle oder regionale Besonderheiten in den Bundesländern, die die Aufpreisvermarktung beeinflussen, und werden diese in den Initiativen berücksichtigt?
4. Welche Probleme treten bei den verschiedenen Aufpreisinitiativen auf und gibt es dabei Unterschiede zwischen den Bundesländern?
5. Wie können Aufpreisinitiativen attraktiver werden und welche Möglichkeiten gibt es den Erfolg von Streuobstprojekten zu steigern?

Dabei soll auch darauf eingegangen werden, wie der Erhalt von Streuobstwiesen durch eine Steigerung ihrer Wirtschaftlichkeit erreicht werden kann.

4. Methodik

Das folgende Kapitel soll das methodische Verfahren vorstellen, welches in dieser Arbeit angewendet wurde. Zu Beginn wird die Vorgehensweise bei der systematischen Literaturrecherche dargestellt, die vor allem zur Recherche des aktuellen Forschungsstandes eingesetzt wurde. Nachfolgend werden die Experteninterviews betrachtet, wobei auch genauer auf die Auswahl der Expert:innen, die Durchführung der Interviews, sowie die entsprechende Auswertungsmethode eingegangen wird.

4.1 Literaturrecherche

Um die Fragestellung aus Kapitel 3 zu beantworten, wurde zu Beginn der Arbeit eine systematische Literaturrecherche durchgeführt. Bei der systematischen Literaturrecherche wird nach bestimmt Keywords (Schlüsselwörtern) in verschiedenen Datenbanken gesucht, welche aus der Themenstellung abgeleitet werden (Kache et al., 2015). Dafür wurden zunächst Keywords herausgearbeitet und diese in verschiedenen Datenbanken eingegeben.

Für diese Keywords wurden teilweise auch Synonyme genutzt. Die hierfür verwendeten Datenbanken waren der Katalog der Sächsischen Staats- und Landesbibliothek und Google Scholar. Hier ist anzumerken, dass Google Scholar vor allem dafür genutzt wurde, Graue Literatur zu finden. Der Sammelbegriff Graue Literatur bezeichnet dabei alle nicht verlagsgebundenen Veröffentlichungen, darunter fällt beispielsweise Literatur von Behörden, Firmen oder auch Vereinen (Universitätsbibliothek der Humboldt-Universität zu Berlin, 2023). Da im Bereich Aufpreisvermarktung und Streuobst generell wenige Arbeiten existieren, wurde in dieser Arbeit vermehrt auf Graue Literatur zurückgegriffen. Insgesamt sollte auch die Zitierfähigkeit und die Zitierwürdigkeit der Quelle beachtet werden. Die Zitierfähigkeit ist gegeben, wenn Quellen publiziert wurden. Zitierwürdige Quellen zeichnen sich dadurch aus, dass der Autor als Person oder Organisation eindeutig aufgeführt werden kann und somit auch hinter der zitierten Aussage steht (Heesen, 2021).

4.2 Vorbereitung und Durchführung der Interviews

Nach der Auswahl der geeigneten Methode ist es für die Datenerhebung wichtig, das Interview sorgfältig vorzubereiten. Obwohl die Interviews möglichst offen geführt werden sollen, ist eine methodische Kontrolle durch eine ausreichende Vorbereitung notwendig. Im Folgenden soll daher dargestellt werden, wie das leitfadengestützte Interview vorbereitet wurde und der Kommunikationsprozess möglichst so geplant wurde, dass alle relevanten Informationen erbracht werden können.

4.2.1 Auswahl der Expert:innen

Wichtig bei Experteninterviews ist die Auswahl der Expert:innen, denn diese entscheiden über die Art und Qualität der Informationen, die erhalten werden. Um Interviewpartner:innen auswählen zu können, ist es wichtig zu überlegen wer die notwendigen Informationen für die zu erforschende Fragestellung hat. Es ist selten, dass ein/e Interviewpartner:in über alle notwendigen Informationen verfügt, weshalb es notwendig ist mehrere Interviews zu führen (Gläser & Laudel, 2010).

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist, dass das Problem aus verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden sollte. Daher empfiehlt es sich, mehrere Interviewpartner:innen zu befragen (Gläser & Laudel, 2010).

Für diese Arbeit wurden Interviewpartner:innen ausgewählt, die aus dem Wissensbereich Streuobstwiesen kommen und am besten auch in Zusammenhang mit der Aufpreisvermarktung stehen. Dafür wurden verschiedene Expert:innen angeschrieben, welche die Aufpreisvermarktung aus verschiedenen Blickwinkeln kennen. Da die Kontaktaufnahme nicht immer erfolgreich war, spielten auch die Erreichbarkeit und die Bereitschaft der Expert:innen eine Rolle bei der Auswahl. Um eine möglichst diverse Stichprobe zu erhalten, war das Ziel zwei Leiter:innen von Aufpreisinitiativen aus Sachsen, zwei Leiter:innen von Aufpreisinitiativen aus Baden-Württemberg und zwei unabhängige Expert:innen zu interviewen. Da das Ziel zwei verschiedene Aufpreisinitiative aus Baden-Württemberg zu interviewen aufgrund von mangelnden Rückmeldungen nicht erfolgreich war, wurde der Internetauftritt einer Aufpreisinitiative als Vergleich herangezogen. Die ausgewählte Initiative „Feines von Reutlinger Streuobstwiesen“ besitzt eine sehr umfangreiche Website, aus der ein Textdokument erstellt wurde, welches im weiteren

Verlauf genauso wie die Experteninterviews in die Auswertung miteingeflossen ist (Anhang 4.6).

In Tabelle 2 sind die einzelnen Expert:innen dargestellt, die interviewt wurden. Außerdem sind ihre Organisation und ihre Verbindung zu Streuobstwiesen bzw. ihre Verbindung zu Aufpreisvermarktungen dargestellt.

Tabelle 2: Tabelle mit den verschiedenen Expert:innen, der zugehörigen Organisation und ihrer Verbindung zu Streuobst (eigene Darstellung)

Expert:innen	**Organisation (Bundesland)**	**Verbindung zu Streuobstwiesen / Aufpreisvermarktungen**
Tobias Stange	Streuobstkelterei Gohla (Sachsen)	Inhaber der Streuobstkelterei Gohla Bietet mit seiner Kelterei Aufpreisvermarktung an
Andreas Wegener	Grüne Liga Dresden e.V. (Sachsen)	Leiter des Projekts Streuobstwiesen der Grünen Liga Dresden e.V. Das Projekt bietet eine Aufpreisvermarktung an
Sophia Philipp	Hochstamm e.V. (Baden-Württemberg)	Teil der Geschäftsstelle Hochstamm Deutschland e.V. Arbeitet an ihrer Promotion in der Verbraucherforschung zum Thema Streuobst
Hannes Bürckmann	Hochstamm e.V. (Baden-Württemberg)	Teil der Geschäftsstelle Hochstamm Deutschland e.V. Mitinhaber eines Regionalmanagementbüros
Markus Rösler	NABU BFA Streuobst (Baden-Württemberg)	Vorsitzender des NABU Bundesfachausschuss Streuobst
Grünspecht	Grünspecht (Baden-Württemberg)	Vereinsvorsitzender des Förderkreises regionaler Streuobstbau Hohenlohe-Franken e.V. („Aufpreisinitiative Grünspecht“)

4.2.2 Erstellung des Interviewleitfadens

Da die verschiedenen Expert:innen spezifisches Wissen in Bezug auf die Aufpreisvermarktung haben, ist es sinnvoll für jeden „Expertentyp“ einen eigenen Interviewleitfaden zu entwickeln (Gläser & Laudel, 2010). Daher wurde für die Aufpreisinitiativen ein gemeinsamer Interviewleitfaden entwickelt (Streuobstkelterei Gohla, Grüne Liga Dresden und die Grünspecht Initiative) und für die anderen zwei Interviews wurden extra Fragebögen entwickelt. Diese überschneiden sich in einigen

Fragen, wobei aber immer ein anderer Schwerpunkt passend zur:zum jeweiligen Expert:in gesetzt wurde (Anhang 3).

Der erarbeitete Leitfaden bildet in den Interviews lediglich ein Gerüst, an dem sich orientiert und die Reihenfolge der Fragen selbst bestimmt werden kann. Das heißt, es wurden nichtstandardisierte Leitfadeninterviews durchgeführt (Gläser & Laudel, 2010). Auch wenn nichtstandardisierte Interviews eher einem Gespräch ähneln, muss beachtet werden, dass Antworten verweigert werden dürfen ohne mit Strafen zu rechnen, es im Dialog eine feste Rollenverteilung zwischen Fragenden und Antwortenden gibt und die fragende Person das Gespräch leitet (Haller, 2001).

Damit ein natürlicher Gesprächsverlauf zustande kommt, sollen die Fragen inhaltlich nach zusammengehörigen Themen angeordnet werden (Gläser & Laudel, 2010). Aus diesem Grund wurden die einzelnen Leitfäden in verschiedene Themenblöcke eingeteilt. Der Interviewleitfaden der Aufpreisinitiativen wurde in vier Themenblöcke eingeteilt. Im ersten Block wurde nach der Entstehung und Organisation der Aufpreisvermarktung gefragt. Hier sollen zum Einstieg allgemeine Fragen zu der jeweiligen Initiative geklärt werden, wie beispielsweise zur Gründung und zur Struktur der Initiative und zur Umsetzung der Aufpreisvermarktung. Dadurch kann später eine bessere Vergleichbarkeit zwischen den Initiativen entstehen und Unterschiede im Grundaufbau erkannt werden. Im zweiten Fragenblock geht es um die Entwicklung der Aufpreisinitiative, also um ihre Entwicklung seit dem Bestehen und um die allgemeine Umsetzung des Projektes. Die Berücksichtigung und Einbindung der verschiedenen Umweltaspekte werden im dritten Themenblock abgefragt. Dabei sollen vor allem die Berücksichtigung ökologischer Bewirtschaftungskriterien, ob eine Bio-Zertifizierung stattfindet und die Qualitätssicherung abgefragt werden. Der vierte und letzte Themenblock behandelt die Rückmeldung von Nutzer:innen der Aufpreisvermarktung. Es geht vor allem darum, ob die Initiative Feedback bekommt und wie das Marketing und die Vertriebswege ablaufen. Bei den anderen beiden Interviews gab es einmal zwei und einmal drei Themenblöcke. In beiden Interviews wurde auf die regionalen und kulturellen Unterschiede zwischen Sachsen und Baden-Württemberg eingegangen. Damit sollen vor allem die Auswirkungen der regionalen und kulturellen Unterschiede auf die Aufpreisvermarktung ermittelt werden. Der letzte Themenblock ist jeweils „Aufpreisinitiativen aus Sicht der Bewirtschafter:innen“. Dabei geht es vor allem um die Wirtschaftlichkeit von

Streuobstwiesen, um Feedback und Verbesserungsvorschläge und um Herausforderungen.
Der dritte Themenblock, der in einem der Interviews angesprochen wurde, bezieht sich auf die Entwicklung der Aufpreisinitiativen im Laufe der Zeit, da die befragte Person über langjährige Erfahrungen in diesem Bereich verfügt.
Abschließend wurde unabhängig von den Themenblöcken immer noch die Frage gestellt, ob irgendwelche für die/den Befragte:n wichtigen Themen vergessen wurden und ob noch abschließend was für ihn/sie relevantes ergänzt werden soll. Die einzelnen Fragen in den Themenblöcken beziehen sich oft auf die Erfahrung der einzelnen Experten, aber auch auf ihr Wissen zu ihrer Initiative oder ihre Meinung zu bestimmten Dingen. Bei den Fragen wurde vor allem darauf geachtet keine Suggestivfragen zu stellen und eine neutrale Haltung zu wahren.
Um komplizierte Fragen, einen verständlichen Inhalt und guten Aufbau zu gewährleisten wurden die verschiedenen Leitfäden mit den Betreuenden dieser Arbeit durchgesprochen und die angemerkten Verbesserungen eingearbeitet.

4.2.3 Durchführung der Interviews

Im Zeitraum vom 15.12.2023 bis zum 14.01.2024 wurden fünf verschiedene Interviews mit insgesamt sechs Expert:innen durchgeführt. Der Leitfaden für das Interview wurde auf Nachfrage vorab verschickt. Um keinen Informationsverlust oder eine Informationsveränderung herbeizuführen, wurde auf eine handschriftliche Protokollierung verzichtet und stattdessen mit Einverständnis der Interviewpartner:innen eine Tonaufnahme der Interviews gemacht. Die Gespräche wurden face-to-face online über die Videokonferenzplattform Jitsi durchgeführt. Vorab wurde den Expert:innen eine ungefähre Interviewzeit von einer Stunde mitgeteilt. Die Interviews verliefen ohne größere Störungen, wodurch der Gesprächsablauf nicht negativ beeinflusst wurde.

4.2.4 Transkribieren

Im Anschluss an die Interviews wurden die erhobenen Daten ausgewertet. Dafür wurden die vorliegenden Audiodateien verschriftlicht. Für diese Arbeit wurden die erhobenen Daten vollständig transkribiert. Da es für die Transkription keine allgemein akzeptierten Regeln gibt, wird sich in dieser Arbeit an den Regeln von Gläser und Laudel orientiert. Folgende Regeln sind dabei zu beachten (Gläser & Laudel, 2010):

- Es wird Standardorthografie verschriftet (z. B. „hast du“ statt „haste“)
- Nonverbale Äußerungen, wie Lachen oder Husten werden nicht mit aufgeschrieben, es sei denn sie verändern den Kontext der Aussage
- Unterbrechungen im Gespräch werden vermerkt
- Unverständliche Passagen werden gekennzeichnet

Die Transkripte befinden sich im Anhang (Anhang 4).

4.3 Auswertungsmethode – Qualitative Inhaltsanalyse

Mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse werden in dieser Arbeit aus den verschiedenen Experteninterviews, die Informationen so extrahiert, dass nur noch die für die Forschungsfragen relevanten Informationen übrig bleiben (Anhang 5). Dafür wird der Text mit einem Suchraster gescannt und die passenden Informationen werden extrahiert. Diese Informationen werden dann anhand des Suchrasters strukturiert (Gläser & Laudel, 2010).

Die Entwicklung der einzelnen Kategorien des Suchrasters kann induktiv oder deduktiv erfolgen. Bei der deduktiven Kategorienbildung werden theoretische Daten als Basis genutzt, wohingegen bei der induktiven Kategorienbildung das vorliegende Material als Grundlage genutzt wird (Kuckartz, 2018). Die Kategorienbildung in der vorliegenden Arbeit erfolgte induktiv, also anhand des vorliegenden Materials und vorliegende Kategoriensystem wird hierarchisch betrachtet. Die einzelnen Kategorien werden dabei in Hauptkategorien und Subkategorien unterteilt (Kuckartz, 2018).

In dieser Arbeit wird sich an der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz 2018 orientiert. Der Ablauf der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse ist in Abb. 8 dargestellt. In dieser Arbeit wurde der untenstehende Ablauf befolgt.

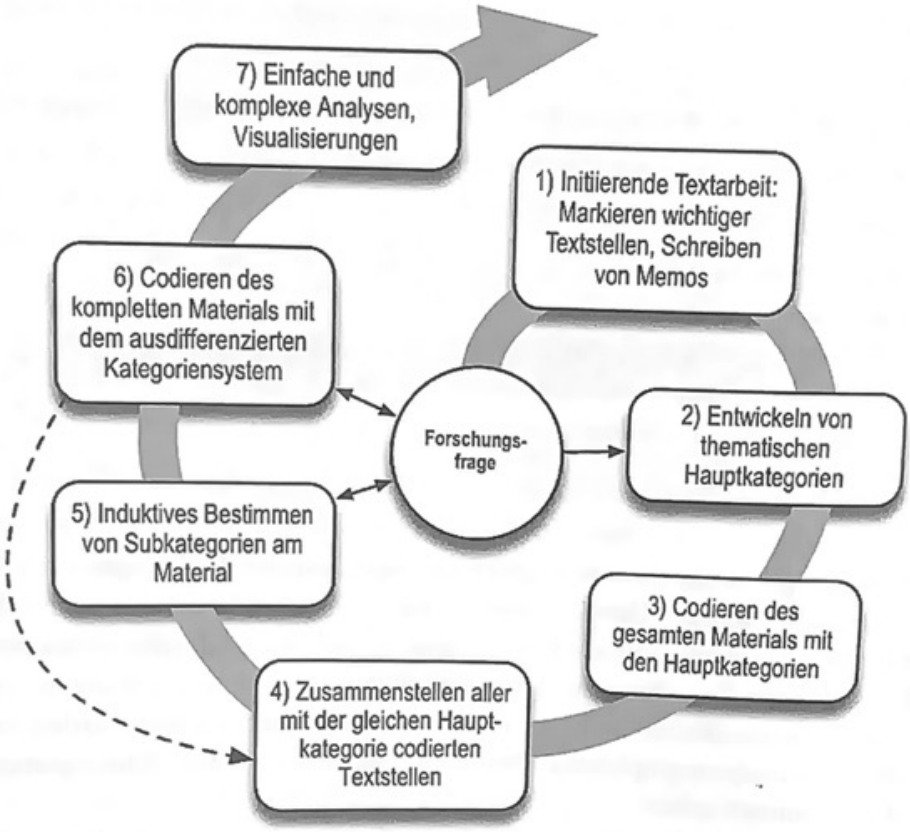

Abbildung 8: Ablaufschema einer inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse (Kuckartz 2018, S 100)

Die Analyse des Textes erfolgte mit der kostenlosen zweiwöchigen Testversion des Programms MAXQDA 24. Dieses Computerprogramm unterstützt die qualitative Inhaltsanalyse, indem Werkzeuge für bspw. die Codierung bereitstehen und die Ergebnisse anschließend visualisiert werden können.

In der letzten Phase des Ablaufschemas wird das erarbeitete Material analysiert und die Ergebnisse für die Präsentation visualisiert.

Dafür werden die in der Auswertung erstellten Kategorien als einzelne Haupt- und Subkategorien in einer sinnvollen Reihenfolge vorgestellt und die Ergebnisse nicht nur anhand der Häufigkeit dargestellt, sondern viel mehr anhand der inhaltlichen Ergebnisse auf qualitative Weise präsentiert (Kuckartz, 2018). Es gibt noch weitere verschiedene Auswertungsprozesse, die jedoch für den Rahmen dieser Art als nicht relevant erachtet werden.

5. Ergebnisse

Im nachfolgenden Teil sollen die einzelnen Ergebnisse aus der Analyse mit MAXQDA 2024 vorgestellt werden. Es wurden dafür fünf transkribierte Interviews, mit insgesamt sechs verschiedenen Experten genutzt (Anhang 4.1-4.5). Außerdem wurde die Website der Streuobstinitiative „Feines von Reutlinger Streuobstwiesen“ miteinbezogen, um die gleiche Anzahl an Streuobstinitiativen aus den zu vergleichenden Bundesländern zu erhalten (Anhang 4.6).

Dabei werden die Charakteristika der Initiativen anhand der erarbeiteten Haupt- und Subkategorien vorgestellt. Die mithilfe von MAXQDA erstellten Code-Matrizen sind ebenfalls in Haupt- und Subkategorien eingeteilt und zeigen die Nennungshäufigkeit der einzelnen Kategorien. Dabei kann anhand der Nennungshäufigkeit nicht auf die Relevanz der einzelnen Themen geschlossen werden, sondern nur auf die Relevanz für die interviewten Expert:innen. Die Darstellung erfolgt nicht interviewspezifisch, sondern über die Gesamtheit der Expert:innen.

