

# Kurze Wege – langer Genuss

## Direktvermarkter in der Landwirtschaft suchen neue Lösungen, an die Kundschaft zu kommen

Rund 550 mDirektvermarkter landwirtschaftlicher Produkte gibt es im Land. Tendenz steigend. Sie suchen nach neuen Wegen, Märkte zu erweitern und Absatz zu erhöhen.

Von Andreas Mangiras  
Von Harald Lütkemeier  
Schönebeck/Staßfurt/Strenzfeld •  
Fast 100 Teilnehmer aus Praxis, Institutionen und Verwaltung konnte Jochen Dettmer, Präsident des Bauernbund Sachsen-Anhalt, zur mittlerweile 19. Weiterbildungsveranstaltung in Bernburg-Strenzfeld begrüßen. Das Seminar wurde erstmalig gemeinsam von Landesbauernverband (LBV), der Agrarmarketinggesellschaft (AMG), Direktvermarktung Sachsen-Anhalt und Bauernbund Sachsen-Anhalt organisiert.

Das Motto des Seminars „Direktvermarktung aktuell“ griff Landwirtschaftsministerin Claudia Dalbert (Bündnisgrüne) auf und verband es mit einem großen Dank an die Direktvermarkter. Sie würdig-

te „das Engagement der regionalen Direktvermarkter im Land, betonte deren wachsende Transparenz sowie stetige Entwicklung“ und sicherte zugleich die weitere erforderliche Unterstützung für die Direktvermarktung zu.

Dalbert warb für einen „guten Weg zur Gemeinsamkeit, die Landespolitik engagiert sich für eine hohe Lebensmittelsicherheit und deren verlässliche Überwachung.“

Die öffentlichkeitswirksame Vermarkterarbeit, ob auf Wochenmärkten, in den Hofläden, zu den Tagen des offenen Hofes oder über die Möglichkeiten der modernen Medien ist aktueller denn je. Die Entwicklung und Stärkung des Verbrauchervertrauens gilt es täglich durch die angebotene Produktqualität zu bestätigen sowie zu festigen - die Verbraucherkommunikation ist für den gesamten Berufsstand sehr wichtig und wurde mehrfach betont.

Die wachsende Direktvermarktung ist auch unmittelbare Wertschöpfung vor Ort und erfreut sich zunehmender Wertschätzung. Derzeit gibt es über 550 aktive Direktvermarkter in Sachsen-Anhalt. Von ih-

nen betreiben 69 Prozent konventionelle Landwirtschaft. 27 Prozent produzieren nach der EU-Öko-Verordnung. 4 Prozent befinden sich aktuell in der Umstellungsphase.

Die Produktkategorie Obst und Gemüse ist mit 39 Prozent am stärksten vertreten, gefolgt von der Fleischproduktion mit einem Anteil von 24 Prozent und der Imkerei mit 12 Prozent.

Über 60 Prozent der Direktvermarkter nutzen die Möglichkeit der Weiterverarbeitung ihrer Produkte. Die Mehrzahl führt die Weiterverarbeitung im eigenem Unternehmen durch bzw. kooperieren mit Drittunternehmen. Ungenügende Strukturen im Hinblick auf die Weiterverarbeitung sind für etwa ein Drittel der Vermarkter ein Wachstumshemmnis.

Auf dem Seminar vermittelten die Referenten wertvolle Hinweise, unter anderem zu den rechtlichen Aspekten im Umgang mit Lebensmitteln und Deklarationspflichten, die sich aus dem neuen Verpackungsgesetz seit 1. Januar ergeben, sowie Erfordernisse zur Hygiene in der Primärerzeugung und Direktvermarktung

(Beprobung).

Zur Kundengewinnung bekamen Regionalproduzenten für die eventuelle Vorbereitung eines Internetauftritts bzw. eines Online-Handel konkrete Empfehlungen.

Jörg Bühnemann (AMG) erläuterte die Förderprogramme und Förderprojekte 2019 für Direktvermarkter, deren Anliegen und Zielsetzung. Er betonte die Wirksamkeit verschiedener Wettbewerbe, z.B. „Kulinarisches Sachsen-Anhalt“ 2019, die Teilnahme an Messen, Fortbildungskursen und Veranstaltungen.

Zu den Vorträgen erfolgten rege Diskussionen. Demnach ist das Interesse an einer Neuauflage des Direktvermarkterverzeichnis und der kostenlosen Broschüre „Einkaufen auf dem Bauernmarkt“ groß. Hier präsentieren sich auch einige regionale Erzeuger und Vermarkter aus dem Salzlandkreis, wie Ingo Wöhler, Landfleischerei Glöthe GmbH, oder Natho's Säfte GmbH.

Heiko Bauermann, Vorsitzender des Fachausschusses Direktvermarktung beim Bauernverband, kritisierte die Regelungsflut. Er forderte die

Entbürokratisierung von Antragstellungen sowie eine Vereinfachung der Verfahren.

In der Mittagspause konnten sich alle Seminarteilnehmer von der hervorragenden Qualität der Direktvermarkterprodukte überzeugen. In Fachgesprächen, Konsultationen besonders auch an den Produktausstellungen, etwa aus dem Regional-Laden Harz, der Senf-Manufaktur Quedlinburg und anderen tauschten sich die Akteure aus. Eines haben alle gemeinsam: Sie vermarkten direkt. „Kurze Wege - langer Genuss“ ist dabei das Motto.

Im Resümee der Veranstaltung sind die vielen sichtbaren neuen Aktivitäten der Direktvermarkter, die zielstrebige Arbeit des Fachausschusses Direktvermarktung sowie das gute Zusammenwirken der oben genannten Veranstalter hervorzuheben.

Das Agrarressort fördert die Direktvermarktung. Es sind bisher jährlich niedrige sechsstellige Summen. Für 2017 und 2018 wurden für den Absatz von landwirtschaftlichen Produkten rund 742 000 Euro bereitgestellt; die Summe soll 2019 weiter erhöht werden.