

Frontbaking - (k)ein Patentrezept für die Zukunft

ein Beitrag von Herrn Dipl. Kfm. Hellmuth Ph. Fuchs;
GF der Karl Welker KG Backofenbau & Bäckereitechnik, 69157 Wiesloch

Fertige Rezepte für mehr Umsatz“ - wer kennt nicht diese wohlfeilen Ratschläge, die allesamt nur einen winzigen Fehler haben: Die Rechnung geht in der Praxis meist nicht auf!

So wird zum Beispiel der Einbau von Back- oder Heißluftstationen im kleinen oder großen Stil geradezu als Wundermittel für ungeahnte Umsatz - Höhenflüge gepriesen. Die Zutaten sind scheinbar ganz einfach zu mischen: Eine Prise modernes Ladendesign mit einer breiten, offenen Verkaufsfond, knusprig - herzhaftes Backwaren zu jeder Stunde und ein kleiner Laden - Imbiss für zwischendurch. Genügt das tatsächlich?

Wohl kaum, denn hier fehlt der wesentliche Erfolgs - Baustein: das Marketing! Wo diese Denkweise und Haltung jedoch konsequent angewendet wird, ist sie auch in der Bäcker- und Konditorei- Branche ein kraftvoller Motor für eine positive Geschäftsentwicklung.

Marketing, ist das nicht eher geeignet für Industrieunternehmen, die über Spezialisten verfügen? Erstaunlicherweise hat sich gezeigt, dass sich Marketing auch im Handwerk und Einzelhandel mit Erfolg praktizieren lässt. Auf einen Nenner gebracht, ist daran auch nichts Geheimnisvolles mehr: Marketing ist die Führung der Bäckerei vom Markt her - bestimmt von der Beobachtung des Verbraucherverhaltens. Dazu gehört natürlich auch der Blick auf die Dynamik der Mitbewerber - wenn man Besonderes bieten will, darf man schließlich nicht das gleiche tun wie alle.

Den Trend nutzen und sich dennoch einen eigenen, unverwechselbaren Marktauftritt sichern: Da führt kein Weg daran vorbei, sich gründlich mit dem Thema Ladenbäckerei, Backen im Laden bzw. Frontbaking auseinander zu setzen. Denn es steht fest, dass die Entwicklung der gesamten Branche gegenwärtig zu dieser neuen Unternehmens- und Shopform führen kann.

Zu dieser Entwicklung haben besonders die Aktivitäten kapitalstarker Mitbewerber wie Verbrauchermärkte, Lebensmittelkonzerne, Kaufhäuser und Bäckereiketten beigetragen.

Seit Jahren drängen sie mit aggressiven Konzepten in den traditionellen Backwarenmarkt. Der Duft von Backstationen und Ladenbackstuben in bisher ungewohnter Umgebung blieb nicht ohne Wirkung auf Verbraucher und Bäcker. Das Konzept Frontbaking mit Imbiss und Verweilzonen muss aber weiterentwickelt werden.

Man könnte den Verbraucher fast für launisch halten. War er doch „seit Urzeiten“ mit dem Angebot des Bäckers um die Ecke voll zufrieden. Brötchen kamen morgens aus dem Backofen und waren eben nachmittags „alt“. Niemand störte sich

an der geringen Abwechslung und Breite im Sortiment. Rundum zufriedene Verbraucher - eine glückliche Bäckerzunft!

Bis der „Frischeteufel“ in die Bäcker- und Konditorei- Branche gefahren ist. Plötzlich muss Frische frischer sein als frisch: Heute will der Verbraucher ofenfrische Backwaren zu jeder Tageszeit und das in einem fortschrittlichen, erlebnisreichen Shopsystem.

Wie der einzelne Betrieb diese Forderung erfüllt, ist dem Kunden - zu Recht - einerlei. Klar erkennbar ist die Dynamik einer wachsenden Anspruchsmentalität: Bevorzugt werden Anbieter, die Frische, bieten besser noch demonstrieren können. Überzeugend und nachvollziehbar mit einer Ladenbackstation oder gar einer kompletten Ladenbäckerei.

