



ONLINE-SEMINAR

ERFOLGREICHE VERMARKTUNG FÜR BIO-FLEISCH- BETRIEBE:

MEHR WERT VERKAUFEN STATT MEHR MENGE

Oktober 2026





WER WIR SIND

**BÖHM.MEDIA
AUS NÜRNBERG**

seit 2004

Partner des Metzgerhandwerks

100+

Metzgereien, mit denen wir
zusammenarbeiten



Christian



Martina



Philipp



Julia



Sebastian



Bernd

UNSER ANSATZ

WIR DENKEN VON INNEN NACH AUSSEN.

Nur wer seine eigene Position kennt, kann sich klar und überzeugend im Markt behaupten.

MARKT

Wo du dich klar und überzeugend behauptest.

AUFTRITT

Wie du es zeigst: Theke, Verpackung, Website, Social Media.

POSITION

Wer du bist, für wen du da bist und wofür du stehst.

VON INNEN NACH AUSSEN →

TEIL 1

WAS ERFOLGREICHE METZGEREIEN ANDERS MACHEN

01 Positionierung

03 Menschen lieben ein „Warum?“

05 Die 6 Fallen der Verzettelung

07 Von den Großen lernen

02 Gefühle sind der Schlüssel

04 Buyer Persona

06 Mythos Marktpreis

08 Metzgereien als Vorbild



POSITIONIERUNG

EIN KONZEPT FÜR ALLE IST EIN KONZEPT FÜR NIEMANDEN!

Positionierung heißt: bewusst entscheiden, für wen du da bist und für wen nicht. Vier Fragen bringen Klarheit.

1

**Ein klares Bild deiner
Kund:innen**

Wer genau kauft bei dir?

2

**Klarheit, welche
Engpässe der
Kund:innen du lösen
kannst**

Welches Problem nimmst du
ihnen ab?

3

**Warum kannst du
diese Engpässe am
besten lösen?**

Was kannst nur du?

4

**Wie fühlen sich
Kund:innen nach dem
Kauf?**

Welches Gefühl nehmen sie mit
nach Hause?

DEIN:E WUNSCHKUND:IN

GEFÜHLE SIND DER SCHLÜSSEL

Menschen entscheiden mit dem Bauch – und begründen mit dem Kopf.

Jeder Wert steht für ein Gefühl. Wer die Werte seiner Kund:innen kennt, spricht ihre Sprache.

Alle Werte mit ihrer Bedeutung findest du auf den folgenden Seiten.

ERLEBEN

Neues, Freiheit, Spannung

Abwechslung Autonomie Erlebnissuchend
Experimentierfreudig Extravaganz Freiheit
Impulsivität Individualismus Innovation
Kreativität Mut Rebellion Risikofreude
Selbstbestimmung Spontanität

BEHAUPTEN

Leistung, Status, Anerkennung

Durchsetzung Effizienz Ehre Ehrgeiz Elite
Fleiß Hartnäckigkeit Kampf Leistung Macht
Ruhm Sieg Status

VERBINDEN

Nähe, Genuss, Geborgenheit

Ehrlichkeit Familie Fantasie Flexibilität
Freundschaft Geborgenheit Genuss
Geselligkeit Heimat Herzlichkeit Humor
Kunst Leichtigkeit Natur Neugier Nostalgie
Offenheit Poesie Sicherheit Sinnlichkeit
Spaß Toleranz Träumen Vertrauen

ORDNEN

Struktur, Verlässlichkeit, Qualität

Askese Disziplin Funktionalität Gehorsamkeit
Gerechtigkeit Gesundheit Hygiene Logik
Moral Ordnung Pflicht Präzision Qualität
Sauberkeit Sparsamkeit Tradition Treue
Verlässlichkeit

WERTE UND IHRE BEDEUTUNG

Abwechslung **ERLEBEN**

Der Zustand oder die bewusste Gestaltung von Vielfalt, um Monotonie und Langeweile im Alltag zu vermeiden.

Autonomie **ERLEBEN**

Der Zustand der Unabhängigkeit, in dem ein Individuum frei über das eigene Denken und Handeln bestimmen kann.

Erlebnissuchend **ERLEBEN**

Die Motivation, aktiv nach neuen, intensiven und anregenden Erfahrungen außerhalb der gewohnten Routine zu streben.

Experimentierfreudig **ERLEBEN**

Die Bereitschaft, neue Wege, Methoden und unkonventionelle Ideen offen und ohne Angst vor Fehlern auszuprobieren.

Extravaganz **ERLEBEN**

Das bewusste Hervortreten durch außergewöhnliches, oft luxuriöses oder auffälliges Verhalten und Erscheinungsbild.

Freiheit **ERLEBEN**

Der Zustand, frei von unberechtigtem Zwang eigene Entscheidungen zu treffen und das Leben nach eigenen Vorstellungen zu gestalten.

Impulsivität **ERLEBEN**

Die Neigung, spontan und unmittelbar auf innere oder äußere Reize zu reagieren, ohne die Folgen im Vorfeld abzuwägen.

Individualismus **ERLEBEN**

Eine Lebenseinstellung, die die Einzigartigkeit, Selbstbestimmung und Rechte des einzelnen Menschen in den Mittelpunkt stellt.

Innovation **ERLEBEN**

Die Entwicklung und erfolgreiche Einführung neuartiger Ideen, Methoden oder Produkte, die einen spürbaren Fortschritt schaffen.

Kreativität **ERLEBEN**

Die Fähigkeit, originelle, überraschende und wertvolle Lösungen, Werke oder Denkmuster hervorzubringen.

Mut **ERLEBEN**

Die Entschlossenheit, trotz Furcht, Ungewissheit oder Gefahr beherzt und tatkräftig zu handeln.

Rebellion **ERLEBEN**

Der aktive, bewusste Widerstand gegen bestehende Autoritäten, verkrustete Konventionen oder etablierte Machtstrukturen.

Risikofreude **ERLEBEN**

Die Bereitschaft, Unsicherheiten und mögliche Verluste für die Aussicht auf einen überdurchschnittlichen Erfolg in Kauf zu nehmen.

Selbstbestimmung **ERLEBEN**

Das Recht und die Praxis, die eigene Lebensführung unabhängig und eigenverantwortlich zu gestalten.

Spontanität **ERLEBEN**

Das Handeln aus dem unmittelbaren Moment heraus, geleitet von Intuition statt von starrer Vorplanung.

Durchsetzung **BEHAUPTEN**

Die Entschlossenheit und Fähigkeit, eigene Interessen, Ziele oder Vorstellungen auch gegen bestehende Widerstände durchzubringen.

Effizienz **BEHAUPTEN**

Das Streben nach einem optimalen Verhältnis zwischen eingesetzten Ressourcen und dem erzielten Ergebnis.

Ehre **BEHAUPTEN**

Das auf persönlicher Integrität, Respekt und gesellschaftlicher Anerkennung beruhende moralische Ansehen einer Person.

