

HUNTING GOES DIGITAL

BEREIT FÜR DIE ZUKUNFT?
READY FOR THE FUTURE?



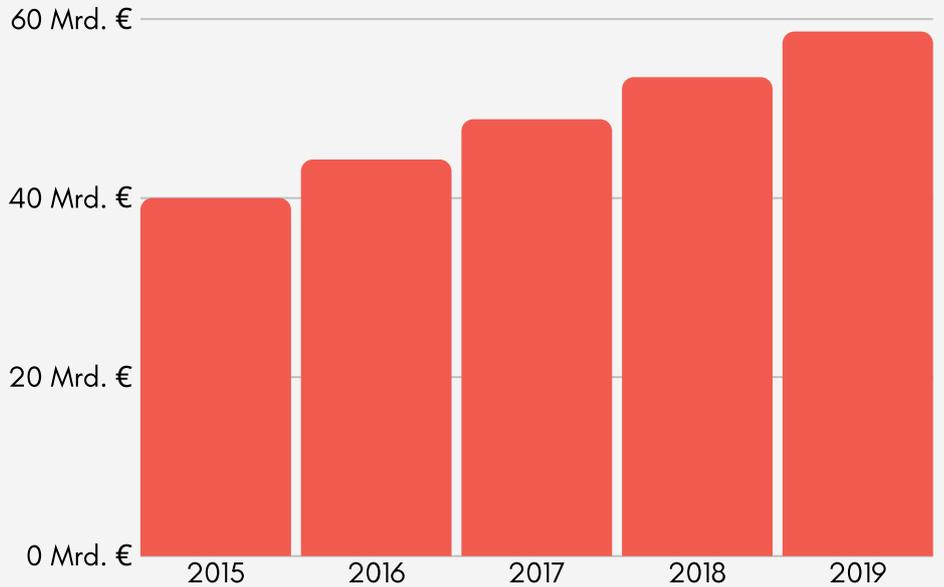
2019

GUNFINDER | ADHUNTER | GEARTESTER | JAGDSHOP | WALDGEFLÜSTER

WACHSTUM | GROWTH

In Deutschland werden
2019 Ecommerce-
Umsätze in Höhe von
58,5 Mrd. Euro erwartet

*German ecommerce
revenues are expected to
reach € 58.5 billion in 2019*



HDE Handelsverband Deutschland

66%
BITKOM Research

Für so viele Unternehmen stellt die Digitalisierung
noch eine große Herausforderung dar
*This is how many companies consider digitalization to
still be a big challenge*

66 Mio

ONLINE-KÄUFER IN DEUTSCHLAND IN 2023
ONLINE SHOPPERS IN GERMANY IN 2023

DIGITAL FUTURE?

Eine Branche im Wandel | An Industry in Transition

"Remote shopping, while entirely feasible, will flop - because women like to get out of the house, like to handle merchandise, like to be able to change their minds."

- TIME, 1966

Mit diesen Worten sagte das renommierte TIME Magazin die Zukunft des Online-Handels voraus – und lag weit daneben. Bereits 89% der Deutschen über 14 Jahre kaufen heute mindestens einmal im Monat im Internet ein* und die Zahlen steigen stetig. Egal ob zu Hause am Laptop oder unterwegs mithilfe des Smartphones, über alle Altersklassen hinweg nutzen die Kunden die Möglichkeiten sich online über Angebote und Produkte zu informieren und diese auch direkt zu kaufen. Es kommt zu einer nachhaltigen Veränderung des Kaufverhaltens, die dazu führt, dass sich ein immer größerer Anteil der Customer Journey online abspielt.

Während einige Industrien bereits sehr stark digitalisiert sind ist die Jagdbranche noch immer vom traditionellen, stationären Handel und klassischen Werbekanälen geprägt. Die Nachfrage nach digitalen Angeboten wächst jedoch – Kunden wollen zum einen auch bei ihrer Jagdausrüstung nicht auf die Vorteile des Online-Shoppings verzichten, Hersteller und Händler wiederum sind vermehrt auf der Suche nach Möglichkeiten ihre Angebote mit modernen digitale Mitteln zu bewerben.

