Direktvermarktung hat Zukunft

Chancen und Wege, um die Vermarktung handwerklich produzierter Lebensmittel zu fördern

Kristin Rotherm

Seit 2015 Redakteurin bei der Fachzeitschrift für landwirtschaftliche Direktvermarktung “HOFdirekt”

HOF direkt

Was haben wir vor?

1. Verkaufen ohne Personal
2. Digital stark werden
3. Chancen und Potenziale der Direktvermarktung in Krisenzeiten

HOF direkt

Verkaufen ohne Personal: Gründe

- Personalmangel
- Öffnungszeiten ausweiten
- Hofladen lohnt sich nicht bzw. soll erweitert werden
- Corona-Krise als Verstärker für kontaktloses Einkaufen
- Einkaufsmöglichkeiten auf dem Land schaffen

HOF direkt

Verkaufsautomaten

- Verkaufsautomaten gibt es ab etwa 10.000 € - je nach Ausstattung (Telemetrie, Kartenlesegerät etc.)
- Vorüberlegungen: Wo steht der Automat? Wer kauft ein? Was wird verkauft? Mit wie vielen Kunden rechnet man pro Tag?
- Die Investitionskosten sollten innerhalb eines Jahres wieder umgesetzt werden

HOF direkt

Verkaufsautomaten: Standort und Produkte

- Richtwert: 5 km
- Was gibt es in der Nähe?
- Radweg? Wanderweg? Wohngebiet? Durchfahrtsstraßen?
- Ein hochfrequentierter Standort ist nichts ohne die dazu passenden Produkte
- Produktvielfalt erhöht den Absatz

HOF direkt

Folie 6

RK1 Wer wohnt hier? Gibt es einen Rad- oder Wanderweg? Gibt es andere Einkaufsmöglichkeiten? Büros? Ein Neubaugebiet? Einen Spielplatz?

Rotherm, Kristin; 07.06.2022

Welcher Automat passt zu meinen Produkten?

Trommelautomat

Klappenautomat

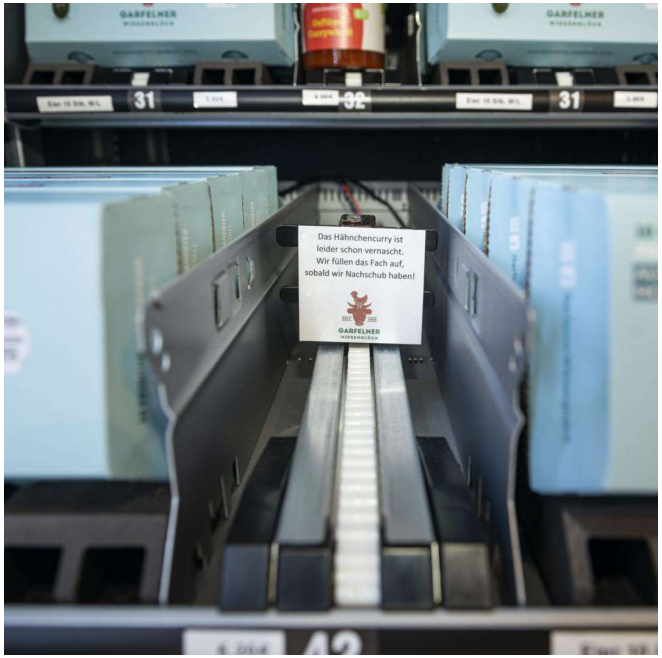
Automat mit Liftsystem

Vollautomatische 24/7 Automaten

HOF direkt

Automatenverkauf

- Ein Automat macht Arbeit!
- Schön gestaltete Etiketten, die der dauerhaften Kühlung und Feuchtigkeit standhalten, verleiten zum Kauf.
- Ware verkauft Ware
- Eine gepflegte Umgebung ist das Zeichen: Hier kümmert sich jemand ums Äußere, hier wird auch Wert auf die Produkte gelegt.
- Beim Automatenverkauf gilt Stückpreisangabe, nicht die Grundpreisangabe.
- Telemetrie erhöht den Komfort für den Direktvermarkter
- Bargeldlos ist Zukunft
- Wo darf der Automat aufgestellt werden: Landesbauordnung des Bundeslandes beachten



