

# Vermarktung von Agroforst-Produkten

Aufbau einer Vermarktungsinitiative und  
Durchführung einer Probevermarktung in der  
Lausitz

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

**wir!** Wandel durch  
Innovation  
in der Region

**IL** Land-Innovation-Lausitz

# AgroWert-Regio

- Forschungsprojekt zum Aufbau und Stärkung von regionalen Wertschöpfungspfaden für Agroforstprodukte in der Lausitz
- Fokus auf kooperative Vermarktungswege als Chance, Vorteile von Agroforstwirtschaft direkter zu kommunizieren
- Teil der Initiative Land-Innovation-Lausitz (LIL), gefördert im Rahmen des Programms „Wandel durch Innovation in der Region“ (WIR!) des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF)
- Projektlaufzeit: 01.02.2023 – 31.12.2025
- Partner: Deutscher Fachverband für Agroforstwirtschaft e.V., Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, Spreewaldverein, Landwirtschaftsbetrieb Domin, Bäckerei Wahn



# Vom Projektantrag zum Brot...

Forschungsfragen

Wie werden bisher Produkte aus Agroforstsystemen in Deutschland vermarktet?

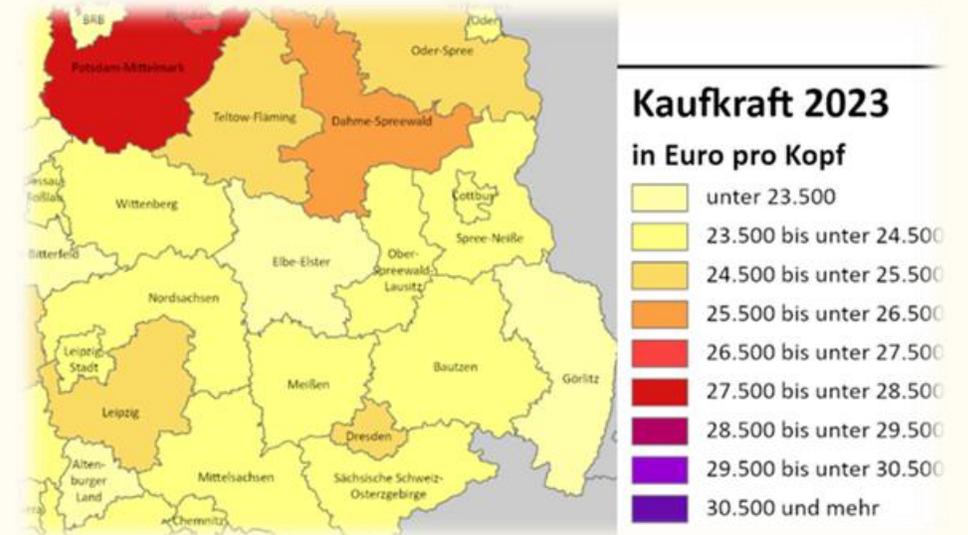
Welche kooperativen Vermarktungswege werden dazu bereits genutzt?

Wie werden die Produkte von Konsumierenden wahrgenommen?

Was können wir von den Erfahrungen bundesweit auf die Lausitz übertragen?

# Marktpotenzialanalyse

- sozioökonomische Struktur der Lausitz ist differenziert „starker Norden & schwacher Süden“
- ländliche Region mit nur einer Großstadt, aber Nähe zu Metropolregionen Berlin & Dresden
- niedrige Kaufkraft, lokale Strukturen für Verarbeitung & Vermarktung verschwinden
- Lausitz ist trockene Region mit sandigen Böden, großen Schlägen und niedrigen Bodenpunkten