Ehrgeiz **BEHAUPTEN**

Das ausgeprägte Streben nach persönlichem Erfolg, Weiterentwicklung und dem Erreichen anspruchsvoller Ziele.

Elite **BEHAUPTEN**

Eine Gruppe von Personen, die sich durch herausragende Fähigkeiten, Leistungen oder Privilegien von der Allgemeinheit abhebt.

Fleiß **BEHAUPTEN**

Die ausdauernde, gewissenhafte und unermüdliche Hingabe an eine Aufgabe oder Arbeit.

Hartnäckigkeit **BEHAUPTEN**

Die beharrliche Ausdauer, ein Ziel auch bei Rückschlägen und langwierigen Hindernissen unverändert weiterzuverfolgen.

Kampf **BEHAUPTEN**

Die aktive, energische Auseinandersetzung zur Überwindung von Widerständen oder zum Erringen eines entscheidenden Vorteils.

Leistung **BEHAUPTEN**

Das messbare Resultat einer zielgerichteten geistigen oder körperlichen Anstrengung im Verhältnis zum betriebenen Aufwand.

WERTE UND IHRE BEDEUTUNG

Macht **BEHAUPTEN**

Das Vermögen und der Einfluss, den eigenen Willen oder eigene Absichten auch gegen Widerstände wirksam durchzusetzen.

Ruhm **BEHAUPTEN**

Die weitverbreitete gesellschaftliche Bewunderung und Bekanntheit für herausragende Taten, Leistungen oder Talente.

Sieg **BEHAUPTEN**

Das erfolgreiche Beenden und Gewinnen eines Wettkampfs, einer Auseinandersetzung oder eines Konflikts.

Status **BEHAUPTEN**

Die gesellschaftliche Stellung oder das Ansehen, das einer Person im Gefüge einer sozialen Hierarchie zugeschrieben wird.

Ehrlichkeit **VERBINDEN**

Die auf Aufrichtigkeit, Wahrhaftigkeit und Verlässlichkeit beruhende Grundhaltung im Denken, Sprechen und Handeln.

Familie **VERBINDEN**

Ein enger sozialer Verbund von Menschen, die durch Verwandtschaft oder tiefe Verbundenheit füreinander Fürsorge tragen.

Fantasie **VERBINDEN**

Die schöpferische Fähigkeit des menschlichen Geistes, Vorstellungen, Geschichten und Bilder jenseits der sichtbaren Realität zu erzeugen.

Flexibilität **VERBINDEN**

Die Fähigkeit und Bereitschaft, sich schnell und anpassungsfähig auf veränderte Umstände oder neue Anforderungen einzustellen.

Freundschaft **VERBINDEN**

Eine auf gegenseitiger Zuneigung, Loyalität, Vertrauen und emotionaler Nähe basierende zwischenmenschliche Beziehung.

Geborgenheit **VERBINDEN**

Ein tiefes Gefühl von emotionaler Wärme, Schutz und existenzieller Sicherheit im vertrauten Umfeld.

Genuss **VERBINDEN**

Das bewusste, freudige Erleben und Auskosten von angenehmen Sinneswahrnehmungen oder Momenten.

Geselligkeit **VERBINDEN**

Das Bedürfnis und die Freude daran, Zeit in Gesellschaft anderer Menschen zu verbringen und gemeinschaftliche Kontakte zu pflegen.

Heimat **VERBINDEN**

Der Ort oder das soziale Umfeld, mit dem sich ein Mensch durch Herkunft, Zugehörigkeit und kulturelle Identität tief verwurzelt fühlt.

Herzlichkeit **VERBINDEN**

Ein offenes, warmherziges und aufrichtig wohlwollendes Verhalten im Umgang mit Mitmenschen.

Humor **VERBINDEN**

Die heitere Geisteshaltung, den Unzulänglichkeiten des Lebens und des Alltags mit Schmunzeln und Gelassenheit zu begegnen.

Kunst **VERBINDEN**

Ein schöpferischer menschlicher Ausdruck, der Ideen, Empfindungen und ästhetische Wahrnehmungen in vielfältigen Medien formt.

Leichtigkeit **VERBINDEN**

Ein unbeschwerter, heiterer Gemütszustand, bei dem Herausforderungen ohne inneren Druck bewältigt werden.

Natur **VERBINDEN**

Die ursprüngliche, lebendige Umwelt in ihrer organischen Vielfalt und ihren naturgesetzlichen Zusammenhängen.

Neugier **VERBINDEN**

Das intrinsische Verlangen, Unbekanntes zu erkunden, neues Wissen zu erwerben und Zusammenhänge zu verstehen.

Nostalgie **VERBINDEN**

Eine wehmütige, aber behagliche Sehnsucht nach vergangenen Zeiten, früheren Erlebnissen oder vertrauten Orten.

Offenheit **VERBINDEN**

Die aufgeschlossene und vorurteilsfreie Haltung gegenüber neuen Ideen, fremden Menschen und unvertrauten Situationen.

Poesie **VERBINDEN**

Eine klangvolle und bildhafte Sprachkunst, die durch Verdichtung tiefe Stimmungen und Emotionen transportiert.

Sicherheit **VERBINDEN**

Der Zustand des Geschütztseins vor Gefahren, unkalkulierbaren Risiken und existentiellen Bedrohungen.

WERTE UND IHRE BEDEUTUNG

Sinnlichkeit VERBINDEN

Die Fähigkeit zur intensiven Wahrnehmung der Welt durch die körperlichen Sinne sowie das Empfinden ästhetischer Reize.

Spaß VERBINDEN

Ein Zustand heiterer Freude, des Vergnügens und der Unbeschwertheit bei einer Tätigkeit.

Toleranz VERBINDEN

Die Haltung, abweichende Meinungen, Lebensweisen oder Überzeugungen anderer Menschen gelten zu lassen und zu respektieren.

Träumen VERBINDEN

Das gedankliche Eintauchen in visionäre, phantasievolle oder sehnsuchtsvolle Vorstellungen fernab der Realität.

Vertrauen VERBINDEN

Die feste innere Zuversicht in die Aufrichtigkeit, Redlichkeit und Verlässlichkeit einer anderen Person oder Institution.

Askese ORDNEN

Eine Lebenspraxis der strengen Selbstdisziplin, des freiwilligen Verzichts und der Mäßigung zur Erreichung innerer Klarheit oder höherer Ideale.

Disziplin ORDNEN

Die Fähigkeit zur bewussten Selbstbeherrschung und zum konsequenten Verfolgen von Zielen ungeachtet innerer oder äußerer Widerstände.

Funktionalität ORDNEN

Die Eigenschaft einer Sache, ihren bestimmten Zweck optimal, praktisch und fehlerfrei zu erfüllen.

Gehorsamkeit ORDNEN

Die Bereitschaft, sich Vorgaben, Regeln oder den Anweisungen einer anerkannten Autorität willentlich unterzuordnen.

Gerechtigkeit ORDNEN

Ein ethisches Grundprinzip, das jedem Menschen ein faires, unparteiisches und angemessenes Maß an Rechten und Pflichten zuspricht.

