



**bluis**<sup>®</sup>

**Unternehmertrainings  
für mehr Gewinn und Lebensqualität**



Andreas  
Hermes  
Akademie

In Kooperation mit



Bestes vom Bauern  
CMA

---

---

---

---

---

---

---

---



**bluis**<sup>®</sup>

○ ○ ●

## Vom Landwirt zum Dienstleister

- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -

Referent: Gerd Matthes

Agrar Betriebswirt, Selbständiger Trainer für Marketing und Vertrieb bei der  
Andreas Hermes Akademie und der CMA



Andreas  
Hermes  
Akademie

In Kooperation mit



Bestes vom Bauern  
CMA

---

---

---


---

---

---

---

---



**bluis**<sup>®</sup>

○ ○ ●

## Vom Landwirt zum Dienstleister


- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -

Fragen zum Thema:

Was ist eigentlich der Unterschied zwischen Produkten  
und Dienstleistungen?


Warum sind Dienstleistungen in aller Munde?

Was muss der Landwirt wissen wenn er  
Dienstleistungen anbieten will?



Andreas  
Hermes  
Akademie

In Kooperation mit



Bestes vom Bauern  
CMA

---

---

---

---

---

---

---

---

## Vom Landwirt zum Dienstleister

- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -

**Eigenschaften von Produkten :**

- o **Reine Produkte sind materiell.**
- o Man kann sie **vor dem Kauf** begutachten, testen, messen, bewerten etc.
- o Sie **wechseln den Besitzer.**
- o Sind nach der Produktion **unabhängig vom Hersteller.**
- o Sie bewegen sich meist in einem gewissen **Qualitätsrahmen.**
- o Sie sind **lagerfähig.**

**Eigenschaften von Dienstleistungen**

- o **Reine Dienstleistungen sind immateriell.**
- o **Sind immer mit Prozessen verknüpft.**
- o Man kann sie weder schmecken, riechen, hören bewerten oder fühlen **bevor man sie erwirbt.**
- o Um eine Dienstleistung zu erhalten muss sich der Dienstleistungsnachfrager selbst – oder ein **Objekt** aus seinem Besitz – in den Dienstleistungsprozess **einbringen.** (Integrativität)
- o **Jede Person** die eine Dienstleistung erbringt ist **Teil der Dienstleistung.** (Integrativität)
- o Dienstleistungen unterliegen (z.T. hohen) **Qualitätsschwankungen**, die davon abhängen wer sie wann, wo und an wem erbringt.
- o Dienstleistungen können **nicht auf Vorrat** produziert und gelagert werden.
- o Dienstleistungen unterliegen dem „Callgirl Effekt“. Der Dienstleister kann seine DL - wenn sie erbracht ist - **nicht** wieder zurückerholen.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Vom Landwirt zum Dienstleister

- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -

**Mischformen von Produkt & Dienstleistungen**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Vom Landwirt zum Dienstleister

- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -

**Erstes Fazit:**

Auf Grund der besonderen Eigenschaften von Dienstleistungen gegenüber von Produkten, muss der Landwirt der Dienstleistungen erbringt auch diese Eigenschaften in allen seinen Vermarktungsaktivitäten berücksichtigen!

(Alles andere kommt dem Versuch gleich in einem Kühlschrank ein Stück Fleischwurst heiß zu machen :))

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Vom Landwirt zum Dienstleister

- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -



Warum sind Dienstleistungen in aller Munde?

- (Reine) Dienstleistungen sind nicht an materielle Rohstoffe gebunden.
- Dienstleistungen erlauben es, aus vergleichbaren Produkten Leistungen zu kreieren, die sie vom Wettbewerbsprodukt deutlich abheben.
- Dienstleistungen erlauben in gesättigten Märkten einen hohen Diversifikationsgrad. Dadurch erreicht man:
  - Käuferbindung in Verbrauchermärkten (Kundenloyalität)
  - Preisdifferenzierung für unterschiedliche Kundenwünsche/-gruppen.
  - Stillen den Wunsch nach Individualität (Maslow) = bedienen unsere heterogenen, gesättigten Märkte




---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Vom Landwirt zum Dienstleister

- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -



Zweites Fazit:

Wer in unseren gesättigten Märkten Umsätze machen will muss entweder als Kostenführer auf Masse setzen oder muss sein Angebot mit reinen oder produktbegleitenden Dienstleistungen aufpeppen.




---

---

---

---

---

---

---

---

---

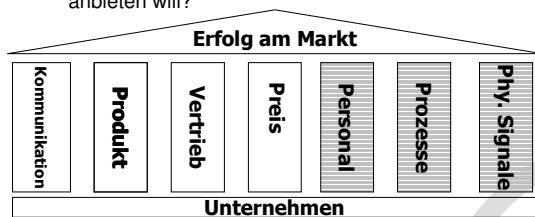
---

## Vom Landwirt zum Dienstleister

- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -



Was muss der Landwirt wissen wenn er Dienstleistungen anbieten will?




---

---

---

---

---

---


---

---

---

---






## Vom Landwirt zum Dienstleister **buis**<sup>®</sup>


- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -

○ ○ ●

**Strategien zur Kompensation der Eigenschaft der „fehlenden Lagerfähigkeit“ von Dienstleistungen.**

- **Nachfrageanpassung:**
  - Preisdifferenzierung (Wochenendtarif, Happyhour)
  - Kultivierung des Angebotes (Dienstag ist Kinotag, „Weiße Wochen“)
  - Zusatzleistungen (Infoboards etc.)
  - Buchungs- und Reservierungssysteme (Arztpraxis, Kino, Fluggesellschaften)
- **Angebotsanpassung:**
  - Einsatz von Teilzeitkräften
  - Arbeitsumschichtung (Sommerbelieferung mit Brennholz)
  - Einbindung des Kunden (Bauernhofcafe = Coffee & cake to go)
  - Gem. Erbringung von Dienstleistungen (Maschinenring)



In Kooperation mit 

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## Vom Landwirt zum Dienstleister **buis**<sup>®</sup>

- Neue Aufgaben und die Anpassung an neue Zielgruppen -


○ ○ ●


**Drittes Fazit:**

Es stehen eine Fülle von guten Werkzeugen zur Verfügung.  
Setzt der Landwirt diese Werkzeuge Ziel führend ein  
hat er gute Erfolgchancen im Wettbewerb um die Kunden von heute.

Es gilt auch im Marketing:  
Den Kühlschrank zum Kühlen  
Den Herd zum Kochen

*Danke für Ihre Aufmerksamkeit!*



In Kooperation mit 

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---