

Foto: Hagen Dorn



Eva-Maria Kötter

Erfolgreich direkt vermarkten

Landwirte, die ihre erzeugten Produkte im Hofladen selbst vermarkten, müssen sich immer wieder mit dem eigenen Betrieb und den sich ändernden Kundenwünschen auseinandersetzen. Die Fachtage für Direktvermarktung in Baden-Württemberg bieten dazu eine gute Gelegenheit.

Die Anzahl der Landwirte, die ihre erzeugten Produkte zum Teil auch selbst vermarkten, wächst in Baden-Württemberg stetig. 2016 waren es 7,1 Prozent der landwirtschaftlichen Betriebe, die ihre Erzeugnisse unter anderem direkt verkauft haben. Dabei reicht die Vermarktung vom einfachen Stand mit Selbstbedienungskasse vor dem

Betrieb bis zum großen Hofladen, dem in manchen Fällen noch eine eigene Gastronomie angeschlossen ist.

Gebot der Stunde

Mit dieser Vermarktungsform kommen die Landwirtinnen und Landwirte dem Wunsch der Verbraucherinnen und Verbraucher entgegen, regionale Lebensmittel einkaufen zu können und dabei am besten noch die Produktionsstätte und die Menschen hinter dem Betrieb zu kennen. Gleichzeitig schaffen sich die Hofbesitzer mit ihrer Direktvermarktung ein weiteres wirtschaftliches Standbein. Diversifizierung ist für viele landwirtschaftliche Unternehmen das Gebot der Stunde und die Direktvermarktung ist dabei eine sehr beliebte Möglichkeit.

Mit dem Start in die Direktvermarktung verteilen die Landwirtinnen und Landwirte das steigende betriebliche Risiko, das durch zunehmende Wetterextreme und volatiler gewordene Märkte besteht. Dabei merken die landwirtschaftlichen Familien schnell, welche hohen Herausforderungen auf sie zukommen. Das beginnt bei der Auswahl

der Art der Direktvermarktung – Stand, Hofladen, Onlinehandel oder Automaten – und reicht bis zum für viele anfangs ungewohnten direkten Umgang mit den Kunden.

Kunden im Blick

Besonders den sich ständig wandelnden und wachsenden Kundenansprüchen gilt es sich zu stellen. So möchten die Kunden auf der einen Seite Produkte, die Ursprünglichkeit, Nähe zur Natur und Selbstgemachtes vom Bauernhof widerspiegeln, erwarten aber auf der anderen Seite auch eine breite Produktauswahl und den Service, den sie vom Lebensmittel Einzelhandel gewohnt sind. Das betrifft gerade die Öffnungszeiten.

Die Kunden erwarten Informationen zur Produktionsweise, wünschen einen Blick hinter die Kulissen und möchten den persönlichen Kontakt zu dem Landwirt, der Landwirtin, die ihre Lebensmittel produzieren. Weitere Herausforderungen sind die rechtlichen Vorschriften, die unter anderem die Lebensmittelhygiene, das neue Verpackungsgesetz, aber auch die korrekte Kassenführung betreffen.

Termine 2020

- **Fachtagung Direktvermarktung: Ideen-Trends-Impulse**
4. Februar 2020, Kloster Sießen, Bad Saulgau
www.landkreis-sigmaringen.de
- **Der Hofladen als Einkaufserlebnis – unverpackt oder gut verpackt?**
9. März 2020, 9.00 bis 16.00 Uhr,
Parlatorium im Kloster Herbrechtingen
d.schweikhart@landkreis-heidenheim.de
- **Land unter oder alles im Griff? Betrieb. Arbeit. Leben.**
10. März 2020, 9.00 bis 16.30 Uhr, Bildungszentrum Schloss Flehingen und 24. März 2020, 9.00 Uhr bis 16.30 Uhr, Akademie für Landbau und Hauswirtschaft Kupferzell
www.landkreis-karlsruhe.de
www.rems-murr-kreis.de



Kulinarische Produktbörse im Vorfeld des Fachtages



Fachtage

Um also dauerhaft in der Direktvermarktung erfolgreich zu sein, ist es notwendig, sich ständig fortzubilden und sich mit Kolleginnen und Kollegen zu vernetzen. In Baden-Württemberg bieten die Landwirtschaftsämter zahlreiche Vorträge und Seminare zu ganz unterschiedlichen Themen der Direktvermarktung an. Diese werden von den Landwirtinnen und Landwirten gerne wahrgenommen, da sie in einem überschaubaren Zeitrahmen und nahe am Wohnort stattfinden.

