Böhm media

KONZEPT FÜR DIE FRÄNKISCHE LANDMETZGEREI LINDÖRFER

# LINDÖRFER ONLINESHOP:

## WIRTSHAUSKÜCHE FÜR DAHEIM

Warum Fokus | Umsatz | Idee | Sortiment | Risiken | Vermarktung | Fahrplan | Angebot | Prognose | Team



DAS KONZEPT IN 30 SEKUNDEN

# AUF EINEN BLICK:
# DAS KONZEPT IN KÜRZE

**Fünf Punkte genügen, um das Konzept zu verstehen. Alles Weitere erklären wir auf den folgenden Seiten.**

DIE IDEE

## WIRTSHAUSKÜCHE FÜR DAHEIM

Fertig gegarte Braten und Klassiker, in 40 Minuten auf dem Tisch.

DER BEWEIS

## Über 40 Jahre Wirtshaus-Lieferant

Was seit Jahrzehnten in Wirtshäusern auf den Teller kommt, gibt es jetzt auch für zu Hause.

DIE KUNDEN

## Genießer ohne Zeit in ganz Deutschland

Dazu Gastgeber, Heimweh-Franken und alle, die etwas Deftiges verschenken.

DAS SORTIMENT

## Menüboxen

Fast alles habt ihr schon im Bestand. Neu sind Verpackung und Präsentation.

DER START

## Oktober 2026

Dann beginnt die Umsetzung des Projekts.

EMPFEHLUNG **Klein starten** und nach sechs Monaten nachlegen, wenn die Zahlen zeigen, was funktioniert.






ERST MAL EHRLICH

# WARUM NICHT EINFACH DIE ARTIKELLISTE?

**Eure Artikelliste ist perfekt für Profis. Endkunden kaufen online aber keine Liste – sie kaufen eine Lösung.**



HEUTE

## Euer Kunde: Wirt, Markt, Kantine



IM ONLINESHOP

## Euer Kunde: der Endverbraucher

| | | |
|---|---|---|
| **WISSEN**<br>Weiß genau, was er braucht, und bestellt nach Artikelnummer. | → | **WISSEN**<br>Weiß oft nicht, was er will, und sucht eine Idee fürs Sonntagsessen. |
| **VERTRAUEN**<br>Kennt euch und eure Qualität seit Jahren. | → | **VERTRAUEN**<br>Kennt euch nicht und sieht nur ein Foto. |
| **BERATUNG**<br>Bekommt Beratung von eurem Vertrieb. | → | **BERATUNG**<br>Keine Beratung. Bunt zusammengewürfelte Artikel geben keine Orientierung. |
| **MENGE & LIEFERUNG**<br>Bestellt kiloweise, ihr liefert mit eigenem Kühlwagen. | → | **MENGE & LIEFERUNG**<br>Bestellt für vier Personen und zahlt 10–15 € Kühlversand. Das lohnt sich nur für ein ganzes Essen. |
| **AUSWAHL**<br>Hat wenige feste Lieferanten. | → | **AUSWAHL**<br>Hat ganz Deutschland zur Auswahl – der nächste Shop ist einen Klick entfernt. |

**HEISST** Für Wirte und Märkte funktioniert die Artikelliste. Einfach online gestellt, wird daraus ein Shop wie hunderte andere – **ohne Grund, ausgerechnet bei euch zu bestellen.**







DER SCHLÜSSEL

# EUER USP:
# DER EINE GRUND

## USP HEISST: DER EINE GRUND, WARUM JEMAND BEI EUCH BESTELLT UND NICHT BEI DEN ANDEREN.

Die erfolgreichen Online-Metzger lassen sich alle in einem einzigen Satz beschreiben. Genau so einen Satz braucht ihr auch.

**OHNE USP**

- × Ihr kämpft nur über den Preis.
- × Werbung verpufft, weil sie nichts Besonderes sagt.
- × Kunden bestellen einmal und vergessen euch.

**MIT USP**

- ✓ Eure Werbung hat eine klare Botschaft.
- ✓ Kunden erzählen weiter, was sie bei euch bekommen.
- ✓ Ihr könnt faire Preise verlangen.







