



Direktvermarktung: Der Einkauf beim Bauern liegt im Trend

Promotion



(Anzeige). Immer mehr Menschen wollen wissen, wo ihr Essen herkommt und suchen den Kontakt zum Erzeuger. Neben Wochenmärkten sind Hofläden und Abo-Kisten wichtige Einkaufsmöglichkeiten. Das Bundeszentrum für Ernährung in Bonn hat Informationen dazu zusammengestellt.

- Wer Lebensmittel direkt beim Bauern einkauft, der weiß, wo sein Essen herkommt und wer es erzeugt hat.
- Neben dem eigenen Hofladen vermarkten Landwirte ihre Produkte z. B. auch direkt über Abo-Kisten, Marktschwärmereien, Erzeuger-Verbraucher-Genossenschaften oder im Rahmen einer Solidarischen Landwirtschaft (Solawi).
- Der Artikel des Bundeszentrums für Ernährung gibt einen Überblick über die Wege der Direktvermarktung.

Eine Sonderveröffentlichung mit freundlicher Unterstützung durch:



Kurze Wege, bekannte Gesichter, transparente Herkunft: Wer Lebensmittel direkt beim Bauern einkauft, der weiß, wo sein Essen herkommt und wer es erzeugt hat. Gleichzeitig stärken die Kunden die regionale Landwirtschaft und setzen ein Zeichen gegen eine zunehmend industrialisierte und anonyme Lebensmittelproduktion.

Einkaufen auf dem Hof

Auf 30.000 bis 40.000 schätzt das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft die Zahl der Landwirte, die ihre Produkte auf kurzem Weg an die Kunden liefern. Dabei ist das Spektrum groß: Viele Höfe verkaufen nur einzelne Produkte, etwa Kartoffeln, Milch oder Eier. Bei den Saisonprodukten sind es vor allem Spargel und Erdbeeren, die von den Anbauern direkt angeboten werden. Oft macht nur ein Schild am Hof auf die Einkaufsmöglichkeit aufmerksam. Neukunden müssen da erst einmal die Hemmschwelle überwinden, anzuklopfen und nachzufragen.

Neben diesem eher informellen Ab-Hof-Verkauf gibt es auch Betriebe, die einen eigenen Hofladen betreiben. Manche dieser Läden haben nur an ein oder zwei Tagen für wenige Stunden geöffnet und ihr Sortiment beschränkt sich auf das, was auf dem Hof erzeugt wird. Es gibt aber auch Landwirte, die ihre Hofläden professionell betreiben und neben den eigenen Produkten auch die von Kollegen verkaufen oder den Kunden zusätzliche Sortimente anbieten.

Treffpunkt Wochenmarkt

Um direkt vom Erzeuger zu kaufen, braucht es keinen Besuch auf dem Hof. Viele Landwirte und Gärtner verkaufen ihre Erzeugnisse auch auf Wochenmärkten in ihrer Region. Mehr dazu lesen Sie im Artikel Wochenmarkt – Regional und Bio sicher erkennen?

Bio-Hofläden: Naturkost und mehr

Die meisten großen Hofläden gibt es auf Bio-Betrieben. Das Projekt „Marktdaten des Naturkosthandels“ schätzte ihre Zahl 2010 auf rund 300. Erfasst wurden dabei nur Bio-Hofläden, die ihren Kunden neben den eigenen Produkten auch ein breites Naturkost-Sortiment anboten. Solche Läden gibt es vor allem im Umkreis größerer Städte. Sie bieten den Kunden neben den Lebensmitteln oft auch ein besonderes Einkaufserlebnis, eben Einkaufen auf dem Bauernhof.

Dass sich in der Direktvermarktung besonders viele Bio-Betriebe engagieren, hat mehrere Gründe: Viele dieser Höfe sind Mischbetriebe und können eine breite Palette an pflanzlichen und tierischen Erzeugnissen anbieten. Zudem gab es für Bio-Lebensmittel lange Zeit keine etablierten Vertriebschienen, sodass vor allem kleinere Höfe und viele Gärtnereien von Anfang an auf Direktvermarktung setzten. So gibt es heute allein in Nordrhein-Westfalen nach Schätzungen der Anbauverbände fast 500 Bio-Betriebe mit Hofläden, Ab-Hof-Verkauf oder anderen Formen der Direktvermarktung. Das entspricht etwa einem Viertel der Bio-Höfe in diesem Bundesland.

