



Sächsische Landesstiftung
Natur und Umwelt

Akademie

„Zachování starých ovocných odrůd díky vývoji jedinečných produktů pro regionální marketing“

15. a 16. 03. 2019 v IBZ St. Marienthal v Ostritz

Dokumentace

Obsah

Místo konání naší odborné konference.....	1
Přednášky	2
Workshopy.....	8
Výsledky	10
Workshop 2: Vývoj produktu – moderátorka: Katharina Meifert	10
Shrnutí	14
Workshop 3: Participace občanů – moderátor: Dr. Michael Schlitt	16
Workshop 4: Práce v sítích – moderátorka: Katrin Weiner.....	17
Prezentace výsledků workshopu a závěrečná diskuze.....	19
Výhled	21

Akce je podpořena Evropskou unií v rámci kooperačního programu Svobodný stát Sasko-Česká republika



Europäische Union. Europäischer
Fonds für regionale Entwicklung.
Evropská unie. Evropský fond pro
regionální rozvoj.



Ahoj sousede. Hallo Nachbar.
Interreg V A / 2014–2020

Místo konání naší odborné konference



Velký sál se dvěma promítacími plátny (vlevo CZ, vpravo DE)



Prezence účastníků před konferenčním sálem. Vedle prezenčních listin ležely jmenovky, programy a formuláře k ochraně osobních údajů ve dvou jazycích a listiny pro výběr workshopů.

Přednášky



Nicolai Heinz - Helmholtz Zentrum für Umweltforschung (UFZ) Lipsko (Helmholtzovo centrum výzkumu životního prostředí Lipsko)
„Ekosystémové služby a zhodnocování extenzivních sadů“



Jakob Schierscher - Agroscope, Schweizer Kompetenzzentrum für landwirtschaftliche Forschung (Švýcarské kompetenční centrum pro zemědělský výzkum), Švýcarsko,
„Využití genetických zdrojů ovoce pro nové produkty“



Katharina Meifert - BTE Tourismus- und Regionalberatung Partnerschaftsgesellschaft mbB Berlín (Partnerská společnost pro regionální poradenství a poradenství v cestovním ruchu), „**Regionální marketing**“



Ulf Müller - Gäa e.V. a **Tobias Stange** - moštárna extenzivního ovoce Streuobstkelterei Gohla Stange & Callwitz GbR

„Biocertifikace extenzivního ovoce jako forma prodeje ovoce z extenzivních sadů s přírůžkou“

Konferenci moderoval jednatel IBZ pan **Dr. Michael Schlitt**



**Oliver Exner - Äpfel & Konsorten e.V. a Streuobstwiesen Manufaktur GmbH,
„Hospodářské jablko a kmotrovství stromů“**



**Ondra Kopiczka - LANDCRAFT,
„Hledání hodnot - staré ovocné odrůdy nelze udržovat čistě z nostalgie“**



Holger Stein, Majitel a provozovatel palírny & someliér exkluzivních pálenek, „První saská smluvní palírna“



Michael Berninger (l.) - „Obstgenossen - Leipziger IG für Streuobst“ (ovocné družstvo pro podporu extenzivního ovoce) a



Volker Umbreit (r.) - „Sornziger Wilden“ (sdružení pro podporu a využití planých druhů ovoce), „Vytváření sítí a vývoj produktu na příkladu ‚Wilde Leipziger‘“



Jaroslav Hruška – Stvolenská moštárna o „Farma a moštárna u Hrušků“



Christian Haberhauer, referent marketingu Turistický svaz Moststraße zavedl na „Zážitkový výlet za hruškami MoštBirne“ (Přednáška s ochutnávkou)



Andreas Wegener - Spolkový odborný výbor pro extenzivní ovoce, „**Ekonomické aspekty**“.

Změna programu:

Samstag, 16.03.2019 Ideen zur Vermarktung in der Projektregion

09:30 Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen
Andreas Wegener, NABU BFA Streuobst

Ekonomické aspekty
Andreas Wegener, Spolkový odborný výbor pro extenzivní ovoce

10:00 Streuobstvermarktung als Tafelobst
~~Marion Buley, Marion Buley UG~~ Fällt krankheitsbedingt aus!

