



Neustart: Hannah aufm Kampe, Paul und Eugenie Brandsma haben ihren Hofladen im großen Stil neu konzipiert.

Frische und Vielfalt: Die Kundschaft ist an fünf Tagen in der Woche willkommen.

Nicht nur Größe entscheidet: Insbesondere die hofeigenen Bioprodukte reizen die Sinne.

Demeterhof Breit: Treue und neue Kundschaft

Einen Hofladen gab es auf Demeterhof Breit schon lange. Der neue aber ist was Anderes. Vielfalt auf 250 Quadratmetern, hunderte eigene und regionale Bioprodukte, eine zufriedene Kundschaft – dafür steht er seit der Neueröffnung 2016. Die Betriebsleiter Eugenie und Paul Brandsma haben den neuen Hofladen gemeinsam mit GbR-Partnerin Hannah aufm Kampe ganz nach ihren eigenen Vorstellungen mit Erfolg umgestaltet, erweitert und modernisiert. Dabei war das Gebot der Eigenständigkeit zentral. Doch der Weg hin zur gegenwärtigen Größe, einer hohen Qualität und Produktvielfalt bedurfte viel Herzblut, intensive Planung und nicht zuletzt tiefes Vertrauen in treue und neue Kundschaft.

Facelifting für die Direktvermarktung

Der klassische Hofladen gehört zum Biobetrieb wie Freilandhuhn und Fruchtfolge. Doch Laden ist nicht gleich Laden. Für die Brandsmas in Wittlich stellt die Neueröffnung auch einen gewissen Neuanfang des gesamten Betriebs dar und ist außerdem ein Bekenntnis zu den Zeichen der Zeit. Gerade jetzt, wo Bio längst keine Nische mehr und allüberall in Supermärkten verfügbar ist, müssen sich direktvermarktende Erzeuger etwas einfallen lassen und Besonderes bieten. Für Hof Breit hieß das deutlich mehr Ladenfläche, ein heller, übersichtlicher und einladender Verkaufsraum, ausgewählte und vielfältige Frischware aus eigener Erzeugung sowie aus der Region rund um den Demeterhof.

Zuerst aber musste etwas geschehen. Der alte Laden war kaum mehr zeitgemäß und nicht mehr mit den gestiegenen Ansprüchen von Kunden und Betreibern vereinbar. „Wir hatten zu wenig Lagermöglichkeiten, eine veraltete Kühltechnik und die Kundschaft stand sich gegenseitig auf den Füßen. Es wurde alles zu eng“, erzählt Landwirt Brandsma heute mit einem Lachen. Nach Prüfung der Machbarkeit und Prognose der Wirtschaftlichkeit fiel die gemeinsame Entscheidung für den Neubau des Hofladens.

Es folgten zwei Jahre Konzeption, Planung und schließlich die Umsetzung. Den Umbau der ehemaligen Maschinen-Scheune im linken Flügel des Hofgebäudes hat die GbR teils aus eigenen

Mitteln, teils über das Agrarinvestitionsprogramm des Landes Rheinland-Pfalz realisiert. Darüber hinaus brachten 66 Kunden über Anleihen einen weiteren Anteil in die Finanzierung ein. Das Vertrauen und diesen „Vertrag mit der Kundschaft“ zahlten letztere zurück: Als Leserinnen und Leser des Fachmagazins Schrot & Korn wählten sie den Hofladen 2017 zum besten Deutschlands.

Eigenständigkeit als Kriterium

Der Hofladen ist nun mehr denn je Dreh- und Angelpunkt des Vermarktungskonzepts. Fleisch, Gemüse und Eier kommen vom Hof, ebenso wie Milch und Käse aus der eigenen Käserei. Gut 600 einzelne Produkte sind stets verfügbar. Bis auf Kosmetika gibt es hier im Grunde alles. „Für uns stellte sich grundsätzlich die Frage, in welche Richtung wir mit der Vermarktung gehen wollen“, sagt Paul Brandsma. Die Größe der Verkaufsfläche ist auffällig – vor allem im Vergleich zu früher. Doch das allein ist nicht entscheidend: „Die Ladengröße war eher eine Folge der Entscheidung, ein einzigartiger Bioanbieter in unserer Region zu werden.“ Der Einkauf sollte für die Menschen insgesamt attraktiver werden.

„Für uns stellte sich die Frage, in welche Richtung wir mit der Vermarktung gehen wollen.“

Eigenständigkeit ist das, worauf es den drei Landwirten ankommt. Und darauf, wie man diese Eigenständigkeit lebt und kommuniziert. Der Betrieb wollte auf keinen Fall bloß ein „Biohof mit Supermarkt“ sein. Vielmehr sei der Laden integraler Bestandteil des Betriebs. Ist das auch eine Analogie zur Idee des Landwirtschaftsbetriebs als Organismus? „Ja, das kann man sagen. Eine zukunftsfähige Weiterentwicklung der Landwirtschaft auf unserem Hof geht Hand in Hand mit der Erweiterung des Hofladens und den Möglichkeiten der Direktvermarktung. Außerdem haben wir uns gefragt, was passt zu uns, welche Produkte in welchem Rahmen?“ Zu viel Warenzukauf war dabei ebenso wenig gewünscht, wie die Austauschbarkeit der Produkte. Der Ansatz: Wer zum Demeterhof Breit kommt, nimmt mehr mit, als einen Korb Bioprodukte.



