

Crossover aus Premium, SB und Gastronomie

Die Partnerfirmen der Internet-Plattform BACKWELT haben ihren Sachverstand zusammengetan, um Zukunftskonzepte für Bäckereifachgeschäfte zu entwickeln. Auf einer Tagung in Detmold präsentierte WP-Geschäftsführer Rudolf Strätker die Grundgedanken. Im Frühjahr 2004 sollen die ersten Workshops stattfinden.



Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und die neuen Konsumgewohnheiten sind nicht backwarenfeindlich, aber sie verlangen nach einer neuen Profilierung. Viele denken dabei zunächst an den Preis als Instrument, aber kein Handwerksbetrieb ist dauerhaft in der Lage, die Kostenstruktur der TK-Industrie zu unterbieten. Will er gegen die Kombination TK/LEH bestehen, muss er die höheren Kosten in der Produktion durch noch preiswerteren Vertrieb aufwiegen können – ein arg begrenzter Spielraum.

Doch wo liegen andere Profilierungsfelder? Die Partnerfirmen der BACKWELT setzen bei ihren Konzeptentwürfen auf ein Crossover von Premium, Service, Entertainment, SB und Gastronomie. Basis dafür sind die Überlegungen, welche Leistungen Verbraucher heute als solche definieren, annehmen und honorieren.

Subway etc. Warum nicht Bäcker? Frische muss spürbar, sichtbar, fühlbar, riechbar sein. Der Verbraucher will nicht glauben, sondern sehen, fühlen, riechen. Deshalb ist es sinnvoll, stets kleine Chargen zu backen und warme Waren wie Singlebrote, Ciabatta und Baguette ganz kundennah zu präsentieren.

1. Produktqualität, die deutlich spürbar ist und kommuniziert wird

Qualität ist zweifellos ein subjektives Kriterium, aber es gibt ein paar allgemein gültige Parameter. Ein saftiges Brötchen ist besser als ein trockenes. Ein Produkt, das vor den Augen der Kunden entsteht, bekommt nicht nur einen Frische- sondern auch einen Qualitätsbonus, vor allem dann, wenn die Wünsche des Verbrauchers dabei berücksichtigt werden. Produktqualität ist aber auch eine Frage der Sortimentsgestaltung und der Produktionsverfahren. Im Gegensatz zu Discounter und LEH können Filialisten im Laden differenziert garen und backen und die Unterschiede kommunizieren.

Filialisten können auch Produkte im Laden abbacken, die aufgrund der verkauften Menge für Discounter und LEH nicht handelbar sind.

2. Spürbare Frische = warme Produkte

Die Halbwertszeit von Frische wird immer kürzer. Frische heißt „jetzt sofort“ und dass Frische machbar ist, beweisen Fast-Food-Anbieter wie

3. Schnelligkeit in der Erfüllung der Wünsche

Eine Verkäuferin, die gerade etwas eintütet, kann nicht gleichzeitig kassieren. Nicht immer aber wollen Verbraucher warten. Deshalb sind Überlegungen, unproblematische Artikel in SB anzubieten, angebracht.

Im Gegensatz zu LEH und Discount können Filialisten Standorte je nach Tageszeit und Sortiment „umbauen“, andere Schwerpunkte setzen, zwischen SB und Bedienung wechseln (entsprechende Theken gibt es für das Feingebäck- und Snackangebot) und sie können, anders als die Konkurrenz, spontane Back-Events „feiern“.

4. Entertainment und Infotainment

Die Gesellschaft verfällt immer stärker in infantile Verhaltensmuster. Nichts ist schlimmer als Langeweile. Hauptsache es passiert etwas. Alle, die in Sachen Einkauf und Ernährung auch noch ihren Verstand benutzen, schätzen sachlich korrekte und verständliche Informationen. Beides erhöht die Kundenbindung. >

@backwelt
Informationen von Profis für Profis

Zur iba 1997 gegründet, ist die Backwelt inzwischen mit mehr als 7.500 eingetragenen Usern eine der größten Internet-Informationsplattformen der Backbranche. Gegründet und getragen wurde und wird sie von einer ganzen Reihe marktführender Unternehmen der Branche, wie Aichinger MP, BIB Ulmer-Spatz, Gehrke Consult, Kemper, MeisterMarken, WP etc. Neben der Informationsplattform im Internet liefert die BACKWELT mit dem BACKSPIEGEL wöchentlich einen kostenlosen, kompetenten branchenspezifischen Nachrichtendienst. <<

www.backwelt.de

Ihr aktueller Branchenführer für das Backgewerbe

Wer und Was Backgewerbe Ausgabe 2004

Das einzigartige aktuelle Branchenbuch mit sorgfältig recherchierten Firmenportraits