WICHTIG ZU WISSEN

# EIN SHOP IST KEIN UMSATZBRINGER, SONDERN EIN VERKAUFSKANAL.

Der Umsatzbringer ist ein **gut konzipiertes Produkt** mit **Alleinstellungsmerkmal!**

**Produkt mit USP**
Der eigentliche Umsatzbringer

→

**Der Shop**
Der Verkaufskanal

→

**Umsatz**
Kommt, weil Kunden das Produkt haben wollen

**Deshalb steckt die meiste Arbeit in diesem Konzept: im Produkt, in der Idee, dem Sortiment und den Boxen. Der Shop macht es dann nur noch leicht, zu bestellen.**



WARUM FOKUS

# LIEBER IN EINER SACHE DIE ERSTE ADRESSE

**Ein Shop mit allem ist ein Shop für niemanden. Mit einem klaren Thema weiß jeder sofort, was er bei euch bekommt.**

## DREI RICHTUNGEN HABEN WIR GEPRÜFT

**1 Fleischkäse-Spezialist** — geprüft
Schnell umsetzbar, aber ein schmales Thema.
→ **zu schmal**

**2 Fleisch und vegan** — geprüft
Spannend, braucht aber viele neue Produkte.
→ **zu viel Neuentwicklung**

**3 Wirtshausküche für daheim** — Favorit
Besteht alle fünf Fragen im Check.
→ **unser Favorit**



## DER CHECK: WIRTSHAUSKÜCHE FÜR DAHEIM

| FRAGE | ANTWORT | WARUM |
|---|---|---|
| **Könnt ihr das glaubwürdig?** | ✓ **Ja** | Ihr beliefert seit über 40 Jahren Wirtshäuser und Kantinen. |
| **Wollen Kunden das?** | ✓ **Ja** | Braten, Haxe und Schäufele sind beliebt – aber kaum einer hat Zeit dafür. |
| **Habt ihr die Produkte schon?** | ✓ **Ja** | Schäufele, Haxen, Braten und Kasseler sind da. |
| **Trägt es den Versand?** | ✓ **Ja** | Ein ganzes Essen für vier trägt die Kühlversandkosten. |
| **Kann das jeder kopieren?** | ✓ **Kaum** | Gastro-Erfahrung kann man nicht einfach kaufen. |

**WICHTIG** Eure Produktliste bleibt die Basis. Wir packen sie nur so, dass Kunden sie **verstehen – und haben wollen.**

EURE POSITIONIERUNG

# WAS IM WIRTSHAUS AUF DEN TELLER KOMMT

**Ein Satz, der alles sagt – und eine Herkunft, die man euch sofort glaubt.**

## WIRTSHAUSKÜCHE FÜR DAHEIM.

**Von dem Metzger, bei dem die Wirte einkaufen.**

### WARUM MAN EUCH DAS GLAUBT

**Profi-Herkunft**
Lieferant für Wirtshäuser, Kantinen und Handel – seit über 40 Jahren.

**Eigene Herstellung**
Eigene Zerlegung und Wurstküche, Metzgermeister, IFS-zertifiziert.

**Immer gleich gut**
Rezepte für Großküchen, die jeden Tag funktionieren müssen.

**Ehrliche Zutaten**
Eure Umstellung auf natürliche Zutaten – sobald belegt, ein Extra-Argument.




Mockup: So könnte die Untermarke im Lindörfer-Design aussehen.

| | |
|---|---|
| **Name** | „Wirtshaus at home · von Lindörfer“ (Vorschlag) |
| **Ton** | Herzhaft, ehrlich, mit Humor. Sonntagsbraten statt Steak-Schickimicki. |
| **Gesichter** | Eure Metzgermeister, die Geschäftsführung und echte Wirte. |
| **Bilder** | Dampfender Teller, knusprige Kruste, Blick in die Wurstküche. |







EURE KUNDEN

# FÜR WEN WIR DEN SHOP BAUEN

**Vier Gruppen, ein gemeinsamer Nenner: Lust auf echtes, deftiges Essen – ohne selbst stundenlang zu kochen.**



Kern · 35 bis 60 Jahre

## GENIESSER OHNE ZEIT

Mögen es deftig, haben aber keine Zeit zum Schmoren.

**Anlass: das Sonntagsessen**




Hamburg, Berlin & Co.

## HEIMWEH-FRANKEN

Franken und Bayern, die weggezogen sind – und ihr Schäufele vor Ort nicht finden.

**Anlass: ein Stück Heimat**



6 bis 12 Personen

## GASTGEBER

Wollen Wirtshaus-Qualität für ihre Gäste, ohne den ganzen Tag in der Küche zu stehen.

**Anlass: Feste und Familienfeiern**



Stark vor Weihnachten

## SCHENKENDE

Eine deftige Box statt der Weinflasche – für Eltern, Kollegen und Kunden.

