

Kein Betrieb gleicht dem Anderen

Einkaufen auf dem Bauernhof in Niedersachsen und Deutschland



Sabine Hoppe

Dipl. Ökotrophologin
Beraterin für Direktvermarktung und
Bauernhofgastronomie

Aufgaben u.a.:

- Teamleitung der Beratungsteams der LWK
- Beratung und Weiterbildung
- Öffentlichkeitsarbeit
- Vertreterin der Landwirtschaftskammer bei der Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“



Einkommenskombinationen in Niedersachsen



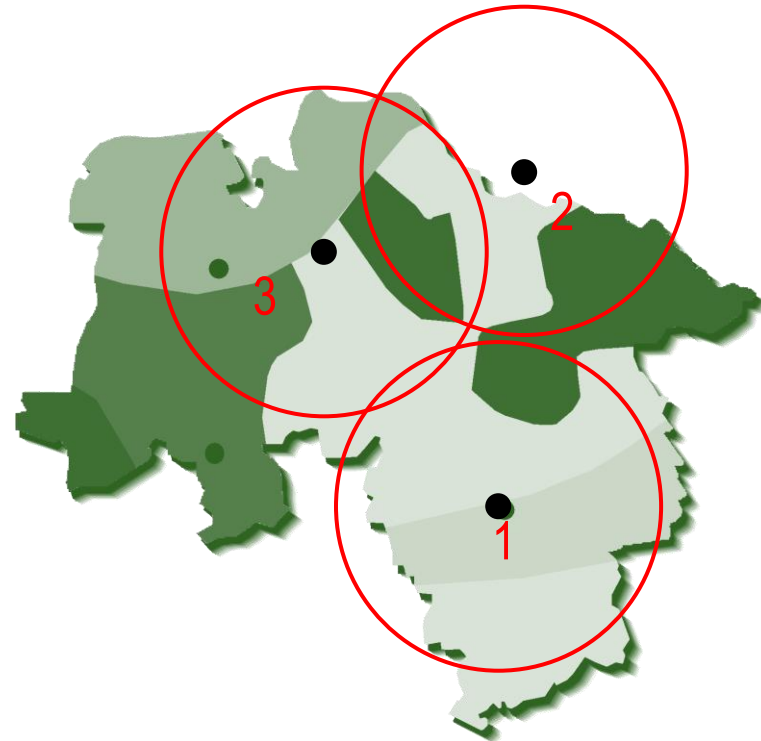
Rund

- **1.700 Direktvermarkter**
(ca. 30.000-40.000 in Deutschland, BMEL)
- **270 Bauernhofcafés**
- **1.000 Urlaubsbetriebe**
(ca. 9.000 in Deutschland, dwif)
- **und vieles mehr wie**
Mitmachhöfe und offene Gärten

Die Hochburgen der Direktvermarktung in Niedersachsen

Rund um die Ballungszentren

- Hannover
- Hamburg
- Bremen



Die bundesweite Dachorganisation: Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“



Eine Gemeinschaft - zwei Ziele

- Informationsplattform für Verbraucher*innen und
- Interessensvertretung für Höfe mit Direktvermarktung

Die Geschichte der Organisation

1988 - 1989

... gab es innerhalb des landwirtschaftlichen Berufsstandes erste Überlegungen, Direktvermarkter*innen mit einfachen Mitteln zu unterstützen. Die Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“ inkl. Logo als Erkennungszeichen für landwirtschaftliche Direktvermarkter entstand.

1990

... die Kerngruppe der vier „Ursprungs“-Bundesländer Bayern, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz wuchs schnell an und wurde nach der Wiedervereinigung um die Neuen Bundesländer erweitert.

Mitglieder der Fördergemeinschaft

... sind Organisationen aus allen Bundesländern

- Landwirtschaftskammern
- Bauernverbände

Einkaufen
auf dem
Bauernhof



weil's vom Land kommt

Ständige Gäste bei den Sitzungen der Fördergemeinschaft sind ...

- Vertreter des BMEL
- Verbände des ökologischen Landbaus (Bioland)
- Vereinigungen bzw. Verbände der Direktvermarkter
- Beratungsringe für Direktvermarktung

Aufgaben der Fördergemeinschaft sind u.a.

- Sprachrohr der Direktvermarkter auf regionaler, nationaler und europäischer Ebene
- Regelmäßige Gespräche mit Vertretern des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft
- Fachbeiträge bei Bundestagsanhörungen
- Stellungnahmen zu bundesweiten und europäischen Gesetzen, Verordnungen, Richtlinien, ...
- Vernetzung von Akteuren in der Direktvermarktung und des Berufsstandes; auch Zusammenarbeit mit Verbänden der Direktvermarktung und des ökologischen Landbaus
- Erarbeitung von Fachinformationen wie der „Hygieneleitlinie für landwirtschaftliche Direktvermarkter“
- Verbraucherkommunikation Zeichen „Einkaufen-auf-dem-Bauernhof“

Rund 1.000 Direktvermarkter nutzen das Zeichen „Einkaufen auf dem Bauernhof“

- um sich als besondere Einkaufsstätte zu profilieren
- die Werbemittel und Informationsmaterialien zu nutzen
- von der Gemeinschaftswerbung im Internet zu profitieren



Voraussetzungen für die Zeichennutzung ...

- landwirtschaftliches, gartenbauliches, ... Unternehmen
- zugekaufte Produkte müssen unter Benennung des Erzeugernamens angeboten werden
- der Umsatz mit Produkten, deren Herkunft nicht der landwirtschaftlichen Direktvermarktung zuzuordnen ist, darf maximal 20% betragen

Vergeben wird das Zeichen ...

- durch die Mitglieder, den jeweiligen Landwirtschaftskammer bzw. Bauernverbänden

Aufgaben der Landwirtschaftskammer Niedersachsen im Projekt SMARTCHAIN

- Vertretung der Fördergemeinschaft „Einkaufen auf dem Bauernhof“
- Teilnahme an dem jährlich stattfindenden Meeting
- Teilnahme an nationalen Meetings und Workshops
- Stellungnahmen zu Fachfragen rund um die Themen regionale Vermarktung und Direktvermarktung
- Durchführung von Interviews mit Direktvermarktern / Direktvermarktungsorganisationen im Rahmen der Fallstudien

