

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort 7

## 1 Wir eröffnen einen Hofladen! 9

- 1.1 Umdenken im Absatz 9
- 1.2 Die Aufgaben der Direktvermarktung 10
- 1.3 Kunden fordern Frische 12
- 1.4 Persönlicher Kundenkontakt fördert den Umsatz 13

## 2 Der erste Schritt zum Hofladen – die Planung 14

- 2.1 Langfristige, mittelfristige und kurzfristige Planung 14
- 2.2 Gründung, Bestand und Wachstum des Hofladens 15
- 2.3 Ziele formulieren und Chancen erkennen 16
- 2.4 Der Geschäftsplan 16
- 2.5 Standortanalyse 22
- 2.6 Strategieplanung 23
- 2.7 Erreichte Ziele – verdiente Belohnung 25

## 3 Innovationen im Hofladen 26

- 3.1 Methoden zur Ideenfindung 27
- 3.2 Kritische Faktoren bei der Umsetzung 28
- 3.3 Markenschutz beim Patentamt 28

## 4 Hofladenaufbau 32

- 4.1 Zonenverkauf und zonenfreier Verkauf 32
- 4.2 Einteilung des Verkaufsraumes 34
- 4.3 Platzierung der Waren im Laden 36
- 4.4 Platzierung der Waren in den Regalen 39

4.5 Grundsätzliche Tipps zur Anordnung der Waren 40

4.6 Produktanordnung 41

4.7 Gefahrenquellen im Hofladen 41

## 5 Verkaufsfördernde Einrichtung und Dekoration 44

- 5.1 Einrichtungsstile 44
- 5.2 Dekoration 47
- 5.3 Beleuchtung 49

## 6 Ihre Hofladenprodukte 50

- 6.1 Das Sortiment 50
- 6.2 Die Zusammenstellung des Sortiments 57
- 6.3 Erweiterung der Produktpalette 58
- 6.4 Trendprodukte 61
- 6.5 Serviceleistungen 65
- 6.6 Geschenkkörbe 65
- 6.7 Verkaufsaktive und verkaufsbereite Ware 66

## 7 Werbung 67

- 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

## 8 Internet-Werbung 83

- 8.1 Gestalten Sie Ihren Internetauftritt 83
- 8.2 Erstellen einer Website 84
- 8.3 Eintrag in Suchmaschinen 85
- 8.4 Kundenpflege 85

## **9 PR und CI 86**

## **10 Projektmanagement 87**

- 10.1 Die einzelnen Schritte im Projektmanagement 87
- 10.2 Die Projektplanung 87
- 10.3 Wichtige Punkte bei der Planung 88
- 10.3.1 Projektbeispiel Hofladen 90

## **11 Kunden im Hofladen 92**

- 11.1 Prioritäten beim Einkaufen 92
- 11.2 Stammkunden und Laufkunden 93
- 11.3 Kaufmentalität von Stadt- und Landmenschen 93
- 11.4 Das heutige Kaufverhalten 94
- 11.5 Starke Kundenbindung im Hofladen 94
- 11.6 Käufertypen 95
- 11.7 Menschentypen 96
- 11.8 Die Kinder der Kunden 97

## **12 Das Verkaufsgespräch 99**

- 12.1 Die Stärken eines guten Verkäufers 100
- 12.2 Erfolg durch Kundenbeziehung 101
- 12.3 Verkaufsargumente 102
- 12.4 Gewinner und Verlierer beim Verkauf 103
- 12.5 Tonfall und Mimik beim Sprechen 104
- 12.6 Gezielt Fragen stellen 104

## **13 Kundenbindung 107**

- 13.1 Service 107
- 13.2 Kompetenz 107
- 13.3 Beziehungsmanagement 108

## **14 Beschwerden 112**

- 14.1 Die Chance der Reklamation 112
- 14.2 Das Beschwerdegespräch 112
- 14.3 Beschwerde oder Nörgelei? 114
- 14.4 Reaktionen unzufriedener Kunden 114
- 14.5 Enttäuschte Kunden zufriedenstellen 116

- 14.6 Keine Angst vor Reklamationen 116

- 14.7 Unberechtigte Beschwerden 116

## **15 Aktive Marktforschung 117**

- 15.1 Die Marktanalyse 117
- 15.2 Zielgruppen definieren 118
- 15.3 Neue Märkte erschließen 122
- 15.4 Ihr Marktanteil 122
- 15.5 Der Marktlage anpassen 122
- 15.6 Die Produkt-Lebens-Kurve 123
- 15.7 SWOT-Analyse: Jeder Hofladen ist individuell 125
- 15.7.1 Ihre Stärken 125
- 15.8 Wettbewerbsanalyse 129

## **16 Preisbildung und Preisgestaltung 130**

## **17 Imagebildung 131**

- 17.1 Selbstbild und Fremdbild 131
- 17.2 Das Image Ihres Hofladens 132
- 17.3 Image und alte Denkstrukturen 132

## **18 Gewerbeschau und Messe 133**

- 18.1 Einflussfaktoren auf den Messeerfolg 133
- 18.2 Die Vorteile eines Messeauftritts 133
- 18.3 Vorbereitende Überlegungen 134
- 18.4 Ihr Name ist Ihr Erkennungszeichen 135
- 18.5 Wählen Sie einen kernigen Werbeslogan 135
- 18.6 Der Messestand 135
- 18.6.1 Die Wahl des geeigneten Messestandes 135
- 18.6.2 Grundgrößen für die Standbauten 138
- 18.6.3 Die Standwände 138
- 18.6.4 Originelle Standausstattung 138
- 18.6.5 Licht und Farben 140
- 18.6.6 Die Gestaltung der Informationstafeln 140

## **19 Veranstaltungen 141**

- 19.1 Tag der offenen Tür 141
- 19.2 Halloween 141
- 19.3 Aktionen an besonderen Tagen 141
- 19.4 Einladungen 143
- 19.5 Veranstaltungen bewerben 143

## **20 Präsentationen 146**

- 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

## **21 Rechtliches 155**

- 21.1 Verordnung über die Kennzeichnung von Lebensmitteln (LMKV) 155
- 21.2 Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch (LFGB) 158

- 21.3 Preisangabenverordnung (PAngV) 161

- 21.4 Gesetz über das Inverkehrbringen und die Bereitstellung von Messgeräten auf dem Markt, ihre Verwendung und Eichung sowie über Fertigpackungen (MessEG) 167

- 21.5 Los-Kennzeichnungs-Verordnung (LKV) 170

- 21.6 Verordnung über Anforderungen an die Hygiene beim Herstellen, Behandeln und Inverkehrbringen von Lebensmitteln (LMHV) 171

- 21.7 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) 174

- 21.8 Gewerbeordnung (GewO) 179

## **Serviceteil 183**

- Literatur 183
- Bildquellen 184
- Sachregister 185