

### 3. Newsletter:

## Einblicke in Projektergebnisse aus Modul 2: Schaffung und Erschließung von Nischenmärkten und das Potenzial alter Sorten anhand von Fallbeispielen

### Schaffung und Erschließung von Nischenmärkten

Entwickelte Projektergebnisse des **zweiten Moduls des ERASMUS+ Projekts "Nischenmarkt-Landwirtschaft"** bieten Landwirtinnen und Landwirte und interessierten Akteuren Informationen und Ressourcen, die sie benötigen, um Nischenmärkte in der Landwirtschaft zu identifizieren, zu schaffen und zu entwickeln. In dieser Einheit wird beschrieben, welche Aspekte zu Beginn der Erschließung von Nischenmärkten berücksichtigt werden sollten und was während des gesamten Prozesses beachtet werden sollte. Die Ziele dieses Modulteils sind die Bereitstellung wichtiger Informationen für den Einstieg in die Nischenlandwirtschaft, die Unterstützung bei der Erkennung und Identifizierung von Nischenmarktchancen sowie die Schaffung eines Bewusstseins für die generellen Chancen und Herausforderungen bei der Entwicklung von Nischenmärkten.

#### Was sollten Landwirtinnen und Landwirte bei der Schaffung und Erschließung von Nischenmärkten beachten?

- Identifizierung des Markts und der Zielgruppen und die Einschätzung des Marktpotenzials
- Entwicklung eines Alleinstellungsmerkmals.
- Untersuchung der Marktchancen, der Konkurrenz und des Rentabilitätspotenzials.
- Erstellen einer Marketingstrategie, die effektiv auf den Nischenmarkt ausgerichtet ist.
- Finden von Partnern und Aufbau von Beziehungen entlang der Wertschöpfungskette.
- Planung und Umsetzung der notwendigen Aktivitäten und unterstützenden Kooperationen.

Es ist wichtig zu bedenken, dass der Aufbau eines Nischenmarktes **Zeit und Engagement** erfordert und eine **langfristige Investition** darstellt. Ein solides Verständnis der Verbraucherpräferenzen, der Markttrends und eine klare Marketingstrategie tragen dazu bei, die Erfolgsaussichten zu erhöhen. Darüber hinaus erfordert die Bewirtschaftung von Nischenmärkten die Fähigkeit, die Produkte effektiv zu vermarkten und an den Zielmarkt zu verkaufen. Die Entscheidung für eine Nischenmarketingstrategie ist keine Erfolgsgarantie und erfordert, wie jede unternehmerische Entscheidung, eine kritische Bewertung und ständiges Lernen. Die Erkundung von Nischenmärkten steht stellvertretend für eine Reihe von Managemententscheidungen, die jeder landwirtschaftliche Betrieb treffen muss.

**Detaillierte Informationen** darüber, was bei der Schaffung und Erschließung eines Nischenmarktes zu beachten ist, sowie weitere wichtige Erkenntnisse aus Modul 2 werden in Kürze auf der [Projektwebsite](#) verfügbar sein.



## Anbau und Verarbeitung alter Sorten als attraktive Nischenmarktchance

**Alte Sorten** spielen eine bedeutende Rolle bei der Erschließung von Nischenmärkten in der Landwirtschaft. Sie stellen nicht nur eine attraktive Ergänzung zu den bisher erschlossenen und bewährten Produkten dar, sondern können auch zusätzliche Anbau- und Einnahmequellen für landwirtschaftliche Betriebe darstellen. Nicht selten nehmen sie dabei ein Alleinstellungsmerkmal in der Region ein, was ihre Anziehungskraft für Verbraucher erhöht. Einige Betriebe haben sich sogar ausschließlich auf den Anbau von alten Sorten spezialisiert, um von deren einzigartigen Merkmalen zu profitieren und sich in einem spezifischen Marktsegment zu positionieren. Diese Fokussierung auf traditionelle Sorten ermöglicht nicht nur die Bewahrung landwirtschaftlicher Vielfalt, sondern trägt auch zur Diversifizierung und Stärkung der regionalen Wirtschaft bei.

### Das Potenzial alter Sorten, veranschaulicht durch Fallstudien aus der Praxis

Der "**Biohof Lecker**" ist ein ökologischer Familienbetrieb in Süddeutschland. Die Umstellung auf ökologischen Landbau fand 1994 statt. Auf dem Hof werden Produkte wie Eier, Nudeln, Gemüse, Äpfel oder Milchprodukte angebaut und hergestellt.

In den vergangenen Jahren hat der Betrieb **mehrere innovative Ansätze** verfolgt, indem er Produktionsmethoden geändert, neue Produkte entwickelt und sich mit gleichgesinnten Partnern in der Region zusammengetan hat. Eine große Innovation war die Umstellung auf den ökologischen Landbau.

