



Beim Hofrundgang konnte der Fleischverarbeitungsraum besichtigt werden.

Guter Service als Alleinstellungsmerkmal

12. Rheinischer Direktvermarktertag auf dem Permehof der Familie Beterams

Der zum Festsaal umgestaltete ehemalige Schweinestall bot einen schönen Rahmen für den Direktvermarktertag.

Fotos:

Sabine Aldenhoff

Wertvolle Tipps für den Umgang mit Kunden, die nicht nur die Chefin beherzigen sollte, sondern vor allem auch die Mitarbeiter, gab es vergangenen Donnerstag beim 12. Rheinischen Direktvermarktertag. Der Rheinische Landwirtschafts-Verband und die Landwirtschaftskammer NRW hatten zu dem informativen Tag auf den Permehof nach Straelen eingeladen. Viele engagierte Fragen der Teilnehmer zu allen Referaten machten deutlich, dass die Veranstalter mit der Themenauswahl richtig lagen.

Am Vormittag wurde der „trockene“ Teil mit Steuerrecht und Mindestlohngesetz abgearbeitet, doch selbst diese Themen gestalteten sich kurzweilig, weil dank zahlreicher Nachfragen ein lebhafter Dialog entstand. Steuerberater Thomas Steinmann von der PARTA Buchstelle für Landwirtschaft und Gartenbau GmbH informierte über die Auswirkungen des Erbschaftsteuerurteils auf Direktvermarkter. Im Großen und Ganzen seien nach der Entscheidung des Bundesverfassungsgerichts vom 17. Dezember 2014 für direktvermarktende Fami-

lienbetriebe keine allzu großen Änderungen im Erbschaftsteuerrecht zu erwarten, so Steinmann. Die Sonderstellung von Land- und Forstwirtschaft im Erbrecht sei bestätigt worden, die personale Führung der Betriebe sei weiterhin schützenswert.

Das Mindestlohngesetz und seine Konsequenzen für Direktvermarkter war das Thema von RLV-Jurist Dr. Gordon von Bardeleben. Falls der Hofladen als Gewerbe laufe, müsse den Mitarbeitern der allgemeingültige Mindestlohn von 8,50 €/h gezahlt werden. Laufe der Hofladen nebenbei zur Landwirtschaft, gelte der Tariflohn von 7,40 €/h. Der Referent ging auf zahlreiche Fallstricke im Mindestlohngesetz ein, wie beispielsweise die Anrechnung von Kost und Logis, ein Festgehalt, Akkordlohn, Mini-Jobs, mitarbeitende Familienangehörige, die Fälligkeit und vor allem die

Simone und Karl-Heinz Beterams vermarkten Fleisch- und Wurstwaren mit Begeisterung direkt.

Der Permehof

Mit Begeisterung betreiben Simone und Karl-Heinz Beterams ihre Landmetzgerei mit Hofladen, Festsaal, Frühstücksbuffet und Partyservice in Straelen. Der Metzgermeister und die Metzgerstochter, gelernte Fleischereifachverkäuferin, haben den Permehof erst Ende 2012 gekauft und nach und nach für ihre Zwecke hergerichtet. Im Arbeitsraum wird Fleisch von Schweinen, Rindern und Geflügel zerlegt und zum Teil weiterverarbeitet. Die komplette Produktion wird direkt vermarktet.

Im Hofladen herrscht die meiste Zeit Selbstbedienung: Drei Kühlschränke mit eingeschweißter und ausgezeichneter Ware stehen bereit. Außerdem können die Kunden, die das Geld in eine Kiste einwerfen, Kartoffeln oder Eier mitnehmen. An drei Vormittagen in der

Woche wird an der Fleisch- und Wursttheke bedient. Die Bezahlmoral der Selbstbedienungskunden sei sehr gut, berichten die Unternehmer, wenige Einzelfälle konnten mittels einer installierten Kamera überführt werden. Dank der Selbstbedienung kann auch sonn- und feiertags geöffnet sein; von 8.00 bis 21.00 Uhr kann eingekauft werden, sodass sich die Kunden für spontane Grillpartys kurzfristig eindecken können.

