



# Honig im Netz

Das Internet kann als zusätzlicher Vertriebsweg den Absatz steigern. Dazu sollten Sie neben den Gewohnheiten Ihrer Kunden auch die Möglichkeiten und Grenzen des Internets sowie rechtliche Fallstricke kennen.

**D**ie anfängliche Begeisterung für einen eigenen Onlineshop legt sich oft rasch, wenn auch nach Wochen keine Bestellung eingegangen ist. So verkümmern die meisten Internetshops schnell, trotz der als „grenzenlos“ beschriebenen Möglichkeiten des Internets. Die rationale Einschätzung des Marktes sowie die richtige Vorgehensweise bei der Erstellung des eigenen Shops sind entscheidend für den Erfolg.

## Passend für die Zielgruppe

Das Internet spricht nicht alle Kunden gleichermaßen an. Deshalb sind zuerst folgende Fragen zu klären: Wer kauft meinen Honig, und wie ticken meine Kunden? Nur wenn Sie dies wissen, können Sie beurteilen, ob und wie schnell sich ein eigener Shop im Internet erfolgreich entwickeln kann. Gruppieren Sie Ihre Kundschaft nach deren Lebensauffassung und Lebensumständen ein, und überlegen Sie, zu welchem der folgenden Leitbilder ein Großteil Ihrer potenziellen Kunden gehört.

■ **Traditioneller Mainstream:** Diese Menschen sind älter als 60 Jahre und in der kleinbürgerlichen Welt oder in der traditionellen Arbeiterkultur verwurzelt. Sie sparen nicht am Geld, wenn es um ihre Gesundheit geht.

■ **Traditionell Privilegierte:** Menschen dieser Gruppe haben eine humanistisch geprägte Pflichtenauffassung. Ihr Altersschwerpunkt liegt bei 60 Jahren. Wertvolles auf dem Frühstückstisch gehört zu ihrem Stil.

■ **Moderner Mainstream:** Hierzu zählen Menschen zwischen 20 und 60 Jahren, die über mittlere bis gehobene Bildungsabschlüsse und ein leicht überdurchschnittliches Einkommen

verfügen. Sie zeigen ein ausgeprägtes Preis-Leistungs-Denken, wobei der Preis Qualität signalisiert.

■ **Moderne Privilegierte:** Sie sind eine leistungsorientierte Gruppe mit hohem Einkommen im Alter von Anfang 20 bis Mitte 50. Lebensmittel dürfen für diese Kunden auch teuer sein.

Der durchschnittliche Internetnutzer ist männlich, jung und mit einem gehobenen Bildungsabschluss. Der typische Honigkäufer ist hingegen eher weiblich und im vorgerückten Alter, mit Interesse an wertvoller und gesunder Ernährung. Demnach investiert man mit einem eigenen Internetshop vor allem in die Zukunft, wenn die eigene Kundschaft den oben genannten traditionellen Leitbildern zuzuordnen ist. Dennoch stärkt man mit einem Onlineshop den Bekanntheitsgrad der eigenen Imkerei, die Marke und das Image, worüber schon seit jeher nicht nur Imkereiprodukte erfolgreich vermarktet werden. Zählen Ihre Kunden zu den beiden Gruppen der modernen Leitbilder, ist es in jedem Fall an der Zeit für einen eigenen Imkereishop im Internet!

Für den Aufbau des eigenen Internetshops stehen mehrere Wege zur Auswahl. Welchen man begeht, hängt von der eigenen Vermarktungsstrategie ab.

## Internetportale

Verkaufen Sie Ihren Honig vor allem über einen günstigeren Preis, und möchten Sie zudem erst einmal in den Onlinehandel hineinschnuppern? Dann bieten Ihnen Ebay oder andere Kleinanzeigenportale die passende Möglichkeit, Ihren Honig online zu verkaufen. Dabei ist es egal, wie gut Ihr Honig ist – einzig der Preis entscheidet über Erfolg



oder Misserfolg. Größere Chargen und Gebinde verkaufen sich zu einem günstigen Preis durchaus gut. Zudem stehen für die Realisierung dieses Verkaufsweges kaum Kosten ins Haus. Lediglich eventuell anfallende Plattformgebühren müssen beglichen werden. Sie orientieren sich meist mit einstelligen Prozentzahlen am Umsatz. Dafür profitiert man von einer vorhandenen Shop-Software mit fertigen Verkaufsabläufen und einem riesigen Käuferpotenzial.

