

*
Leben auf
dem Land

Setzen auf Direktver-
marktung: Daniela und
Carsten Krumwiede.

Von der Garage zum Hofladen

Direktvermarktung Regionalität, Frische, Qualität – diese drei Merkmale schätzen die Kunden am Hofladen von Daniela Krumwiede besonders. Uns erläutert sie das Erfolgskonzept ihres Frischehofes in Nienburg.



Samstagvormittag im Hofladen. Christine Lindemann füllt das Regal mit 2,5-Kilo-Kartoffel-Tüten auf. „Am Wochenende gehen die kleinen Mengen gut, da die Kunden dann Zeit haben, um zu Hause zu kochen“, weiß die Mitarbeiterin. Daniela Krumwiede bedient in der Zeit Petra Treu. Die Stammkundin hat vor Weihnachten vom Hofladen zusammengestellte Präsentkörbe verschenkt. Nun erzählt sie von den begeisterten Reaktionen.

Samstag ist Chefinnen-Tag im Frischhof. „Die Kunden erwarten, dass sie mich dann auf jeden Fall im Laden sehen“, sagt Daniela Krumwiede. Die 45-Jährige weiß, dass der Erfolg ihres Konzeptes entscheidend vom Kundendialog abhängt. Und als Beobachter gewinnt man schnell den Eindruck, dass der „Schnack über den Ladentresen“ für sie keine lästige Pflicht ist, sondern von Herzen kommt.

Mit einigen Stammkunden ist sie per Du. Dazu gehört auch Ina Ückert, die regelmäßig im Hofladen kauft. „Wir tauschen Rezepte und Ideen aus“, erzählt sie. Eine ihrer Anregungen – der Bratapfelsirup – hat es sogar bis ins Verkaufsregal geschafft.

Ina Ückert wohnt in der Nachbarschaft und weiß noch, wie alles angefangen hat. „Am Anfang gab es in

der Garage nur Spargel und Kartoffeln“, erinnert sie sich. Carsten Krumwiede ist Landwirt und führt den Betrieb im Nienburger Ortsteil Erichshagen in dritter Generation. Sein Opa hatte mit einem Hektar Spargel begonnen, heute sind es acht. Hinzu kommen 15 ha Kartoffeln und rund 250 ha Ackerbau.

Bis 2010 hatte er noch Schweinemast. Die Baugenehmigung für einen neuen Stall lag schon vor. „Wir haben uns aber dagegen entschieden, da die Auflagen immer höher werden und wir hier in Stadtnähe mit Problemen rechnen müssen“, sagt der 51-Jährige.

Außerdem entwickelte sich der 2006 erstmals umgebaute Hofladen immer besser. „Ich hatte einfach Lust dazu“, sagt Daniela Krumwiede, die zuletzt im Lebensmittelhandel gearbeitet hatte. Sie bot nun neben dem klassischen Spargel, Kartoffeln und Schinken eine größere Produktvielfalt an. Dafür reichte die alte Garage schon lange nicht mehr aus. Also wurde der ehemalige Schweinestall

komplett in Eigenleistung entkernt und als Laden ausgebaut. Ein spezieller Ladeneinrichter sorgte für die optimale Präsentation der Ware und setzte sie ins richtige Licht. Die Investitionskosten beziffert das Paar mit einer sechsstelligen Summe.

„Unsere Kunden erwarten in jeder Saison etwas Neues. Deshalb probiere ich gerne etwas aus.“

Daniela Krumwiede



Der gekühlte SB-Automat garantiert 24 Stunden frische Produkte.

Den richtigen Pepp geben dem Laden aber die liebevollen historischen Details. Alte Emaille-Schöpfkellen finden an der Wand ebenso einen Platz wie die Schwarz-Weiß-Fotos aus dem ehemaligen Hofalltag oder ein Waffeleisen aus Gusseisen.

Inzwischen finden die Kunden auf 75 Quadratmetern Ladenfläche fast ein komplettes Sortiment: Von Gemüse und Obst über Eier bis zu Fisch, Fleisch, Säften, Likören und Milchprodukten. Hinzu kommen fertige Gerichte in Gläsern wie Rouladen oder Suppen. Diese sind besonders bei älteren Kunden beliebt, die kleine Portionen bevorzugen.

Die Zulieferer sind alle von Hand verlesen. Die meisten kommen aus der Region. „Regionalität ist für die Kunden ein wichtiger Aspekt“, weiß Daniela Krumwiede.

„Wir haben die Betriebe besucht und wissen, wie die Produkte hergestellt werden“, ergänzt Ehemann Carsten.

Besonders beliebt sind die Produkte, die der Frischhof unter seinem eigenen Label mit dem fröhlichen Huhn verkauft. Neben Spargel, Kürbissen und Kartoffeln sind das auch Hähnchen, Enten und Gänse aus Freilandhaltung. Dafür kommen die Kunden aus einem Umkreis von zehn Kilometern auf den Hof.