Ökolandwirtschaft live:
Wer zum Einkaufen kommt,
nimmt mehr mit.

Vertrauensbeweis: Für die
Kundschaft ist der neue Hofladen
einer der besten in Deutschland.

Futter vom eigenen Hof:
Für die Brandsmas spielt der geschlossene
Betriebskreislauf eine zentrale Rolle.

Einkaufen mit dem „Erlebnis Landwirtschaft“

Überhaupt ist die gesamte Vermarktung eingebettet in das „Erlebnis Landwirtschaft“. Bio vom Hof Breit gibt es zwar auch in diversen Bioläden der Region, doch wer im Hofladen einkauft, hat mehr davon. Der Blick auf die Milchkühe auf der Weide, ein Spaziergang durch die Obstbaumallee oder die Beobachtung der Freilandhühner bei der „Arbeit“ – das gibt es obendrauf, das schafft Mehrwert. Außer-

dem gehört zum neuen Laden eine Kaffee-Ecke als Treffpunkt für Menschen, die von der ökologischen Landwirtschaft begeistert sind. Wenn es warm ist, lockt die Terrasse inmitten des Hofensembles. Immer

mehr fremde Autokennzeichen werden auf dem Hof gesichtet. Demeterhof Breit wird zudem immer attraktiver für Besucher aus der Region Wittlich-Trier-Südeifel oder auch Luxemburg.

„Die enorme Bedeutung der Landwirtschaft wird zu wenig erkannt. Auch dagegen wollen wir aktiv etwas tun!“, sagt Brandsma. Führungen, ein Hoffest, Workshops, Vorträge, Verkostungen, z. B. auch mit Bio-Winzern, sind publikumswirksame Aktionen, dies zu realisieren. Es bleibt Arbeit, nichts passiert von alleine. Doch fürs Erste hat sich der neue Hofladen als richtige Maßnahme mit viel Potenzial erwiesen.

Demeterhof Breit

Paul und Eugenie Brandsma
Hannah aufm Kampe
Hinter der Breit
54516 Wittlich
Tel.: 06571 - 32 48, Fax: 06571 - 26 47 23
E-Mail: hof@demeterhofbreit.de
www.demeterhofbreit.de

demoSPEZIAL 07/2017 (Mai 2017)

Text: Oliver Z. Weber (m&p)
Fotos: Demeterhof Breit (1-4, 6), Oliver Z. Weber (5)
Konzept, Redaktion und Gestaltung: m&p: public relations
Ansprechpartnerinnen: Karin Wilhelm und Kathrin Billgen

Demonstrationsbetriebe Ökologischer Landbau

Immer mehr Menschen wollen wissen, wo und wie ihre Lebensmittel erzeugt und verarbeitet werden. Das geht am besten „vor Ort“, zum Beispiel auf Biohöfen wie dem Demeterhof Breit und 240 weiteren Demonstrationsbetrieben Ökologischer Landbau. Das ist ein bundesweit koordiniertes Netzwerk praktischer und authentischer Information und Kommunikation für alle, die an nachhaltiger Landwirtschaft und Lebensmittelerzeugung interessiert sind. Unter dem Motto „Bio live erleben!“ zeigen die „Demobetriebe“ wie weit gefächert der ökologische Landbau ist und wie er funktioniert. Die Türen und Tore der ausgewählten Bauern, Gärtner, Imker und Winzer sind für alle, die es wollen, geöffnet: Kindergartengruppen, Schulklassen, Verbrauchergruppen, aber auch Fachleute aus der Land- und Ernährungswirtschaft und nicht zuletzt die Medien sind herzlich eingeladen – zu planmäßigen, aber auch zu individuell vereinbarten Terminen.

Alle Informationen: www.demonstrationsbetriebe.de
www.bio-live-erleben.de

Bundesprogramm (BÖLN)

Das Netzwerk der Demonstrationsbetriebe ist ein Projekt des Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (BÖLN). Dieses Programm wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) finanziert und von der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) umgesetzt. Mit der zentralen Steuerung der Demonstrationsbetriebe beauftragt die BLE eine so genannte Koordinationsstelle.

Alle Informationen: www.bundesprogramm.de

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung

Geschäftsstelle BÖLN (Herausgeber)
Deichmanns Aue 29, 53179 Bonn
boeln@ble.de
© BLE 2017

Koordinationsstelle Demonstrationsbetriebe

[m&p: public relations GmbH | FiBL Projekte GmbH]
E-Mail: info@demonstrationsbetriebe.de

„
Die enorme Bedeutung
der Landwirtschaft
wird zu wenig erkannt.
“