

28.02.2025

Besuch aus Indien

Indische Landwirtschaftsexpert:innen informierten sich über LANDMARKT

Autor:in
Anja Loewe
Pressesprecherin



Die indischen Gäste besuchten zunächst den Hofladen des Marienhofs Müller in Hungen-Bellersheim Foto: VHD

Austausch zu regionalen Direktvermarktungs-Konzepten

Besuch aus Indien

Indische Landwirtschaftsexpert:innen informierten sich über LANDMARKT

Im Rahmen einer Studienreise informierte sich Mitte Februar eine Gruppe indischer Landwirtschaftsexpertinnen und -experten, der auch Repräsentanten des indischen Landwirtschaftsministeriums angehörten, über die hessische Direktvermarktung. Besonders interessiert waren sie an dem LANDMARKT-Konzept der Vereinigung der Hessischen Direktvermarkter

e.V. (VHD). Organisiert und begleitet wurde die Studienreise durch die Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH mit Sitz in Eschborn.

Nach vorangegangenen Stationen auf der BioFach in Nürnberg und bei der Erzeugergemeinschaft Schwäbisch-Hall stand ein Besuch bei den Hessischen Direktvermarktern auf dem Programm. Gewünscht waren Informationen über das LANDMARKT-Konzept der VHD im Zusammenhang mit dem Besuch eines LANDMARKT-Direktvermarktungsbetriebs und im Anschluss die Umsetzung des LANDMARKT-Konzeptes im Lebensmitteleinzelhandel beim Kooperationspartner REWE.

VHD-Vorstandsmitglied Harald Metzger begrüßte die Expertengruppe zunächst auf dem LANDMARKT-Betrieb der Marienhof Müller KG in Hungen-Bellersheim. Nach einer Grundinformation zur hessischen Direktvermarktung und dem LANDMARKT-Konzept vermittelten anschließend Sabine und Torsten Müller der Gruppe Wissenswertes über ihren Betrieb. Direktvermarktungsstandbein der Familie Müller ist die Aufzucht und Mast von Puten sowie die nachfolgende Verarbeitung zu hochwertigen Fleisch- und Wurstwaren.

Die Studiengruppe konnte sich von der Haltung der Puten in Bodenhaltung in Offenställen mit natürlicher Be- und Entlüftung sowie über Schlachtung und Verarbeitung ausführlich informieren. Besonderer Wert wird seitens des Betriebs auf die Einhaltung der LANDMARKT-Kriterien gelegt, die gemäß dem Slogan „Besser direkt vom Bauern“ eine durchgängige Transparenz und Nachvollziehbarkeit von der landwirtschaftlichen Erzeugung bis zur Vermarktung garantieren.

In einer Fragerunde zeigten sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer mit gezielten Fragen zur Bodenqualität, Düngung, Umsatzentwicklung, Fleischverarbeitung und Sortimentsgestaltung als fachkundiges Publikum aus. Der zweistündige Aufenthalt auf dem Marienhof endete mit einer Verkostung der Wurstprodukte, die hohe Anerkennung erfuhren.

Als zweite Station folgte der Besuch des REWE Centers in Gießen. Hier konnte sich die Studiengruppe von der gelungenen Präsentation der LANDMARKT-Produkte überzeugen. Das Sortiment des Marienhofs bestehend aus Putenfleisch und Putenwurstprodukten war klar positioniert und für die Kunden nachvollziehbar auffindbar. Das galt auch für das Sortiment der 21 weiteren den Markt beliefernden LANDMARKT-Betriebe angefangen von Forellenfilets über Säfte, Eier, Ei- und Milchprodukte, Honig, Fleisch- und Wurstprodukten von Lamm, Ziege, Rind und Schwein bis hin zu Spirituosen, Obst und Gemüse.

Eva-Maria Döhler-Herzing, Regionalbeauftragte bei REWE und für die Umsetzung des LANDMARKT-Konzepts zuständig, informierte die Studiengruppe ausführlich über die Resonanz der Kunden zu LANDMARKT, Umsätze und die oft pragmatische, aber im Ergebnis erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen dem LEH-Konzern REWE und den landwirtschaftlichen Direktvermarktern. Nach vielen Fragen endete der Besuch damit, dass Gruppenmitglieder auch rege LANDMARKT-Produkte einkauften.

Text: Harald Metzger, Vorstandsmitglied Vereinigung der Hessischen Direktvermarkter e.V. (VHD e.V.)





Präsentation von LANDMARKT-Produkten im REWE Center Gießen Foto: VHD