

Erfolgreich Vermarkten

Imkermeister Christoph Koch

Der Markt

- Ist der Platz wo sich Angebot und Nachfrage treffen
- Unterliegt bestimmten Regeln
- Mitunter ist er Abgegrenzt
- durch Zugangsregel
- Angebot und Nachfrage regeln den Markt
- Angebot zu groß schlechter Absatz
- Angebot zu gering keine Absatzproblem

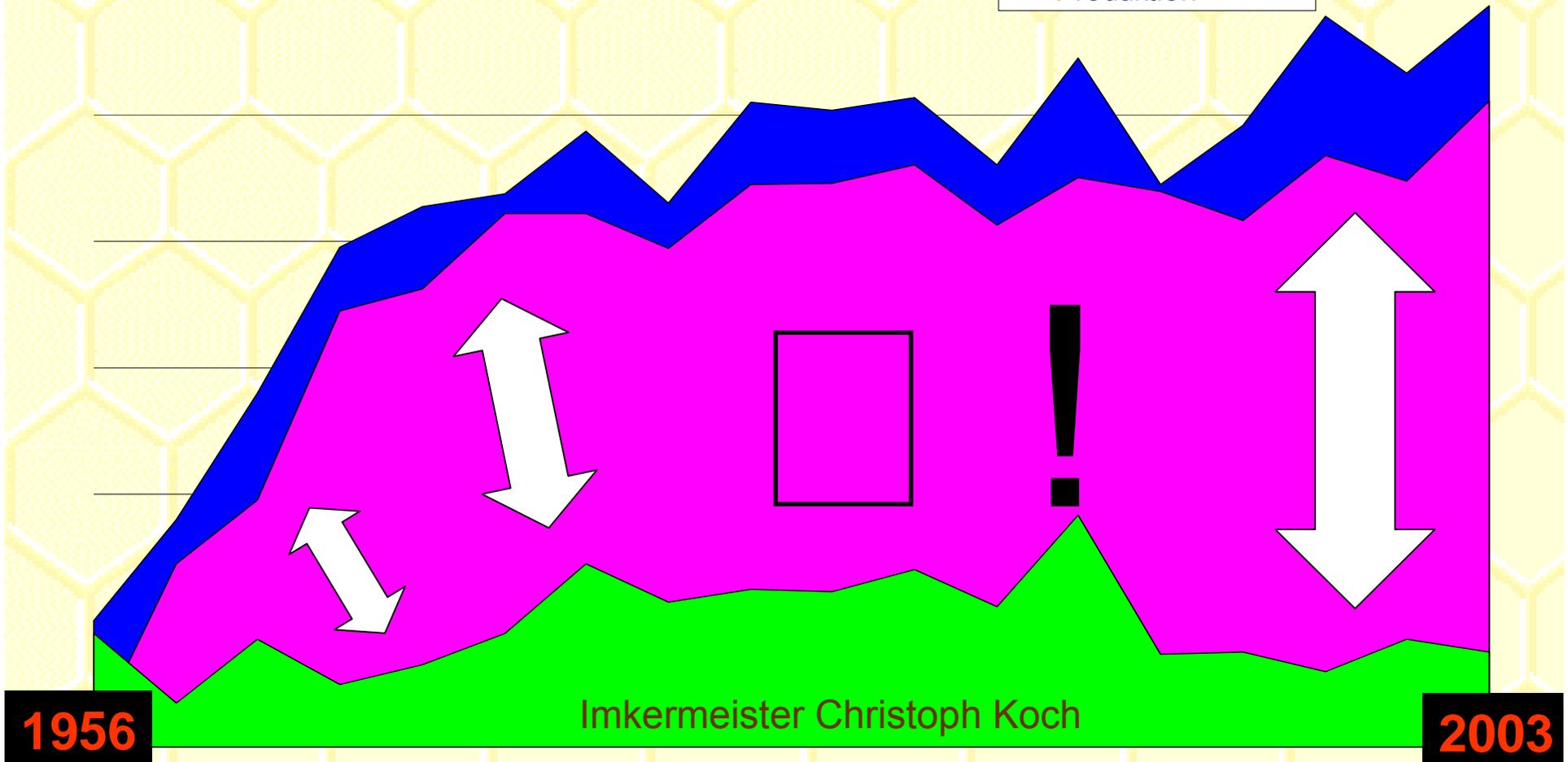
Honigmarkt

- ✓ Bei uns gibt es Honig aus aller Welt zu kaufen
- ✗ Ca. 80% der Honigs kommen nicht aus der EU!
- ✓ Wir haben also nur 20% des Marktes
- ✓ Das ist eine Chance!
- ✓ Vor allem in der Niesche
- ✓ Weltmarktpreis war aktuell bei ca. 3,- \$ / Kg
- ✗ Deutsche Großhandelspreise sind z. T. unter denen des Weltmarktes

Konsequenzen

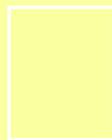
Honigmarkt

- Gesamtvolumen
- Import
- Produktion



Konsequenzen

- ↑ Selbstvermarktung ist „die“ große Lösung
- ↓ Ist sie das wirklich?
- ↑ Vermarktung über dritte
- ↑ Hofläden
- ↑ Bauernmärkte
- ↑ Partnerschaften von Imker zu Imker
- ↓ Oder man hört eben auf !



Selbstvermarktung

- Sie wird schon sehr lange propagiert
- Die Kuchen sind also im Grunde schon lange verteilt
- Wer heute einsteigen will, hat es nicht mehr so leicht
- Der Markt ist eigentlich Satt
- Übernahmen führen schneller zum Erfolg
- Im Gegensatz zu einem Neubeginn

Imkermeister Christoph Koch

Der Erfolgreiche Vermarkter

- ✓ Hat eine Vision eine Botschaft
