

TIPP VOM MARKETING-EXPERTEN



Mit großen Buchstaben steht es geschrieben: „Award winning Cream Teas!“ Auf dem Foto ist ein landestypischer Scone (süßer Hefeteig) mit „clotted cream“ (sahneähnlich) und hausgemachter Erdbeermarmelade lecker in Szene gesetzt. Das Plakat bringt Passanten zum Stoppen. Die Botschaft könnte man auch sinngemäß damit übersetzen, dass der hier beworbene „Cream Tea“ (Scones + Tea/Coffee) ausgezeichnet wurde. Konsumenten reagieren äußerst positiv und experimentierfreudig, wenn eine besondere Stärke werblich herausgestellt wird. Für den deutschen Markt könnte es die ausgezeichnete Rosinenschnecke oder der beste Apfelkuchen sein, die zum Beispiel Ihre Kunden gewählt haben. Es empfiehlt sich, besonders süßes Gebäck oder Kuchen zu bewerben, da die meisten Kunden auf süß anspringen. Die deutsche Bescheidenheit darf ruhig etwas in den Hintergrund geraten.

an. Mit ihrer Idee liegen die Kaliks klar im Trend und das liegt nicht allein an der Optik der Getränkeflaschen: Durch den dünnen Flaschenhals entweicht die Kohlensäure langsamer als in einem normalen Glas.

„Klotzen statt kleckern“ ist schließlich auch ein deutsches Sprichwort. „Best Coffee in Town“ ist im Ausland ebenfalls auf Aufstellern zu lesen. Wesentlich ist es jedoch die Kombination von Bild und Slogan. Die Bilder sollten so appetitanregend sein, dass man direkt das Produkt verzehren möchte. Sofern die Kunden den Store betreten, sollte auf dem Board die Auszeichnung auffällig bei dem Produkt gekennzeichnet werden. Weiterhin ist zu empfehlen, das prämierte Produkt in weiteren Variationen anzubieten. Anhand des Beispiels von „Cream Tea“ durch verschiedenen Scones, wie um Beispiel mit Rosinen oder Cranberries. Die Kunden lieben Kompetenzen, die Sie nach außen bewerben. Viel Erfolg!

AUTOR

Ludger Schlaumann

Unternehmensberatung
GA-Trendagentur
www.ga-trendagentur.de

E-Mail: ga-trendagentur@t-online.de



SCHICK UND SCHLAU

Limonade im Glas kann doch jeder – das dachte sich die Bäckerei Kalik in Bad Ditzgenbach. In ihrem Bäckerei-Café servieren sie die hausgemachte Limonade daher in der Flasche. Damit das schmackhafte Getränk dennoch leicht zu genießen ist, gibt es einen Strohhalm dazu. Die frischen Zutaten – auf dem Bild sind es frische Minze und ein paar Scheiben Limone – sind zusätzliche Hingucker, die Appetit machen. Im Sommer sind die kühlen Limonaden der Renner, doch auch im Winter kommen die Durstlöscher gut



FRÜHSTÜCK MIT GLÄSCHEN

Dieses schöne und gleichzeitig sehr rationelle Frühstücksgedeck mit Gläsern sahen wir beim „SAM Urban Baker“-Konzept der Bäckerei Sammann in Oyten. Die Gläser machen sich auch in der Theke sehr gut und erleichtern außerdem den Mitarbeiterinnen die Vorbereitung des



Frühstücks. Die Kunden bekommen nicht nur ein sehr gut aussehendes Tablett, die Vertiefungen verhindern auch das Verrutschen während des Transportes zum Platz. Frühstücke aus dieser Range kosten im SAM zwischen 5,95 und 7,20 Euro zuzüglich Heißgetränk. Beispiel das Don Panetto mit Serrano Schinken, ital. Salami, Parmesan, Kirschtomaten, Obstsalat und Brotkorb.

Anzeige

Neu im Sortiment:



BÖCKER
Ihr Sauerteig-Spezialist

Mini-Kuchen

Auf Wunsch tiefgekühlt

DE-002-022



Glutenfrei
von Böcker

www.sauerteig.de | info@sauerteig.de

 glutenfrei

 vegan