

Inhalt

1. Die Grundlagen	6
1.1 Direktvermarktung – Es gibt gute Gründe	6
1.2 Kernkompetenzen – Worin sind Sie stark?	8
1.3 Checkliste: Visionen prüfen und umsetzen	10
1.4 Strategische Partnerschaften – Gemeinsam sind wir stark	11
1.5 Die Erwartung der Kunden – Der erste Eindruck zählt	14
2. Die Kalkulation – Damit müssen Sie rechnen	17
2.1 Die Kosten – Fix und variabel	17
2.2 Deckungsbeitrag	21
2.3 Marktleistung minus Kosten	23
3. Die Vertriebswege	24
3.1 Der Hofladen – Der klassische Weg	24
3.2 Hofcafé – Der Kaffee ist fertig	31
3.3 Märkte – So gelingt der Auftritt	37
3.4 Verkaufsautomaten – Bauernladen ohne Personal	40
3.5 Verkaufstouren – Nah am Kunden	43
3.6 Abokisten – Individuell gepackt	45
3.7 Handelspartner – Direktvermarkter trifft Supermarkt	47

4.	Die Produktpalette	50
4.1	Eigene Produkte prägen Profil	50
4.2	Renner und Penner – Das Sortiment auf dem Prüfstand	53
4.3	Warenpräsentation – Zeigen Sie, was Sie haben	54
4.4	Kundenführung – Der Weg durch den Laden	57
5.	Die Hygiene	61
5.1	Hygiene – Sauber reicht nicht	61
5.2	Mitarbeiterschulung – Für sichere Lebensmittel	62
5.3	Arbeitskleidung – Sauber und ansprechend	65
6.	Die Verpackung	67
6.1	Das muss Verpackung leisten	67
6.2	Verpackung – Das richtige Material	69
6.3	Produktinformation, Kennzeichnung, Preis	71
7.	Die Mitarbeiter	74
7.1	Familienangehörige entlohnen	74
7.2	Saisonarbeitskräfte – Hilfen auf den Höfen	76
7.3	Mitarbeiterführung – Lob und Tadel	77

8.	Der Kundenkontakt	80
8.1	Aktionen – Zum Fest auf den Hof	80
8.2	Kunden finden – Kunden binden	81
8.3	Kundenkontakt – Verkaufen will gelernt sein	85
8.4	Beschwerdemanagement – Kostenlose Beratung	87
9.	Das Marketing	90
9.1	Marketing, Werbung, Öffentlichkeitsarbeit – Was ist was?	90
9.2	Jahreswerbeplan – Werben mit Konzept	92
9.3	Werbeauftritt – Alles aus einem Guss	94
10.	Das Recht	98
10.1	Landwirtschaft oder Gewerbe?	98
10.2	Arbeitsrechtliches – Was Sie wissen sollten	99
10.3	Versicherungen – Schutz und Haftung	104
11.	Trends kennen und nutzen	106
11.1	Convenience – Frisch und fast fertig	106
11.2	Regionalität – Der Megatrend	108
11.3	Einkaufsgewohnheiten – Kundschaft verändert sich	109
11.4	Alles aus einer Hand oder Spezialisierung?	111
12.	Wichtige Adressen	113
13.	Stichwortverzeichnis	118