LZ-Rheinland

Artikel vom 14.09.2022 · Ausgedruckt am 11.11.2026, 10:07 Uhr

Online: https://lz-rheinland-staging.p-k3txh2.project.space/nachricht/das-1-x-1-der-kundenbindung

Das 1 x 1 der Kundenbindung



Foto: Marion Valenta

„Nach dem coronabedingten Hoch sind uns jetzt viele Kunden wieder weggebrochen“, klagen viele Direktvermarkter. Wie kann man hier gegensteuern? Neue Kunden gewinnen oder vor allem die Stammkundschaft pflegen? Auf diese Fragen gab Carina Steinhaus vom Landservice der Landwirtschaftskammer NRW bei einem Webinar Anfang September Antworten. Marion Valenta berichtet.

Dass die Einschätzung der direktvermarktenden Betriebe stimmt, konnte Carina Steinhaus mit Zahlen belegen. Nach dem Push durch die Corona-Lockdowns sind die Umsätze in den letzten Monaten durch den Krieg in der Ukraine und der damit verbundenen Inflation im deutschen Handel um fast 20 % zurückgegangen – das trifft auch die Direktvermarktung. Sowohl Kundenzahl als auch Warenkorbgröße sinken.

Die Umsätze seien im Ab-Hof-Verkauf aber noch höher als vor der Coronapandemie, gab Steinhaus zu bedenken. Allerdings, und das ist ein Lichtblick für viele Betriebe, sei den Verbrauchern laut Umfragen das Thema Nachhaltigkeit beim Einkauf weiterhin wichtig. Und noch ein Grund, optimistisch zu bleiben: Rund die Hälfte der Deutschen gilt als krisenresistent, sie haben sichere Arbeitsplätze und verdienen mehr als der Durchschnitt – und das sind schließlich die Hauptkunden in der Direktvermarktung.

Mehr in LZ 37-2022 ab S. 35