

Online-Version [hier](#).

# HOF direkt

Themenplan

Sehr geehrte Damen und Herren,

die kommende Ausgabe 5 von HOFdirekt beleuchtet spannende Themen wie **nachhaltige Verpackungslösungen für schütt- und rieselfähige Produkte** sowie **flexible Verkaufsstände für Märkte**.

Präsentieren Sie Ihr Unternehmen in einem **innovativen und zukunftsorientierten Umfeld**. Zusätzlich zu diesen Schwerpunkten bieten wir eine Vielzahl **weiterer spannender Themen**. Diese Werbemöglichkeit bietet Ihnen die Chance, **Ihre Zielgruppe erfolgreich** zu erreichen.

Sie **wünschen ein Angebot** oder haben noch Fragen? Dann melden Sie sich gerne.

Mit herzlichen Grüßen

WERBEN SIE MIT UNS!

## Themenvorschau Ausgabe 05/25

11. August 2025  
Anzeigenschluss

6. Sept. 2025  
Erscheinung



Media Daten im Media Center

## Hier eine Übersicht der vorläufig geplanten Themen

### Aktueller Schwerpunkt:

- **Nachhaltige Verpackungen:**  
... für schütt- und rieselfähige Produkte: Nüsse, Nudeln, Kerne und Saaten – jedes Produkt stellt bestimmte Anforderungen an die Verpackung. Welche Varianten gibt es und welche nachhaltigen Materialien bieten sich an? Wir informieren.



---

### Direkt erzeugt:

- **Anbau von Obst und Gemüse nach Bioland-Richtlinien:**  
Das Herzstück von Früchte Frank ist der Anbau von Obst und Gemüse nach Bioland-Richtlinien. Die Ernte wird im Betrieb weiterverarbeitet – etwa zu hausgemachten Fruchtaufstrichen, Chutneys oder Speisen für das Hofcafé. Ergänzt wird das Angebot durch Holzofenbrot und andere regionale Bioprodukte. Die Direktvermarktung über Hofladen, Wochenmärkte und das Hofcafé sowie das Erlebnisangebot rund um den Hof machen den Betrieb zu einem beliebten Ziel in der Region.
- **Mit Pech im Glück:**  
Familie Rendl aus Niederösterreich gewinnt das Harz der Schwarzföhre, das Pech und stellt daraus kosmetische Produkte wie Cremes oder Seifen her. Diese werden unter anderem über die Pecherhütte und den Onlineshop vermarktet.
- **Spreewaldalm:**  
In Drehnow in Brandenburg ist Österreich ganz nah. Auf der Spreewaldalm gibt es leckeren Käse aus der Milch des Tiroler Grauvieh. Landwirt Marcel Schallmea hat sich während vier Alpsommern in die Rinderrasse verguckt. Für die Vermarktung hat er mit Jan Kutzbach eine UG gegründet.
- **Adelheids Haselnüsse:**  
Charlotte Böckenhoff vom Gut Böckenhoff aus Raesfeld-Erle im Kreis Borken baut Haselnüsse an und vermarktet diese direkt. Es gibt die heimische Nuss unter anderem in der Schale, geknackt und geröstet oder veredelt zu Likör oder Mus. Bekannt ist der Betrieb schon lange mit Adelheids Spargel. Mit „Adelheids Haselnüsse“ greift sie den Markennamen auf.

---

### Direkt veredelt:

- **Der Schultenhof:**  
Auf dem Schultenhof in Hattingen sind rund 100 Heckrinder zu Hause. Familie Schulte Stade pflegt mit den urtypischen Rindern die Ruhrauen und vermarktet das Fleisch über die hofeigene Metzgerei und das Catering.
- **Stutenmilch aus Waldbrunn:**  
Kumis - vergorene Stutenmilch ist der Renner auf der Betrieb von Familie Zollmann. Denn ihre internationale Kundschaft weiß die Nische, die die Familie in dritter Generation besetzt, zu schätzen.
- **Selbst gebraut:**  
Handwerklich gebräutes Bier liegt im Trend. Damit lassen sich im Hofladen und in der Hofgastronomie durstige Kunden und Gäste anlocken. Selbst aus den Reststoffen wie dem Treber lassen sich noch kulinarische Köstlichkeiten zaubern.

