

Corona als Chance nutzen



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

Stand Dezember 2020 - aktualisierte Fassung (die Webinare hierzu liefen im März/April 2020)

Positive Grundhaltung

Die ganze Welt leidet unter Corona. Viele Menschen haben Ängste, ganze Branchen stehen vor dem Abgrund. Bäckereien sind „systemrelevant“ und dürfen weiterarbeiten, doch auch in unserer Branche gibt es Sorgen. In dieser Zeit braucht es „Mutmacher“, die Botschaften wie folgende in Richtung der Kunden wie auch der Mitarbeiter senden:

- 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. Jetzt gilt: Durchhalten und mit Mut über sich hinauswachsen.

Marktchancen nutzen

Wie immer, bergen Marktveränderungen zwar Risiken, aber immer auch Chancen:

- Während das beste Geschäft bis zur Krise in großen Einkaufszentren, Bahnhöfen und Flughäfen gemacht wurde, ist nun die Zeit der Nachbarschaftsbäckereien gekommen.
- Der Brotabsatz ist gestiegen. Die Menschen essen mehr Abendbrot. Höchste Zeit, um die Brotqualität zu optimieren und das Brotsortiment zu pflegen. Seminare helfen!
- Zuhause wird so viel selbst gebacken wie noch nie. Eine gute Gelegenheit, um Ihre Fachkompetenz zu zeigen. Binden Sie Ihre Kunden durch Backtipps oder durch kleine, virtuelle Backkurse. Auch Genusserevents mit zuvor zugestellten Proben, die im Internet live gemeinsam degustiert und dabei erklärt werden, boomen.
- Außensitzbereiche bekommen ein neues Gewicht, sofern Gastronomie erlaubt ist.
- Der Gang zum Bäcker dient nicht nur der Versorgung. Die Menschen möchten sich auch für ihre Ängste und Umstände belohnen und suchen hierfür passende Back- und Konditoreiwaren.
- Höchste Zeit, Ihr Sortiment um jene Produkte zu bereinigen, die wenig Spaß machen. Weniger (Sortiment) ist mehr (Gewinn).

Neue Vertriebswege suchen

Cafébereiche sind geschlossen. Menschen verlassen wegen Kontaktsperren und Homeoffice nur noch selten das Haus. Lieferungen an Gastronomen, Hotels usw. sind weggefallen. Höchste Zeit zu reagieren:

- Kommen Sie Ihren Kunden entgegen, etwa durch Heimlieferdienste.
- Sofern Sie unterscheidbar bessere oder andere Produkte haben, sollte ein Online-Shop geprüft werden. Auch der Vertrieb über Amazon kann eine Option sein.
- Vor Ort werden Shops nach dem Click & Collect Prinzip gerne genutzt: der Kunde bestellt im Internet vor und holt die Ware nur noch kurz ab.
- Bäckereien mit Drive In laufen sehr gut. Das geht auch kompakt als Container, siehe hier (Foto: Bäckerei Andresen, Neumünster)
- Wochenmärkte laufen sehr gut. Die Menschen kaufen gerne an der frischen Luft ein.

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



Nachhaltig positionieren

Corona wird die Märkte nachhaltig verändern. Danach wird auch das Thema Klimawandel dominanter werden denn je. Dafür gilt es jetzt seine Hausarbeiten zu machen:

- Verschlankung von Strukturen
- Aufgabe von renditeschwachen Geschäftsbereichen
- Kürzung des Sortiments und Konzentration auf renditestarke Produkte
- Konzentration auf „echtes Bäckerhandwerk“ mit traditioneller Herstellung
- Nicht nur mit Regionalität werben, sondern echte Regionalität pflegen.
- Als Unternehmer sichtbar werden
- Social Media für einen intensiven Dialog mit den Kunden nutzen
- Verstärkt auf Nachhaltigkeit achten: Verpackungen, Energie, E-Mobilität usw.

Im Fokus steht die Frage: „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:

- Zuschüsse vom Staat unbedingt nutzen
- Vermieter um Mietreduktion bitten
- Kurzarbeit nutzen, falls notwendig
- Steuervorauszahlungen kürzen lassen
- eigene Herstellung statt Convenience
- Liquiditätspläne führen oder anpassen
- Zu günstigen Zinsen mit einer Liquiditätsreserve eindecken



Ein Szenario: Die Bäckerwelt nach Corona

Es gibt eine **große Sehnsucht nach Normalität**. Dennoch ist Corona nicht nur eine Auszeit, sondern ein Richtungswechsel, der die Welt nachhaltig verändern wird. Ein Szenario vom „neuen Normal“ (so schon im März prognostiziert):

- 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.
- Gesundheit und damit **gesunde Ernährung** werden noch stärker zum Megatrend.
- Globalisierung und Mobilität werden sinken, das Umweltbewusstsein wird steigen.
- 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 bald keinen Fachkräftemangel mehr geben, dafür wird das Verkaufen wieder anspruchsvoller.



Jetzt für die Zukunft rüsten und in Weiterbildung investieren: www.akademie-weinheim.de