

Corona - und was jetzt?

Die wichtigsten Empfehlungen aus dem Webinar „Die Bäckerwelt nach Corona“ mit Bernd Kütscher

Stand 31. März 2020 - wird aktualisiert. Die neuste Fassung ist stets im Downloadbereich unter www.akademie-weinheim.de zu finden.



Positive Grundhaltung

Die ganze Welt leidet unter Corona, auch wirtschaftlich. Viele Menschen haben Ängste, ganze Branchen stehen vor dem Abgrund. Bäckereien (jetzt offiziell „systemrelevant“) dürfen weiterarbeiten, doch auch in unserer Branche gibt es nicht nur Krisengewinner, sondern überwiegend Umsatzeinbußen. In dieser Zeit braucht es „Mutmacher“, die Botschaften wie folgende in Richtung der Kunden wie auch der Mitarbeiter senden:

- Wir schaffen das
- Wir sind für Euch da
- Wir halten zusammen
- Wir stehen zu unserer Heimat
- #wirbackendas (Hashtag bei Social Media)

Die Welt ist ein Spiegel: Wer positive Energie verschenkt, der bekommt welche zurück. Denn Resignation ist keine Lösung. Es gilt sich gut zu informieren (u.a. bei baeckerhandwerk.de) und das Prinzip: **Durchhalten und mit Mut über sich hinauswachsen**. Alles Gute dafür!

Produktchancen nutzen

Das Kaufverhalten der Menschen hat sich in der Krise verändert. Derzeit laufen sehr gut:

- Vollkornbrote und andere länger haltbare Brote
- Toast- oder Sandwichbrote, auch vom Handwerksbäcker
- Halbgebackene Produkte zum Fertigbacken
- Nudeln, auch vom Bäcker
- Vorgepackte „Vorratstüten“ mit verschiedenen Produkten
- Backzutaten wie z.B. Mehl oder Hefe (Tipp: mit Rezept)
- Langfrist-Gutscheine (15 - 25 €) für Kunden: „Werden Sie zum Bäcker-Retter“



Die Situation ist sehr abhängig von der Nachrichtenlage. Weil das „Hamstern“ so langsam aufhört, könnten andere Produkte anziehen. Leider sind die Brotkästen und Tiefkühltruhen der Haushalte derzeit gut gefüllt und müssen erst mal verbraucht werden - das tut weh...

Schlanke Vertriebswege suchen

Cafébereiche sind geschlossen. Menschen gehen sich wegen der Kontaktsperre kaum noch aus dem Haus, was das Filialgeschäft belastet. Lieferungen an Hotels, Gastronomen, Schulen usw. sind weggefallen. Gut laufen noch:

- Vorkassenzonen (lässt nach...)
- Wochenmärkte
- Verkaufsmobile und Home Delivery
- Brotbäckereien
- Landbäckereien
- gut eingeführte Online-Shops



Während und auch nach der Krise ist zu empfehlen, nach Vertriebsalternativen jenseits von sehr kostenintensiven Fachgeschäften (Filialen) zu suchen, um dort (nur) besonders renditestarke Produkte ergänzend zu platzieren.

Gemeinsinn beweisen

Warum wurde das Bosselmann-Video über 10 Millionen Mal angesehen? Nicht nur, weil er seine schwierige Situation sehr emotional darstellte, sondern weil er - trotz allem - am Ende allen Ärzten und Krankenschwestern kostenlose Backwaren versprochen hat. Botschaften wie diese kommen in der Krise sehr gut an: „Uns geht es schlecht, doch wir denken trotzdem an andere“. Auch hier gilt: Positive Energie kommt irgendwann zurück. Tipp: In der Krise Gemeinsinn beweisen!



Die Krise als Chance nutzen

Die heftige Corona-Krise macht Menschen toleranter. Bei guter Kommunikation tragen Mitarbeiter wie Kunden oft Maßnahmen mit, die vorher heftigen Widerstand erzeugt hätten. Jetzt ist also die Gelegenheit für notwendige Maßnahmen wie z.B.:

- Schließung von renditeschwachen Filialen oder Geschäftsbereichen
- Kürzung von Öffnungszeiten auf ein gesundes Maß
- Kürzung des Sortiments und Konzentration auf renditestarke Produkte
- Verschlankung von Strukturen
- Beendigung von unliebsamen Verträgen aller Art im gütlichen Dialog
- Konzentration auf „echtes Bäckerhandwerk“ mit traditioneller Herstellung

Im Fokus stehen die Fragen: „Was ist eigentlich **die Mission meiner Bäckerei?**“ Was würde den Menschen fehlen, wenn ich schließe? Was trägt uns durch die Krise und in die Zukunft?

Wichtig: Liquidität erhalten

Ganz klar: Wenn Einnahmen sinken, **muss** auf der Kostenseite reagiert werden, um die Krise zu überstehen. Folgende Möglichkeiten können helfen, um die Liquidität zu erhalten:

- Vermieter um Mietkürzungen bitten
- bei Bedarf Kurzarbeit (Tipp: das Lohnbüro hilft)
- Steuervorauszahlungen kürzen lassen
- eigene Herstellung statt Convenience und TK
- Liquiditätspläne führen oder anpassen
- öffentliche Zuschüsse oder ggf. Kredite nutzen



Ein Szenario: Die Bäckerwelt nach Corona

Sobald die Beschränkungen des Alltags aufgehoben werden, werden die Menschen wieder ihr gewohntes Leben suchen und sich etwas gönnen wollen. Es gibt eine **große Sehnsucht nach Normalität**. Dennoch könnte Corona nicht nur eine Auszeit gewesen sein, sondern ein Richtungswechsel, der die Welt nachhaltig verändern wird. Ein Szenario:

- Der **Wohlstand wird sinken**, weil die Wirtschaft unter einer Rezession leidet.
- Die Welt wird menschlicher, weil sich in der Krise Werte und Gemeinsinn bewährt haben.
- Die ruhige Zeit hat die Menschen Ruhe gelehrt. Die Hektik des Alltags reduziert sich.
- Globalisierung und Mobilität werden sinken, das Umweltbewusstsein wird steigen.
- Gesundheit und damit **gesunde Ernährung** werden noch stärker zum Megatrend.
- Wer in der Krise **Gemeinsinn** bewiesen hat, wird jetzt mit Kundentreue belohnt.
- Kunden werden regionale Kreisläufe und **traditionelle Backverfahren** stärker schätzen.
- Der Wunsch sich in Krisenzeiten selbst versorgen zu können steigt: **Backkurse** boomen.
- Bäckereien werden auch Basis-Backwaren zu eher günstigen Preisen anbieten.
- **Die Herausforderungen wechseln vom Arbeitsmarkt auf den Absatzmarkt**: Es wird keinen Fachkräftemangel mehr geben, dafür wird das Verkaufen wieder anspruchsvoller.

