



Streuobstwiesen
Zentrum
Hessen

HESSEN



Hessisches Ministerium für Landwirtschaft und
Umwelt, Weinbau, Forsten, Jagd und Heimat



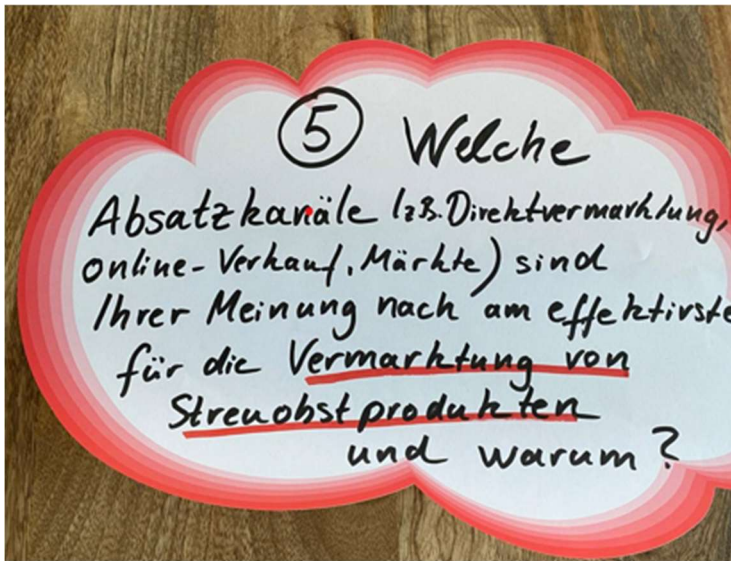
Für eine lebenswerte Zukunft



Ergebnisse Streuobst-Fachtag 2024: World Café

Das Format „World Café“ bietet den Platz für aktiven Erfahrungsaustausch und gemeinsames Diskutieren über die konkrete wirtschaftliche Nutzung von Streuobstwiesen.

In kleinen, wechselnden Gruppen an verschiedenen Tischen können sich die Teilnehmer aktiv einbringen und über ihre eigenen Schwerpunkte diskutieren.



Tisch 5: Welche Absatzkanäle (z.B. Direktvermarktung, Online-Verkauf, Märkte) sind Ihrer Meinung nach am effektivsten für die Vermarktung von Streuobstprodukten und warum?

Absatzkanäle:

- Hofladen (Tafelobst & Produkte)
- Wochenmarkt
- Supermarkt – Landmarkt / regional Fenster -> Problem: dauerhafte Vermarktung
- Regiomarkt
- Direktverkauf auf Vertrauensbasis
- über regionales Label
- Streuobstwiesenzentrum als Online-Marktplatz
 - ➔ ähnlich ebay-Kleinanzeigen
 - ➔ Verkauf Äpfel / Obst
 - ➔ Versteigern Apfelbäume
 - ➔ Verkauf ähnlich wie Erdbeerfeld

- Altes Brauchtum aufleben lassen
 - ➔ Versteigerung

- Gastwirtschaft (Produkte)
- regionale Produkte vermarkten über Schulen, KIGA, Kantinen.
- Vermarktung über Gastro
- SoLaWi
- saisonale Obst-/Gemüsekisten
- Wiederverkäufer Wochenmarkt
- Online Direktvermarktung
- Erzeugergemeinschaften
- Eventmärkte
- Mitnahmeprodukte (Äpfel, Marmelade, Saft, Apfelwein, Apfelessig)
- Raritäten, spezielle Sorten
- Online-Vermarktung nur effektiv, wenn Kundenstamm vorhanden oder bekannt ist
- für kleine Unternehmen sind regionale Absatzmärkte einfacher zu bespielen.
 - ➔ entsprechender Kundenstamm, der Wert auf Regionalität legt.