Gesundheit ORDNEN

Der Zustand vollständigen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlbefindens sowie die Abwesenheit von Krankheit.

Hygiene ORDNEN

Die Gesamtheit aller Maßnahmen und Verhaltensweisen, die der Gesunderhaltung und der Vermeidung von Infektionen dienen.

Logik ORDNEN

Das rationale, methodische Denken, das auf schlüssigen und widerspruchsfreien Folgerungen aufbaut.

Moral ORDNEN

Die Gesamtheit von verbindlichen Werten und Normen, die das sittliche Verhalten und das Zusammenleben einer Gesellschaft leiten.

Ordnung ORDNEN

Ein strukturierter Zustand, in dem Dinge oder Abläufe nach nachvollziehbaren Prinzipien und Systemen geregelt sind.

Pflicht ORDNEN

Eine moralische, rechtliche oder selbstgewählte Verbindlichkeit, der man sich gewissenhaft und verantwortlich stellt.

Präzision ORDNEN

Das Höchstmaß an Genauigkeit, Exaktheit und Sorgfalt bei der Ausführung einer Tätigkeit oder Messung.

Qualität ORDNEN

Der Grad, zu dem ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Handlung festgelegte Ansprüche und Erwartungen erfüllt.

Sauberkeit ORDNEN

Der Zustand von Reinheit, Hygiene und Schmutzfreiheit im materiellen Umfeld.

Sparsamkeit ORDNEN

Der maßvolle, überlegte Umgang mit finanziellen oder materiellen Ressourcen zur Vermeidung von Verschwendung.

Tradition ORDNEN

Die Weitergabe und Bewahrung bewährter Bräuche, Rituale und Überzeugungen über Generationen hinweg.

Treue ORDNEN

Die unerschütterliche Loyalität, Beständigkeit und Zuverlässigkeit gegenüber Mitmenschen, Werten oder Pflichten.

Verlässlichkeit ORDNEN

Die Eigenschaft, Vereinbarungen, Zusagen und Erwartungen stets verbindlich und pünktlich einzuhalten.

KOMMUNIKATION

MENSCHEN LIEBEN EIN „WARUM?“

Die meisten erzählen, **was** sie verkaufen. Starke Marken beginnen beim **Warum** – und arbeiten sich nach außen.

1 · Warum? – Deine Überzeugung

Warum machst du, was du tust? Der Antrieb, der dich morgens in die Wurstküche bringt.

BEISPIEL

„Weil wir glauben, dass **Lebensmittel** wieder **ehrlich und regional** sein müssen.“

2 · Wie? – Deine Art, es zu tun

Was unterscheidet dich von allen anderen? Deine Arbeitsweise und deine Haltung.

BEISPIEL

Eigene Tierhaltung, kurze Wege, echtes Handwerk ohne Kompromisse.

3 · Was? – Deine Produkte

Das, was man kaufen kann. Wichtig – aber allein austauschbar.

BEISPIEL

Fleisch, Wurst, Grillpakete, Partyservice.



BUYER PERSONA

MACH DIR EIN BILD VON DEINEN KUND:INNEN

Aus einer anonymen Zielgruppe wird
ein Mensch, den dein ganzes Team vor
Augen hat.

GRUNDLAGE

1

Werte

Was ist ihnen wichtig? Die Verortung auf der Wertelandskarte.

2

Engpässe

Was macht ihnen das Leben gerade schwer?

3

Glaubenssätze

Welche Überzeugungen steuern ihre Entscheidungen?

4

Verhalten

Wo informieren sie sich, wie und wann kaufen sie ein?

Hier hilft die KI

Bilder und ausformulierte Charaktere – aus Stichpunkten wird eine greifbare Person.

KI-generierte
Persona

BEISPIEL BUYER PERSONA

THOMAS, DER PREMIUM-GRILLER

„Das Leben ist zu kurz für schlechtes Fleisch.“

ALTER & SITUATION

42, verheiratet, 2 Kinder, Haus
mit Garten

BERUF & EINKOMMEN

IT-Leiter, viel Geld für Hobbys

AUSRÜSTUNG

Keramikgrill oder Smoker für
über 1.500 €

SEINE WERTE

Genuss

Qualität

Sucht das besondere
Geschmackserlebnis.

Status

Ehre

Will als „Held am Grill“ glänzen.

Erlebnissuchend

Neugier

Probiert seltene Rassen und neue
Cuts.

BUYER PERSONA

THOMAS VERSTEHEN

Glaubenssätze

Engpässe

Verhalten

So wird deine Metzgerei zur Marke

„Fleischkonsum ist kein schnelles Essen, sondern ein Event, das zelebriert werden muss.“

„Für exzellente Qualität zahle ich gerne einen Premium-Preis – aber ich erwarte absolute Transparenz über Herkunft und Haltung.“

„Ich weiß oft mehr über die Zubereitung spezieller Cuts als der durchschnittliche Verkäufer hinter der Theke.“



BUYER PERSONA

THOMAS VERSTEHEN

Glaubenssätze

Engpässe

Verhalten

So wird deine Metzgerei zur Marke

Fehlende Sparringspartner

Niemand an der Theke fachsimpelt mit ihm über Kerntemperatur und Smoke-Ring.

Beschaffung spezieller Zuschnitte

Brisket, Flank Steak oder Onglet bekommt er beim Standard-Metzger nicht.

Zeitdruck unter der Woche

Am Wochenende soll Einkaufen Inspiration sein, keine Pflicht.



BUYER PERSONA

THOMAS VERSTEHEN

Glaubenssätze

Engpässe

Verhalten

So wird deine Metzgerei zur Marke

Informiert sich intensiv online

YouTube-Grillkanäle, Instagram und spezielle Grill-Foren.

Fährt 20 km für Qualität

Der Einkauf am Samstagmorgen ist schon Teil des Wochenend-Erlebnisses.

Kauft das Erlebnis als Bundle

Rubs, BBQ-Saucen, Craft-Bier, Premium-Grillkohle – alles rund ums Fleisch.



BUYER PERSONA

THOMAS VERSTEHEN

Glaubenssätze

Engpässe

Verhalten

So wird deine Metzgerei zur Marke

DAS WARUM

„Wir veredeln ehrliches Handwerk für deine perfekten Momente am Feuer.“

DIE LÖSUNG SEINES ENGPASSES

Dry-Aged-Schrank als Blickfang – und statt „Was darf's sein?“ die Frage: „**Welche Kerntemperatur peilst du heute an?**“

DAS GEFÜHL NACH DEM KAUF

Vorfreude – und die Sicherheit, am Grill Respekt zu ernten.



ZEIT FÜRS MARKETING

Dir fehlt die Zeit im Marketing? Das könnten Gründe sein:

DIE 6 FALLEN DER VERZETTELUNG

1

Falsch verstandene Kund:innen-orientierung

Jeden Sonderwunsch erfüllen wollen – und dabei das eigene Profil verlieren.

2

Unfähigkeit loszulassen

Produkte behalten, die kaum jemand kauft – weil es „schon immer“ so war.

