

Existenz sichern – Kunden binden

Die Designerin und Werbefachfrau Christa Hammer über ihr Internetportal „fleischerprint.de“

München (me) – In Marketingfragen kennt sie sich aus: Christa Hammer (36) berät mit ihrer Agentur „HammerDesign & Partner“ vor allem Kleinstbetriebe und Mittelständler. Von ihrer langjährigen Erfahrung können nun besonders die Metzgereien profitieren: Die Diplom-Designerin aus Aichach hat das neue Internetportal fleischerprint.de entwickelt und gestaltet, mit dem sich über den Computer Angebotsblätter selbst erstellen lassen (siehe Infokasten).

Der Metzgermeister: Wie wurde die Idee zu fleischerprint.de geboren?

Hammer: Unter meinen Kunden sind einige Metzgereien. Bei deren Beratung kam immer wieder die Frage auf, ob ich auch ihre Werbeblätter gestalten könnte. Doch erfahrungsgemäß bleibt im wirklich vollgepackten Arbeitsalltag der Metzgerleute kaum noch Zeit, sich darum zu kümmern. Klar war mir deshalb: Es muss ein neues Verfahren her, das schnell, unkompliziert und günstig ist. Mit fleischerprint.de ist uns das gelungen: Bin ich mir klar, was ich an Inhalten haben möchte, ist die Werbung mit unserem modularen System in einer Viertelstunde am Computer selbst erstellt.

Der Metzgermeister: Das hört sich einfach an. Hat das ganze nicht doch einen Haken?

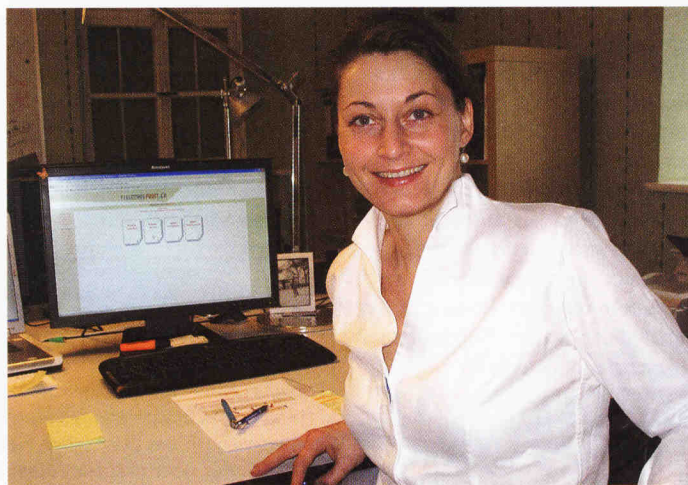
Hammer: Keineswegs. Transparenz ist einer der wichtigsten Grundsätze von fleischerprint.de: Bei uns gibt es weder versteckte Kosten, noch Vertragsbindungen oder andere Zwänge. Wir wollten einfach eine Plattform schaffen, bei der die Metzger selbst entscheiden können, wann sie fleischerprint.de nutzen. Jeder kann das gesamte Angebot unserer umfangreichen Bilderdatenbank nutzen. Ich weiß, dass einige Fleischer nach schlechten Erfahrungen Angst haben, mit Marketing-

Angeboten über den Tisch gezogen zu werden.

Der Metzgermeister: Wie vermitteln Sie, dass Werbung mit fleischerprint.de das Richtige ist?

