

# Schützen durch Nützen – Die Regionalmarke Juradistl



## Naturschutz und Landschaftspflege als Grundlage regionaler Wertschöpfung

Referent: Werner Thumann, Diplom-Forstwirt (Univ.)

Deutscher Landschaftspflegetag 2017  
Fachforum 2 – Regionale Vermarktung und Landschaftspflege, 6. Juli 2017



# Arbeitsfelder des Landschaftspflegeverbands Neumarkt i.d.OPf. e.V.

**Landschaftspflege**



**Beratung von Schäfern  
und Landwirten**



**Gewässer-  
entwicklung**



**Heckenpflege**



**Umsetzung von  
Artenschutz-  
programmen**



**Ausgleichs- und  
Ökokontomaßnahmen**



**Naturerlebnis und  
Tourismus**



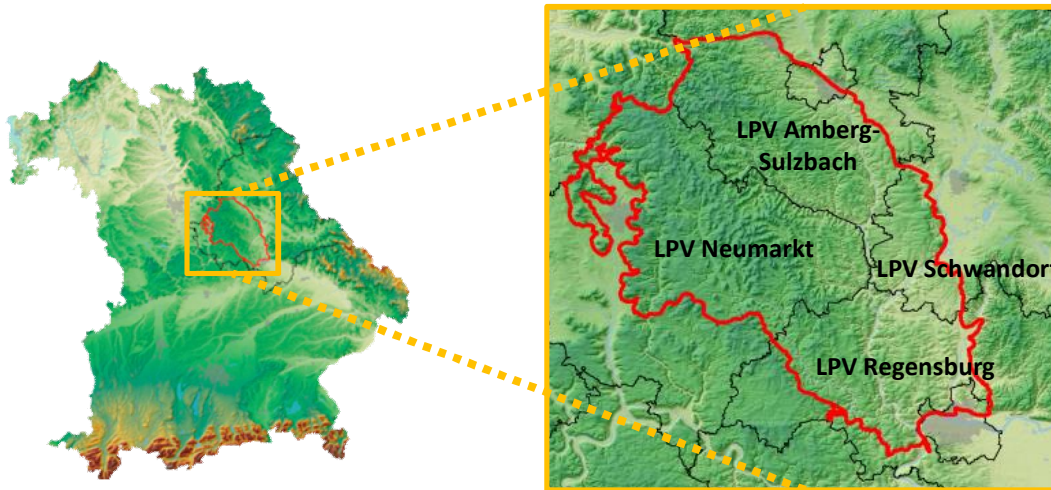
**Umweltbildung und  
Öffentlichkeitsarbeit**



**Juradistil-  
Regionalprodukte**

# Juradistl

## Biologische Vielfalt im Oberpfälzer Jura



### Ziele des Biodiversitätsprojekts

- Lebensräume gefährdeter Tier- und Pflanzenarten sichern und vernetzen
- Artenvielfalt durch integrierte Konzepte nachhaltiger Landnutzung erhalten
- Bewusstseins für Naturschutz und Biodiversität stärken durch Tourismus, Umweltbildung und Naturerlebnis
- Strategische Allianzen aufbauen (Landnutzer, Verarbeitungsbetriebe, Verbraucher, Politik)
- Vier Landschaftspflegeverbände im Oberpfälzer Jura arbeiten zusammen





**Landschaftspflegemaßnahmen**









Regionalvermarktung: Juradistl-Lamm, Juradistl-Weiderind und Juradistl-Apfelschorle



## Maßnahmen im Biodiversitätsprojekt

## Regionale Wirtschaftskreisläufe und Wertschöpfungseffekte



Landschaftspflegemaßnahmen



Durchführung durch Landwirte und Schäfer  
ca. 3,4 Mio. € (2009 - 2015)

Beratung von Landwirten  
zur optimierten Nutzung von  
Förderprogrammen



Monetäre Effekte für Landwirte und  
Schäfer ca. 2,2 Mio. € (2009 -2015)

Verkauf Juradistl-Lamm



Gesamtumsatz (seit 2004): ca. 8,8 Mio €



Verkauf Juradistl-Weiderind



Gesamtumsatz (seit 2011): ca. 1 Mio. €

Verkauf Juradistl-Apfelschorle



Gesamtumsatz (seit 2013): ca. 1 Mio. €



Monetäre Effekte seit 2004:

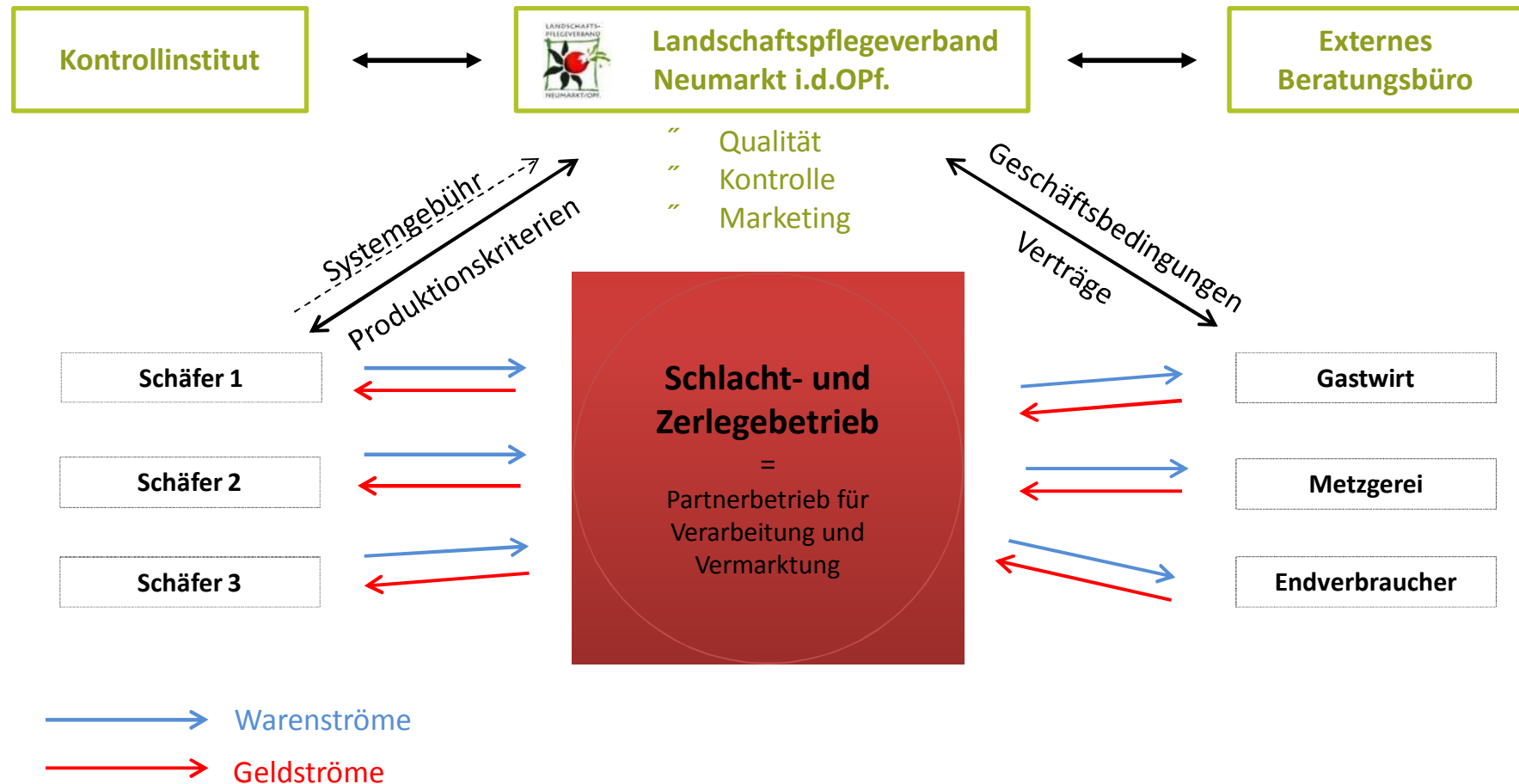


ca. 16,4 Mio. €

# Biodiversität und Wertschöpfungsketten im Juradistl-System

# Organisationsmodell

Aufbau einer regionalen Vermarktung am Beispiel Juradistl-Lamm  
(Verarbeitungsorientiertes System)