5.1 Hard-Facts zu den Expert:innen

Um ein besseres Verständnis der Analyse und der Interviewpartner:innen zu ermöglichen, wird vor dem eigentlichen Vergleich erläutert, wie sich die interviewten Initiativen zwischen den Bundesländern unterscheiden. Dabei liegt der Schwerpunkt auf der Gründung der Initiative, der Zertifizierung und der Größe anhand des Absatzes (Abb. 9).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Fakten zu den Experten		0
Baden-Württemberg		0
Gründung aus Organisation heraus		3
Modell		0
Bio-zertifiziert		1
Konventionell		2
Größe nach Absatz		0
Mittel		2
Sachsen		0
Gründung aus Organisation heraus		1
Modell		0
Bio-zertifiziert		2
Konventionell		0
Größe nach Absatz		0
Klein		2
SUMME	14	14

Abbildung 9: Kategorien zu den Expert:innen (eigene Darstellung)

In Baden-Württemberg sind alle befragten Initiativen aus Organisationen wie z. B. dem NABU heraus entstanden und auch nicht bio-zertifizierte Betriebe wurden befragt (Abb. 9). In Sachsen dagegen ist eine Aufpreisvermarktung aus einem schon bestehenden Verein heraus entstanden und die beiden befragten Initiativen sind bio-zertifiziert. Auch die Größe der Initiativen unterschiedet sich. In Sachsen wurden zwei kleine Initiativen befragt und in Baden-Württemberg zwei mittelgroße.

5.2 Vergleich der Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg und Sachsen

In diesem Kapitel werden die Aufpreisinitiativen anhand der erarbeiteten Hauptkategorien verglichen. Das Kapitel wird zunächst nach den sieben Hauptkategorien unterteilt, welche wiederum in die Bundesländer unterteilt sind. Die beiden Bundesländer haben jeweils ähnliche Subkategorien, um eine bessere Vergleichbarkeit zu erreichen.

5.2.1 Antrieb hinter der Aufpreisvermarktung

Bei der Hauptkategorie „Antrieb hinter Aufpreisvermarktung“ wurde die Motivation der Initiativen für die Gründung einer Aufpreisvermarktung erfasst. Dabei wurden die Subkategorien „Schutz von Streuobstwiesen“, „Wirtschaftlichkeit erhöhen“, „Wissensvermittlung“ und „Vernetzung von Streuobstwiesen-Besitzer:innen“ gewählt.

5.2.1.1 Baden-Württemberg

In Baden-Württemberg wurden als Motivation hinter der Aufpreisvermarktung insgesamt 18 Gründe genannt (Abb. 10). An häufigsten wurde der Schutz von Streuobstwiesen genannt, wobei die Subkategorie „Erhaltung des Landschaftsbildes“ die meisten Nennungen verzeichnet. Aber auch der „Erhalt durch Nutzung“, welcher zum Schutz von Streuobstwiesen beiträgt und durch die Aufpreisvermarktung gefördert wird, wurde mehrfach genannt. Weitere Punkte, die die Expert:innen häufig genannt hatten, war die „Vernetzung von Streuobstwiesen–Besitzer:innen“, die „Vermarktung zu steigern“ und die „Wissensvermittlung“.

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Antrieb hinter der Aufpreisvermarktung		0
Baden-Württemberg		0
Schutz von Streuobstwiesen		0
Ökologie		1
Erhalt durch Nutzung		3
Landschaftsbild erhalten		4
Wirtschaftlichkeit von Streuobstwiesen erhöhen		0
Erhöhter Konsum von Streuobstwiesen - Produkten		2
Werschöpfungskette verlängern		1
Vermarktung steigern		2
Wissensvermittlung		2
Vernetzung von Streuobstwiesen - Besitzer:innen		3
SUMME	18	18

Abbildung 10: Hauptkategorie „Antrieb hinter der Aufpreisvermarktung“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)

5.2.1.2 Sachsen

In Sachsen wurden insgesamt 14 verschiedene Gründe für die Gründung einer Aufpreisinitiative genannt (Abb. 11). Dabei wurde genau wie in Baden-Württemberg als erstes der Schutz von Streuobstwiesen für die „Erhaltung des Landschaftsbildes“ genannt. Außerdem wurde die „Steigerung der Vermarktung von Streuobstprodukten“ häufig genannt. Weniger Nennungen hatten der „Erhalt durch Nutzung“ und die „Sortenerhaltung“.

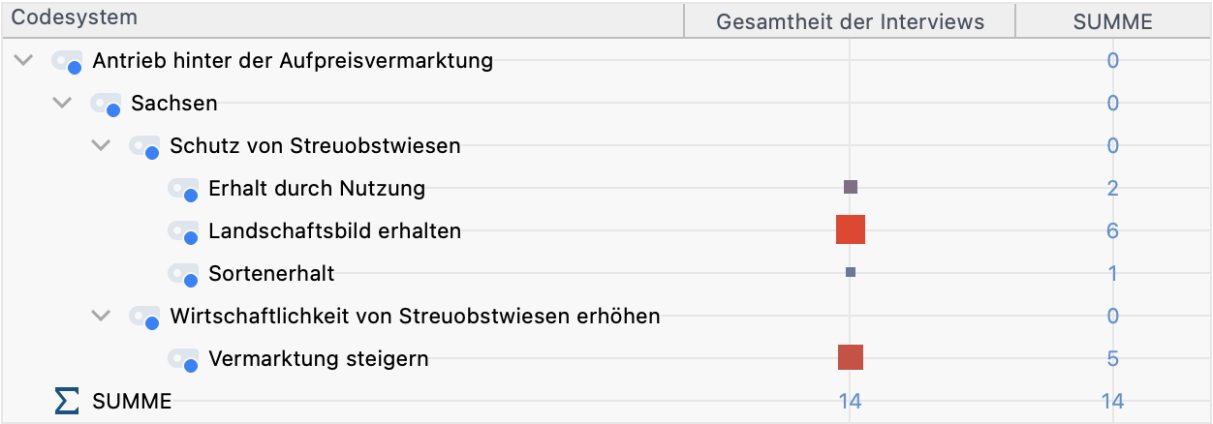

Abbildung 11: Hauptkategorie „Antrieb hinter der Aufpreisvermarktung“ in Sachsen (eigene Darstellung)

5.2.2 Zur Aufpreisinitiative im Allgemeinen

Bei der Hauptkategorie „Aufpreisinitiative im Allgemeinen“ steht vor allem der „gezahlte Aufpreis“, die „Entwicklung“ von Aufpreisvermarktungen im Allgemeinen und das „Management“ im Vordergrund.

5.2.2.1 Baden-Württemberg

Von den Expert:innen aus Baden-Württemberg wurden 20 Aussagen getroffen, die der Kategorie „Zur Aufpreisvermarktung“ zugeordnet wurden (Abb. 12). Der gezahlte Aufpreis bei einer Aufpreisinitiative in Baden-Württemberg ist auf mindestens 15 €/dt festgelegt und bei der anderen Initiative werden ungefähr 3 bis 4 € mehr als der aktuelle Marktpreis gezahlt.

Bei der Entwicklung von Aufpreisinitiativen wurde von den befragten Expert:innen geäußert, dass in Baden-Württemberg aktuell eine Stagnation der Neugründungen vorherrscht (B4:409-411). In Interview B4:415 wird aber auch davon gesprochen, dass ein klarer positiver Trend bei den Nussölen zu verzeichnen ist. Die Entwicklung des Umsatzes wurde bei einer Aufpreisinitiative nicht klar geäußert und bei der anderen ein Rückgang seit der Corona Pandemie festgestellt. Bei den Preisen für das Obst wurde zweimal genannt, dass keine Preisstaffelung stattfindet, und in einem Fall wird nach Gewicht gestaffelt. Das bedeutet umso mehr Obst gebracht wird, umso mehr €/dt werden gezahlt. Auch die Vermarktung mit einem Logo wurde angesprochen und vor allem im Interview B5 als positiv erachtet: „Ich glaube, dass das Logo mit dem Specht schon relativ gut

gewählt war und damit auch dafür gesorgt hat, dass relativ stabile Absatzmengen zustande kamen." (B5:46-48).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Zur Aufpreisvermarktung		0
Baden-Württemberg		0
Gezahlter Aufpreis		0
Festgelegt		0
Mindestens 15€/DZ		2
Orientierung am Marktpreis		2
Entwicklung		0
Aufpreisvermarktungen		0
Anstieg		1
Stagnation		7
Steigendes Interesse		0
Umsatz		0
Rückgang seit Corona		1
Unklar		1
Preisstaffelung		0
Nach Gewicht		1
Keine		2
Logo		3
Weitervermarktung		0
SUMME	20	20

Abbildung 12: Hauptkategorie „Zur Aufpreisvermarktung" in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)

5.2.2.2 Sachsen

In Sachsen wurden der Hauptkategorie „Zur Aufpreisvermarktung" 19 Aussagen zugeordnet (Abb. 13). Der gezahlte Aufpreis in Sachsen ist bei den befragten Initiativen festgelegt und beträgt 25 €/dt, ist also im Gegensatz zu Baden-Württemberg höher. Der Aufpreis wurde in beiden Initiativen sukzessive erhöht und ist bei 15 €/dt gestartet. Bei der Entwicklung der Aufpreisvermarktung wurde häufig genannt, dass ein steigendes Interesse bei den Kunden besteht und bei der Preisstaffelung wurde jeweils jede Subkategorie zu gleichen Anteilen genannt. Besonders das steigende Interesse wurde im Interview B1 besonders hervorgehoben: „Wir haben in den letzten Jahren vermehrt Interesse von neuen Leuten so und haben auch ein zwei neue mittlerweile aufgenommen,

also man sieht daran, dass die Leute das Suchen und uns auch irgendwie finden." (B1:172-174). Auch die Weitervermarktung des Obstes zu einem noch höheren Aufpreis wurde in einer Initiative genannt (B3:426-430).

In Sachsen wird das Obst, genauso wie in Baden-Württemberg mit eigenem Logo vermarktet.

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Zur Aufpreisvermarktung		0
Sachsen		0
Gezahlter Aufpreis		0
Festgelegt		2
Sonstiges		2
Entwicklung		0
Aufpreisvermarktungen		0
Steigendes Interesse		6
Umsatz		0
Plus		1
Rückgang seit Corona		2
Preisstaffelung		0
Keine		1
Nach Sorte		1
Nach Saison		1
Weitervermarktung		1
Logo		2
SUMME	19	19

Abbildung 13: Hauptkategorie „Zur Aufpreisinitiative" in Sachsen (eigene Darstellung)

5.2.3 Innerhalb der Aufpreisinitiative

Bei der Hauptkategorie „Innerhalb der Initiative“ wurden interne Dinge, wie zum Beispiel die „Mitglieder“, die „Organisation“ und „Umweltauflagen“ als Subkategorien festgelegt. Im Gegensatz zur Hauptkategorie „Zur Aufpreisvermarktung“ geht es hier darum die internen Strukturen und Besonderheiten der einzelnen Initiativen herauszuarbeiten.

5.2.3.1 Baden-Württemberg

Insgesamt wurden dieser Kategorie 33 Nennungen zugeordnet (Abb. 14). Die Initiativen, die in Baden-Württemberg interviewt wurden, haben zwischen 50 und 200 Mitgliedern. Die Organisation erfolgt ehrenamtlich und die Obstabgabe über Sammelstellen. Das bedeutet, dass die Kelterei Container an verschiedenen Stellen aufstellt und die Aufpreisinitiative an diesen Stellen das Obst entgegennimmt und die Aufpreiszahlungen regelt. Die Umweltauflagen, die jede Aufpreisinitiative hat, werden von externen Gutachtern überprüft. Dabei kommt die Initiative für die anfallenden Kosten auf, die entweder durch den Mitgliedsbeitrag oder den Gewinn aus der Aufpreisvermarktung gezahlt werden. Die Umweltauflagen werden durch die Bio-Zertifizierung vorgegeben oder es werden eigene Auflagen auferlegt, wenn keine Bio-Zertifizierung vorhanden ist. Die Vermarktung in den einzelnen Initiativen erfolgt teilweise extern, also durch die Kelterei. Der Obstumsatz, der generiert wird (ohne die Einrechnung der Arbeitszeit), lässt die Initiativen als mittelgroß einstufen.

Der Vertrieb in Baden-Württemberg erfolgt hauptsächlich über die Supermärkte der Region, wie bspw. Rewe, Edeka und regionale Getränkeläden. Es werden aber auch Streuobstwiesensäfte an die Gastronomie oder an andere regionale Läden verkauft.

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Innerhalb der Initiative		0
Baden-Würrtemberg		0
Mitglieder		0
50-200		2
Mitgliedsbeitrag		1
Organisation		0
Ehrenamtlich		5
Eigene Streuobstwiesen		0
Obstabgabe		0
Sammelstellen		3
Umweltauflagen		0
Kontrolle		2
Extern		2
Intern		0
Biozertifiziert		3
Nicht-Biozertifiziert		0
Eigene Auflagen		1
Vermarktung		0
Umsatz		0
Mittel		3
extern		2
intern		0
Vertrieb		0
Bioläden		1
Edeka, Rewe etc.		4
Eigener Laden		1
Gastro		2
Marktschwärmerei		0
Regionalmanagementbüro		1
Verbrauchergemeinschaften		0
SUMME	33	33

Abbildung 14: Hauptkategorie „Innerhalb der Aufpreisinitiative“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)

5.2.3.2 Sachsen

In Sachsen wurden der Kategorie „Innerhalb der Aufpreisinitiative“ 30 Nennungen zugeordnet (Abb. 15). Die Mitgliederzahlen sind zwischen 1 und 50, also kleiner als die befragten Initiativen in Baden-Württemberg. Die Initiativen in Sachsen haben in beiden Fällen eigene Streuobstwiesen, dessen Obst in die Vermarktung miteingeht. Ein weiterer Unterschied zu den befragten Initiativen in Baden-Württemberg ist, dass in Sachsen das Obst direkt bei der Mosterei abgegeben wird und nicht an Sammelstellen:

„Genau, wir haben das früher so gemacht, dass wir verschiedene Stellen hatten in der Stadt, wo unsere Container standen für die normale Ernte. Das hat sich als wenig zweckmäßig erwiesen. Wir machen inzwischen so, dass die Leute es direkt zur Kelterei bringen und die dort einen Lieferschein kriegen [...] und ich schreibe dann eine Gutschrift und das kriegen die Leute dann überwiesen.“ (B3:72-76).

Die Umweltauflagen entsprechen in Sachsen bei beiden Initiativen dem Standard der Gäa und werden extern kontrolliert. Durch die geringeren Obstmengen ist auch der Absatz geringer und die Vermarktung erfolgt intern. In Sachsen wird der Saft vor allem über Verbrauchergemeinschaften in der Region Meißen/Dresden vermarktet: „Also sagen wir 95 Prozent [...] über die Verbrauchergemeinschaft“ (B3:274), aber auch andere regionale Bioläden werden beliefert.

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Innerhalb der Initiative		0
Sachsen		0
Mitglieder		0
0-50		2
Organisation		0
Besonderheiten		2
Ehrenamtlich		1
Eigene Streuobstwiesen		3
Obstabgabe		0
Mosterei		2
Umweltauflagen		0
Kontrolle		0
extern		2
intern		0
Biozertifiziert		0
GÄA		3
Eigene Auflagen		1
Nicht-biozertifiziert		0
Vermarktung		0
Umsatz		0
Klein		2
Intern		2
extern		0
Vertrieb		0
Bioläden		1
Edeka, Rewe etc.		2
Eigener Laden		1
Gastro		1
Marktschwärmerei		1
Verbrauchergemeinschaften		4
Regionalmanagementbüro		0
SUMME	30	30

Abbildung 15: Hauptkategorie „Innerhalb der Aufpreisinitiative“ in Sachsen (eigene Darstellung)

5.2.4 Probleme

Im folgenden Teil wird die Hauptkategorie „Probleme“ vorgestellt. Dabei wurden alle Problemnennungen, die in den einzelnen Interviews angesprochen wurden, aufgenommen. Unterteilt wurde dabei beispielsweise in die Subkategorien „Bewirtschaftung“, „Ehrenamt“, „Vermarktung“ und „Zertifizierung“. Die Hauptkategorie „Probleme“ hat insgesamt von allen Hauptkategorien die meisten Nennungen.

5.2.4.1 Baden-Württemberg

Insgesamt wurden in Baden-Württemberg 44 Nennungen der Hauptkategorie „Probleme“ zugeordnet (Abb. 16). Die meistens Nennungen in der Hauptkategorie „Probleme“ hat die Subkategorie Ehrenamt. Diese Nennungen sind zum einen auf die Expert:innen zurückzuführen, die nicht in einer Aufpreisinitiative tätig sind und das Ehrenamt in sich als Problem ansehen.

„Das kann man ehrenamtlich machen, das hat dann aber seine natürlichen Grenzen.“ (B2:417).

Zum anderen kommen auch Stimmen von den Initiativen, dass die Ehrenamtlichen weniger werden, wie in Interview B5:160-163: „dass wir natürlich auch gerne noch ein paar mehr Mitglieder hätten, weil unsere Altersstruktur, natürlich auch völlig überaltert ist. Viele Mitglieder sind über 70/80 Jahre alt, die alle so lange sie leben Obst sammeln und abgeben aber die durch den Tod immer wieder rausfallen und die Kinder übernehmen es nicht, das heißt wir haben es dieses Jahr grad so geschafft, die Zahl der ausscheidenden Mitglieder, wobei die meisten tatsächlich durch Tod ausgeschieden sind, mit der Zahl der Neueingestiegenen wieder zu decken“. Weitere Probleme, die im Fokus der Expert:innen lagen waren der Klimawandel und schwankende Obstmengen. Diese können in Zusammenhang mit dem Klimawandel oder auch allgemein genannt worden seien. Auch präsent sind der schlechte Pflegezustand vieler Streuobstwiesen, der schlechte Absatz und die Konkurrenz von Streuobstprodukten mit beispielsweise Bio-Plantagen Apfelsaft „wo sowohl das Apfelsaftkonzentrat auf den Markt drückt und jetzt halt auch zunehmend Bioplantagen“ (B4:445-446).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Probleme		0
Baden-Württemberg		0
Balance zwischen Wirtschaftlichkeit und Naturschutz		1
Bewirtschaftung		0
Abholzung		2
Fehlende Nachpflanzungen		2
Schlechter Pflegezustand		4
Ehrenamt		8
Fehlende Sicherheit		1
Klimawandel		5
Vermarktung		0
Hohe Preise im Verkauf		2
Schlechter Absatz		4
Konkurrenz		3
Pfandflaschensystem		1
Schwanke Obstmengen		5
Zertifizierung		0
Brandwein Monopol		1
Fehlender Begriffschutz		1
Sonstiges		4
SUMME	44	44

Abbildung 16: Hauptkategorie „Probleme“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)

5.2.4.2 Sachsen

Aus den Interviews mit den Expert:innen aus Sachsen wurden insgesamt 63 Nennungen herausgearbeitet (Abb.17). Die meisten Nennungen verzeichnet dabei der schlechte Absatz von Streuobstprodukten bei der Vermarktung. Genau wie in Baden-Württemberg wurden auch der schlechte Pflegezustand von Streuobstwiesen und schwankende Obstmengen angesprochen. In diesem Zusammenhang wurden auch oft die fehlende Planungssicherheit durch die natürliche Alternanz und die Balance zwischen Wirtschaftlichkeit und Naturschutz angesprochen. Ein weiterer Punkt sind fehlende Nachpflanzungen und im Bereich der Vermarktung der schlechte Absatz: „Schwierigkeit liegt dann sozusagen letztendlich in der Vermarktung und in der Akzeptanz in der Verkaufsstelle“ (B1:73-74).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Probleme		0
Sachsen		0
Balance zwischen Wirtschaftlichkeit und Naturschutz		3
Bewirtschaftung		0
Abholzung		3
Bio-Zertifizierung		1
Fehlende Nachpflanzungen		6
Schlechter Pflegezustand		6
Trockenheit		2
Ehrenamt		1
Fehlende Sicherheit		3
Vermarktung		0
Geringe Obstpreise		3
Hohe Preise im Verkauf		1
Schlechter Absatz		8
Konkurrenz		5
Label		2
Schwankende Obstmengen		4
Zertifizierung		2
Bio-Zertifizierung		1
Aufwand		2
Dauer der Umstellung auf Bio		1
Komplizierte und wechselnde Richtlinen		2
Kosten		2
Fehlender Begriffschutz		1
Sonstiges		4
SUMME	63	63

Abbildung 17: Hauptkategorie „Probleme“ in Sachsen (eigene Darstellung)

5.2.5 Regionale und kulturelle Besonderheiten

In diesem Kapitel wird die Hauptkategorie „Regionale und kulturelle Besonderheiten“ genauer beleuchtet. Ziel dabei war es die Besonderheiten jedes Bundeslandes herauszuarbeiten und so eventuelle Unterschiede zwischen den einzelnen Bundesländern zu erkennen, welche die Aufpreisvermarktung beeinflussen könnten. Im Interview wurde die Frage offen gestellt, wodurch sich unterschiedliche Subkategorien ergaben. Gemeinsame Subkategorien waren beispielsweise „Obstreiche Gegend“, „Regionalität“ und „Umweltbeschaffenheit“.

