

# Obst im Havelland

## Obstprodukte

### Zwischen Konvention und Innovation

Auf dem Weg von der Produktion zum Verbraucher gibt es mittlerweile vielfältige Möglichkeiten Obst zu verarbeiten und auch die Vermarktungswege werden immer differenzierter. Das handelsübliche Tafelobst aus den Supermarktketten und auch die verschiedenen Marmeladen und Obstsaften, die überall zu kaufen sind machen zwar den überwiegenden Anteil im Lebensmitteleinzelhandel aus, sind aber höchst selten aus der Region.

Regionale Obstprodukte werden zumeist während der Saison verkauft, am Straßenrand als Nebeneinkommen, im eigenen Hofladen, auf „Selbstpflück“ – Feldern, auf Märkten in Berlin und der Region und in Bioläden. Im Bereich der Weiterverarbeitung sind in unterschiedlichen Produktionsbetrieben - auch mit der Hilfe von Förderprogrammen - marktfähige Produktinnovationen entwickelt worden. So haben sich in den letzten Jahren in der Werderaner Region ganz unterschiedliche neue Vermarktungswege und Produkte herausgebildet, die sowohl der Erhaltung als auch der Weiterentwicklung von Arbeitsplätzen dienen.



### Regionalprodukte – Botschafter der Region



Der Kauf regionaler Produkte ist beliebt und das Verbraucherinteresse nimmt zu. Allgemein wird mit Produkten aus der Region auch ein besonders hoher Qualitätsanspruch verbunden, vergleichbar mit ökologisch erzeugten Produkten. Der derzeitige Marktanteil liegt zwischen 3-10% und wird eher als Nischenmarkt definiert, wobei Obst und Gemüse, sowie Fleisch und Molkereiprodukte eine relativ hohe Bedeutung haben.

Zwar ist eine zunehmende Akzeptanz für Regionalprodukte zu verzeichnen, allerdings besteht eine große Diskrepanz zwischen dem Denken des Verbrauchers und seinem Handeln, also dem letztendlichen Kauf der Produkte. Für das Kaufverhalten spielt die emotionale Komponente, die eng mit Themen wie Heimat und Natur verknüpft ist, eine entscheidende Rolle. <sup>(1)</sup>

### Sanddorn - Von der Produktion bis zur Vermarktung



Sanddornstrauch

In Glindow - Petzow wird im Betrieb Berger mit dem Erfahrungsschatz von mehreren Jahrzehnten Sanddorn angebaut, geerntet, verarbeitet und vermarktet. Die Kette von der Produktion der eigenen Früchte bis zur Vermarktung beinhaltet mittlerweile neben dem Sanddornanbau die Verarbeitung des Öles zu mehr als 50 verschiedenen Produkten, den Vertrieb im Onlineshop und im Hofladen,

sowie die Verköstigung von Sanddorngerichten im angeschlossenen Restaurant. Bei Führungen durch die Verarbeitungs- und Vermarktungsanlagen erfährt der Besucher viel Interessantes und Wissenswertes über die orangefarbene Beere und ihren überregionalen Höhenflug.

### Apfelchips - Ohne Zuckerzusatz, ohne Aromastoffe und ungeschwefelt

Für 100g Apfelchips benötigt man ca. 1kg frische Äpfel. Die Äpfel werden entkernt und in Scheiben geschnitten. Anschließend werden sie 10 Stunden lang bei ca. 80 C im Heißluftofen getrocknet. Durch die Luftumwälzung wird den Äpfeln die Feuchtigkeit entzogen, der Fruchtzucker kristallisiert und die Apfel Chips schmecken herrlich süß und sind bis zu einem halben Jahr haltbar.



### Wildobst – etwas Neues das auf Tradition setzt

Noch wird die ökonomische und kulinarische Nutzung und Verwertung von Wildobst als innovativ und exotisch diskutiert. Dabei ist aber weder der Anbau noch die Verwertung neu. Allein die Kenntnis über die vielen Arten und deren Nutzungsmöglichkeiten ist kaum, bzw. nicht mehr vorhanden. Viele Wildfrüchte wie z.B. Holunder, Schlehe und Apfelbeere werden mittlerweile wieder vielseitig kulinarisch eingesetzt. Leider sind die vielen alten Hausrezepte in Vergessenheit geraten, so zum Beispiel auch, dass Sanddorn, Eberesche und vor allem die Hagebutte einen wesentlich höheren Vitamin C-Gehalt als Zitronen haben. In der Lebensmittel- und Pharmaindustrie sind die wertvollen Inhaltsstoffe des Wildobstes und deren Nutzungsmöglichkeiten schon seit längerem bekannt und spielen mittlerweile eine immer größere ökonomische Rolle.



Holunderstrauch

### Da steckt noch Potential drin

Das positive Beispiel einer betrieblichen Wertschöpfung des Sanddornbetriebes Berger sollte Anlass sein über regionale Wertschöpfungsketten für die ganze Region nachzudenken. Gerade die Produkte Obst und Gemüse, die bei der Bevölkerung und auch bei Besuchern so stark und eng mit der Region Werder verknüpft werden, sind ideale Voraussetzungen für eine regionale Wertschöpfungskette. Einige Kettenglieder sind schon gut aufgestellt, aber es ist noch viel Potential frei und letztendlich bleibt bisher zu wenig Wertschöpfung in der Region.

### Gemeinsame Vermarktungsstrategie



(1) Petermann, C. (2007): Die Bedeutung der Regionalvermarktung für Kulturlandschaftserhalt und Naturschutz; in BFN Skripten 221, Bonn-Bad Godesberg