These were the words the prestigious TIME magazine used to predict the future of online retailing - and they were far from right. Today, 89% of Germans aged above 14 are shopping online at least once a month and the numbers are growing steadily. Whether at home on a laptop or on the go using a smartphone, across all ages customers are making use of the possibilities to gather information about offers and products online and to purchase these right away. Buying behavior is changing in the long term, resulting in the customer journey taking place online at an increasing rate.*

While some industries are already heavily digitalized, the hunting business is still characterized by traditional offline retailers and classic advertising channels. Demand for digital offers is growing though - for a start customers do not want to forego the advantages of online shopping when it comes to hunting equipment, while manufacturers and retailers are increasingly looking for opportunities to market their products with modern digital methods.

HERAUSFORDERUNGEN | CHALLENGES

Viele Unternehmen sehen sich im Rahmen der Digitalisierung mit Schwierigkeiten konfrontiert: Eine mangelnde digitale Infrastruktur in der Branche, hohe Kosten für die Umsetzung und rechtliche Beschränkungen im Zusammenhang mit Waffen und Munition erschweren den Online-Handel und dessen Bewerbung.

Neue digitale Produkte, welche sich an den besonderen Bedürfnissen von Herstellern und Händlern in der Branche orientieren, schaffen hier Abhilfe und bringen das Handwerkszeug mit, um die Jagdbranche erfolgreich auf die Zukunft des Handels vorzubereiten.

When it comes to digitalization many business are facing challenges: a lack of a digital infrastructure within the industry, high implementation costs and legal limitations with regards to firearms and ammunition make online retailing and marketing difficult.

New digital products, taking into account the special requirements of manufacturers and retailers within the hunting business, create solutions for these issues and provide the tools necessary to prepare the hunting industry for the future of retail.



Bei den Themen Digital und Jagd kommen bei vielen noch immer sofort Bedenken auf. Kaufen Jäger wirklich online? Sind meine Kunden dafür nicht zu alt? Wollen sie nicht die Ausrüstung in der Hand halten bevor sie sich entscheiden? Es gibt viele Fragen, wir haben die Antworten.

When it comes to digitalization and hunting there are still many concerns. Do hunters actually shop online? Aren't my customers too old for that? Don't they want to physically hold the equipment before making a decision? There are many questions, we have the answers.

Kaufen Jäger überhaupt online ein? *Do hunters even shop online?*

Die kurze Antwort: Ja. Es ist richtig, dass der Altersdurchschnitt unter Jägern noch immer höher ist als in anderen Bereichen, dennoch kaufen heute auch bei den über 65-jährigen bereits 79% im Internet ein*. Zudem findet der Kaufentscheidungsprozess mittlerweile zunehmend online statt. Besonders bei höherpreisigen Produkten wie Waffen gehen einem Kauf häufig ausgiebige Recherchen voraus, insbesondere Testberichte sind hier große Entscheidungshilfen. Natürlich wollen die meisten Jäger eine neue Büchse noch immer in der Hand halten, bevor sie sich für den Kauf entscheiden, dieser Kontaktpunkt muss aber nicht zwangsläufig in einem Ladengeschäft stattfinden. Häufig reicht es beispielsweise aus, auf der Drückjagd die Büchse eines Jagdgefährten genauer zu inspizieren. Mindestens genau so wichtig ist jedoch die danach folgende Online-Recherche geworden, denn kaum noch jemand entscheidet sich für essentielle und oft auch teure Ausrüstungsteile ohne sich im Vorfeld Testberichte, Produktbeschreibungen, Videos, Fotos und Preislisten anzuschauen. Sehr häufig wird im Nachgang das Produkt dann tatsächlich online gekauft – nicht selten bei einem Händler der in der Entscheidungsfindung aktiv involviert war. Natürlich fallen bei weitem nicht alle Jäger in solch ein Raster und auch in 20 Jahren werden Büchsen wahrscheinlich noch klassisch über den Tresen verkauft, aber die digitalen Informations- und Absatzkanäle nehmen stetig an Bedeutung zu. Für Händler, Hersteller und Medien eröffnen sich so ganz neue Wege um mit bestehenden und neuen Kunden in Kontakt zu treten.

