

Spargel & Erdbeer Profi

G 48878

Neues Tunnelsystem



Saisoneröffnung 2014



UMSATZSTEIGERUNG DURCH OPTIMALE WARENPRÄSENTATION



Passende Dekorationselemente können den gefühlten Wert eines Produktes anheben Fotos: Bruderermann

im Laden selbständig orientieren können. Ausnahmen bestätigen die Regel: Es gibt Gartencenter, die auf eine selbsterklärende Ordnung verzichten, dafür jedem Kunden einen Berater zur Seite stellen, der ihn durchs gesamte Sortiment bis zur Kasse begleitet. Ob sinnvolle Ordnung und/oder persönliche Beratung: Ziel ist immer ein Einkauf, mit dem sowohl Kunde als auch Verkäufer zufrieden sind.

Der Verkauf im Hofladen soll ein wesentlicher Bestandteil des Betriebsgewinnes sein. Die Gestaltung des Verkaufsraumes hat einen wesentlichen Einfluss auf vieles:

- Welche Stimmung entsteht - bei Kunde und Verkaufspersonal gleichermaßen?
- Welche Kunden kommen und finden sie alles, was sie suchen?
- Die Erfahrung zeigt: Im entsprechenden Ambiente sind Kunden bereit, für dasselbe Produkt einen höheren Preis zu bezahlen.

Im Folgenden wurden die wesentlichen Aspekte einer Ladengestaltung zusammengetragen.

Ordnung statt Gemütlichkeit

Viele Hofläden sind langsam zu dem geworden, was sie heute sind. Im Lauf der Jahre kommen neue Produkte und mehr Kunden

dazu. So baut man hier ein Regal dazu, erweitert dort die Theke, zieht mit dem ganzen Laden in einen größeren Raum...

„Es ist so gemütlich bei Euch!“, sagen Kunden oft zu diesen organisch gewachsenen Läden, doch das vermeintliche Kompliment ist ein zuverlässiger Hinweis, dass es Zeit ist für eine Umgestaltung. Gemütlich soll eine Straußwirtschaft sein oder ein Hofcafé - eine Ladeneinrichtung dagegen unscheinbar. „Ach, Sie haben ja auch Blumen? Die habe ich ja noch nie gesehen!“ Wenn Kunden die neuen Möbel übersehen, aber plötzlich das vollständige Sortiment wahrnehmen, dann war die Umgestaltung erfolgreich.

Ein gut gestalteter Hofladen lässt auf den ersten Blick erkennen und die Kunden merken, was er zu bieten hat und welches Klientel er mit seinem Sortiment ansprechen möchte. Eine sinnvolle Ordnung führt auf ansprechende Weise durchs ganze Sortiment. Kunden fühlen sich wohl, wenn sie sich

„Wo will ich hin?“

Kein Laden lässt sich neu einrichten ohne Klarheit über die eigenen Ziele und Möglichkeiten. Ein Hofladen, der von allem ein wenig hat und irgendwie jeden Verbrauchertypus ein bisschen anspricht, wird früher oder später an seine Grenzen stoßen. Es fordert Mut, den „Hofladen für alle“ fallenzulassen und sich bewusst auf eine Zielgruppe auszurichten - genau darin liegt eine Chance, über die (Umsatz)grenzen eines üblichen Hofladens hinauszuwachsen.

Es gibt die Hofläden, welche die Funktion eines Dorfladens übernommen haben; es gibt Läden mit erlesenem Sortiment aus der hofeigenen Produktion, die ein gehobenes

Publikum ansprechen; es gibt Spargelvermarkter, deren Hofladen nur während der Saison geöffnet haben. Welches Konzept ist für den eigenen Betrieb das passende? Eine Bestandsaufnahme im Betrieb, ein Erkennen der eigenen Vorlieben und eine Standortanalyse helfen, das Profil des eigenen Ladens zu schärfen oder ganz neu zu formulieren.

Konsequenz ist wichtig

Hat man sich entschieden, gut verdienende Stadtmenschen in den Hofladen zu locken, dann gilt es mit den Augen dieser Zielgruppe jeden Aspekt zu betrachten: Welche Produkte, welche Farben, welche Preise sind passend? Mitunter ist es angemessen, die Hofzufahrt zu teeren, damit Stadtautos und -schuhe sauber bleiben.

Tauchen häufig Preisdiskussionen auf, kann das auch an der Einrichtung liegen. Einzel-

ne Elemente wie abgenutzte Regale oder Pappkisten können ein Gefühl von billiger Massenware vermitteln, auch wenn Service und Gemüsetheke erstklassig sind.

Je höher das Preisniveau, desto mehr bieten sich Sortimentsbereiche an, in denen die Kunden ausschließlich bedient werden. Bedienung schafft einen Gegenpol zu anonymen Discountern. Sensible Produkte wie Spargel und Erdbeeren gewinnen an Qualität, unbekanntere Obstsorten oder originelle verarbeitete Produkte lassen sich leichter an Mann und Frau bringen.

