

# Probieren geht über studieren

Ihr neues Produkt punktet mit einem tollen Geschmack – sonst bräuchten Sie es ja nicht auf den Markt zu bringen. Zu den wichtigsten Marketingmaßnahmen zählt daher die Verkostung. Bloß wie genau macht man das? Tipps aus der Praxis.

Nach einer klassischen Methode des Zusatzverkaufs hält die Verkäuferin Verkostungsteller hinter der Theke parat, um dem Kunden im geeigneten Moment eine Kostprobe persönlich anzubieten. Zumindest für die Einführung neuer Produkte hält Verkaufsexpertin **Melanie Mischke** davon aber nichts. „Dem einen Kunden wird der Teller gereicht; wer dahinter in der Schlange steht, bekommt nichts“, ist ihre Kritik. Besser findet sie ordentlich bestückte Verkostungsglocken. „Hier kann jeder Kunde ohne Kaufzusammenhang frei zugreifen“, lobt die Beraterin. Ein daneben platzierter Aufsteller informiert über die Neuheit. Dummerweise macht Corona diesen Weg derzeit unmöglich. Auch und gerade in dieser Zeit kann man jedoch mit Probiertüten arbeiten, an die ein kleiner Flyer getackert werden kann. Ein Vorteil dieser Methode ist auch, dass sie als kleines Präsent nach dem Einkauf zur Kundenbindung beiträgt. „Gehen Sie auch einmal raus aus der Filiale, um dort etwas zu verteilen“, schlägt Mischke vor.

Der Königsweg bei der Einführung eines neuen Premiumproduktes sei es jedoch, im oder vor dem Laden einen Verkostungstisch (oder -theke) aufzubauen. Hier kann eine Verkäuferin – oder noch besser: der Bäckermeister persönlich – seinen



Foto: Bäckerei Bubner

Für ihre neue Kräuterheu-Kruste hatte die Bäckerei Bubner eine aktive Brotverkostung mittels Bauchladen oder an Stehtischen durchgeführt.

Kunden das neue Produkt anbieten und darüber informieren. Auch Kostproben für zuhause sollten zur Verfügung stehen. Der Verkostungstisch sollte großzügig mit mundfertigen Probiertüten sowie den kompletten Produkten ausgestattet sein. Ist ein Buffetmodul vorhanden, kann dieses (unbemannt) für die Verkostung genutzt werden. „Im Moment ist dies allerdings ein Graubereich“, weist die Verkaufsberaterin auf Corona-Regelungen hin.

## Wesentliche Werbemittel

Um die Aufmerksamkeit der Kunden auf das neue Produkt zu lenken, steht eine Vielzahl von Werbemitteln zur Verfügung. Wie viel Sie davon einsetzen, hängt von Ihrem Budget ab – aber auch davon, wie wichtig Ihnen das Neuprodukt für Umsatz und Image ist. Plakate oder Banner wird man in den meisten

Fällen nutzen. Ein schönes Werbemedium ist die Brötchentüte. „Mit auffälligem Aufdruck sorgt sie für viele Blickkontakte“, erklärt **Cathrin Wohlfarth** vom Verpackungsanbieter **Bagman**. Für die Gestaltung bietet sich meist eine Nahaufnahme des Produktes an. Ein kurzer Text gehört auch dazu: „Wichtig ist es, die Qualitätsmerkmale auf den Punkt zu bringen“, so Wohlfarth. Wer mit Deckenhängern arbeitet, kann sie dem neuen Produkt widmen, und wer noch mehr tun will, lässt sich Buttons oder T-Shirts für die Verkäuferinnen bedrucken. Denn auf sie fällt der Blick des Kunden garantiert und ein extra Outfit betont, wie wichtig das neue Markenprodukt ist. Eigens beklebte Firmenfahrzeuge tragen die Botschaft nach außen. Viele Spezialitäten glänzen mit außer-

gewöhnlichen Zutaten und oft lässt sich auch über deren Herkunft und die Produktionsverfahren eine interessante Geschichte erzählen. Dies können Sie auf einem Flyer oder mit einer kleinen Broschüre tun, die sie eine Zeitlang jedem Kunden mitgeben – und vielleicht sogar an alle Haushalte verteilen.

„Postwurfsendungen oder Beilagen sind teuer“, weiß Verkaufsexpertin Melanie Mischke. Auch wandern sie bei vielen Empfängern direkt in den Papierkorb. Ein ungewöhnliches Format und wertige Gestaltung können dem entgegenwirken. Und noch ein Tipp: Legen Sie die Flyer bei Kooperationspartnern aus. Also in Läden, Arztpraxen oder beim Friseur. Das kostet Sie gar nichts und Sie können neue Kunden gewinnen.

Eigene Tüte für Markenprodukte: Diese hier unterstreicht die Unverwechselbarkeit durch ungewöhnliche Gestaltung.



Foto: Bagman



# ODE AN DIE Gaumenfreude

Mit einer Vielfalt aus alten Getreidesorten

250 JAHRE  
Beethoven