WORKSHOPS

10:45-11:45 Workshop-Phase 1 (parallel, jeweils 1 Stunde)
12:00-13:00 Workshop-Phase 2

~~Moderation: Marion Buley~~
Moderation: Katrin Meifert (BTE)
Moderation: Dr. Michael Schlitt (IBZ)
Moderation: Katrin Weiner (LaNU)

W1: Regionale Vermarktung
W2: Produktentwicklung
W3: Bürgerbeteiligung / ÖA
W4: Netzwerkarbeit

13:00 Mittagessen

14:00 Präsentation der Workshop-Ergebnisse
und Abschlussdiskussion

Kaffee zum Ausklang

Anschließend besteht die Möglichkeit zur Teilnahme an einer Führung
den Sortenwiesen der Oberlausitz Stiftung.
Bei Interesse wenden Sie sich bitte an Herrn Dr. Schlitt.

Workshopy

Regionální prodej a marketing
Vývoj produktu
participace občanů / PR
Práce v sítích

Oběd

Prezentace výsledků workshopu
a závěrečná diskuze

Káva závěrem

Následně nabízíme možnost
účasti na prohlídce odrůdovými
sady nadace v Ostritz. → Dr. Schlitt

Förderung:



Ahoj souse. Hallo Nachbar.
Interreg V A / 2014 – 2020



Europäische Union. Europäischer
Fonds für regionale Entwicklung.
Evropská unie. Evropský fond pro
regionální rozvoj.

Z důvodu náhlého onemocnění musela být bohužel odřeknuta přednáška **Marion Buley** na téma „**Prodej extenzivního ovoce jako stolního ovoce**“ a také **Workshop 1 „Regionální prodej a marketing“**.

Workshopy



Workshop 2: Vývoj produktu – moderátor: Katharina Meifert (zcela vlevo)



Workshop 3: Participace občanů / PR – moderátor: Dr. Michael Schlitt (vlevo)



Workshop 4: Práce v sítích – moderátor: Katrin Weiner (vlevo)

Výsledky

Workshop 2: Vývoj produktu – moderátorka: Katharina Meifert

1a Status Quo Hemmnisse

Produktentwicklung / Vermarktung

- ④ - 0,25 € für 2l, wie stellt sich das für Tschechien dar?
 Preis → 0,04/0,05; teilweise
 → aktuell größtes Problem: EU Sanktionen gegen Russland → Überangebot → ↓ Preis
- ④ - Herausforderung: Qualität (z.B. Wurm)
 Aussehen weniger das Problem
- ④ - Kunden kennen Eigenschaften des Obst nicht mehr → Aufklärungsarbeitbedarf
 (Streuobst muss bspw. auf Wochenmärkten Erklärung geben können)
- ④ Retotal
 - Kloster Osek
 - Liberec Aufbauparbeitsbereich (Verkauf Tsch. Ob.)
 - viel ungenutztes Obst Nimes (Mimoň)
- ④ - Tsch. Arbeitslosigkeit bei 2%: Schwierigkeit Helfer zu finden (gerade bei Ernte)

2a Status Quo Hemmnisse

Produktentwicklung / Vermarktung

- ④ - Qualität bspw. Obstwein muss stimmen
- Zahlreiche verarbeitete Produkte vorhanden (insb. Sachsen, ...)
- Produkte wandeln sich
 → das bedarf auch die Region
 → Bedarf Markt
- Konverhalten beleuchten
 → Bsp. Hochpreispolitik: Glaube an Besonderes → Bedarf Marke + Kommunikation
 → 43% entscheiden nach Preis Supermarkt nach Impuls
 → 2l gehen wenig Geld f. Lebensmittel aus (aber Lebensmittel auch preiswert)
 Bewusstsein, dass Preis woanders bezahlt wird, muss kommuniziert werden
 → Bewusstsein
- Tradition Trockenobst
 - schwer weiterzuführen weil fähig zu halten → Bedarf (technische Wege)
 - Kreativitätsförderung
 - mehr drum gestritten
- Pflanzenschutzmittel

1b Blick in die Zukunft

Frage: gemeinsames Produkt ^{übergreifendes Denken} (dt.-böhmisch) möglich? Preis? Gefälle?