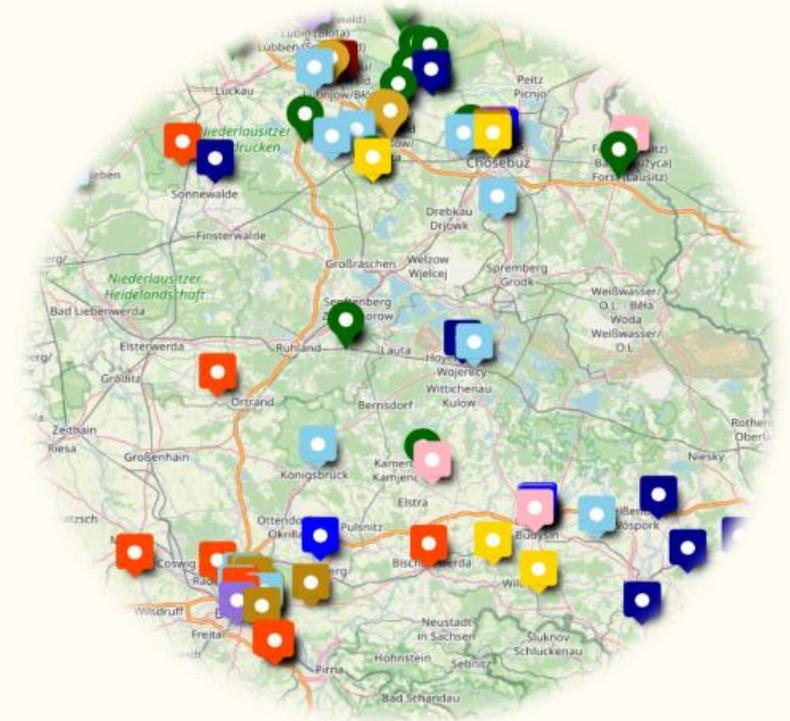
# Stakeholder-Mapping

Welche Landwirtschaftsbetriebe setzen in der Lausitz bereits Agroforst um?

Welche Produkte entstehen dort?

= 18 Betriebe mit Agroforstsystemen identifiziert,  
verteilt auf Sachsen und Brandenburg, 7 davon  
ökologisch wirtschaftend, 4  
Nebenerwerbsbetriebe

- kooperative Geschäftsmodelle erweist sich in der Lausitz als herausfordernd



# Idee der Probevermarktung

- gemeinsam testweise Agrofrost-Produkte vermarkten
- Agrofrost-Produkte sichtbar machen
- Kommunikation bündeln, Reichweite erhöhen
- Aufmerksamkeit für Agrofrostwirtschaft, Endverbraucher\*innen erreichen und informieren
- Wissenschaftlich vorbereiten, begleiten und nachbereiten

# Die beiden Produkte

Eier aus mobilen Ställen in  
Agroforstsystemen



Agroforst-Brot aus  
Champagner-Roggen



# Kommunikationskonzept

- Gemeinsames Logo
- Slogan – „besser mit Bäumen“
- Info-Material (Flyer, Postkarten, Poster, etc.)
- Webseite (QR Codes auf Material führen hierher)
- Pressemitteilung – lokal und online-Presse
- Social Media



# Ablauf der Probevermarktung

- Start November 2024 mit Auftaktveranstaltung  
=> begleitet von Lokalfernsehen
- Verschiedene Vermarktungsorte  
=> Bäckerei-Filialen, Hofläden, Regionalläden, LEH
- In Woche 1 begleitet durch Info-Stand
- Zwei Wochen begleitet mit Umfragen vor Ort
- Auswertungszeitraum gesamt: 2,5 Monate