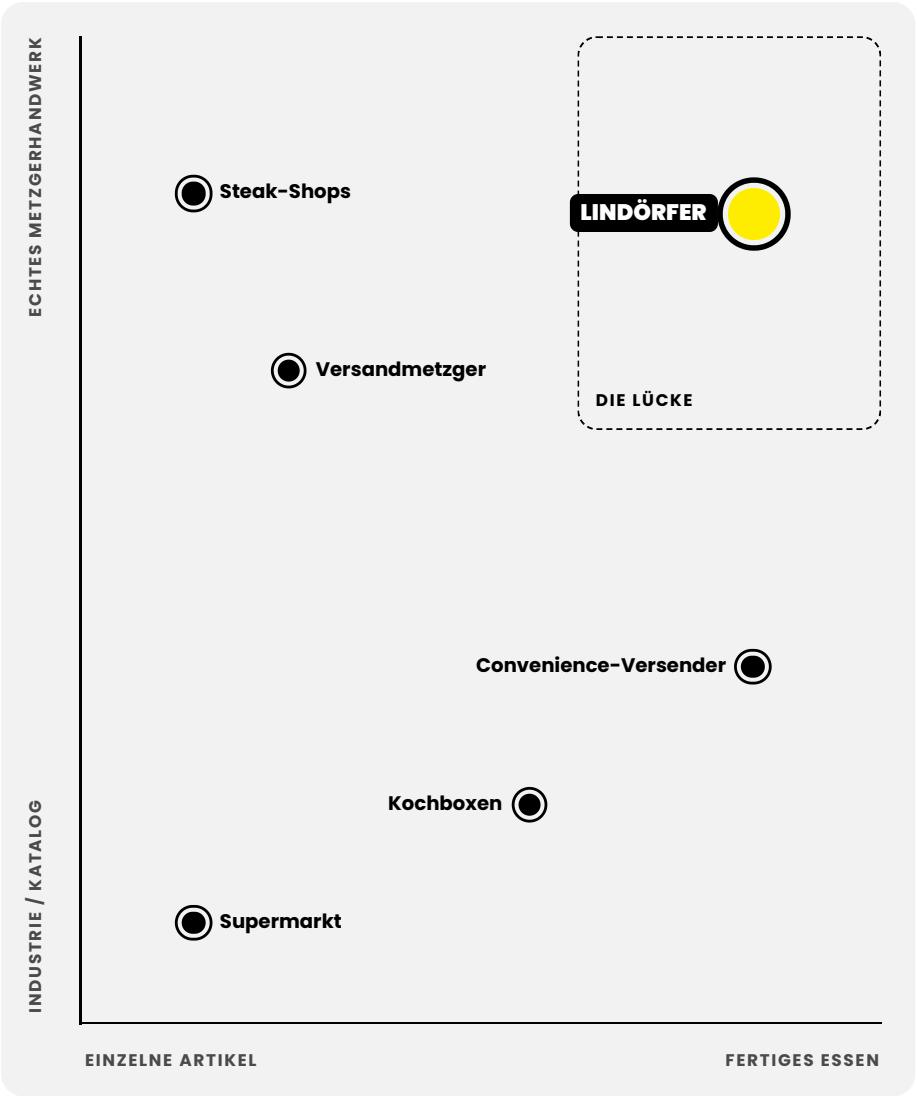
**Anlass: Geschenke**

**Nicht unsere Zielgruppe:** ~~Steak-Fans~~ ~~Schnäppchenjäger~~

WETTBEWERB

# WER SCHON DA IST – UND WO EURE LÜCKE IST

**Wirtshaus-Qualität, fertiges Essen und eine echte Metzgerei – diese Kombination bietet so kaum jemand.**




| WER | WAS SIE MACHEN | EURE CHANCE |
|---|---|---|
| **Steak-Shops** | Edle Steaks, teuer, große Werbebudgets | **Nicht angreifen. Ihr macht Sonntagsbraten, kein Steak.** |
| **Versandmetzger** | Gutes Handwerk, meist Einzelartikel | **Ihr liefert das fertige Essen – mit Wirtshaus-Beweis.** |
| **Convenience-Versender** | Vorgegarte Braten als Katalogware | **Ihr habt die echte Metzgerei und echte Wirte.** |
| **Kochboxen** | Zutaten zum Selberkochen | **Bei euch kocht keiner – nur aufwärmen.** |
| **Supermarkt** | Günstig, aber Industrieware | **Metzgerqualität für den besonderen Tag.** |

DIE LÜCKE **Wirtshaus-Qualität + fertiges Essen + echte Metzgerei** – das bietet so kaum jemand.

Quellen: Websites der Anbieter, Stand September 2026. Kochboxen und Supermarkt: allgemeine Markteinschätzung. Positionen in der Karte vereinfacht.

EURE VORTEILE

# WARUM LINDÖRFER GEWINNT

**Das wird euch begeistern:**

**1**

### VERTRAUEN SOFORT

„Von Wirten geprüft" ersetzt Jahre an Markenaufbau.

**2**

### SCHNELLER START

Die Produkte gibt es schon – neu sind nur Verpackung und Präsentation.

**3**

### WÄCHST MIT

Eure Produktion schafft mehr als jede kleine Versandmetzgerei.

**4**

### GRÖSSERE BESTELLUNGEN

Ein ganzes Menü statt einer Wurst – das trägt den Versand.

