

Die Homepage als Herzstück

Analog und digital vernetzt in der Direktvermarktung: Darüber wurde informiert

Rottersdorf. (mb) Für Direktvermarkter wird es immer wichtiger, sich professionell im Internet zu präsentieren. In mehreren Vorträgen sind die Teilnehmer am zehnten niederbayerischen Direktvermarktertag in Rottersdorf auf den neuesten Stand zu den Möglichkeiten gebracht worden, die Online-Marketing und Online-Handel eröffnen, bringen. Organisiert worden war die Veranstaltung vom Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Deggendorf.

Nach der Begrüßung durch Monika Deubzer, Behördenleiterin des Amtes für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Landau, stellte Franz Nowotny von der Regierung von Niederbayern in seinem Grußwort das neue Sachgebiet Ernährung, Bildung und Diversifizierung vor. Mechthild Schmidhuber, Abteilungsleiterin am Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Deggendorf, führte in das Thema der Veranstaltung ein. „Marketing und Handel über das Internet werden zukünftig zunehmen. Es geht heute nicht mehr darum, ob man über Soziale Medien kommuniziert, sondern darum, wie man diese Medien nutzt.“



Peter Fürsicht

page das Herzstück des modernen Vertriebskanals und für die Präsentation ganz wichtig sei. Bei Social Media habe der Fanaufbau durch Interaktionen, Kommentare und Likes absolute Priorität.

Marktschwärmer-Konzept in Landau

Referentin Carolin Nuscheler von der Resi-Agentur empfahl den Direktvermarktern, sich zuerst intensiv mit dem eigenen Betrieb sowie der Zielgruppe auseinanderzusetzen. Wichtig sei es, so Nuscheler, eine Stoffsammlung zu erstellen und Schlüsselwörter festzulegen, bevor man an den Start geht. Die Referentin stellte die Online-Kanäle vor, die für Direktvermarktung relevant sind, und präsentierte gelungene Beispiele aus der Praxis. Sie wies nachdrücklich darauf hin, wie wichtig Vernetzung für den Be-



Carolin Nuscheler

Fotos: Bergbauer

triebserfolg ist. Das Konzept der Marktschwärmer stellten Sebastian Binder und Philipp Hreczuch vor. Diese Vermarktungsform kombiniert den persönlichen Kontakt von Erzeugern und Kunden mit der Bequemlichkeit des Internets. Verbraucher könnten vorher online ihre Lebensmittel bestellen, die dann der Direktvermarkter zum Treffpunkt liefert. Geplant sei es, das Konzept der Marktschwärmer in Landau umzusetzen.

Sebastian Deubelli, Fachanwalt für Medien- und Urheberrecht, informierte über die relevantesten Vorschriften beim Online-Handel sowie Marketing über Social Media. Er legte den Teilnehmern nahe, die Widerrufsbelehrung immer aktuell zu halten, und sicherzustellen, dass die Verbraucher diese im Bestellprozess erhalten und bestätigen. Musterbelehrungen könnten auf der Internetseite des Bundesministeri-

ums für Justiz und Verbraucherschutz heruntergeladen werden. Wichtig sei es auch, so Deubelli, bei Geschäften mit Verbrauchern Bruttopreise anzugeben und die Grundpreisangabe zu beachten. Näher ging der Fachmann auf das Urheberrechtsgesetz ein, das nicht nur bei Fotos, Filmen oder Grafiken, sondern auch bei Texten zu beachten sei.

Österreichs ersten Online-Bauernmarkt stellte Theresa Imre aus Wien, Geschäftsführerin von markta.at, vor. Zum Abschluss hob Organisatorin Mechthild Schmidhuber heraus, dass sich gerade junge Erwachsene wieder für die Themen Regionalität und Nachhaltigkeit interessieren. „Dabei bieten die neuen Medien beste Vernetzungsmöglichkeiten für neue und bestehende Kunden der Direktvermarkter.“

Mehr dazu unter www.idowa.plus



Über Interaktionen, Kommentare und Likes

Es steige nicht nur die Nachfrage nach regionalen Lebensmitteln, sondern auch das Bedürfnis von Verbrauchern, sich über die Lebensmittel und ihre Herkunft und Herstellung zu informieren. „Da bieten die digitalen Medien hervorragende Möglichkeiten“, so Schmidhuber. Was das Internet und Social Media für die Kundengewinnung leisten kann und was dabei zu beachten ist, stellte Referent Peter Fürsicht von der Agentur max2 consulting vor. Er betonte, dass die eigene Home-