HOF direkt

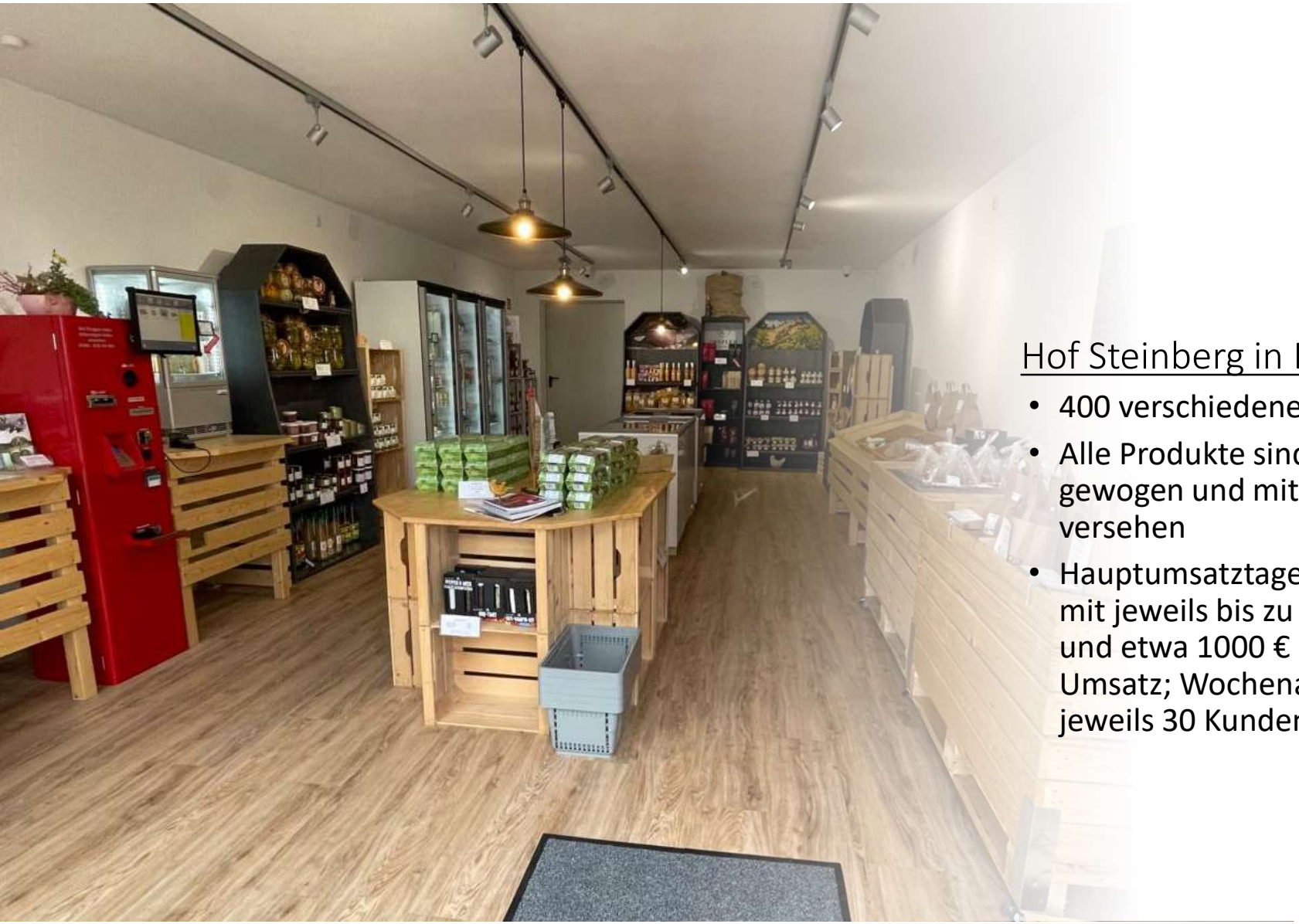
Selbstbedienungs-Hofläden

Verkaufskonzepte unterscheiden sich:
Vom Selfmade-Laden im Planwagen über Hybrid-Konzepte bis hin zu 24-Std.-Läden mit Registrierungsnotwendigkeit