- ✓ Er verkörpert diese Botschaft mit all seinem **HANDELN**
- ✓ Er hat „seine eigenständige Marke“
- ✓ Er hat ein Marketing Konzept
- ✓ Alles Handeln ist Langfristig angelegt
- ✓ Durchgehendes konsequentes Handeln
- ✓ Er hat eine große Preisdisziplin
- ✓ Er überprüft immer wieder seine Marktposition!
- ✓ Er kennt „seinen Markt“ genau !



- Honig hat eine Sonderstellung unter den Lebensmitteln
- Honig ist sehr lange haltbar
- Honig hat Tradition
- Honig hat einen großen Vertrauensbonus
- Honig gilt als etwas besonders Gesundes
- Honig ist Genuss
- Honig hat Geschmack!

Merke Nr. 2 !

- Wenn ich Honig verkaufe dann
- nehme ich am Markt teil und
- unterliege dann auch den
Gesetzen des Marktes
- das hat dann auch mit Hobby
nichts mehr zu tun !!!

Die ungeschriebenen Gesetze der Vermarktung

§ Unterscheide Konkurrenz vom Wettbewerb

Eine Ware billiger machen das kann jeder

§ Nicht kleckern – Klotzen ist angesagt

§ Die drei „L“

§ Der „das will ich auch“ Effekt

§ Du hast nie 100% Marktanteil

Sage nie deiner Konkurrenz was sie falsch macht

Imkermeister Christoph Koch

Strategien

- Ohne Strategie kein Erfolg
- Zielgruppe / im Auge behalten
- Die Wege / Kanäle der Vermarktung
- Aufmachung
- Präsentation / Stil / Methoden
- Sie dient zum Vermitteln der Botschaft
- Kundenbindung
- Botschaft auch visualisieren
- Persönliche Neigungen
- Suchen sie sich eine Nische