**5**

### KUNDEN KOMMEN WIEDER

Der Sonntagsbraten ist ein Ritual – ganz ohne Abo.

**6**

### HILFT EUREM GROSSHANDEL

Wirte werden Botschafter – der Shop stärkt euer Image im Handel.



UNSER TIPP

**Die Wirte sind der Hebel. Drei bis fünf echte Gesichter reichen.**







EUER SORTIMENT

# WAS IHR SCHON HABT

| WAS | DAS HABT IHR SCHON | DAS MACHEN WIR DARAUS |
|---|---|---|
| **Schäufele** | Ganz, portioniert, à 350 g, vorgegart für die Gastro | **Hauptprodukt: vorgegart im Beutel für 2 und 4 Personen** |
| **Haxen** | Gepökelt sowie gepökelt & gekocht TK | **Gegart vorhanden – Versand testen** |
| **Rind & Kalb** | Tafelspitz, Roastbeef, Gulasch | **Neu als fertig geschmortes Gericht** |
| **Kasseler & Co.** | Kasseler gekocht, Kaiserfleisch, Wammerl gegart | **Schon gegart – sofort startklar** |
| **Bratwurst** | Bendel, Rostbratwurst, hell geräuchert | **Für Brotzeit und Grill-Sommer** |
| **Brotzeit** | Pressack, Sülzen, Griebenfett, Dosen à 390 g | **Beipack und Geschenkbox** |
| **Vegan** | Vegane Bratwurst und Weißwurst | **Als Option in jede Box** |

Haltbarkeit und Versandtauglichkeit prüfen wir je Artikel mit eurem Qualitätsmanagement.






EUER SORTIMENT

# WAS DAZUKOMMT: 3 BEISPIEL-BOXEN

**Aus Einzelartikeln wird ein ganzes Essen. Das Fleisch kommt von euch, die Beilagen ergänzen Partner. Wie viele Boxen es am Ende werden, legen wir gemeinsam fest.**

**NEU AUS EURER HERSTELLUNG**

1. **Kochbeutel für 2 und 4 Personen**
   Mit Anleitung und QR-Code zum Video.
2. **Fertig geschmort**
   Gulasch und Schweinebraten mit Kruste.
3. **Soße aus eigenen Knochen**
   Die Knochen habt ihr sowieso. Daraus wird ein Produkt mit Geschichte.
4. **Längere Haltbarkeit**
   Ziel: 3 bis 4 Wochen ab Versand.

**VON PARTNERN ERGÄNZT**

Klöße · Blaukraut · Sauerkraut · Senf · Meerrettich

Diese Beilagen stellt ihr nicht selbst her. Wir kaufen sie bei passenden Partnern zu und packen sie mit in die Box.




BOX 1

## SONNTAGSBRATEN

Schäufele oder Braten · Soße · Klöße · Blaukraut

Für 2 oder 4 Personen: das komplette Sonntagsessen.



BOX 2

## WIRTSHAUS-KLASSIKER

Schäufele · Haxe · Schweinebraten mit Kruste · Soße · Klöße · Sauerkraut

Zum Durchprobieren. Der ideale Einstieg für neue Kunden.



BOX 3

## BROTZEIT

Pressack · Sülze · Geräucherte Bratwurst · Dosen · Senf · Meerrettich

Auch ungekühlt als Geschenk, ideal für Weihnachten.

aus eurer Herstellung · von Partnern ergänzt

**Später:** Saison- und Geschenkboxen, zum Beispiel zu Ostern, Kirchweih und Weihnachten.

SHOP UND VERSAND

# SO FUNKTIONIERT ES

**Sortiert nach Anlass statt nach Teilstück – und so verschickt, dass jede Bestellung sich lohnt.**




Mockup: Shop-Startseite im Lindörfer-Design.

## DER SHOP

### Shopify

Schnell aufgebaut, günstig im Betrieb.

### Sortiert nach Anlass

Sonntagsbraten, Brotzeit, Feste, Geschenke – nicht nach Teilstück.

### Klare Produktseiten

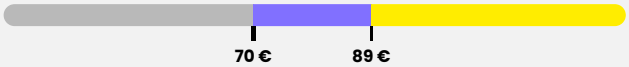
Zubereitungszeit, Personenzahl, Video, Zutaten.

### Vertrauen

Bewertungen, Blick in die Produktion, echte Wirte.

## VERSAND UND PREISE

**Unser Ziel beim Warenkorb**




mit Versandkosten · Ziel: 70 bis 90 € · versandkostenfrei ab 89 €

**Warum ab 89 €?** Die Grenze liegt knapp über dem Ziel. Wer bei 75 € ist, legt lieber eine Beilage oder eine Dose dazu, als Versand zu zahlen. So steigt der Warenkorb, und jede Bestellung trägt den Kühlversand.

