

# back.intern.

## Branchendienst für Marketing & Verkauf



**EXPERTENTIPP**  
Tipps für das  
Verkaufsgespräch  
mit Männern Seite 16



**KOMMENTAR**  
Setzen Sie die  
Segel auf  
Erfolgskurs Seite 7



**IBA 2009**  
66 Neuheiten,  
die den Besuch  
lohlen Seite 22

Auflage  
heute  
10.000  
Exemplare

### Krisenbrot

Eine witzige Banderole macht das Brot zum Hingucker und bringt den Bäcker ins Gespräch. Auch eine Krisenschokolade kommt gut an. Seite 2



### Superbrot

Mit einer Verkaufsförderungsaktion der Spitzenklasse hat die Bäckerei Traublinger den Brotabsatz gesteigert. Motto: München sucht das Superbrot. Seite 4

### Spendenstängel

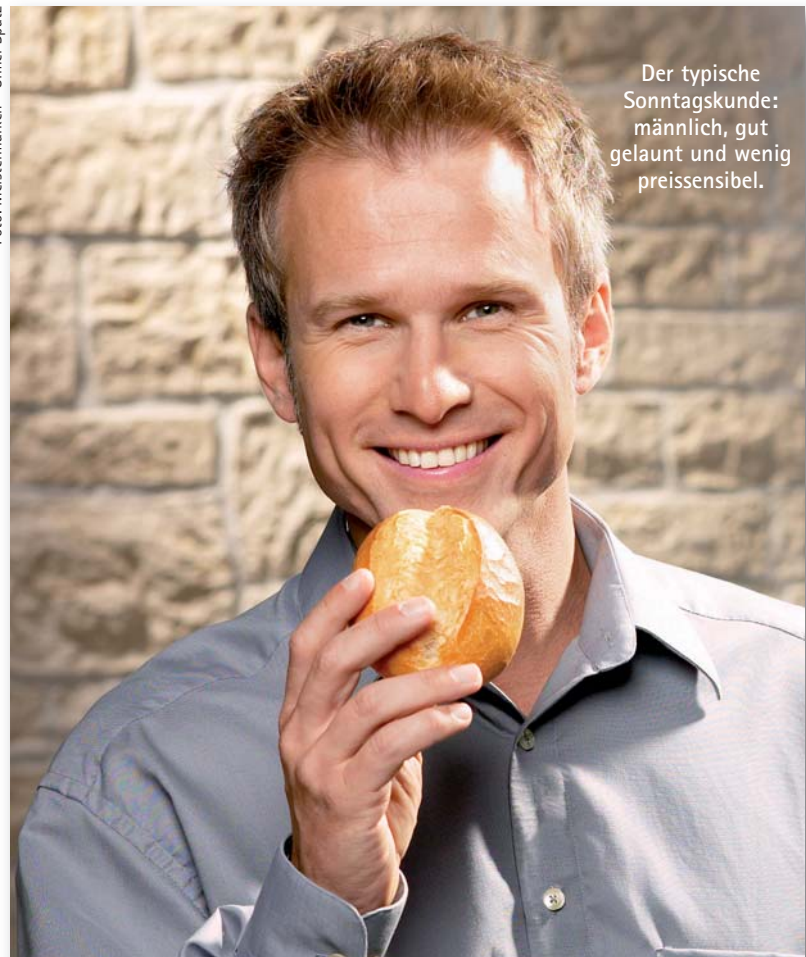
Mit ihren Max-Eyth-See-Stängeln half die Bäckerei Sailer, die Wasserqualität in Stuttgarts größtem See zu verbessern. Seite 6



## Special: Mehr Erfolg beim Sonntagsverkauf

Der sonntägliche Brötchenverkauf ist für viele Bäcker ein Traum. Die meist männlichen Kunden bringen Sonntagslaune mit in den Laden und zeigen sich gern spendabel. Der Kundenbon liegt deutlich über dem Wochendurchschnitt. Während der kurzen Öffnungszeiten stehen die Kunden Schlange, die Stundenleistung der Verkäuferinnen ist Spitze, das Sortiment ebenso straff wie margenstark. Und der Lebensmittelhandel mit seinen Aufbackstationen hat zu! Für Handwerksbäcker ein Geschäft wie in alten Zeiten. Mit einem Pferdefuß: Für Kleinbetriebe ist ein siebter Verkaufstag einfach nicht zu schaffen. Wie es in Bäckereien ab etwa drei Standorten funktioniert, erfahren Sie in unserem Special Sonntagsverkauf. Mit vielen Tipps zu Standorten und Sortiment sowie praxiserprobten Ideen für Werbung und Verkaufsförderung. → Seite 8

Foto: Meistermarken - Ulmer Spätz



Der typische  
Sonntagskunde:  
männlich, gut  
gelaunt und wenig  
preissensibel.

## iba 2009 in 9 Hallen

Keine andere Messe der Bäckerei- und Konditoreibranche bietet ein solch breites Spektrum wie die **iba 2009**: Auf rund 123.000 Quadratmetern Fläche liefern mehr als 990 Aussteller Produkte und Dienstleistungen, Trends, Ideen und Anregungen. Das vielfältige Angebot ist in den Düsseldorfer Messehallen vom 3. bis 9. Oktober täglich von 9 bis 18 Uhr zu sehen. Was Sie sich anschauen sollten, erfahren Sie schon vorab in unserem großen iba-Special ab Seite 22 und in dem iba-Innovationsführer, der auf unserer Titelseite klebt. Viel Erfolg in Düsseldorf. → Seite 22

## EXPERTENTIPP

### Tipps für das Verkaufsgespräch

Manch ein männlicher Kunde entscheidet erst beim Kontakt mit der Verkäuferin, was er genau haben möchte. Andere kommen mit einem festen Auftrag ihrer Ehefrau: zwei Kaiserbrötchen, zwei Mohnbrötchen und ein Hefehörnchen. In jedem Fall hat die geschulte Verkäuferin die Chance, den Kundenbon

zu steigern.