Imkermeister Christoph Koch

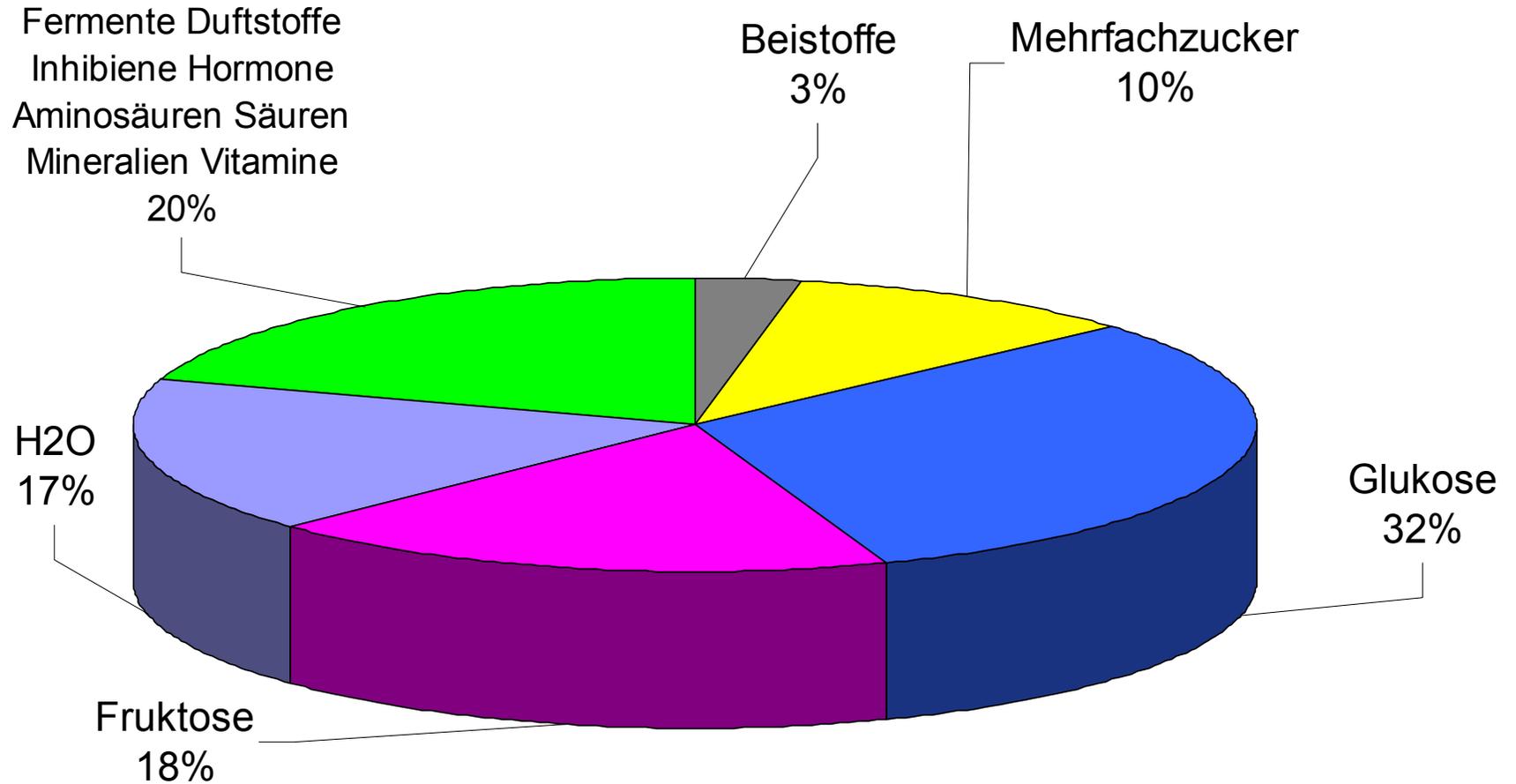
Die Marke

- ✓ Image Botschaft
- ✓ Vertrauen schaffen
- ✓ Hohe Qualitätsstandards
- ✓ Gleichbleibende Qualität
- ✓ Hervorheben / Abheben vom Rest
- ✓ Wiedererkennungseffekt
- ✓ Klar Unterscheidbar
- ✓ Überall gleicher Preis ?