The short answer is: yes. It is true that the average age amongst hunters is still higher than elsewhere, however even amongst the group of 65 years olds and older 79% are already shopping on the internet. Moreover, the purchase decision process is increasingly happening online. Especially with regards to higher-priced products such as firearms, the actual purchase is frequently preceded by a thorough research process, with test reviews serving as big decision aids in particular. Naturally, most hunters still want to physically hold a rifle before buying it, however this point of contact does not necessarily have to happen in a physical store. In many cases, for example, it is enough to have a look at a fellow hunter's rifle at a driven hunt. Nowadays, the online research that follow is just as important, as hardly anyone will decide on crucial and often expensive gear without looking at reviews, product descriptions, videos, pictures and price lists beforehand. Frequently, the product is then actually purchased online – not uncommonly from a retailer that was actively involved in the decision making process. Of course not all hunters can fit such a frame and 20 years from now rifles will most likely still be sold via classic retail stores. However, digital information and revenue channels are becoming more and more relevant and are thereby opening up new opportunities for manufacturers, retailers and media to be in contact with existing and new customers.*



LÖSUNGEN

Das eigene Geschäft dem Internet zu eröffnen kann eine große Herausforderung sein: Wo anfangen? Was brauche ich alles? Was habe ich für Möglichkeiten? Wer kümmert sich? Wie teuer wird das Ganze? Ergibt das für mein Geschäft überhaupt Sinn? Kein Geschäft gleicht dem Anderen denn jeder hat seine ganz eigenen Anforderungen und Möglichkeiten, daher gibt es auch nicht *die eine* richtige Antwort auf die Frage nach der Digitalisierung. Dank einer zunehmenden Zahl an Technologien in der Jagdbranche wird der Zugang zum Netz für Hersteller und Händler aber immer einfacher, so dass jeder unabhängig von seiner Geschäftsgröße ein Teil des digitalen Wandels werden kann. Zu den hier vorgestellten Produkten für die Branche gehören eine Suchmaschine für Jagdprodukte, Empfehlungs- und Content-Marketingtools, ein Anbieter für leistungsorientierte Onlinewerbung sowie ein System zur einfachen, kostengünstigen Erstellung eines eigenen Online-Shops.

SOLUTIONS

Opening up your business to the digital world can be a big challenge: Where do I start? What do I need to do? What possibilities do I have? Who is taking care of it? How expensive will it be? Does it actually make sense for me? No business is like the next as everyone has different requirements and opportunities, therefore *the one* right answer regarding digitalization doesn't exist. However, thanks to a growing number of technologies in the hunting industry, access for manufacturers and retailers will become increasingly simple, enabling everyone regardless of business size to be a part of the digital transformation. The products introduced here include a search-engine for hunting equipment, referral and content marketing tools, a service for performance-based online advertising and software for simple, affordable ecommerce solutions.



GUNFINDER

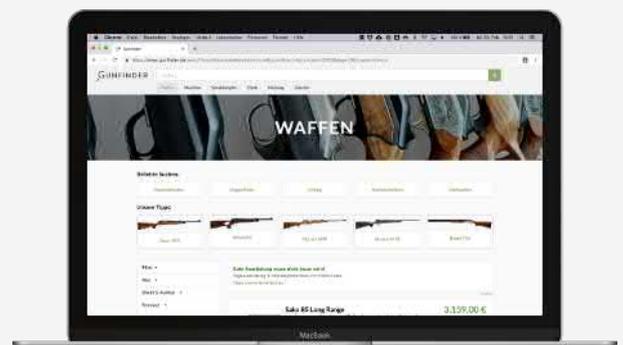
Deutschlands größte Suchmaschine für Jäger | Germany's biggest search engine for hunters

Gunfinder soll es so einfach wie möglich machen, das passende Produkt an den richtigen Kunden zu vermitteln – egal ob Waffen, Munition, Optiken, Bekleidung oder Zubehör. Dazu durchsucht die Suchmaschine Onlineshops von Jagdhändlern und Marktplätzen und sortiert die Ergebnisse nach Kriterien wie Relevanz und Verfügbarkeit sowie dem Zustand der Produkte.

Die Suche vermittelt dabei auf effiziente Weise den interessierten Kunden an den passenden Händler, welcher das Produkt aktuell auf Lager hat. Auf diese Weise erzeugt die Plattform relevanten Traffic für die Händler, vereinfacht und beschleunigt den Abverkauf und verkürzt den Weg des Kunden zur Kaufentscheidung.

