

Direktvermarktung – Von der Idee bis zum Produkt

| Wann | Was | Hilfsmittel |
|-----------------------------------|--|---|
| Vision | Überlegungen anstellen: Motivation - Unternehmergeist - Verfügbare Zeit? | |
| | Direktvermarktung in Familie diskutieren: Haben wir Ressourcen (personell, finanziell, zeitlich)? Stehen alle dahinter? | |
| | Haben wir Visionen? Interessen/ Talente? Was möchten wir unseren Kunden vermitteln? Authentische Produkte? | |
| Idee prüfen | Marktforschung & Zielgruppe definieren <ul style="list-style-type: none"> ➤ Potentielle Kundschaft definieren ➤ Kundenspezifische Produktpalette bestimmen | https://sandraholze.com/zielgruppe-definieren-wunschkunden-profil-arbeitsblatt/ |
| | Überlegung zur Beschaffung anstellen <ul style="list-style-type: none"> ➤ Welche Rohstoffe haben wir selbst? ➤ Wo kann ich andere Rohstoffe beschaffen? ➤ Wie sehen Zusammenarbeiten aus? ➤ Steht Infrastruktur zur Verfügung? | Doku Zusammenarbeit Liebegg Doku Verarbeitungsraum agridea www.ag.ch (diverse Merkblätter zum sicheren Umgang mit Lebensmitteln) |
| | Mögliche Absatzkanäle andenken <ul style="list-style-type: none"> ➤ Was liegt mir? ➤ Wie viel Zeit kann ich in die Vermarktung stecken? ➤ Welche Form der Direktvermarktung wähle ich? ➤ Potentielle Partner ansprechen (allenfalls zuerst Prototyp herstellen) | |
| Ziel | Ziel festlegen <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bei der Zielsetzung überlegen, welche Ressourcen stehen zur Verfügung, welche gesetzlichen Bestimmungen sind einzuhalten. ➤ Projektziel und Teilziele formulieren nach SMART | Doku gesetzliche Grundlagen agridea www.ag.ch Doku SMART Liebegg |
| Projektbeschrieb/ Businessplan | Für die Kommunikation an Dritte braucht es einen Projektbeschrieb bestehend aus: <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> Zusammenfassung <input checked="" type="checkbox"/> Ausführungen zu den Projektträgern <input checked="" type="checkbox"/> Ausgangslage, Stärken und Schwächen, Idee und Motivation <input checked="" type="checkbox"/> Ziel und Vorgaben <input checked="" type="checkbox"/> Anvisierte öffentliche Zielgruppe <input checked="" type="checkbox"/> Infrastruktur <input checked="" type="checkbox"/> Marketingkonzept <input checked="" type="checkbox"/> Finanzielles <input checked="" type="checkbox"/> Planung mit Etappen und Fristen | Unterlagen Projektmanagement Liebegg |