- Prag wirt. starke Region (möglicher Zielmarkt)
- Tschechische Produzent Vorteile im dt. ländlichen Raum
 - ↳ aber bestehen Chancen? Oder entsteht Konkurrenz in Dtl.?
 - ↳ Abhängig Jahrgang (nicht gewollt ja oder nein)

Frage: Streuobst auch z.T. als Tafelobst? Naturg differenziert

- z.B. → 1/4 Waren, 1/4 Sekundärprodukte, 1/2 Saft
- Kita, Hotel & Krankenhäuser, Märkte, sporadisch nur Direktvermarktung
 - ↳ Verkaufswettbewerb
 - ↳ Problem eher Biomärkte (Preise z.B. and Ausb)

Pot. Agrarwirtsch. Schaife + ... ggf. mit Schafffleischverkauf
Siegel Obstbaum, Tiere, d.h. Agrarwirtschaft auf Obstwiese

→ Impuls Europäische Umsetzung „Lebensraum Streuobstwiese“

- ↳ aber Kleinanbieter nur im Hochqualitätsbereich möglich
- bedarf Aufklärungsarbeit

- ↳ a) ↑ Menge ggf. ↓ Qualität (da andere Schafrasse notwendig)
- ↳ b) Solidarität: mehr Anbieter: alle klein, exklusiv

weiteres Siegel verwirrend

Pot. Impuls Ökobilanz Produkte aus alle Welt darstellen → Anregung an EU

- pos. Effekte für lokal/Regionalanbieter
- aber Saisonalität der Produkte vs. Interesse nach Obst des Verbrauches übers Jahr

Idee - gem. Vermarktungsbüro der Kleinanbieter

→ Ansprache Gastronomen uvm. Partner

↳ aber es bestehen schon zahlr. Strukturen/Orgs, die genutzt werden können !!

Bsp. Slow Food

Bsp. Marktschwärmer Dresden

Bsp. Mailingliste mit Anschreiben aller Kunden und einem Liefertermin (direkt anfragen funktioniert eher)

Bsp. Hosen Obstgenossenschaft mit Hofladen, Infos, Verarbeitung, Besuchsgarten

Bsp. „typisch Hatz“

→ Obstkörbe, Bündelung in 21 Cooops in Stadt

↳ Gesucht ist ein Weg zwischen einer zentralen und dezentralen Lösung

→ Fortführung einer Marke (Bestand, Auffälligkeit)

Charaktere wird immer über Kriterien/Werte bestimmt „jeder ein Original“

? Kooperationsformen gesucht



2b Blick in die Zukunft

- grenzübergreifende ^{weitgehende} Projekte (auch mit Bundes Tourismus) ermöglicht Abgründe Fördermittel

- Frage: Was wäre eine Gehusstregion in Sachsen/Böhmen?

Impulse: Zweisoldatenbahn in NW Böhmen

↳ nicht, sehr "Spezielles" was schmeckt gesamte Region zieht

Palette, Vielfalt als Besonderheit (bspw. Vielzahl Apfelsorten, Vielzahl Verarbeitungsstufen)

- Inszenierung und Stärkung einer Aushängefisch?

→ pd Partner nicht vorhanden

→ touristische Partner gefragt

→ historische Ansatzpunkte nicht vorhanden

→ wie aufgesetzt

es braucht nicht das eine Produkt

- ↳ Vernetzung, Förderung, Unterstützung Slow Food
Produkte sprechen für sich, Story entwickeln

- Kernzielgruppe nicht Touristen, sondern Normalverbraucher
→ Wie erreiche ich diesen?

→ Transparenz (Anbaumethoden, Arbeitsabläufe)

→ Vertrauensbasis zum Kunden + Kontakt (Hof etc)

→ Herausforderung Supermarkt

Tourismus ergänzend!
vs als Wertmöglichkeit

↳ Tagesausflüge aus Städten und der Region

(Identität) soziale Funktion, Gemeinschaft als 'Produkt' von Struktur/Aktivitäten

- Bedarf ist da etwas für sich zu tun und Werten weiterzugeben

- Solidarische Landwirtschaft als Ansatz stärken

→ Obsthandstelle

→ Kooperation Hofverkauf Sachsen

- kreative Namensgebung für jüngere Zielgruppen (Trübsand → Apfelchips)

Was wäre die neue höhere Qualität?
Was daran wäre besonders?

- X Wer könnte was herstellen?
Welche Partnerschaften brauchen wir?

Das Produkt und seine Verbraucher - wie bringen wir das zusammen?

- X Welche Partner können bei der Produktentwicklung und Vermarktung unterstützen?

X Was kann uns verbinden?

Frage: gemeinsames Produkt (dt.-böhmisch) möglich? ^{Preis?}
 → Prag wirt. starke Region (möglicher Zielmarkt)
 → Tschechische Produzent Vorteile im dt. ländlichen Raum
 ↳ aber bestehen Chancen? Oder entsteht Konkurrenz in Dtl?
 ↳ Abhängig Jahrgang (nicht gewollt ja oder nein)

Frage: Streuobst auch z.T. als Tafelobst?