# Wirkung und Resonanz

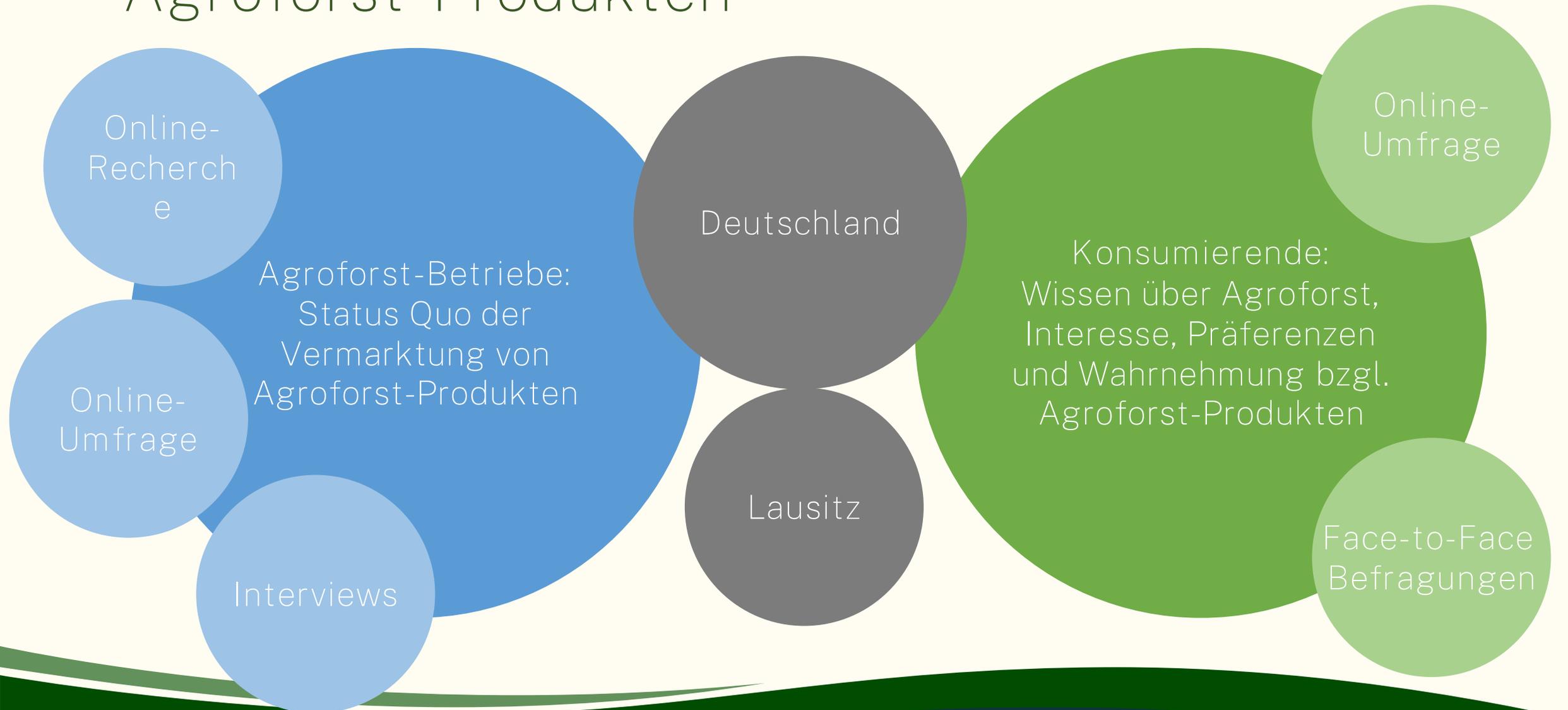
## Agroforst-Brot:

- Hohe Aufmerksamkeit durch Medien
- ⇒ Explizite Nachfrage + Vorbestellungen
- ⇒ Brot zu Beginn der Aktion schnell ausverkauft
- Auch nach aktiver Bewerbung des Brotes Nachfrage konstant auf gutem Niveau
- Rückmeldung: Regionalität, Geschichte und Geschmack kamen gut an.
- Agrofrost-Eier: Leider nicht so eindeutig positive Effekte feststellbar

# Und jetzt?

- Agroforstbrot in zweiter Auflage
- Neue Agroforst-Materialien für Betriebe
- Wissenschaftliche Auswertung und Veröffentlichung
- Themenblatt wird Vermarktungsinitiative als Beispiel aufgreifen
- Anknüpfungspunkte für neues DeFAF-Projekt EELAP

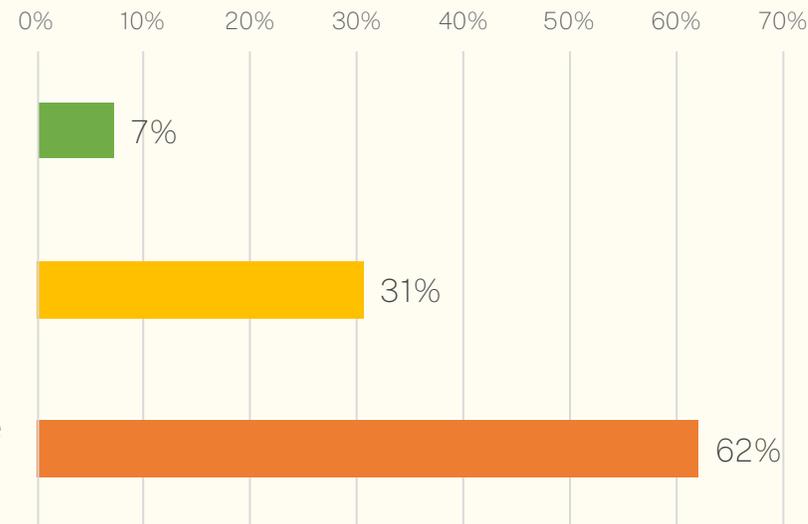
# Forschung zur Vermarktung von Agroforst-Produkten