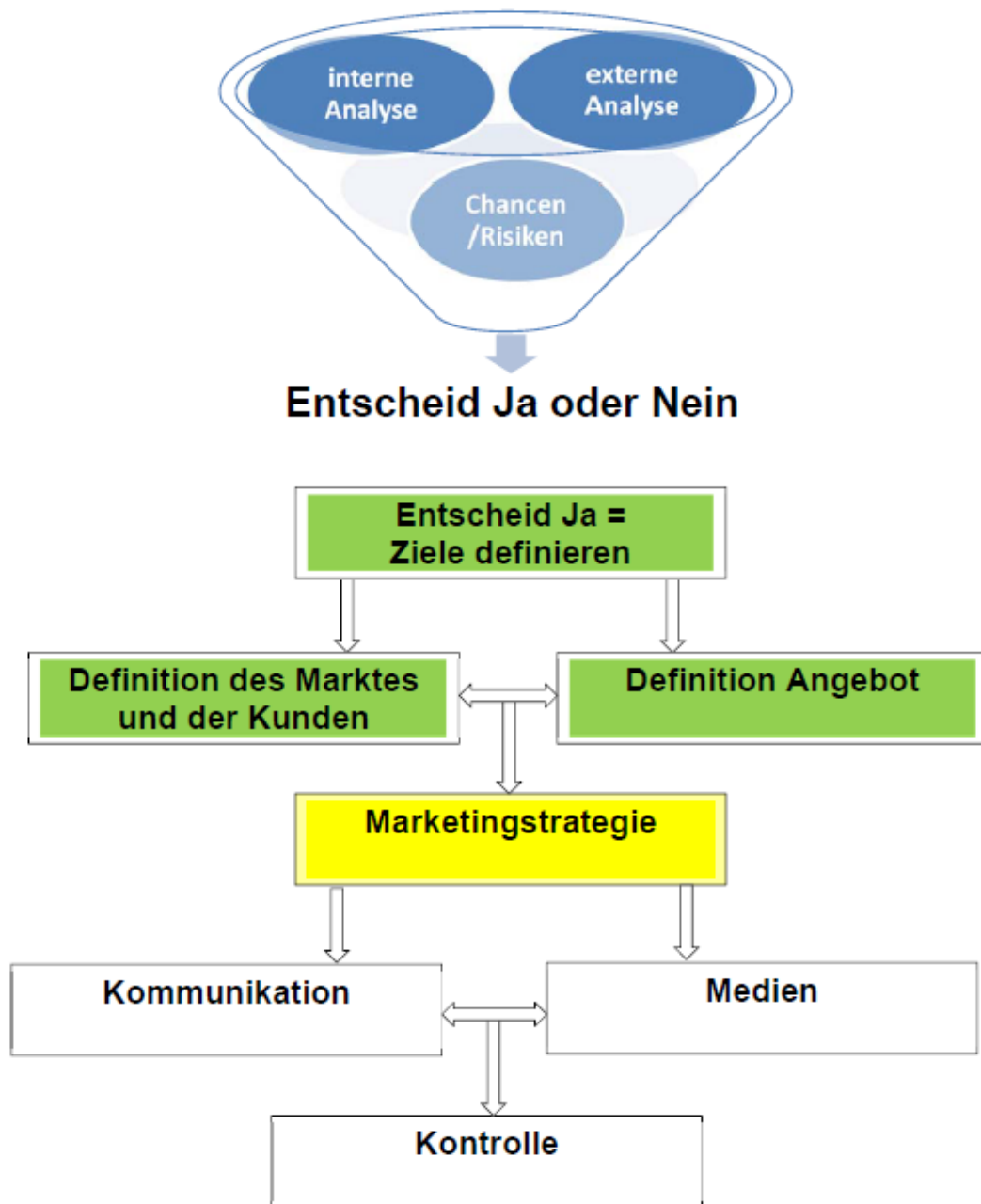
| | | |
|--|---|---|
| | <input checked="" type="checkbox"/> Beilagen Der Projektbeschrieb muss auch allfälligen Geldgebern vorgelegt werden. | |
| Vor der Produktion | Raumkonzept <ul style="list-style-type: none"> ➤ Steht Raum zur Verfügung? ➤ Produktpalette bestimmt Anforderung an den Verarbeitungsraum ➤ Was muss umgebaut werden? ➤ Wie muss der Lagerraum (Rohstoffe, Endprodukte) optimal gestaltet sein? Kühlzelle? ➤ Braucht es einen Verkaufsraum? ➤ Räume konkret planen Baubewilligungen falls nötig einholen – Frist einrechnen! Nicht zu kurzfristig eingeben. | www.ag.ch > Merkblätter für den sicheren Umgang mit Lebensmittel Beratung von Amt für Verbraucherschutz miteinbeziehen Handskizzen Besichtigung bestehender Verarbeitungs- und Verkaufsräume von anderen Betrieben Beratung Bauernverband / Landw. Zentrum |
| Baubewilligung bewilligt (falls notwendig) | Verarbeitungsraum einrichten/ bauen <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bezugsquellen für Geräte im Voraus abklären und Offerten einholen. ➤ Geeichte Waage kaufen ➤ Beim Eichamt anmelden | Doku Verarbeitungsraum agridea www.metas.ch Kantonales Eichamt |
| | Lagerraum einrichten <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ist die Trennung von rein und unrein gewährleistet? ➤ Ist die Anlieferung zeitsparend und ergonomisch möglich? | Handskizzen Besichtigung bestehender Lagerräume von anderen Betrieben |
| Umsetzung der Idee | Produkt kreieren <ul style="list-style-type: none"> ➤ ausprobieren, genaue Notizen machen ➤ Rezept erstellen inkl. Arbeitsanweisung ➤ Abläufe gut durchdenken: <ul style="list-style-type: none"> ○ Wie kann effizient hergestellt werden? ○ Ergonomische Grundsätze beachten ○ Gleichbleibende Qualität sicher stellen | Selbstkontrollkonzept www.ag.ch |
| | Anhand des Rezepts die Kennzeichnung der Produkte erstellen | Merkblatt 1-6 Kennzeichnung www.ag.ch |
| | Ideales Verpackungsmaterial suchen Preise, Handhabung & Qualität vergleichen | |
| | Logo (Mithilfe eines Grafikers) erstellen Etiketten kreieren Selber Drucken oder Druckerei suchen | Doku Etiketten Liebegg |
| | Wirtschaftlichkeit prüfen Verkaufspreise kalkulieren mit HW Haus oder Paracalc Verkaufspreise mit anderen Anbietern vergleichen Mit Richtpreisen (Bauernzeitung) vergleichen | Paracalc, HW Haus www.agridea.ch BFS Broschüre Kalkulation |
| | Lebensmittelbetrieb beim Kanton melden. | Bsp. www.ag.ch Beim zuständigen kantonalen Amt |
| | Selbstkontrollkonzept erstellen | www.ag.ch oder www.agrida.ch Checkliste BFS Selbstkontrolle |