Werbung

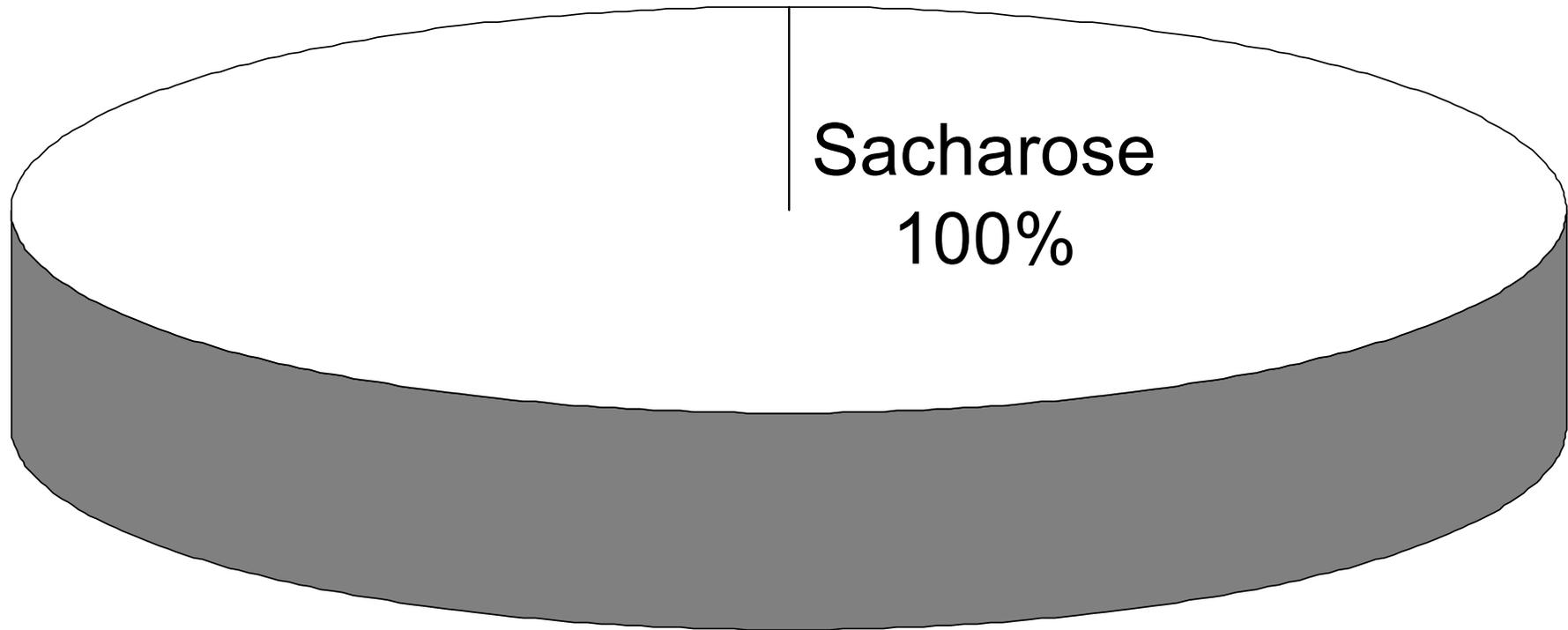
- Soll Information vermitteln
- Strategie wie, wann, wo, womit
- Was gehört alles in die Botschaft
- Sich in Erinnerung bringen
- Bedürfnisse wecken
- Geschäftsausdehnung
- Verdrängen der Konkurrenz
- Kompetenz vermitteln

die Inhaltsstoffe im Honig vom Imker



Imkermeister Christoph Koch

Haushaltszucker



Imkermeister Christoph Koch

Kunden Dialog

- ♥ Höflichkeit
- ♥ Blickkontakt
- ♥ Selbstsicheres Auftreten
- ♥ Aufbau (was will ich eigentlich sagen)
- ♥ Die Eingangsfrage
- ♥ Hemmungen abbauen
- ♥ Vertrautheit schaffen
- ♥ Kompetenz vermitteln
- ♥ Emotion
- ♥ Körpersprache