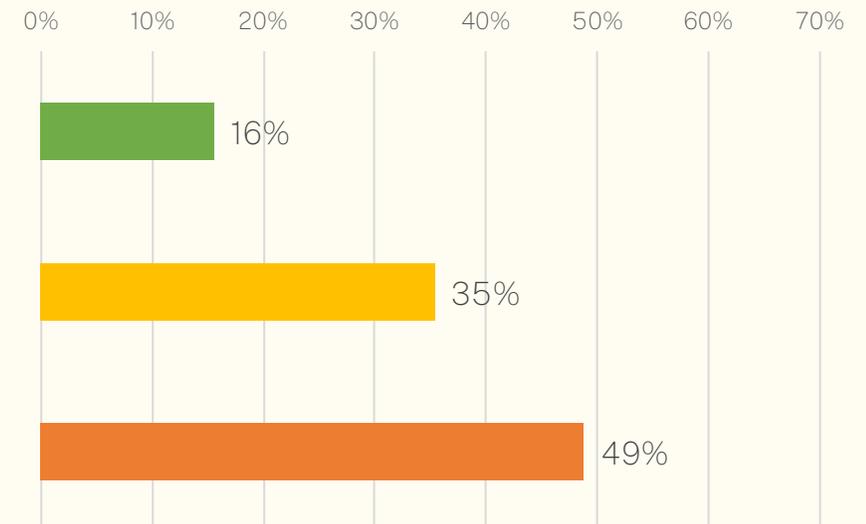
# Konsumierende – Wissen über Agroforst

Ist Ihnen der Begriff „Agroforst“ bekannt?

(n = 1089, Deutschland, Online-Umfrage)



(n = 206, Lausitz, Online-Umfrage)



# Konsumierende – Wissen über Agroforst

## Womit verbinden Sie den Begriff „Agroforst“?

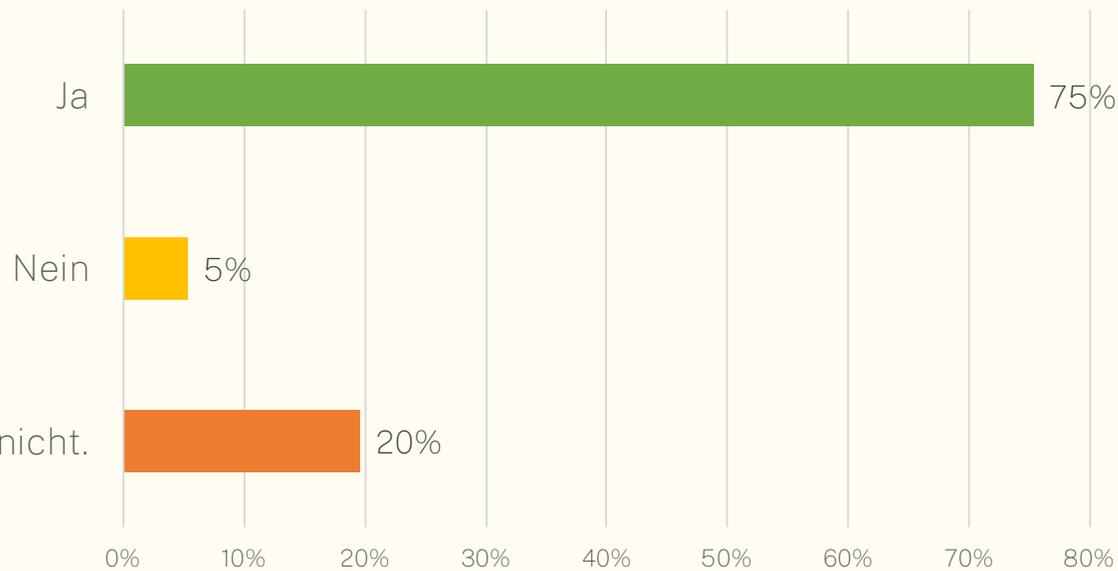
(n=412, Befragte, denen Begriff „Agroforst“ bekannt ist, Deutschland, Online-Umfrage)

