

Inhalt

1

Vermarkten macht Spaß _____ 9

Es gibt viele Absatzwege

Der Erfolg hat vier Voraussetzungen

Was heißt „Marketing-Denken“?

Überprüfen Sie selbst Ihre Voraussetzungen

2

Konsequenzen für Betrieb und Familie _____ 18

Der ganze Betrieb ist betroffen

Es kann Spaß machen, aber auch weh tun

3

Der Verbraucher — ein unbekanntes Wesen? _____ 21

Was erwartet der Verbraucher heute?

Warum kauft er beim Landwirt ein?

Konsumenten-Typen

Wie man sich Bedürfnisse zunutze machen kann

4

Wieviel kann ich verkaufen? _____ 30

Wie man sein Absatzgebiet definieren kann

Wie man sein Absatzpotential schätzen kann

5

Wer soll das bezahlen? _____ 37

An allen Ecken lauern die Kosten

Damit man nichts vergißt:

Kalkulationsschemata

6

Ab-Hof-Verkauf _____ 44

Selbstpflückplantagen und Straßenverkauf

Verkauf auf Vorbestellung und ein kleiner Stand auf dem Hof

Wie man einen Laden einrichtet

Wie man seine Ware verkaufswirksam präsentiert

7

Hab' den Wagen vollgeladen _____ 72

Mit der eigenen Einkaufsstätte zum Verbraucher

Gute Planung ist eine wichtige Voraussetzung

8

Der gute alte Wochenmarkt _____ 79

... ist längst nicht tot, sondern noch sehr lebendig!

Wie man sich auch hier gut präsentieren kann

9

Eine interessante Zielgruppe: Großverbraucher _____ 83

Kantinen, Anstalten, Gastronomiebetriebe — für manche Produkte die wichtigsten Absatzschienen

Wie man Kontakte aufbaut und hält

10

An den Handel verkaufen:

Menge statt Preis _____ 86

Der Weg über den Handel ist der teuerste
Es gibt noch Möglichkeiten, man muß sie sorgfältig ausloten

11

Preise rauf, Preise runter! _____ 89

Wie man seine Preise richtig kalkuliert und festsetzt

Wie man Sonderangebote verkaufswirksam einsetzt

12

Vielfalt oder Spezialisierung _____ 94

Beide Strategien können zum Erfolg führen

Was man beim Zukauf beachten sollte
Ideen zur Sortimentsergänzung

13

Nur nicht verkrampfen _____ 99

Kleine Psychologie erfolgreichen Verkaufens

Das Wichtigste: Zuhören, Zuhören!

Wie man Einwände behandelt

Wie man sich vernünftig vorbereiten kann

14

Nur schlechte Werbung kostet Geld, gute bringt Umsatz und Erfolg! _____ 108

Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Verkaufsförderung – Was versteht man darunter?

Was kann Werbung leisten?

Wie man gute Werbung macht

Das wichtigste Werbemittel: Das Firmenzeichen

Ideen für Werbeaussagen/Schlagzeilen, Gestaltung von Anzeigen und Handzetteln

Wie man Werbebriefe schreibt

Wie man Streuverluste reduzieren kann

Wie man den Erfolg seiner Werbung kontrollieren kann

15

Ausstellungen/Bauernmärkte _____ 133

Gemeinsam Bauernmärkte organisieren
Mitmachen bei Messen und Ausstellungen

Wie man mit der Presse umgeht

16

Was darf ich, was nicht? _____ 140

Wann wird man gewerblich – nach gewerberechtlichen, steuerlichen und handwerksrechtlichen Gesichtspunkten

Die Zukaufsgrenzen beachten

Wer darf was be- und verarbeiten?

17

Beispiele erfolgreicher Direktvermarktung _____ 161

Tips zur Vermarktung von Schweinefleisch, Rindfleisch, Wurst und Fleischwaren, Eiern, Milch, Geflügel, Damwild, Kaninchen, Erdbeeren, Spargel, Gemüse, Obst, Kartoffeln, Pilzen, Puten, Gänsen, alternativen Produkten

Absatzmöglichkeiten, Produktionsprobleme, rechtliche Probleme, Kalkulationshilfen und Tips zum Anfangen wie zum Bessermachen