HOF direkt

Landmomente in Kevelaer/ NRW

- 10 m² Hofladen im ehemaligen Planwagen
- Eröffnung im Januar 2021
- 20 Produkte vom Betrieb und aus Zukauf
- Bezahlung in Bar, bargeldlos und Paypal



Hof Steinberg in Bleckede/NI

- 400 verschiedene Produkte
- Alle Produkte sind vorverpackt, gewogen und mit Barcode versehen
- Hauptumsatztage Do, Fr und Sa mit jeweils bis zu 70 Kunden und etwa 1000 € pro Tag Umsatz; Wochenanfang ca. jeweils 30 Kunden

HOF direkt

Dorfladenbox bei Augsburg /Bayern

- Das Unternehmen „Dorfladenbox“ aus Österreich stellt als Franchise-System das Konzept, das Warenwirtschaftssystem, die automatische Abrechnung sowie die App
- monatliche Kosten: 10 % vom Netto-Umsatz
- Über 400 eigene und Zukaufprodukte von über 30 Landwirten aus der Region

HOF direkt

Hofmetzgerei Braumiller in Alling/Bayern

- Hybridladen
- Bedientheke kann flexibel zur SB-Theke umgebaut werden
- Alle SB-Produkte sind mit Aufklebern mit RFID Chip versehen
- Kasse kann die Produkte auslesen, müssen nicht gescannt werden

Haben SB- Konzepte Zukunft?

- Ja, wenn man die **Zielgruppe** im Blick behält: Produkte, die zum Standort passen; Sauberkeit des Automaten bzw. des Ladens
- Eine Möglichkeit für die örtliche Nahversorgung, evtl. Subventionierung
- **Persönliche Ebene** darf nicht verloren gehen: Hoffeste, Führungen, schön gestaltete Etiketten oder Kostproben
- Nutzung von sozialen Medien oder QR-Codes, um Produkte zu erklären
- Kostproben können Spezialitäten bewerben

