



Foto: Korte

ERFOLGREICH

Neuland erschlossen



Mit der Eröffnung ihrer neuesten Verkaufsstelle am 25.9.2008 hat die Bäckerei Schäfer aus dem hessischen Rodgau südöstlich von Frankfurt am Main Neuland betreten. In keiner der bisherigen fünf Filialen gibt es einen Sitzbereich, einzig einige belegte Brötchen und Kaffee „laufen so mit“, sagt Juniorchef Sascha Schäfer. Die Bäckerei ist in der glücklichen Lage, dass sie ihre Kunden mit den klassischen Bäckerkompetenzen bindet. Allerdings war schnell klar, dass sich am neuen Standort, einem Wohngebiet, eine Bäckerei ohne Sitzbereich nicht lohnen wür-

Im vorderen Bereich der Theke werden Kleingebäcke wie Berliner, Plunder etc. präsentiert. Dahinter befindet sich das Brotregal.

de. Die Verkaufsstelle in einem Neubau in Rodgau-Weiskirchen unterscheidet sich daher nun komplett von den anderen: Auf insgesamt 150 m² mit Nebenräumen gibt es nicht nur einen großen Sitzbereich mit ca. 60 Plätzen, auch ein Kaffeekonzept von Schärf und neue Snacks sowie ein breites Frühstücksangebot wurden ins Sortiment aufgenommen.

Erkennbar bleiben

Der Grundstein wurde gelegt, als der Bauherr des Gebäudes an die Familie Schäfer herantrat und ihr das Angebot machte, als Ankermieter in seinen Neubau zu ziehen. Nach ersten Begehungen und Standortanalysen waren Firmeninhaber Wolfgang Schäfer – Hessens Lan-



Die Bäckerei Schäfer aus Rodgau sieht sich zwar als eher klassische Bäckerei, mit Korte Einrichtungen hat das Unternehmen aber nun seine erste Verkaufsstelle mit großem Cafébereich und einem erweiterten Kaffee- und Snackangebot realisiert.



Es wurden bewusst viele verschiedene Sitzsituationen geschaffen, damit die Kunden eine große Auswahl haben und nach ihren eigenen Vorlieben wählen können.

Alle Fotos: BackMedia

desinnungsmeister –, seine Frau Cornelia und Sohn Sascha noch skeptisch. Es war schließlich Korte-Mitarbeiter Harald Krebs, der die Familie vom Standort überzeugte. Er konnte sich die Verkaufsstelle sofort vorstellen und steckte mit seiner Begeisterung auch die Schäfers an. „Nachdem wir uns zu diesem Schritt entschieden hatten, waren wir uns dann

weiterhin erkennbar bleiben. „Schließlich sind die Kunden bisher zu Schäfer gegangen, um gute Backwaren zu kaufen und nicht um Kaffee zu trinken. Daher sollte der Gastronomiebereich nicht zu sehr in den Vordergrund gestellt werden.“

Geballte Brotkompetenz

Die Umsetzung dieser Anforderungen ist Korte eindrucksvoll gelungen. Wer den Laden betritt, in dem die Firmenfarben Creme und Bordeauxrot vorherrschen, wird durch die leicht versetzte Automattür sofort in Richtung der sich rechts vom Eingang erstreckenden Theke geleitet – und steht vor geballter Backwarenkompetenz.

Der vordere Bereich der etwa 8,50 m langen Theke ist den Trockenbackwaren vorbehalten. Auf ca. 2,40 m werden Kleingebäcke wie Berliner, Plunder etc. in der einetägigen, geraden Theke präsentiert. Dahinter befindet sich das Brotregal. Doch die Brotkompetenz zeigt sich nicht nur dort – sie wurde von Korte bewusst in den Vordergrund geholt: Neben der Trockentheke schließt sich ein etwa 1,20 m langer Warenpräsentationsbereich

an. Hier besteht die komplette Front aus Klarglas. Auf diese Weise kann auch der untere Teil als Präsentationsfläche genutzt werden. Verschiedene Sorten Brot sind darin aufgetürmt, was die Sortimentsvielfalt zeigt, die Brotkompetenz unterstreicht und starken Warendruck erzeugt. Im oberen Teil, auf einem hellen Holztisch, platzieren die Verkäuferinnen für den Vormittag verschieden große und unterschiedlich geformte Körbe, gefüllt mit Brötchen, Laugengebäck und anderem Kleingebäck. Um die Mittagszeit, wenn die Brötchenschütten langsam leerer werden, befüllen die Verkäuferinnen diese wieder mit den Waren aus der Präsentationsfläche und dekorieren



Der großzügige Sitzbereich bietet insgesamt Platz für ca. 60 Kunden.

auch sofort einig, dass wir es richtig machen wollten. Wenn schon, denn schon“, sagt Sascha Schäfer. Allerdings sollte die klassische Bäckerei auch im neuen Laden



Foto: Korte

DAS SAGT SASCHA SCHÄFER:

„Der Erfolg eines Ladens hängt entscheidend mit dem Ladenbau zusammen. Mit der Umsetzung unserer neuen Verkaufsstelle sind wir sehr zufrieden. Vor allem haben wir uns deshalb besonders gut aufgehoben gefühlt, weil nicht nur der Laden unseren Vorstellungen entspricht, sondern weil Korte-Mitarbeiter Harald Krebs uns auch bei der Einarbeitung unterstützte und uns Tipps zur Warenpräsentation gab.“

AUF DEN PUNKT GEBRACHT



■ Die Trennung zwischen Verkaufs- und Sitzbereich wird durch zwei unterschiedliche Bodenbeläge deutlich gemacht. Zwar wirkt der Boden im Cafébereich wie dunkles Holz, tatsächlich sind es auch Fliesen, nur in Holzoptik.

■ Der Raumteiler wirkt durch die großen Aussparungen sehr leicht und erdrückt den Raum nicht. Ähnliches gilt für die rote Decke, die ihre Schwere durch helle Streifen verliert. Die Blumendekorationen sind auf die Firmenfarben Creme und Bordeauxrot abgestimmt.



■ Zum Kaffeeconcept von Schärf zählt nicht nur Kaffee, sondern auch Tee. Er wird sehr ansprechend auf einem Tablett serviert – mit einer kleinen Sanduhr, mit deren Hilfe die Kunden die Ziehzeit des Tees überprüfen können. Wer einen Tee bestellt, bekommt das Procedere von den Verkäuferinnen erklärt.

den oberen Teil des Schaukastens neu – für den Nachmittag mit langen Holzbrettchen für Kuchen, Nussecken und anderes süßes Trockengebäck. „Auf diese Weise haben wir wieder Warendruck im Regal und wir setzen unsere Kuchenkompetenz in den Fokus“, so Schäfer.

Snacks und Kaffee

Erst nachdem die Kunden diesen Teil passiert haben, kommen sie zum Snackbereich. An der Rückwand befindet sich die Kaffeezubereitung mit einer Siebträgermaschine, Geschirr, verschiedenen Sirupsorten und Tee – alles aus einer Hand von der Firma Schärf. Um das Kaffeeconcept der Österreicher entsprechend umsetzen zu können, wurden die Verkäuferinnen zwei Tage lang in Wien geschult. „Wir hätten natürlich auch einen Vollautomaten hier hinstellen können, aber wir wollten eben alles besonders hochwertig und handwerklich haben“.

Vorne in der Kühltheke liegen fünf bis sechs verschiedene belegte Snacks auf langen, hellen Holzbrettchen. Durch die Präsentation wird bereits mit einer relativ geringen Stückzahl ein guter Warendruck erzielt. Am Nachmittag lässt sich die Theke mit Hilfe einer Glasplatte einfach abteilen und wird um aufwändige Torten erweitert. „Wir bieten in dieser Verkaufsstelle ausschließlich runde Torten

an, keine Schnitten oder ähnliches. Das kommt sehr gut an. Ich bin überrascht, wie viele junge Leute auch sonntags bei uns Torte kaufen kommen“, sagt Sascha Schäfer.

Nicht nur die Torten, auch die belegten Brötchen, die in der Theke präsentiert werden, sind sehr aufwändig belegt und tragen Namen wie „Ach Du dickes Ei“,



Die Brotkompetenz der Bäckerei wird mit Hilfe dieses Präsentationsbereichs in den Vordergrund gestellt.



Das Kaffeeconcept – alles aus einer Hand von der Firma Schärf.

„scharfes Huhn“ oder „Strammer Moritz“. Bei letzterem beispielsweise handelt es sich um ein so genanntes Lothringer Brötchen, üppig mit Rührei, Kräutern, Tomaten und gebratenem Speck belegt. Mit 3,55 Euro ein nicht ganz preiswerter Snack, allerdings auch so reichhaltig, dass er sich auch als kleines Mittagessen eignet – vor allem, wenn er erwärmt wurde. Die Bäckerei Schäfer bietet ihre Brötchen nämlich alle auch warm aus dem Merrychef an.

Frische Zubereitung im Laden

Neben den belegten Snacks gibt es in der Verkaufsstelle drei Salate und zwei Flammkuchen. „Wir wollten uns auch bei den Snacks nicht zu weit von unserer Kernkompetenz entfernen.“ Dazu kommen sieben Frühstücksvarianten. Diese werden nicht nur von den Bäcke-



reikunden gut angenommen, sondern auch von den Gästen des so genannten Boardinghouse, das in den oberen Etagen des Gebäudes seinen Platz fand. In diesen Appartements ist auch eine Unterbringung für längere Zeit möglich, was oft von Firmen für ihre Mitarbeiter genutzt wird.