Hammer: Die Metzger sollten verstehen, dass es heute nicht mehr nur darum geht, schnell ein

Marketing ist dann das letzte Glied der Kette. Für mich gehört dazu auch ein einheitliches Erscheinungsbild in Farbe und Schrift, also ein CI (Corporate Identity), sowie ein eigenes Logo. Als Erkennungssymbol sollte es überall zu sehen sein, von der Visitenkarte und dem Hausflyer



Christa Hammer: „Das einmal gewonnene Vertrauensverhältnis des Kunden sollte man ständig pflegen.“ Foto: pr

Angebot rauszuhauen. Mit fleischerprint.de-Werbeblättern haben sie vielmehr die Möglichkeit, sich und ihr Unternehmen dem Kunden ganz persönlich zu präsentieren – mit ihren Spezialitäten und ihrem Anspruch an Qualität. Der Kunde heute ist kritisch, besonders bei Lebensmitteln. Mit den Angebotsblättern gewährt man ihm einen Einblick in den Betrieb: Wo kommt das Fleisch her, wie wird es verarbeitet und wer bedient mich im Laden. Damit schaffe ich Vertrauen und der Kunde hat das Gefühl: „Dieser Metzger kümmert sich wirklich um mich – weil er mir etwas richtig Gutes anbietet.“ Das bindet.

Der Metzgermeister: Kann ich also mit fleischerprint.de mein gesamtes Marketing abdecken?

Hammer: Ein Unternehmen, das erfolgreich sein will, braucht als Grundstock gute Produkte. Wir von fleischerprint.de bieten deshalb auch Beratungen für die Bereiche Produktion und Verkauf sowie Betriebswirtschaft

net und schafft Vertrauen und Sicherheit.

Der Metzgermeister: Was können dazu noch die Angebotsblätter von fleischerprint.de bewirken?

Hammer: Das einmal gewonnene Vertrauensverhältnis des Kunden sollte man ständig pflegen. Mit dem Angebotsblatt nehme ich persönlich Kontakt auf, komme ins Gespräch und beim nächsten Einkauf stecke ich das nächste Exemplar gleich mit in die Tüte. Der Fleischer hält seinen Kunden durch die vielseitig einsetzbaren Werbeflächen unserer Vorlagen kontinuierlich auf dem Laufenden: Ihm wird die neue Mitarbeiterin vorgestellt, er erfährt, dass Produkte besonders ausgezeichnet wurden oder er erhält ein saisonales Rezept. Ist der Wochenplan mit den Mittagsgerichten der „Heißen Theke“ aufgedruckt, kann ich mir das Blatt zudem an die Pinwand hängen und sehe täglich, was es Feines gibt. Das würde mir auch gefallen: Als berufstätige Mutter zweier Kinder schätze ich es, wenn ohne großen Aufwand eine vollwertige Mahlzeit auf dem Tisch steht. ●

fleischerprint.de – Einfach, für mich!

Existenzsicherung durch Kundenbindung

München (pr) – Ob Angebote für Schweineschnitzel, Leberkäse oder Weißwurst – in 15 Minuten, so die Eigenwerbung, lassen sich mit fleischerprint.de einfach Werbeblätter erstellen. Das neue Internetportal mit Firmensitz im bayerischen Aichach richtet sich an Metzgereien, die auf diese Weise günstig und schnell ihre eigenen Werbeblätter produzieren wollen. So lassen sich Kunden binden und die Existenz dauerhaft sichern. Einzige Voraussetzung: Ein Computer mit Internetzugang.

Aktuell: Je nach Jahreszeit lassen sich thematisch von professionellen Designern gestaltete Vorlagen für Vorder- und Rückseite auswählen, etwa zu Fasching oder Ostern.

Individuell: Die einzelnen Flächen der Vorlagen können mittels Modulsystem individuell bestückt werden. Die Datenbank von „fleischerprint.de“ wird ständig erweitert und umfasst derzeit bereits über 200 Fleisch- und Wurstprodukte.

Persönlich: Zudem gibt es die Möglichkeit, neben dem Firmenlogo auch eigene Texte und Bilder in die vorgegebenen Felder einzugeben.

Flexibel: Nur wer drucken lassen will, muss sich registrieren. Eine Abnahmepflicht oder feste monatliche Beiträge gibt es nicht.

Service: Die gestaltete Vorlage wird geprüft und nach vier bis fünf Tagen per Post zugesandt.

Internet: www.fleischerprint.de