

HOF direkt

Themenplan

Sehr geehrte Damen und Herren,

während Ihre Kundinnen und Kunden den Frühling 🌷 im Hofladen genießen, arbeiten wir bereits intensiv an den Themen bis zum Jahresende.

In Ausgabe 3 kündigen wir unter anderem den **Wettbewerb „Hofladen des Jahres“** an und bereiten ein **HOFnetzwerk-Webinar zum Thema „Innovative Verpackungslösungen“** vor. Für beide Pakete suchen wir Sponsoren, die sich frühzeitig im Umfeld der professionellen Direktvermarktung positionieren möchten.

Die Themen **"Salate küchenfertig aufbereiten und abpacken"** und **"Kunden gewinnen mit KI"** stehen außerdem im Fokus der Ausgabe 3.

Nutzen Sie diese Ausgabe, um Ihre Marke dort zu platzieren, wo Direktvermarkter investieren und entscheiden, und **sichern Sie sich jetzt Ihre Wunschplatzierung oder ein Sponsoring.**

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

Mit herzlichen Grüßen

WERBEN SIE MIT UNS!

Themenvorschau Ausgabe 03/26

2. April 2026
Anzeigenschluss

30. April 2026
Erscheinung



Media Daten im Media Center

Hier eine Übersicht der vorläufig
geplanten Themen

Ankündigungen:

- **Hofladen des Jahres**
Werden Sie Sponsor!



- **Hofnetzwerk "Innovative Verpackungslösungen"**
Werden Sie Sponsor!



Technik und Vermarktung:

- **Schwerpunkt: - Salate küchenfertig aufbereiten und abpacken:**
Die schnelle Küche ist bei Kundinnen und Kunden beliebt und verzehrfertige Salate werden gerne gekauft. Wir stellen technische Lösungen für die hofeigene Aufbereitung vor.
- **Künstliche Intelligenz:**
Ist ein alltagstauglicher Helfer auf dem Direktvermarktungsbetrieb, z. B. um Arbeitsabläufe zu vereinfachen oder effizient mit den Kunden zu kommunizieren. Wir zeigen, welche Entwicklungen derzeit aktuell sind und wie sie genutzt werden können.
- **Der Verkauf über Automaten:**
Ist für viele Direktvermarktende ein wichtiger Absatzweg. In

einer Umfrage haben Direktvermarkter die Chancen und Potenziale dieser Vermarktungsform eingeschätzt. Über die Ergebnisse informieren wir in der nächsten Ausgabe.

Direkt erzeugt:

- **Schleckerei mit Stiel:**
Fruchtig , frisch und lecker – Bernadette Kollat und ihr Mann Christoph stellen in ihrer Eismanufaktur Eis am Stiel her und haben damit eine Nische erobert.
- **Eintritt fürs Erdbeerfeld?**
Selbstpflücke ist für viele Kunden ein Erlebnis. Doch viele naschen mehr als sie am Ende pflücken und bezahlen. Sollten Erdbeeranbauer Eintritt für die Selbstpflücke nehmen?
- **Gärtner in der Großstadt:**
 - Nur 20 km von der Hamburger Innenstadt entfernt setzt Arne Eggers auf Tomatenvielfalt und eine eigene Produktlinie. Das Ziel: Tomaten aus und für Hamburg zu erzeugen.
 - Die Gärtnerei Ganter aus Wien setzt auf Vielfalt und bietet neben Obst und Gemüse aus Zierpflanzen und Floristik aus eigener Erzeugung an. Schwierig ist für die Familiengärtnerei ihre Flächen gegen den Flächenbedarf der österreichischen Hauptstadt zu behaupten.

Direkt veredelt:

- **Mit Direktvermarktung auf Wachstumskurs:**
In Traenheim im Elsass hat Familie Rothgerber aus ihrem Obst- und Weinbaubetrieb eine Holding mit drei Unternehmen gemacht.

- **Von hier für Dich:**
Unter diesem Motto vermarktet Lisa Ladewig in ihrem LiLa-Hofladen ein breites Sortiment hofeigener Produkte wie Kartoffeln, Eier und Fleisch.
 - **Sandra und Dirk zur Nieden vermarkten allerlei Geflügel:**
Dank selbst entwickelter Convenience-Produkte im Glas wird auch Fleisch von Althennen gut verwertet. Diesen Verarbeitung bietet der Betrieb auch im Lohn für andere Legehennenhalter an.
-

Gäste und Feste:

- **Heute gehen wir in die Kuh:**
Das sagen die Einwohner von Deckenpfronn, wenn sie sich auf einen Kaffee oder ein Eis treffen möchten. Im Mai 2024 hat David Müller sein Café im Landkreis Böblingen eröffnet und ständig sind alle Plätze belegt.
-

Recht so:

- **Wenn der Lohnverarbeiter nicht liefert oder der Kunde den Verarbeiter nicht bezahlt:**
Wie in jeder Geschäftsbeziehung läuft in der Lohnverarbeitung nicht immer alles glatt. Was ist rechtlich zu beachten und wie lassen sich Konflikte vermeiden?
- **Der Gütenachweis für Lebensmittel-Kleinbetriebe (GLK) ist:**
Er ist eine Art Einstiegsstandard und zeigt an, dass Hygiene, Rückverfolgbarkeit, Temperaturen, Reinigung und

Rücknahme/Rückruf standardisiert ablaufen. Für welche Betriebe kann dieses Audit sinnvoll sein?

Wandel und Wege:

- **Sonja Schulte betreibt in Hagen-Hohenlimburg ihre Manufaktur Sauerlandseifen:**
Dort verarbeitet sie auch Rohstoffe von Landwirten wie Milch und Honig zu duftenden Schaumstücken.
 - **Der Rammerthof aus Raidwangen im Landkreis Esslingen:**
Stößt platz- und arbeitstechnisch an seine Grenzen. Die Familie möchte die Hofvermarktung neu ausrichten. Im Gespräch schildern sie ihre Überlegungen.
-

Offene Türen:

- **Biohof Roland:**
Vom Schweinestall zum schmucken Selbstbedienungsladen.
-

Schönes für den Hofladen:

- **Kräuter präsentieren:**
Bühne für würzige Stars

Rezepte:

- **Erdbeeren schmecken immer**
-

**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 Internet: www.hofdirekt.com
Geschäftsführer: Dr. Ludger Schulze Pals, Malte Schwerdtfeger
Bereichsleitung LV-Media Sales: Tanja Pfisterer-Lang
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](#).