

GUTER SERVICE ALS ALLEINSTELLUNGSMERKMAL

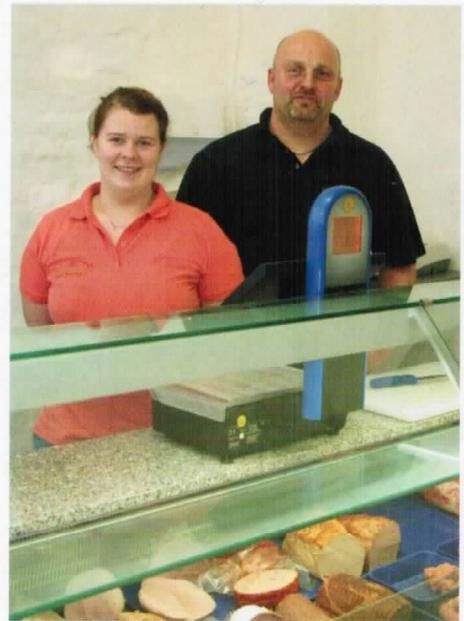
12. Rheinischer Direktvermarktertag



Links: Marketing-expertin Tosin A. David zog die Zuhörer in ihren Bann

Rechts: Tipps für den gelungenen Auftritt im Internet gab Birgit Jacquemin

Fotos: Aldenhoff



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

Wertvolle Tipps für den Umgang mit Kunden, die nicht nur die Chefin beherrzigen sollte, sondern vor allem auch die Mitarbeiter, gab es Ende März beim 12. Rheinischen Direktvermarktertag. Der Rheinische Landwirtschafts-Verband e.V. und die Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen hatten zu dem informativen Tag, an dem es auch um Steuerrecht, Mindestlohn und den eigenen Internetauftritt ging, auf den Permeshof nach Straelen eingeladen.

„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 Städten 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“, so 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 verschiedensten 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 beden-

ken. 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

„Online-Marketing: Die sieben aktuellen Trends für Ihren erfolgreichen Auftritt im Netz!“, war das Thema von Birgit Jacquemin von der Landwirtschaftskammer Nordrhein-Westfalen. 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 Modernisierung einer Homepage sollte daran gedacht werden, sie für die optimale Darstellung auf Smartphones und Tablets anzupassen, 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 vergessen, dass die Webseite auch zur eigenen Darstellung als Arbeitgeber dient; Jobangebote sollten prominent platziert werden. Immer beliebter werden kleine Filme auf Homepages; ebenso wie bei den Fotos sollte man sich im Vorfeld klar machen, was

Der zum Festsaal umgestaltete ehemalige Schweinestall bot einen schönen Rahmen





Landwirt Peter Zens engagiert sich für Taste of Heimat

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 (Bäcker, Metzger, etc.) 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 gut tut. 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 sollen 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.

man aussagen möchte und wie sich das am besten umsetzen lässt (Drehbuch). Einen Onlineshop technisch zu installieren, sei relativ einfach, doch die praktische Umsetzung dieser Vermarktungsform will wohl überlegt sein, denn die bedarf intensiver Pflege, viele Rechtsvorschriften sind zu beachten und die

Frage der Logistik(kosten) sollte praktikabel gelöst werden. Abschließend wies die Referentin noch auf Bewertungsportale hin und regte an, den eigenen Betrieb regelmäßig „zu googlen“, um aus den Bewertungen zu lernen bzw. angemessen reagieren zu können.

Permeshof

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 Permeshof 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 weiter verarbeitet. 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 bis 21 Uhr kann eingekauft werden, so dass sich die Kunden für spontane Grillpartys kurzfristig eindecken können.

Sabine Aldenhoff,