Ein großer Schwerpunkt und eine Haupteinnahmequelle ist die so genannte "**Ökokiste**", ein Lieferservice für Biogemüse und andere Lebensmittel. Der Hof ist auch Mitglied des Vereins "**Ökokiste**". Der Ökokisten-Lieferservice wurde im Jahr 2009 gegründet. Die eigenen Produkte können auch an den Ständen auf den Wochen- und Bauernmärkten erworben werden. Mehr als 90 % des Umsatzes aus der Direktvermarktung erzielt der Hof mit dem Lieferdienst der Ökokiste. Der Rest stammt aus dem Verkauf auf den Wochenmärkten. Eines der innovativen Produkte ist der **Anbau von "Laufener Landweizen"**, einer alten Weizensorte, die bereits im 16. Jahrhundert erwähnt wurde. Obwohl Laufener Landweizen auf der Slow-Food-Liste für regionale Sorten aufgeführt ist, wird er heute nur von etwa 20 Betrieben in Europa und wahrscheinlich weltweit angebaut. Je nach Größe der Fläche werden auf dem Biohof Lecker jährlich etwa 2 Hektar Laufener Landweizen angebaut. Der Betrieb verkauft den Weizen in verschiedenen Mahlgraden und verarbeitet ihn auch zu Teigwaren. Auch die lokalen Bäcker profitieren vom Laufener Landweizen. Sie verwenden ihn für die Herstellung von Brot und Kleingebäck.

Eine Herausforderung bei der Einführung von Laufener Landweizen war die Produktion von Saatgut. Die verfügbare Menge war für den landwirtschaftlichen Betrieb zu gering. Es bedurfte der Erzeugung von Saatgut, bevor der Anbau begann. Eine alte Sorte wie Laufener Landweizen erfordert qualitativ hochwertige Produkte und eine direkte Vermarktung der Produkte, um die Kosten zu decken. Obwohl die alte Sorte hervorragend an die Bedingungen in der Region angepasst ist, zeichnen sich moderne Sorten durch eine höhere Produktivität aus. Dennoch erweitern die Spezialitäten wie Nudeln oder Brot die Produktpalette, indem sie ein einzigartiges und interessantes Produkt in die Biokiste bringen.



Fotos © Biohof Lecker



## Das Potenzial alter Sorten, veranschaulicht durch Fallstudien aus der Praxis

Der **Hof Lauteracher Alb-Feld-Früchte** befindet sich in Lauterach, einer Gemeinde in Süddeutschland. Dort werden seit 1985 alte Linsensorten namens "Alb-Leisa" von der schwäbischen Alb angebaut und verarbeitet. Im Jahr 2009 übernahm Lutz Mammel den Betriebszweig "Alb-Leisa". Seit 2014 heißt der Bio-Verarbeitungsbetrieb "Lauteracher Alb-Feld-Früchte".

Unter dem geschützten Markennamen Alb-Leisa werden von Lauteracher Alb-Feld-Früchte ausschließlich Bio-Linsen der Bio-Erzeugergemeinschaft Alb-Leisa verkauft. Die Bio-Erzeugergemeinschaft Alb-Leisa hat viele Vorteile wie die Erweiterung der Vermehrungs- und Anbaumöglichkeiten der alten Alb-Linsensorten und die gemeinsame Zusammenarbeit und Betreuung. Außerdem wird die Vielfalt der Kulturen im Anbaugebiet durch den Anbau von Buchweizen, Leindotter, Leinsaat, Hirse und Hanf erhöht. Die Feldfrüchte werden von mehr als 140 Bio-Betrieben geliefert, die auf rund 500 Hektar Ackerfläche auf der Schwäbischen Alb die Bio-Rohstoffe anbauen.

Der Anbau von Sonderkulturen wie Linsen erfordert spezielle Kenntnisse und eine aufwändige und teure Technik, vor allem in der Verarbeitung. Dies ist für einen einzelnen Betrieb kaum leistbar. Deshalb werden diese Prozesse und Kosten von vielen Betrieben in der Erzeugergemeinschaft getragen. Dies ermöglicht stabile Auszahlungspreise, überdurchschnittliche Einkommensbeiträge und eine sehr gute Gruppendynamik in der Gemeinschaft.

Die Vorteile des Anbaus liegen darin, dass die hohe Produkt- und Verarbeitungsqualität der Lauteracher-Alb Feld-Früchte den Marktanteil sichert und erhöht. Außerdem erhöht der Linsenanbau die Artenvielfalt auf den Feldern und schafft ein Bewusstsein bei den Erzeugern (Familien) und Verbrauchern.

Herausforderungen können die starke Abhängigkeit von Witterungseinflüssen sein, z.B. hat das regenreiche Jahr 2021 eine schlechte Ernte verursacht und die notwendige Anbaupause für Linsen (nur alle 6 Jahre) reduziert die Verfügbarkeit des Produktes.

Der Betrieb ist nach den Richtlinien von Bioland biozertifiziert. Er baut und produziert auch die folgenden Produkte selbst an: Buchweizen, Leindotteröl, Nudeln, Leinsamen, Hanfsamen und Nacktgerste. Weitere Produkte bezieht der Hof von anderen regionalen Bio-Partnern und -Höfen. Die Vermarktung der Produkte findet über verschiedene Kanäle statt. Seit 2014 gibt es einen Hofladen direkt auf dem Hof. Außerdem gibt es einen Online-Shop, über den die Produkte erworben werden können.



Image: @ Ifls/H.Nitsch

**Bleiben Sie dran und folgen Sie uns für die nächste Ausgabe!**