34% → 1/4 Waren, 1/4 Sekundärprodukte, 1/2 Saft
 Kita, Hotels, Kantinenhäuser, Märkte, sporadisch nur Direktvermarktung
 ↳ Verkaufsbörse ↳ Problem eher Biomärkte (Preise z.B. and Aus)

Pot. Agrotourismus, Schaf + ... ggf. mit Schafffleischverkauf
 Siegel Obstbaum, Tiere, d.h. Agrowirtschaft auf Obstweiese
 → Impuls Europäische Umsetzung „Lebensraum Streuobstwiese“

↳ aber Kleinanbietern nur im Hochqualitätsbereich möglich
 → Bedarf Aufklärungspotential
 ↳ a) Menge ggf. ↓ Qualität (da andere Schaffrasse notwendig)
 ↳ b) Solidarität: mehr Anbieter alle klein, exklusiv
 ↳ welches Siegel verwendend

Pot. Impuls: Ökobilanz Produkte aus aller Welt darstellen → Anregung an EU
 → pos. Effekte für lokal/Regionalanbieter
 → aber Saisonalität der Produkte vs. Interesse nach Obst des Verbrauches übers Jahr

Idee - gem. Vermarktungsbüro der Kleinanbietern

→ Ansprache Gastronomen uvm. Partner
 ↳ aber es bestehen schon recht. Strukturen/Org., die genutzt werden können !!

Bsp. Slow Food

Bsp. Marktschwärmer Dresden

Bsp. Heilingsitz mit Anschließen aller Kunden und einem Liefertermin (direkt anfragen funktioniert eher)

Bsp. Lesen Obstgenossenschaft mit Hofladen, Infos, Verarbeitung, Besuchsgarten

Bsp. typisch Hatz

→ Obstkörbe, Bündelung in 21 Codes in Stadt

↳ Gesucht ist ein Weg zwischen einer Zentralen und dezentralen Lösung

Formierung einer Marke (Bestand, Auffälligkeit)

Charakter wird immer über Kriterien/Werte bestimmt „ist aber ein Original“

Blick in die Zukunft

Potentiale (Potentialités)

zukünftige Möglichkeiten, Chancen

Hindernisse (Obstacles)

zukünftige Rahmenbedingungen, Hindernisse

X Welche Obstprodukte, insbesondere im Zusammenhang mit alten regionalen Sorten könnten wir uns vorstellen?

Was wäre die neue höhere Qualität?
 Was daran wäre besonders?

X Wer könnte was herstellen?
 Welche Partnerschaften brauchen wir?

Das Produkt und seine Verbraucher - wie bringen wir das zusammen?

X Welche Partner können bei der Produktentwicklung und Vermarktung unterstützen?

X Was kann uns verbinden?