Abo-Kiste: jede Woche Bio frisch

Anfang der 1990er Jahre kamen Bio-Landwirte und Gärtnereien auf die Idee, ihren Kunden die Lebensmittel ins Haus zu liefern, regelmäßig und auf Vorbestellung. Die Idee machte Schule, sodass es heute rund 150 Anbieter gibt, die regionale Bio-Lebensmittel in Bio-, Abo- oder Ökokisten vertreiben. So vielfältig wie die Namen sind auch die konkreten Angebote. Manche Betriebe liefern nur Gemüse, andere bieten auch Brot, Käse und Fleisch an oder sogar ein breites Sortiment an Bio-Lebensmitteln. Bestellt wird per Telefon, Mail oder online, geliefert wird täglich, wöchentlich oder nach Bedarf. Nicht nur an Privatpersonen, sondern auch an KITAS oder ins Büro.

Biokiste statt Discounter

Die Bloggerin Julia Icking konnte durch eine Biokiste den Plastikmüll stark reduzieren. Was ihr an der Abokiste zudem noch gefällt, erzählt sie im was-wir-essen-Blog.

40 Abokistenbetreiber haben sich im Verband Ökokiste e.V. zusammengeschlossen und sich eigene strenge Regeln gegeben, nach denen sie sich zertifizieren lassen. So muss der Ökokisten-Betrieb selbst Erzeuger sein und einem Bioverband angehören oder mit einem regionalen Erzeuger zusammenarbeiten. Für Obst und Gemüse verwendet er Mehrwegkisten. Vorgeschrieben sind ein Mindestanteil an regionalen Produkten ebenso wie Servicekriterien, etwa zur Erreichbarkeit oder zu den Bestellmöglichkeiten.

Online-Handel: Essen per Versand

Zahlreiche Versender liefern frische Bio-Lebensmittel bundesweit aus. Doch nur bei wenigen Anbietern erfährt der Kunde, wer die Lebensmittel erzeugt hat. Dabei handelt es sich um einzelne Betriebe, die ihre Produkte online anbieten und versenden oder um Plattformen, die die Erzeugnisse mehrerer Betriebe vermarkten. Regionale Lebensmittel sind es dann allerdings nicht, da sie quer durch die Republik gefahren werden. Und der Kontakt zum Landwirt ist nur virtuell.

Einkaufen im Netzwerk

In **Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften (EVG)** haben sich Landwirte und Kunden zusammengefunden, um gemeinsam regionale Bio-Lebensmittel zu vermarkten. Die ersten EVGs entstanden in den 1980er und 90er Jahren. Die Produkte der Bauern wurden mit dem Transporter abgeholt und über eine Abgabestelle an die beteiligten Verbraucher verteilt. Einige EVGs und FoodCoops funktionieren noch immer so, darunter auch einige Neugründungen. Aus anderen wurden große Unternehmen, die in Biomärkten die Produkte der beteiligten Bauern vermarkten. Die Genossenschaften EVG Landwege in Lübeck und Tagwerk östlich von München sind Beispiele dafür.

Mehr dazu im Artikel Erzeuger-Verbraucher-Gemeinschaften und im Artikel Foodcoops

Mit einem neuen Ansatz wollen die **Marktschwärmer** Bauern und ihre Kunden zusammenbringen. Gastgeber laden regelmäßig Erzeuger und Kunden an einen festen Ort ein. Dabei bringen die Erzeuger die Lebensmittel mit, die die Kunden zwei Tage vorher bestellt haben – und sie kommen miteinander ins Gespräch. Bundesweit gibt es über 30 Schwärmereien, 60 weitere sind im Aufbau.

Mehr dazu im Artikel Marktschwärmer

Solidarische Landwirtschaft: gemeinsam anbauen

Noch enger ist die Zusammenarbeit im Rahmen einer solidarischen Landwirtschaft (Solawi). Hier finanzieren die Verbraucher mit regelmäßigen Beiträgen einen oder mehrere Landwirte und erhalten im Gegenzug deren Ernte. Gezahlt wird also nicht mehr das einzelne Produkt, sondern die Arbeit des Bauern. In den vergangenen Jahren sind deutschlandweit über 100 Solawis entstanden. Zusammengeschlossen sind sie im Netzwerk Solidarische Landwirtschaft.

Quelle: Bundeszentrum für Ernährung (BZfE).