„Unsere Kunden erwarten in jeder Saison etwas Neues“, weiß die 45-Jährige. Und da Daniela Krumwiede selbst gerne etwas ausprobiert, hat sie sich direkt an den Hofladen eine Industrieküche bauen lassen. In der hygienisch einwandfreien Edelstahl-Atmosphäre entstehen Bestseller wie Bratapfel im Glas oder Preiselbeer-Birnen-

Warum kaufen Sie gerne im Hofladen?

„Ich mag die persönliche Atmosphäre hier. Auf wenn die Ware manchmal teurer ist – das ist es mir wert.“

Anja Altmann



„Mich überzeugen die Frische, die große Auswahl und die gute Beratung bei Krumwiedes.“

Daniel Teubner und Noah

Kompott. Dort werden aber auch Fruchtaufstriche gekocht und Gurken eingelegt. Großmutter's Eierlikör und Schnippelbohnen sind sehr beliebt. „Die Kunden schätzen die Tradition.“ Außerdem gefällt ihnen, dass sie persönliche Wünsche direkt bei Daniela Krumwiede loswerden können. Zweimal in der Woche fährt sie mit einem Kleintransporter zum Großmarkt in Hamburg oder Hannover. „Wenn ich zum Beispiel besonders große Champignons suche, dann schaut sie sich extra für mich um“, erzählt Kundin Anja Altmann. „Und wenn die Mangos mal gar nicht schön sind, dass ein Kauf nicht lohnen würde, dann erklärt sie das“, ergänzt Daniel Teubner, der die persönliche Beratung schätzt.

Auch nach den Öffnungszeiten können Kunden frisches Gemüse, Joghurt, Eier und Wurst bei Krumwiedes kaufen. Den 24-Stunden-Service macht der gekühlte SB-Automat möglich, der an der Hofeinfahrt steht. „Zum 40. Geburtstag habe ich den ersten SB-Automaten bekommen. Keiner hat damit gerechnet, dass es so gut läuft“, erinnert sich Daniela Krumwiede. Besonders beliebt sind die Eier. „Es hat sich in der Stadt rumgesprochen, dass es bei uns sogar morgens um 5 Uhr frische Eier gibt. Das wird gerne nach Feiern genutzt“. Insgesamt stehen mehr als 15 Produkte zur Auswahl.

Ein weiteres, wichtiges Standbein ist der Lieferservice für Geschäftskunden. Der Zweig hat sich überwie-



Apfeltraum leicht gemacht. Mitarbeiterin Christine Lindemann hat alle Zutaten zusammen gestellt.

ten Spargel noch von Hand geschält. Aber seitdem die Mengen für die Restaurants immer größer wurden und die Kunden im Laden auch immer häufiger geschälten Spargel mitnehmen, setzt sie auf eine Industrieschälmaschine. Mit dem Aufbau des Hofladens hat sich Daniela Krumwiede einen Traum erfüllt. „Es ist wie ein Baby, das ich immer weiter aufpäpple“. Zweimal im Jahr besuchen die Krumwiedes Fachmessen, um sich über neue Trends zu informieren. Die Zuständigkeiten sind klar definiert. Während sie bei der Direktvermarktung den Hut auf hat, lenkt ihr Mann die Landwirtschaft. „Das ist auch gut so, dass jeder seinen Bereich hat. Wir sind nämlich beide Alpha-Tierchen“, sagt Carsten Krumwiede und grinst. Beide werden jeweils von einem Vollzeitmitarbeiter und Aushilfen unterstützt. Wenn Not am Mann ist, springen auch die anderen Familienmitglieder ein.

Welche Pläne haben sie mit ihrem Familienbetrieb für die Zukunft? „Wir sind nach dem ganzen Um- und Ausbau erstmal froh, wenn es so gut weiterläuft“, sagt das Ehepaar.

Sabine Hildebrandt

■ Internet: www.frischehof-nienburg.de

Schauen und nachmachen

Apfeltraum oder Orangen-Cremetorte sind gar nicht so schwer. Wer seine Kunden animieren möchte, auch mal selbst etwas nachzukochen oder nachzubacken, sollte die nötigen Zutaten im Laden aufbauen. Dazu eignet sich am besten ein schön dekoriertes Tisch mit allen Zutaten. Da bekommen die Kunden Appetit.

gend durch Mundpropaganda entwickelt. Gastronomiebetriebe erhalten von Krumwiedes geschälte Kartoffeln und geschälten Spargel sowie alle anderen Produkte aus dem Sortiment. „Das macht inzwischen ein Drittel des Umsatzes aus“, erklärt die Chefin. Zu Beginn hat sie den gesam-

Warum kaufen Sie gerne im Hofladen?

„Bei uns wird vegetarische Ernährung groß geschrieben. Da bekomme ich hier die richtige Beratung.“

Petra Treu



„Mir gefallen die neuen Produkte, die Daniela Krumwiede entwickelt. Das finde ich spannend.“

Ina Ückert

