



Vom Feld direkt auf den Tisch

Unter landwirtschaftlicher Direktvermarktung wird die unmittelbare Abgabe des Erzeugers an den Verbraucher verstanden. Dies kann beispielsweise sofort ab Hof, auf dem Markt oder über eigene Läden erfolgen. Zur Zeit ist ein ganz klarer Trend zurück zur Direktvermarktung zu verzeichnen.

Motive zur Direktvermarktung

Motive der Erzeuger	Motive der Verbraucher
Einkommensalternative/zweites Standbein	gute Qualität
Mehrerlös gegenüber Handel	frische Ware
sichere Kalkulation, Preissicherheit	guter Geschmack
persönlicher Kontakt	Persönlicher Kontakt/emotionale Anbindung
direktes Käuferfeedback	Hohe Transparenz/Wissen um Herkunft und Produktionsbedingungen
Honorierung besonderer Qualität (z. B. „Bio“ oder „Öko“)	„naturbelassen“ bzw. „öko“
Auslastung vorhandener Arbeitskapazitäten	„Urlaubsgefühl“
soziale Motivation	„Nostalgieeffekt“

Arbeitsauftrag

Ein bestehender Bauernhof will einen Hofladen eröffnen. Es handelt sich um einen alt eingesessenen, aber ökologisch wirtschaftenden Betrieb am Stadtrand. Bei einem Stadtfest hat er die Möglichkeit, seinen neuen Ansatz der Direktvermarktung vorzustellen und Werbung für den Hof, den Laden und die Produkte zu machen.

- ✓ Erarbeite ein Plakat für die Ausstellung auf dem Stadtfest.
- ✓ Entwickelt Ideen dafür, wie über die wichtigsten Argumente für die Produkte informiert werden soll.
- ✓ Integriert auch Gegenargumente.
- ✓ Alternativ kann eine Idee für Flyer entwickelt werden.
- ✓ Recherchiert auch im Internet und besorgt euch hier z. B. Fotomaterial o. ä.