- Einfrieren nach der Ernte
- mit nichts, außer Lebensmittel tiefgefroren
- Aufforsten von Agrarkultur
- Ein Agroforstsystem ist eine landwirtschaftliche Fläche wo Bäume Mais Bohnen auch Ananas kombiniert werden
- Nachhaltig
- Lebensmittel
- Gefroren
- Tiefkühl
- Gefrierwaren
- Aggressiver Frosts
- Veränderung des Weltklimas
- ...

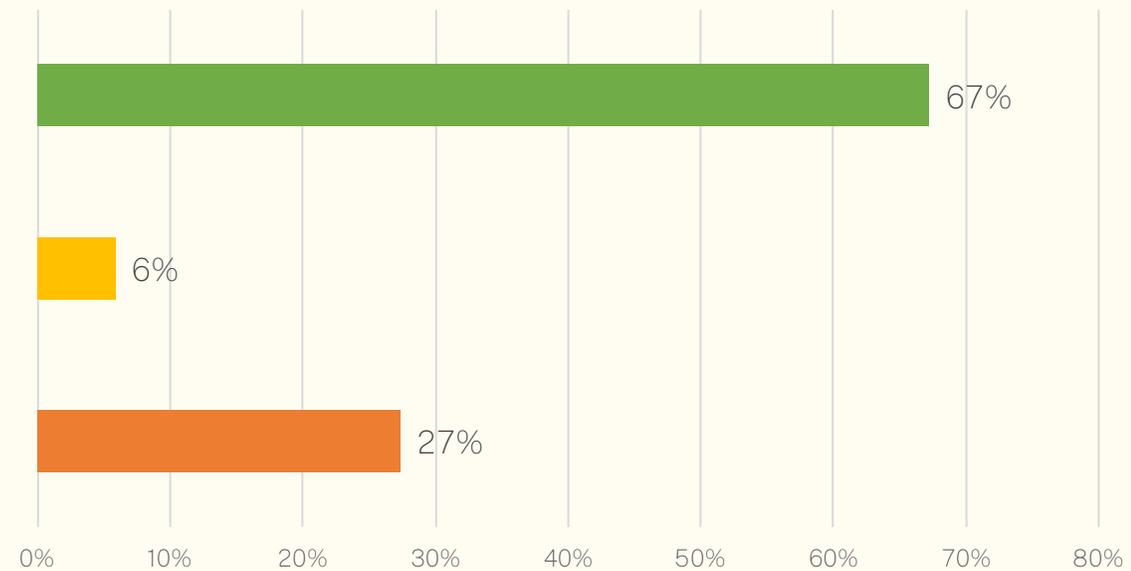
# Konsumierende – Interesse an Agroforst-Produkten

Sind Sie grundsätzlich daran interessiert, Lebensmittel zu kaufen, die in einem Agroforst produziert wurden?

(n= 1089, alle Befragten, Deutschland, Online-Umfrage)



(n= 206, alle Befragten, Lausitz, Online-Umfrage)