Die Eltern von Simone Beterams haben bis vergangenes Jahr in Tönisvorst eine Metzgerei betrieben. Nun helfen sie auf dem Hof der Tochter mit und versorgen ihre Stammkunden von da aus weiterhin mit Fleisch und Wurst. Außerdem werden zwei Kindergärten mit Mittagessen und eine Gaststätte beliefert. Auch der Grill- und Partyservice außer

Haus läuft gut. Wahlweise werden nur die Speisen geliefert oder es wird vor Ort bei der Feier gegrillt. Dabei und auch beim neuen Standbein „Festsaal“ helfen die Kinder von Karl-Heinz Beterams am Grill oder als Kellner gerne mit.

Der ehemalige Schweinestall des Permehofes wurde mit viel Aufwand und Liebe zum Ambiente zu einem Festsaal ausgebaut, der seit Oktober in Betrieb ist. Hier wird am Wochenende regelmäßig ein Frühstücksbuffet angeboten. Außerdem kann der Saal für Festivitäten aller Art gemietet werden, bei denen die Familie Beterams für Speisen und Getränke sorgt. Eine eigene Tierhaltung mit rund 20 Fleischrindern gibt es auch, aber die bezeichnet Karl-Heinz Beterams nur als „sein Hobby“. S.A.





Steuerberater Thomas Steinmann informierte über die Erbschaftsteuer.



Dr. Gordon von Bardeleben führte durch den Tag und referierte zum Thema Mindestlohn.



Marketingexpertin Tosin A. David zog die Zuhörer in ihren Bann.



Tipps für den gelungenen Auftritt im Internet gab Birgit Jacquemin.

geforderten Aufzeichnungen der Arbeitszeiten. Dabei betonte er, dass bei Verstößen gegen die Dokumentationspflicht beziehungsweise die erlaubte Arbeitszeit „nur“ Bußgelder bis zu 30 000 € verhängt würden, bei Verstößen gegen die Zahlungspflicht des Mindestlohnes hingegen bis zu 500 000 €. „Bei Kontrollen durch den Zoll, von denen auch die Landwirtschaft nicht verschont bleiben wird, empfiehlt es sich, sich gegenüber den Beamten kooperativ zu verhalten“, so der RLV-Jurist.

► Tipps für Verkaufsprofis

„Kunde 3.0 – Verkaufen geht heute anders!“, betonte Marketingexpertin Tosin A. David von Tosin David Services. Der Kunde von heute ist häufig gestresst, von der Werbung reizüberflutet und insbesondere im Fall von Städtern Anonymität und schlechten Service gewohnt (Stichwort: Dienstleistungswüste Deutschland). Genau hier gilt es, für eine erfolgreiche Direktvermarktung anzusetzen: guter Service als Alleinstellungsmerkmal. Eine gute Bedienung sollte freundlich, aufmerksam, kompetent und schnell sein. Die Kunden kaufen nicht einfach nur „Spargel“, sie kommen mit gewissen Erwartungen in den Hofladen und kaufen „ein gutes Gefühl, Gesundheit, Glück, ein tolles Erlebnis“. Beim Kauf spielen Emotionen eine sehr große Rolle, diese lassen sich auch mit kleinen Geschichten rund um das Produkt wecken. „Kunden lieben solche Geschichten, der Preis tritt dann in den Hintergrund“, erläuterte David. Auch Tipps zur Zubereitung sind willkommen, denn hier haben die Verbraucher oft einen hohen Informationsbedarf und tauschen sich auch gerne darüber aus, wie in verschiedenen Internetforen zu sehen ist.

Eine zentrale Rolle beim guten Service spielen die Mitarbeiter im Laden oder am Verkaufsstand. „Sie können so viel Werbung machen, wie Sie wollen, damit die Kunden ihren Fuß in Ihre Tür setzen. Ab dann haben es Ihre Mitarbeiter in der Hand. Keiner kommt dem Kunden näher als der Mitarbeiter“, gab die Referentin zu bedenken. Deshalb seien eine gute, motivierende Mitarbeiterschulung sowie gelegentliche Testkäufe unerlässlich. Ein Fragenkatalog mit Beispielantworten sollte den Mitarbeitern an die Hand gegeben werden, damit sie Verbraucherfragen kompetent beantworten können. Ihre Sprache sollte stets positiv sein. Nicht: „Kein Problem!“, sondern „Das mache ich gerne für Sie.“ Nicht: „Da

muss ich erst nachfragen“, sondern „Da frage ich gerne nach.“ Über die Einstiegsfrage, was der Kunde mit dem Produkt vorhat, kommt man ins Kundengespräch.