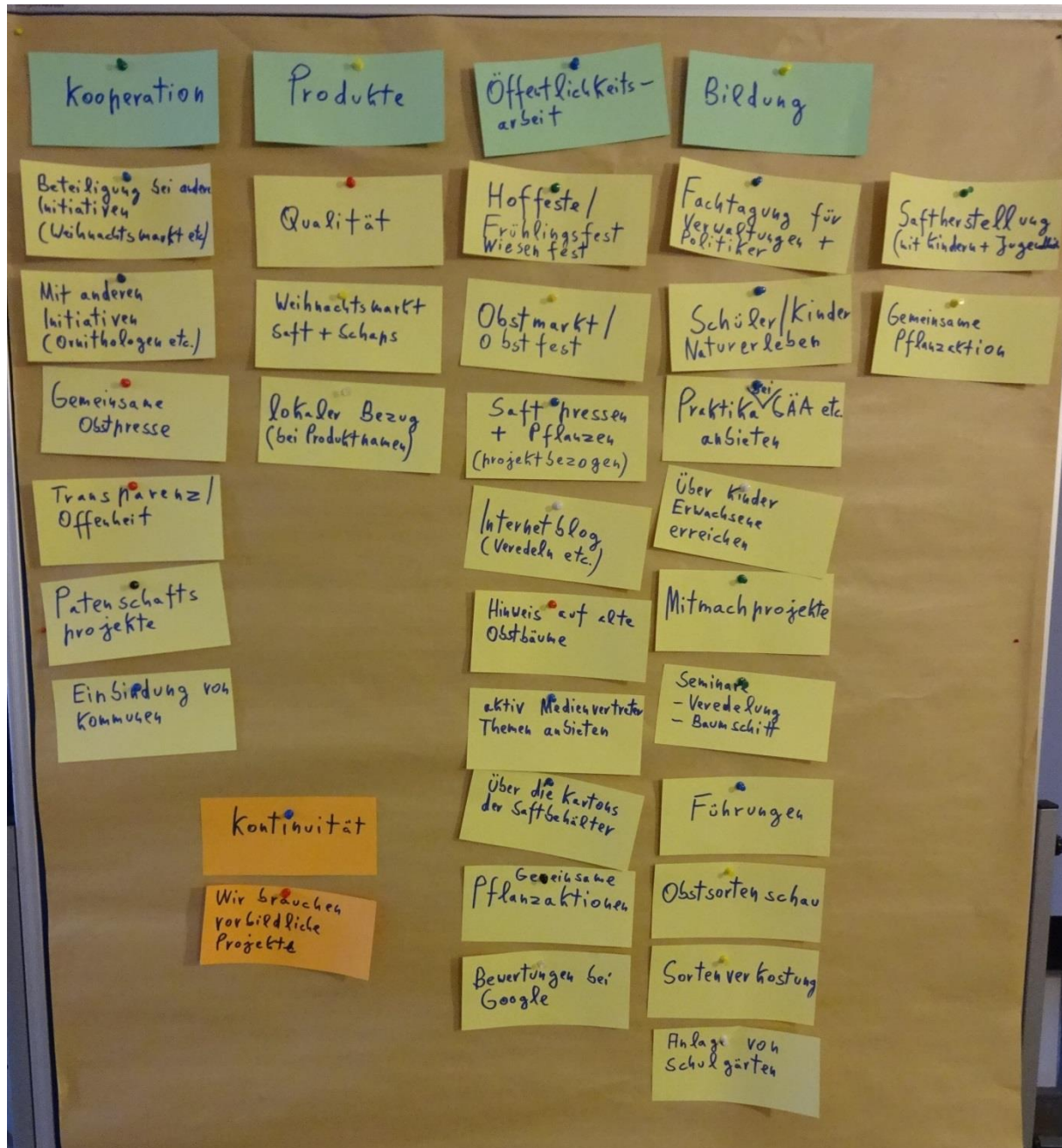
Shrnutí

Moderátorka Katharina Meifert níže popsal hlavní otázky a výsledky diskuze.

- Vede vývoj **společného produktu na téma extenzivního ovoce, resp. společný vývoj s přesahem** v sasko-české sousedící a propojené oblasti k cíli nebo působí rozdíl cen jako překážka?
 - Praha coby hospodářsky silný region může být cílovým trhem stejně jako města v Německu.
 - Pro českého výrobce existují také potenciály v německých venkovských oblastech. Šance jsou nejlepší v těch letech, kdy v Německu není dostatek produktů z extenzivních sadů.
- Co by bylo specifikem či zvláštností regionu? Co by bylo pro takový specifický kulinařský region v Sasku a Česku charakteristické?
 - Neexistuje nic „extra speciálního“, co by charakterizovalo celý region. Naopak, zvláštností a specifikem je právě ona „**pestrost**“, široká paleta odrůd a způsoby zpracování. „**Každý je unikát.**“
- Vedlo by k cíli propůjčit jednomu druhu ovoce funkci vývěsního štítu regionu?
 - Pro propagaci jednoho speciálního ovoce chybí podklady: chybí historické příklady, političtí partneři tu dosud nejsou. Propagace a marketing jednoho zvláštního ovoce regionu by byly naroubované a umělé. Toto odporuje autentickému marketingu a prodeji ovoce z extenzivních sadů.
 - V sasko-českém společném regionu **není třeba onen jeden produkt**. Mnohem důležitější je **propojování a vzájemná podpora** poskytovatelů. Produkty mluví sami za sebe, na to lze být pyšní.
- Kdo je a kdo má být zásadní cílovou skupinou a jak ji oslovíme?
 - Cílovou skupinou jsou **normální spotřebitelé**. Důležitým přístupem jsou transparentnost (metody pěstování a pracovní postupy) a důvěra (díky kontaktu a znalosti producenta). Mimo to jsou žádaně kreativní aktivity, jako Ovocná čerpací stanice, spolupráce zemědělců/prodejců ze dvora apod. Také **výletníci a jednodenní turisté** z měst jsou důležitou cílovou skupinou. Navíc lze vsadit také na klasické **turisty** jako na další spotřebitele, jako propagační možnosti atd.
- Jako marketingové a prodejní metody si umíme představit?
 - Hledá se nějaká cesta mezi centrálním a decentrálním řešením, tzn.
 - **Aktivity jednotlivých aktérů**, např. metoda jednoho ovocnáře z Čech s mailingovým seznamem s oslovením všech klientů na jeden termín dodávky,
 - **Spolupráce s dalšími partnery**, např. Iniciativa Slow Food, Marktschwärmer Dresden,
 - **Kooperační metody ve společné síti**, např. společná marketingová či prodejní kancelář všech drobných producentů pro oslovování gastronomických subjektů či dalších partnerů; společné ovocné družstvo se službami, jako např. krámků na statku, informace, zpracování; zavedení regionální značky jako např. „typický Harz“; solidární zemědělství apod.
 - Důležité: Již existují četné struktury/organizace, které mohou a měly by být využity.
- Mělo by se ovoce z extenzivních sadů nabízet také jako stolní ovoce?
 - Šance se zvýší, když se vsadí na bonus důvěry, to znamená, že své produkty prodávám lokálním/regionální zájemcům (např. mateřské školy, hotely, nemocnice atd.). V bio obchodech je to spíš složitější z důvodu cen.