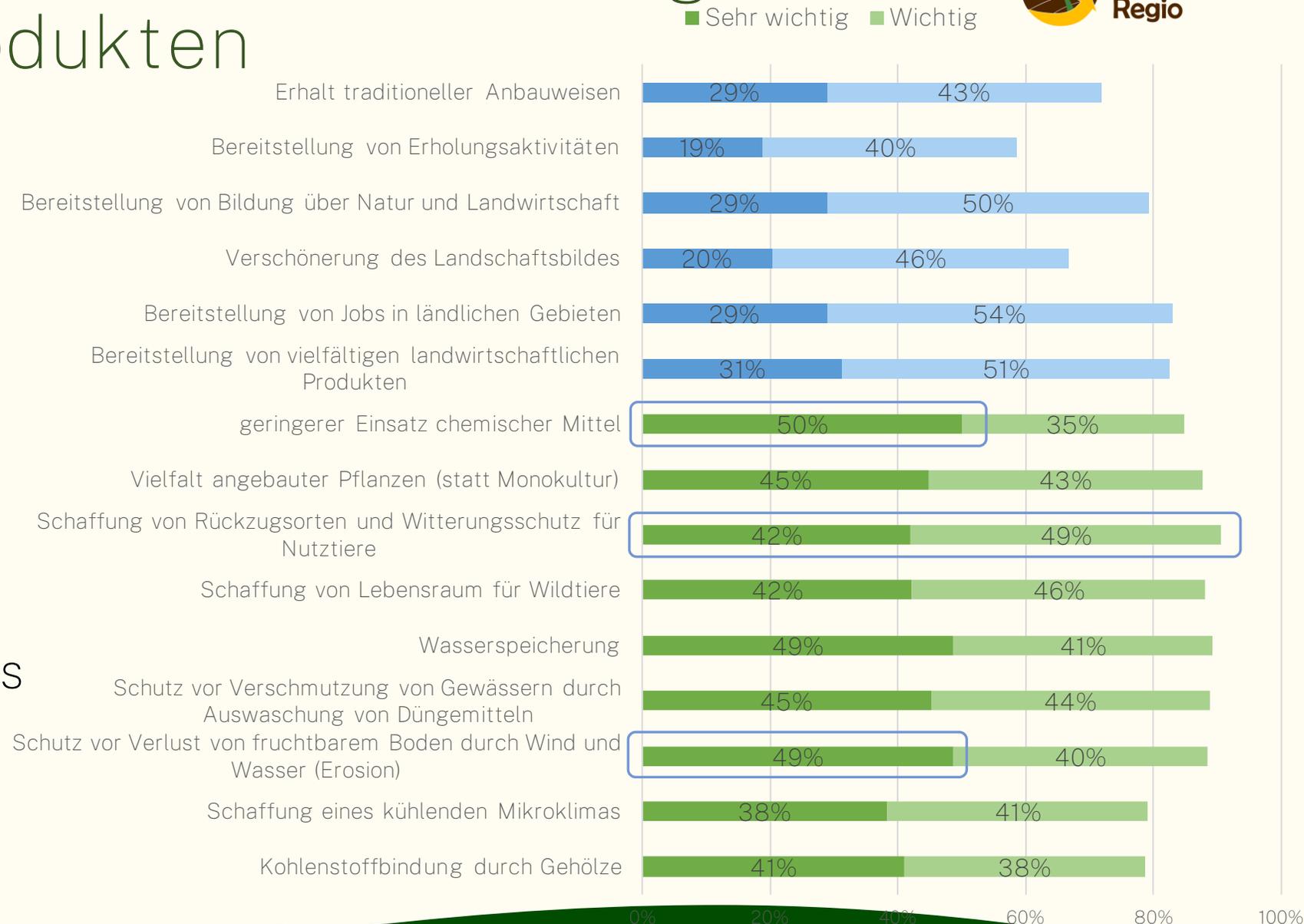
# Konsumierende – Präferenzen bzgl. Agroforst-Produkten



Betriebe, die in einem Agroforst Lebensmittel produzieren, leisten auf verschiedenen Ebenen einen Beitrag zur Nachhaltigkeit.

Welcher Beitrag ist Ihnen dabei besonders wichtig?