### Kühlversand

Isolierbox mit Kühlakkus, Versand Montag bis Mittwoch.

### Ohne Kühlung

Dosen und Geschenkboxen gehen als normales Paket.

**FAIR** Picnic und euer Handel bleiben. Der Shop bekommt **eigene Boxen** – so macht ihr euren Partnern keine Konkurrenz.

BEISPIEL

# SO KÖNNTE EUER SHOP AUSSEHEN

**Die Startseite als Entwurf im Lindörfer-Design, so wie sie auf dem Bildschirm erscheint.**



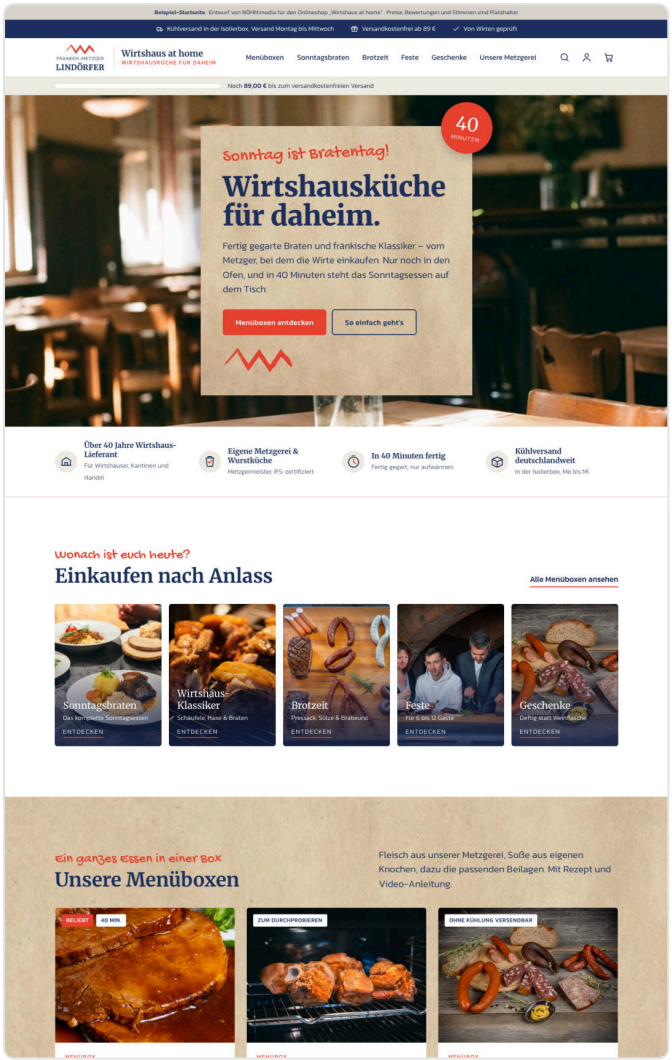

1. **Gasthaus-Gefühl ab dem ersten Blick**
   Sonntag ist Bratentag: in 40 Minuten auf dem Tisch.
2. **Einkaufen nach Anlass**
   Sonntagsbraten, Klassiker, Brotzeit, Feste, Geschenke.
3. **Menüboxen im Mittelpunkt**
   Für 2 oder 4 Personen, mit Rezept und Video.
4. **Versandkostenfrei ab 89 €**
   Die Leiste oben zeigt, wie viel noch fehlt.
5. **Von Wirten geprüft**
   Echte Wirte mit Foto, Name und Zitat.

Preise, Stimmen und Bewertungen sind Platzhalter.