der Richtige Dialog

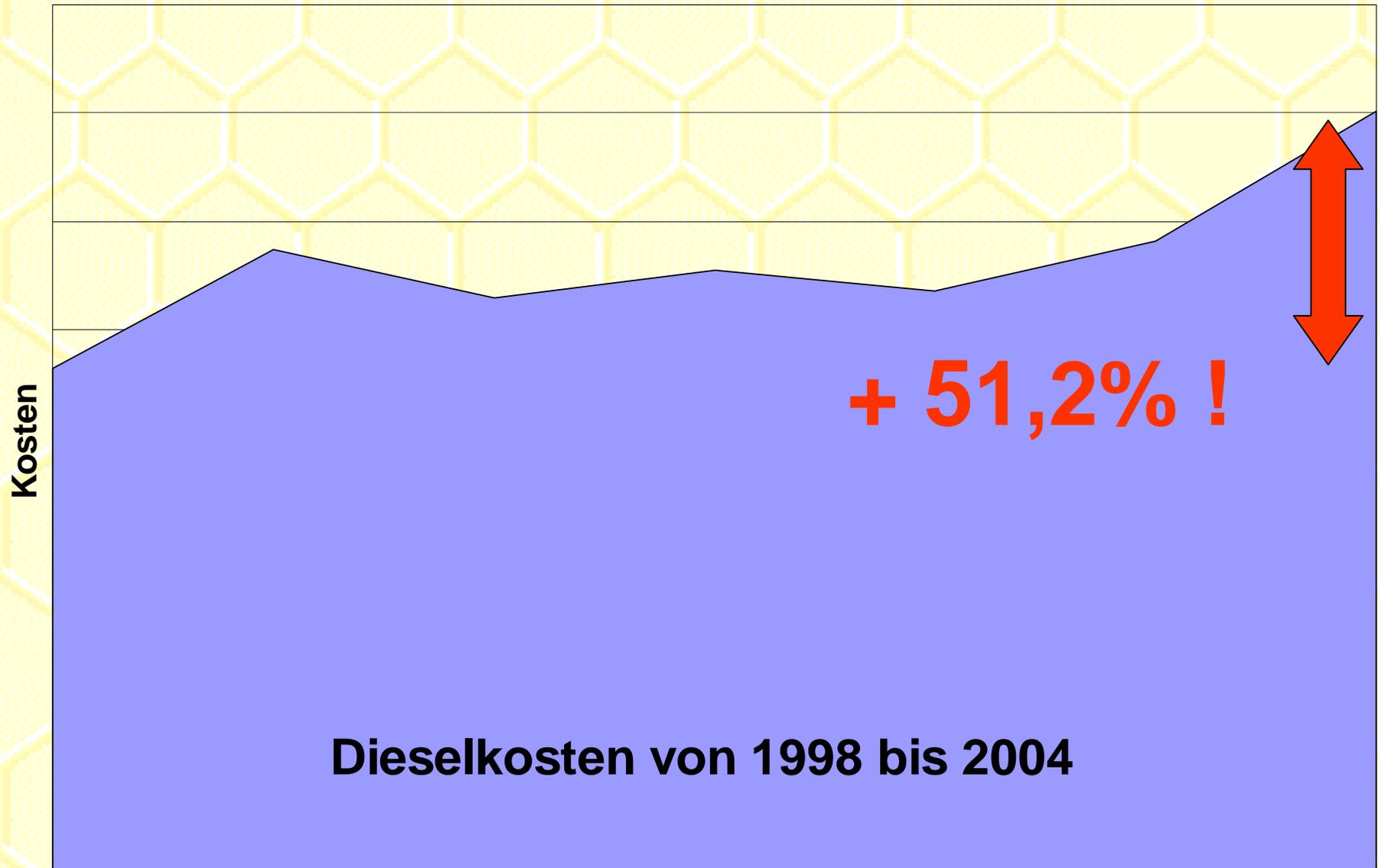
- Was sage ich, was nicht?
- Wie sieht man mich, versteht man mich?
- Was will ich erreichen
- Kundenbeziehung
- Fragestellungen
- Lassen sie sich nicht verunsichern
- „dort drüben ist der Honig aber viel billiger“