HOF direkt

2. Digital stark werden

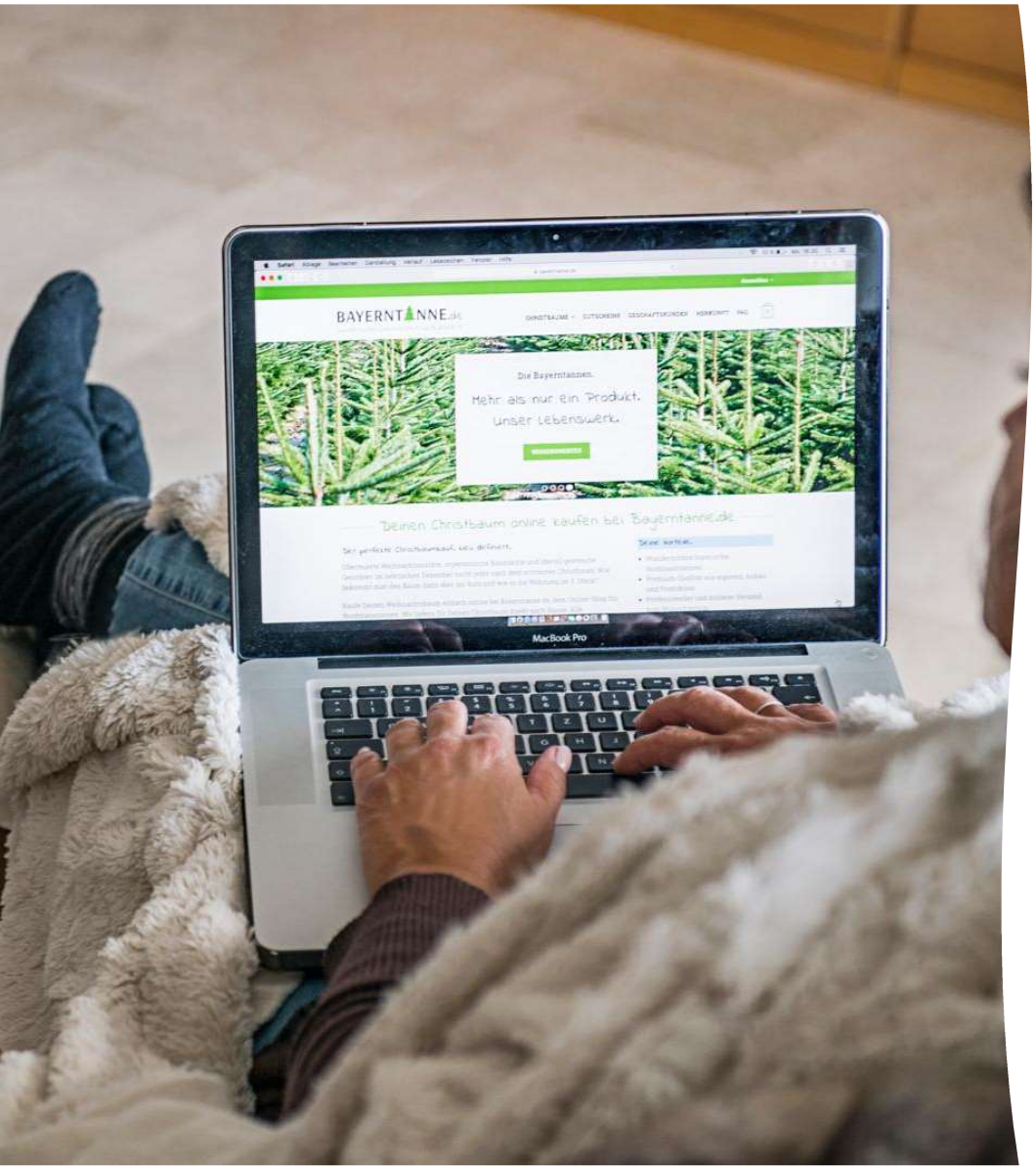
Website

Google my business

Social Media

KI nutzen

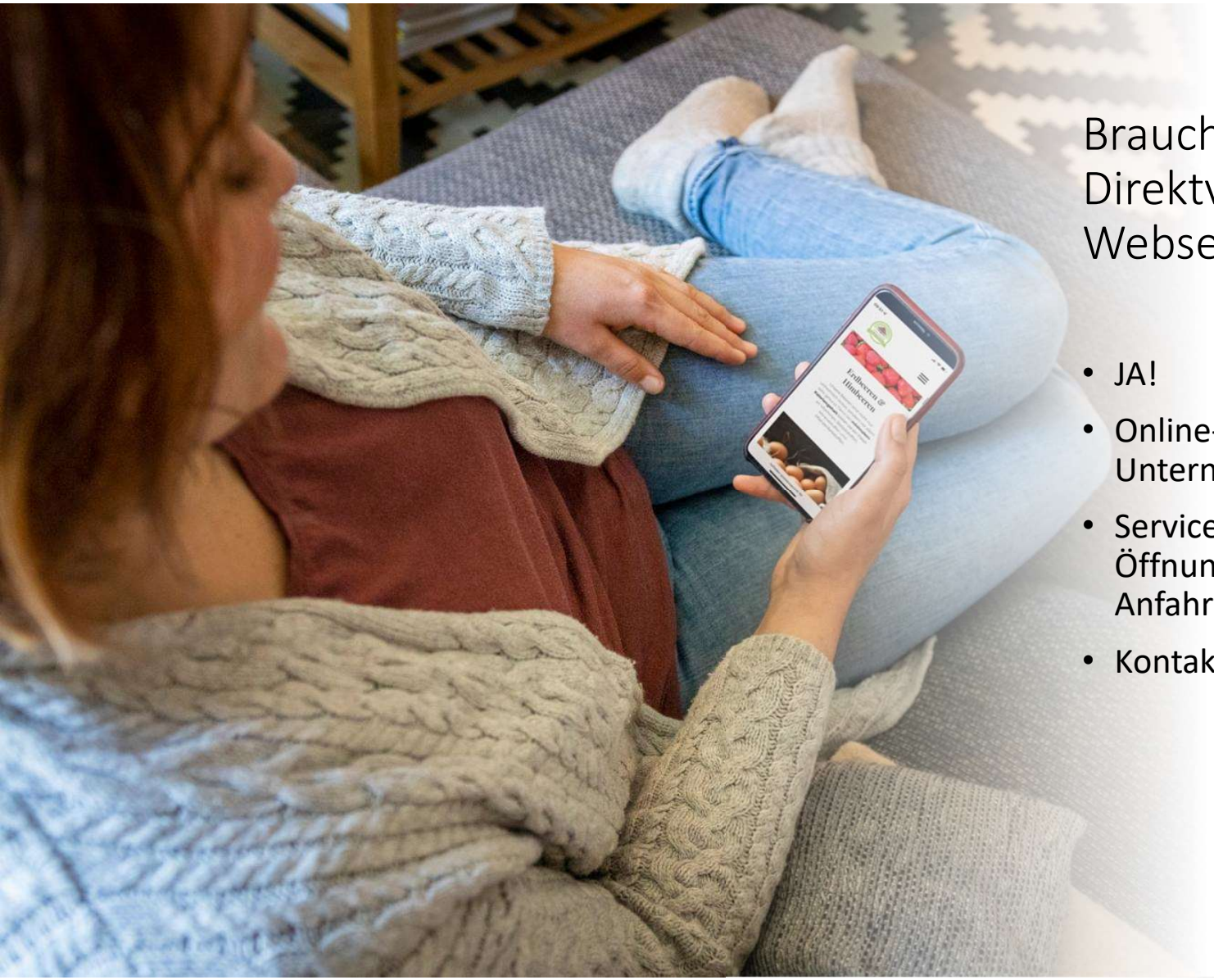
HOF direkt



Wo finden Kunden Sie im Netz?

MentiCode: 7511 1869

HOF direkt



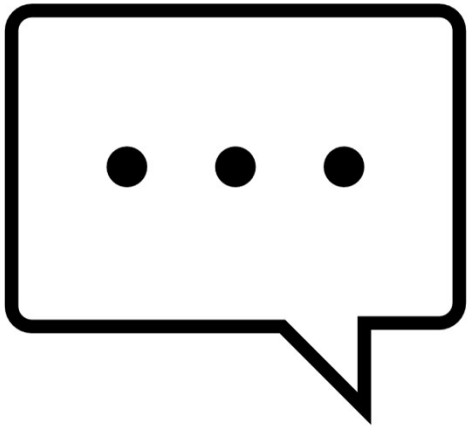
Brauchen Direktvermarkter eine Webseite?

- JA!
- Online-Präsenz ist für ALLE Unternehmen absolut wichtig
- Service für Kunden: Öffnungszeiten, Kontaktdaten, Anfahrt, Angebote
- Kontakt mit Kunden