5.2.5.1 Baden-Württemberg

In Baden-Württemberg wurden in dieser Kategorie 45 verschiedene Aspekte genannt (Abb. 18). Bei den „Kulturellen Besonderheiten“ wurde vor allem das hohe Engagement der Bevölkerung genannt, welches in den Interviews positiv hervorgehoben wurde: „Und es gibt auch eine ganze Menge Menschen, Vereine, Verbände, die sich oder auch noch Initiativen für Streuobst einsetzen in Baden-Württemberg. Das gibt es in anderen Länderteilen auch. Ich glaube, die Zahl an Aufpreisinitiativen oder an Verbänden für Obst- und Gartenbauvereine, das gibt es, glaube ich. Also da ist Baden-Württemberg schon ein Vorreiter und es prägt halt auch die Kultur teilweise.“ (B2:85-87). Bei den kulturellen Besonderheiten wurde außerdem angesprochen, dass „jeder sein eigenes Ding macht“ (B2:162), also es untereinander oder zwischen den Initiativen wenig Absprache oder Kooperationen gibt. Auch der Anteil von Streuobstbeständen außerhalb der Landwirtschaft, also in Privatbesitz, wurde erwähnt (B2:60).

Bei den „Regionalen Besonderheiten“ wurde häufig die Obstreiche Gegend erwähnt, also auf das besondere Landschaftsbild verwiesen: „im Bereich vom schwäbischen Alpvorland, [sind] die größten Streuobstbestände Europas“ (B4:52). Auch die lokalen Mostereien und die lokale Vermarktung wurden als Besonderheit genannt.

Bei der Umweltbeschaffenheit wurde vor allem auf die verschiedenen Formen von Streuobstwiesen verwiesen und genannt, dass sowohl Streuobstäcker als auch Streuobstbäume in Kombination mit Blühwiesen in Baden-Württemberg vorkommen (B4:104-107). Des Weiteren wurde genannt, dass in Baden-Württemberg Streuobstwiesen in sehr vielen verschiedenen Höhenstufen vorkommen, also ein großes Relief vorherrscht: „wir haben bei uns ein Höhenobstbauversuch in 840 m Höhe sowas gibt es jetzt in Sachsen nicht“ (B4:197).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Regionale/kulturelle Besonderheiten		0
Baden-Württemberg		0
Kulturelle Besonderheiten		0
Jeder macht sein Ding		5
Hohes Engagement		9
Streuobstbestände außerhalb der Landwirtschaft		3
Regionale Besonderheiten		0
Rodungsprämie		1
Fördermittel		2
Kommunale Obstbäume		1
Obstreiche Gegend		5
Birnengradient		1
Regionalität		0
Mostereien		0
lokal		2
Vermarktung		3
überregional		1
lokal		2
Umweltbeschaffenheit		0
Streuobstäcker		1
Blühwiesen mit Streuobst		2
Relief		1
SUMME	45	45

Abbildung 18: Hauptkategorie „Regionale und kulturelle Besonderheiten“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)

5.2.5.2 Sachsen

Der Hauptkategorie „Regionale und kulturelle Besonderheiten“ in Sachsen wurden 29 Elemente zugeordnet (Abb. 19).

Den „kulturellen Besonderheiten“ wurden keine Nennungen zugeordnet.

Bei den „regionalen Besonderheiten“ lag der Fokus der interviewten Expert:innen vor allem auf der ehemaligen DDR und der damit eingehenden Nutzungsänderung der Streuobstwiesen: „letztendlich auch sozusagen durch die DDR Landwirtschaft/Bewirtschaftung sind auch viele dieser Sachen weggegangen. Die wurden vielleicht schon zu DDR-Zeiten wegrationalisiert oder wurden Flächen irgendwie verpachtet“ (B1:55-58). Genau wie in Baden-Württemberg war die obstreiche Gegend eine regionale Besonderheit, die häufig genannt wurde.

„Ich meine, was ich hier für Dresden besonders finde, wenn ich jetzt vergleiche halt, also [...] erstmal ist hier eine relativ obstreiche Gegend“ (B3:113.115).

Bei der Regionalität wurden lokale Vermarktungsstrukturen genannt, der Austausch in der Grenzregion und eher mobile oder überregionale Mostereien (B4:234-248).

Bei der Umweltbeschaffenheit wurde auch das Relief, also die unterschiedlichen Höhenstufen auf denen Streuobst wächst genannt: „Dann haben wir hier in der Dresdner Gegend den großen Vorteil, dass der niedrigste Punkt, die Elbe, bei 100 m liegt, und es geht hoch bis Altenberg, die Gegend, wo Äpfel wachsen. Also das auf 800 m liegt, wo auch manchmal noch Äpfel sind, und wir haben ein starkes Relief, das heißt, wir haben eigentlich jedes Jahr Obst, weil wenn der Frost kommt, kommt er eben nicht überall hin oder wenn er kommt, blühen die noch nicht, die Bäume.“ (B3:115-118).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Regionale/kulturelle Besonderheiten		0
Sachsen		0
Kulturelle Besonderheiten		0
Regionale Besonderheiten		0
Fördermittel		2
Geschichte		0
DDR		6
Umwandlung in Äcker		2
Infrastruktur		2
Kommunale Obstbäume		1
Obstreiche Gegend		5
Regionalität		0
Vermarktung		1
Austausch Grenzregion		1
Mostereien		0
Mobile Mostereien		1
überregional		1
Umweltbeschaffenheit		0
Relief		1
SUMME	29	29

Abbildung 19: „Regionale und kulturelle Besonderheiten“ in Sachsen (eigene Darstellung)

5.2.5.3 Gemeinsamkeiten

Als „Gemeinsamkeiten“ der beiden Bundesländer wurden 6 Nennungen gemacht. Dabei wurden vor allem generelle Aussagen getroffen, die auf ganz Deutschland zutreffen. Beispiele hierfür sind, dass das allgemeine Interesse für Streuobst in der Bevölkerung steigt, dass die Flächen, die als Ackerland genutzt werden können, gerodet wurden, bevor Streuobstwiesen unter Schutz gestellt wurden und, dass in Universitätsstädten die Kaufbereitschaft von umweltfreundlichen Produkten größer ist.

5.2.6 Werbung

Bei der Hauptkategorie „Werbung“ wird vor allem auf die Werbemaßnahmen für die Vermarktung des Saftes und auf die Werbemaßnahmen für die Aufpreisinitiative geschaut. Dabei wurde erstmal in die Subkategorie „Werbung für die Aufpreisinitiative“ und „Werbung für die Vermarktung“ geschaut. Die andere Subkategorie zeigt auf, ob überhaupt eine Werbe-/Marketingvorhaben vorhanden ist.

5.2.6.1 Baden-Württemberg

Bei der Hauptkategorie „Werbung“ in Baden-Württemberg wurden insgesamt 9 Aussagen codiert (Abb. 20). In den Interviews wurde häufig genannt, dass keine explizite Werbung existiert, wenn doch Werbung geschaltet wird, wird die Werbung für die Aufpreisinitiative hauptsächlich über persönlichen Kontakt, weniger über Daten oder das Internet gemacht. Die Werbung für die hergestellten Saft erfolgt in Baden-Württemberg bei den befragten Initiativen extern über die Mosterei: „Die machen die komplette Vermarktung, da haben wir nix mehr zu tun.“ (B5:111).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Werbung		0
Baden-Württemberg		0
Werbung für:		0
Die Aufpreisinitiative		0
Internet		1
Kontaktaufnahme über Daten		1
Persönlicher Kontakt		2
Die Vermarktung		0
Extern		2
Existiert Werbung?		0
Ja		1
Nein		2
SUMME	9	9

Abbildung 20: Hauptkategorie „Werbung“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)

5.2.6.2 Sachsen

In Sachsen sind insgesamt 10 Codes der Hauptkategorie „Werbung“ hinzugefügt worden (Abb. 21). Werbung wird teilweise genutzt und in den befragten Initiativen wird Werbung über die Website oder den eigenen Onlineshop gemacht.

„Wir machen jetzt gar nicht so eine riesen Promotion dafür, sondern es steht einfach auf unserer Webseite.“ (B1:174-175).

Die Werbung für die Aufpreisinitiative wird vor allem über Kontakte gemacht und die Werbung für die produzierten Säfte wird intern organisiert und erfolgt entweder über das Internet: „von der Webseite her ab und zu, wir haben da auch einen kleinen Onlineshop, findet uns wer und bestellt auch weiterweg den Saft, aber das ist eher die Ausnahme“ (B1:587-589) oder gar nicht: „Da machen wir eigentlich auch gar kein Marketing, weil das lief einfach immer.“ (B3:467).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Werbung		0
Sachsen		0
Werbung für:		0
Die Aufpreisinitiative		0
Internet		1
Kontaktaufnahme über Daten		2
Persönlicher Kontakt		1
Die Vermarktung		0
Internet		2
Extern		0
Persönliche Nähe		1
Exisitert Werbung?		0
Ja		2
Nein		1
SUMME	10	10

Abbildung 21: Hauptkategorie „Werbung“ in Sachsen (eigene Darstellung)

5.2.7 Zufriedenheit

Bei der Kategorie „Zufriedenheit“ wurde vor auf die „Zufriedenheit der Mitglieder“ und die „Zufriedenheit des befragten Experten“ mit dem Umsatz abgefragt. Ein weiterer Punkt der abgefragt wurde ist das „Feedback“ von Nutzer:innen der Vermarktung.

5.2.7.1 Baden-Württemberg

Bei der Hauptkategorie „Zufriedenheit“ wurden 11 Aussagen codiert (Abb. 22). Das Feedback, das die Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg bekommen, ist hauptsächlich positiv. Bemängelt wurde nur bei einer Initiative, dass nur Äpfel und keine anderen Früchte genommen werden (B5:286-288). Unzufrieden waren die Expert:innen vor allem mit den inaktiven Mitgliedern, die nicht beim Ehrenamt unterstützen und nur die Aufpreiszahlungen bekommen möchten.

„Also das ist meine persönliche Kritik jetzt, immer mit meinem Meinungsspektrum, meinem persönlichen, dass es den meisten Leuten dabei mehr um diesen Mehrpreiserlös geht als um den Verein und die Förderung der Streuobstwiesen.“ (B5:278-281).

Insgesamt kann aber gesagt werden, dass die Initiativen positiv auf ihre Arbeit geschaut haben.

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Zufriedenheit		0
Baden-Württemberg		0
Feedback		0
Negativ		1
Positiv		5
zufrieden		0
Mitglieder		1
Umsatz		1
nicht zufrieden		0
Mitglieder		2
Umsatz		1
SUMME	11	11

Abbildung 22: Hauptkategorie „Zufriedenheit“ in Baden-Württemberg (eigene Darstellung)

5.2.7.2 Sachsen

In Sachsen wurden in der Hauptkategorie „Zufriedenheit“ 10 Nennungen codiert (Abb. 23). Beim Feedback wurde negativ von der Initiative selbst angemerkt, dass zu wenig Informationen an die Nutzer:innen herausgegeben werden. Positiv wurde allerdings hervorgehoben, dass es das Konzept überhaupt in der Form gibt. Bei der Zufriedenheit der Initiative überwiegt vor allem die Subkategorie Mitglieder, da eine der Initiativen viele neue Anfragen erhält (B1_175-177). Die andere Initiative hingegen hat angemerkt, zu wenig Mitglieder und Mitgliederzuwachs zu haben, und ist damit nicht zufrieden.

„Also ich bin wie gesagt nur Mittel zufrieden, wie wir das bisher hingekriegt haben und wir hatten am Anfang sage mal 5/6/7 Leute, die mitgemacht haben und inzwischen sind wir eigentlich bei dreien, die das noch machen, wovon einer immer ziemlich viel bringt, von daher ist das auch ganz okay, in der Menge.“ (B3:179-181)

Der Umsatz wurde ebenfalls zwischen den befragten Initiativen unterschiedlich bewertet. Eine fand den Umsatz zufriedenstellend, die andere würde ihn gerne erhöhen.

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Zufriedenheit		0
Sachsen		0
Feedback		0
Negativ		1
Positiv		1
zufrieden		0
Mitglieder		4
Umsatz		1
nicht zufrieden		0
Mitglieder		2
Umsatz		1
SUMME	10	10

Abbildung 23: Hauptkategorie „Zufriedenheit“ in Sachsen (eigene Darstellung)

5.3 Ideen für Verbesserungen

In diesem Kapitel sollen Hauptkategorien unabhängig vom Vergleich angesprochen werden. Dabei wurde die Aussagen der Expert:innen unabhängig vom Bundesland zusammengefasst. In der Kategorie „Ideen für Verbesserungen“ wurden 28 Textelemente codiert (Abb. 24). Am präsentesten war dabei für die interviewten Expert:innen die Optimierung der Werbung: „das Land [müsste] deutlich stärker Werbung für Streuobstprodukte im Allgemeinen machen“ (B2:353). Weitere Subkategorien waren ein besserer Austausch zwischen den einzelnen Initiativen, den Absatzmarkt zu verbessern und die Initiativen zu professionalisieren.

„Ich glaub grad das Thema, dass jeder sein eigenes Ding macht, das ist grad für Aufpreis Initiativen, nicht unbedingt der Vorteil. Weil das, da geht es halt grad drum, zusammen zuarbeiten und irgendwie Erzeuger zu bündeln, ich glaub das kann dann ein Nachteil sein grade von Baden-Württemberg, weil da jeder sein eigenes Ding macht.“ (B2:162-164).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Ideen für Verbesserungen		0
Förderung		2
Besserer Austausch		5
Absatz		5
Professionalisierung		5
Werbung		11
SUMME	28	28

Abbildung 24: Hauptkategorie „Ideen für Verbesserungen“ (eigene Darstellung)

5.4 Allgemein erarbeitete Informationen zu Streuobstwiesen

Der Kategorie „Streuobst im Allgemeinen“ wurden insgesamt 26 Textstellen zugeordnet (Abb. 25). Die Kategorie soll vor allem Textstellen, die relevant sein könnten und in anderen Hauptkategorien nicht passend waren, zusammenfassen. Dabei sind die Subkategorien Forschungsprojekte, Entwicklung, Generationsprojekt und Erfolg herausgearbeitet worden. Die meisten Codes enthält die Subkategorie Entwicklung. In dieser Kategorie wurden Codes für die Entwicklung von Streuobst in der Vergangenheit (unabhängig von den Initiativen) und Codes für die zukünftige Entwicklung hinzugefügt.

„Bayern hatte diesen Streuobst Pakt aufgrund vom Volksbegehren, die wollen eine Million Bäume pflanzen, wenn das klappt, dass die demnächst die 10 Jahre, Millionen Bäume pflanzen und die dann alle stehen und gut gepflegt werden, dann haben die was erreicht, was Vorbild für alle andere Bundesländer wäre. Für Sachsen und für Baden-Württemberg auch.“ (B4:423-427).

Auch der Erfolg von Streuobst und wie der Erfolg verbessert werden könnte, wurde in den Interviews angesprochen und in dieser Hauptkategorie vermerkt.

„Es gibt Akteure, die beweisen uns, dass sie mit Streuobst richtig Geld verdienen können. Das sind nicht so rasend viele, aber es gibt welche [...]. Im Prinzip geht das. Ob das flächendeckend gehen kann, also ob es wirklich jeder hinkriegt, weiß ich nicht.“ (B2:519-523).

Codesystem	Gesamtheit der Interviews	SUMME
Streuobst im Allgemeinen		0
Forschungsprojekte		2
Entwicklung		13
Generationenprojekt		3
Erfolg		8
SUMME	26	26

Abbildung 25: Hauptkategorie „Streuobst im Allgemeinen“ (eigene Darstellung)

6. Diskussion

Der nachfolgende Teil ist zum besseren Verständnis in die einzelnen Forschungsfragen unterteilt, welche nacheinander mithilfe der Ergebnisse und herangezogener Literatur diskutiert werden sollen. Dabei ist zu erwähnen, dass die im Rahmen dieser Arbeit durchgeführten Interviews nur ein subjektives Meinungsbild der befragten Experten abgeben und nicht repräsentativ oder übertragbar auf die Regionen sind.

6.1 Zeitliche Entwicklung der Aufpreisinitiativen

Die Entwicklung von Aufpreisinitiativen ist in Baden-Württemberg deutlich besser erforscht als in Sachsen. In Baden-Württemberg wurde im Jahr 2018 eine Studie vom NABU durchgeführt, welche die Gründungsentwicklungen von Aufpreisinitiativen dokumentiert. Daraus geht hervor, dass die Idee der Aufpreisvermarktung im Jahr 1987 startete und die Anzahl der Aufpreisprojekte in den darauffolgenden Jahren erst langsam anstieg (Abb. 26). In den Jahren 1996 bis 2003 war der Höhepunkt der Neugründungen und in den letzten drei Jahren der Untersuchung stagnierte die Anzahl der Aufpreisprojekte (NABU, 2018b). Zehn Jahre nach der NABU Untersuchung sprechen die befragten Expert:innen immer noch von einer Stagnation der Neugründungen, auch wenn der Tiefpreis für Mostäpfel im Jahr 2014 zu neuen Aktivitäten für Streuobstprojekte führte (NABU, 2018c).

