

Mit Trüffel-Honig und Bio-Saft zum Erfolg

Ilek lud zu Workshop für Vermarktungsstrategien ein

Von Stefan Zeeh

Hirschberg. Um die einmalige Kulturlandschaft entlang der Bergstraße zu erhalten, müssen Wiesen, Obstbäume oder Weinstöcke an den teils steilen Hängen gepflegt werden. Ansonsten drohen Brombeeren und andere Sträucher die Oberhand zu gewinnen, schließlich würde sich der Wald immer weiter in Richtung Rheinebene ausbreiten, und schon bald wäre von der Blütenpracht entlang der Bergstraße im Frühjahr nichts mehr zu sehen.

So ist die Offenhaltung der Landschaft ein wesentliches Ziel des integrierten Ländlichen Entwicklungskonzepts (Ilek) „Blühende Badische Bergstraße“, wie Ilek-Regionalmanager Bernhard Ullrich an diesem Wochenende bei einem Workshop im Hilfeleistungs-

zentrum zu Vermarktungsstrategien den rund 20 Teilnehmern erläuterte. Mit der Pflege der Grundstücke sind jedoch oftmals nicht unwesentliche Kosten verbunden, und so stellt sich die Frage: Wie lässt sich mit der Grundstückspflege etwas verdienen?

Die Antwort darauf gaben die beiden Referenten des Workshops, Markus Mayer vom Büro für Landschaftskonzepte in Schallstadt und Christian Molitor von der Fördergemeinschaft regionaler Streuobstanbau (FÖG) in der Region. Während Molitor auf die Möglichkeiten einging, die Äpfel von den Streuobstwiesen über die FÖG als Bio-Äpfel zu vermarkten und damit einen höheren Abnahmepreis zu erzielen, sah Mayer in Premiumprodukten eine gute Verdienstmöglichkeit.

„Aus dem Ilek-Gebiet an der Bergstraße gibt es noch keine Premiumprodukte“, wusste er und präsentierte sogleich einige Beispiele für derartige Erzeugnisse. So lässt sich etwa der Liter Bio-Apfelsaft für rund zwei Euro verkaufen, ein Liter Apfelscherry bringt es dagegen auf knapp 40 Euro. Um solche Premiumprodukte herzustellen, benötigt man allerdings einiges an Wissen, das man sich aneignen kann, und viel persönlichen Einsatz, verdeutlichte Mayer.

Zu einem Premiumprodukt gehört auch eine passende Vermarktungsstrategie. Wie diese aussehen kann, zeigte Mayer am Beispiel eines Gastwirts aus Württemberg, der zu seinen Produkten eine ganz eigene Sprache entwickelt hat, und so etwa vom „Schwäbischen Wie-



Auch mit Honig lässt sich Geld verdienen. Ein Tipp der Experten beim Workshop lautete, spezielle Sorten wie Trüffel-Honig anzubieten. Fotos: Kreuzter

senobst“ spricht. „Er lebt seine Idee“, sagte Mayer, was sich auch in der Kleidung des Gastwirts niederschlug. Sozusagen als Erkennungsmerkmal trage dieser immer ein weißes Hemd und eine Weste.

Auch mit Honig lasse sich Geld verdienen, so Mayer. Vor allem, wenn man spezielle Sorten anbietet, wie etwa einen Trüffel-Honig, bei dem das Kilogramm es schon einmal auf einen Verkaufspreis von über 120 Euro bringen kann. „Man muss aber die Zutaten dafür einkaufen“, verdeutlichte Mayer, dass auch Investitionen notwendig sind. Für Honig bestehe aber generell ein Markt in Deutschland, da bis zu 80 Prozent des hier verzehrten Honigs importiert würde.

Idealerweise ließen sich die verschiedensten Produkte auf speziellen Märkten, wie etwa den Naturparkmärkten oder wie im Ilek-Gebiet an der Bergstraße beim Blütenwegfest, anbieten. Ein Problem sahen die Workshopteilnehmer bei diesen Märkten jedoch in den Standgebühren, die oftmals erhoben werden. 40 bis 50 Euro pro Stand fallen da schon einmal an. „Da muss man ganz schön viel verkaufen, um noch etwas Gewinn zu erzielen“, stellte einer der Teilnehmer fest.

Beim Blütenwegfest in diesem Frühjahr wird es jedoch weiterhin keine feste Standgebühr geben, wie Ullrich mitteilte. Man habe sich aber darauf geeinigt, dass die Standbetreiber einen freiwilligen Beitrag leisten sollen.



Christian Molitor, Ullrich Bernhard und Markus Mayer (v. li.) informierten auch über den Sinn von Premiumprodukten.