BEISPIEL

# DIE GANZE STARTSEITE VON OBEN NACH UNTEN

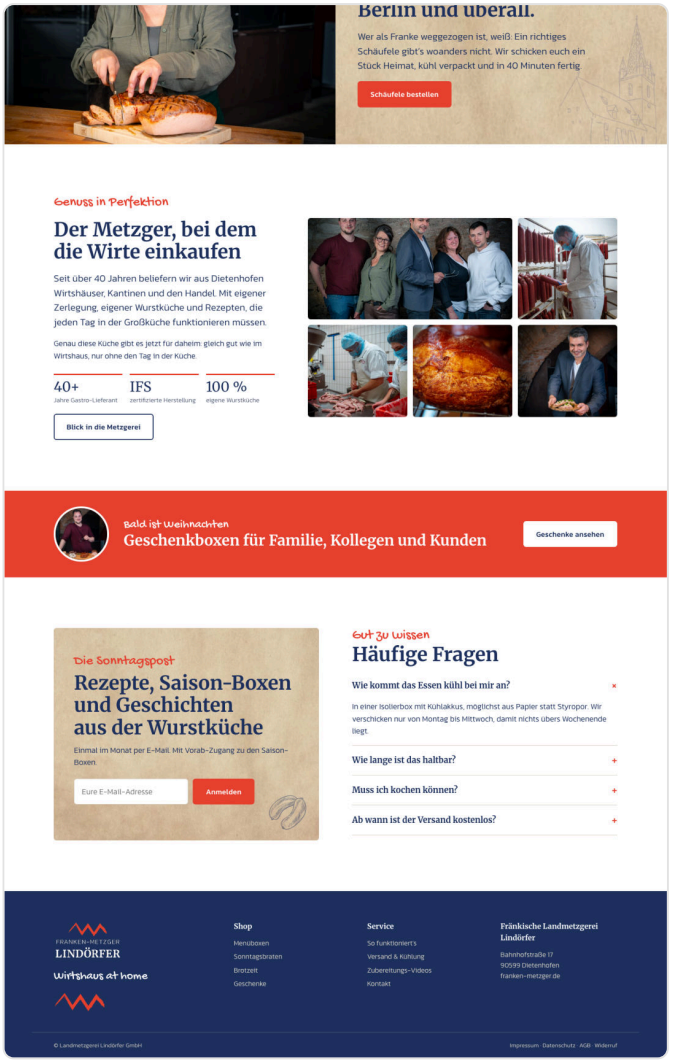
**Die komplette Seite in drei Abschnitten, zu lesen von links nach rechts.**




1 · Einstieg, Anlässe, Menüboxen




2 · So geht's, Wirte, Heimweh-Franken




3 · Metzgerei, Saison, Newsletter, Fuß

VERPACKUNG

# DAS AUSPACKEN GEHÖRT ZUM ESSEN

**Das Paket ist der erste Moment, in dem der Kunde euch in der Hand hält – und oft das, was er auf Instagram zeigt.**

## IM LADEN IST DIE THEKE EUER SCHAUFENSTER. ONLINE IST ES DER KARTON.




Mockup: Versandbox, Etikett und Rezeptkarte im Lindörfer-Design.

### WAS WIR GESTALTEN

**VERSANDBOX**
Außen der Wirtshaus-Look, innen das Rezept obenauf.

**KÜHLUNG**
Sauber und möglichst aus Papier statt Styropor.

**ETIKETTEN**
Einheitlich, die Zubereitungszeit groß drauf.

**REZEPT ALS BEILEGER**
Rezept mit QR-Code zur Video-Anleitung.

### SO HÄNGT DIE VERPACKUNG AM SHOP-PROZESS

SCHRITT 1
**BESTELLEN**
Geschenkoption und Grußkarte im Warenkorb.

SCHRITT 2
**PACKEN**
Packliste je Box, Kühlakku nach Wetter.

SCHRITT 3
**VERSAND**
Mail: „Gleich in den Kühlschrank."

SCHRITT 4
**AUSPACKEN**
Rezept lesen, Video scannen, loslegen.

SCHRITT 5
**DANACH**
Bewertung und Nachbestellen per Klick.

Bedruckte Boxen kosten je nach Auflage unterschiedlich viel. Das rechnen wir mit Angeboten nach.









RISIKEN

# WAS SCHIEFGEHEN KANN – UND WAS WIR TUN

**Jedes Risiko hat eine Antwort.**

### Andere haben auch Schäufele

hoch

**WAS WIR TUN**

Menüboxen und echte Wirte machen den Unterschied – das hat sonst keiner.

### Versandkosten und Hitze

mittel

**WAS WIR TUN**

Versandkostenfrei erst ab 89 €, Versand nur Montag bis Mittwoch, getestete Verpackung.

### Sommerloch bei Braten

mittel

**WAS WIR TUN**

Im Sommer stehen Bratwurst, Brotzeit und Grill im Mittelpunkt.

### Wer packt die Pakete?

mittel

**WAS WIR TUN**

Fester Packplatz und feste Packtage – notfalls übernimmt ein Dienstleister.

### Recht und Kennzeichnung

mittel

**WAS WIR TUN**

Rechtstexte-Service und Werbeaussagen nur mit Beleg.

### Ärger mit Handel und Gastro

niedrig

**WAS WIR TUN**

Eigene Shop-Boxen und die Partner vorher informieren.



Die meisten Risiken sind **organisatorisch** – und lassen sich vor dem Start klären.

hoch mittel niedrig











VERMARKTUNG

# KANÄLE UND JAHRESKALENDER

**Sechs Kanäle, ein Jahr mit klaren Höhepunkten – und Weihnachten als Hauptsaison.**

### Instagram, Facebook & TikTok
Neue Kunden gewinnen – knusprige Kruste wirkt im Feed.

### Google
Wer „Schäufele bestellen" sucht, findet euch.

### Newsletter
Wichtigster Kanal

Bringt Kunden zurück – der wichtigste Kanal fürs Geld.