Gunfinder is the easiest way to connect customers to the product they're looking for – be it firearms, ammunition, optics, apparel or accessories. For this purpose, the engine indexes products from online shops of retailers and marketplaces and then filters the results based on criteria such as relevance, availability and the product's condition.

The search engine efficiently matches the interested customer with a suitable retailer that has the product currently in stock. This way the platform generates relevant traffic for the online shops, facilitates and accelerates sales and shortens the customer's purchase decision process.





GEARTESTER

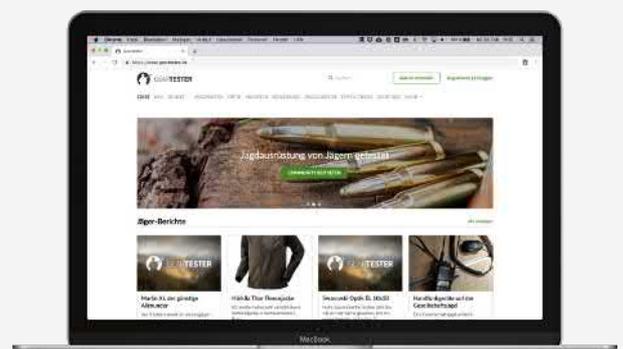
**Die Community für die Jagdbranche |
The Community for Hunting
Businesses**

Geartester ist die größte Community für jagdliche Produktempfehlungen in Deutschland. Die unabhängigen Berichte und authentischen Empfehlungen zu Produkten rund um die Jagd werden durch echte Nutzer die aktive Jäger sind generiert. Im Zusammenhang mit der hohen Reichweite der Webseite nehmen sie eine einflussreiche Rolle im Kaufentscheidungsprozess von Kunden ein.

Unternehmen können sich dies zu Nutze machen, indem sie Geartester als zusätzlichen Kanal in ihre bestehende Produkt- und Markenkommunikation integrieren. So können sie ihre Zielgruppe genau ansprechen, Kaufinteresse wecken und ihren Kunden gleichzeitig interessante Inhalte bieten. Auf diese Weise hat sich Geartester als eine zentrale Content Marketing Plattform für die Jagdbranche etabliert.

Geartester is the biggest community for hunting product recommendations in Germany. The independent articles and authentic recommendations for products related to hunting are generated through real users that are active hunters. Combined with the website's high reach they have an influential role in the customers' purchase decision process.

Businesses can benefit from this by integrating Geartester into their existing product and brand communication. They can specifically address their target group, attract relevant buying interest and at the same time offer their customers interesting content. This has established Geartester as the central content marketing platform for the hunting industry.





WALDGEFLÜSTER

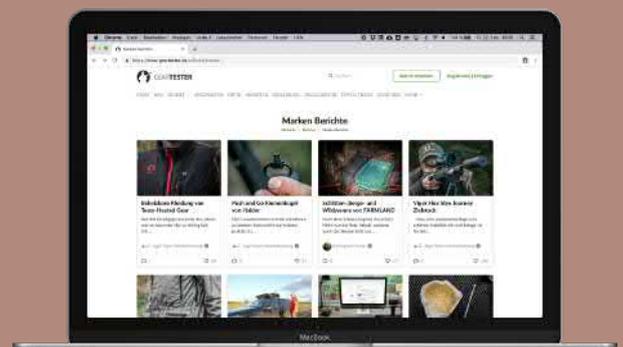
Content Produktion für die Jagdbranche | Content Creation for Hunting Businesses

Content Marketing gehört heutzutage zu den wichtigsten Marketingtools das allerdings noch wenig Beachtung findet. Waldgeflüster unterstützt daher Marken aus den Bereichen Jagd und Natur durch die Erstellung hochwertiger Berichte, Fotos, Videos, Beiträgen und Tutorials. Egal ob für Facebook, Instagram, Youtube, Geartester, den eigenen Blog oder Zeitschriften – mit Waldgeflüster können Marken durch starke Inhalte ihre Kunden auf allen Kanälen erreichen und so noch stärker an sich binden.

Die Produktion der Inhalte orientiert sich bei Waldgeflüster genau an den Bedürfnissen der Marke sowie der Zielgruppe. Die Autoren und Fotografen sind allesamt passionierte und erfahrene Jäger mit Liebe zur Natur.