Schon längst dient der Einkauf nicht nur der reinen Lebensmittelversorgung. Die Kaufentscheidung des Verbrauchers orientiert sich an neuen Werten, die auch den Spaß am Einkaufserlebnis einschließen. Deshalb sind größere Umsatzzuwächse heute nur noch mit attraktiv gestalteten „aktiven“ Läden“ zu erreichen, in denen die Angebotsvielfalt ständig wächst und abwechselt.

Ein Beispiel aus der jüngsten Entwicklung: „Kombinationsläden“ mit ihrem freundlichen, markthallenartigen Charakter sind eine konsequente und aussichtsreiche Weiterentwicklung der traditionellen Handwerksbetriebe. Sie erfüllen vorbildlich und mit gesunder Erfolgsbilanz das Gebot der Stunde: eine Erlebniswelt für den Verbraucher schaffen.

Werden deutsche Bäckerläden zu Gewinnern im Fast - Food - Geschäft? Wenn sie ihre Chance wahrnehmen, ja! Nehmen wir Abschied von dem Ladenkonzept, in dem der Verkaufsbereich nur die notwendige Verkaufsfläche für die produzierten Backwaren darstellt. Der Verbraucher will einfach mehr:

Eine „Bäckerei in Aktion“ - verführerisch duftende, frische Backwaren entstehen vor seinen Augen -, das ist die aktuelle und zukunftsweisende Antwort auf die gewachsenen Ansprüche.

Ladenbacken ist auch ein „Duftbacken“ und wird so zum genussvollen Erlebnis für Kunden und Passanten. Wer ist nicht neugierig, wie „seine“ Brötchen und Spezialbrote hergestellt werden? Wenn die herrlich duftenden Backwaren dann in den Verkaufskorb kommen, führt das Erlebnis zum Impuls. Kurz: Sehen, riechen, kaufen!

Bei den Singles ist der Trend am deutlichsten: Über 75 Prozent frühstücken nicht mehr zu Hause. Ob man mehr den Zeitverlust oder das Geschirrspülen scheut, für den aufgeschlossenen Bäcker - Fachbetrieb entsteht hier eine Chance zum Handeln: Ofenwarme Brötchenspezialitäten, eine reiche Auswahl an Belägen und frisch duftenden Kaffee in netter Gesellschaft laden zum Frühstück oder kleinen Imbiss zur Mittagszeit oder Zwischendurch geradezu ein.

Ein Besuch in der klassischen Gastronomie erfordert Zeit und Geduld, die viele Kunden nicht mehr aufbringen wollen und können. Attraktiver und einfacher ist da

der schnelle Snack beim Bäcker: Aussuchen, bezahlen und genießen! Das richtige Ladenkonzept macht's möglich, appetitlich und immer wieder mit neuem Erfolg.

Wie viel Technik braucht dieser Erfolg? Die bedarfsgerechte Planung und Einrichtung schafft die Voraussetzungen für erfolgreiches „Backen im Laden“. Dabei kommt es nicht nur auf die technische Ausstattung an, sondern auf ein Konzept, das von Anfang an auf soliden Füßen steht.

Unumgängliche Voraussetzungen sind eine gründliche Marktanalyse des zukünftigen bzw. bestehenden Standortes und eine darauf beruhende realistische Umsatzzielsetzung. Erst wenn Sie wissen, wie viele potentielle Kunden mit welchen Einkaufsgewohnheiten überhaupt Ihr Geschäft passieren, haben Sie eine Grundlage für sinnvolle Investitionsentscheidungen. Der Schritt zur Auswahl der technischen Ausstattung sollte dann getan werden, wenn die Konzeption nach eingehender kritischer Betrachtung aller Aspekte feststeht.

In der Vergangenheit wurde das „Pferd oft vom Schwanz aufgezäumt“: Der Aufwand an technischer Ausstattung glich einer Schraube ohne Ende. Einfachen Heißluftgeräten zum Ausbacken von Teiglingen folgten Backstationen, diesen wiederum Backöfen mit integrierten Gärschränken, und schließlich wurde die komplette Ladenbäckerei zum „Muß“. Auf diesem Wege entstand schwerlich eine gewinnsichernde und zukunftsorientierte Investition.

