HILZINGEN 30. April 2018, 18:15 Uhr

Fair-Trade-Waren und mehr junge Kunden: Die Hofläden wandeln sich

Direktvermarkter im Kreis Konstanz können auf ein großes Vertrauen ihrer Kunden zählen – und locken zunehmend mehr Studenten und junge Familien an. In ihrer neuen, gemeinsamen Broschüre finden sich derweil sogar Besonderheiten wie Trüffel aus dem Hegau und Erzeugnisse aus Straußenhaltung.

Vertreter von Erzeugern und Herausgebern stellen auf dem Weingut Vollmayer die Direktvermarkter-Broschüre vor: Rainer Vollmer, Felicia Afriyie, Thomas Hepperle, Hildegard Schwarz, Alicia Weber, Martina Auer, Walter Käppeler, Georg und Beate Vollmayer, Peter Graf, Ramona Meloncelli, Rupert Metzler, Christina Derschka, Philipp Gärtner. Thilo Herbster, Helmut Müller und Michael Baldenhofer (v.l.). *Bild: Meier*

VON INGEBORG MEIER

Trüffel aus dem Hegau, Wein vom Hohentwiel, Bauernhofeis und Produkte aus der Straußenhaltung – von Bauernhöfen aus dem Kreis Konstanz kommen

zunehmend mehr ungewöhnliche Spezialitäten, zusätzlich zu Klassikern wie Gemüse von der Höri und von der Reichenau oder dem Bodensee-Fisch. Hinzu kommen Erzeugnisse aus fairem Handel und zunehmend mehr junge Kunden – die Hofläden der Region sind im Wandel.

Er beobachte einen Strukturwandel in der Direktvermarkter-Landschaft, sagt Michael Baldenhofer, Geschäftsführer des Vereins Integrierte Ländliche Entwicklung Bodensee. Die Zahl der Betriebe sei von 79 auf nunmehr 67 gesunken. Das sagte er nun bei der Präsentation einer neuen Direktvermarkter-Broschüre auf dem Weingut der Familie Vollmayer in Hilzingen (siehe Kasten). Mit diesen 67 Betrieben setze aber immerhin jeder 14. landwirtschaftliche Erzeugerbetrieb aktuell auf Direktvermarktung, sagte Baldenhofer. Diese Betriebe und Hofläden haben sich verstärkt Kundenwünschen und -bedürfnissen angepasst. „Das Portfolio hat sich stark verändert“, sagt Baldenhofer. So mancher habe ein Sortiment wie ein Nahversorger, habe Fair Trade (fair gehandelte)-Artikel mit aufgenommen. Das entspreche der Kunden-Ethik. „Da ist dann auch Wertschöpfung gegeben“, so Baldenhofer.

Kundenwünsche erfüllen und Nischen besetzen ist notwendig. Denn mittlerweile punkten selbst die Discounter mit Bio-Produkten und werben mit Regionalität. Ein wenig informierter Verbraucher wisse nicht, dass in anderen Ländern zum Teil auch andere Bio-Richtlinien gelten, berichtet Rainer Vollmer aus Kundengesprächen. Er ist Chef der für die Gestaltung der Broschüre verantwortlichen Vollmer Heimat-Werbeagentur in Stockach.

Wobei: Das Vertrauen in den Landwirt in der Region ist auf jeden Fall größer. „Das hat sich während des letzten Eierskandals klar gezeigt“, berichtet Walter Käppeler vom Singener Schwärzehof über einen verstärkten Kundenandrang in dieser Zeit. Käppeler vermerkt auch einen Wechsel in der Altersstruktur seiner Kunden, sowohl im Hofladen als auch auf den Wochenmärkten: Es gebe insbesondere viele junge Familien und Studenten, die Wert auf hochwertige, regional erzeugte Lebensmittel legen.

Die jungen Familien sind auch die größte Kundengruppe im Hofladen von Helmut Müller vom Biohof Müller in Allensbach-Kaltbrunn. Der Erlebniswert der Direktvermarktung, der Besuch auf dem Bauernhof zum Beispiel, sei eine der ganz großen Stärken der Direktvermarktung, so der Landwirt.

Weiteren Schub erhoffen sich die Hofladen-Betreiber nun von der Neuauflage der Direktvermarkter-Broschüre „Frisch vom Bauernhof 2018/2019“. Mit vielen Hinweisen zu Veranstaltungen, Aktionstagen und außergewöhnlichen

Angeboten sei der Einkaufsführer in seiner siebten Auflage auch über die reinen Informationen der Direktvermarktung hinaus eine spannende Broschüre, so der erste Landesbeamte Philipp Gärtner bei der Vorstellung der Broschüre. Die Direktvermarkter betrachten diese als gro ße Unterstützung. „Wir müssen uns klar positionieren“, erklärte der Gastgeber, Winzer Georg Vollmayer. Ein Einzelbetrieb könne das notwendige Marketing finanziell alleine nicht stemmen.

Hildegard Schwarz vom Forum Ernährung und Verbraucherbildung des Landwirtschaftsamtes hat festgestellt, dass die Regionalität immer enger gefasst werde. Der Forum-Kurs „Regionale Tapas“ zum Beispiel sei ein absoluter Renner. Regional bedeute für die Leute heute „im Umkreis von 50 Kilometern“. Da solle die Broschüre die notwendigen Adressen und Informationen liefern.

Vermarkter-Broschüre

„Frisch vom Bauernhof 2018/2019“ heißt die 7. Auflage der neuen Direktvermarkter-Broschüre. In ihr zählen der Landkreis und der Verein Integrierte Ländliche Entwicklung Bodensee Hofläden im Kreis Konstanz auf. 67 Landwirte, Obst-und Gemüsebauern, Winzer und Fischer präsentieren ihr Angebot sowie Aktionen wie Frühstück auf dem Bauernhof oder zur bewussten Kinderernährung und fairem Handel. Der Einkaufsführer liegt kostenfrei in den Rathäusern, am Landwirtschaftsamt Stockach und bei den Direktvermarktern aus, auch online gibt es ihn.