3

Vage Zielvorstellung

Ohne klares Ziel wird jede neue Idee zur Ablenkung.

4

Zu starker Pioniergeist

Ständig Neues starten, statt das Bestehende richtig stark zu machen.

5

Angst vor Nachfrageeinbruch

Aus Sorge, Kund:innen zu verlieren, bleibt alles im Sortiment.

6

Interessenvielfalt

Partyservice, Imbiss, Onlineshop, Catering – alles gleichzeitig und nichts richtig.

PREIS

Deine Preise werden als zu hoch wahrgenommen? Das ist eine Frage der Kommunikation.

MYTHOS MARKTPREIS

VORAUSSETZUNG FÜR EINEN MARKTPREIS

MYTHOS!

TRANSPARENZ

+

VERGLEICHBARKEIT

Das ist ein Mythos und das wollen wir auch nicht!

Wenn du klar weißt, wer du bist und was du anbietest, **setzt du den Preis.** Egal, was die anderen tun.

BEISPIEL · NEW YORK

DAS BROT FÜR 60\$

pro Laib Roggen-Sauerteigbrot

8-12\$

für belegte Schnitten

Ein **österreichischer Bäcker** in New York.
Der Hype ist riesig.



1

KLAR GEWÄHLTE LOCATION
SoHo

2

KLARES DESIGN
Modern, clean

3

NUR EIN PRODUKT
Roggen-Sauerteigbrot

4

KLARE ZIELGRUPPE
Wohlhabende Genießer:innen



**KUND:INNEN KAUFEN NICHT DAS BESTE
PRODUKT, SONDERN WÄHLEN DAS
ANGEBOT, DAS SIE **SOFORT VERSTEHEN.****

BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

WAS MACHT DIE GROSSEN KONZERNE SO ERFOLGREICH?



Red Bull
„Verleiht Flügel“



Apple
„Think different“





RED BULL

„VERLEIHT FLÜGEL“

1

Klares Bild der Kund:innen

Müde Menschen, die munter werden wollen – von Gamern bis Partygänger:innen.

2

Engpass lösen

Das Bedürfnis nach einem Energie-Kick.

3

Gefühle als Schlüssel

Verkauft wird nie das Getränk – sondern das Gefühl.

4

Keine Verzettelung

Keine Säfte, keine Tees, kein Wasser. Gnadenlos simpel.

APPLE

„THINK DIFFERENT“

1

Starkes Warum

Aus Alltag wird etwas Besonderes. Das Produkt ist nur Mittel zum Zweck.

2

Leicht zu verstehen

Gefühl statt Technik: „**1000 Songs in deiner Tasche**“ (erster iPod).

3

Kein Konzept für alle

Kein 200-€-Laptop: nur Premium – ohne Angst vor Nachfrageeinbruch.

4

Gefühl der Kund:innen

Stolz, kreativ, Teil einer Gemeinschaft: ein Statussymbol.



Think different.™

VON DEN GROSSEN LERNEN

4 LEKTIONEN FÜR DEINE METZGEREI

Was Red Bull und Apple können, kann
dein Betrieb im Kleinen auch.

1

Kein „Bauchladen“

Du musst nicht alles anbieten und alle glücklich machen.

2

Keine Angst vor „Nein“

Wenn du Premium-Grillexpert:in bist, ist es okay, keine billigen Produkte anzubieten.

3

Bewirb das Gefühl

„Applaus der Gäste beim Dinner“

„Gutes Gewissen dank hochwertiger Ernährung“

4

Die Geschichte hinter dem Produkt

Warum stehst du nachts um 3 Uhr in der Wurstküche?

„Weil wir glauben, dass Lebensmittel wieder ehrlich und regional sein müssen.“

AUS DER PRAXIS

WELCHE METZGEREIEIEN SICH DAS SCHON ZU HERZEN GENOMMEN HABEN



Der Ludwig

Vom Grundversorger zur
Genussmarke



Kumpel & Keule

Neuerfindung des
Metzgerberufs





BEST PRACTICE

DER LUDWIG

Vom Grundversorger zur Genussmarke

Warum so stark? Der Ludwig verkauft nicht einfach Fleisch, sondern Genuss. Ein Gesicht, echtes Wissen und eine eigene Markenwelt machen den Einkauf zum Erlebnis.

1 Besonderheiten greifbar machen

2 Personal Branding

3 Content mit echtem Nutzen

4 Markenwelt statt reiner Laden: „Steakschaft“

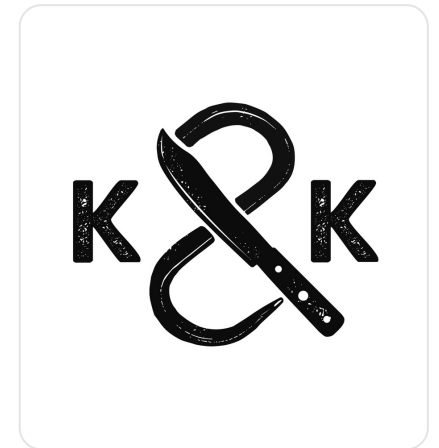
BEST PRACTICE

KUMPEL & KEULE

Neuerfindung des Metzgerberufs

Warum so stark? Kumpel & Keule macht das Handwerk sichtbar. Wer an der Theke zuschaut, versteht, was gutes Fleisch ausmacht, und kauft mit gutem Gefühl.

- 1** Konsequentes „Nose to Tail“-Markenversprechen
- 2** Kompromisslose Haltungsphilosophie
- 3** Die Theke als Schauplatz
- 4** Aufklärung
- 5** Moderne, direkte Sprache



TEIL 2

DIE BESTE MARKE NÜTZT NICHTS, WENN SIE NICHT GESEHEN WIRD!

01 Der erste Eindruck

03 Verpackung

05 Google

07 Online-Shop

09 Newsletter

02 Deine CI

04 Website

06 Social Media

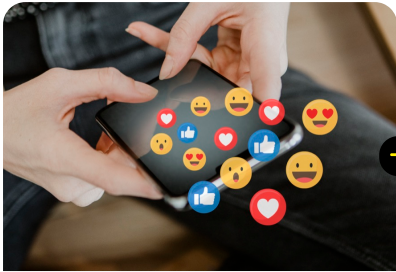
08 SEO & GEO

10 Google & Meta Ads



DER ERSTE EINDRUCK

KUND:INNEN SEHEN DEINEN AUFTRITT, BEVOR SIE JEMALS EIN PRODUKT PROBIEREN.



KONTAKT 1

Social Media



KONTAKT 2

Google



KONTAKT 3

Website



KONTAKT 4

Verpackung



ERST DANN

Dein Produkt

Alles, was du in deiner Kommunikation tust, muss deinen Anspruch an Qualität widerspiegeln.

Der erste Eindruck setzt die Erwartung. Dein Produkt ist nie der erste Eindruck.

DEINE CI

EIN GESICHT FÜR ALLE MEDIEN

Eingängiges Logo

Feste Farben

Feste Schriften

Klar definiert für eine einheitliche Kommunikation über alle Medien.