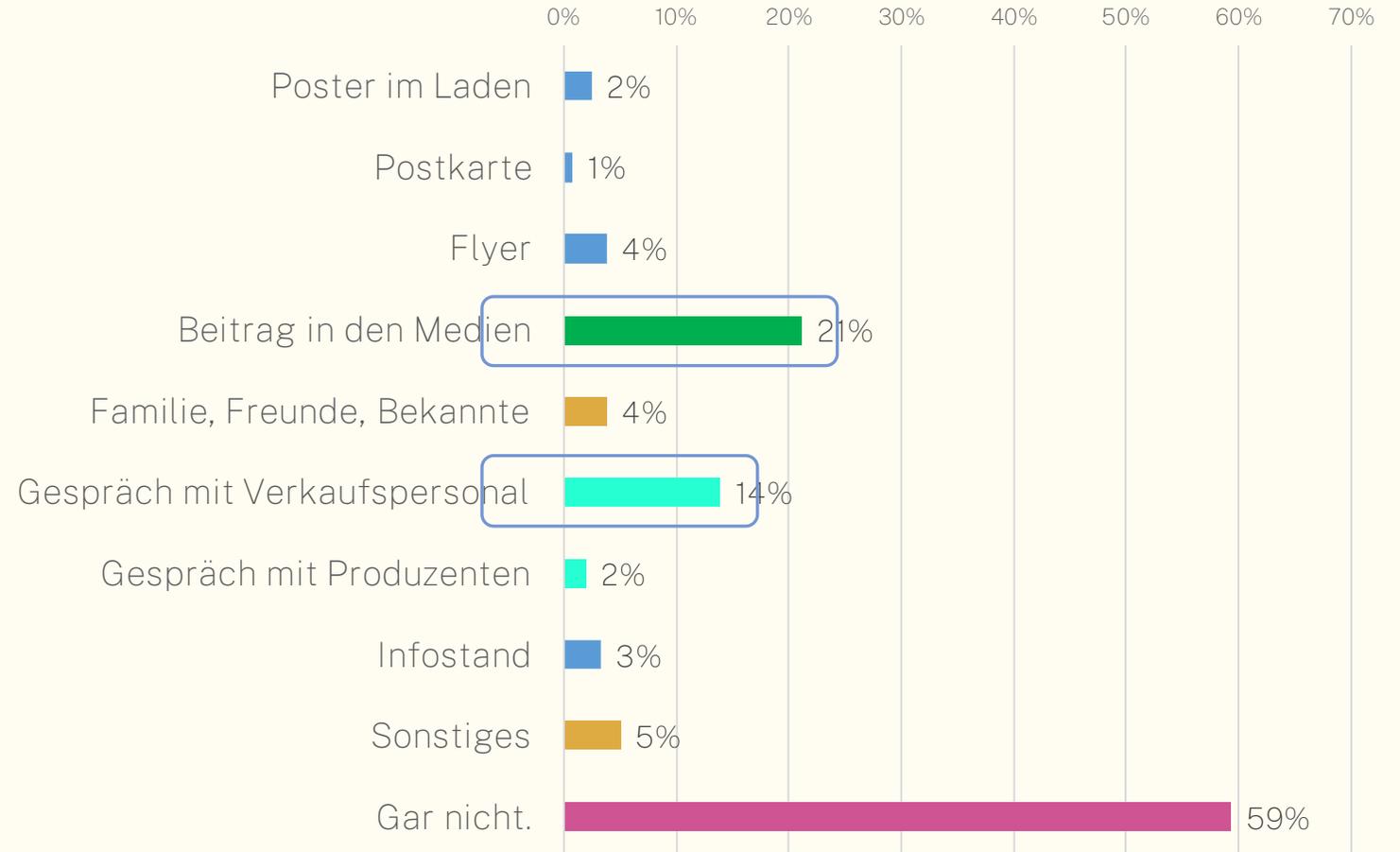
(n= 138, Befragte, die am Kauf von Agroforst-Produkten interessiert sind, Lausitz, Online-Umfrage)



# Konsumierende – Wahrnehmung von Agroforst-Produkten

Wie sind Sie auf die angebotenen Produkte aus Agroforst aufmerksam geworden?  
(Mehrfachauswahl möglich)

(n= 418, alle Befragten, Lausitz, Befragung zur Probevermarktung)