Content Marketing is one of the most relevant marketing tools nowadays that nevertheless receives little attention. This is why Waldgeflüster helps hunting and nature brands by creating high-end articles, pictures, videos, posts and tutorials. Developed for Facebook, Instagram, Youtube, Geartester, an own blog or magazines – Waldgeflüster's strong content enables brands to reach out to their customers through all channels and in that to strengthen customer loyalty.

The creation of content is geared towards the needs of both the brand and the target group. All of the content creators are experienced and dedicated hunters with a passion for nature.





ADHUNTER

Werbung für die Jagdbranche | Advertising for the Hunting Business

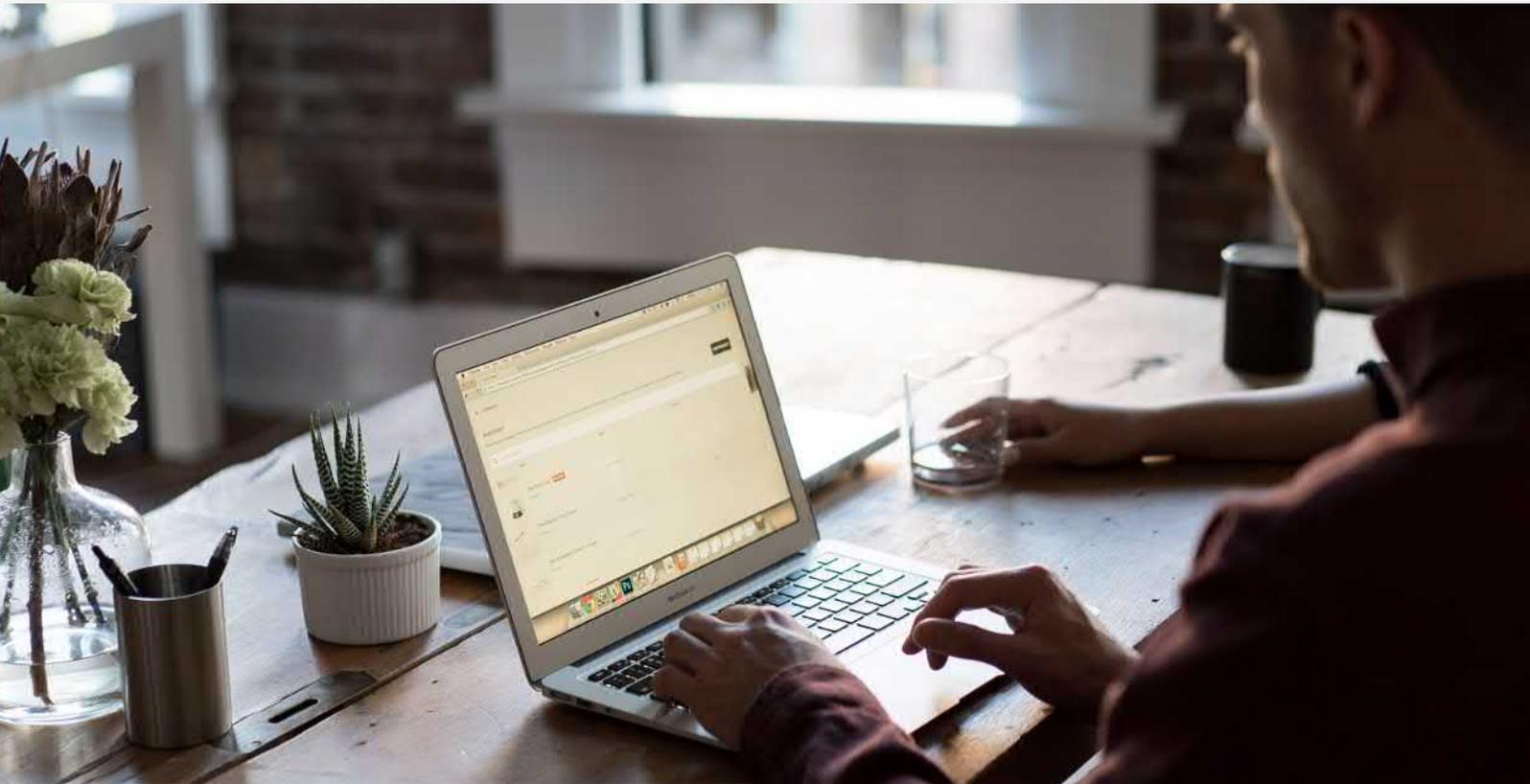
Adhunter ist ein Werbenetzwerk, das den Marken der Jagdbranche die Möglichkeit gibt ihre Kunden online über jagdliche Magazine, Influencer und Content-Webseiten zu erreichen und dies leistungsorientiert abzurechnen. Dazu werden die Anzeigen der Werbetreibenden im Adhunter Netzwerk ausgespielt und automatisch auf relevanten Partnerseiten platziert.

