

## Bewertungsbogen

Betrieb:

Datum des Besuchs: \_\_\_\_\_

### 1. Qualität der Produkte

Die angebotenen Erzeugnisse müssen mindestens der aktuell gültigen Vermarktungsnorm hinsichtlich der Mindestqualität entsprechen. Die Produkte müssen:

- ganz,
- gesund,
- sauber,
- praktisch frei von sichtbaren Fremdstoffen,
- praktisch frei von Schädlingen und Schäden durch Schädlinge, die das Fruchtfleisch beeinträchtigen,
- frei von anomaler äußerer Feuchtigkeit
- frei von fremden Geruch und/ oder Geschmack sein.

Non- Food- Artikel müssen sauber sein und dürfen keinen Mangel besitzen.

sehr hoch (12 Punkte)	hoch (8 Punkte)	mittel (4 Punkte)	schlecht (0 Punkte)	Punkte

### 2. Ambiente und Atmosphäre

Bei diesem Punkt werden u.a. die Beschaffenheit, Ausstattung, Dekoration und Sauberkeit des Verkaufsrums bewertet. Dabei müssen die Grundregeln der Warenpräsentation beachtet werden. Grundregeln der Warenpräsentation sind: eine ordentliche und strukturierte Warenpräsentation, Platzierungsregeln (z.B. Kundenstopper im Eingangsbereich), gleichmäßig helle Beleuchtung, Verkostungsmöglichkeiten). Ideenreichtum und Kreativität bei der Ausgestaltung werden positiv bewertet.

sehr hoch (6 Punkte)	hoch (4 Punkte)	mittel (2 Punkte)	schlecht (0 Punkte)	Punkte

### 3. Gestaltung des Verkaufsraum

Der Verkaufsraum ist klar gegliedert und übersichtlich. Es ist eine Wegführung zu erkennen. Mit bewertet werden das Platzangebot und die Barrierefreiheit sowie das Vorhandensein von Einkaufshilfen.

trifft voll zu (12 Punkte)	trifft zu (8 Punkte)	teils/ teils (4 Punkte)	trifft weniger bis gar nicht zu (0 Punkte)	Punkte

### 4. Breite des Sortiments

#### a. Reichhaltigkeit des Gesamtsortiments

Die Bewertung richtet sich nach Breite und Tiefe der angebotenen Waren.

Die Sortimentstiefe und - breite ist:				Punkte
sehr hoch (6 Punkte)	hoch (4 Punkte)	mittel (2 Punkte)	niedrig (0 Punkte)	

#### b. Reichhaltigkeit der selbsterzeugten Waren

Die Bewertung richtet sich nach Breite und Tiefe der selbsterzeugten Waren.

Die Sortimentstiefe und - breite ist:				Punkte
sehr hoch (6 Punkte)	hoch (4 Punkte)	mittel (2 Punkte)	niedrig (0 Punkte)	

### 5. Kundeninformation (Produktkennzeichnungen, Preisauszeichnungen, Warendecklaration)

Am gesamten Sortiment muss eine deutlich lesbare Preisauszeichnung vorhanden sein. Bewertet werden weiterhin Hinweisschilder zu Warengruppen, Informationstafeln und weiteres Infomaterial zu neuen oder außergewöhnlichen Produkten. Bei der Warendecklaration müssen die zurzeit gültigen Vermarktungsnormen und die gesetzliche Kennzeichnungsverordnung eingehalten werden.

trifft voll zu (6 Punkte)	trifft zu (4 Punkte)	teils/ teils (2 Punkte)	trifft weniger bis gar nicht zu (0 Punkte)	Punkte

#### 6. Beratung und Bedienung der Kunden, Auftreten des Personals

Es wird die Beratung durch Fachpersonal, Freundlichkeit und Auftreten sowie fachliche Kompetenz bewertet. Hierzu zählen ebenso das gepflegte Erscheinungsbild (Betriebskleidung) und die Umgangsform des Personals mit dem Kunden.

