

Beraten, betreuen und begeistern

Hofladen / Ein attraktives Angebot und ein guter Kundenkontakt sind wichtige Erfolgsfaktoren in der Direktvermarktung.

GOSSAU ■ Yvonne Bertschinger, eidg. dipl. Kauffrau für den Detailhandel aus Winterthur ZH, hat «ein grosses Herz» für Hofläden. Mit ihren Kursen will sie einen Mosaikstein zu deren Erfolg beitragen. An Pachtungen für Bäuerinnen und Bauern wie sie Silvia Hohl vom Landwirtschaftlichen Zentrum St. Gallen und Mathias Roth vom BBZ Arenenberg im Januar organisierten, wird die ganze Detailhandelslandschaft mit einbezogen.

Bertschinger erachtet es als grosses Problem, dass heute den Kunden überall suggeriert wird, dass sie für Lebensmittel zu viel bezahlen: «Die Mehrheit der Konsumenten ist preisbewusst.» Gemäss Marktanalysen weiss man zudem, dass 80 Prozent der Konsumenten ihre Kaufentscheidung spontan vor Ort fällen.

Auf Kundinnen und Kunden zugehen

Die Fachfrau ist überzeugt, dass gerade in der Warenpräsentation noch ungenutztes Potenzial vorhanden ist und optimiert werden könnte. Das beginne mit einladender und vorschriftsgemässer Gestaltung der Etiketten. Aktionen sind klar zu kennzeichnen, eventuell kann mit Regalstoppern darauf hingewiesen werden. Geordnete, vor allem auf Augenhöhe präsentierte Produktgruppen, eine klare Deklaration der Produkte und allgemeine Sauberkeit sind ein absolutes Muss.

Ein Hofladen verlangt nach einer Linie, darum empfiehlt es sich, ein straffes Sortiment zu führen, das nicht an einen Gemischtwarenladen erinnert. Jedoch ist es von grossem Vorteil, wenn sich der Kunde bereits im Hofladen mit möglichst vielen Produkten für seinen täglichen Bedarf eindecken kann.

Und, was Bertschinger in der Praxis gelegentlich bemängelt: Die Zufahrt zum Hofladen muss klar beschildert sein und genügend signalisierte Parkplätze aufweisen.

Wichtig in der Direktvermarktung sind Ehrlichkeit und Echtheit. Dazu nennt Bertschinger das Beispiel Birnenweggen: «Wenn Sie keine einheimischen Früchte für die Füllung verwenden, muss das deklariert werden. Seien Sie absolut ehrlich, es zahlt sich aus. Wenn ein negatives Beispiel die Runde macht, schädigt dies nachhaltig den guten Ruf aller Direktvermarkter, die sich bemühen, unverwechselbare Produkte zu erzeugen und zu vermarkten.»

Der Grundstein erfolgreichen Verkaufs ist Freundlichkeit gegenüber dem Kunden. Dazu Bertschinger: «Suchen Sie den Kontakt zum Kunden. Es wirkt verkaufsschädigend, wenn ein Kunde neben dem Hofladen auf Personen trifft, die nicht einmal grüssen.»

Im Verkauf empfiehlt sich angemessene Kleidung: Bedienen in der Alltagskleidung widerspricht den Hygienevorstellungen des Kunden. «Eine Bluse und mindestens eine Sommierschürze sind angemessen.»

Konkurrenz auch aus den eigenen Reihen

Bertschinger empfiehlt Direktvermarktern nach Möglichkeit auch gemeinsame Marktauftritte und Aktivitäten durchzuführen. Ein Beispiel dafür könnte zweimal pro Jahr eine Publi-reportage über eine halbe

Zeitungssseite in der lokalen Presse sein. Darin können sich einige Höfe mit ihren Produkten ab Hof vorstellen. Wichtig in diesem Zusammenhang ist die Angabe von Öffnungszeiten. «Nichts vertreibt potenzielle Kunden eher als nicht angegebene oder nicht eingehaltene Öffnungszeiten.»

Trotz der harten Konkurrenz, die den Hofläden letztlich auch aus den eigenen Reihen erwächst, sieht Bertschinger Chancen für Direktvermarkter: «Natürlich ist nicht auszuschliessen, dass eines Ihrer innovativen Produkte von der Idee her noch von jemand anderem aufgegriffen und früher oder später im Regal des Grossverteilers zu entdecken ist. Wenn es die Kapazität und die Infrastruktur für die Produktion zulassen, könnte es eventuell sogar Ihr Produkt sein. Grossverteilern setzen vermehrt auf regionale Erzeugnisse. Im Gegensatz zur industriellen Verarbeitung sind Hofladenprodukte einzigartig.»

Erfolge «beflügeln», aber der Umgang mit Rückschlägen oder Zurückweisungen durch Kunden wollen auch gelernt sein. Nur wer klar auftritt, nicht an sich selbst zweifelt, verkauft gut. Dazu Bertschinger: «Seien Sie stolz auf Ihre Produkte, geben Sie sich dazwischen auch einmal mit Erreichtem zufrieden.»

Isabelle Schwander

Das Angebot präsentieren

Angebot

- Grundsoriment mit Produkten des täglichen Bedarfs.
- Zusatzsortiment mit veredelten oder artverwandten Produkten des Grundsoriments. Regt den Kaufreiz an und rundet das Angebot ab.

Präsentation

- Praktisch eingerichteter, sauberer Verkaufsraum mit angenehmer Atmosphäre.

- Produkte gruppieren und auf Augenhöhe präsentieren.
- Mit wechselnder Dekoration Stimmungen erzeugen.

Kundenkontakt

- Erfolgreich wird nur sein, wer eine gute Beziehung zum Kunden pflegt.
- Verkaufen heisst beraten, betreuen, dienen, empfehlen, erzählen, überzeugen, bestätigen, begeistern, motivieren. is



Die Zufahrt zum Hofladen muss deutlich beschildert sein. Einladend wirkt daneben auch eine Angebots-tafel. (Bild Esther Zimmermann)