REGIONALE BEISPIELE

UNTERNEHMEN ERZÄHLEN IHRE GESCHICHTE

NACHHALTIGE WILDPRODUKTE ÜBER DEN EIGENEN ONLINE-SHOP VERKAUFEN

Waldgourmet GmbH

Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Magdeburg

Mittelstand-
Digital

Gefördert durch:
Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Der Anlass

Das Thema Ernährung treibt uns alle um – so auch Marian Bohndick von der Waldgourmet GmbH. In einer Projektinitiative beschäftigte er sich mit dem Aufbau einer Plattform für naturwissenschaftliche Bildung und kam dabei mit dem Thema Ernährung – genauer mit dem Fleischkonsum – in Berührung. Er interessierte sich schon immer für nachhaltige und umweltbezogene Themen und kam zu der Erkenntnis, dass ein reduzierter Fleischkonsum aus einer nachhaltigen Produktion nicht nur der Umwelt, sondern auch den Menschen selbst guttut. Er selbst kommt aus einer Jägerfamilie, die seit 1996 einen Wildhandel betrieb.

Daran konnte er anknüpfen und gründete 2017 das Unternehmen Waldgourmet. Um unabhängig und selbständig ohne Vertriebsbeteiligte agieren und außerdem deutschlandweit potenzielle Kund:innen erreichen zu können, wurde von Anfang an auf einen Online-Shop gesetzt. Der Betreibende konnte hier auf wertvolle persönliche Vorerfahrungen und sein Know-how zurückgreifen.

Die Lösung

Aber wie genau macht das Unternehmen die Kundschaft auf den Online-Shop aufmerksam? Das Unternehmen spricht seine Kundschaft indirekt über Google an, wenn diese beispielsweise nach Schlagworten, wie z. B. „Wildfleisch online bestellen“ oder „Rehrücken kaufen“, suchen. Besonders saisonal in der Herbst- und Winter- bzw. Weihnachtszeit wird das Unternehmen hier häufig und weit oben in der Google-Suche gefunden. Um dies zu ermöglichen, hat das Unternehmen damit begonnen entsprechende Keywords bzw. Schlagwörter auf der Webseite zu platzieren – das Unternehmen setzt u.a. auf Content-Marketing. Doch die Schlagwortplatzierung reicht heutzutage nicht mehr aus. Marian Bohndick bereitet weitere Inhalte rund um die Produkte (und Schlagworte) herum auf, z. B. relevante Fakten rund um das Produkt. Er erklärt auch was man mit dem Produkt machen kann oder wo es herkommt. Es geht vielmehr darum, eine Geschichte um das Produkt herum zu entwickeln und die wichtigsten Fragen der Kundschaft damit vorab zu klären, als um das bloße Einbauen von Schlagwörtern.

Die Kundschaft gelangt also meist über die Google-Suche zum Online-Shop des Unternehmens und kann die gewünschten Produkte dort direkt bestellen. Das System meldet Bestellungseingänge per Mail an das Waldgourmet-Team und sie können direkt aus dem System exportiert werden. Anschließend können die Bestellungen in den Produktionsplan integriert, Woche für Woche frisch verarbeitet, in spezielle Kühlpakete verpackt und zuverlässig vom Kurier per Express ausgeliefert werden. Aktuell arbeitet das Unternehmen an einer unterstützenden Software, um diese administrativen Prozesse zu optimieren und sich auf die wertschöpfenden Abläufe konzentrieren zu können.

DAS HAT DEM UNTERNEHMEN SEHR GEHOLFEN

Besonders die Meinung der KundInnen sind für Waldgourmet von Bedeutung. Daher haben sie sich für die Nutzung von „Trusted Shops“ als eine vertrauensbildende Maßnahme entschieden. Die Bewertung ist direkt an eine Bestellung gekoppelt und hat für das Unternehmen einen größeren Effekt als bspw. die Google-Bewertungen. Sie reagieren auf das Feedback der Kundschaft und nehmen daran anknüpfend auch Änderungen vor, wie z. B. neue Produktbeschreibungen oder Anpassungen der Bestellmöglichkeiten.

DAS HAT ES GEKOSTET

Das regelmäßige Aktualisieren der Inhalte des Online-Shops ist weniger zeitintensiv als das Aufsetzen der Webseite selbst. Das Pflegen der Webseite übernimmt das Unternehmen selbst, das Einfügen und Entwickeln neuer Features ein externer Dienstleister. Die Entwicklung des Online-Shops hat das Unternehmen mittlerweile in etwa einen fünfstelligen Betrag gekostet. Marian Bohndick empfiehlt anderen Unternehmen für den Anfang eher selbst ein kostengünstiges Baukastensystem zu nutzen, um die Grundzüge einer Webseite (Texte und Bilder) selbst aufzusetzen. Das hilft dabei die Prozesse einer Webseite zu verstehen und erleichtert die Beauftragung einer externen Agentur.

DAS WÜRDE DAS UNTERNEHMEN NICHT WIEDER MACHEN

Konkrete negative Erfahrungen hat das Unternehmen nicht gemacht, würde aber vor allem dazu raten sich in seinem Geschäftsziel zu fokussieren. Es ist wichtig flexibel zu sein und auf Herausforderungen zu reagieren, die Dinge Schritt für Schritt auszuprobieren, aber nicht zu viel gleichzeitig. Jedes Unternehmen sollte eine gute Mischung aus Individualisierung und Standardisierung finden und überlegen bei welchen Prozessen sich sinnvoll Komplexität reduzieren lässt.

> *„Ernährung ist der einfachste und günstigste Weg sich selbst und seiner Umwelt etwas Gutes zu tun – und unser Fleischkonsum bietet den größten Hebel dabei.“*
>
> *Marian Bohndick I Geschäftsführung*

Das Unternehmen im Überblick

Branche
Wildmanufaktur & Online-Handel

Mitarbeitende
6 Beschäftigte

Kontaktperson
Marian Bohndick
(Geschäftsführung)

Waldgourmet GmbH
Zum Prinzendamm 23
39638 Gardelegen

Website
www.waldgourmet.de

Mehr Informationen finden Sie hier:

www.vernetzt-wachsen.de

IMPRESSUM I HERAUSGEBER
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Magdeburg „vernetzt-wachsen“

c/o Zentrum für Produkt-, Verfahrens- und Prozeßinnovation GmbH
Experimentelle Fabrik I Sandtorstraße 23 I 39106 Magdeburg

GESTALTUNG
Christoph Ackermann

BILDNACHWEIS
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Magdeburg
Waldgourmet GmbH