

Regionalvermarktungsprojekt »hesselberger«

Rund um den Hesselberg, die höchste Erhebung Mittelfrankens im Landkreis Ansbach, liegen viele alte Streuobstwiesen. Diese idyllischen Obstgärten bieten seltenen Pflanzen- und Tierarten einen außergewöhnlichen Lebensraum. Alte Obstsorten wachsen dort schon seit Generationen.

Neue Chancen

In den vergangenen 40 Jahren sind die landschaftsprägenden Streuobstwiesen zunehmend in Vergessenheit geraten, der Verlust an Bäumen ist zum Teil dramatisch (Rückgang in Bayern seit 1965: 65%). Billige Importe von Tafelobst und Konzentraten sowie das Verschwinden von Kleinmostereien haben dazu geführt, dass vielerorts die Obsterträge nicht mehr aufgelesen werden. Damit schwindet auch jeder Anreiz, die Bäume zu pflegen oder nachzupflanzen. Der Erhalt der Streuobstbestände gelingt langfristig aber nur, wenn die Erträge aus diesen Beständen wirtschaftlich verwertet werden.

allfra Regionalmarkt Franken GmbH

Die Obstbestände und die landschaftliche Vielfalt bewahren und die Region stärken, war und ist das Ziel der im Jahr 2006 unter Federführung des Landschaftspflegeverbandes Mittelfranken gegründeten Gesellschaft *allfra* (»alles aus Franken«) Regionalmarkt Franken GmbH. Privatpersonen aus der Region, wie Bürgermeister, Gastronomen, Landwirte, Direktvermarkter, Handwerker, Selbstständige u. a. haben sich zur GmbH zusammengeschlossen, um die Streuobstwiesen wieder wirtschaftlich zu nutzen und Gästen und Einheimischen den Genuss qualitativ hochwertiger regionaler Direktsäfte zu ermöglichen.

Die Philosophie lässt sich in vier Grundsätzen zusammenfassen:

1. Fairness

Die *allfra* GmbH zahlt deutlich höhere Preise für ungespritzte Streuobst-Erträge. Im Schnitt lagen die Ankaufpreise in den vergangenen fünf Jahren deutlich über dem Marktpreis für Mostobst.

2. Regionalität

Der Ankauf des Obstes erfolgt ausschließlich in einem Radius von 30 km um den Hesselberg. Dienstleistungen wie Transportarbeiten, Werbe-/Druckaufträge werden an regionale Unternehmen vergeben.



3. Nachhaltigkeit

Mit fairen Preisen werden Anreize für den Erhalt der Bestände und Neupflanzung geschaffen. Nachfolgende Generationen profitieren davon kulturell wie wirtschaftlich.

4. Förderung der Gesundheit

Mit Direktsäften aus Mostäpfeln und -birnen werden Getränke produziert, die Bestandteil der gesunden Ernährung sind.

Wirtschaftliche Perspektiven

Aus den reinen Most- und Wirtschaftssorten lassen sich im Vergleich zu den markt gängigen Tafelobstsorten qualitativ hochwertigere Säfte und Moste herstellen, aufgrund der hohen Vielfalt bzw. des besonderen Verhältnisses Süße-Säure. Für die Besitzer der Mostobstbäume bietet der höhere Ankaufpreis eine wirtschaftliche Nutzungsperspektive, d. h. sie können einen Preis erzielen, der die Pflege und das Auflesen lohnend erscheinen lässt. Inzwischen hat die *allfra* 1.600 Obstwiesenbesitzer als Lieferanten gewinnen können.

Zukünftige Generationen gewinnen

Mit dem Ansatz, auf Kindergärten, Schulen u. a. Bildungseinrichtungen zuzugehen und diese mit den Werten von Regionalität usw. vertraut zu machen, gelang es entsprechende Kooperationen mit Schulen einzugehen, die auch wiederum einen wirtschaftlichen Aspekt hatten.

Ein Beispiel: In Ehingen sammelte die Grundschule mit Eltern und Lehrkräften, unterstützt vom Bürgermeister und dem Obst- und Gartenbauverein, fast 2 t Äpfel und verkaufte diese an die *allfra*. Die Erlöse gehen direkt in die Klassenkassen.

Nachhaltig und zukunftsfähig

Nicht schnelle Gewinnmaximierung und ein hohe Rendite sind das Ziel der Gesellschafter, sondern ein gesundes, stabiles Wachstum. Die *allfra* GmbH möchte auch in zehn Jahren in der Lage sein, den Obstbauern hohe Preise zu bezahlen.

Nach der Anschubfinanzierung durch die Region Hesselberg und »Fränkische Moststraße« gibt es seit Gründung der GmbH keinerlei Zuschüsse mehr. In den vergangenen Jahren konnte der Umsatz kontinuierlich gesteigert werden. Seit vier Jahren schreibt die Firma schwarze Zahlen und konnte im vorletzten Jahr sogar eine Gewinnbeteiligung an die Gesellschafter auszahlen. Dies wurde auch honoriert mit dem Gewinn des IHK-Gründerpreises.

Inzwischen haben Säfte, Moste, Secos und Sekt unter der Marke »hesselberger« ihren Weg in die regionalen Gasthäuser und Verkaufsläden gefunden. Alle Säfte werden als Direktsaft und ohne Zuckerzusatz abgefüllt.

Produktinnovationen

Derzeit wird der Markt überschwemmt mit neuen Limonaden-Kreationen, die meist stark zuckerhaltig sind und praktisch nur aus Aromen, Konzentraten und Farbstoffen bestehen. Im Gegensatz dazu sind die Saftlimonaden, die unter dem Namen »Liss« (Limonade aus Saft) gehandelt werden, völlig frei von Aromen und Konzentraten. Auf Zuckergaben wird gänzlich verzichtet. So entstehen ehrliche fränkische Saftlimonaden aus Streuobst. Wenn es gelingt, diese am Markt zu platzieren, könnte dies eine weitere große Chance für die Erträge der Streuobstwiesen sein.

Norbert Metz, Geschäftsführung *allfra*