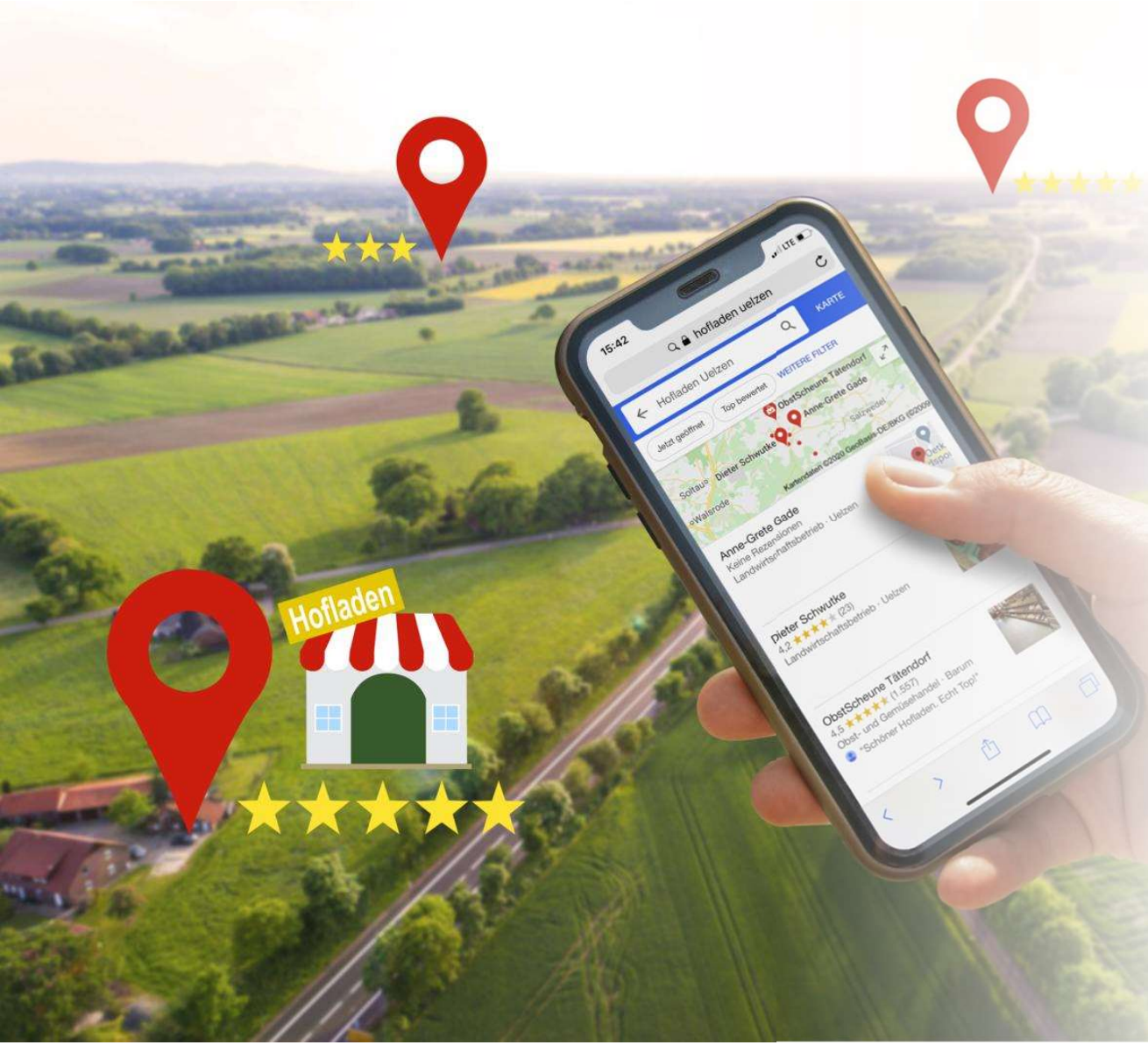
HOF direkt

Website muss sein

- Produkte von Direktvermarktern sind oft erklärungsbedürftig
- Vor allem hochpreisige Produkte brauchen Kommunikation
- Vertrauen schaffen, bevor Kunden kommen
- Kein technisches Know-How nötig durch intuitive Bausatzseiten
- Regelmäßige Pflege absolut wichtig



