

Fachausschuss für Frauen im Agrarbereich

Gutes vom Hof: Direktvermarktung gewinnt an Bedeutung

Was will der Verbraucher, und wie ist er am besten zu erreichen? Diese Frage stellten sich die Teilnehmer des Fachausschusses für Frauen im Agrarbereich der Landwirtschaftskammer. Nur wer die Wünsche und Bedürfnisse der Konsumenten kennt, kann die Direktvermarktung der hofeigenen Produkte zielgerecht umsetzen. Dabei spielt auch die Digitalisierung eine immer größere Rolle. Marga Trede vom LandfrauenVerband brachte das Thema auf den Punkt: „In dieser Hinsicht müssen wir Gas geben. Ich habe mein Handy auch immer dabei. Das ist eine Herausforderung, der wir uns stellen müssen.“



Die Teilnehmer und Referenten (v. li.): hintere Reihe: Peter Levsen Johannsen (Geschäftsführer der Landwirtschaftskammer), Gerhild Liehmann-Kress (Landwirtschaftskammer) sowie Eike Brandt, Martina Reese, Birgit Struve-Kühl, Hilke Thomsen (Vorsitzende AG Urlaub auf dem Bauernhof), Dr. Markus Heid (Landwirtschaftskammer), Marga Trede (Landwirtschaftskammer); vordere Reihe: Ute Volquardsen (Vorsitzende Fachausschuss für Frauen im Agrarbereich), Ute Bielfeldt und Dr. Klaus Drescher (Landwirtschaftskammer)

Ute Volquardsen, Vorsitzende des Fachausschusses, ist der gleichen Ansicht: „Es gibt mittlerweile viele, die sogar ihre Kartoffeln online kaufen.“ Entscheidend, so waren sich alle Teilnehmer der Sitzung einig, ist die Onlinepräsenz der Hofläden und Cafés, Märkte und Erlebnisangebote in Schleswig-Holstein. Diese Erfahrung machte auch Dr. Robert Habeck (Grüne), Minister für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung, als er auf der Suche nach regionalen Produkten im Land zwischen den Meeren unterwegs war, und initiierte die Umsetzung des Portals „Gutes vom Hof.SH“, das Dr. Markus Heid von der Landwirtschaftskammer präsentierte: „Der Minister wünschte sich, dass die Direktvermarkter vor allem mobil vom jeweiligen Standort gefunden werden müssten.“

Das Portal und die WebApp, mit der man direkt vom Browser aus suchen kann, wurden von der Kam-

mer mit einer Agentur entwickelt und mit finanzieller Unterstützung des Landwirtschaftsministeriums realisiert. Ziel ist es, Verbrauchern von zu Hause aus oder mobil den Weg zu landwirtschaftlichen Betrieben, ihren Hofläden und Angeboten zu weisen und mit Rezepten, Warenkunde, Wochenmärkten und Veranstaltungen Lust auf regionalen Genuss zu machen. Hilke Thomsen, Vorsitzende der Arbeitsgemeinschaft Urlaub auf dem Bauernhof, kann einen Eintrag „sehr empfehlen“ und regte an, dafür auch vor Ort zum Bei-



Frisch, regional, lecker: Der Obsthof Stubbe in Riesebjerg präsentiert sich in dem Portal „Gutes vom Hof.SH“ neben derzeit 116 anderen Einträgen.

spiel mit Postern zu werben. 200 Betriebe nehmen bereits daran teil, 116 Einträge davon müssen noch redaktionell komplettiert werden. Der Basiseintrag ist kostenlos, die Premiumvariante (unter anderem mit Verlinkung auf die eigene Homepage) kostet 50 € im Jahr.

Gerhild Liehmann-Kress, Landwirtschaftskammer, bestätigte, dass Verbraucher regionale Produkte zu schätzen wissen, aber oftmals nicht wissen, wo sie diese direkt vom Erzeuger erwerben können. Sie präsentierte darüber hinaus die Ergebnisse des BMEL-Ernährungsreportes 2017, der Nielsen-Studie 2016 und der Nestlé-Zukunftsstudie „Wie is(s)t Deutschland 2030“. „Immer weniger Menschen kochen täglich, und auch gemeinsame Mahlzeiten werden immer seltener“, sagte die Expertin für Hauswirtschaft und Direktvermarktung. Es solle vor allem schnell und einfach gehen. Auf der anderen Seite wählte der Verbraucher zunehmend Produkte nach „ethischen, sozialen und nachhaltigen Gründen“ aus. 97 % kauften, was ihnen schmeckt, aber immerhin 73 % legten Wert auf regionale Produkte, wünschten sich aber mehr Transparenz: „In den Märkten gibt es oft drei Milchsorten von der gleichen Molkerei, aber zu unterschiedlichen Preisen.“

FAZIT

Gerhild Liehmann-Kress empfahl, die Entwicklungen im Auge zu behalten und die eigenen Produkte dem Markt und den Bedürfnissen der Kunden anzupassen. „Es ist auch immer gut, eine Geschichte zu erzählen, zum Beispiel, dass ein Kuchen nach einem alten Familienrezept gebacken wird.“ Dabei sei es wichtig, vor allem die Kundenwünsche im eigenen Umkreis zu berücksichtigen. „Bei uns in Husum ist zum Beispiel Omas Hallig Mettwurst auf dem Wochenmarkt ein absoluter Verkaufsschlager.“



Gerade für Hofläden ist das Portal „Gutes vom Hof.SH“ geeignet, um sich bei Verbrauchern bekannter zu machen. Fotos: Ingken Wehrmeyer



Produkte aus der Region wie frisches Obst mit dem passenden Lieblingsrezept stehen bei Verbrauchern nach wie vor hoch im Kurs.

Ingken Wehrmeyer
Landwirtschaftskammer
Tel.: 0 43 31-94 53-115
iwehrmeyer@lksh.de