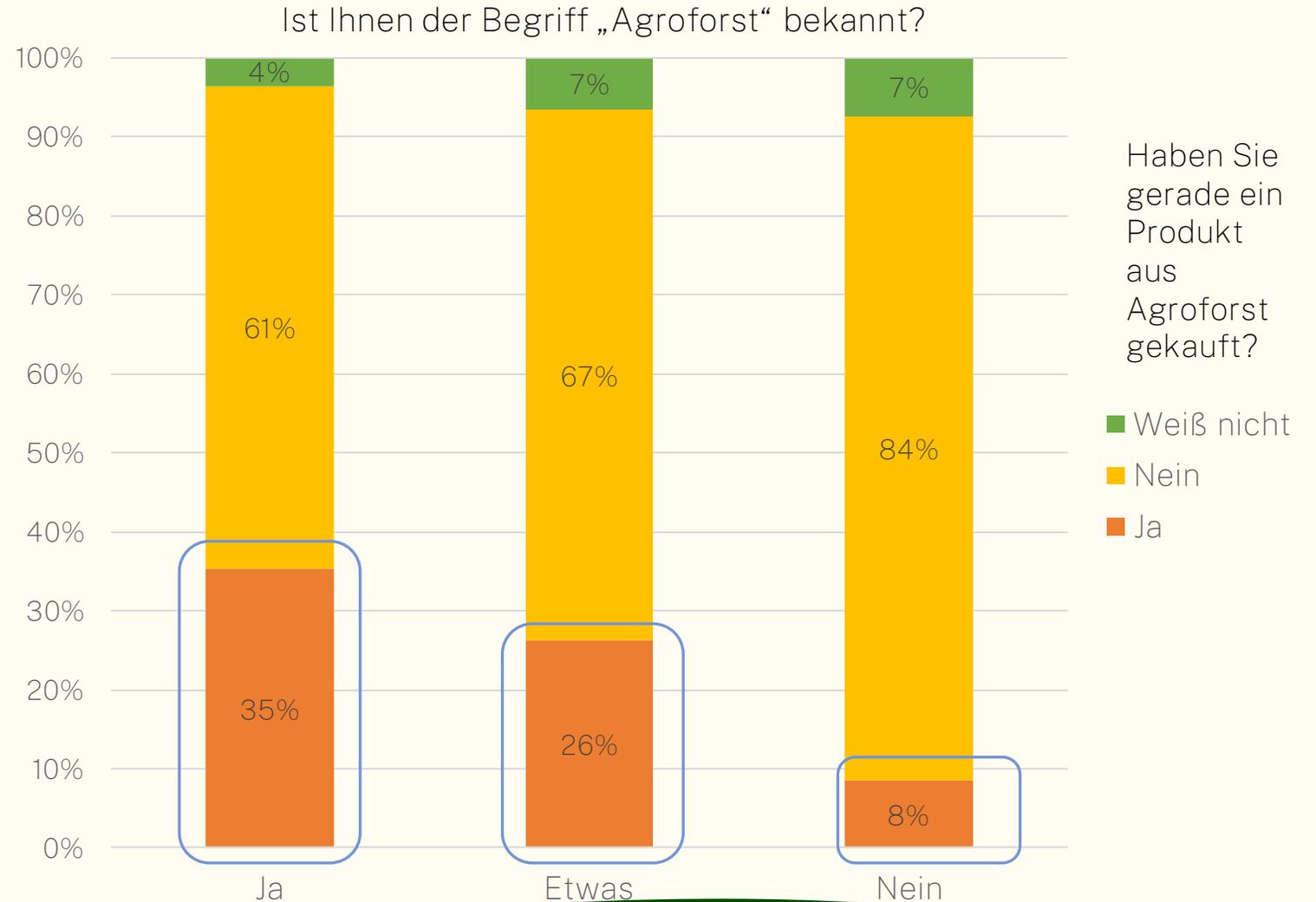
# Konsumierende – Wissen über Agroforst und Kauf von Agroforst-Produkten

Ist Ihnen der Begriff „Agroforst“ bekannt?

und

Haben Sie gerade ein Produkt aus Agroforst gekauft?

(n= 418, alle Befragten, Lausitz, Befragung zur Probevermarktung)



# Mehr erfahren...

- Publikation zur regionalen Wertschöpfung mit Agroforst-Produkten in der Lausitz (Anfang 2026)
- Publikation zur Vermarktung von Agroforst-Produkten in Deutschland (Mitte 2026)
- Kontakt: [julia.ehrich@hnee.de](mailto:julia.ehrich@hnee.de)

# Ende

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

# Fragen und Diskussion