Beispiel: Franken-Metzger Lindörfer

Logo



Logo



FARBEN



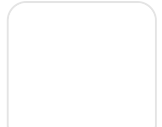
Rot
#e74130



Blau
#1f325f



Sand
#d9d4c9



Weiß
#ffffff

SCHRIFTEN

Genuss in
Perfektion

MERRIWEATHER BOLD

Fränkische Wurstspezialitäten

KANIT

Metzgers Liebling

ZIERSCHRIFT: MARYDALE

BEISPIEL LINDÖRFER

EINE CI – ÜBERALL GLEICH



Grafikelemente

Bildsprache – Team



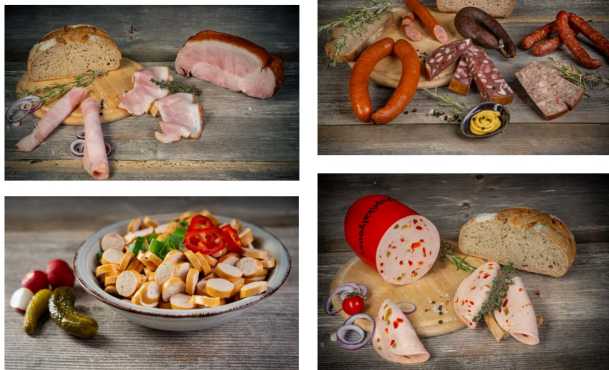
Bildsprache Team

Bildsprache – Produktion



Bildsprache Produktion

Bildsprache – Produkte



Bildsprache Produkte

Anwendungsbeispiele – Geschäftsausstattung
Visitenkarten & Briefpapier



Geschäftsausstattung

Anwendungsbeispiele – Verpackung
Druck Dosen



Verpackung

VERPACKUNG

DAS ERSTE GEFÜHL BEIM KAUF

Das erste Gefühl, das beim Kauf entsteht, löst die Verpackung aus.

Spare hier nicht – zeige,
welche Qualität Käufer:innen
erwarten können.



Metzgerei Luther



Metzgerei Meyer



Fleischerei Kaliber



Fleischerei Kaliber

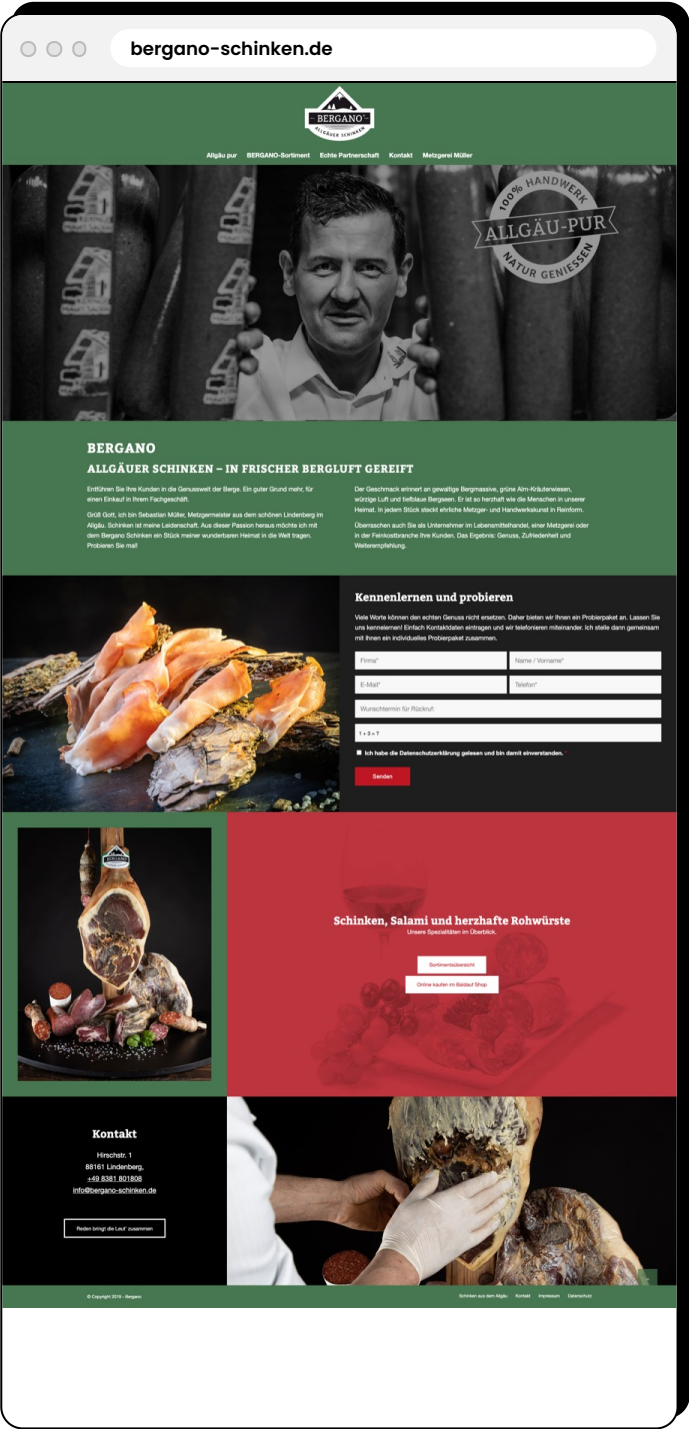
WEBSITE

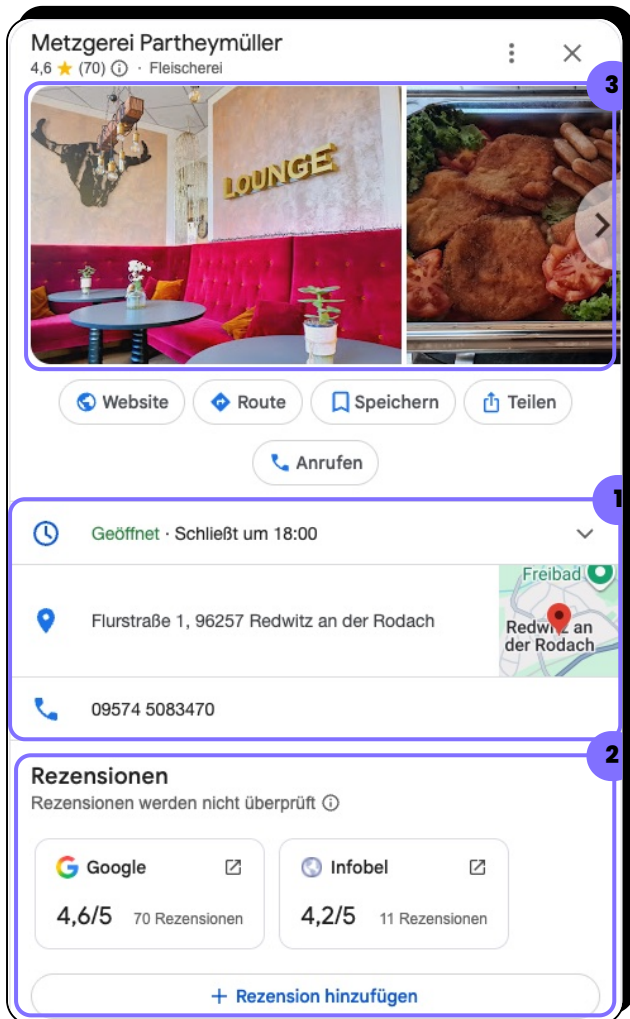
DEIN BASISLAGER

Zeige kurz, **wer du bist**, **was du tust** und **wo man dich findet**.