- K cíle povede určitě cesta **mixu využití ovoce z extenzivních sadů**, tzn. využití jako zboží, jako moštu a také jako sekundárních produktů.
- Neměli bychom pojímat vývoj v oblasti extenzivního ovoce šířeji a propojit jej s dalšími aktivitami, jako pěstování ovoce, chov ovcí s prodejem masa, agroturistika atd., a spojit jej a propagovat jako pečeti či známku/značku?
 - Další pečeti na téma „ovocný strom, zvířata, zemědělství v sadu..." je pro mnohé uživatele již jistě matoucí. Ale i přesto by se mělo usilovat o evropské naplnění iniciativy „**Biotop extenzivní sad**“, aby se zvýšilo povědomí o kvalitě extenzivního ovoce.
 - Naplňování v sektoru mikroproducentů je možné pouze v segmentu nejvyšší kvality. Zvyšování množství (ovoce, masa atd.) lze zřejmě realizovat pouze s klesající kvalitou (např. jiná rasa ovcí). Spíše by se pak mělo sázet na solidaritu, tzn. mnoho producentů, kteří všichni produkují v malém a exkluzivně.
- Jaké výzvy a rámcové podmínky aktuálně existují v oblasti vývoje produktu a marketingu/prodeje extenzivního ovoce a starých ovocných odrůd?
 - **Cena:** Požadované ceny 0,25 EUR za litr se nedosahuje. V Česku navíc vyvolávají sankce proti Rusku přebytek nabídky a tím i klesající cenu.
 - **Kvalita produktů:** Kvalita čerstvého i zpracovávaného ovoce samozřejmě i zde představuje výzvu. Vzhled problém jistě nepředstavuje.
 - **Znalosti zákazníka:** Zákazníci už neznají vlastnosti ovoce a např. nevědí, kdy má ovoce po zakoupení nejlepší konzumní zralost. Zde panuje potřeba osvěty, a to i na týdenních trzích apod.
 - **Personál:** Z důvodu nízké nezaměstnanosti ve výši pouze 2 % je těžké nalézt pomocníky, zvláště při sklizni.
 - **Nákupní zvyklosti:** V Česku nakupuje mnoho zákazníků podle akčního letáku. Němci vydávají za potraviny málo peněz (protože jsou potraviny také velmi cenově dostupné). I zde je důležitá osvěta a zvyšování povědomí.
- Další náměty, podněty a diskuze workshopu
 - k cíli povede kreativní pojmenovávání pro mladší cílové skupiny: jablečné chipsy namísto křížal.
 - Identita, komunita/společenství a sociální funkce jsou důležitými aspekty a případně také „produkt“ pěstování ovoce.
 - Přeshraniční pokračující projekty (i se zaměřením na cestovní ruch) umožňují akvizici dotačních prostředků.
 - Další potenciální místa a partneři: Klášter Osek, Extenzivní sady v Mimoni (Ralsku), Liberecká palírna Stará dáma, a mimo to existují v Sasku a Česku mnohé zpracovávané produkty.
 - Zobrazení/komunikace ekologické bilance produktů z celého světa by mohlo přinést pozitivní efekty pro lokální a regionální výrobce, a to by mělo být předáno jako podnět na EU. Nicméně se musí zohlednit i sezónnost. Spotřebitel poptává ovoce po celý rok a ekologická bilance může vyjít lépe u produktu dovezeného zdaleka než dlouhé chlazení v tuzemských skladech.
 - Produkty se mění, a to potřebuje i region. Zde je žádána odvaha pro nové a kreativní produkty.
 - Tradici v Česku i Sasku je sušené ovoce/křížaly. Nicméně je složité, produkovat jej ekonomicky soběstačně. I zde je třeba kreativních cest. (jeden z marketinkových nosičů je aktuálně „Pflaumentoffel“).