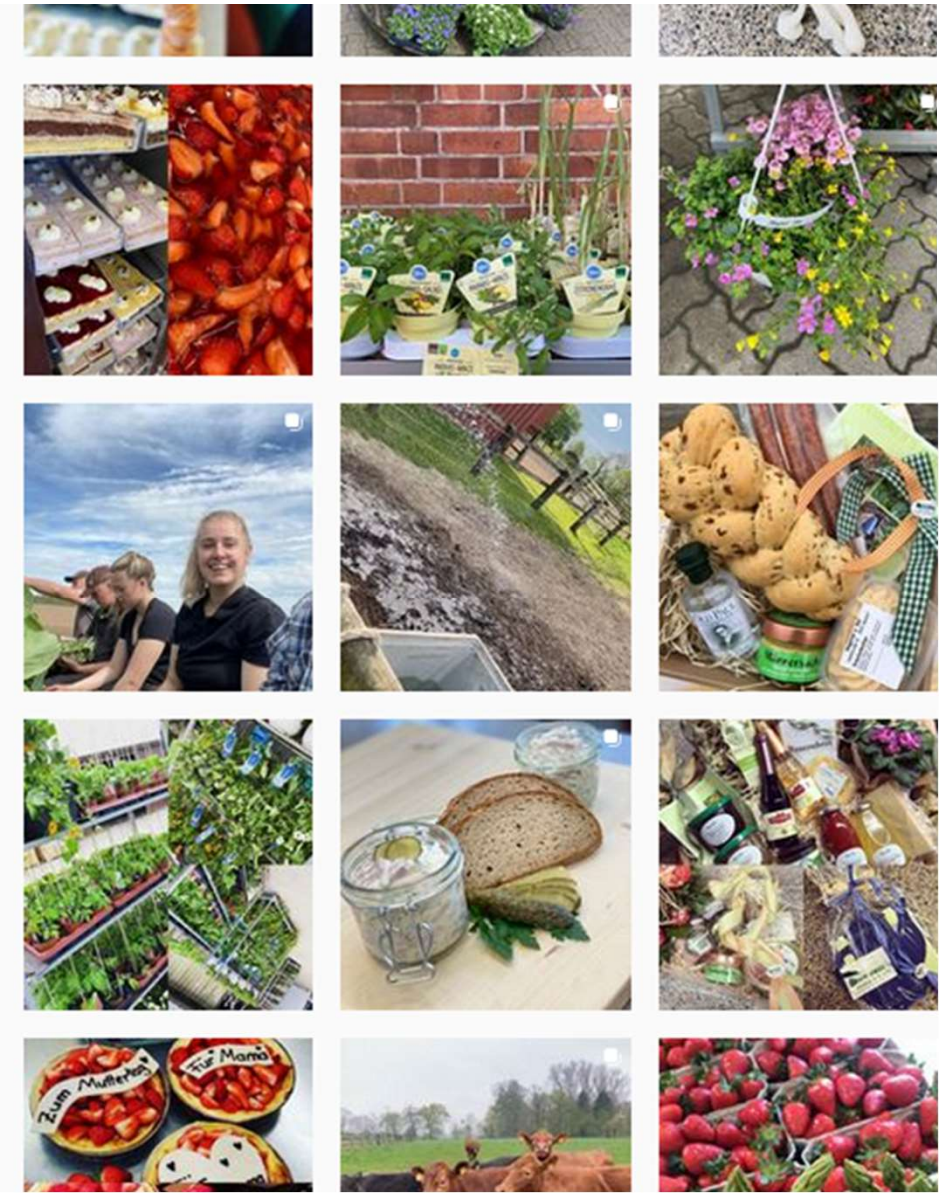
HOF direkt



Lokal erfolgreich mit Google my Business

- Wer im Netz etwas sucht, tut dies bei Google
- Google my Business-Eintrag ist eine digitale Visitenkarte
- Google erstellt selbstständig Einträge für Unternehmen, das wiederum den Eintrag beanspruchen kann: Dafür fordert Google einen Beweis: Verifizierungscode über Verify my Business
- Voraussetzung ist, dass der Interessent ein Nutzerkonto bei Google hat. Der nächste Schritt: Das Unternehmen wird angelegt (Name, Adresse, Phone), außerdem Art des Unternehmens, Branche, Öffnungszeiten, Kontaktinfos, Fotos

HOF direkt



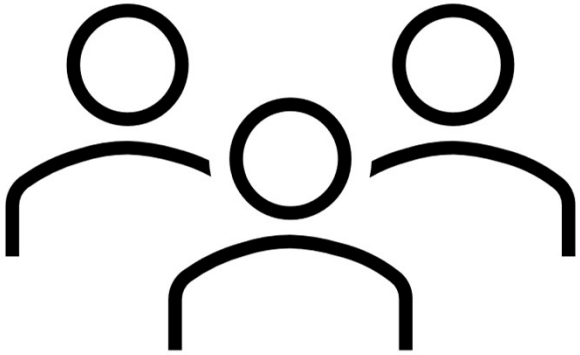
Social Media

- Einfache, schnelle und günstige Möglichkeit den eigenen Betrieb, die Marke, die Produkte sichtbarer zu machen
- Dadurch wird Vertrauen erzeugt
- Die Follower haben das Gefühl, dass sie den Betrieb, die Mitarbeiter, den Hofladen kennen
- Der Schritt in den Hofladen ist das nicht mehr so groß: Ich kaufe bei Bekannten
- Preise für die Produkte spielen dann im besten Fall nur noch eine untergeordnete Rolle

HOF direkt

Das kann Social Media

- Die eigene Arbeit präsentieren und andere begeistern
- Fachwissen weitergeben und Mehrwert schaffen
- Hinleiten zur eigenen Webseite oder zum Online-Shop
- Community bilden – auch mit Berufskollegen
- Mögliche Gewinnung neuer Kunden
- Finden neuer Mitarbeiter



HOF direkt

Was soll ich posten?

