

# Inhalt

<b>Vorwort .....</b>	<b>7</b>
<b>1 Sortimentgestaltung – die richtigen Produkte auswählen .....</b>	<b>9</b>
<b>2 Vertriebskonzept – den passenden Weg wählen</b>	
2.1 Bestandsanalyse .....	15
2.2 Mögliche Vertriebskonzepte .....	17
2.3 Marktumfeld .....	19
2.4 Marktforschung.....	21
2.5 Positionierung.....	23
2.6 Marktauftritt .....	25
<b>3 Marketing – der direkte Weg zum Kunden</b>	
3.1 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.....	29
3.2 Online-Marketing: Kundengewinnung im Internet.....	35
3.2.1 Homepage – die Visitenkarte Ihres Betriebes .....	35
3.2.2 Weblog – Ihr Online-Tagebuch.....	40
3.2.3 Newsletter .....	43
3.2.4 Einträge in Anbieterverzeichnisse .....	46
3.2.5 Suchmaschinenoptimierung: Was hat das mit Online-Marketing zu tun? .....	47
3.3 Werbung .....	49
3.3.1 Anzeigen.....	49
3.3.2 Handzettel .....	51
3.3.3 Broschüren .....	52
3.4 Marketing mit professioneller Unterstützung? .....	53
3.5 Verkaufsförderungsaktionen am POS .....	54
3.6 Veranstaltungen und Märkte .....	59
3.6.1 Hoffest.....	60
3.6.2 Bauernmärkte – nicht nur etwas für Marktbesucher.....	62
3.6.3 Messen und Veranstaltungen.....	65

<b>4</b>	<b>Zusammenarbeit statt Konkurrenzdenken</b>	
4.1	Gute Beziehungen durch Networking.....	67
4.2	Gemeinsam stark – durch Kooperation zum Erfolg .....	71
4.2.1	Gemeinschaftswerbung .....	72
4.2.2	Landesweite Vereinigungen von Direktvermarktern.....	73
4.2.3	Regionale Netzwerke.....	73
4.2.4	Kooperationen mit anderen Direktvermarktern .....	76
<b>5</b>	<b>CSR – mehr als gesellschaftliches Engagement .....</b>	<b>77</b>
<b>6</b>	<b>Rechtliche Grundlagen – diese Gesetze müssen Sie kennen</b>	
6.1	Allgemeine lebensmittelrechtliche Vorschriften für die Direktvermarktung .....	83
6.2	Vorschriften zur Lebensmittelhygiene.....	87
6.2.1	Was bedeutet HACCP? .....	89
6.2.2	Die 7 HACCP-Grundsätze .....	91
6.2.3	Schulung der Mitarbeiter ist Pflicht .....	95
6.3	Spezielle Vorschriften für Lebensmittel tierischen Ursprungs.....	98
6.4	Höchstmengenvorschriften.....	100
6.5	Lebensmittelkennzeichnung .....	102
6.5.1	Allgemeine Kennzeichnungselemente der LMKV.....	103
6.5.2	Weitere Kennzeichnungselemente .....	104
6.5.3	Allergenkennzeichnung.....	108
6.5.4	Kennzeichnung von loser Ware .....	109
6.5.5	Preisangabenverordnung .....	110
6.6	Zusatzstoffe .....	111
6.7	Natur pur – Das Bio-Siegel und andere Qualitätsbezeichnungen .....	112
6.8	Ladenöffnungsgesetz.....	116
6.9	Produkthaftung .....	116
6.10	Gewerberechtliche Bestimmungen.....	117
6.11	Steuerrechtliche Bestimmungen .....	120
<b>7</b>	<b>Reklamationen – Kritik annehmen und das Beste herausholen.....</b>	<b>123</b>
7.1	Durch Reklamationen die Kundenzufriedenheit erhöhen ....	126
7.2	Reklamationsgespräche richtig führen.....	128
7.3	Wenn die Behörden eingeschaltet werden .....	131

<b>8</b>	<b>Erfolgskontrolle – so bleiben Sie nachhaltig im Geschäft .....</b>	<b>135</b>
8.1	Ermittlung des Ist-Zustandes.....	136
8.2	Abgleich mit dem Businessplan.....	138
8.3	Analyse der Abweichungen inklusive Fehlersuche .....	140
8.4	Ableitung von Optimierungsmaßnahmen .....	140
8.5	Kundenzufriedenheit ist die Säule des Erfolgs .....	141
<b>9</b>	<b>Weiterführende Informationen</b>	
9.1	Fachliteratur.....	147
9.2	Informationsquellen im Internet.....	148
<b>10</b>	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>151</b>
<b>11</b>	<b>Die Autoren.....</b>	<b>159</b>