Workshop 3: Participace občanů – moderátor: Dr. Michael Schlitt



Workshop 4: Práce v sítích – moderátorka: Katrin Weiner

Welche Akteure erhalten alte Obstsorten direkt und indirekt und auf welchem Wege?

Welche Unterstützung benötigen diese Partner?

Wo gibt es bereits eine gute Zusammenarbeit und wo nicht?

Begeisterte Menschen
NADŠENCI

Obstwiesenbesitzer
MAJITELE SADOŮ

Genbank Obst
GENOBANKA

Kunden / Züchter
ZÁKAZNÍCI / GURMÁNÍ

Slow Food

Landschaftspflegeverbände
SVAZ PĚČE O KRAJINU

Pomologové
SVAZ POMOLOGŮ

Naturschutzverbände
SPOLKY OCHRANY PŘÍRODY

Städte / Kommunen
OBCE

Forschung / Hochschulen
VÝZKUM / VYSOKÉ ŠKOLY

Technische Plattform für Obstsorten
česká platforma - staré odrůdy

Erhaltungsbank des Pomologovévereis
sít' pomologů, kteří zachovávají odrůdy

Anlage weiterer Sortengärten / -sammlungen
zakládání dalších sadů / sbírek

Mundraub
→ komun. Anbauverbot
„NA OVOCE“ - komunitace, spolupráce

Junker
včeláři

Baumschulen
oročné školky

Kleine Keltereien
malé moštárny

Geld
PENÍZE

Fachliche Ausbildung
ODBORNÉ VZDĚLÁNÍ

Plattform für komplexen Erfahrungsaustausch
PLATFORMA - INFORMACE

Individuelle Beratung
INDIVIDUÁLNÍ PORADENSTVÍ

Aufklärung der Kunden
VĚCHOVA ZÁKAZNÍKA

Marketing Vermarktung
... hochpreisig
MARKETING

Suche nach Zinnehelfern
hledání pomocníků - sátráčů

offene Diskussion um die Regelungen
OTEVŘENÁ + ODB. DISKUSE

Klare Bedingungen zu Qualität der Produkte
JASNÁ PRAVIDLA PRO KVALITU VÝROBKŮ

Weniger Bürokratie
MÉNĚ BYROKRACIE

Flexibler Umgang mit dem Biotopeffekt
FLEXIBILNÍ PŘÍSTUP

Presse / Fernsehen / digitale Medien
tisk, televize, digitální média

Öko-Kontrollstellen
→ Ökosiegel Biosiegel
BIOCERTIFIKÁT

Workshops / Konferenz
WORKSHOPY / KONFERENCE

Erfahrungsaustausch
→ Motivation
MĚNĚJA INFORMACÍ - MOTIVACE

Umweltbildung stärken
Fachlichkeit!!!
EKOVĚCHOVA - ODBORNÁ

Bildungsmaterialien gemeinsam nutzen
SPOLEČNÉ UŽITÍ MATE-RIÁLŮ

Zusammenarbeit Fachbehörden
Städte - Bildung ...
SPOLUPRÁCE INSTITUCE + OBCE

Unterstützung durch Städte u. Kommunen (Info)
PODPORA OBCÍ

Wen müssen wir noch ins Boot holen, um alte Obstsorten besser erhalten zu können?

Welche neuen Koordinierungsaufgaben gibt es und wer könnte das übernehmen?

Kulturreise
MOŠTÁRN

Most: „Pflanzenschnur“
ŠVESTKOVÁ DRÁHA
www.karlátka.cz

Tourismus
ČESTOVNÍ KUCH

mehrere Events in der Region verbinden
(Hohndult - Kirschen)
SPOJIT VÍCE UDÁLOSTÍ V REGIONU

Unterstützung durch Industrie
→ Technik!!!
podpora ze strany průmyslu
- technika!!!