Sie finden in diesem umfassenden Informationswerk:

- Firma, Anschrift, Telefon, Fax, E-Mail, Homepage
- Gründungsjahr
- Rechtsform, Gesellschafter
- Beteiligungen
- über 3.100 Führungskräfte
- Niederlassungen, Zweigwerke
- Umsatz, Beschäftigte
- Marken
- Sortimente
- Zertifizierungen



Auch auf CD-ROM



1.545 Firmen des Backgewerbes

davon

... 1.347 in Deutschland

... 144 in Österreich

... 54 in der Schweiz

80 Zulieferer Technik/Verpackung

108 Zulieferer Roh-, Hilfs- und Zusatzstoffe

41 Verbände und Organisationen

48 Presse-Medien

Buch: 16. Ausg., 2004
BR, DIN A 4, 304 Seiten
ISBN 3-89947-056-7

€ 127,50
zzgl. 7% MwSt.

CD-ROM Standard-Version inkl. Buch
ISBN 89947-057-5
€ 319,50 zzgl. 16% MwSt.

CD-ROM Marketing-Version inkl. Buch
ISBN 89947-058-3
€ 882,50 zzgl. 16% MwSt.

Ja, hiermit bestelle ich gegen Rechnung:

Anzahl	Titel	ISBN-Nr.	Preis/Stk.*)
	Buch Wer und Was – Backgewerbe 2004	3-89947-056-7	€ 127,50
	CD-ROM Standard-Version inkl. Buch	3-89947-057-5	€ 319,50
	CD-ROM Marketing-Version inkl. Buch	3-89947-058-3	€ 882,50

Kopieren und einsenden
oder faxen an Behr's Verlag
Telefax: 040/220 10 91

Firma _____

Straße/Postfach _____ PLZ/Ort _____

Name _____ Vorname _____

Funktion _____ Abteilung _____

Telefon _____ Fax _____ e-mail _____

Datum _____ Unterschrift _____

*) Preise inkl. Porto, zzgl. MwSt.

BEHR'S...VERLAG

Behr's Verlag GmbH & Co. KG
Averhoffstraße 10
D-22085 Hamburg
Tel.: (040) 227 008 0
Fax: (040) 220 10 91
e-mail: info@behrs.de
homepage: http://www.behrs.de

5. Wohlfühl-Ambiente

Wenn Einkaufen zum Erlebnis wird, wird Wohlfühlen beim Shoppen zum Verkaufsargument. Einrichtung, Lichtverhältnisse, Dekoration, wechselnde Eindrücke, Aktionen und nicht zuletzt der Duft in der Filiale sorgen für Ambiente.

6. Individueller Service statt Bedienung von der Stange

Der Kunde will jedes Mal neu entscheiden, welchen Service er bekommt. Wer beispielsweise bereit ist, unproblematische Artikel im SB zu kaufen, will beim Feingebäck Beratung und im Snack die individuelle Zubereitung. Filialisten können diesem Bedürfnis nachkommen und im Laden dekorieren, veredeln, sogar individuell auf Kundenwunsch.

7. Crossover-Angebot von Verkauf, Gastronomie, Geschenkservice, Unterhaltungsprogramm und Information

Lebensart contra funktionellem, aber preiswertem Wocheneinkauf im Verbrauchermarkt.

Die Aufgaben der einzelnen BACKWELT-Partner:

Aichinger MP Einrichtungsbau GmbH:



Das Ladenbauunternehmen aus Wendelstein erarbeitet zur Zeit verschiedene Raumkonzepte für verschiedene Standorttypen und Betreiberkonzepte. Die Spannweite der Entwürfe reicht vom Premiuladen mit Coffeeshop für die Fußgängerzone über die Versorgungs- und Verwöhn-Filiale im Wohnviertel bis hin zur Edelsnackeria mit SB-Abteilung zur heimischen Versorgung für Business-Standorte.