Checkliste	Punkte
gepflegtes Erscheinungsbild des Personals (0 bis 3 Punkte)	
Freundlichkeit des Personals (0 bis 3 Punkte)	
fachliche Beratung (0 bis 3 Punkte)	
Umgangsform des Personals mit den Kunden (0 bis 3 Punkte)	
Gesamtpunktzahl (12 Punkte)	

#### 7. Regionalität der Produktpalette

Bewertet werden der Anteil an zugekauften regionalen Produkten und Produktveredelungen sowie die Zusammenarbeit mit anderen regionalen Betrieben.

hoch (12 Punkte)	mittel (8 Punkte)	gering (4 Punkt)	nicht vorhanden (0 Punkte)	Punkte

#### 8. Nachhaltigkeit und Energieeffizienz

Es sollten recycelbare Materialien (Papiertüten, Pappkisten) auch bei Geschenkverpackungen Verwendung finden. Mitbewertet wird die Anwendung von Pfandsystemen z.B. bei Kisten und Körben. In die Bewertung sollte die Nutzung ressourcenschonender Ausstattung einfließen. Eine effiziente Nutzung der internen Wirtschaftskreisläufe wird ebenfalls mit bewertet.

trifft voll zu (10 Punkte)	trifft zu (6 Punkte)	teils/ teils (3 Punkte)	trifft weniger bis gar nicht zu (0 Punkte)	Punkte

#### 9. Aktionen, Werbung, Marketing

Hierzu zählen Fahrzeugbeschriftung, Hofschild, Werbung in Print-, Fernseh- und Funkmedien, Flyer, Handzettel, Veranstaltungen wie Hoffeste, Erntefeste, eigene Homepage, Auftritte in Social Media- Plattformen (z.B. Facebook, Instagram), Newsletter, Betriebsführungen, Aktionen mit Schulen und Kitas.

Checkliste	Punkte
Fahrzeugbeschriftung (0 bis 0,5 Punkte)	
Hofschild (0 bis 0,5 Punkte)	

Werbung in Print- , Fernseh- und Funkmedien (0 bis 1 Punkte)	
Flyer, Handzettel (0 bis 1 Punkt)	
Veranstaltungen (Hoffest, Erntefest, Betriebsführungen) (0 bis 2 Punkte)	
Homepage, Newsletter, Auftritt in Social- Media- Plattformen (z.B. Facebook, Instagram) (0 bis 2 Punkt)	
Aktionen mit Schulen und Kitas (0 bis 1 Punkt)	
Gesamtpunktzahl (8 Punkte)	

10. Verbraucherorientierte Anpassung des Sortiments an den Standort des Obsthofladens  
 In diesem Punkt soll die Anpassung des Obsthofladens an den jeweiligen Standortes bewertet werden. Dabei sollen die unterschiedlichen Verkaufsstrategien der Obsthofläden in die Bewertung miteinfließen.

trifft voll zu (6 Punkte)	trifft zu (4 Punkte)	teils/ teils (2 Punkte)	trifft weniger bis gar nicht zu (0 Punkte)	Punkte

11. Anbindung an die obstbauliche Betriebsstätte

Es ist für den Kunden eine wahrnehmbare Anbindung an einen obstbaulichen Betrieb vorhanden.

trifft zu (1 Punkte)	trifft nicht zu (0 Punkte)	Punkte

12. Ausreichende Anzahl an Parkplätzen

Es stehen der Größe des Hofladens entsprechend ausreichend Parkplätze zur Verfügung.

trifft zu (2 Punkte)	trifft nicht zu (0 Punkte)	Punkte

13. Bemerkungen/ Bonuspunkte

Für besondere Ideen bezüglich der Vermarktung, Kundenbindung und Verkauf können Bonuspunkte vergeben werden.

Erreichbare Punktzahl	erreichte Punkte
2	

Bemerkungen:

---



---



---