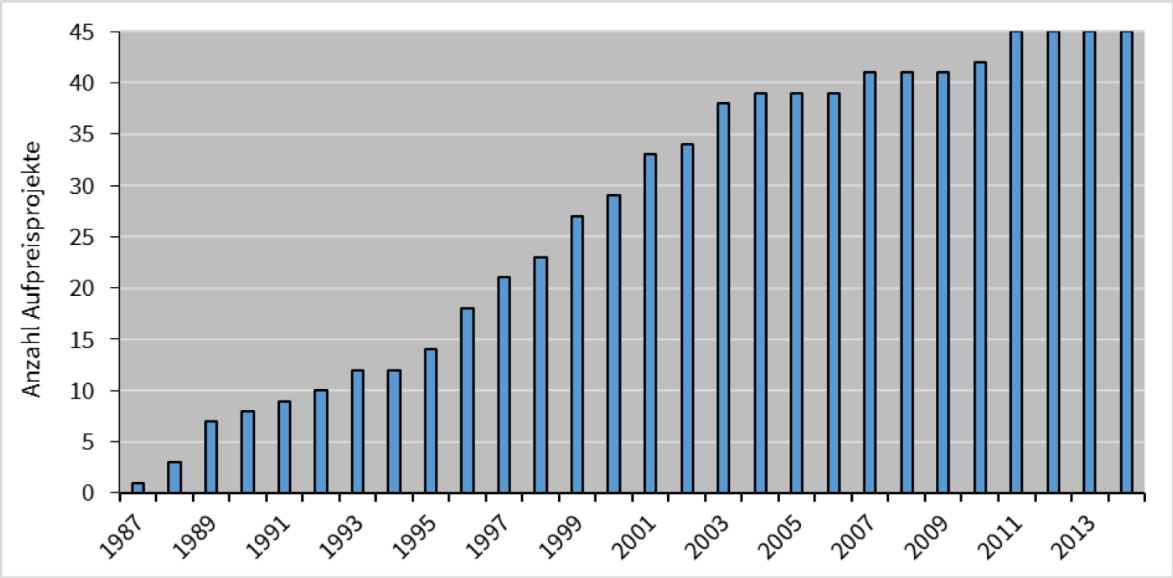

Abbildung 26: Zeitliche Entwicklung der Gründung von Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg (NABU, 2018b)

Die Stagnation der Aufpreisprojekte erklärt der NABU mit dem parallel verlaufenden Rückgang des Apfelsaftkonsums in Deutschland und der Zunahme mobiler Saftpressen (NABU, 2018b). Vor allem die mobilen Saftpressen und kleinen Mostereien haben zwischen den Jahren 2012 und 2015 stark zugenommen (Abb. 27). Durch diese Zunahme ist es für die Bewirtschafter:innen von Streuobstwiesen einfacher, sich ihren eigenen Saft zu pressen, was mobile Pressen teilweise attraktiver machen könnte als das Modell der Aufpreisvermarktung.

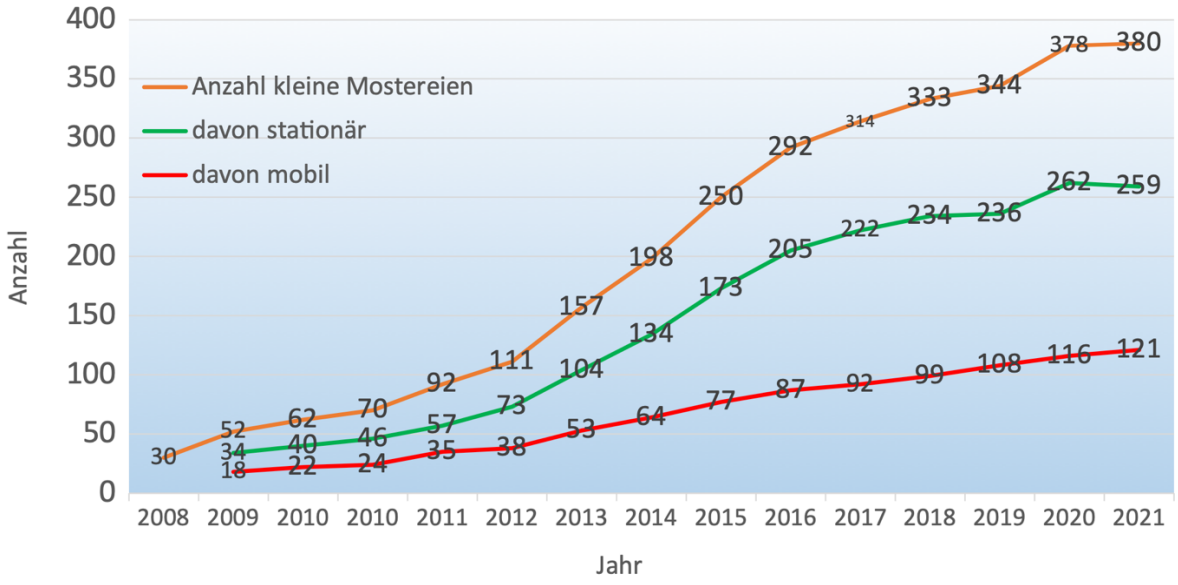

Abbildung 27: Anzahl kleiner Saftpressen in Deutschland (Grüne Liga Dresden e.V., o.D.)

Für Sachsen gibt es leider keine Datengrundlage für die Entwicklung der Neugründungen von Aufpreisprojekten. In den ersten Jahren nach den Gründungen von Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg konnte in Sachsen aufgrund der vorherrschenden Regierung keine Aufpreisinitiative gegründet werden (B4:110-112). Die befragten Initiativen haben sich beide in den 2000er Jahren gegründet und sind laut eigenen Angaben die Vorreiter in Sachsen gewesen.

Bei den Interviews mit den Expert:innen hat sich als Motivation für Aufpreisinitiativen vor allem die Erhaltung des Landschaftsbildes in beiden Bundesländern hervorgehoben. Bei den Experten aus Sachsen liegt der Fokus außerdem darauf die Vermarktung von Streuobstprodukten zu steigern und so einen Erhalt durch die Nutzung zu generieren (B3:41-42). In Baden-Württemberg steht auch der Erhalt durch Nutzung bei den Expert:innen im Fokus, aber auch insgesamt die Wirtschaftlichkeit von Streuobstwiesen zu erhöhen (B5:18-22). Die Expert:innen, die nicht einer konkreten Aufpreisinitiative

zugeordnet sind haben außerdem die Vernetzung von Streuobstwiesen-Besitzer:innen als Motivation angesprochen (B2:215-217).

Insgesamt kann also gesagt werden, dass die Initiativen grundsätzlich vergleichbare Ziele verfolgen und ähnliche Motivationen bei der Gründung hatten. Auch Baden-Württemberg möchte den Streuobstbau stärken und faire Preise fördern, weswegen es die Ziele von Aufpreisinitiativen durch Förderprogramme unterstützt (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, 2015).

Auch der gezahlte Aufpreis hat sich in den Bundesländern unterschiedlich entwickelt. Aktuell ist der gezahlte Aufpreis mit jeweils 25 €/dt in Sachsen am höchsten. Dies kann verschiedene Gründe haben, die anhand der in dieser Arbeit durchgeführten Recherche nicht abschließend geklärt werden können. Eine mögliche Erklärung könnte sein, dass in Sachsen eine höhere Nachfrage an Streuobstprodukten besteht, weshalb die Kund:innen bereit sind einen höheren Preis für die Produkte zu zahlen. Eine weitere Möglichkeit könnte sein, dass sich durch den stärkeren Wettbewerb zwischen den Initiativen in Baden-Württemberg der Preis selbst reguliert hat und die Preise nicht steigen, damit der Saft auf dem Markt wettbewerbsfähig bleibt. Dafür würde auch sprechen, dass der Streuobstwiesensaft in Baden-Württemberg einer höheren Konkurrenz ausgesetzt ist, da er in überregionalen Getränke- und Supermärkten verkauft wird und somit in Konkurrenz zu Säften anderer Aufpreisinitiativen stehen kann, die ebenfalls im Einzugsgebiet des überregionalen Supermarktes liegen (Eberhardt-Schad, 2017). In Sachsen läuft die Vermarktung hauptsächlich über eine Verbrauchergemeinschaft, die nicht gewinnorientiert arbeitet und sich für den Umweltschutz einsetzt. Dadurch sind potenzielle Kunden wahrscheinlich bereits umweltbewusster als in einem herkömmlichen Supermarkt und bereit mehr Geld auszugeben. Insgesamt betrachtet lassen sich die Unterschiede zwischen den verschiedenen Aufpreisen nicht abschließend klären und müssten in weiterführenden Untersuchungen näher betrachtet werden.

6.2 Strukturelle Unterschiede der Initiativen in den Bundesländern

Bei den strukturellen Unterschieden lässt sich feststellen, dass der Aufbau der befragten Aufpreisinitiativen in den beiden Bundesländern in einigen Bereichen unterschiedlich ist. In Sachsen z.B. ist eine der befragten Initiativen aus einer Organisation hervorgegangen, die andere Aufpreisvermarktung wird direkt von einer Kelterei angeboten. In Baden-Württemberg entstanden alle befragten Aufpreisinitiativen aus verschiedenen Naturschutzbewegungen heraus. Dies ist vor allem darauf zurückzuführen, dass in Baden-Württemberg der NABU und der BUND in den neunziger Jahren sehr aktiv waren und vom NABU-Bundesfachausschuss Streuobst erste Vernetzungstreffen organisiert wurden (NABU, 2018b).

Des Weiteren sind die Strukturen in Baden-Württemberg vor allem von Ehrenamtlichen geprägt (Bürckmann et al., 2022). Auch die befragten Expert:innen aus Baden-Württemberg thematisieren die vielen Ehrenamtlichen. Dabei wird das Engagement positiv hervorgehoben, aber auch die Schwierigkeiten angesprochen, welche durch Ehrenamt entstehen können. Angesprochene Probleme waren dabei die fehlende Professionalität, was damit begründet wird, dass die Ehrenamtlichen teilweise die Aufpreisinitiative nicht nachhaltig führen und das „jeder sein Ding macht“ (B2:162-165). Auch die Mitgliederstruktur wurde kritisch angesprochen, da immer weniger junge Leute in Aufpreisprojekten helfen und so der Altersdurchschnitt bei den Ehrenamtlichen hoch ist (B5:160-163). In Sachsen sind die Personen rund um die Organisation der Aufpreisvermarktung auch ehrenamtlich tätig, die Hauptverantwortlichen sind jedoch bei der Organisation/Kelterei angestellt und werden somit in gewisser Weise für ihre Arbeit entlohnt (B1:4-5, B3:6-7).

Ein weiterer Unterschied zwischen den befragten Initiativen in Sachsen und Baden-Württemberg ist, dass die Obstabgabe in Sachsen direkt bei der Kelterei geschieht, wohingegen in Baden-Württemberg Obstsammelstellen eingerichtet werden. Dies kann einerseits an den verschiedenen Größen der Initiativen liegen, da in Sachsen weniger Bewirtschafter:innen Streuobst an die Initiativen abgeben. Andererseits könnte auch die Größe der Keltereien eine Rolle spielen.

Auch der Verkauf der mit der Aufpreisvermarktung erzeugten Produkte erfolgt unterschiedlich. In Baden-Württemberg wird vor allem über den

Lebensmitteleinzelhandel und Getränkemärkte verkauft. Wohingegen in Sachsen der größte Absatz über die Verbrauchergemeinschaft generiert wird. Dieser Unterschied kann damit begründet werden, dass die Vermarktung in Sachsen vor allem intern, also über die Initiative läuft und von ihr organisiert wird. In Baden-Württemberg wird die Vermarktung bei den befragten Initiativen extern, also von der Kelterei übernommen. Dadurch, dass die Kelterei nicht nur Saft aus der Aufpreisvermarktung verkauft und eine Kooperation mit Supermärkten schon vor der Vermarktung existiert haben könnte, ist es möglicherweise einfacher für die Keltereien, Produkte in Supermärkten zu verkaufen. Auch die schwankenden Absatzmengen durch die Alternanz der Obstmengen können durch große Keltereien besser ausgeglichen werden oder in sehr guten Obstjahren kann eine größere Kelterei den Saft auch anderweitig verwenden oder für das nächste Jahr einlagern. Dadurch sind die Initiativen in Baden-Württemberg etwas flexibler in ihrer Vermarktung, weil die im Vergleich zu Sachsen größeren Keltereien auf eine bessere Handelsstruktur zurückgreifen können. Das lässt die Frage offen, ob kleinere Keltereien, die die Aufpreisvermarktung unterstützen nicht eine Förderung der Länder erhalten sollten, um auf die Alternanz besser reagieren zu können und dadurch Aufpreisinitiativen einen stabileren Umsatz ermöglichen könnten.

6.3 Kulturelle und Regionale Besonderheiten

Wie bereits im Ergebnisteil erwähnt, konnten für Sachsen aus den Interviews keine kulturellen Besonderheiten herausgearbeitet werden. Eine kulturelle Besonderheiten Baden-Württembergs ist die hohe Identifikation der Menschen mit Streuobst (Stiftung Naturschutzfonds Baden-Württemberg, o.D.). Eine hohe Identifikation haben vor allem die Menschen, die die Streuobstwiesen bewirtschaften (Bürckmann et al., 2022). Die hohe Wertschätzung des Streuobstes spiegelt sich auch in der Anzahl der Ehrenamtlichen wider, die sich in Aufpreisinitiativen engagieren. Diese Besonderheit wurde in den Interviews angesprochen und zeichnet somit die Region aus (B2:85-87).

Auch, wenn aus den geführten Interviews nicht viele kulturelle Besonderheiten herausgearbeitet werden konnten, ist zu sagen, dass der Streuobstanbau in ganz Deutschland immaterielles Kulturerbe ist. Im Jahr 2021 wurden der Streuobstanbau in das Verzeichnis der UNESCO aufgenommen, wobei vor allem die traditionellen

Handwerkstechniken, die beim Bewirtschaften der Streuobstwiese angewendet werden, im Vordergrund stehen (Deutsche UNESCO-Komission, o.D.). Diese öffentliche Anerkennung durch die UNESCO würdigt das hohe Engagement der Streuobst-Gemeinschaft und stärkt somit auch das Gefühl von Zugehörigkeit. Des Weiteren kann durch die Anerkennung das gesellschaftliche Bewusstsein gestärkt werden, sodass die Bedeutung des Streuobstanbaus für unsere Kulturgeschichte und das Verarbeitungshandwerk gestärkt werden können (Hochstamm Deutschland e.V., o.D.-a).

Bei den regionalen Besonderheiten steht in beiden Bundesländern im Vordergrund, dass es sich um obstreiche Regionen handelt. Auch wenn viele Obstbäume in der Vergangenheit gerodet wurden, sind noch Streuobstwiesen vorhanden. Im Vergleich zu Sachsen hat Baden-Württemberg die größeren Streuobstbestände (B4:52-53). In beiden Fällen ist es aber so, dass Streuobstwiesen vor allem auf den Flächen erhalten wurden, die maschinell schwer zu bewirtschaften sind. Daher befinden sich Streuobstwiesen heute oft auf topografisch ungünstigen Lagen. Dadurch sind diese Flächen oft maschinell schwer zu bewirtschaften, weswegen die Produktion von Obst oft insgesamt unwirtschaftlich ist (Bürckmann et al., 2022). Das Wachstum einer Gemeinde und die Ausweisung neuer Baugebiete sind meist immer noch die Hauptgründe für die Zerstörung von Streuobstbeständen. Da Streuobstbestände traditionell in einem Ring/Gürtel um die Stadtkerne gepflanzt wurden, weichen sie oft als Erstes (Abb. 28) (Fuchs, 2023).

Während der DDR-Zeit wurden in Sachsen viele Streuobstwiesen in Ortrandlage gerodet und durch Ackerflächen ersetzt. In Abbildung 28 ist auf der linken Seite zu erkennen, wie Streuobstwiesengürtel früher häufig als landschaftsprägendes Element um Ortschaften gepflanzt wurden. Heute ist dies seltener vorzufinden, wird aber als Gestaltungselement für die Kulturlandschaft Sachsens vom Landesamt für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie empfohlen (LfULG, 2022).

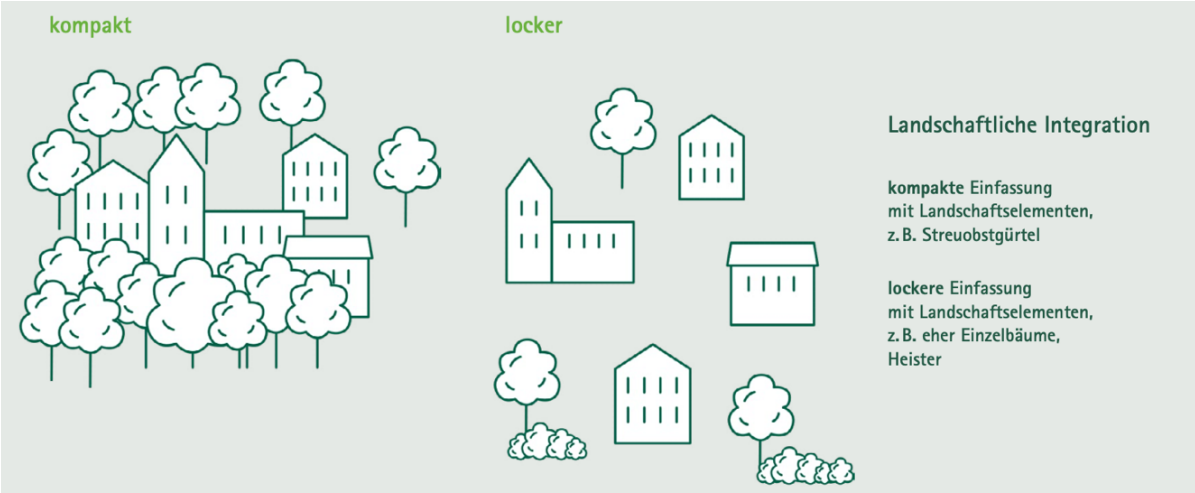

Abbildung 28: Beispielaufbau für Siedlungen im ländlichen Raum des Freistaates Sachsen (LfULG, 2022)

Als eine weitere regionale Besonderheit in Baden-Württemberg kann der hohe Stellenwert von Streuobst genannt werden. Dies kommt unter anderem auch dadurch zum Ausdruck, dass verschiedene Programme und Projekte monetär gefördert werden. Ein Beispiel hierfür ist die Stiftung Naturschutzfonds Baden-Württemberg welche Streuobstwiesen fördert indem sie das Projekt „Streuobst 2030 - nachhaltige Sicherung eines wertvollen Ökosystems in Baden-Württemberg“ des Vereins Hochstamm Deutschland e.V. unterstützt (Stiftung Naturschutzfonds Baden-Württemberg, o.D.). Aber auch die verschiedenen Förderprogramm des Landes sind eine Besonderheit und existieren so in den anderen Bundesländern nicht (Bürckmann et al., 2022).

Als eine Gemeinsamkeit der beiden Bundesländer kann genannt werden, dass generell das Interesse an Streuobst wieder gestiegen ist und somit auch die Zahlen der Bewirtschafter:innen steigen. Das Interesse der Bevölkerung nimmt wieder zu, wie die Neuanlage oder Reaktivierung alter Wiesen zeigt. Auch die Nachfrage nach Hochstammschnitt- oder Pflegekursen steigt (Bürckmann et al., 2022; Stabsstelle Presse und Öffentlichkeitsarbeit Landesbetrieb Landwirtschaft Hessen, 2021). Auch die Tourismusbranche und Unternehmen werben mit Bildern von hochstämmigen Obstbäumen und erhoffen sich so ihre Region besser vermarkten zu können (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, 2015).