Die Anzeigen sind zu 100% messbar und können in ihrer Leistung jederzeit über das Adhunter-Reporting kontrolliert werden. Durch die klickbasierte Abrechnung reduziert sich zudem deutlich das finanzielle Risiko, denn nur wenn relevanter Traffic erzeugt wird, fallen auch Kosten an.

Adhunter is a network that enables performance-based advertising within the hunting industry and enables brands to target their customers online via hunting-oriented magazines, influencers and content websites. For this purpose, the advertiser's ads are placed within the network and automatically published on relevant partner websites.

The ads' performances can be tracked 100% and monitored via the adhunter reporting system in real time. In addition, due to the cost-per-click approach, the financial risk is reduced significantly, as costs are only incurred when relevant traffic is generated.





JAGDSHOP

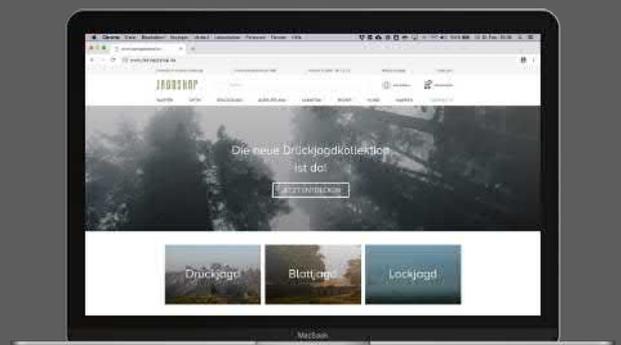
Das Shopsystem der Jagdbranche | Ecommerce Software for Hunting Businesses

Jagdshop löst die Probleme die sich bei der Einrichtung eines Online-Shops in der Jagdbranche ergeben. Mit der einfachen, aber dennoch hochmodernen Technologie können Büchsenmacher und Jagdhändler ohne komplizierte technische Vorkenntnisse und bei geringen Kosten und mit wenig Zeitaufwand einen eigenen Shop in ihren Online-Auftritt integrieren.

Ein umfassender technischer Support kümmert sich um alle relevanten Bausteine. So werden beispielsweise die Zahlungsprozesse automatisiert über den Dienstleister Klarna abgewickelt, der zudem die Zahlungsrisiken übernimmt. Außerdem sind auch branchenspezifische Sonderfälle wie die EWB-Prüfung in das System integriert.

The Jagdshop software solves problems that present themselves when setting up online shops in the hunting industry. The simple but modern technology enables gunsmiths and hunting retailers to integrate a shop into their website at low-cost and minimal time investment without any complicated technical background knowledge.

A comprehensive technical support takes care of all relevant software components. For example, payment processes are automated via the service provider Klarna, who also takes on the payment risks. Additionally, industry-specific needs such as purchase permission checks are integrated into the shop system.



KONTAKT | CONTACT

Gerne besprechen wir deine individuelle Digitalstrategie

Let's talk about your individual digital strategy

ADHUNTER

WEB www.adhunter.de
EMAIL hallo@adhunter.de

JAGDSHOP

Das Shopsystem für Büchsenmacher

WEB www.deinjagdshop.de
EMAIL hallo@deinjagdshop.de



GEAR TESTER
JAGDAUSRÜSTUNG VON JÄGERN GETESTET

WEB www.geartester.de
EMAIL hallo@gtoutdoors.de

Waldgeflüster

WEB www.waldgeflüster.de
EMAIL hallo@gtoutdoors.de

GUNFINDER

WEB www.gunfinder.de
EMAIL hallo@gunfinder.de