Ein Hofladen mit klarer Struktur und klarer Aussage macht den freundlichen und kompetenten Umgang mit den Kunden keinesfalls überflüssig - aber um ein Vielfaches leichter: Mitarbeiter können selbständiger agieren. Als Betriebsleiter kann man mit Kunden über interessantere Dinge reden als z.B. darüber, warum der Spargel hier so

teuer ist oder der Kunde sich einen freien Nachmittag gönnen.

Der Gesamteindruck zählt: Produkte, Einrichtung und Menschen - alle Elemente sollen ein einheitliches Preis- und Qualitätsniveau vermitteln.

Baukastenprinzip schafft Flexibilität

Hilfreich für eine flexible Ladeneinrichtung ist ein Baukastenprogramm, in dem Regale und Theke aus optisch harmonisierenden Elementen zusammengesetzt sind. Diese lassen sich beliebig miteinander kombinieren; ein Regal kann leicht nach oben oder zur Seite vergrößert werden, Kühlelemente, Thekenaufsätze oder Vitrinen lassen sich nach Bedarf einbauen - ohne dass der optische Gesamteindruck leidet.

Das Umfeld jedes Hofladens ändert sich beständig und immer schneller. Der Bäcker im

*** Direktvermarktung *** Direktvermarktung *** Direktvermarktung ***

Das „Abo“
mit Anschluss

0228 - 52 00 65 31

Die
Service-Nummer
unserer
Fachzeitschrift

- ▲ Betriebsreportagen
- ▲ Fachartikel aus dem In- und Ausland
- ▲ Neueste Technik
- ▲ Direktvermarktung
- ▲ Praktiker im Gespräch
- ▲ Pflanzenschutz
- ▲ Anbauhinweise
- ▲ Seminare



WAAGEN Markenprodukte:
grammgenau,
robust, günstig

☎ 0 25 64 - 93 58 0
www.tell.de

T.E.L.L.[®]
STEUERUNGSSYSTEME

Schon entdeckt?
Gutes
aus unserer Bauernküche
für Ihren Hofladen

Wählen Sie aus

- ▶ 40 Sorten Fruchtaufstrich
- ▶ 20 Sorten süßer und saurer Spezialitäten
- ▶ 10 Sorten Saft und Likör
- ▶ Trockenfrüchten

Hof Wickemeyer, Dummerter Straße 7, 32361 Pr. Oldendorf-Holzhausen
Telefon 05742/3163, Fax 05742/920282

Bewußt mit
Lust genießen...

HANKE
LANDSCHLACHTEREI

Wir bieten aus eigener
Schlachtung und Herstellung

Schinken
luftgetrocknet o. über Buchenholz geräuchert

Hausgeschlachte Mettwurst
naturgereift

Hausmacher Dosenwurst
nach alter Rezeptur
**Oma's Gläserne Küche
und Wurstgläser**

unsere Spezialitäten
Filetschinken
regionale Wildspezialitäten

Unsere Tiere werden nur mit
Hof eigenen Futtermitteln aufgezogen
31039 Rheden Tel. 05182-947804

hausgemachte
SPEZIALITÄTEN "Gurken vom Feinsten!"
aus dem Münsterland

Delikatessen für Ihren Hofladen,
den Wochenmarkt und vieles mehr...

Fordern Sie jetzt unverbindlich unseren Prospekt an

Hofladen AUSTERMANN
Neuwarendorf 24 · 48231 Warendorf
Tel: 0 25 81 - 6 19 41 · Fax: 0 25 81 - 12 14 · www.hofladen-austermann.de



Neben dem Produkt wird das notwendige Werkzeug für dessen Zubereitung angeboten

Ort schließt oder mit einer neuen Hofkäserei bietet sich ein Warenaustausch an... es ist gut, wenn sich die Einrichtung mit wenigen Handgriffen und überschaubaren Investitionen auf immer wieder neue Gegebenheiten ausrichten lässt.

Besonders starke Veränderungen gibt es auf Spargelbetrieben: Hier wird der Hofladen oft nach der Saison entweder geschlossen oder mit einem grundlegend anderen Sortiment bestückt. Der Raum wird anderweitig genutzt oder die Spargeltheke zum Blumentisch umgestaltet. Die extreme Beanspruchung der Einrichtung, z.B. durch Wasser und Schmutz, fordert einen professionellen Ladenbau. Zusätzliche Inspirationen für derart variable Verkaufsräume findet man auch dort, wo schnelles Auf- und Abbauen genauso wichtig ist wie die Optik: bei Messeständen.

Das Baukastenprogramm lässt sich übrigens auch als mentale Übung praktizieren. Nicht jeder Hofladenbetreiber möchte in eine vollständig neue Einrichtung investieren. Die preiswertere Variante lautet: Die bestehende Einrichtung in einzelne Elemente sortieren, sich den Laden ganz leer denken und mit einem professionellen Planer neu überlegen: Was hat wo seinen sinnvollen Platz? Ein Sammelsurium verschiedener Regale aus unterschiedlichen Materialien lässt sich mit einheitlicher Farbgebung dazu bringen, eine einheitliche optische Sprache zu sprechen.

