



Alte Pflanzensorten: Chancen für Klimaanpassung, regionale Wertschöpfung und biologische Vielfalt

Arno Todt, nova-Institut

16. Zukunftsforum Ländliche Entwicklung

Fachforum 15

25. Januar 2022



Eckpunkte AgroBioNet

- Ziele: Empfehlungen und Erfolgsfaktoren & Wahrnehmung und Öffentlichkeit
- Schritte: Auswahl und Analyse von 21 Leuchtturmprojekten: Fleisch & Milchprodukte, Getreide (Brot & Bier), Obst, Gemüse, Wein
- Verbreitung: Broschüre „Erfolgsfaktoren und Erfolgsgeschichten“ & Abschlusskonferenz (www.tagung-agrobionet.de)
- Projektpartner: nova-Institut & Stiftung Rheinische Kulturlandschaft
- Förderung: Bundeslandwirtschaftsministerium (BMEL), im Rahmen des BULE





Champagner-Roggen in der Oberlausitz

- **Kulturgeschichte**: „Jaegers Norddeutscher Champagner-Roggen“ seit 1850, bis 1960er in Mark Brandenburg verbreitet, 1994 durch VERN reaktiviert, heute Rote Liste.
- **Regionale Wertschöpfungspartner**: 5 Landwirte , 1 Mühle, 20 Bäckerbetriebe und Biosphärengebiet Oberlausitzer Heide- und Teichlandschaft.



Laufener Landweizen

- **Kulturgeschichte**: Fast vergessene Landsorte der Region „Berchtesgadener Land – Salzburger Voralpenland“, in den 1970ern wiederentdeckt, heute rote Liste.
- **Regionale Wertschöpfungspartner**: 30 Bio-Bauern, vier kleinere Mühlen, 11 Bäckereien und drei Brauereien.





Schwäbischer Dickkopf-Landweizen

- **Kulturgeschichte**: Bis in die 1950er bekannte Landsorte in Schwaben, verdrängt u. fast vergessen, durch Prof. Dr. Sneyd u. Bäckerhaus Veit reaktiviert, heute im „Dickköpfe“, rote Liste.
- **Regionale Wertschöpfungspartner**: Bäckerhaus Veit mit 54 Filialen, drei Landwirten und eigener Mühlenstruktur.



OSTMOST – von der Streuobstwiese in die Club-Szene

- **Hintergrund**: Brandenburger Streuobstwiesen mit typischen alten Apfelsorten erhalten. Für Säfte eine moderne Marke für jüngere Menschen und neue Vermarktungswege schaffen.
- **Regionale Wertschöpfungspartner**: Streuobstwiesenverein „Äpfel und Konsorten e.V.“, Streuobstwiesen Manufaktur GmbH, Gastronomie (400), Bio-Supermärkte (100), Berliner Club-Szene.





Chancen mit alten Pflanzensorten

Für kulturelles und kulinarisches Erbe

- Wertschätzung für ländliches Kulturgut und ländliche Geschichte.
- Ländliche Regionen und ihr Kulturgut durch Genuss erlebbar machen.
- Stärkung regionaler Identität.

Für ländliche Regionen

- Stärkung regionaler Imagebildung durch regionstypische Produkte mit Charakter und Historie.
- Impulse für regionale Wertschöpfungsketten und ländlichen Tourismus.
- „Food tourism is the act of traveling for a taste of place in order to get a sense of place“. (WFTA)



Chancen mit alten Pflanzensorten

Für ländliche Betriebe und Unternehmen

- Produktdifferenzierung und Innovation jenseits der Massenmärkte.
- Inwertsetzung handwerklichen Könnens.
- Positive Imagebildung und öffentliche Bekanntheit.

Für Klimaanpassung und Ökologie

- Robustheit der Getreidesorten gegenüber Trockenheit und bei Dürre stabile Erträge.
- Guter Wuchs auf kargeren Böden und bei geringer Düngung (extensive Bewirtschaftung).
- Erhalt regionaler Sorten-Ausprägungen mit jahrhundertelanger Anpassungen an Terrain und Klima.





Sieben Erfolgsfaktoren

1. Innovative Unternehmer/innen und Landwirte mit Engagement und Begeisterung.
2. Verfügbarkeit von Saatgut, Pflanzgut oder Tierrasse und Kompetenz in der Handhabung.
3. Verarbeitungsstrukturen und -kompetenzen für kleinere Mengen.
4. Aufmerksamkeits- und Identifikationswert sowie Qualität der Produkte.
5. Wirtschaftlicher und betrieblicher Nutzen der Produkte.
6. Kommunikation mit Medien und Verbraucher/innen.
7. Koordination und Vernetzung in der Region (reg. Wertschöpfungsketten).



**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit**