



Marktveränderungen und -chancen

Die 20 wichtigsten Empfehlungen

1. Die Zeiten haben sich geändert. Dies zu beklagen ist nicht klug. Wer sich nicht anpasst, darf nicht schimpfen. Sie sind Führungskraft bzw. Unternehmer. **Unternehmen Sie etwas.**
2. Jeder Mensch sucht für sich das Beste. Daher wird nur die Bäckerei erfolgreich bleiben oder werden, die für ihre Kunden (nach deren Meinung) **der beste Anbieter** ist. Arbeiten Sie deshalb hart daran, jeden Tag ein kleines Stück besser zu werden.
3. **Top-Qualität** ist heute Voraussetzung. Dazu braucht es allerbeste Rohstoffe, möglichst lange Quellzeiten, kühle und weiche Teige, wenig Hefe, möglichst viele eigene Rezepte usw.
4. Um den Anschluss nicht zu verlieren, bedarf es eines **permanenten Vergleichs** mit dem Wettbewerb. Schauen Sie sich Ihre Wettbewerber intensiv an und suchen Sie Unterschiede. Starten Sie regelmäßig eigene Testkäufe. Recherchieren Sie unter www.brot-test.de
5. Die Bedeutung des Verkaufs steigt. Unmotivierte Verkäuferinnen sind der Hauptgrund für verärgerte Kunden. Ungeschulte Verkaufskräfte und wenig Aufmerksamkeit („Sonst noch?“) verschenken bis zu 30 % Umsatz. **Trainieren Sie Ihren Verkauf.** Regelmäßig.
6. **Warendruck** ist enorm wichtig, denn „viel verkauft viel“. In Verkaufsseminaren kann man die Tools der Warenpräsentation erlernen, z.B. wie Ihre Theke auch mit wenig Ware toll wirkt.
7. Der Kunde erwartet heute nicht mehr „täglich frisch“, sondern **„immer frisch“**. Ihre wichtigsten Kleingebäcke sollten daher möglichst noch warm verkauft werden. Auch ein offenes **Feierabendbrot** am Nachmittag ist meist sehr erfolgreich – und kein Problem.
8. Wenn Sie das Gleiche anbieten wie die anderen Bäckereien und der Handel, sind Sie austauschbar. Lösen Sie sich aus dem harten Wettbewerb. Seien Sie **anders als alle anderen.**
9. Der Kunde will keine große Auswahl (diese überfordert ihn oft), aber **Abwechslung**. Achten Sie darauf, dass Ihr Betrieb stets „lebendig“ ist, z.B. durch Aktionen und wechselnde Produkte
10. Reduzieren Sie Ihre Auswahl und schaffen Sie hinsichtlich Form, Zutaten, Name usw. einzigartige Backwaren, die es nur bei Ihnen gibt. Sprechen Sie Kunden dabei möglichst emotional an. Verkaufen Sie **Gefühle und Geschichten** statt nur Produkte.
11. Billig ist für Bäckereien der falsche Weg. Nehmen Sie **angemessene Preise**, die einen zukunftsfähigen Gewinn beinhalten und schauen Sie, dass Sie diese auch wert sind.
12. Jeder Sportler, der Höchstleistungen erbringen will, braucht **regelmäßiges Training** (obwohl er „schon alles kann“). Auch Sie und Ihre Mitarbeiter wollen Höchstleistungen erbringen. Gönnen Sie sich und Ihrem Team daher gelegentlich ein Seminar für neues Wissen und frische Ideen. Tipp: einfach mal unter www.akademie-weinheim.de stöbern...

13. Volumenteiler und „maschinengängige Teige“ sind meist der falsche Weg. Wenn der Teig für die Maschine zu weich ist, suchen Sie einen Weg **zurück zur Handarbeit** – und sprechen Sie darüber. Kunden schätzen das und sind bereit, hierfür mehr zu zahlen.
14. Das teilweise schlechte Image der Branche („Bäcker backen nicht mehr selbst“, „viel Chemie“) ist eine riesige Chance für aktive Betriebe, die authentisches Backen für ihre Kunden erlebbar machen. **Zeigen Sie Ihre Bäcker** und deklarieren Sie freiwillig Ihre Zutaten.
15. Mit viel Bequemlichkeit (engl. Wort: Convenience) und TK-Produkten wird ein nachhaltiger Markterfolg schwierig, weil man sich damit nicht unterscheiden kann und viel Wertschöpfung abgibt. Holen Sie sich Fachwissen und Ideen besser in einem **Seminar** statt aus der Tüte.
16. Nutzen Sie die Chancen der **Bäckergastronomie**. Immer mehr Menschen verpflegen sich außer Haus. Holen Sie sich in Seminaren das nötige Wissen und steigern Sie den Umsatz.
17. Menschen sind bequem und fahren zum Backwaren-Einkauf meist keine Umwege mehr. Daher: überprüfen Sie Ihre **Standorte**. Oft ist es sinnvoller, in eine neue, gute Lage zu investieren als schwache Alt-Standorte um jeden Preis zu erhalten. Auch ein einfacher **Verkaufsstand** in guter Lage bringt oft ein überraschendes Umsatzplus.
18. Schaffen Sie an neuen Standorten möglichst einen großzügigen **Sitzbereich**. Die Bäckerei der Zukunft ist weniger Verkaufsstätte für Backwaren, sondern eher das tägliche kleine Glück
19. Überprüfen Sie Ihre **Kommunikation**. Wie erfährt der Kunde von Ihren Leistungen? Wie findet er Ihre Öffnungszeiten? Eine informative Website ist heute Pflicht. Auch Social Media Portale wie z.B. Facebook sind eine Überlegung wert.
20. Wer öffentlich jammert, hat schon verloren. Zeigen Sie **Bäckerstolz**. Sie wurden vielseitig ausgebildet und können etwas. Deutsche Backkunst ist weltweit gefragt und sogar zum Weltkulturerbe angemeldet (ob Ihre Brote dabei sind, sehen Sie unter www.brotkultur.de). Wer gegenüber Kunden **Leidenschaft und Bäckerstolz** zeigt, hat nachweislich mehr Erfolg.

„Es gibt nichts Gutes, außer man tut es“. (Erich Kästner)



Buchtip zur Vertiefung, mit vielen weiteren Anregungen und Tipps zur Umsetzung: „Der neue clevere Bäcker“. Erschienen im Matthes-Verlag. Autor: Bernd Kütscher.

Kann im Buchhandel und im Internet bestellt werden. Einfach nach „Der neue clevere Bäcker“ suchen.