

## Partner-Netzwerk

- Naturschutz-Organisationen
- Große lokale Arbeitgeber
- Kirchen
- Ggf. Agentur für Kommunikation, Akquise und Vermarktung

## Hauptaktivitäten

- Pflege der Patenkultur
- Kommunikation mit den Paten
- Betreuung des Erntevorgangs
- Erstellung von Urkunden

## Angebot

- Ernteanteil
- Warenkunde
- Hintergrundinformation
- Ernteerlebnis

## Kundenbeziehung

- Direkt bei der Übergabe des Ernteanteils
- Direkt über Email-Kontakt und Telefon
- Oder indirekt über Agentur

## Zielgruppen

- Familien mit Kindern
- Taufpaten
- Naturverbundene
- Erlebnisorientierte
- Wissendurstige

## Voraussetzungen

- Eigene Webseite
- Freude an der Kommunikation
- Zeit für zusätzliches Marketing und Kommunikation
- Anbau attraktiver Kulturen

## Kommunikations-Kanäle

- Ankündigung auf der Webseite
- Aufsteller oder Plakate am Hof
- Anzeige in überregionalen Zeitungen
- Kirchenblätter

## Kostenstruktur\*

- Gleiche Kosten für Anbau und Kulturpflege
- Zusätzliche Kosten für Kommunikation oder ggf. Agentur
- Zusätzliche Kosten für Informationen, Kennzeichnungen, Zäune und Wege
- Zusätzliche Kosten für die Koordination und Betreuung der Ernte

## Formen und Grad der Beteiligung

- Die Nutzer/Paten übernehmen symbolisch die Verantwortung für eine Pflanze/ein Tier und bekommen dafür den Ernteanteil
- Mitbestimmung erfolgt durch die Auswahl der gezielten Förderung der damit verbundenen Idee (z.B. Förderung von alten Sorten)

## Einnahmen

- Feste Einnahmen pro Individuum
- Zusätzliche Einnahmen im Hofladen über neue Kundengruppen