Aufbau einer regionalen Vermarktung am Beispiel Juradistl-Lamm



# Die Marke Juradistl – Zahlen und Fakten



Projekt	Juradistl-Lamm	Juradistl-Weiderind	Juradistl-Streuobst
Projektstart	2004	2011	2013
Beteiligte Schäfer / Landwirte/Obsterzeuger	16	7	50
Beteiligte Gastronomen	38	11	8
Beteiligte Metzger	22	1	
Projektgebiet	Landkreise Amberg-Regen, Neumarkt i.d.OPf., Regensburg und Schwandorf		
Absatz pro Jahr	1.300 St.	30 - 50 St.	160.000 l
Preis	20% Aufschlag	10 - 15 % Aufschlag	20 -100% Aufschlag
Nicht-monetärer Zusatznutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Imagesteigerung für Schäfer/Landwirte</li> <li>- Werbefaktor für Tourismus</li> <li>- Das „Schmankerl“ aus der Region</li> </ul>		



## Projektbezogene Öffentlichkeitsarbeit





## Umweltbildung und Naturerlebnis

Das Umweltbildungs- und Regionalentwicklungszentrum HAUS AM HABSBURG  
eröffnet am 11. Juli 2007





## Umweltbildung und Naturerlebnis

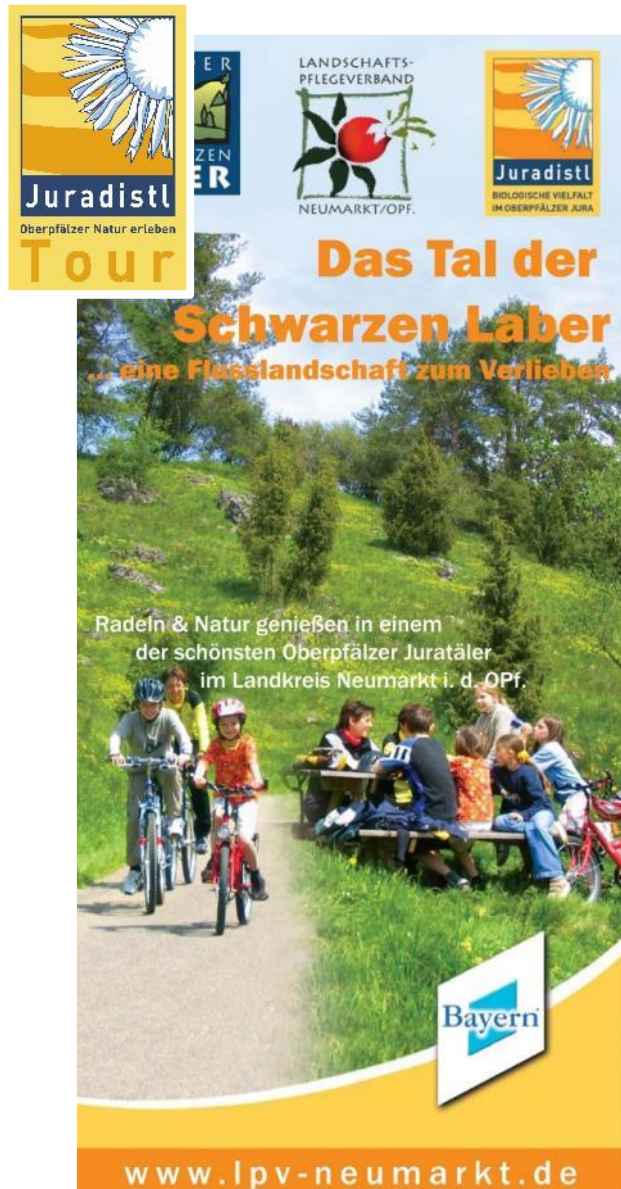




## Umweltbildung und Naturerlebnis

[www.hausamhabsberg.de](http://www.hausamhabsberg.de)





## Besucherlenkung und Tourismus





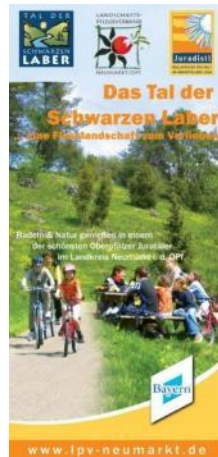
## Juradistl-Landschaftskino





## Juradistl-Landschaftskino





## Juradistl Markenfamilie

Tourismus, Umweltbildung und Naturerlebnis stützen die Vermarktung regionaler Produkte  
Weitere Infos unter [www.juradistl.de](http://www.juradistl.de)

17







gefördert durch  
Bayerisches Staatsministerium für  
Umwelt und Verbraucherschutz



Die Vielfalt der Partner hilft mit!





**Herzlichen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!**