Imkermeister Christoph Koch

Der Preis

- ✓ Ist eine Anerkennung für eine Leistung
- ✓ Auch er hat eine Botschaft
- ✓ Position am Markt
- ✓ Konkurrenz sind die, die billiger sind
- ✓ Wettbewerb hat die gleichen Preise
- ✓ Ist er teurer, so sind sie zu billig
- ✓ Der Preis spielt nicht immer die erste Rolle

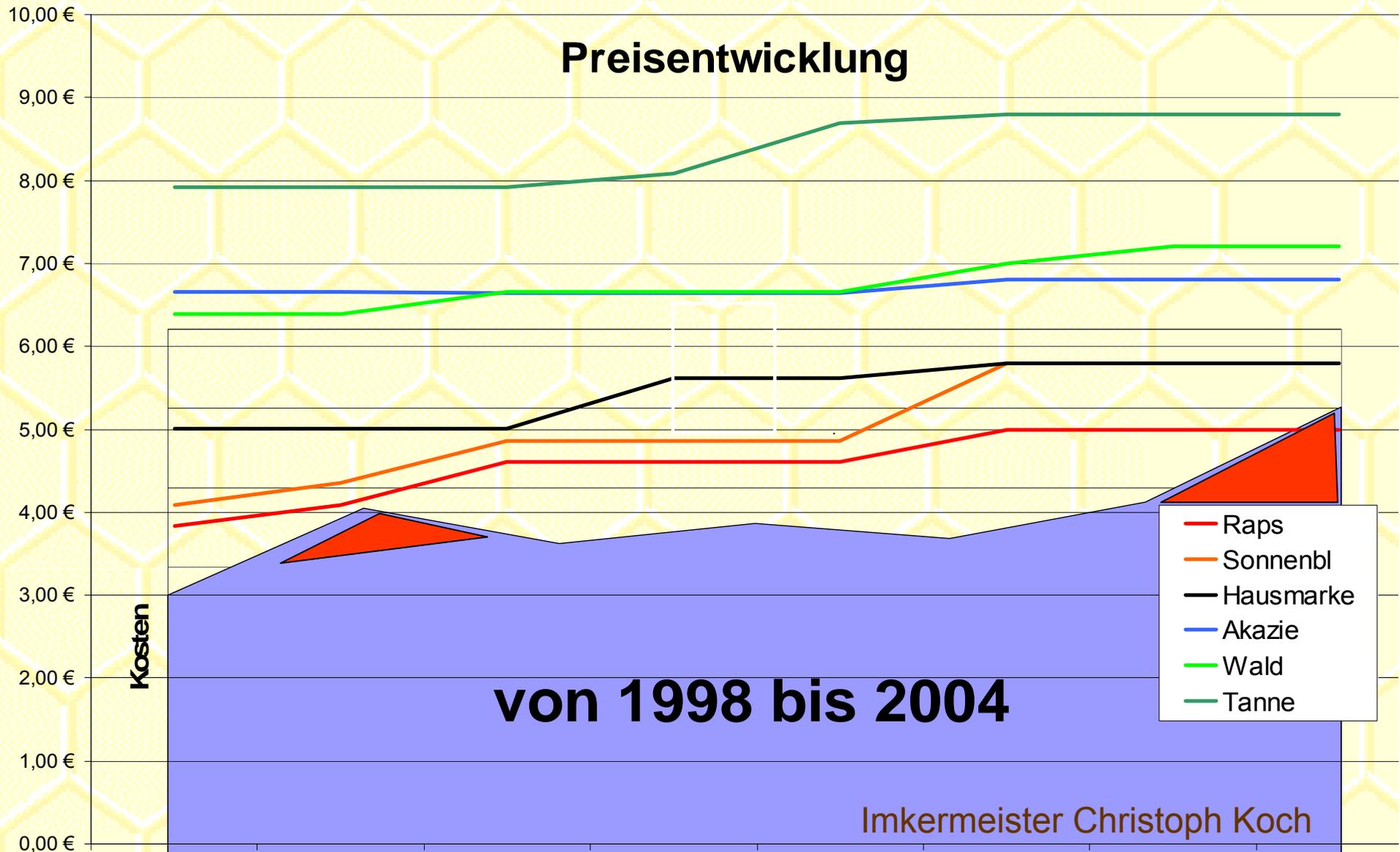
Problem Kosten



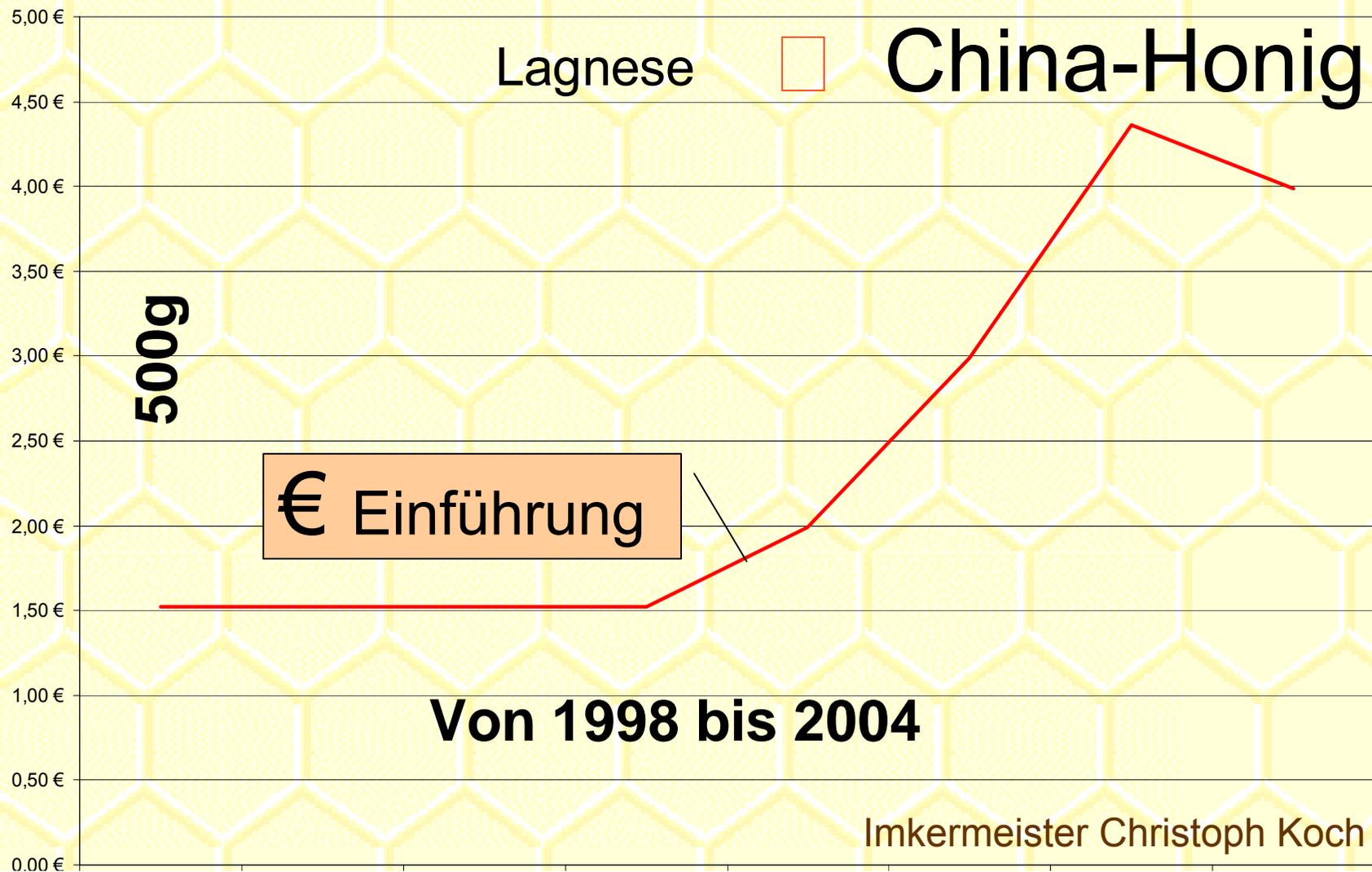
Dieselposten von 1998 bis 2004

Imkermeister Christoph Koch

Kalkulieren wir noch richtig?



Zum Vergleich



Probleme

- Niemand kann es sich auf Dauer Leisten am Markt vorbei zu Produzieren
- Wer jedoch seine Produkte unter dem Herstellungspreis verkauft, handelt sträflich
- ⤵ denn dann gibt es keine langfristigen Perspektiven mehr für alle am Markt beteiligten
- ⤵ der Nachwuchs fehlt
- ⤵ Mangelnde Solidarität

DIB Glas

- ✓ Ist eine Marke
- ✓ Einheitliches Erscheinungsbild
- ⬇ unterschiedlich Identitäten
- ⬇ unterschiedliche Ware
- ⬇ Wirklich einheitliche Qualitätsstandards?
