

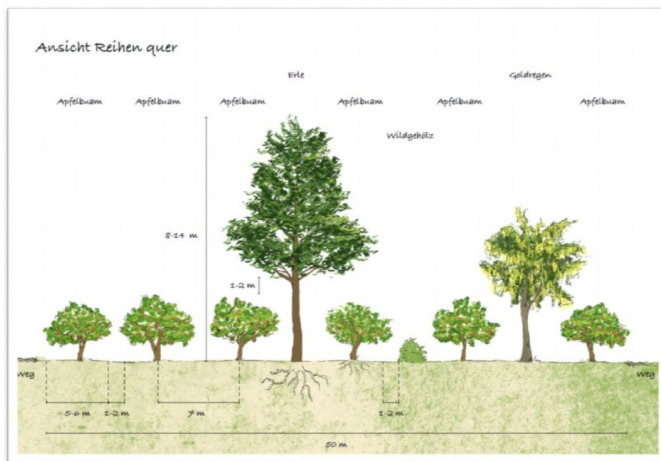


## Anlage einer Erprobungsfläche – Ideen zur Umsetzung

An aerial view of the mobile garden layout. The layout is rectangular, with a central area labeled "Mobile Zonen" (Mobile Zones) containing a grid of green plants. This central area is flanked by "Zonen" (Zones) on the top, bottom, and right sides. The left side is labeled "Aufsicht" (Supervision). A "Mobiles Hilzentrans" (Mobile Hilt Transport) is shown at the bottom center. A scale bar indicates "50 m".

[illegible]

# Die Erprobungsfläche:



Eine bestehende Apfelplantage dient als „Grundlage“ für die Erprobungsfläche. Bei der Bepflanzung sind vor allem auf eine gute Stickstoffbindung auf der gesamten Fläche, eine mögliche Beschattung der verschiedenen Gehölze, sowie mögliche Synergien im Hinblick auf einen Schädlingsbefall oder Wachstumsförderung geachtet worden. Dazu sind sowohl Kultur- als auch Wildgehölze mit unterschiedlichen Höhen zur Bepflanzung ausgewählt worden. Hohe Gehölze werden im weiteren Verlauf aufgeastet, um eine zu starke Verschattung zu verhindern.

Zusätzlich dazu werden einzelne Reihen mit Apfelbäumen erhalten bleiben, um auch zu Beginn, wenn die Jungpflanzen noch keinen Ertrag bringen, etwas Ernten zu können und Erträge zu erwirtschaften. Um trotzdem ausreichend Platz für neue Gehölze zu schaffen, sind kranke Apfelbäume gerodet worden. Es ist geplant, die vorhandenen Apfelreihen zu roden, wenn die neugepflanzten Bäume zu groß werden.



## Vermarkungspotenziale:

Gerade im Ballungsgebiet Köln/Bonn steigt die Nachfrage nach regional und nachhaltig produzierten Lebensmitteln. Allein in den letzten zwei Jahren sind zum Beispiel mehr als 5 neue Marktschwärmer ([www.marktschaermer.de](http://www.marktschaermer.de)) Standorte in Köln und Umgebung entstanden. Da die Produktion in einem silvopastoralen System oft aufwendiger ist, vor allem aufgrund einer geringen Mechanisierungsmöglichkeit bei der Ernte, ist eine Direktvermarktung über den eigenen Hofladen, das Hofcafé oder eine Plattform wie Marktschwärmer sinnvoll. Bei einer Vermarktung über den Lebensmitteleinzelhandel ist es fraglich, dass die Produkte kostendeckend vermarktet werden können. Neben der Vermarktung der geernteten Produkte ist aber auch eine Weiterverarbeitung bzw. Veredelung (z.B. Eis oder Fruchtaufstriche) attraktiv. Die verarbeiteten Produkte können über die gleichen Kanäle vermarktet werden.

**Ausblick:** Weitere Erfahrungen und Informationen werden im Rahmen eines Folgeprojekts gesammelt und aufbereitet. Gerne berichten wir bei persönlichen Besuchen oder Gesprächen über die weitere Entwicklung.

Gefördert durch:



Bundesministerium  
für Wirtschaft  
und Energie



Gräfling Hoensbroech'sche Kultur- und Naturstiftung Schloss Tünnich

Schloss Tünnich | D-50169 Kerpen

Büro +49 2237 974697 | Mail [stiftung@schloss-tuennich.de](mailto:stiftung@schloss-tuennich.de)

[www.schloss-tuennich.de](http://www.schloss-tuennich.de)