- Teilen Sie Ihr Fachwissen:
  Wie funktioniert ein Obstschnitt?
  Wie werden Kühe gemolken? Wie erntet man Kartoffeln?
- Erzählen Sie Ihren „normalen“ Alltag: Für Ihre Follower ist dieser spannend
- Menschen und Tiere gehen immer: **Emotionalität**
- Posten Sie Ihre Produkte
- Binden Sie Ihre Community ein
- Bewegtbild funktioniert

HOF direkt

Künstliche Intelligenz

- Textgenerierungstools können beim Schreiben von Texten für Website, Social Media und Newsletter helfen
- Texte müssen verfeinert werden
- Wichtig sind klare Befehle „Prompts“: Nutzen Sie leicht verständliche Sprache, kurze Sätze, formulieren Sie Anweisungen präzise

Bsp.: Schreibe eine Produktbeschreibung für Erdbeerfruchtaufstrich

Produkteigenschaften: hoher Fruchtanteil, weniger Zucker, samtig, regionale Früchte

Länge: 50 Wörter

Sprachstil: freundlich, nicht zu locker

Ziel: neugierig machen, Appetit machen

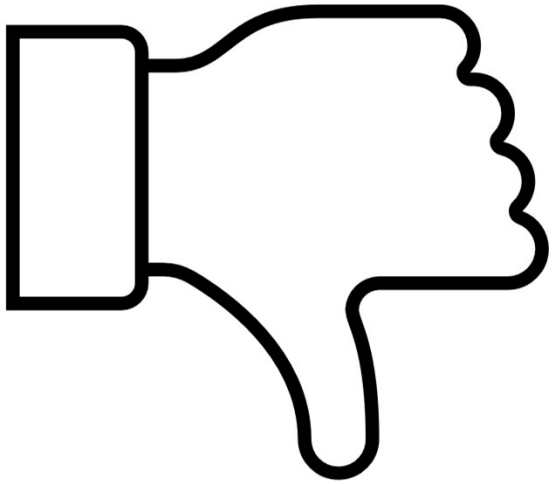
keine Anrede

Beispielergebnis:

Genießen Sie unseren köstlichen Erdbeerfruchtaufstrich mit hohem Fruchtanteil und weniger Zucker. Die samtige Textur und die Verwendung regionaler Früchte machen sie zu einem unwiderstehlichen Genuss. Entdecken Sie den intensiven Geschmack sonnengereifter Erdbeeren – ein perfekter Begleiter für Ihr Frühstück oder Dessert.

HOF direkt

3. Direktvermarktung im Krisenmodus?



Direktvermarkter kämpfen mit Bürokratie und Vorschriften, Kaufzurückhaltung, steigenden Kosten, Personalmangel und zum Teil mit logistischen Problemen

HOF direkt

- Schlechte Phasen sind normal und wird es immer wieder geben
- Ein gesundes Unternehmen verkraftet das
- Aber: Bestimmte Wertevorstellungen spielen für viele Verbraucher beim Einkauf eine Rolle

Wofür steht Direktvermarktung?

MentiCode: 1496 2516

HOF direkt

„Von hier“ Vertrauenswährung

- komplexe Strukturen von heute sorgen dafür, dass sich die Menschen nach Transparenz sehnen
- Regionalität liefert genau das und schafft Vertrauen, Sympathien und Orientierung. Dies gilt ganz besonders für die Produkte der Lebensmittel-Industrie
- Kommt ein Unternehmen aus meiner Region, schenke ihm schneller und stärker Vertrauen als einem Unternehmen am anderen Ende der Welt
- Betonen Sie in der Kundenkommunikation die Qualität, die handwerkliche Herstellung, die absolute Frische, die kurzen Wege, Tierwohl, Nachhaltigkeit

HOF direkt

Vielen Dank!

Alle Infos und Bilder stammen aus der Redaktion HOFdirekt

Weitere Infos auf www.hofdirekt.com

Kristin.rotherm@wochenblatt.com

HOF direkt