Ein weiterer Punkt, der bei den Interviews als regionale Besonderheit angesprochen wurde, ist, dass vor allem in größeren Städten, wo die Partei Bündnis 90/Die Grünen stark ist, die Bereitschaft, einen Aufpreis für Natur- und Umweltschutz zu zahlen höher ist. Dies wird damit begründet, dass hier ein größeres Potential an Menschen vorherrscht, die sich

mit Natur- und Umweltschutz beschäftigen, sei es im universitären Rahmen oder privat (B4:279-289). Detaillierte Studien zum Belegen dieser Aussage konnten nicht gefunden werden. Allerdings wurde von der Heinrich Böll Stiftung eine Studie veröffentlich, die zeigt, dass die Bevölkerung in der Groß- und Vorstadt keine nennenswert höhere Bereitschaft zeigt mehr Steuern aufgrund des Klimawandels zu zahlen (Abb. 29) (Eichhorn, 2023). Was übertragen auch bedeuten könnte, dass es keinen signifikanten Zusammenhang zwischen dem Wohnort und der Bereitschaft gibt, mehr Geld für umweltfreundliche Produkte auszugeben.

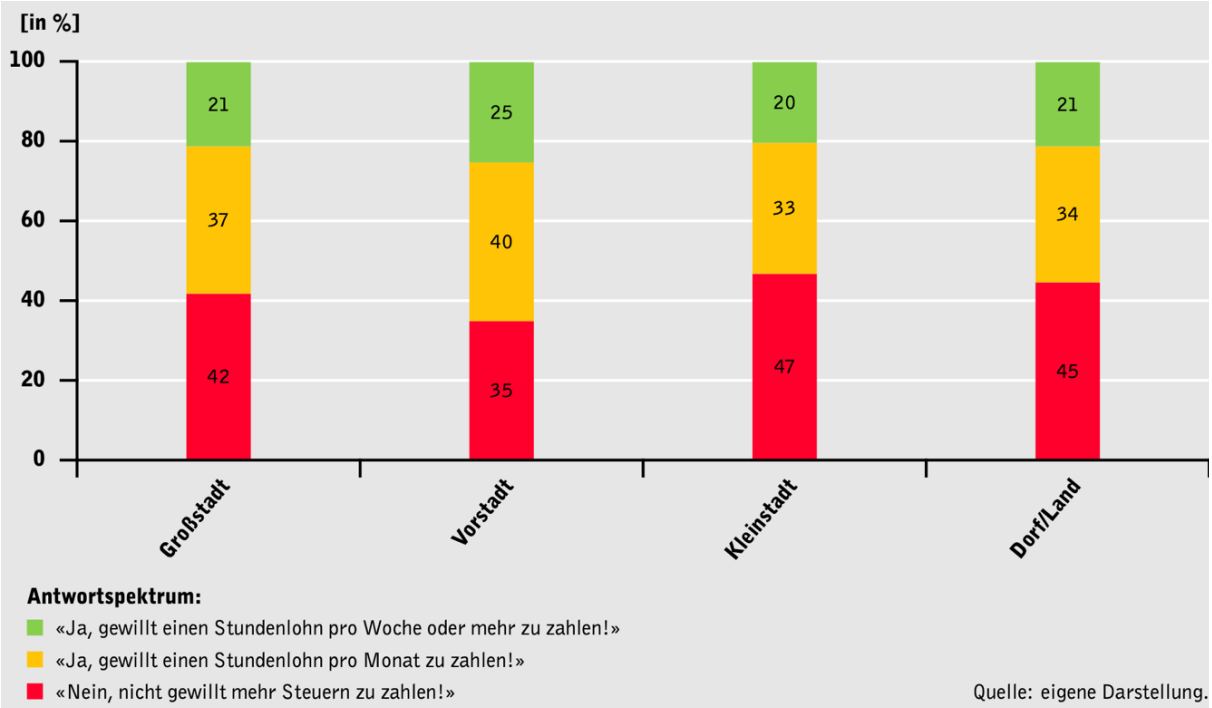

Abbildung 29: Bereitschaft, höhere Steuern für Klimaschutz zu zahlen, nach Wohnortsumfeld. Antwort auf die Frage „Inwieweit wären Sie bereit, höhere Steuern zu akzeptieren, um den Klimawandel zu bekämpfen?“ (Eichhorn, 2023)

Allerdings wird in der Studie angemerkt, dass Bildung oder individuelle Werte die Bereitschaft zur Unterstützung des Umweltschutzes beeinflussen können. Es ist daher wahrscheinlich, dass in Universitätsstädten eine höhere Bereitschaft besteht, einen Aufpreis zu zahlen, da hier ein höheres Bildungsniveau vorliegt (Eichhorn, 2023). Die kulturellen und regionalen Besonderheiten werden innerhalb der Aufpreisinitiativen nicht bewusst in den Initiativen berücksichtigt. Indirekt wird aber zum Beispiel in Baden-Württemberg darauf gebaut, dass durch die hohe Identifikation mit der Kulturlandschaft sich viele Freiwillige ehrenamtlich in den Initiativen engagieren.

6.4 Probleme, die im Rahmen von Aufpreisinitiativen entstehen

Die in den Interviews genannten Probleme sind in den beiden Bundesländern sehr ähnlich. Sie unterscheiden sich jedoch darin, dass unterschiedliche Probleme im Vordergrund stehen. In beiden Bundesländern wurde dargelegt, dass die Vermarktung aus verschiedenen Gründen nicht wie erhofft verläuft.

Diese Vermarktungsprobleme werden auch von Ingrid Eberhardt-Schad vom NABU-Landesverband Baden-Württemberg auf dem Landesweiten Streuobsttag 2017 in Ludwigsburg angesprochen. Dabei wird erwähnt, dass es bei der Aufpreisvermarktung oft um die Rettung der Streuobstwiesen geht und der Bedarf von Streuobstprodukten auf dem Markt nicht berücksichtigt wird. Daher wird vielerorts eine stärkere Förderung vom Land gefordert, um Aufpreisprojekte bei der Vermarktung zu unterstützen (Eberhardt-Schad, 2017). Ein Beispiel hierfür ist die Förderung von Ansätzen zur Stärkung der regionalen Vermarktungsstrukturen durch eine übergreifende Förderstrategie für regionale Erzeugnisse oder durch die Beratung potenziell interessierter Akteure zur Wahl eines standort- und marktangepassten Modells (Wiesmann et al., 2015).

Auch der Bundesfachausschuss Streuobst vom NABU stellte nach dem bundesweiten Fachtreffen im Jahr 2018 verschiedene Forderungen an die Politik. Unter anderem fordern sie beispielsweise, dass „die öffentliche Hand, vor allem die Bundesländer, Förderprogramme im Obstbau sowie im Bereich der Keltereien danach aus[...]richten, dass die getrennte Erfassung von Streuobst sowie die Vermarktung von 100%igen Hochstamm-Produkten gefördert wird“ (NABU-Bundesfachausschuss Streuobst, 2018). Außerdem wird eine Kombinationsmöglichkeit von Bio-Förderungen, Agrarumweltförderungen und Landschaftspflege-Förderprogrammen gefordert (NABU-Bundesfachausschuss Streuobst, 2018).

In Sachsen wurde bei den Vermarktungsproblemen vor allem der schlechte Absatz der Streuobstprodukte angesprochen (B1:73-74). Dieses Problem wurde auch in einem Projekt des Landschaftspflegeverbandes Würzburg, dass sich mit dem Erhalt von Streuobstwiesen befasst, angemerkt. Bei dem Projekt wurde unter anderem eine Stärken-Schwächen-Analyse der Streuobstvermarktung aus verschiedenen Sichtweisen durchgeführt. Dabei wurde aus Sicht der Verarbeiter:innen angemerkt, dass die Vermarktung nicht optimal verläuft und es aufgrund von Vergreisung und fehlender

Pflege zu einem Rückgang der Erntemengen kommt. Auch die Erzeuger:innen bemängeln die Überalterung der Bäume, aber auch den geringen Abnahmepreis für das Obst und die aufwendigen Pflege-, Schnitt- und Mäharbeiten (Büro Fraxinus GbR, 2008). Ein weiteres Problem bei der Vermarktung von regionalen Produkten ist, dass der Begriff „Region" kein gesetzlich definierter Begriff ist, weswegen Produkte auch weite Wege zurücklegen können und nicht unbedingt regional sind (Verbraucherzentrale NRW e.V., 2024a).

Außerdem spielt in die erschwerte Vermarktung mitherein, dass es einen Anstieg der Lebensmittelpreise gab (PwC Deutschland, 2022). In einer Umfrage von PwC im Jahr 2022 haben nur 21 % der Befragten angegeben, dass diese Preissteigerungen keinen Einfluss auf ihr Kaufverhalten haben (Abb. 30). Die restlichen Befragten gaben an mehr auf Angebote zu achten, öfter zum Discounter zu gehen und auf Eigenmarken zurückzugreifen (PwC Deutschland, 2022).

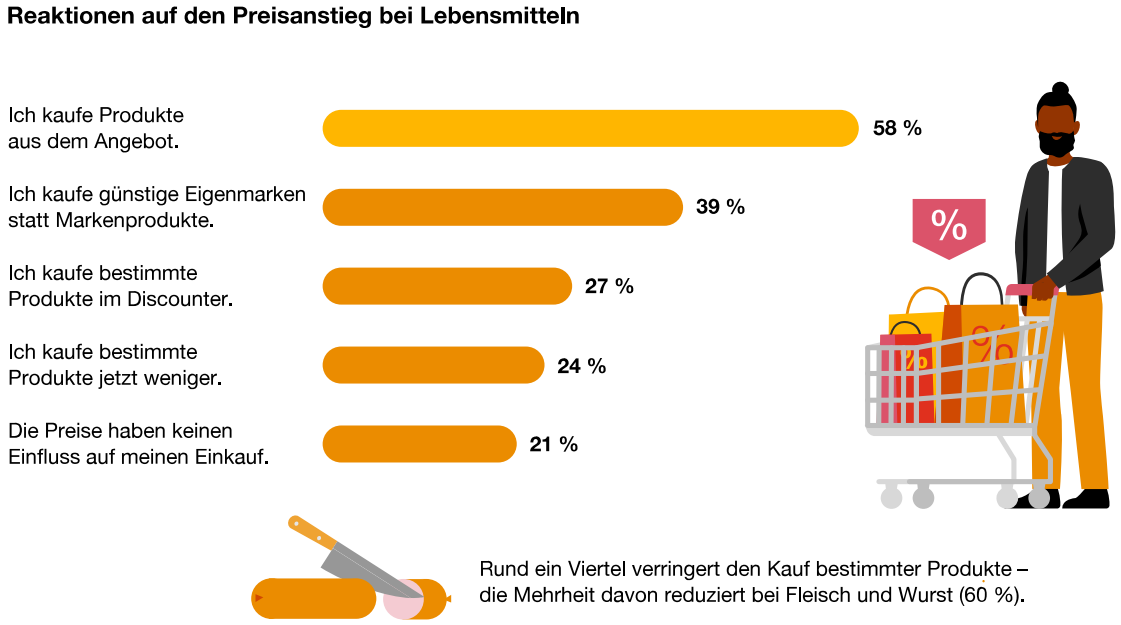

Abbildung 30: Reaktionen auf den Preisanstieg bei Lebensmitteln (PwC Deutschland, 2022)

Dieser Rückgang spielt auch in die Vermarktung von regionalen Produkten mit rein und laut Einschätzungen der Landesbauernverbände in Baden-Württemberg und Bayern ist ein Rückgang von rund 30% zu verzeichnet worden. Das liegt an der schon angesprochenen Abwanderung zum Discounter durch die Erhöhung der der Preise, die auch Obst betreffen (Abb.31) (Jauß, 2022).

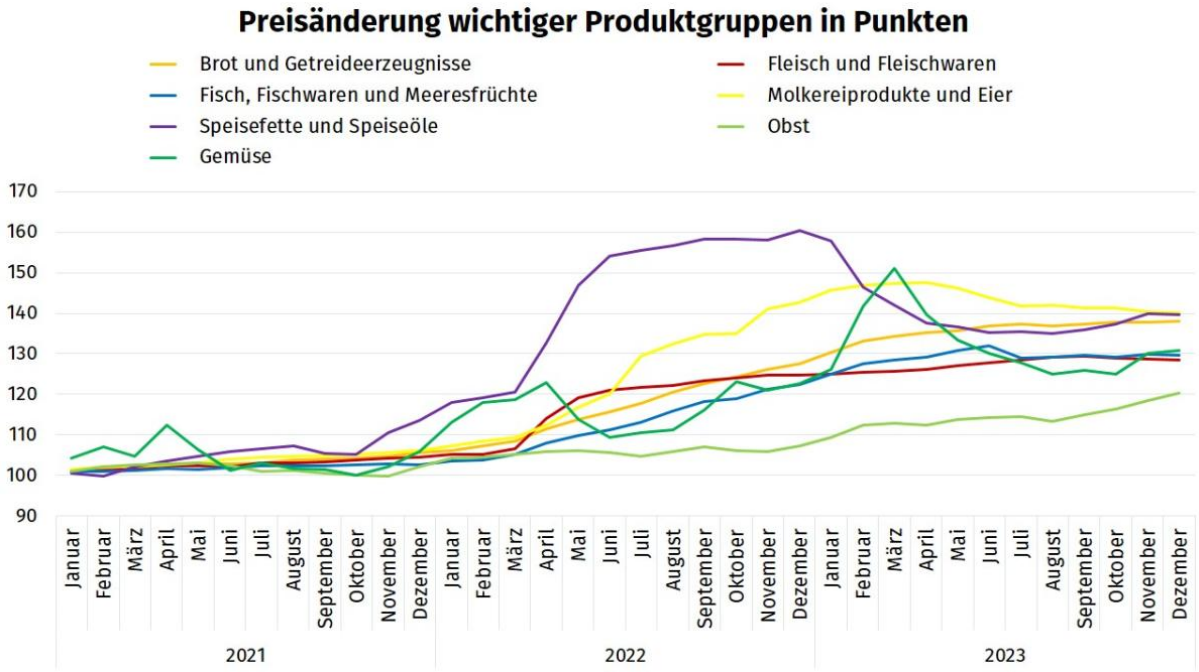

Abbildung 31: Preisänderung wichtiger Produktgruppen in Punkten (Verbraucherzentrale NRW e.V., 2024b)

Ein weiteres Problem, das in allen Interviews angesprochen wurde, ist der schlechte Pflegezustand, in dem sich viele Streuobstwiesen befinden (B4:331-332). Dazu zählt auch, dass viele Streuobstwiesen durch fehlende Nachpflanzungen überaltert sind und so einen immer weniger werdenden Ertrag liefern (B3:156-159, B4:312-313). Dieser schlechte Pflegezustand wird auch in der Literatur erwähnt (BUND Baden-Württemberg, 2021). Rund 80 % der Streuobstbäume sind unzureichend oder gar nicht gepflegt und einen regelmäßigen Schnitt erhalten nur ungefähr 20 % der Bestände. Der regelmäßige Schnitt und die Pflege sind allerdings äußert wichtig, da die Bäume ohne Pflege schneller überaltern können (Seehofer et al., 2014). Ein Grund für die mangelnde Pflege von Obstbäumen ist, dass das Wissen über eine nachhaltige Nutzung oft nicht mehr vorhanden ist (Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg, 2015). Außerdem wird das Obst oft nicht mehr für den Eigenbedarf benötigt, da es im Supermarkt preisgünstiger und einfacher zu erwerben ist (Seehofer et al., 2014). Durch das steigende Interesse an Streuobstwiesen werden aktuell von verschiedenen Vereinen Kurse angeboten, die das Wissen erneut verbreiten und so dem den Verlust entgegenwirken (Ulmer Akademie, o.D.).

Ein weiterer Punkt, der den Verkauf von Streuobstprodukten beeinflusst, ist die Konkurrenz. Da Verbraucher:innen meist nicht zwischen Streuobstsaft und Plantagensaft unterscheiden, stehen diese Säfte häufig in Konkurrenz zueinander, auch wenn das Obst

unterschiedlich angebaut wurde. Dabei kommt Rohware für Plantagensaft zunehmend kostengünstig aus dem Ausland. Auch die zunehmende Konkurrenz durch Bio-Plantagen steigt, da die Kosten für eine Biozertifizierung hoch sind und der bürokratische Aufwand enorm ist. Dadurch kann Bio-Streuobstsaft nicht so kostengünstig verkauft werden wie Bioplantagensaft aus dem Ausland (Bürckmann et al., 2022).

Wie schon im Kapitel 2.1.5 angesprochen, wirkt sich der Klimawandel immer mehr auf die Streuobstwiesen in Deutschland aus. Auch die befragten Expert:innen sprechen an, dass es bei Ihnen aufgrund des Klimawandels vermehrt zu schwankenden Obstmengen durch Trockenheit und Spätfrösten kommt (B5:333-338). Besonders problematisch sind milde Winter, die zu einer frühen Obstblüte führen können, gefolgt von späten Frösten. Auch wenn die Frosttage insgesamt seltener werden, besteht in einigen Regionen weiterhin die Gefahr von Frostschäden während der Blüte (Pfleiderer et al., 2019). Ein Vorteil, der in den Interviews angesprochen wurde, ist, dass in beiden Bundesländern Streuobstwiesen auf verschiedenen Höhenstufen wachsen. Dadurch sind die Auswirkungen des Klimawandels nicht zwangsläufig in allen Beständen gleich stark spürbar (B3:115-124).

Eine weitere Auswirkung des Klimawandels könnte sein, dass die Niederschlagsverteilung zunehmend unregelmäßig wird, mit trockeneren Frühjahren und Sommern sowie feuchteren Wintern und weniger Schnee. Lokal variieren die Niederschläge stark und sind weniger vorhersehbar. Diese längeren Trocken- oder Dürreperioden können bei den Obstbäumen zu Trockenstress führen, was Krankheiten begünstigt und im schlimmsten Fall zum Absterben der Bäume führen kann (Schliebner et al., 2023).

6.5 Optimierungsmöglichkeiten des Konzepts Aufpreisinitiative

Ein in den Interviews angesprochenes Problem ist, dass es teilweise eine geringe Nachfrage bei den Aufpreisinitiativen gibt, also wenige Bewirtschafter:innen, die Obst bringen wollen (B3:179-181; B5:160-163). Ein Grund hierfür ist, dass Aufpreisinitiativen oft keine Werbung machen und Bewirtschafter:innen nur durch Mundpropaganda über die lokalen Initiativen erfahren. Eine Lösungsstrategie hierfür ist einerseits mehr Werbung für die Initiative zu machen und so einen Anreiz zu schaffen, dass wieder mehr Menschen ihr Obst ernten und die Wiesen pflegen. Beachtet werden muss bei der Marketingstrategie, dass sie kostengünstig ist, da viele Aufpreisinitiativen ein knappes Budget haben. Konkrete Werbung könnte zum Beispiel bei mobilen Mostereien stattfinden, da hier Besitzer:innen von Obstbäumen vorbeikommen und so auf die Option zum Verkauf aufmerksam gemacht werden. Hierfür würden sich vor allem Flyer und ein Plakat an der mobilen Mosterei eignen. Auch ein guter und übersichtlicher Auftritt im Internet kann helfen die Initiative vorzustellen, ihre Ziele zu vermitteln und dadurch neue Obstlieferanten zu gewinnen. Eine weitere Möglichkeit für einfache Werbung ist an Fachtagungen teilzunehmen und so Bewirtschafter:innen in der Region auf sich aufmerksam zu machen (PB Onlinehandel, 2017). Nach der Gewinnung neuer Lieferanten ist es wichtig, dass diese gebunden werden, damit der Absatz stabil gehalten werden kann. Es gibt verschiedene Möglichkeiten Menschen an ein Unternehmen zu binden, aber nicht jede davon funktioniert für eine Aufpreisvermarktung, welche geringe finanzielle Ressourcen hat. Ein Aspekt auf den zurückgegriffen werden kann ist die emotionale Bindung. Dies kann durch eine/n feste/n Ansprechpartner:in und eine gute Erreichbarkeit geschehen. Auch das Einholen von Feedback sollte ernst genommen werden und negative Punkte so gut wie möglich behoben werden. Wichtig ist es insgesamt ein positives Erlebnis zu schaffen und die Wertschätzung der Aufpreisinitiative gegenüber den Bewirtschafter:innen auszudrücken. Eine Idee, um sich von der Masse abzuheben, könnte zum Beispiel sein, dass bei der Abgabe des Obstes ein kleines „Dankeschön-Präsent“ für die Treue verschenkt wird. Dies könnte z. B. eine 0,2l Flasche Saft oder eine kleine Schokolade sein. Außerdem könnte ein E-Mail-Newsletter eingerichtet werden, der die Obstlieferanten über die bevorstehende Saison, den Saisonabschluss und mögliche Veranstaltungen der Initiative informiert (Menges, 2023).