## Internet-Plattformen

Steht die Qualität Ihres Honigs im Vordergrund, eignen sich am besten Shopping-Plattformen wie robin-green.de für Ihr Online-Engagement. Diese konzentrieren sich auf spezielle Themen, wie „Öko“, „Regionalität“ oder „Luxus“. Hier ist man zwar wieder ein Anbieter unter vielen, hat aber die Möglichkeit, seinen Honig entsprechend der eigenen Marketingstrategie der passenden Zielgruppe zu präsentieren. Dies ermöglicht es, die einzigartigen Werte Ihres Honigs zu unterstreichen und ihn zu einem besseren Preis







zu verkaufen. Ihre Kunden profitieren auch hier von einem etablierten Käuferschutz und einer sicheren zentralisierten Zahlungsabwicklung.

## Der eigene Onlineshop

Ein eigener Shop hat einige Vorteile. Hier sind Sie unabhängig von Gebühren und Geschäftsmodellen, die Ihnen anderswo diktiert werden. Nur der eigene Onlineshop lässt sich ohne eskalierende Kosten und Abhängigkeiten nach Belieben gestalten. Auch für den Markenaufbau und die Pflege der Kundenbeziehung ist ein eigener Shop letztlich unerlässlich.

Nicht jede Shop-Software, die ins Budget passt, oder jeder Shop-Baukasten eines Internet-Providers ist das richtige Mittel. Schnell stellt man nämlich fest, dass man damit alles nur in gewissen Grenzen an die eigenen Wünsche anpassen kann. Zudem können die monatlichen Mietkosten, gerade in der Startphase, schnell zur Belastung werden.

## Sieben Schritte zum erfolgreichen Internetshop

### Schritt 1: Das richtige Shopsystem

Wer einen Onlineshop mit wenigen Artikeln starten und später Schritt für Schritt ausbauen will, sollte mit einer Baukasten-Lösung loslegen, wie sie von Firmen wie 1&1, mittwald.de oder strato.de für rund fünf Euro monatlich angeboten wird. Sie erhalten damit eine einfach zu bedienende, vorgestaltete Shoplösung, die sich allerdings nur eingeschränkt, über verschiedene Designvorlagen, an die eigenen Bedürfnisse anpassen lässt. Für diejenigen, die sich mehr gestalterische Freiheit wünschen, bieten sich sogenannte E-Commerce-Lösungen der Standardsysteme an, wie Gambio, Magento, Opencart oder oscommerce. Preislich liegt man hier jedoch schnell im dreistelligen Bereich pro Monat.

### Schritt 2: Leichte Bedienung

Investieren Sie in ein Design, das zu Ihrer Imkerei passt. Stellen Sie sicher, dass für die Produktauswahl und das Bezahlen möglichst wenige Klicks vonnöten sind. Das Einkaufen sollte benutzerfreundlich von der Hand gehen.

### Schritt 3: Bezahlung und Versand

Sie sollten sich überlegen, welche Zahlungsmethoden für Ihre Kunden am benutzerfreundlichsten sind. Bewährt haben sich Überweisung, Bezahlung per Nachnahme und das Online-Zahlungssystem Paypal.

Aufgrund des dort vorhandenen Käuferschutzes bevorzugen viele Internetkunden Shops, die eine Zahlung über Paypal anbieten.

Da Honig ein relativ schweres Gut ist, bieten sich für den Versand vor allem Unternehmen wie Hermes an, die nicht nach Gewicht, sondern nach Größe des Pakets abrechnen.

### Schritt 4: Rechtliche Vorgaben beachten

Einen rechtlich nicht sauber eingerichteten Onlineshop zu betreiben kann im schlimmsten Fall zu einer Abmahnung führen. Dies kostet in der Regel eine drei- bis vierstellige Summe. Zwar gilt auch hier „wo kein Kläger, da kein Richter“, dennoch sollte man die Vorgaben des Gesetzgebers genau umsetzen.