Seit zwei Jahren haben sich nun einige Ämter zusammengeschlossen und bieten an einem zentral gelegenen Ort überregionale Fachtage an. Diese Fachtage finden in allen vier Regierungspräsidien statt. Wobei die Ämter aus den Regierungspräsidien Karlsruhe und Stuttgart kooperieren. Jedes Jahr widmen sich die Fachtage einem anderen aktuellen Themenschwerpunkt. 2018, beim ersten Fachtag, hieß dieser „Quo vadis, Direktvermarktung“. Beleuchtet wurden dabei die unterschiedlichen Möglichkeiten der Direktvermarktung, wie Automatenverkauf, Hofladen und Onlineshop bis zur Zusammenarbeit mit dem Lebensmitteleinzelhandel (LEH).

2019 stand der Fachtag ganz im Zeichen des Marketings: Welche aktuellen Marketingtrends gibt es? Wie präsentiere ich meinen Hofladen kundengerecht? 2020 folgten die Tagungsthemen Zeitmanagement und Mitarbeiterführung. Durchschnittlich 70 Personen besuchen die Fachtage, die sich über acht Stunden erstrecken.

Bei den Fachtagen wechseln sich Vorträge und interaktive Programmteile ab. Wichtig ist den Initiatorinnen, dass genügend Zeit für den Austausch der Direktvermarkter untereinander bleibt. Die große Resonanz und das positive Feedback durch die Teilnehmenden bestätigen den Organisatorinnen, dass sie mit diesem Fortbildungsformat auf dem richtigen Weg sind. Dabei stellt sich immer wieder heraus, dass neben der Auswahl passender aktueller Themen auch die Auswahl der regionalen Veranstaltungsorte für die Fachtage ein wichtiger Erfolgsfaktor sind. Denn durch möglichst nah und leicht erreichbare Veranstaltungsorte bleibt der Aufwand für die Direktvermarkterinnen und Direktvermarkter überschaubar.

Vernetzung

Neben den eigentlichen Fachtagen gelingt es, zusätzlich Sonderformate von Fachveranstaltungen zu platzieren. So fand im Vorfeld des diesjährigen Fachtages eine „Kulinarische Produktbörse“ statt. Direktvermarkter stellten ihren Kollegen dabei ihren Betrieb und ihre besonderen Produkte vor. So konnten in lockerer Atmosphäre neue Netzwerke geknüpft werden, um gegenseitig Sortimente komplementär zu ergänzen.

Bei anderer Gelegenheit wurde einem Fachtag ein Workshop „Warenkunde“ vorgeschaltet. Darin hatten sich Betriebsinhabende sowie deren Angestellte intensiv mit einzelnen Warengruppen wie Eier, Milch, Getreide oder Kartoffeln auseinanderzusetzen und von den Inhaltsstoffen bis zur Vermarktung

alle Aspekte fachlich zu beleuchten. Das erlernte Know-how können sie nun im Verkaufsgespräch an den Mann oder die Frau bringen und so an die Erwartungen der Kundschaft anknüpfen.

Auch in Zukunft wird die Direktvermarktung ein sinnvolles weiteres wirtschaftliches Standbein für Landwirtinnen und Landwirte sein, vor allem, weil der Wunsch der Verbraucher nach regional erzeugten Lebensmitteln wächst. Um aber mit seiner Diversifizierung dauerhaft erfolgreich zu sein, lohnt es sich, sich zu vernetzen, weiterzubilden und immer wieder über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen. Umso notwendiger ist dies gerade in schnelllebigen Zeiten, in denen zum einen durch die politische Unsicherheit und die Klimadiskussion das Bedürfnis nach Sicherheit und regionalen Lebensmitteln wächst, auf der anderen Seite sich aber das Einkaufsverhalten durch die fortschreitende Digitalisierung ändern wird. Die Fachtage der Landwirtschaftsämter in Baden-Württemberg bieten dazu eine erfolgreiche und qualifizierte Möglichkeit für landwirtschaftliche Unternehmen, sich ständig und marktgerecht auf dem Laufenden zu halten. ■

Die Autorin



*Dipl. oec. troph. Eva-Maria Kötter
Landwirtschaftsamt
Backnang
Fachbereich
Ernährung und
Hauswirtschaft
e.koetter@rems-
murr-kreis.de*

„Hofläden BW“ – die App

Eine App ermöglicht es, Direktvermarkter und Produkte aus der Region schnell und einfach zu finden:

<http://www.landwirtschaft-bw.info/pb/MLR.LW,Len/Startseite/Betrieb+und+Umwelt/Direktvermarktung>