Ein weiteres Problem, dass wie bereits angesprochen, nahezu alle Aufpreisinitiativen betrifft ist die schwierige Vermarktung von Streuobstprodukten (B2:635-637). In einem Interview in Sachsen wurde beispielsweise berichtet, dass es „sehr viel Obst gab, das es uns schon an unsere Grenzen gebracht [hat]“ (B1:559-563).

In einer Fokusgruppendiskussion der Universität Kassel, in der Sophia Philipp Mitgastgeberin war, wurden Verbraucher:innen nach ihren Assoziationen mit Streuobstwiesen und nach der Kommunikation von Streuobstprodukten gefragt. Die Verbraucher:innen assoziierten Streuobstwiesen vor allem positiv, aber bei Aspekten wie Pflegeaufwand und Produktionszweck, Einsatz von Pflanzenschutzmitteln und die Weiterverarbeitung des Obstes herrschten Unsicherheiten. Als Schlussfolgerung wurde angegeben, dass viele Eigenschaften von Streuobst den Kaufkriterien der Verbraucher:innen entsprechen, aber oft das Wissen fehlt und so vom Kauf abhält. Daher ist es wichtig, dass diese Wissenslücken geschlossen werden, um die Vorteile von Streuobst aufzuzeigen und neue Kund:innen zu gewinnen (Philipp, 2022). Dabei könnten Aufpreisinitiativen helfen, da sie als lokale Akteure Menschen zum Kauf von Streuobstprodukten als auch für die Bedeutung von Streuobst sensibilisieren können (Philipp & Zander, 2023).

Ein zentraler Punkt ist auch, dass Vermarktungsstrukturen für Streuobstprodukte geschaffen werden. Denn im Gegensatz zu Bio-Produkten gibt es aktuell nicht sonderlich viele Kooperationen oder Partnerschaften zwischen regionalen Erzeugern und dem Handel (Kirk-Mechtel, 2023).

Auch regionale Siegel können bei der besseren Vermarktung von Streuobstprodukten helfen. Da bei vielen Regionalmarken und Siegeln die Kriterien sehr unterschiedlich sind, können hier allerdings auch oft Verwirrungen auftauchen und eine Transparenz ist nicht unbedingt gegeben. Wie bereits angesprochen, ist auch ein Problem, dass der Begriff „Region“ nicht geschützt ist und unterschiedlich ausgelegt werden kann (Kirk-Mechtel, 2023). Nichtsdestotrotz sind Label eine gute Möglichkeit um für Verbraucher:innen eine gewisse Transparenz zu schaffen. Es gibt verschiedene Label, die auf eine Herkunft aus der Region hinweisen sollen. Ein Beispiel hierfür ist das „Regionalfenster“, welches in den Jahren 2011 bis 2013 mit Unterstützung des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft entstand (Abb. 32).

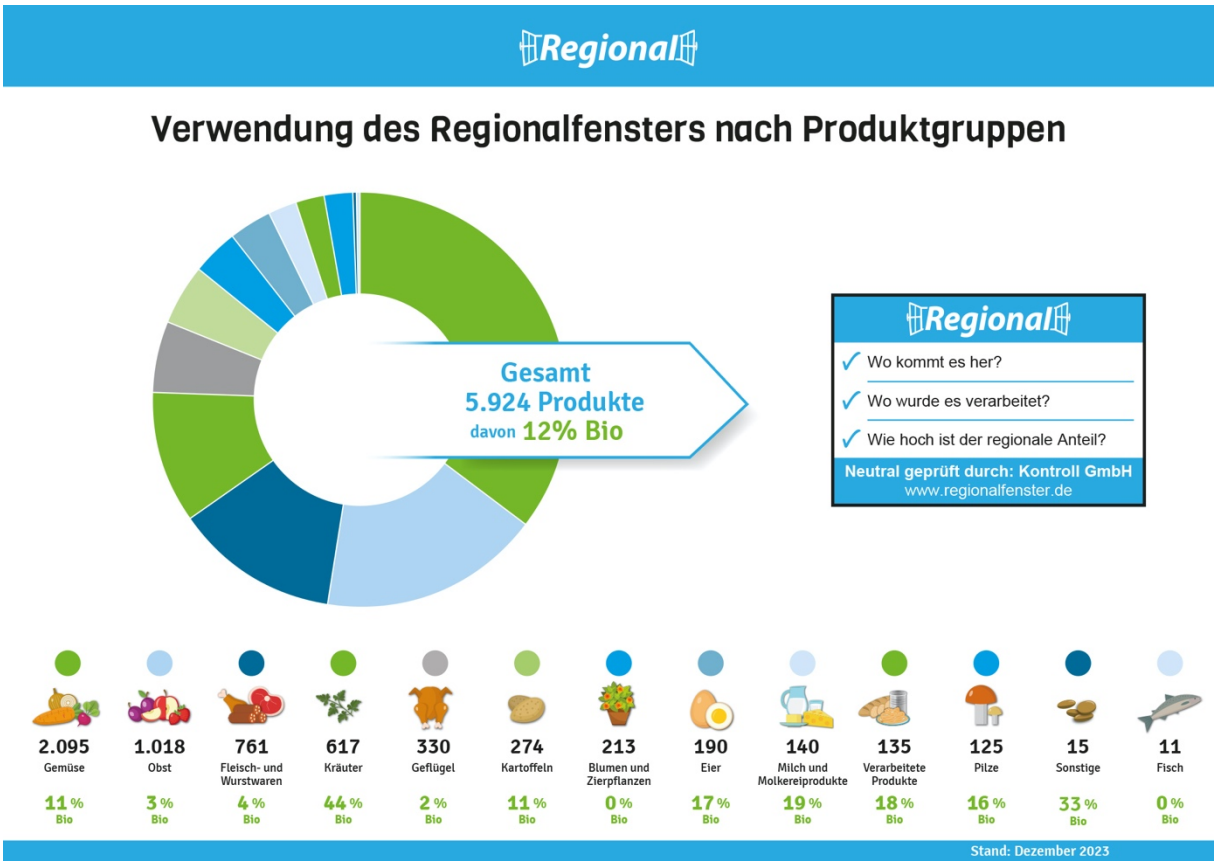

Abbildung 32: Verwendung des Regionalfensters nach verschiedenen Produktgruppen (Regionalfenster, o.D.)

Durch das Regionalfenster (in Abb. 32 auf der rechten Seite) kann für Verbraucher:innen auf einen Blick erkannt werden: „Wo kommt das Produkt her, wo wurde es verarbeitet und wie hoch ist der regionale Anteil?“ (Regionalfenster, o.D.). Das Regionalfenster wird aktuell am meisten im Bereich Gemüse verwendet, aber direkt danach folgt der Bereich Obst. Streuobstsaft würde unter die Produktgruppe „verarbeitete Lebensmittel“ fallen. Nachteilig an der Nutzung des Regionalfensters ist, dass Lizenzgebühren anfallen, welche vor allem für kleine Aufpreisinitiativen nicht tragbar sein könnten. Nichtsdestotrotz empfehlen Wiesmann et. al (2015), dass die Politik das Regionalfenster weiter fördert, um mehr Transparenz und Klarheit in Bezug auf die „Regionalität“ von Erzeugnissen zu schaffen und so die Vermarktungsstrukturen zu stärken (Wiesmann et al., 2015).

Neben dem Regionalfenster gibt es allerdings noch weitere Label, die auf Streuobstsaft verwendet werden könnten. Eins davon ist das „NABU-Qualitätszeichen“ für Streuobstprodukte, welches in Kapitel 2.3.3 vorgestellt wird. Um dieses Label nutzen zu können, müssen verschiedene Anforderungen erfüllt werden, welche für ein Aufpreisprojekt in der Regel aber keine Komplikationen darstellen. Auch beim NABU-

Qualitätszeichen wird für die Lizenznehmer eine Gebühr fällig, die an den NABU gezahlt wird (NABU, o.D.-d).

Neben den beiden jetzt ausführlicher erklärten Zeichen gibt es auch Bundesland spezifische Label, wie beispielsweise: Qualitätszeichen Baden-Württemberg, Bio-Zeichen Baden-Württemberg, Geprüfte Qualität aus Thüringen oder Bio-Siegel Hessen. Wie oben schon angesprochen können diese Label für die Endverbaucher:innen verwirrend sein. Beim Abfragen von ausgedachten Labeln meinen 15-20 % der Verbraucher:innen, dass sie das Label kennen. Wenn echte Labels nur geringfügig über diesem Wert liegen, zeigt dies, dass die Menschen Schwierigkeiten haben, den Überblick zu behalten (Münkel, 2021). Daher ist es wichtig, bei der Verwendung eines Labels für Streuobstprodukte ein eindeutiges Label zu wählen, um ein Kaufargument für den Kunden zu schaffen. Aus der Ernährungsstrategie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft geht hervor, dass auch der Bund anstrebt regionale Produkte zu fördern und eine transparentere Kennzeichnung anstrebt. Zusätzlich sollen die regionalen Wertschöpfungsketten gestärkt werden (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, 2024).

Abbildung 33: Label "100 % Streuobst" (Hochstamm Deutschland e.V., o.D.-c)

Auch der Verein Hochstamm Deutschland e.V. entwickelt mit interessierten Streuobstakteuren ein neues Markenzeichen, damit Produzenten, der Handel und Endverbraucher:innen davon profitieren und somit mehr Streuobst konsumiert wird (Abb 33). Das entwickelte Qualitätszeichen soll zeigen, dass 100% Streuobst verarbeitet wurde und wird planmäßig dieses Jahr (2024) in einer Modellregion getestet (Hochstamm Deutschland e.V., o.D.-c).

Neben den angesprochenen Siegeln, kann auch ein ansprechendes Logo der Aufpreisinitiative dazu beitragen, dass ein Wiedererkennungswert geschaffen wird und Kunden gebunden werden können.

Insgesamt kann zu der Thematik regionale Siegel und Logos gesagt werden, dass Verpackung und Design eine wichtige Entscheidungshilfe für Verbaucher:innen sind und wirksame Marketinginstrumente, um die Glaubwürdigkeit eines Produktes zu unterstützen und sich gegen die Konkurrenten durchzusetzen (Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft, 2011).

Ein weiterer wichtiger Punkt für den Erfolg von Streuobstprojekten ist die Verlängerung der Wertschöpfungsketten. Dies kann über verschiedene Faktoren geschehen. Folgende Punkte können beispielsweise zentrale Erfolgsfaktoren sein (Mayer, 2022):

- Kollektivmarke
- Kooperationen
- Tourismus
- Nachhaltiges Regionalmanagement

Eine Kollektivmarke kann zu einem Erfolgsfaktor werden, da ein einheitliches Marken- und Qualitätszeichen dem Handel (Einkäufer:innen) und Verbraucher:innen Orientierung und Sicherheit bietet (Mayer, 2022).

Kooperationen können beispielsweise mit Gemeinden und Umweltgruppen, aber auch mit Handelsorganisationen geschlossen werden. Vor allem die Kooperation mit Gemeinden oder Städten kann einen zentralen Erfolgsfaktor in der Vermarktung von Streuobstprodukten darstellen (Mayer, 2022). Dadurch könnten die Produkte in Kantinen, Schulen oder auf politischen Veranstaltungen angeboten werden, was den Bekanntheitsgrad und den Absatz steigern würde. Eine Kelterei, die ihren Saft an viele Gastronomien und öffentliche Verwaltungen verkauft, ist die Kelterei Van Nahmen. Sie beliefert überregional beispielsweise das Umweltministerium in Düsseldorf, das Bundespräsidialamt in Berlin und den Kölner Weinkeller (Van Nahmen, o.D.). Dabei ist zu beachten, dass vor allem bei Streuobstprodukten oft die Regionalität im Vordergrund steht, die bei diesem Beispiel verloren geht. Für lokale Aufpreisinitiativen kann eine Möglichkeit sein Unternehmen oder öffentliche Institutionen innerhalb der Region zu beliefern. Dabei könnte auch eine Zusammenarbeit mit anderen Initiativen angestrebt werden, um genügend Saft bereitstellen zu können.

Auch der NABU Bundesfachausschuss Streuobst hat in seinem bundesweiten Treffen im Jahr 2018 gefordert, dass in den Beschaffungsrichtlinien der öffentlichen Hand auf Bundes-, Länder- und kommunaler Ebene die bevorzugte Verwendung von Streuobstprodukten festgelegt werden soll unter Berücksichtigung des Kriteriums fairer Preise. Dabei sollen vor allem auf Messen und öffentlichen Veranstaltungen Streuobstprodukte von den Bundesländern eingesetzt und vorgestellt werden (NABU-Bundesfachausschuss Streuobst, 2018).

Ein weiterer möglicher Erfolgsfaktor für die Vermarktung kann der Tourismus sein (Mayer, 2022). Durch die Öffentlichkeitsarbeit kann das Bewusstsein der Bevölkerung für regionale Lebensmittel gestärkt werden (Philipp, 2020). Ein Beispiel für den Agrotourismus im Bereich Streuobst sind die „Streuobst Chalets“ im Süden von Baden-Württemberg. Auf diesem landwirtschaftlichen Betrieb wurden zwei Ferien-Baumhäuser in die Streuobstwiese gebaut, wobei beim Bau auf Nachhaltigkeit und heimische Materialien geachtet wurde (Streuobst Charlets, o.D.). Dadurch wird eine zusätzliche Einnahmequelle generiert, die zum Erhalt der Wiesen betragen kann.

Auch ein Faktor, der helfen kann, Streuobst besser zu vermarkten ist nachhaltiges Regionalmanagement. Dieser Faktor ist eng mit dem Faktor Tourismus verknüpft und zielt darauf ab, keine Doppelstrukturen zu schaffen, sondern Kooperationen zu fördern (Mayer, 2022).

Ein Projekt, das ein ganzheitlich erfolgreiches Regionalmanagement vorweisen kann, ist die Region Valposchiavo im schweizerischen Graubünden. Hier wurde ein regionales Siegel „100 % Valposchiavo“ eingeführt, um Lebensmittelprodukte zu zertifizieren, bei denen alle Bestandteile und Produktionsschritte entlang der Wertschöpfungskette in Valposchiavo verbleiben (Froning & Stotten, 2023). Diese Gesamtvermarktungsstrategie fördert den lokalen Agrar- und Nahrungsmittelsektor und bietet eine digitale Produktplattform zum Austausch zwischen Akteur:innen und zur Unterstützung der kollektiven Zusammenarbeit zwischen Landwirt:innen, verarbeitenden Betrieben und der Gastronomie (Froning & Stotten, 2023).

Aber auch die Tourismusregion Mostviertel in Österreich hat eine Erhaltungsstrategie ihrer Obstbaumlandschaft ausgearbeitet. Das nachhaltige Regionalmanagement ist gewinnbringend mit dem Tourismus verknüpft, es wurde eine Kollektivmarke entwickelt und die Werbestrategie und die Werbestrategie in die des Landes Österreich integriert (Mayer, 2022).

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass vor allem die Vermarktungsstrukturen optimiert werden müssen, um die Wirtschaftlichkeit von Streuobstwiesen zu erhöhen und so zum Erhalt beizutragen. Dabei kann die überregionale Zusammenarbeit gerade im Bereich des nachhaltigen Regionalmanagements durch die Länder gefördert werden. Der Verein Hochstamm Deutschland e.V. möchte beispielsweise auf ihrer Website ab 2024 ein Online-Tool anbieten, welches Praxistipps zur Verbesserung der Wertschöpfungskette

gibt. So können Menschen aus ganz Deutschland voneinander lernen und ihrer Wertschöpfungskette an den entsprechenden Stellen optimieren (Hochstamm Deutschland e.V., o.D.-b). Insgesamt ist zu bedenken, dass das erwirtschaftete Geld in die Streuobstwiesen reinvestiert werden sollte, um die Pflege und den Bestand der Bäume langfristig zu sichern.

7. Fazit und Ausblick

In dieser Masterarbeit wurden die Unterschiede zwischen Aufpreisinitiativen in Baden-Württemberg und Sachsen analysiert. Dabei wurden vor allem die Entwicklungen im Laufe der Zeit, die strukturellen Unterschiede der Projekte sowie die kulturellen und regionalen Besonderheiten herausgearbeitet. Ein weiteres Ziel war es, die Probleme der Aufpreisinitiativen genauer zu betrachten und Optimierungsmöglichkeiten aufzuzeigen.

Dafür wurden verschiedene Experteninterviews durchgeführt und mithilfe einer qualitativen Inhaltsanalyse und dem Programm MAXQDA ausgewertet. An dieser Stelle sei noch einmal darauf hingewiesen, dass es sich um eine qualitative Forschungsmethode handelt, die nur subjektive Meinungen wiedergibt und nicht repräsentativ für die Regionen ist.

Die Analyse hat gezeigt, dass es in Sachsen im Vergleich zu Baden-Württemberg grundsätzlich kleinere Strukturen bei der Aufpreisvermarktung gibt. Dadurch entstehen auch unterschiedliche Strukturen innerhalb der Initiative und in ihrem Aufbau. Die Motivation hinter der Gründung der Aufpreisinitiative ist jedoch ähnlich: Erhalt des Landschaftsbildes durch Nutzung.

Als kulturelle und regionale Besonderheiten können vor allem die hohe Identifikation mit dem Streuobst in Baden-Württemberg hervorgehoben werden und dass beide Bundesländer obstreiche Gegenden sind. Eine weitere Gemeinsamkeit der beiden Bundesländer besteht darin, dass sich Streuobstwiesen oft auf topografisch ungünstigen Flächen befinden. Diese sind oft maschinell schwer zu bewirtschaften, weswegen die Produktion von Obst oft insgesamt unwirtschaftlich ist (Bürckmann et al., 2022).

Insgesamt wurde von den Expert:innen aus beiden Bundesländern angegeben, dass das Interesse an Streuobstwiesen steigt und so auch Aufpreisinitiativen teilweise eine größere Nachfrage haben. Problematisch dabei ist, dass die Vermarktung von Streuobstprodukten in beiden Bundesländern schwierig ist. Denn auch, wenn

Verbraucher:innen Streuobstprodukte vor allem positiv bewerten und viele Eigenschaften von Streuobst den Kaufkriterien entsprechen, hält die Unwissenheit viele Verbraucher:innen vom Kauf ab. Daher ist es wichtig, Wissenslücken zu schließen, um die Vorteile von Streuobst aufzuzeigen und neue Kund:innen zu gewinnen (Philipp, 2022).