### Schritt 5: Werbung

Machen Sie Ihren Shop bekannt! Dazu reicht es nicht aus, ihn bei Google anzumelden. Es gibt eine Reihe von Shopverzeichnissen zum Thema „Imkerei“ wie heimathonig.de oder – speziell für Bioprodukte – oekoportal.de. Dort sollten Sie sich anmelden. Schalten Sie zudem, beispielsweise bei Google, Anzeigenwerbung.

### Schritt 6: Online-Marketing

Nutzen Sie jede Möglichkeit der Kundenbindung. Veranstalten Sie Rabattaktionen, oder verteilen Sie Online-Gutscheine beim Honigverkauf auf dem Wochenmarkt. Ein Blog, in dem Sie Ihre Kunden auf Aktionen oder Neuigkeiten aufmerksam machen, hat sich oft bewährt. Suchbegriffe aus Blogs werden von Suchmaschinen bevorzugt gelistet. Treten Sie mit Ihren Kunden in Kontakt! Setzen Sie zudem auf die Verbreitung von Informationen durch soziale Medien wie Twitter und Facebook und durch allgemeine Food-Blogs.

### Schritt 7: Geduld

Vertrauen Sie Ihrem Konzept, auch wenn sich nicht gleich der gewünschte Erfolg einstellt. Allein bei den Suchmaschinen braucht es Monate, bis sich Veränderungen bemerkbar machen. Kunden, die Sie einmal mit Ihrem Honig begeistern konnten, werden immer wieder in Ihrem Onlineshop Honig bestellen.

## DER AUTOR

### Michael Oertel

arbeitete mehrere Jahre lang bei einem großen Internetunternehmen. Einen Großteil seines Honigs verkauft der Bioland-Imker über den eigenen Online-shop.



## So vermeiden sie rechtliche Fallstricke

**Preisangaben:** Angaben zu Umsatzsteuer und Versandkosten müssen direkt beim Produkt stehen. Hier hat sich die Formulierung „inkl. MwSt. zzgl. Versandkosten“ bewährt.

**Angaben zur Lieferzeit:** Als Onlineverkäufer müssen Sie Auskunft geben, wie lange es dauert, bis der bestellte Artikel geliefert wird. Die Angabe eines Zeitraums wie „Lieferzeit ca. drei bis fünf Tage“ reicht aus.

**Gestaltung des Warenkorbs:** Auf der Warenkorbseite müssen sowohl der Preis der gewählten Produkte als auch die anfallenden Versandkosten angegeben werden. Jeder einzelne Schritt bis zum Abschluss der Bestellung muss klar ersichtlich sein.

**Abfrage von Kundendaten:** Nur wenn Sie die Telefonnummer zwingend zur Bearbeitung einer Bestellung benötigen, dürfen Sie diese abfragen. Auch das Herkunftsland darf nur erfragt werden, wenn Sie dafür Versandkosten angegeben haben.

**Angeborene Zahlungsmittel:** Sie sind verpflichtet, mindestens ein Zahlungsmittel anzugeben, bei dem keine zusätzlichen Gebühren entstehen. Auf anfallende Gebühren müssen Sie hinweisen. Aufschläge für Zahlungsmittel dürfen nicht erhoben werden.

**Bestellbestätigung:** Eine Bestellung muss unverzüglich auf elektronischem Weg bestätigt werden. Die meisten Shops schicken dazu eine E-Mail.

**Angaben zum Widerrufsrecht und zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB):** Im Bestellprozess muss deutlich auf das Widerrufsrecht und die AGB hingewiesen werden. Die Widerrufsbelehrung muss dem Kunden schriftlich zugehen. Nutzen Sie dafür die Bestellbestätigung per E-Mail.

**Die „Button-Lösung“:** Aufgrund von Problemen mit Abzockerfirmen wurde in Deutschland die sogenannte Button-Lösung eingeführt. Demnach muss der Verbraucher klar erkennen, dass mit der Bestellung eine Zahlungsverpflichtung einhergeht. Verwenden Sie beim Bestell-Button den Hinweis „zahlungspflichtig bestellen“ oder „kostenpflichtig bestellen“. Die Beschriftung „Bestellung abschließen“ ist nicht zulässig und könnte zu einer Abmahnung führen.