### Videos
Aus der Wurstküche, Porträts der Wirte, Zubereitung.

### Aufsteller bei den Wirten
QR-Code im Wirtshaus: „Das Schäufele gibt's auch für daheim."

### Presse & Food-Creator
Eine Geschichte zum Start und Probierpakete.

## DAS JAHR

| Jan | Feb | Mär | Apr | Mai | Jun | Jul | Aug | Sep | Okt | Nov | Dez |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **JAN–MÄRZ**<br>**Bratensaison, Start im Februar**<br>Werbung, Presse, Newsletter | | | | **MAI–AUG.**<br>**Grill und Bratwurst**<br>Bratwurst und Brotzeit tragen den Sommer | | | | | | **NOV–DEZ**<br>**Weihnachten & Geschenkboxen**<br>Die Hauptsaison | |
| | | **MÄRZ–APRIL**<br>**Ostern**<br>Festessen für die Familie | | | | | **AUG.–OKT.**<br>**Kirchweih, Schlachtschüssel**<br>Typisch fränkisch | | | | |










FAHRPLAN

# SO GEHT ES WEITER

**Ein grober Ablauf in fünf Schritten. Die genauen Termine legen wir gemeinsam fest.**

SCHRITT 1

## KLÄREN

Produkte, Name und Rahmen festlegen.

SCHRITT 2

## VORBEREITEN

Boxen testen, Fotos, Marke.

SCHRITT 3

## SHOP BAUEN

Shop, Texte, Testpakete, Wirte.

SCHRITT 4

## START

Werbung, Presse, Newsletter.

SCHRITT 5

## BILANZ

Nach sechs Monaten Zahlen prüfen und entscheiden, wie es weitergeht.







ANGEBOT

# UNSER ANGEBOT: DREI OPTIONEN

**Umsetzung des Konzepts zum Festpreis. Jede Option enthält alles aus der Option davor.**

| | OPTION 1<br>**MINIMUM**<br>**19.000 €**<br>ca. 4 Wochen ab Auftrag | Unsere Empfehlung<br>OPTION 2<br>**ERWEITERT**<br>**23.000 €**<br>ca. 6 Wochen bis zum Start | OPTION 3<br>**PREMIUM**<br>**35.000 €**<br>ca. 6 Wochen bis zum Start |
|---|---|---|---|
| **MARKE & DESIGN** | | | |
| Sub-Marke „Wirtshaus at home · von Lindörfer" im Lindörfer-Look | ✓ | ✓ | ✓ |
| Verpackungsdesign für die Versandbox | ✓ | ✓ | ✓ |
| Etiketten und Rezeptkarten | ✓ | ✓ | ✓ |
| **SHOPIFY-SHOP** | | | |
| Shop-Aufbau, sortiert nach Boxen statt Teilstück | ✓ | ✓ | ✓ |
| Produktseiten der 10 Start-Boxen | ✓ | ✓ | ✓ |
| Startseite mit Einstieg, Anlässen und Menüboxen | ✓ | ✓ | ✓ |
| Checkout mit Versand und Zahlung | ✓ | ✓ | ✓ |
| DSGVO-Formulare, Cookie-Banner, Rechtstexte-Service | ✓ | ✓ | ✓ |
| **CONTENT & FOTOGRAFIE** | | | |
| SEO-Texte für die Boxen und die Startseite | ✓ | ✓ | ✓ |
| 1 bis 2 Foto-Tage für Produktbilder der Boxen | ✓ | ✓ | ✓ |
| Foto-Tag der zubereiteten Boxen | – | ✓ | ✓ |
| Rezept-Content auf der Website | – | ✓ | ✓ |
| **VIDEO** | | | |
| Rezeptvideos zu euren Boxen, Schritt für Schritt | – | – | ✓ |
| Einbindung per QR-Code auf Verpackung und Website | – | – | ✓ |
| **Enthaltene Leistungen** | **10 von 14** | **12 von 14** | **14 von 14** |

ANGEBOT

# RAHMEN, ZAHLUNG UND GÜLTIGKEIT

**Klare Bedingungen, damit ihr wisst, worauf ihr euch einlasst.**

### Fester Preis

Wir rechnen nicht nach Stunden ab. Ihr bekommt die vereinbarten Leistungen zum festen Preis, ohne versteckte Zusatzkosten. Während des ganzen Projekts erreicht ihr uns direkt. Alle Inhalte und Zahlen behandeln wir vertraulich.

### Zahlung

- **10.000 €** zum Projektstart, der Rest verteilt auf **3 Monate**, zins- und spesenfrei
- Zahlt ihr die Gesamtsumme zum Projektstart, bekommt ihr **4 % Skonto**
- Andere Ratenzahlungen sind möglich, die Laufzeit stimmen wir gemeinsam ab

### Gültigkeit

Das Angebot ist **30 Tage gültig**, weil wir unsere Kapazitäten für den Start im Oktober 2026 reservieren.