Netz der Regionen für Obsttouristen
SÍT REGIONŮ OVOCNĚSTVÍ

Empfehlungen für Pflanzen
doporučení pro výsadby

„Europäische Obststraße“
EVROPSKÁ OVOCNÁ CESTA

Vermittlung von kompetenten Partnern für Maßnahmen
zprostředkování kompetent. partnerů pro výsadby

Prezentace výsledků workshopu a závěrečná diskuze

Maßnahme	Wer	Bemerkungen Wann
- Austausch Kommunikationsform → Teilnehmerliste an alle	LaNu	
- Weiterer Austausch (Workshops) → vorab Anfrage nach Themen/Inhalten	LaNu	- teilweise Einbau in Abschlusstermin im Januar - Präsentation Obst & Winterfest Okt. 2019
- Bündelung Kommunikationsmittel auf gen. Webseite (idealerweise vorhandene Seite)	Anfrage an Bundesfachauschuss für Nabu Webseite	- (ggf. Folgeprojekt) - Nabu Newsletter vorhanden
- Obstmesse (Herbst) → Hoffahrten	n.n.	
- Rundbrief Streubst (ins Tschechische übersetzen)	n.n.	- ggf. Folgeprojekt
- Übersicht Fördermöglichkeiten	n.n.	- Übersicht für Tschechien beim Ministerium Umwelt/LW vorhanden - ist noch nicht aufbereitet
- Prüfung eines Prädictates für Obstsaft/Gepräst		- Idee als Medaillenvergabe durch qualif. Organisation
- Bündelung der jeweiligen Termine		- bspw. Streubst-rundbrief

Další kroky, které si účastníci přejí

Opatření	Navrhovaný aktér/subjekt	Poznámky
Výměna komunikačních forem , rozeslání seznamu účastníků všem účastníkům	LaNU	Dotaz na schválení předání kontaktních údajů v rámci rozeslání protokolu
Další výměny		
■ Workshopy	LaNU	Předběžné dotazy na relevantní témata Možná zpracování do závěrečné akce projektu v lednu 2020
■ Veletrh ovoce	Internationales Begegnungszentrum St. Marienthal	Možná prezentace na Slavnostech ovoce a vinařů v IBZ St. Marienthal v říjnu 2019
■ Exkurze na statky	Zatím bez návrhu	Exkurze k partnerům s prohlídkou a výměnou informací
Spojení komunikačních prostředků na společné online-platformě (ideálně na nějaké existující)	Dotaz na Spolkový odborný výbor pro extenzivní ovoce k umístění na stávající webové stránce Nabu	Zapojení do internetové stránky Nabu eventuální možné Existence newsletteru NABU Při obnovování či novém zřízení nějaké platformy je třeba zapojení do budoucího projektu
Překlad Oběžníku extenzivního ovoce i do češtiny	Zatím bez návrhu	Realizace možná např. v rámci možného návazného projektu
Zpracování přehledu dotačních možností na téma extenzivního ovoce a starých ovocných odrůd	Zatím bez návrhu	Dotační možnosti jsou v Německu v každé spolkové zemi specifické, přehled ještě není pro všechny přístupně zpracován Přehled pro Česko je k dispozici na příslušném ministerstvu
Prověření predikátu pro lisovanou ovocnou šťávu (z extenzivního ovoce)	Zatím bez návrhu	Realizace myslitelná v rámci předávání medailí
Propojení různých termínů aktérů na téma extenzivního ovoce	Zatím bez návrhu	Realizace myslitelná v rámci Oběžníku extenzivního ovoce

Výhled

Chtěli bychom Vám tímto ještě jednou poděkovat za Vaši aktivní účast na naší odborné konferenci a za mnohé cenné podněty.

Zároveň bychom Vás již nyní co nejsrdečněji pozvali na závěrečnou konferenci našeho projektu dne **10./11.01.2020** do IBZ St. Marienthal v Ostritz. Prosím rezervujte si tento termín.

Do té doby se budeme snažit, abychom naplnili Vaše podněty a připravili návrh konceptu pro období po projektu. Mezi tím se na nás můžete vždy obracet se svými nápady a účastnit se našich dalších akcí. Informace k nim Vám poskytne:

Venkovsky prostor o.p.s.,

Helena Friolová

friolova@venkovskyprostor.cz

office phone: +420 702 027 607

Těšíme se na Vás.

Na shledanou v Ostritz!

Zde přehled nejbližších termínů:

27.-29.09.2019 Středoevropské pomologické dny v Bad Muskau

20.10.2019 Slavnosti ovoce a vína v IBZ St. Marienthal v Ostritz s výstavou a určováním ovocných odrůd, přednáškami a tržičtém

10.-11.01.2020 Odborná konference pro vytvoření trinacionální Sítě pro zachování ovocných odrůd v IBZ St. Marienthal v Ostritz