**Gehrke
Consulting
Unternehmens-
beratungsgesell. mbH,
Hannover:**

Die Unternehmensberatung aus Hannover entwickelt

- ein Kennzahlensystem, mit dem sich die Leistungsfähigkeit der neuen Konzepte sowohl aus finanzieller Sicht wie aus der Prozessperspektive vergleichen lässt
- einen Marketing-Aktionsplanungs-Workshop
- Konzepte für die Befragung von Kunden und Mitarbeitern inklusive Auswertung und Ableitung von Strategien und Handlungsanweisungen.

BIB Ulmer Spatz:



Die Binger sind zuständig für die technologische Seite des handwerklichen Backens im Laden, wobei sie sich auf das Brot- und Brötchensortiment konzentrieren und in diesem Zusammenhang für

- alle Fragen rund um die Teigherstellung
- passende Backmittel-Lösungen
- alle Fragen rund um die Gärzeitsteuerung (Langzeitführung, Gärverzögerung, Gärunterbrechung)
- alle Fragen rund um die Logistik von Teiglingen (Verpackung und Transport zur Filiale).

MeisterMarken:



MeisterMarken konzentriert sich in dieser Kooperation auf Konzepte für das Feingebäck-Sortiment und bietet u.a.

- Hilfe bei der Kompetenzanalyse und der Entwicklung standortspezifischer Angebots- und Präsentationskonzepte
- Hilfe bei der Systematisierung der Produktionsaufteilung zwischen Backstube und Laden
- Grundlagen der Ablaufplanung
- Entwicklung von Gebäcken mit diversen Veredelungsstufen
- Schulung.

Werner & Pfleiderer Lebensmitteltechnik GmbH:



Die Dinkelsbühler haben neue Backsysteme für den Laden aus Umluft-, Etagenöfen und Gärvollautomaten entwickelt, die eine ganztägige Versorgung mit backbereiten Teiglingen sicherstellen. Morgens mit grüner Ware aus der Produktion bestückt, garen die Produkte bis zu einem definierten Punkt, steifen ab und stehen in diesem Zustand den Verkäuferinnen den gesamten Tag über zur Verfügung. Entnommen und abgebacken wird nach Bedarf.

Dazu kommen einfache und vernetzungsfähige Steuerungssysteme, die die komplette Technik in der Filiale über einen Terminal nach gleichem Muster regeln, so dass gilt: „Wer eine Steuerung bedienen kann, kann alle bedienen“ und gleichzeitig über ein Master-Slave-Netzwerk alle Steuerungen so miteinander vernetzt werden, dass Datenpflege und Datenneueingabe einerseits weniger Aufwand erfordern und andererseits der Rezeptpiraterie ein Riegel vorgeschoben ist. Das Datennetzwerk sorgt zudem für eine Verbindung mit den Kassensystemen, so dass darüber ein Warenwirtschaftssystem mit den notwendigen Kontrollmöglichkeiten gegeben ist. ■

BIB Ulmer Spatz entwickelt Lösungen für Gärzeitsteuerungen.



Öffnungszeiten: 9.30 – 18.30
Letzter Tag: 9.30 – 17.00

Italien
Rimini 17-21. JANUAR 2004

www.sigep.it



25 Jahre Erfolg durch Professionalität



25. Internationale Fachmesse für das Speiseeis - Konditoren - und Bäckerhandwerk

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Italienische Handelskammer für Deutschland
Gennaro Cozzuto Tel: 0049(0)69-97145261 – e-mail: gcozzuto@ccig.de

NUR FÜR FACHBESUCHER

Um eine Einladung zum Besuch der **SIGEP** zu erhalten,
diesen Coupon ausfüllen und an die Fax Nr. +39-0541-744255 zurücksenden
oder direkt auf der Website www.sigep.it anmelden.

Vorname		Nachname	
Firma		Art der Tätigkeit	
Straße		PLZ	
Ort			
Tel.		Fax	E-Mail
Anz. gew. Karten			

(* Eintrittskarte für Fachbesucher zum Sonderpreis von 2 €)

Präsentiert werden:

- Maschinen und Backtechnik
- Grund-, Roh- und Zusatzstoffe
- Ladenbau und Ausstattungen
- Packaging
- Dekormittel
- Zubehör
- Dienstleistungen

veranstaltet von:  **RIMINI FIERA**
BUSINESS SPACE

www.sigep.it