PROGNOSE

# WAS DER SHOP BRINGEN KANN

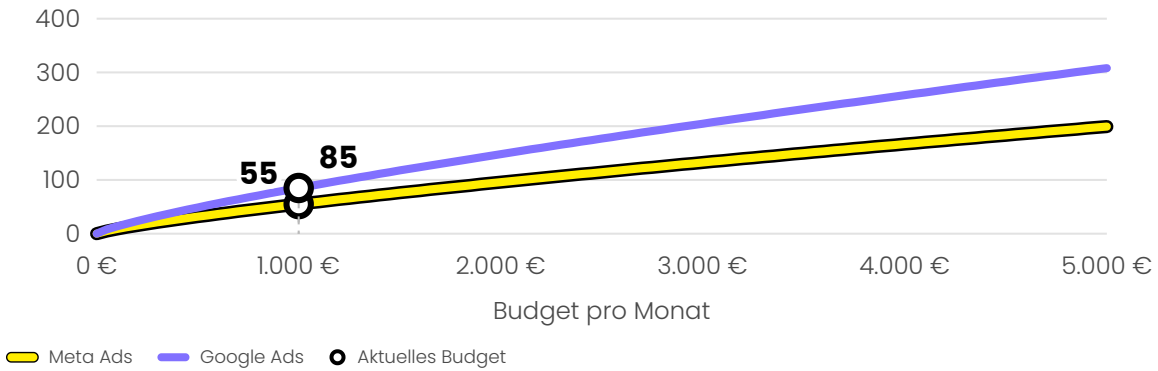
**Aus 2.000 € Werbung im Monat werden rund 10.500 € Umsatz.**

**Angenommen: 2.000 € Werbung im Monat, 75 € Warenkorb, 60 % Deckungsbeitrag. Auf der Website lässt sich das mit Reglern durchspielen.**

| | | |
|---|---|---|
| Budget Meta Ads | **1.000 €** | |
| ≈ 55 Warenkörbe | 18 € Werbung pro Warenkorb | |
| Budget Google Ads | **1.000 €** | |
| ≈ 85 Warenkörbe | 12 € Werbung pro Warenkorb | |
| Ø Warenkorb | **75 €** | |
| Deckungsbeitrag | **60 %** | |

**BUDGET UND WARENKÖRBE**

pro Monat, je Kanal




**UMSATZ PRO MONAT**

## 10.500 €

140 Warenkörbe

**UMSATZ IM JAHR**

## 126.000 €

1 € Werbung → 5,25 € Umsatz

**UNTERM STRICH IM JAHR**



0 € — 126.000 € Umsatz

| | |
|---|---|
| Wareneinsatz | **50.400 €** |
| Deckungsbeitrag | **75.600 €** |
| Werbeeinsatz | **24.000 €** |
| Bleibt nach Werbung | **51.600 €** |

● **Werbung trägt sich, es bleiben 4.300 € pro Monat · Werbung 19 % vom Umsatz**

Beispielwerte zum Ausprobieren. Der Streuverlust ist eine vereinfachte Annahme. Echte Werte zeigen sich erst im laufenden Betrieb. Wiederkäufer und Besucher ohne Anzeige sind nicht eingerechnet, ebenso wenig Versand, Verpackung und Shop-Gebühren.

BÖHM.MEDIA

# EUER TEAM FÜR METZGER-ONLINESHOPS

**Wir bauen Shops für Metzgereien, seit es sie online gibt: Konzept, Design, Shop-Technik, Fotografie und Werbung aus einer Hand. Bei uns sitzt ihr nicht in der Warteschleife, sondern sprecht direkt mit den Leuten, die an eurem Shop arbeiten.**



**Christian**



**Philipp**



**Julia**



**Martina**



**Bernd**



**Sebastian**

## SHOPS, DIE WIR GEBAUT HABEN UND BETREUEN

Die Logos im PDF sind anklickbar

**Burgstädter Beef**

burgstaedter-beef.de

**Fleischwerk**

fleischwerk.shop

**Recks Bratwurstliebe**

bratwurstliebe.de

**Kalieber**

kalieber.de

**Fleischerei Augst**

fleischerei-augst.de

**ALLES AUS EINER HAND** Von der ersten Idee über Fotos und Shop bis zur laufenden Werbung: **ein Team, ein Ansprechpartner.** Genau so bauen wir auch euren Shop.

Böhm media



**IHR HABT FRAGEN ZUM KONZEPT ODER WOLLT LOSLEGEN? MELDET EUCH EINFACH BEI MIR!**

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