- ⬇ Einheitliche Botschaft?
- ⬇ wenig / gar keine Werbung
- ⬇ Keine einheitliche Pfandregelung
- ⬇ Kein einheitlicher Preis

Problem DIB Glas



So nicht!

Die „ja aber“ Sätze

- ...bei mir geht das nicht!
- ...die „Großen“ ja die können das machen!
- ...die nehmen mir die Tracht weg!
- ...die lassen mich nicht rein!
- ...die versauen mir doch nur die Zucht!
- ...die verschleppen doch nur die AFB!
- ...der ist doch ein Händler!
- ...der hat doch keinen echten Honig!

Imker haben wenig Solidarität

- ↴ viele Imker sind Eigenbrödler
- ↴ oft wenig Zusammenhalt
- ↴ Was nach mir kommt ist mir egal
- ↴ für manche gilt „Hauptsache Umsatz“
- ↴ viele Imker kalkulieren nicht (richtig)!
- ↴ orientieren sich gar nicht oder nicht richtig in Bezug zum Wettbewerb!
- ↴ Futterneid ist unter Imkern sehr verbreitet
- ↴ Das Beispiel „Felix“

Imkermeister Christoph Koch

Nach guten Honigjahren

- Es ist viel Honig bei den Imkern
- Auch bei denen, welche sonst keinen haben
- Es wird viel Honig verschenkt