Demgegenüber kann der richtige Weg zur Realisierung einer erfolgreich arbeitenden Ladenbäckerei nur in der Anpassung der Technik an ein sorgfältig und individuell erarbeitetes Konzept bestehen.

Was eine Ladenbäckerei zum Anziehungspunkt macht, sind vor allem die Menschen. Sie können noch so viel chromblitzendes „High - Tech“ aufstellen, ohne sympathische, geschulte Mitarbeiter im Verkauf läuft nichts. Hierzu ein paar bewährte Tipps: Bereiten Sie Ihre Mitarbeiter auf die wichtige Rolle im neuen Konzept vor. Das freundliche und aufmerksame Gespräch mit dem Kunden muss zur Selbstverständlichkeit werden. Natürlich funktioniert das nur, wenn sich die Verkäuferinnen auf ihre Aufgaben konzentrieren können und nicht „nebenbei“ noch backen sollen.

Im Back-, Imbiss- oder Snackbereich kommt es darauf an, den Kunden wirklich auch etwas fürs Auge zu bieten. Man sollte die Arbeitsabläufe nicht beiläufig erledigen, sondern sie ruhig überdeutlich betonen. Die Schau der italienischen Pizzabäcker kann hier etwas Anregung geben. Auch die Kleidung Ihrer Mitarbeiter bietet Möglichkeiten für ein unübersehbares Handwerker - Image. Sauberkeit ist selbstverständlich Trumpf: Geben Sie Ihren Mitarbeitern deshalb die Möglichkeit, schon beim ersten Flecken die Arbeitskleidung zu wechseln. Der äußere Eindruck muss im ganzen Verkaufsraum und im Backbereich „tip - top“ sein, und das zu jeder Tageszeit.

Die Laden-, ja Erlebnisbäckerei - Renommierstück oder Zukunftsinvestition? Ob die Rechnung aufgeht, wird wesentlich vom richtigen Umfeld entschieden. Es ist bekannt, wo sich der Einsatz einer kompletten Ladenbäckerei am meisten lohnt: In Kombinations- läden, bei „Frische - Partnerschaften“, bei Bäckereien mit einem hohen Anteil an Laufkundschaft, also in Citylage. Aber auch an anderen Standorten,

wie z. B. in ländlichen Regionen oder in kleineren Gemeinden oder in Bahnhöfen, ist es heute überlegenswert, welchen Beitrag zur Standortsicherung und -festigung eine Laden - Bäckerei leisten kann.

Das Investitionsvolumen für eine Ladenbäckerei ist immer abhängig vom Gesamtkonzept. Ob sich eine lohnende Investition in der Zukunft ergibt, zeigt sich im Vergleich von Standortanalyse, Erfolgsaussichten und verschiedenen Ladenbäckerei - Konzepten.

Größerer Erfolg mit weniger Aufwand? Die kostspieligen Investitionen sind nicht immer die effizientesten: Oft lohnt sich die Überlegung, ob nicht eine Ladenbackstation mit Heißluft, der nicht für alle Produkte eingesetzt werden kann, oder ein kleiner Elektro-Etagenbackofen effektiver arbeitet als ein überdimensioniertes Konzept. Gegenüber einer Bäckerei ohne Ladenbackstation sind bei einer Bäckerei mit Ladenbackstation bereits erhebliche Umsatzsteigerungen erzielbar. Und das bei Investitionen, die sich in überschaubarem Rahmen halten und bereits nach wenigen Jahren amortisieren. Kompetente Fachberater - wie beispielsweise die aus dem Hause Karl Welker KG, seit über 140 Jahren Partner des Bäcker- und Konditorenhandwerks - sind die richtigen Gesprächspartner für all diese betriebswirtschaftlichen und zukunftssträchtigen Aspekte.

Leimen im Juli 2010
(V1.0 i hf)