Die Verkäuferinnen bereiten sowohl die Frühstücke, als auch die Snacks in der Verkaufsstelle frisch zu – entweder an der Belegstation, die neben dem Snackbereich positioniert ist und die Theke abschließt, oder in der kleinen Küche, die in den Hinterräumen eingebaut wurde. Für kurze Arbeitswege hat eine Miwe Backkombination aus aero und condo ihren Platz hinter der Belegstation gefunden. „Da wir alles frisch zubereiten, kann es



Alle Fotos: BackMedia

PRODUKTHIGHLIGHT



Schäferkruste

Die Schäferkruste wird zu 100 % aus Odenwalder Roggenmehl hergestellt. Zur Lockerung kommt keine Hefe, sondern ausschließlich eigener Sauerteig zum Einsatz. Eine lange Teigführung macht das Brot sehr aromatisch. Die kräftig ausgebackene Schäferkruste gibt es seit etwa drei Jahren. 750 g kosten 2,62 Euro.

FACTS



Bäckerei Schäfer
August-
Neuhäusel-Str. 13
63110 Rodgau
06106/3640

| | | |
|---------------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Objekt: | Hauptstraße 36 63110 Rodgau | |
| Inhaber: | Wolfgang Schäfer | |
| Gegründet: | 1928 | |
| Verkaufsstellen: | 6 | |
| Mitarbeiter: | 62 | |
| Produktion: | 18 (inkl. 2 Azubis) | |
| Verkauf: | 41 Fahrer: | 2 |
| Verwaltung: | 1 | |
| Sortiment (Sorten): | | |
| Brot: | 19 Brötchen: | 19 |
| Feingebäck: | 25 Snacks: | 10 |
| Preisniveau (eigene Schätzung): | mittel-hoch | |
| Preise (Euro): | | |
| Brötchen: | 0,28 | Mischbrot 1 kg: 2,75 |
| Spezialbrot 750g: | 2,80 | Obstplunder: 1,25 |
| Berliner: | 0,95 | Tasse Kaffee: 1,70 |
| Belegtes Brötchen: | 2,10 | |
| Umsatz: | k. A. | |



Vorne in der Kühltheke werden belegte Snacks auf langen, hellen Holzbrettern präsentiert. Am Nachmittag lässt sich die Theke mit Hilfe einer Glasplatte einfach abteilen und wird um aufwändige Torten erweitert.

Anzeige

natürlich schon mal ein paar Minuten dauern bis die Kunden ihr Rührei oder ihren Salat bekommen. Dann lassen wir sie natürlich nicht an der Theke warten, sondern bringen ihnen ihre Bestellung zum Tisch. Wir sprechen von betreuter Selbstbedienung“, sagt der Juniorchef. So wird der Druck vor der Theke entzerrt.

Verschiedene Sitzsituationen

Wenn es darum geht, sich einen Tisch zu suchen, bieten die ca. 60 Plätze im Sitzbereich den Kunden die Qual der Wahl. Gegenüber der Theke gibt es für den Schnell-Verzehr etwa zwölf Sitzplätze an hohen Tischen. Statt normalen Hockern wurde die aktuell beliebte, etwas niedrigere Midi-Sitzhöhe gewählt – sie erleichtert auch älteren Kunden das Hinsetzen und Aufstehen. In der Mitte des Raums wurde eine leicht geschwungene Trennwand mit großen Aussparungen, die wie Fenster wirken und die gesamte Konstruktion sehr leicht erscheinen lassen, platziert. Sie teilt Theke und Schnell-Verzehr vom eigentlichen Sitzbereich. Dort haben die Kunden die Wahl zwischen Stühlen (creme-farbenes Leder; dunkles Holz mit brauner Ledersitzfläche oder bordeauxrote Stoffrückenlehne und braune Ledersitzfläche)

oder Bänken (eine lange, leicht geschwungene mit braunem Leder; mehrere Zweierbänke mit bordeauxroter Stoffrückenlehne und brauner Ledersitzfläche). „Wir wollten bewusst viele verschiedene Sitzsituationen schaffen, damit die Kunden eine große Auswahl haben und nach ihren Vorlieben wählen können“.

Im Sommer kommen weitere 50 Sitzplätze auf der Außenterrasse hinzu. Dazu wurde ein Holzpodest hinter der Verkaufsstelle gebaut und mit bepflanzten Töpfen von der Straße abgetrennt. Eine alte Linde überspannt den Bereich. Zugang zur Terrasse bieten zwei gläserne Schiebetüren an der Rückseite der Bäckerei.

Nach den ersten vier Monaten können Schäfers ein sehr positives Resümee ziehen. Die anfänglichen Bedenken haben sich nicht bewahrheitet – im Gegenteil. Die Kunden nehmen das Konzept gut an. „Wir haben das Bild der klassischen Bäckerei Schäfer weiterhin aufrecht erhalten, durch die neue Verkaufsstelle aber einen riesigen Imagegewinn und vor allem viele jüngere Kunden neu dazu gewonnen“.

Saskia Galante/galante@backmedia.info/0234-9019911

Viele Sitzvarianten, z.B. Stühle und Zweierbänke mit bordeauxrotem Stoff und braunem Leder, helle Bank und Hocker mit Stoffbezug, lange braune Lederbank an der Rückseite des Raumteilers.