- Kunden lieben aus
- Die Imker bekommen Panik
- Sie senken die Preise
- Aber der Absatz stagniert weiter

Imkermeister Christoph Koch

Wir Imker haben Pflichten

- ↑ Verantwortung an der Natur
- ↑ Den jungen eine Chance geben
- ↑ Vermarktungsdisziplin
- ↑ Kein Honig verramschen
- ↑ Die Vision weiter geben
- ↑ Sich Fortbilden
- ↑ Kompetenz vermitteln
- ↑ Solidarität pflegen

Imkermeister Christoph Koch

Innere Überzeugung

- Körpersprache
- Selbstsicheres Auftreten
- Die drei „ich liebe“
- Zufriedenheit und Bescheidenheit
- Ich bin der größte?
- und nicht nach dem Motto
„Was nach mir kommt ist mir egal“

Imkermeister Christoph Koch

**Stellen sie den
Kunden immer
in den
Vordergrund**

Imkermeister Christoph Koch

**und der
Erfolg steht
auf ihrer Seite !**

Imkermeister Christoph Koch

**Ich bedanke
mich für ihre
Aufmerksamkeit !**

Imkermeister Christoph Koch

Deutscher Berufs- und Erwerbsimkerbund e.V.
Gegründet 1928



Sind sie schon Mitglied?

Imkermeister Christoph Koch