Regionale Siegel können die Vermarktung unterstützen und für Verbraucher:innen eine gewisse Transparenz und Übersichtlichkeit schaffen. Allerdings kann es durch die Vielzahl an Labeln auf dem Markt zu Verwirrungen bei den Verbraucher:innen kommen, weshalb es wichtig ist, ein eindeutiges Label zu nutzen und so ein Kaufargument zu schaffen (Kirk-Mechtel, 2023).

Ein weiterer wichtiger Punkt ist die Verlängerung der Wertschöpfungsketten. Dies kann über verschiedene Faktoren wie z. B. die Gründung einer Kollektivmarke geschehen. Weitere Möglichkeiten sind Kooperationen, die Tourismusbranche und ein nachhaltiges Regionalmanagement (Mayer, 2022).

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass vor allem die Vermarktungsstrukturen und die Wertschöpfungskette optimiert werden müssen, um die Wirtschaftlichkeit von Streuobstwiesen zu erhöhen und so zum Erhalt der Kulturlandschaft beizutragen. Ein weiteres Instrument, dass zu einer Steigerung der Wirtschaftlichkeit beiträgt, sind Förderprogramme der Länder, die die Pflege und Nachpflanzung fördern. Denn ohne die finanzielle Unterstützung in der Bewirtschaftung ist es schwer die Bäume zu erhalten.

Daher ist es zukünftig sinnvoll zu untersuchen, wie Streuobstprodukte eine höhere Aufmerksamkeit und Akzeptanz in der Bevölkerung erreichen können, um ein höheres Bewusstsein für den Erhalt und die Förderung von Streuobst zu schaffen. Dadurch könnten die Förderungen von Bund und Ländern und die Vermarktungsstrategien der Aufpreisinitiativen angepasst werden. Darüber hinaus wäre es interessant, weitere quantitative Verbraucherstudien durchzuführen, um Erfolgsstrategien von Aufpreisinitiativen weiter auszuarbeiten und zu professionalisieren. Dabei spielt auch die Kooperation innerhalb der Bundesländer eine bedeutende Rolle, um die Wertschöpfungsketten auszubauen und das nachhaltige Regionalmanagement zu fördern. In Hinblick auf den Klimawandel und die damit verbundenen Auswirkungen ist es wichtig, die Wertschöpfungskette zu optimieren und Unterstützungen durch Bund und Länder zu sichern. Denn die Bewirtschaftung wird zukünftig durch Trockenstress und

Spätfröste noch aufwendiger werden und die Gefahr, dass noch mehr Menschen die Bewirtschaftung aufgeben, besteht.

Da aktuell der Großteil der Forschung in Baden-Württemberg stattfindet, wäre es sicherlich interessant auch andere Bundesländer zu untersuchen. Auch wenn in Baden-Württemberg die größten Streuobstbestände sind und hier die meisten Fördermittel eingesetzt werden, ist es wichtig, nicht außer Acht zu lassen, dass auch andere Bundesländer Streuobstbestände haben, die es zu schützen gilt. Denn das Interesse, das Bewusstsein und die Akzeptanz der Bevölkerung könnten je nach Bundesland variieren. Daher bedarf es differenzierterer Forschung, um angepasste Handlungskonzepte zur Förderung der Streuobstbestände zu entwickeln.

Literaturverzeichnis

BAYERISCHE LANDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT. 2003 Published. Streuobst in der Kulturlandschaft. Fachtagung des Institutes für Agrarökologie, Ökologischen Landbau und Bodenschutz zusammen mit der Bayerischen Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau, 2003 Kirchehrenbach Landkreis Forchheim. Bayrische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), 82.

BAYERISCHES LANDWIRTSCHAFTLICHES WOCHENBLATT. 2022. Preisbarometer für Streuobst: Die Spanne reicht von 6 bis 30 Euro je Dezitonne. Bayerisches Landwirtschaftliches Wochenblatt [Online]. Available: https://www.wochenblatt-dlv.de/maerkte/streuobst-gute-ernte-unwirtschaftliche-preise-571558 [Accessed 24.10.2023].

BIOSPHÄRENRESERVAT NIEDERSÄCHSISCHE ELBTALAUE 2017. Alte Sorte - Früchte der Elbtalaue. Nationale Landschaften.

BORNGRÄBER, STEFAN, KRISMANN, ALFONS & SCHMIEDER, KLAUS 2020. Ermittlung der Streuobstbestände Baden-Württembergs durch automatisierte Fernerkundungsverfahren. Naturschutz und Landschaftspflege Baden-Württemberg, Band 81, 22.

BUND. 2019. Anlage und Pflege von Streuobstwiesen. [Online]. Available: https://www.bund-sh.de/publikationen/detail/publication/anlage-und-pflege-von-streuobstwiesen/ [Accessed 06.03.2024].

BUND BADEN-WÜRTTEMBERG. 2021. Streuobsttage 2021: Landesweite Apfelfeste [Online]. bund-bawue.de: BUND. Available: https://www.bund-bawue.de/service/pressemitteilungen/detail/news/streuobsttage-2021-landesweite-apfelfeste/ [Accessed 06.03.2024].

BUND DEUTSCHER BAUMSCHULEN. o.D. Kern und Steinobst [Online]. Bund Deutscher Baumschulen (BDB). Available: https://www.gruen-ist-leben.de/themen-produkte/erkennen-sie-qualitaet/obstgehoelze/kern-und-steinobst/ [Accessed 23.10.2023].

BUND ÖKOLOGISCHE LEBENSMITTELWIRTSCHAFT 2011. Erfordernisse des Marketings. Nachhaltige Verpackung von Bio-Lebensmitteln - Ein Leitfaden für Unternehmen, S. 22-24

BUND SCHLESWIG-HOLSTEIN. o.D. Was ist eine Streuobstwiese? [Online]. BUND. Available: https://www.bund-sh.de/streuobstwiesen/definition-einer-streuobstwiese/ [Accessed 28.10.2023].

BUNDESANSTALT FÜR LANDWIRTSCHAFT UND ERNÄHRUNG 2020. Streuobstwiesen schützen. ISBN 978-3-8308-1324-8, 10. Auflage, 64

BUNDESINFORMATIONSZENTRUM LANDWIRTSCHAFT. 2023. Warum sind Apfelbäume in Obstplantagen so klein? [Online]. Available: https://www.landwirtschaft.de/landwirtschaft-verstehen/haetten-sies-gewusst/pflanzenbau/warum-sind-apfelbaeume-in-obstplantagen-so-klein [Accessed 28.10.2023].

BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT. 2021. Referentenentwurf des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft - Verordnung zur Durchführung der GAP-Direktzahlungen - [Online]. Available: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Glaeserne-Gesetze/Referentenentwuerfe/GAPDZV.pdf?__blob=publicationFile&v=2 [Accessed 13.03.2024].

BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT 2023. Umsetzung der Gemeinsamen Agrarpolitik der Europäischen Union 2023 in Deutschland - Direktzahlungen, Öko-Regelungen, InVeKoS und Konditionalität. Bmel.de: Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

BUNDESMINISTERIUM FÜR ERNÄHRUNG UND LANDWIRTSCHAFT 2024. Gutes Essen für Deutschland - Ernährungsstrategie der Bundesregierung. Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft.

BÜRCKMANN, HANNES, MAYER, MARKUS , HÖRMANN, MARTINA, PHILIPP, SOPHIA, WAGNER, FLORIAN, DÜTHORN, KAROLINA, MÄDER, NIKLAS & BURK, JANNIS 2022. Gutachten zu einer Streuobststrategie mit Maßnahmenplan und einer Streuobst-Erlebniswelt Baden-Württemberg. neulandplus GmbH & Co. KG (https://neulandplus.de); Landschaftskonzept Markus Mayer (https://www.landschaftskonzepte.de); Büro Martina Hörmann

BÜRO FRAXINUS GBR 2008. Neue Ansätze zum Erhalt von Streuobstwiesen in der Region Würzburg zur langfristigen Sicherung der mainfränkischen Streuobstkultur. Unveröffentlichtes Gutachten im Auftrag des Deutschen Verbandes für Landschaftspflege, Ansbach. 79

DEGENBECK, MARTIN 2021. Streuobstwiesen schützen durch Nützen - Erfolg versprechende Ansätze der Landwirtschaftsverwaltung in Bayern. Berichte über Landwirtschaft - Zeitschrift für Agrarpolitik und Landwirtschaft, 99 Ausgabe 2, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft 03.08.2021, 30

DEUTSCHE UNESCO-KOMISSION. o.D. Bundesweites Verzeichnis Immaterielles Kulturerbe
Streuobstanbau [Online]. Available: https://www.unesco.de/kultur-und-natur/immaterielles-kulturerbe/immaterielles-kulturerbe-deutschland/streuobstanbau [Accessed 15.02.2024].

DOMBROWSKI, ALEXANDRA & HEMME, PIA. 2023. BUND und Nabu fordern Mitbestimmung bei Rodung von Streuobstwiesen. Staatsanzeiger, 05.01.2023. [Online] https://www.staatsanzeiger.de/nachrichten/politik-und-verwaltung/bund-und-nabu-fordern-mitbestimmung-bei-rodung-von-streuobstwiesen/ [Accessed 10.03.2024].

EBERHARDT-SCHAD, INGRID 2017. Neue Ideen für die Streuobst-Aufpreis- Vermarktung, Landesweiter Streuobstwiesentag Ludwigsburg, Ludwigsburg, [Online]. Available from: https://www.hochstamm-deutschland.de/files/hochstamm/fachinformationen/170506_vortrag_streuobsttag_eberhardt_schad.pdf [Accessed 15.02.2024].

EICHHORN, JAN. 2023. Stadt und Land in der Klimakrise: Gemeinsamer Blickwinkel oder divergierende Perspektiven? Politische Einstellungen in verschiedenen Wohnortsumfeldern – von ländlichen bis städtischen Räumen. Heinrich-Böll-Stiftung e.V. - DEMOKRATIE & GESELLSCHAFT #33. Available: https://www.boell.de/sites/default/files/2023-07/finae_boll.brief_dg33_stadt_und_land_in_der_klim_akrise_gemeinsamer_blickwinkel_oder_divergierende_per_spektiven.pdf [Accessed 06.03.2024].

EUROPÄISCHE KOMISSION. o.D. Die Gemeinsame Agrarpolitik auf einen Blick [Online]. Available: https://agriculture.ec.europa.eu/common-agricultural-policy/cap-overview/cap-glance_de [Accessed 27.10 2023].

FEINES VON REUTLINGER STREUOBSTWIESEN. o.D. Feines von Reutlinger Streuobstwiesen [Online]. Available: http://www.reutlinger-bio-apfelsaft.de [Accessed 07.03.2024].

FÖRDERVEREIN ARBEITSGEMEINSCHAFT BÄUERLICHE LANDWIRTSCHAFT E.V. o.D.-a. Streuobst - Kulturland(wirt)schaft mit großem Nutzen [Online]. baumland-kampange.de. Available: https://www.baumland-kampagne.de/baumlandschaften/streuobst [Accessed 13.03.2024].

FÖRDERVEREIN ARBEITSGEMEINSCHAFT BÄUERLICHE LANDWIRTSCHAFT E.V. o.D.-b. Was sinnvolle Förderprogramme für den Streuobstwiesen-Anbau jetzt brauchen: [Online]. baumland-kampange.de. Available: https://www.baumland-kampagne.de/unsere-forderungen/streuobst [Accessed 13.03.2024].

FREISTAAT SACHSEN. o.D. Freistaat Sachsen [Online]. sachsen.de. Available: https://www.freistaat.sachsen.de/#:~:text=Heute%20ist%20der%20Freistaat%20Sachen,Quadratkilometern%20das%20sechstgrößte%20deutsche%20Bundesland. [Accessed 30.10 2023].

FRONING, PAUL & STOTTEN, RIKE. 2023. Lokal, biologisch, partizipativ – Ein territorialer Entwicklungsansatz im Valposchiavo [Online]. regiosuisse.de. Available: https://regiosuisse.ch/news/lokal-biologisch-partizipativ-territorialer-entwicklungsansatz-im-valposchiavo [Accessed 23.02.2024].

FUCHS, RICHARD, 2023, Streuobstwiesen – Rettung eines gefährdeten Ökosystems, swr.de, WISSEN, S., 14.09.2023, Available from: https://www.swr.de/swr2/wissen/streuobstwiesen-rettung-eines-gefaehrdeten-oekosystems-104.html [Accessed 06.03.2024].

GLÄSER, JOCHEN & LAUDEL, GRIT 2010. Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, Springer-Verlag. ISBN 978-3-531-17238-5, 347

GRÜNE LIGA DRESDEN / OBERES ELBTAL E.V. o.D.-a. Aufpreisvermarktung [Online]. Available: http://www.grueneliga-dresden.de/index.php/aufpreisvermarktung [Accessed 06.11.2023].

GRÜNE LIGA DRESDEN / OBERES ELBTAL E.V. o.D.-b. Gruppen, Initiativen und Mitgliedsvereine [Online]. Available: http://www.grueneliga-dresden.de/index.php/mitgliedsgruppen [Accessed 06.11.2023].

GRÜNE LIGA DRESDEN / OBERES ELBTAL E.V. o.D.-c. Über uns [Online]. Available: http://www.grueneliga-dresden.de/index.php/ueber-uns [Accessed 06.11.2023].

GRÜNE LIGA DRESDEN / OBERES ELBTAL E.V. o.D.-d. Vertrag zwischen der Grüнen Liga Dresden e.V. – Projekt Streuobstwiesen [Online]. Available: http://www.grueneliga-dresden.de/images/documents/streuobst/juli_2014_vertrag_aufpreisvermarktung.pdf [Accessed 07.03.2024].

GRÜNE LIGA DRESDEN / OBERES ELBTAL E.V. o.D.-e. Willkommen beim Projekt Streuobstwiesen [Online]. Available: http://www.grueneliga-dresden.de/index.php/mitgliedsgruppen/projekt-streuobstwiesen [Accessed 06.11.2023].

GRÜNE LIGA DRESDEN E.V. o.D. Mobile Kelterei und Aufpreisvermarktung [Online]. nabu.de. Available: https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/veranstaltungen/6_apfel-paradies-mobile_kelterei_wegener.pdf [Accessed 15.02.2024].

GRÜNE LIGA E.V. 2015. Wir sind das, Mensch! [Online]. Available: https://www.grueneliga.de/index.php/de/gruene-liga [Accessed 10.11.2023].

HALLER, MICHAEL 2001. Das Interview. Ein Handbuch für Journalisten, Konstanz: UKV Medien. ISBN 978-3896693044, 346

HEESEN, BERND 2021. Wissenschaftliches Arbeiten - Methodenwissen für Wirtschafts-, Ingenieur- und Sozialwissenschaftler. ISBN 978-3-662-62547-7, 117

HESSISCHES MINISTERIUM FÜR UMWELT, KLIMASCHUTZ, LANDWIRTSCHAFT UND VERBRAUCHERSCHUTZ (HMUKLV) 2022. Streuobstwiesen - Wissen rund um das hessische Kulturgut, umwelt.hessen.de. ISBN 978-3-89274-440-5, 50

HOCHSTAMM DEUTSCHLAND E.V. 2020. Förderwegweiser Streuobst Wer fördert meine Streuobstwiese? - Eine Navigation durchs Bundesgebiet Deutschland [Online]. hochstamm-deutschland.de. Available: https://www.hochstamm-deutschland.de/files/hochstamm/NEWS/PDFs/2020-08-25%20Förderwegweiser%20Streuobst_Bund%20und%20Länder.pdf [Accessed].

HOCHSTAMM DEUTSCHLAND E.V. 2022. Mostobstmarkt 2022. Hochstamm Deutschland e.V. 30.11.2022, 10

HOCHSTAMM DEUTSCHLAND E.V. 2023. Preisbarometer Streuobst - Ergebnisbericht des Preismonitoring der Saison 2022. [Online]. hochstamm-deutschland.de. Available: https://www.hochstamm-deutschland.de/files/hochstamm/NEWS/PDFs/Preisbarometer/2023-01-13%20Preismonitoring%20Streuobst%20Ergebnisse.pdf [Accessed 24.10.2023].

HOCHSTAMM DEUTSCHLAND E.V. o.D.-a. Ritterschlag für Streuobstheldinnen und -helden [Online]. hochstamm-deutschland.de. Available: https://www.hochstamm-deutschland.de/streuobst-bewahren/immaterielles-kulturerbe [Accessed 16.02.2024].

HOCHSTAMM DEUTSCHLAND E.V. o.D.-b. Streuobst bewahren - Erhalt durch Nutzung [Online]. hochstamm-deutschland.de. Available: https://www.hochstamm-deutschland.de/streuobst-bewahren/erhalt-durch-nutzung#modellprojekt-streuobst-2030 [Accessed 24.02.2024].

HOCHSTAMM DEUTSCHLAND E.V. o.D.-c. Streuobst vermarkten - Gemeinschaftsmarketing [Online]. hochstamm-deutschland.de. Available: https://www.hochstamm-deutschland.de/streuobst-vermarkten/gemeinschaftsmarketing#gemeinsames-marketing [Accessed 24.02.2024].

JAUß, UWE. 2022. Regionalvermarktung in der Krise: „Die Leute schauen wieder aufs Geld“. Schwäbische.de. [Online] https://www.schwaebische.de/regional/baden-wuerttemberg/bio-in-der-krise-1292286 [Accessed 19.02.2024].

KACHE, MARTIN DR.-ING. , RÖMER, MARCUS, MÜLLER, MICHAEL & GÜNTHER, SEBASTIAN. 2015. Leitfaden Literaturrecherche [Online]. Available: https://tu-dresden.de/bu/verkehr/ibb/sft/ressourcen/dateien/lehre/informationen/Leitfaden_Literaturrecherche.pdf?lang=de [Accessed 16.01.2024].

KIRK-MECHTEL, MELANIE. 2023. Regional einkaufen: Schauen Sie, was möglich ist! Available: https://www.bzfe.de/nachhaltiger-konsum/orientierung-beim-einkauf/regional-einkaufen/#:~:text=Ein%20zentraler%20Punkt%20sind%20zudem,Absatzstrukturen%20erst%20geschaffen%20werden%20müssten [Accessed 10.03.2024].

KUCKARTZ, UDO 2018. Qualitative InhaltsanalyseMethoden, Praxis, Computerunterstützung, Beltz Juventa, Weinheim, Beltz Verlagsgruppe. ISBN 9783779936824, 241

LANDESANSTALT FÜR UMWELT BADEN-WÜRTTEMBERG. o.D. Streuobst [Online]. Available: https://www.lubw.baden-wuerttemberg.de/natur-und-landschaft/streuobst#:~:text=89.000%20ha.,89.000%20ha%20und%20111.000%20ha. [Accessed 18.01.2024].

LANDESBUND FÜR VOGEL- UND NATURSCHUTZ IN BAYERN E.V. o.D. Artenvielfalt auf der Streuobstwiese [Online]. Available: https://www.lbv.de/naturschutz/lebensraeume-schuetzen/streuobstwiesen/artenvielfalt-auf-der-streuobstwiese/ [Accessed 24.10.2023].

LANDRATSAMT MITTELSACHSEN. 2015. Merkblatt zur Anlage einer Streuobstwiese [Online]. Landratsamt Mittelsachsen. Available: https://buergerbeteiligung.sachsen.de/portal/download/datei/1381820_0/08_Anlage+6+zur+Begründg+-+Merkblatt+Anlage+Streuobstwiesen.pdf [Accessed 23.10.2023].

LANDSCHAFTSPFLEGEVERBAND NORDWESTSACHSEN E.V. o.D. Die Geschichte der Streuobstwiesen in Sachsen [Online]. streuobst-in-sachsen.de. Available: https://www.streuobst-in-sachsen.de/de/27/p1/geschichte.html [Accessed 30.10 2023].