► Moderner Internetauftritt

„Onlinemarketing: Die 7 aktuellen Trends für Ihren erfolgreichen Auftritt im Netz!“ war das Thema von Birgit Jacquemin von der Landwirtschaftskammer NRW. Die Webseitengestaltung ändert sich: Heute sind mehr und auch großformatige Bilder gefragt, dafür weniger Text. Wichtig ist Aktualität, auch wenn das arbeitsintensiv ist. Bei der Moderni-

Taste of Heimat – mitmachen!

www.tasteofheimat.de ist eine Onlineplattform, mit deren Hilfe die regionale Vermarktung von vor Ort produzierten Lebensmitteln aus Gartenbau, Landwirtschaft und Handwerk verbessert werden soll. Landwirt Peter Zens ist engagierter Mitinitiator und stellte in Straelen das Projekt vor: „Wir wollen Bauern und Verbraucher zusammenbringen, um einen natürlichen, regionalen Nahrungsmittelkreislauf zu schaffen, der Mensch und Tier, Natur und Umwelt guttut. Durch unsere Onlineplattform machen wir regionale Lebensmittel leichter zugänglich sowie deren Herkunft und Herstellungsbedingungen transparenter. In Zusammenarbeit mit lokalen Initiativen und Kommunen schaffen wir Modellregionen für eine Wende in der Ernährungspolitik, die die Ernährung einer wachsenden Weltbevölkerung sichert und gleichzeitig unsere bäuerliche Landwirtschaft erhält.“

Im Vorstand und Beirat des gemeinnützigen Vereins, der sich über neue Mitglieder freut, sind Landwirte, Agrarwissenschaftler, Journalisten, Städteplaner und Unternehmer. Jeder Direktvermarkter kann sich kostenlos, auch ohne Vereinsmitglied zu sein, auf der Homepage listen lassen und dort sein Angebot und seinen Betrieb vorstellen. Verbraucher können nicht nur Direktvermarkter in ihrer Nähe finden, sondern auch Fragen stellen zur Produktion. So soll Transparenz geschaffen und die Erzeuger zum Reflektieren über ihre Arbeitsweise angeregt werden. Im April kommt Valentin Thurns neuer Dokumentarfilm „10 Milliarden“ in die Kinos, bei dem es um die Ernährung der wachsenden Weltbevölkerung und die Bedeutung der regionalen Versorgung geht. Taste of Heimat wird im Zusammenhang mit dem Film genannt, so dass eine rasche Bekanntheit garantiert ist. S.A.

Landwirt Peter Zens engagiert sich für Taste of Heimat.





sierung einer Homepage sollte daran gedacht werden, sie für die optimale Darstellung auf Smartphones und Tablets anzupassen, für so genannte responsive Webseiten. Hochwertige Inhalte sind heute gefragt: Man sollte sich daran orientieren, was Kunden wissen wollen.

Auch Jacquemin ermunterte die Direktvermarkter, hier ihre Stärken noch besser auszuspielen; in punkto Regionalität und Nachhaltigkeit seien Familienbetriebe nun mal unübertroffen. Nicht zu ver-

gessen, dass die Webseite auch zur eigenen Darstellung als Arbeitgeber dient. Jobangebote sollten prominent platziert werden. Immer beliebter werden kleine Filme auf den Internetseiten. Bei den Fotos sollte man sich im Vorfeld klarmachen, was man aussagen möchte und wie sich das am besten umsetzen lässt.

Und wie sieht es mit einem Onlineshop aus? „Einen Onlineshop technisch zu installieren, ist relativ einfach, doch die praktische Umsetzung dieser Vermark-

tungsform will wohlüberlegt sein. Sie bedarf intensiver Pflege, viele Rechtsvorschriften sind zu beachten und die Frage der Logistikkosten sollte praktikabel gelöst werden“, meinte die Kammerexpertin. Abschließend wies die Referentin noch auf Bewertungsportale hin und regte an, den eigenen Betrieb regelmäßig „zu googeln“, um aus den Bewertungen zu lernen beziehungsweise angemessen darauf reagieren zu können.

Sabine Aldenhoff