



# AgroBioNet Erfolgsfaktoren für regionale Wertschöpfung mit alten Sorte und alten Rassen

**Arno Todt, nova-Institut**

Zukunftsforum Ländliche Entwicklung 2024

Berlin, 25. Januar 2024



# Das AgroBioNet Projekt

Wertschöpfung mit alten Sorten und alten Rassen

Projektpartner: nova-Institut &  
Stiftung Rheinische Kulturlandschaft

Schritte: Analyse von 21 Leuchtturmprojekten in sechs  
Produktbereichen

Ergebnisse: Erfolgsfaktoren, Erfolgsgeschichten und  
Handlungsempfehlungen

Finanzierung: Bundesprogramm Ländliche Entwicklung  
(BULE)





## 21 Leuchtturmprojekte

**Schwäbischer Dickkopf-Landweizen:** Bis 1950 in Süddeutschland regionale Weizen-Landsorten prägend; Verdrängung durch Hochzuchtsorten, heute Rote Liste. Prof. Sneyd & Bäckerhaus Veit mit Reaktivierung.

**Lippische Palme (Grünkohl):** Seit Jahrhunderten in priv. Selbstversorgergärten des Lipperlandes; Teil der kulturellen Identität der Region; kommerzieller Anbau seit 2014.

**Murnau-Werdenfelser Rind in Garmisch:** Im 19. Jahrhundert verbreitetes Dreinutzungs-Rind in Hanglagen und Feuchtgebieten des Alpen- und Voralpenlands; heute Rote Liste; Reaktivierung durch Land- und Gastwirt Jürgen Lochbihler; MuWe Fleischhandels GmbH mit 51 Landwirten und REWE-Filialen der Region.





# Sieben Erfolgsfaktoren

**Chancen für ländliche Betriebe:** Produktdifferenzierung und Innovation jenseits der Massenmärkte.

**1. Innovative Unternehmer/innen und Landwirte mit Engagement und Begeisterung:** Ökonomische und ideelle Motivation (Region und Heimat, Tradition und Historie, Schöpfung, Natur und biologische Vielfalt).

**2. Verfügbarkeit von Saatgut, Pflanzgut oder Tierrasse und Kompetenz in der Handhabung**

**3. Aufmerksamkeits- und Identifikationswert der Produkte:**

Mehrwert in Form von Historie und Regionalität, Ökologie und Gesundheit; Verbindung von Genuss und biologischer Vielfalt.

**4. Wirtschaftlicher und betrieblicher Nutzen der Produkte:**

Kompensation der Mehrarbeit durch höhere Produktpreise, Alleinstellung und Bekanntheit.





## Sieben Erfolgsfaktoren

**Chancen für ländliche Regionen:** Impulse zur Imagebildung und für modernen ländlichen Erlebnistourismus (Foodtourism).

**5. Verarbeitungsstrukturen und -kompetenzen für kleinere Mengen:** Schlachtstellen, Mühlen, Molkerei, Mälzerei sowie Obst und Gemüse.

**6. Koordination und Vernetzung in der Region:** Koordination der Wertschöpfungsketten, Zusammenarbeit mit Tourismus, Naturschutz und Regionalentwicklung: regionale Spezialitäten, touristische Angebote, regionales Marketing.

**7. Kommunikation mit Medien und Verbraucher/innen:** Umfassendere Kommunikation und Information im Hinblick auf das Besondere (Regionalhistorie, Authentizität, Genuss und Biodiversität).