KI verändert die Suche

Die Website verliert an Relevanz –
pflege sie trotzdem: Hier holt sich die
KI ihre Infos. Wer von ChatGPT
empfohlen werden will, braucht gute
Gründe.





GOOGLE-UNTERNEHMENSPROFIL

HIER SCHAUEN KUND:INNEN ZUERST NACH

Beispiel: Metzgerei Partheymüller · 4,6 ★ bei 70 Bewertungen

1

Standort & Öffnungszeiten

Hier informieren sich Kund:innen, wo du bist und wann du geöffnet hast. Halte die Angaben aktuell.

2

Bitte aktiv um Bewertungen

Jede ehrliche Bewertung steigert das Vertrauen in deine Marke.

3

Hochwertige Bilder

Gute Fotos von Laden, Theke und Produkten vermitteln deinen Qualitätsanspruch.

SOCIAL MEDIA

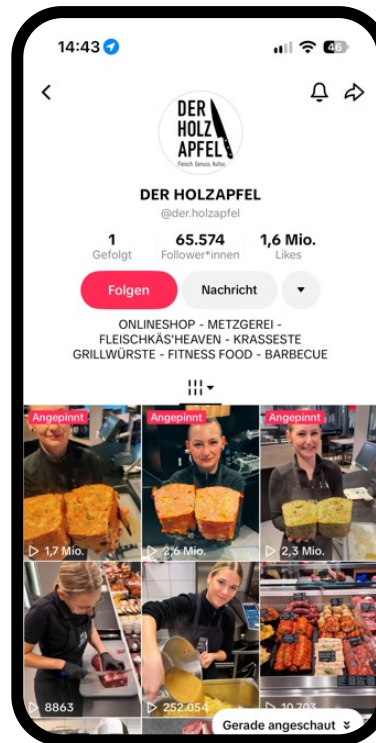
DEIN WICHTIGSTES TOOL FÜR ECHTE GEMEINSCHAFT

Zeige, was du tust – und warum.

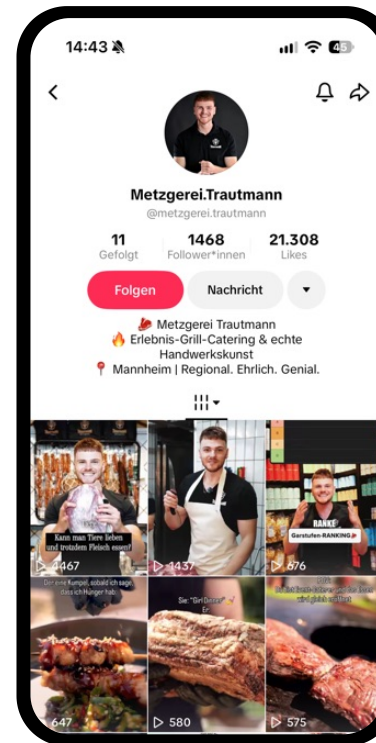
Sei ehrlich, verletzlich und einfach du selbst.

Fehler zugeben stärkt das Vertrauen.

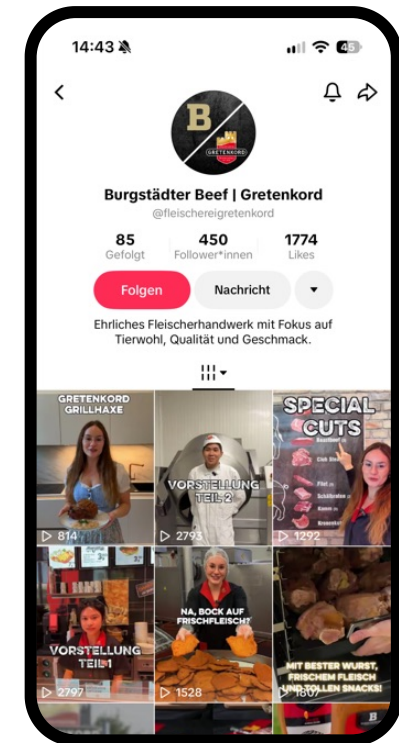
Keine Werbung – sondern Infos, Tipps und Blicke hinter die Kulissen.



Der Holzapfel
65.574 Follower · 1,6 Mio. Likes



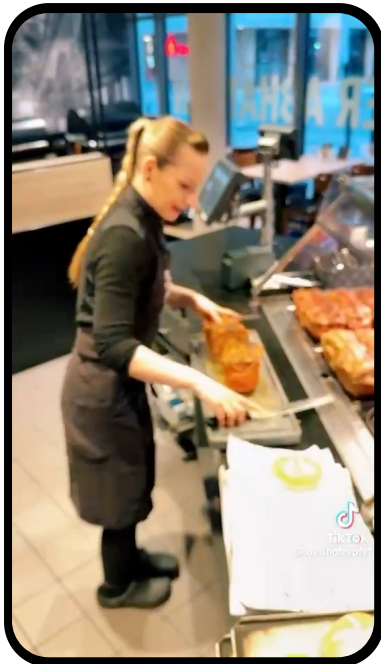
Metzgerei Trautmann
1.468 Follower · 21.308 Likes



Fleischerei Gretenkord
450 Follower · 1.774 Likes

ECHTE EINBLICKE STATT WERBUNG

Fünf Beispiele von TikTok: Infos, Tipps und Blicke hinter die Kulissen.



Blick hinter die Theke

Der Holzapfel



Wissen: Rind zerlegen

Metzgerei Trautmann



Das Warum: kurze Wege

Metzgerei Trautmann



Team: Wer steht hinter der Theke?

Fleischerei Gretenkord



Tipp: Grillhaxe-Tutorial

Fleischerei Gretenkord

TEIL 2 · NEUES KAPITEL

ONLINE-SHOP

Deine Chance, über die Region hinaus zu wachsen.

DAS ERWARTET DICH

- 1 Deine Reichweite ausbauen
- 2 Beispiel: Recks Bratwurstliebe
- 3 Beispiel: Burgstädter Beef
- 4 Tipp: Das „Will haben“-Produkt



ONLINE-SHOP

1 · Reichweite

2 · Beispiel Bratwurstliebe

3 · Beispiel Burgstädter Beef

4 · Tipp: „Will haben“-Produkt

ONLINE-SHOP

DEINE REICHWEITE AUSBAUEN

Verkaufe nicht nur in der
Region, sondern überall, wo du
willst.

