

Kleininserate im Regionalblatt. Alle zwei Jahre organisieren sie ein Hoffest. «Um mit dem Hofladen erfolgreich zu sein, muss man die Kunden gerne haben. Gleichzeitig muss man sich aber auch einmal abgrenzen können. So haben wir mit dem Dienstagmorgen und dem Freitagnachmittag klare Öffnungszeiten.» An den restlichen Tagen haben Kunden die Möglichkeit, im kleineren Selbstbedienungsladen ein eingeschränktes Sortiment an Waren zu beziehen. Und wenn Brunners in die Ferien fahren, wird dies im Kundenbrief angekündigt und mit einem Zettel bei der Kasse vermerkt. Dies werde in der Regel sehr gut akzeptiert.

Lage des Hofladens ist sehr wichtig

Neueinsteigern empfiehlt Brigit Brunner, zuerst klein anzufangen und das Kundensegment etwas abzutasten. Für einen Hofladen sei eine gute

Lage von grosser Bedeutung. Wenn der Betrieb zu abgelegen sei, sei es möglicherweise besser, auf den Markt zu fahren. Wichtig sei auch, die ganze Familie einzubeziehen. Man müsse die Sache durchziehen und daran denken: «Das Ganze wächst und wächst und wird nicht kleiner.» So bringen auch Brunners immer wieder kleinere Veränderungen am Laden an. Grundsätzlich habe dabei nur das Bestand, was über längere Zeit praktisch und einfach sei, meint Brigit Brunner. Und das Ganze stehe und falle mit der Motivation. Dass diese bei Brunners vorhanden ist, erkennt man daran, wie schön das Gemüse angeordnet ist. Und an den Dekorationen, die Fenster und Türen schmücken. Und an Fotos von ihren Tieren, die im Laden aufgehängt sind. Dazu Brigit Brunner: «Man muss immer auch mit einem Auge schauen, das von aussen kommt.» |Annik Steiner



Pferde gehören ebenfalls zum Hof von Brigit und Gert Brunner und sind insbesondere für Kinder Anziehungspunkte.



NACHGEFRAGT BEI...

Thomas Tobler,
Betriebsökonom HWV und
Detailhandelsberater,
Bremgarten BE.

Athmosphäre schaffen ist ein wichtiger Aspekt, wenn es darum geht, der Kundschaft das Gefühl zu geben, dass sie willkommen ist. Was aber heisst Atmosphäre schaffen, und wie macht man das?

Thomas Tobler: Zum Beispiel indem man dafür sorgt, dass der gesamte Auftritt des Hofladens – inklusive eines Hinweisschilds am Strassenrand! – augenfällig, interessant, aktuell und einla-

dend wirkt. Man sollte mit allen Mitteln zum Ladenbesuch animieren. Wie im Beispiel des Hofladens der Familie Brunner kann schon ein einfacher Sitzplatz genügen, um einladend zu wirken. Hilfreich sind auch Dekorationen oder hübsch arrangierte, alte Gerätschaften. Denn der erste Eindruck ist massgebend.

Wie wichtig ist es, Abwechslung zu schaffen?

Thomas Tobler: Sehr nützlich ist,

den eigenen Hof einmal durch die «Brille» der Gäste zu betrachten. Dabei wird man staunen, was es da alles auf dem Hof zu entdecken und zu erleben gibt. Daraus lassen sich einige Ideen entwickeln, die wenig kosten und wenig zeitaufwändig sind. Denn man sollte nie vergessen, dass eine der wichtigsten Unterscheidungsmerkmale zum Grossverteiler der eigene Hof eine Erlebniswelt ist!

Wann ist Vorsicht mit der Abwechslung geboten?

Thomas Tobler: Richtigerweise braucht es auch eine Kontinuität im Angebot. Die Kundschaft sollte nicht mit sich laufend ändernden Botschaften und Auftritten verwirrt werden. Nur die auf eigene und wirkliche Stärken aus-

gerichtete Kontinuität in der Kundenansprache schafft Profil und senkt sogar Kosten.

Der Hofladen als Ort, wo man gerne hingehet. Wie lernt man das?

Thomas Tobler: Es ist der Wille, sich zur Destination zu entwickeln. Die Tourismusbranche macht es uns vor: Eine Destination ist ein Ort, wo man gern hingehet und von dem man gerne spricht. Ein Hofladen hat grundsätzlich das Potenzial, zu einer erlebnisreichen Destination zu werden. Da hilft auch die vielleicht entscheidendste Frage, um den Wert des eigenen Hofladens zu erkennen: Was würde in unserer Umgebung denn fehlen, wenn es unseren Hofladen nicht (mehr) gäbe? |gre