Konzentration aufs Wesentliche

Einräumen, Reinigen, Bedienen, Erklären - viele Arbeitsabläufe lassen sich durch einen durchdachten Laden deutlich verkürzen. So entstehen freie Kapazitäten. Kundengespräche können eine neue Qualität bekommen, der Betrieb kann beständig weiterent-

wickelt werden. Und nicht zuletzt bleibt mehr Raum zur persönlichen Regeneration. Der Markt ist enger und die Zeit schneller geworden. Nur wer sich professionelle Rahmenbedingungen schafft und diese mit Begeisterung ausfüllt, kann auch in Zukunft auf dem Markt bestehen.

Tipps zur Strukturierung des Sortiments

- Auf dem Weg vom Eingang durch den Laden zur Kasse geht der Kunde im ersten Drittel der Strecke zügig, im mittleren Teil verlangsamt er das Tempo, um im letzten Drittel wieder schneller zu werden. Produkte, die gut laufen, können daher im Anfangs- und Endbereich platziert werden. Neue oder exklusive Produkte werden vom Kunden im Mittelteil besonders gut wahrgenommen. Eine Tafel mit einem netten Spruch, ein Bild oder ein Hinweis aufs nächste Hoffest sind im Ein- und Ausgangsbereich wirkungsvoller als ein zusätzliches Produkt.
- Im Bereich von 1,20 - 1,60 m Regalhöhe liegt der aktive Griffbereich. Er sollte für Produkte reserviert sein, auf die man besonders aufmerksam machen möchte.
- Hat der Kunde die Produkte im Korb, die auf seinem Einkaufszettel stehen, geht er unmittelbar zur Kasse. Kernprodukte des Ladens und frische Artikel des täglichen Bedarfs sollten daher eher hinten im Laden platziert sein.
- Artikel, die thematisch zusammengehören, sind auch im Laden nebeneinander gut aufgehoben. Ein klassisches Beispiel ist das Essig- und Ölregal neben dem Obst- und Gemüsebereich. Eier lassen sich gut in Kombination mit veredelten Produkten präsentieren, z.B. mit Nudeln im Regal und Eierlikör in einer beleuchteten Vitrine.

- An langen Wandregalen geht der Kunde zu zügig vorbei. Hier dienen kurze Regalblöcke, die ins Ladeninnere hineinragen, als „Bremsklötze“, die den Kunden einladen, innezuhalten und das Sortiment wahrzunehmen.
- Beim Warten an der Kasse hat der Kunde Zeit, besondere Angebote auf der Kassentheke anzuschauen und mitzunehmen. Als Faustregel gilt: Je nach Thekengröße sind drei bis fünf verschiedene Produkte angemessen, die wöchentlich wechseln sollten.

Kreative Gestaltungstipps aus der Praxis

- Weißer Spargel und rote Erdbeeren kommen auf schwarzem Hintergrund besonders zur Geltung - schwarze Kisten oder Unterlagen lassen die Produkte edler erscheinen.
- Spargel mit leicht rötlich verfärbten Spitzen klingt mit „Rotkäppchen“ auf dem Etikett gleich viel sympathischer.
- kaltes weißes Licht lässt Spargel strahlen, warmes dagegen ist für Erdbeeren und Backwaren besser geeignet.
- Masse verkauft Masse: Wer Äpfel in Großkisten präsentiert, wird größere Mengen verkaufen - allerdings erwarten Kunden dann auch einen günstigeren Preis.
- Will man eine besondere Apfel- oder Erdbeersorte zu einem höheren Preis verkaufen, empfiehlt sich eine Präsentation in einer kleinen, dekorativen Kiste, evtl. auch vorgepackt in kleine Einheiten.
- Passende Dekorationselemente wie z.B. schwarze Schiefertafeln können den gefühlten Wert eines Produktes anheben - die Bereitschaft entsteht, einen höheren Preis zu bezahlen.
- Eine Kamera im Hühnerstall überträgt das dortige Treiben samt Ton auf einen Flachbildschirm im Hofladen - eine einfache, aber große Freude für große und kleine Kunden.
- Ein kleines Guckloch vom Hofladen in dahinter liegende Produktionsräume weckt Interesse, ist jedoch nur sinnvoll, wenn die Produktionsräume beleuchtet, sauber und aufgeräumt sind.
- Ein Luftschacht von der Backstube in den Hofladen sorgt für Wohlgerüche.
- Verändern beginnt mit Entrümpeln. Ein Hofladen kann unglaublich gewinnen, wenn man wenig oder gar nicht genutzte Elemente entsorgt.

Matthias Golze, Innenarchitekt und Berater für Ladeneinrichtung; Katja Brudermann, Agraringenieurin und freie Journalistin