| | | |
|---------------------------------|--|--|
| | Verkaufsraum einrichten Wie soll der Kunde gelenkt werden? <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wo beginnt der Einkauf, wo endet er? ➤ Welche Produkte verkaufe sich von selbst, welche muss ich fördern? ➤ Atmosphäre schaffen (Licht, Bilder, Gefässe, Musik) ➤ Wie nimmt der Kunde die LM mit? Säcke bedrucken lassen? ➤ Ist das Geschäft übersichtlich? ➤ Was trägt das Verkaufspersonal? ➤ Hygienevorschriften Verkauf beachten | |
| Start der Produktion | Familie und Mitarbeitende instruieren <ul style="list-style-type: none"> ➤ Was ist mir wichtig? ➤ Produkthygiene, persönliche Hygiene ➤ Wie soll gearbeitet werden? Einhaltung der Rezepturen ➤ Rolle jedes einzelnen klären. | Lebensmittelgesetzgebung |
| | Produktion im Verarbeitungsraum starten | |
| Endphase Vorbereitung | Kassensystem überlegen <ul style="list-style-type: none"> ➤ Offerten einholen ➤ Vor- und Nachteile abwägen ➤ Bargeldlose Zahlungssysteme vergleichen | |
| | Verkaufsraum mit Produkten bestücken | |
| Marketing/ Verkaufsförderung | Die eigenen Werte und Vorteile der eigenen Produkte herausarbeiten Eigene Märkte schaffen | |
| | Hofschilder erstellen | Baubewilligung prüfen |
| | Kundendatenbanken erstellen, Rabattsysteme entwickeln | |
| | Flyer, Visitenkarten, Website, Social Media kreieren | Postcard-Creator, Facebook, Twitter, Instagramm, Website, etc. |
| | Gespräche mit Beziehungsnetz – "von sich sprechen" | |
| | Verkaufssprache mit möglichen Kunden führen Schriftliche Vereinbarungen treffen | |
| Eröffnung | Eröffnen, 1. Verkaufstag Soll eine Berichtserstattung, Medienmitteilung erfolgen? | |
| etwas später | Öffentlichkeitsarbeit | |
| | Kontakt zu Medien pflegen | |
| laufend | Kontrolle: Wie geht es weiter? Wo müssen wir besser werden? Welche Produkte laufen gut/ weniger gut? Kundenfeedbacks gezielt einholen und verarbeiten Reklamationsmanagement aufbauen | |

Quelle: Manuela Isenschmid, Liebegg



Wie plane ich ein Projekt? – strategisches Vorgehen



Quelle Diagramm: www.landwirtschaft.sg.ch > Leitfaden Direktvermarktung