IN DER REGION

Kolleg:innen im Nachbarort

sind deine Konkurrenz.

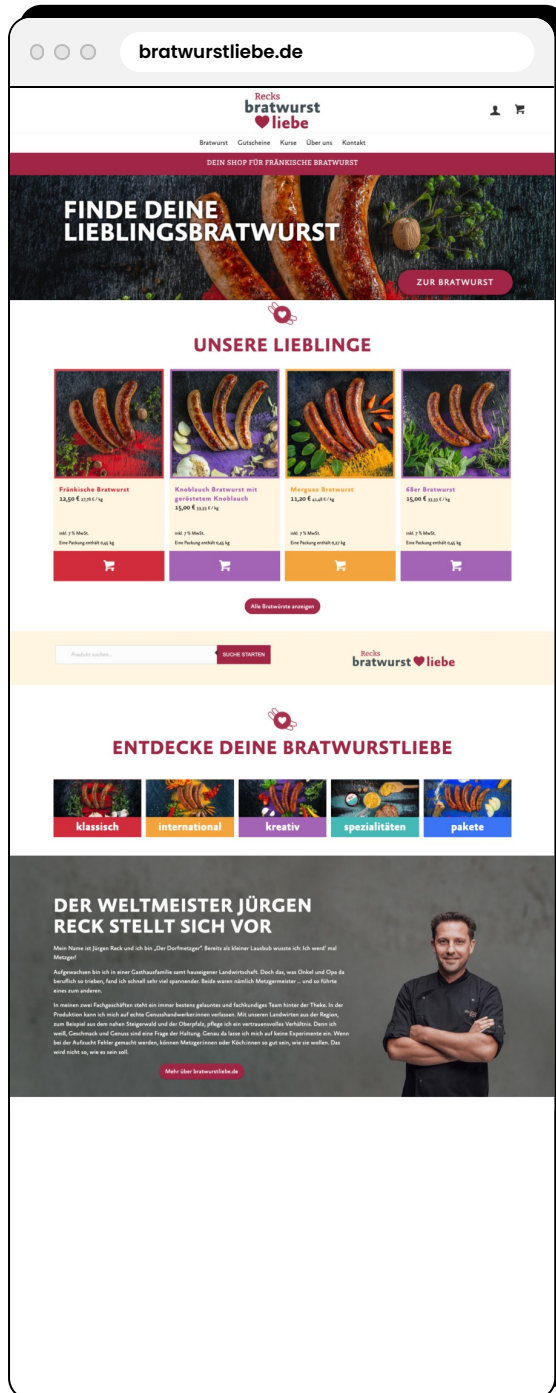
ONLINE IN DEUTSCHLAND & EUROPA

Große Unternehmen mit riesigen Budgets

sind jetzt deine Konkurrenz.

ABER: Du brauchst etwas, das dich deutschland- oder europaweit besonders macht.

Du hast etwas, das die Großen nicht haben? Dann ist das deine Chance!



ONLINE-SHOP · BEISPIEL

RECKS BRATWURSTLIEBE

Der Shop für fränkische Bratwurst vom Metzgerweltmeister

1

Klarer Fokus: nur Bratwurst

2

Ein Gesicht: Metzgerweltmeister Jürgen Reck

3

Ein Name, der ein Gefühl verkauft

4

Jede Sorte hat ihre eigene Farbe

bratwurstliebe.de

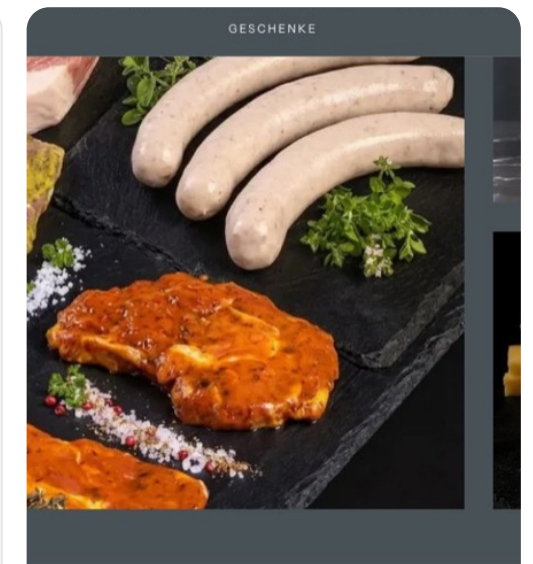
ONLINE-SHOP · BEISPIEL

BURGSTÄDTER BEEF

by Fleischerei Gretenkord – Angus & Duroc aus Sachsen

- 1 Eigene Marke für den Onlineshop
- 2 Besonderheit: Angus-Rind & Duroc-Strohschwein aus der Region
- 3 Vertrauen: Familienunternehmen seit 1903
- 4 Mehr als Fleisch: Rezepte, Grillpakete, Kühlversand

burgstaedter-beef.de ↗



ONLINE-SHOP · TIPP

ENTWICKLE EIN PRODUKT, DAS DEN „WILL HABEN“- EFFEKT AUSLÖST.

Hier gelten wieder alle Regeln der Positionierung:

1 Ein klares Bild deiner Kund:innen

2 Welchen Engpass löst du?

3 Warum kannst du das am besten?

4 Wie fühlen sie sich nach dem Kauf?



SEO & GEO

GEFUNDEN WERDEN – OHNE WERBEKOSTEN

Optimiere deine Sichtbarkeit in Suchmaschinen (**SEO**) und in KI-Antworten (**GEO**). So wirst du gefunden – überall. Mit **Local SEO** zusätzlich gezielt in deiner Region.

Q bio rindfleisch online kaufen

Wo bekomme ich richtig gutes Bio-Rindfleisch?

Deine Metzgerei – wenn deine Website gute Gründe dafür liefert.

1

Technische Grundlagen

- ✓ Schnelle Ladezeiten
- ✓ Mobile first
- ✓ Verschlüsselung

2

Inhalte mit Mehrwert

Rund um die Suchbegriffe, die für dich relevant sind:

