

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort	7	
<b>1 Wir eröffnen einen Hofladen!</b>	<b>9</b>	
1.1 Umdenken im Absatz	9	4.5 Grundsätzliche Tipps zur Anordnung der Waren 40
1.2 Die Aufgaben der Direktvermarktung	10	4.6 Produktanordnung 41
1.3 Kunden fordern Frische	12	4.7 Gefahrenquellen im Hofladen 41
1.4 Persönlicher Kundenkontakt fördert den Umsatz	13	
<b>2 Der erste Schritt zum Hofladen – die Planung</b>	<b>14</b>	
2.1 Langfristige, mittelfristige und kurzfristige Planung	14	<b>5 Verkaufsfördernde Einrichtung und Dekoration</b> 44
2.2 Gründung, Bestand und Wachstum des Hofladens	15	5.1 Einrichtungsstile 44
2.3 Ziele formulieren und Chancen erkennen	16	5.2 Dekoration 47
2.4 Der Geschäftsplan	16	5.3 Beleuchtung 49
2.5 Standortanalyse	22	
2.6 Strategieplanung	23	<b>6 Ihre Hofladenprodukte</b> 50
2.7 Erreichte Ziele – verdiente Belohnung	25	6.1 Das Sortiment 50
<b>3 Innovationen im Hofladen</b>	<b>26</b>	6.2 Die Zusammenstellung des Sortiments 57
3.1 Methoden zur Ideenfindung	27	6.3 Erweiterung der Produktpalette 58
3.2 Kritische Faktoren bei der Umsetzung	28	6.4 Trendprodukte 61
3.3 Markenschutz beim Patentamt	28	6.5 Serviceleistungen 65
<b>4 Hofladenaufbau</b>	<b>32</b>	6.6 Geschenkkörbe 65
4.1 Zonenverkauf und zonenfreier Verkauf	32	6.7 Verkaufsaktive und verkaufsbereite Ware 66
4.2 Einteilung des Verkaufsraumes	34	
4.3 Platzierung der Waren im Laden	36	<b>7 Werbung</b> 67
4.4 Platzierung der Waren in den Regalen	39	7.1 Gute Werbung muss nicht teuer sein 68
		7.2 Eigene Werbeideen entwickeln 68
		7.3 Nutzen statt Aufwand 69
		7.4 Anlässe für Ihre Werbung 69
		7.5 Werbemedien 70
		7.6 Die Formulierung Ihrer Werbetexte 73
		7.7 Die optische Gestaltung Ihrer Werbetexte 78
		7.8 Ihr Hofprospekt 80
		7.9 Marketing-Mix 82
		<b>8 Internet-Werbung</b> 83
		8.1 Gestalten Sie Ihren Internetauftritt 83
		8.2 Erstellen einer Website 84
		8.3 Eintrag in Suchmaschinen 85
		8.4 Kundenpflege 85

<b>9</b>	<b>PR und CI</b>	<b>86</b>		
14.6	Keine Angst vor Reklamationen	116		
14.7	Unberechtigte Beschwerden	116		
<b>10</b>	<b>Projektmanagement</b>	<b>87</b>		
10.1	Die einzelnen Schritte im Projektmanagement	87	<b>15</b>	<b>Aktive Marktforschung</b>
10.2	Die Projektplanung	87	15.1	Die Marktanalyse
10.3	Wichtige Punkte bei der Planung	88	15.2	Zielgruppen definieren
10.3.1	Projektbeispiel Hofladen	90	15.3	Neue Märkte erschließen
			15.4	Ihr Marktanteil
			15.5	Der Marktlage anpassen
			15.6	Die Produkt-Lebens-Kurve
<b>11</b>	<b>Kunden im Hofladen</b>	<b>92</b>	15.7	SWOT-Analyse: Jeder Hofladen ist individuell
11.1	Prioritäten beim Einkaufen	92	15.7.1	Ihre Stärken
11.2	Stammkunden und Laufkunden	93	15.8	Wettbewerbsanalyse
11.3	Kaufmentalität von Stadt- und Landmenschen	93	<b>16</b>	<b>Preisbildung und Preisgestaltung</b>
11.4	Das heutige Kaufverhalten	94	<b>17</b>	<b>Imagebildung</b>
11.5	Starke Kundenbindung im Hofladen	94	17.1	Selbstbild und Fremdbild
11.6	Käufertypen	95	17.2	Das Image Ihres Hofladens
11.7	Menschentypen	96	17.3	Image und alte Denkstrukturen
11.8	Die Kinder der Kunden	97	<b>18</b>	<b>Gewerbeschau und Messe</b>
<b>12</b>	<b>Das Verkaufsgespräch</b>	<b>99</b>	18.1	Einflussfaktoren auf den Messeerfolg
12.1	Die Stärken eines guten Verkäufers	100	18.2	Die Vorteile eines Messeauftritts
12.2	Erfolg durch Kundenbeziehung	101	18.3	Vorbereitende Überlegungen
12.3	Verkaufsargumente	102	18.4	Ihr Name ist Ihr Erkennungszeichen
12.4	Gewinner und Verlierer beim Verkauf	103	18.5	Wählen Sie einen kernigen Werbeslogan
12.5	Tonfall und Mimik beim Sprechen	104	18.6	Der Messestand
12.6	Gezielt Fragen stellen	104	18.6.1	Die Wahl des geeigneten Messestandes
<b>13</b>	<b>Kundenbindung</b>	<b>107</b>	18.6.2	Grundgrößen für die Standbauten
13.1	Service	107	18.6.3	Die Standwände
13.2	Kompetenz	107	18.6.4	Originelle Standausstattung
13.3	Beziehungsmanagement	108	18.6.5	Licht und Farben
<b>14</b>	<b>Beschwerden</b>	<b>112</b>	18.6.6	Die Gestaltung der Informationstafeln
14.1	Die Chance der Reklamation	112		140
14.2	Das Beschwerdegespräch	112		
14.3	Beschwerde oder Nörgelei?	114		
14.4	Reaktionen unzufriedener Kunden	114		
14.5	Enttäuschte Kunden zufriedenstellen	116		

<b>19</b>	<b>Veranstaltungen</b>	<b>141</b>			
19.1	Tag der offenen Tür	141	21.3	Preisangabenverordnung (PAngV)	161
19.2	Halloween	141	21.4	Gesetz über das Inverkehrbringen und die Bereitstellung von Messgeräten auf dem Markt, ihre Verwendung und Eichung sowie über Fertigpackungen (MessEG)	167
19.3	Aktionen an besonderen Tagen	141	21.5	Los-Kennzeichnungs-Verordnung (LKV)	170
19.4	Einladungen	143	21.6	Verordnung über Anforderungen an die Hygiene beim Herstellen, Behandeln und Inverkehrbringen von Lebensmitteln (LMHV)	171
19.5	Veranstaltungen bewerben	143	21.7	Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)	174
<b>20</b>	<b>Präsentationen</b>	<b>146</b>	21.8	Gewerbeordnung (GewO)	179
20.1	Der Zweck der Präsentation	146			
20.2	Vorbereiten einer Präsentation	146			
20.3	Der Ablauf einer Präsentation	148			
20.4	Hilfsmittel für die Präsentation	150			
20.5	Überzeugend präsentieren will gelernt sein	151			
<b>21</b>	<b>Rechtliches</b>	<b>155</b>			
21.1	Verordnung über die Kennzeichnung von Lebensmitteln (LMKV)	155			
21.2	Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB)	158			
				<b>Serviceteil</b>	<b>183</b>
				Literatur	183
				Bildquellen	184
				Sachregister	185