LANDWIRTSCHAFTLICHES TECHNOLOGIEZENTRUM AUGUSTENBERG. 2023. Schwarzer Rindenbrand an Kernobst [Online]. Landwirtschaftliches Technologiezentrum Augustenberg (LTZ). Available: https://ltz.landwirtschaft-bw.de/site/pbs-bw-mlr-root/get/documents_E-1144323901/MLR.LEL/PB5Documents/ltz_ka/Service/Schriftenreihen/Hinweise%20zur%20Pflanzengesundheit/Schwarzer%20Rindenbrand_DL/Pflanzengesundheit_Schwarzer%20Rindenbrand%20an%20Kernobst.pdf [Accessed 12.03.2024].

LFULG, SÄCHSISCHES LANDESAMT FÜR UMWELT LANDWIRTSCHAFT UND GEOLOGIE 2022. Kulturlandschaft gestalten - Ein Werkzeugkasten für die Ländliche Neuordnung.

LUKAS, ANDREAS DR. & SCHRÖTER, JESSICA DR. 2022. Gesetzlicher Biotopschutz nach § 30 BNatSchG. Naturschutz und Landschaftsplanung, 54 (06), Naturschutz und Landschaftsplanung 38-39

LVWO & RUEß, FRANZ 2020. Auswirkungen der Klimaverschiebung auf den Obstanbau und das Spätfrostrisiko in der mittleren Neckarregion. LVWO Weinsberg,.

MAIER, ANIKA, BIELING, CLAUDIA & SCHMIEDER, KLAUS 2020. Erfolgsfaktoren, Hemmnisse und Lösungsansätze - Erhalt und Weiterentwicklung des Streuobstbaus in Baden-Württemberg. Naturschutz und Landschaftsplanung - Zeitschrift für angewandte Ökologie, Ausgabe 11/2020**,** S. 524 - 529.

MAYER, MARKUS 2022. Wertschöpfungskette Streuobst: Erfolgsfaktoren zur praktischen Wertschöpfungssteigerung, Landesweiter Streuobsttag Baden-Württemberg 2022, [Online]. Available from: https://www.hochstamm-deutschland.de/files/hochstamm/fachinformationen/Mayer.pdf [Accessed 10.03.2024].

MENGES, LEA. 2023. Kundenbindungsmaßnahmen: 10 Instrumente und Beispiele [Online]. brevo.com: Brevo. Available: https://www.brevo.com/de/blog/kundenbindung-massnahmen-und-instrumente/ [Accessed 23.02.2024].

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ BADEN-WÜRTTEMBERG 2015. Streuobstkonzeption Baden-Württemberg - Aktiv für Reichtum und Vielfalt unserer Streuobstlandschaften. Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg.

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ BADEN-WÜRTTEMBERG, (MLR). 2021. Geschichte des Streuobstes [Online]. Streuobstportal Baden-Württemberg. Available: https://streuobst.landwirtschaft-bw.de/pb/,Lde/Startseite/Wissen/Geschichte [Accessed 24.10 2023].

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ BADEN-WÜRTTEMBERG , (MLR). 2023. Agrarumweltprogramm FAKT II [Online]. Available: https://streuobst.landwirtschaft-bw.de/pb/,Lde/Startseite/Foerderung/FAKT [Accessed 27.10 2023].

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ BADEN-WÜRTTEMBERG, (MLR). 2023a. Förderung Baumschnitt [Online]. Streuobstwiesen Portal. Available: https://streuobst.landwirtschaft-bw.de/pb/,Lde/Startseite/Foerderung/Foerderung+Baumschnitt [Accessed 28.10.2023 2023].

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM UND VERBRAUCHERSCHUTZ BADEN-WÜRTTEMBERG, (MLR). 2023b. Landschaftspflegerichtlinie (LPR) [Online]. Streuobstwiesen Portal. Available: https://foerderung.landwirtschaft-bw.de/pb/,Lde/1962007 [Accessed 28.10 2023].

MÜNKEL, JANA. 2021. Bio-Siegel wird 20 Jahre alt - Orientierungspunkt im Label-Dschungel [Online]. Deutschland Funk Kultur. Available: https://www.deutschlandfunkkultur.de/bio-siegel-wird-20-jahre-alt-orientierungspunkt-im-label-100.html [Accessed 22.02.2024].

NABU 2018a. Leitfaden für die Gründung und Organisation eines Streuobst-Aufpreisprojektes. Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz Baden-Württemberg.

NABU 2018b. Studie zur Aufpreisvermarktung von Streuobstprodukten in Baden-Württemberg – Kurzfassung –. Ministerium für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz.

NABU 2018c. Studie zur Aufpreisvermarktung von Streuobstprodukten in Baden-Württemberg –Abschlussbericht– [unveröffentlicht].

NABU. 2019. Maßnahmen zum langfristigen Erhalt des Steinkauzes und seiner Lebensräume – hier: Schutz von Streuobstwiesen und -weiden. [Online]. Available: https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/vogelschutz/steuobstwiesenschutz_steinkauz.pdf [Accessed 06.03.2024].

NABU. 2023. Schutz von Streuobstwiesen ernst nehmen! [Online]. NABU Baden-Württemberg. Available: https://baden-wuerttemberg.nabu.de/news/2023/januar/32737.html [Accessed 23.10 2023].

NABU. 2024. NABU-Qualitätszeichen für Streuobstprodukte - Liste der Lizenznehmer (Stand: 14 Februar 2024) [Online]. nabu.de. Available: https://www.nabu.de/natur-und-landschaft/landnutzung/streuobst/service-und-adressen/10253.html [Accessed 06.03.2024].

NABU. o.D.-a. Aufpreisvermarktung [Online]. Available: https://www.nabu.de/natur-und-landschaft/landnutzung/streuobst/vermarktung/00438.html [Accessed 01.11. 2023].

NABU. o.D.-b. Den Römern sei Dank - Zur historischen Entwicklung des Streuobstanbaus [Online]. nabu.de: NABU (Naturschutzbund Deutschland) e.V. Available: https://www.nabu.de/natur-und-landschaft/landnutzung/streuobst/streuobstwissen/02359.html [Accessed 12.09.2023].

NABU. o.D.-c. NABU-Qualitätszeichen für Streuobstprodukte [Online]. nabu.de. Available: https://www.nabu.de/natur-und-landschaft/landnutzung/streuobst/service-und-adressen/qualitaetszeichen.html [Accessed 26.10. 2023].

NABU. o.D.-d. Vertrag über die Nutzung des NABU-Qualitätszeichens für Erzeugnisse aus Streuobst
[Online]. Available: https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/streuobst/infopapiere/191116_streuobst-lizenzvertrag-qualit__tszeichen_neu.pdf [Accessed 01.03.2024].

NABU. o.D.-e. Was ist Streuobst? [Online]. Available: https://www.nabu.de/natur-und-landschaft/landnutzung/streuobst/streuobstwissen/streuobstbau.html [Accessed 23.10.2023 2023].

NABU LANDESVERBÄNDE. 2014. Förderprogramme im Obstbau – Stand Oktober 2014 [Online]. nabu.de. Available: https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/streuobst/infopapiere/nabu-pos-so-f__rderprogramme-22-10-2014.pdf [Accessed 13.03.2024].

NABU-BUNDESFACHAUSSCHUSS STREUOBST. 2018. Lingener Erklärung zum Streuobstbau. [Online]. nabu.de. Available: https://www.nabu.de/imperia/md/content/nabude/streuobst/infopapiere/180306-nabu-resoution-streuobst.pdf [Accessed 12.03.2024].

NABU-BUNDESFACHAUSSCHUSS STREUOBST. o.D. Lingener Erklärung zum Streuobstbau - Streuobstvermarkter kritisieren falsche Angaben der Länder

[Online]. nabu.de. Available: https://www.nabu.de/natur-und-landschaft/landnutzung/streuobst/vermarktung/24041.html [Accessed 13.03.2024].

NATIONALE NATURLANDSCHAFTEN. 2021. Hanami – das Fest der Baumblüte [Online]. nationale-naturlandschaften.de. Available: https://nationale-naturlandschaften.de/aktuelles/2021/hanami-das-fest-der-baumbluete [Accessed 14.03.2024].

NAUMANN, ANITA. 2020. Flühlingsboten und Blütenpracht - Blühende Streuobstwiese [Online]. nationale-naturlandschaften.de. Available: https://nationale-naturlandschaften.de/aktuelles/2020/fruehlingsboten-und-bluetenpracht [Accessed 10.03.2024].

PB ONLINEHANDEL. 2017. Günstig Werbung machen [Online]. Available: https://www.pb-onlinehandel.de/magazin/guenstig-werbung-machen/ [Accessed 23.02.2024].

PETERSEN, FELICIA 2019. Streuobstbestände – Geschützte Biotope in Hessen; Recht der Natur. Schnellbrief 214 NABU 2019, Mai / Juni 2019.

PFLEIDERER, PETER, MENKE, INGA & SCHLEUSSNER, CARL-FRIEDRICH 2019. Increasing risks of apple tree frost damage under climate change. Climatic Change 157**,** 515-525.

PHILIPP, SOPHIA 2020., Zu Gast auf der Streuobstwiese - Was bringt Streuobsttourismus?, 14. Landesweiter Streuobsttag Baden-Wu̇rttemberg - Online, [Online]. Available from: https://www.hochstamm-deutschland.de/files/hochstamm/fachinformationen/201103_philipp_vortrag_streuobst.pdf.

PHILIPP, SOPHIA 2022., „Streuobst-Filterblase“ Kennen Verbraucherinnen und Verbraucher Streuobst?, 16. Landesweiter Streuobsttag Baden-Württemberg, [Online]. Available from: https://www.hochstamm-deutschland.de/files/hochstamm/fachinformationen/2022_05_18_StreuobsttagBW_SPhilipp.pdf.

PHILIPP, SOPHIA & ZANDER, KATRIN 2023. Orchard meadows: consumer perception and communication of a traditional agroforestry system in Germany. Springer Nature.

PWC DEUTSCHLAND. 2022. Wie sich der Ukraine-Krieg auf die Lebensmittelbranche auswirkt [Online]. pwc.de. Available: https://www.pwc.de/de/handel-und-konsumguter/die-folgen-des-ukraine-kriegs-fuer-die-lebensmittelbranche.html [Accessed 19.02.2024].

REGIONALFENSTER. o.D. Regionalfenster weiter auf Wachstumskurs [Online]. regionalfenster.de. Available: https://www.regionalfenster.de/das-zeichen/entwicklung-1.html [Accessed 22.02.2024].

SÄCHSISCHES STAATSMINISTERIUM, FÜR ENERGIE, KLIMASCHUTZ, UMWELT UND LANDWIRTSCHAFT. 2023. Förderrichtlinie Natürliches Erbe [Online]. Sächsische Staatskanzelei. Available: https://revosax.sachsen.de/vorschrift/20072?redirect_succesor_allowed=1#x1 [Accessed 14.03.2024].

SÄCHSISCHES STAATSMINISTERIUM, FÜR ENERGIE, KLIMASCHUTZ, UMWELT UND LANDWIRTSCHAFT,. 2024a. Gehölzsanierung Obstgehölze (Streuobstbestände/Obstbaumreihen) [Online]. smekul.sachsen.de. Available: https://www.smekul.sachsen.de/foerderung/download/20240209_MB_A1_Sanierung_Obstgehoelze.pdf [Accessed 12.03.2024].

SÄCHSISCHES STAATSMINISTERIUM, FÜR ENERGIE, KLIMASCHUTZ, UMWELT UND LANDWIRTSCHAFT,. 2024b. Jungbaumpflege für Obstgehölze (Streuobstbestände/Obstbaumreihen) [Online]. smekul.sachsen.de. Available: https://www.smekul.sachsen.de/foerderung/download/20240209_MB_H_Jungbaumpflege_Obstgehoelze.pdf [Accessed 02.03.2024].

SÄCHSISCHES STAATSMINISTERIUM, FÜR ENERGIE, KLIMASCHUTZ, UMWELT UND LANDWIRTSCHAFT,. 2024c. Pflanzung Obstgehölze (Streuobstbestände/Obstbaumreihen) [Online]. smfekul.sachsen.de. Available: https://www.smekul.sachsen.de/foerderung/download/20240209_MB_A1_Streuobstpflanzung.pdf [Accessed 02.03.2024].

SÄCHSISCHES STAATSMINISTERIUM FÜR UMWELT UND LANDWIRTSCHAFT 2012. Streuobst in Sachsen - Leitfaden zum Anlegen, Pflegen und Nutzen von Streuobstpflanzungen. Sächsisches Staatsministerium für Umwelt und Landwirtschaft.

SCHLIEBNER, STEFAN, DECKER, PETER & SCHLITT, MICHAEL 2023. Streuobstwiesen im Klimawandel, Internationales Begegnungszentrum St. Marienthal, Ostritz / Oberlausitz-Stiftung, Görlitz. ISBN 978-3-933057-01-3, 76

SEEHOFER, HEIKE, DR. WAGNER, FLORIAN , MAYER, MARKUS, BAUMHOF-PREGITZER, MONIKA, GEIGER, JÖRG, HABECK, JULIA, HEINZELMANN, ROLF, PORF. DR. KÜPFER, CHRISTIAN & MEYER, MONIKA 2014. Neue Wege für Streuobstwiesen. Regierungspräsidium Stuttgart, Ref. 56, Naturschutz und Landschaftspflege.

STAATSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG. 2023. Streuobstpreis 2023 ausgelobt [Online]. baden-wuerttemberg.de. Available: https://www.baden-wuerttemberg.de/de/service/presse/pressemitteilung/pid/streuobstpreis-2023-ausgelobt#:~:text=In%20Baden%2DWürttemberg%20stehen%20die,Erhalt%20der%20Biodiversität%20maßgeblich%20ist. [Accessed 07.03.2024].

STAATSMINISTERIUM BADEN-WÜRTTEMBERG. o.D. Geografie [Online]. Baden-Württemberg.de. Available: https://www.baden-wuerttemberg.de/de/unser-land/land-und-leute/geografie#:~:text=Auf%2035.751%20Quadratkilometern%20leben%20gut,das%20drittgrößte%20Land%20in%20Deutschland. [Accessed 24.10.2023].

STABSSTELLE PRESSE UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT LANDESBETRIEB LANDWIRTSCHAFT HESSEN. 2021. Streuobstwiesen: „Zukunft nur mit Nutzung und Pflege“ [Online]. https://llh.hessen.de/. Available: https://llh.hessen.de/ueber-uns/presse/streuobstwiesen-zukunft-nur-mit-nutzung-und-pflege/ [Accessed 12.03.2024].

STIFTUNG NATURSCHUTZFONDS BADEN-WÜRTTEMBERG. o.D. Streuobst 2030 - nachhaltige Sicherung eines wertvollen Ökosystems in Baden-Württemberg [Online]. Available: https://stiftung-naturschutz-bw.de/streuobst-2030-nachhaltige-sicherung-eines-wertvollen-oekosystems-in-baden-wuerttemberg#:~:text=Streuobstwiesen%20sind%20ein%20landschaftsprägendes%20Ökosystem,der%20Baden%2DWürttemberger*innen. [Accessed 14.02.2024].

STREUOBST CHARLETS. o.D. Übernachtung im Baumhaus im Chalet-Stil [Online]. Available: https://www.streuobst-chalets.de/chalets/ [Accessed 14.02.2024].

STREUOBSTWIESEN-BÜNDNIS NIEDERSACHSEN E.V. o.D. Der Einfluss des Klimawandels auf Streuobstwiesen [Online]. Available: https://streuobstwiesen-buendnis-niedersachsen.de/de/web/start/einfluss-des-klimawandels#null [Accessed 5.11.2023].

SÜDDEUTSCHE ZEITUNG. 2022. Naturschützer besorgt um Wiesen-Biotope. Süddeutsche Zeitung, 13.06.2022. [Online] https://www.sueddeutsche.de/wissen/umwelt-naturschuetzer-besorgt-um-wiesen-biotope-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-220613-99-645293 [Accessed 02.03.2024].

TECHNISCHE UNIVERSITÄT MÜNCHEN. o.D. Streuobstwiesen im Klimawandel (StreuWiKlim) [Online]. Professur für Urbane Produktive Ökosysteme. Available: https://upe.wzw.tum.de/forschung/streuwiklim.html [Accessed 5.11.2023].

ULMER AKADEMIE. o.D. Basiswissen für Streuobst-Einsteiger [Online]. ulmer-akademie.de. Available: https://www.ulmer-akademie.de/uaksd-7848392/basiswissen-fuer-streuobst-einsteiger-.html [Accessed 14.03.2024].

UNIVERSITÄT HOHENHEIM. o.D. STIK – Streuobstwiesen im Klimawandel: Transformation hin zu einer resilienten Kulturlandschaftsbewirtschaftung [Online]. Available: https://ecology.uni-hohenheim.de/streuobstwiesen_im_klimawandel [Accessed 30.10.2023].

UNIVERSITÄTSBIBLIOTHEK DER HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN. 2023. Graue Literatur [Online]. Available: https://www.ub.hu-berlin.de/de/bibliotheksglossar/graue-literatur [Accessed 16.01.2024].

VAN NAHMEN. o.D. Referenzen ausgewählter Gastronomen und Anbieter [Online]. vannahmen.de. Available: https://www.vannahmen.de/referenzen/ [Accessed 23.02.2024].

VERBRAUCHERZENTRALE NRW E.V. 2024a. Regionale Lebensmittel - nicht immer aus der Region [Online]. Available: https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/kennzeichnung-und-inhaltsstoffe/regionale-lebensmittel-nicht-immer-aus-der-region-11403 [Accessed 19.02.2024].

VERBRAUCHERZENTRALE NRW E.V. 2024b. Steigende Lebensmittelpreise: Fakten, Ursachen, Tipps [Online]. Available: https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/lebensmittelproduktion/steigende-lebensmittelpreise-fakten-ursachen-tipps-71788 [Accessed 19.02.2024].

WALZ, ULRICH & UEBERFUHR, FRANK. 2010 Published. Manuskript zum Vortrag: Kulturlandschaftsgebiete und landschaftsprägende historische Kulturlandschaftselementtypen in Sachsen. Naturschutz in Sachsens Kulturlandschaft, 2010 Dresden-Pillnitz. Hochschule für Technik und Wirtschaft, Dresden.

WEGENER, ANDREAS 2022. Öko-(nomie)-system Streuobstwiese [unveröffentlicht] (Anhang 1).

WIENERS, DR. EVA 2023. Fördermittel für Umwelt- und Naturschutz [Online]. Available: https://blog-foerdermittel.de/2023/11/foerdermittel-fuer-umwelt-und-naturschutz/ [Accessed 14.03.2024].

WIESMANN, JANINA , DR. VOGT, LUISA, PROF. DR. LORLEBERG, WOLF & PROF. DR. MERGENTHALER, MARCUS 2015. Erfolgsfaktoren und Schwachstellen der Vermarktung regionaler Erzeugnisse.

WITTIG-TAUSCH, CHRISTINA. 2021. Was will Sachsen plötzlich mit Streuobstwiesen? Sächsische, 08.05.2021. [Online] https://www.saechsische.de/sachsen/was-will-sachsen-ploetzlich-mit-streuobstwiesen-5438794-plus.html [Accessed 10.03.2024].

ZEHNDER, MARKUS & WELLER, FRIEDRICH 2021. Streuobstbau - Obstwiesen als nachhaltige Kulturlandschaft mit hoher Biodiversität, Ulmer Stuttgart. 9783818615901, 192