Bio-Rindfleisch kaufen

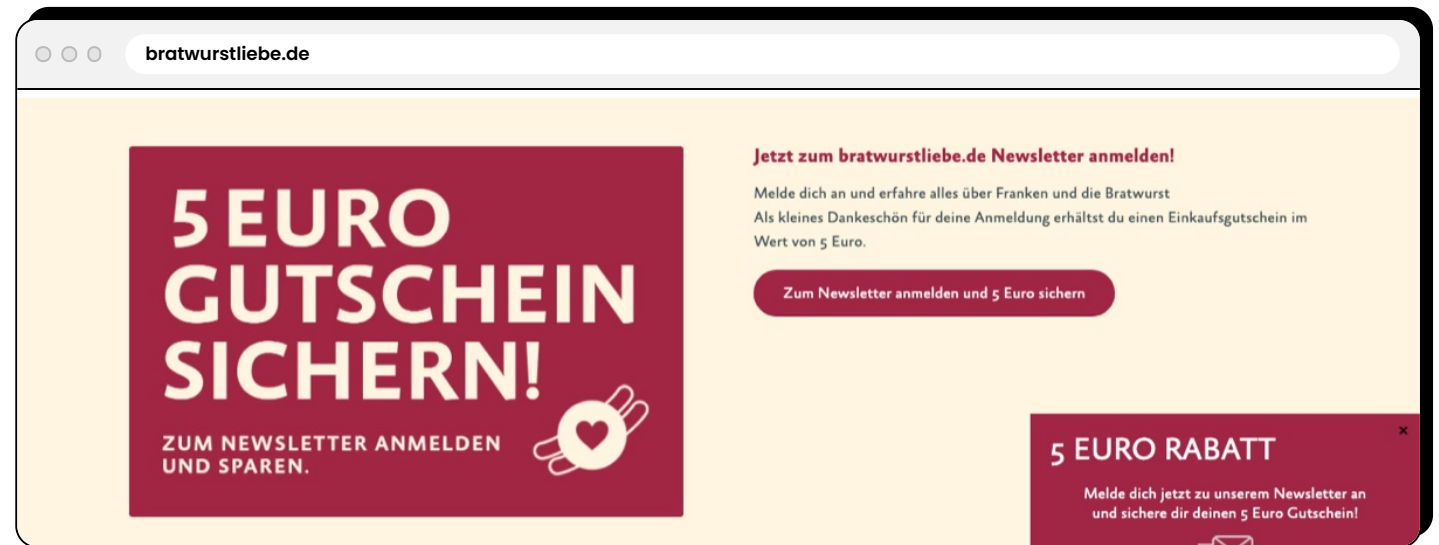
Grillpaket bestellen

Metzgerei + dein Ort (Local SEO)

NEWSLETTER

DEINE ADRESSEN. DEINE INHALTE!

Erreiche deine Kund:innen direkt –
unabhängig von Online-Plattformen.



Beispiel: Bratwurstliebe und Burgstädter Beef belohnen die Anmeldung mit einem 5-€-Gutschein.

SOCIAL MEDIA

Die Plattform entscheidet, wer deinen Beitrag sieht.

NEWSLETTER

Deine Nachricht landet direkt im Postfach.

GOOGLE ADS

GEFUNDEN WERDEN, WENN JEMAND SUCHT

Werde von Leuten gefunden, die
schon etwas Bestimmtes suchen.

Deine Anzeige erscheint bei
ausgewählten Suchbegriffen.

Suche: „metzger onlineshop“

Google metzger onlineshop

KI-Modus **Alle** Bilder Kurze Videos Videos News Web Mehr ▾ Suchfilter ▾

Schwarzwald Mein Metzger Bayerische

Ost, 90491 Nürnberg [Genauen Standort verwenden](#)

Gesponserte Ergebnisse


KaufneKuh
<https://www.kaufnekuh.de>

Grasgefüttertes Fleisch vom Bauern

Fleisch direkt vom Bauern — Unser Fleisch ist 100% grasgefüttert und wird in Deutschland nachhaltig produziert. Wähle dein Paket — alles Bio, alles transparent. 100% Natürlich. Zertifiziertes Biofleisch. 100% natürliche Haltung.


Pichler Biometzgerei
<https://www.biometzgerei-pichler.de>

Pichler Biometzgerei®

Kostenlose Lieferung ab 60 € — Familienbetrieb mit über 30 Jahre Erfahrung. Betriebseigene Tierschutzbeauftragte sorgen sich mehrmals im Jahr um das Wohl der Tiere. Deutschlandweiter Versand. Familienbetrieb seit 1989. Filialen und...


wurst-baron.com
<https://www.wurst-baron.com>

Fleisch & Fisch

Fleisch & Fisch - große Auswahl - jetzt online kaufen & bestellen


Kreutzers
<https://www.kreutzers.eu>

Kreutzers

Morgen geliefert — 100% Qualitätsgarantie: Nachhaltig und frisch. Rind, Schwein, Geflügel, Lamm — frisch gekühlt schnell geliefert. 100% Qualitätsgarantie. Artgerechte Haltung. Premium-Cuts. Immer frische Produkte. Tagesfrisch...

★★★★★ Bewertung für kreutzers.eu: 4,6 - 627 Rezensionen

Fleisch in bester Qualität · Geflügel & Wild · Dry Aged Steaks, Lachs & mehr, morgen bei dir · Rind


MeinMetzger.de
<https://meinmetzger.de>

MeinMetzger.de: Ihr Online-Metzger

Geschenke/ Konserven · Steaks & Co · Fleisch · Wurst · Schinken · Themen-Welt · Groß · Spezialitäten

Gesponserte Produkte

 Kalbsfilet - Jetzt bestes Filet v... 52,75 € yourbeef 52,75 €/100g +10,90 € Versa... Von adseed	 Speck ohne Pökelsalz... 13,15 € Pur Südtirol +7,90 € Versa... Von Google	 Kuh Paket Maxi 6.3 kg ... 179,95 € Kaufnekuh.de 28,56 €/1kg ☑ Kostenlos Von Channable
 Kobe Ribeye Steak A5 TK... 1.380,00 € Albers Food ... 55,20 €/100g ☑ Kostenlos Von Channable	 Trüffelsalami 4,49 € Bedford +5,99 € Versa... Von Google	 JUPPIE – Bio-Rinder... 7,49 € Hofgut Stöcken +6,90 € Versa... Von Google
 Bio Rinderhackfle... 13,99 € Josef's Biofle... 27,98 €/1kg +9,99 € Versa... Von Google	 Rinderhack TK ca. 300g 8,25 € bio-fleischer-l... +9,75 € Versa... Von Brand Bo...	 Spanische Iberico... 13,99 € 20-€ Don Carne 23,32 €/1kg +9,95 € Versa... Von Channable

META ADS

GESEHEN WERDEN, WOFÜR SICH JEMAND INTERESSIERT

Erreiche Leute passend zu ihren Interessen: Auf Facebook, Instagram, TikTok und Co.

Deine Anzeige erscheint nach
Online-Verhalten.



Feed-Anzeige



Story-Anzeige

Beispiel: Fleischwerk – Metzgerei Partheymüller mit Camping-Gerichten.

TIPP ZUM SCHLUSS

NIE EINFACH MACHEN UND HOFFEN!

Prüfe bei jeder Maßnahme, was funktioniert und was nicht.

ONLINE

Unzählige Tools zeigen dir, was funktioniert.

Website-Statistik

Anzeigen-Auswertung

Social-Media-Insights

OFFLINE

Frag deine Kundschaft direkt nach Feedback.

„Wie bist du auf uns aufmerksam geworden?“

So setzt du dein Budget effektiv ein und hörst auf, Geld zu verbrennen.

**GIBT'S NOCH
FRAGEN?**



UND UNSER TEAM



Christian Böhm

cb@boehm.media
T +49 (0)9123 989899-20



Philipp Böhm

pb@boehm.media
T +49 (0)9123 989899-18

VIELEN DANK!
MELDE DICH EINFACH BEI UNS!