---

### Gäste und Feste:

- **Auf dem Sophienhof Neu-Heinde:**  
Im Café auf dem Sophienhof Neu-Heinde in Mecklenburg möchte man sich einfach niederlassen, hausgemachten Kuchen genießen, ins Grüne gucken und die Schafe blöken hören. Anke Jeschke hat damit nach einem langen Berufsleben in der IT den Schritt in die Selbstständigkeit gewagt.

---

### Recht so:

- **Zusammen geht vieles besser:**  
Welche Gestaltungsmöglichkeiten sind für eine gemeinsame Direktvermarktung denkbar und mit welchen rechtlichen Konsequenzen sind diese jeweils verbunden?

---

### Wandel und Wege:

- **Just Bauer:**  
Hier ist der Name Programm. Familie Bauers Kerngeschäft ist das eigene Obst und Gemüse sowie deren Verarbeitung. Im Hofladen, im 24/7 Shop und über Obstkisten werden die

Produkte vermarktet. Die jungen Betriebsnachfolger setzen auf innovative Ideen.

- **Wein vom Brandenburger Steilhang:**

Familie Wobar baut am Großräschener See im Süden Brandenburgs Wein an und setzen dabei auf pilzwiderstandsfähige Sorten. In der Flasche überzeugen Cabernet, Johanniter, Solaris und Pinotin mit Frucht, Fülle und Bukett.

---

#### Technik und Vermarktung:

- **Flach, schräg, Stufe?**

Flexibel in Aufbau und Größe? Aus welchem Material? Verkaufsstände für Märkte oder Feste müssen verschiedenen Ansprüchen genügen. Wir haben die wichtigsten Kriterien zusammengetragen.

- **Smarter Verkauf:**

Der Hof Mohme aus dem Kreis Minden-Lübbecke vermarktet die hofeigenen Bio-Produkte sowie weitere Bioerzeugnisse über einen modernen und smarten Selbstbedienungsshop. Das System stammt aus Österreich.

---

#### Offene Türen:

- **Die Agrargenossenschaft Groß Machnow:**

Sie eröffnete im März 2025 ihren neu gebauten Hofladen. Bei der Planung haben sie sich viele Gedanken zu Größe, Einrichtung und Sortiment gemacht.

---

#### Schönes für den Hofladen:

- **Langlebige Deko mit Trockenblumen**

---

#### Rezepte:

- **Äpfel und Birnen auf der Kuchengabel**

---

**Unser agrarkontakt-Blog wartet auf Ihren Besuch!  
Informieren Sie sich über die neuesten  
Entwicklungen und Angebote von LV Media Sales.**

**Impressum**

Landwirtschaftsverlag GmbH, Hülsebrockstr. 2 - 8, 48165 Münster  
Telefon: 02501/801-0  
E-Mail: [MediaMarketing@lv.de](mailto:MediaMarketing@lv.de) Internet: [www.hofdirekt.com](http://www.hofdirekt.com)  
Geschäftsführer: Dr. Ludger Schulze Pals, Malte Schwerdtfeger  
Bereichsleitung LV-Media Sales: Dr. Peter Wiggers  
Sitz der Gesellschaft: Münster, Registergericht: Amtsgericht Münster  
Landwirtschaftsverlag GmbH: Eintragsnr. HR. Münster, Nr. B-174  
Umsatzsteuer-Identifikationsnr.: DE 126 042 224

Möchten Sie diesen Newsletter nicht mehr erhalten, dann können Sie ihn hier [abbestellen](#).