

Ausgezeichnetes Marketing

Vereinigung der Backbranche verleiht Marketing-Trophy an die Fachschüler Stephan Manzke und Jan Widdel.

Hannover. Einen Wettbewerb um die Marketing-Trophy 2012 schrieb die Vereinigung der Backbranche (VDB) an der Fachschule Bäckerei/Lebensmitteltechnik in Hannover aus. Den eindeutigen Sieg errangen Stephan Manzke und Jan Widdel für die Entwicklung des Programms einer „Betriebsbesichtigung als verkaufsfördernde Maßnahme“ der Bäckerei Göing. Den Siegerpreis nahmen sie freudestrahlend aus der Hand des VDB-Landesvorsitzenden Ralf Beisner entgegen.

Bei den weiteren drei Projekten ging es um die „Analyse des Snackangebotes der Calenberger Backstube der Bäckerei Oppenborn“, darum, die „Retourenquote der Bäckerei Göing zu ermitteln“ und die Fortentwicklung der „Filiale der Bäckerei und Konditorei Borchers im Obi-Baumarkt voranzutreiben“. Mit großem Elan gingen die Schüler an ihre Aufgaben. Ihnen fiel bei der Filiale der Bäckerei Borchers im Obi-Markt auf, dass bei ihr „sichtbare Außenwerbung fehlt“.



Die Teilnehmer der von der Vereinigung der Backbranche ausgelobten Marketing-Trophy präsentieren sich mit der Jury in Hannover.

(Foto: JS)

Verkauf und Café liegen in einem Seitentrakt, für den innerhalb des Marktes mehr erworben werden muss. Das ließ das Obi-Management bislang nicht zu. Die Schüler empfehlen, die Zusammenarbeit mit dem Obi-Markt zu intensivieren, mit Kundendurchsagen den Bekanntheitsgrad zu steigern sowie das Morgen- und Mittagsangebot zu optimieren.

Die Bäckerei Göing betreibt im Großraum Hannover 31 Filialen. Die Fachschüler stellten fest, dass Brot zu

12 %, Brötchen mit 11 %, Feine Backwaren zu 5 % und Konditoreiartikel mit 2 % retourniert werden. Vorbildhaft erschienen die Standardbestell- sowie die Abverkaufs- und Verkaufslisten. Die Kunden erhalten Bonuskarten für ihre Einkäufe. Bei Bedarf wird nachgebakken. Die Fachschüler rieten, „Backverkaufsautomaten“ wie in Belgien und den Niederlanden aufzustellen, um 24 Stunden lang handwerkliche Brot-, Brötchenqualität und Snacks anbieten zu können.

Die Calenberger Backstu-

be ist in Jeinsen im Großraum Hannover ansässig. Ihr sind 22 Filialen angeschlossen. Zu diesem Thema führte Barbara Ewald, die Leiterin der Bäckerfachschule Württemberg aus, dass die Firma McDonalds 52 % des deutschen Snackmarktes beherrscht. Das Bäckerhandwerk kommt erst auf 17 %, Die Fachschüler lobten die Calenberger Backstube für ihre entwickelten landestypischen Spezialitäten und die einprägsame Werbung für den Hunger zwischendurch.

Dieser taucht bei den Kunden zu 30 % spontan auf, 20 % erscheinen zu festen Zeiten und 50 % kommen zu wechselnden Tageszeiten.

Die Jury setzte die Vorschläge für eine Betriebsbesichtigung der Bäckerei Göing auf Platz 1, an die zweite Stelle gelangte die Beurteilung der Filiale Borchers, den dritten Platz erreichte die Gruppe, die die Retourenquote der Bäckerei Göing ermittelte, den vierten die Fachschüler, die sich mit der Calenberger Backstube beschäftigten. js

Der Anteil von Snacks am Umsatz hat sich erhöht

Bäckerinnungsverband stellt Mitgliedern den detaillierten Betriebsvergleich zur Selbstanalyse bereit.

Hannover. Die Bäckereien in Niedersachsen und Bremen konnten 2011 die an-

ten des Betriebsvergleichs weiterentwickelt.

Ferner zeige ein Vergleich mit der Auswertung aus dem Vorjahr,

Ertragskraftsteigerungen erzielen können.

nisverbesserung zu erarbeiten. Dazu können sie die betriebswirtschaft-