

Auf dem Weg zur „Bäckerei 2.0“

Facebook, Kunden-App und Zukunftstrends Kerntemen beim Seminartag der Bäko Franken Oberbayern-Nord

Bayern

LANGENZENN (buc). Sollte auch jede handwerkliche Bäckerei ein Facebook-Profil haben und so neue „Fans“ und Kunden gewinnen? „Auf jeden Fall!“ findet Expertin Margaux Steiger. Die Dynamik der Social Media müsse man wie bereits 80 Prozent aller deutschen Unternehmen gratis nutzen. Ca. 70 Teilnehmer eines Semintages der Bäko Franken Oberbayern-Nord erfahren zudem, wie man sogar mit der guten alten Rabatt-Stempelkarte den Weg ins digitale Zeitalter antreten kann.

Wer „Veränderungen erkennen und ertragreich nutzen“ will (so das Thema), kommt an sozialen Medien nicht mehr vorbei. Für Betriebswirtin Margaux Steiger birgt eine eigene Präsenz die Riesenchance, Kundenbindung zu stärken und gerade junge Leute anzusprechen. Die 21-jährige empfahl Neuesteigern ein Marketingkonzept, wie man mit Posts, Videos oder Umfragen auf die Kunden zugehen will. Beispiele: für ein neu entwickeltes Brot könnte man Namensvorschlüsse erbiten und Preise aus-



Die Bäko-Geschäftsführer Neal Bauer (von rechts) und Thomas Kuhlmann mit den Referenten Margaux Paulin Steiger, Pierre Niehrhaus, Tobias Jordan, Roland Busch und Prokurent Günter Kolb. Foto: Buchmann

loben, mit Fotos aus der Backstube oder vom Frühstücksbüfett den Appetit anregen, mit lebendigen News die Bekanntheit der Bäckerei und die Freundlichkeit des Verkaufsteams darstellen. All das sei kostenlos zu haben – bis auf den Zeitaufwand. Weil das Internet für viele heute die wichtigste Informations-

quelle sei und die Verteilung via Facebook einem Schneeballsystem ähnele, entstehe große Aufmerksamkeit. Sogar ein negativer Kommentar, dem andere User ihre positiven Erfahrungen entgegenhalten, wandle sich so oft ins Gegenteil. Margaux Steiger: „Wenn es mal läuft, läuft es wie von selbst.“

Dass junge Leute im Zeitalter von Laptop und iPad nicht papierne Rabattkarten für zehn Kaffee- oder Brotkäufe mit sich herumtragen wollen, liegt auf der Hand. Als Alternative bzw. Ergänzung zur traditionellen Variante wurde die „kundenapp“ entwickelt, die hierzulande Verpackungsspezialist Meyer

Stemmler (MS) aus Mülheim-Kärlich vertreibt. Diese Smartphone-App ist in der Funktion einer elektronischen Kunden- oder Stempelkarte gratis – nur der Nachrichtenversand aufs Kundenhandy kostet den teilnehmenden Betrieb 9 Cent. Laut MS-Berater Tobias Jordan erhält jede Bäckerei eine fünfstellige Registrierungsnummer; über sie oder einen QR-Code auf dem Werbeflyer kann der Kundenbetrieb als Rabatt-Favoriten speichern. Auch Bonuspunkte werden mit einem Klick gutgeschrieben. Jordans Kollege Roland Busch hob hervor, die App ermögliche auch den Versand von Sonderangeboten „ohne Streuverlust“ an registrierte Kunden. Über die heißesten Trends auf dem Gastro-, Back- und Snack-Markt informierte Strategieberater Pierre Niehrhaus. Als Erfolgsthemen nannte er neben „mediterrän“, „asiatisch“, „regional“ und „to go“ auch „Fast casual“, wo das Essen hinter der SB-Theke vor den Augen des Kunden zubereitet werde. Oder: Kaffee und Tee – frisch am Tisch aufgebührt, „das wissen viele wieder zu schätzen“.