

Inhalt

Vorwort	7
1 Sortimentgestaltung – die richtigen Produkte auswählen	9
2 Vertriebskonzept – den passenden Weg wählen	
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
3 Marketing – der direkte Weg zum Kunden	
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

4	Zusammenarbeit statt Konkurrenzdenken	
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
5	CSR – mehr als gesellschaftliches Engagement	77
6	Rechtliche Grundlagen – diese Gesetze müssen Sie kennen	
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
7	Reklamationen – Kritik annehmen und das Beste herausholen.....	123
7.1	Durch Reklamationen die Kundenzufriedenheit erhöhen	126
7.2	Reklamationsgespräche richtig führen.....	128
7.3	Wenn die Behörden eingeschaltet werden	131

8	Erfolgskontrolle – so bleiben Sie nachhaltig im Geschäft	135
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
9	Weiterführende Informationen	
9.1	Fachliteratur.....	147
9.2	Informationsquellen im Internet.....	148
10	Stichwortverzeichnis	151
11	Die Autoren.....	159