➤ **Geschickte Einleitung:** Bevor der Kunde eine Bestellung abgibt, sollte die geschickte Bäckereiverkäuferin aktiv auf ihn zugehen. Das kostet fast keine Zeit und ist daher auch bei

#### UNSER EXPERTIN

Martina Gemein ist Geschäftsführerin der Firma Backtrend, Beratung für Bäcker. Sie trainiert Verkäufer rund um die Themen Verkauf/Marketing und schult im Hygienemanagement. Kontakt: Tel. (02 28) 620 40 33, [www.backtrend.de](http://www.backtrend.de)



hohem Kundenandrang leicht realisieren. Die Vorgehensweise: Statt „Was darf es sein?“ ist es viel geschickter zu fragen: „Wie viele Personen werden Sie in Ihrer Familie heute verwöhnen?“ oder ähnliches. Denn der Mann zeigt sich gern spendabel, wenn die Verkäuferin seine Großzügigkeit oder seine Rolle

## Backen mit Erfolgsrezept!



Wir kümmern uns.

Sie erreichen uns unter:

**Daub Backtechnik GmbH**  
+49 (0)40 - 5 47 69 - 0

**Daub West** (West- & Mitteldeutschland)  
+49 (0)521 - 98 25 56 71

**WSB** (Bayern, Baden-Württemberg & AT)  
+49 (0)9855 - 97 55 55



[www.d-b-t.de](http://www.d-b-t.de)



Besuchen Sie uns auf der IBA vom 3.10. bis 9.10.2009 in Düsseldorf in Halle 16, Stand E21 / F22

Daub Backtechnik GmbH | 21147 Hamburg  
Fon: +49 (0)40 5 47 69-0 | [info@daub-hamburg.de](mailto:info@daub-hamburg.de)

member of the  **Kaak Group**

## SPECIAL SONNTAGSVERKAUF

als Beschützer der Familie indirekt anspricht. Oft entlockt sie dem Herrn damit eine Antwort wie: „Machen Sie die Tüte mit Frühstücksgebäcken voll; gemischt von allem etwas!“ Nun kann die Verkäuferin die Auswahl auch im Interesse der Bäckerei vornehmen. Dabei sollte sie die Deckungsbeiträge bzw. den Unterschied ihrer A-, B- oder C-Artikel im Kopf haben und entsprechende Artikel einpacken. Nebenbei animiert diese üppige Auswahl auch noch weitere Kunden in der Schlange zu Zusatzkäufen.

► **Alternativ- und Zusatzangebote:** Hat der Kunde einen konkreten Wunsch wie „vier einfache Brötchen“ geäußert, kann die Verkäuferin ihn mit geschickten Alternativfragen locken: „Möchten Sie lieber die Kaisersemeln oder die knusprigen Sonntagsbrötchen frisch aus dem Ofen (höherpreisig)?“ Oder: „Noch etwas zum Verwöhnen? Ein süßes Schokocroissant für Ihre Frau?“

► **Feine Signale:** Ein privates Wort, ein sympathisches Gespräch ist gerade am Sonntag hochwirksam. Achten Sie immer auf den (möglichst positiven) Gesprächsabschluss, denn der bleibt am längsten haften. Beim Sonntagsfrühstück ist Zeit für Gespräche: über die leckeren Croissants, den Lieblingsbäcker, die nette Verkäuferin. 🍪

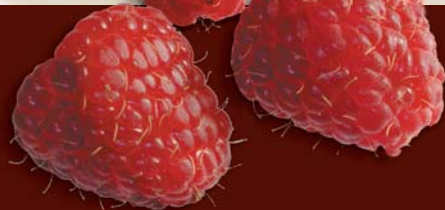
### Zielgruppe Männer

Anders als unter der Woche sind es am Sonntag meist die Männer, die frische Brötchen fürs Frühstück einkaufen. „90 Prozent unserer Sonntagskunden sind Männer“, bestätigt **Anton Wagner** von der gleichnamigen Bäckerei in Wertingen. „Sie kennen in der Regel die Brötchenpreise nicht und interessieren sich auch nicht dafür“, weiß Verkaufstrainerin **Martina Gemein**. Der sonntäglich einkaufende Mann zeige hingegen gerne, dass er genug Geld hat und dass das Teuerste gerade gut genug ist für ihn und seine Familie. Denn neben dem Genuss geht es ihm um den Status. Entsprechend hoch ist der Kundenbon am Sonntag – zumal eine Tüte Frühstücksbrötchen ohnehin ihren Preis hat. Ein weiterer Unterschied: „Männer betrachten die Waren anders: Sie überfliegen grob, mit weniger Blickstopps, beschäftigen sich ungern mit Details und übersehen so manche Kleinigkeit“, weiß die Beraterin. Dafür kommen die Kunden am Sonntag entspannt und guter Laune ins Geschäft. Dies alles gibt der geschulten Verkäuferin die Chance, durch geschickte Anregungen im Verkaufsgespräch für Mehrumsatz zu sorgen. Martina Gemein: „Gerade hübsche und charmante Damen haben bei den Herren ein leichtes Spiel.“

[www.baecker-auskunft.de](http://www.baecker-auskunft.de)

# Klassiker neu in Szene gesetzt!

Jetzt noch  
besser!



Entdecken Sie die echten Klassiker von Hiestand & Suhr und setzen Sie Akzente in Ihrer Theke.

Die verfeinerten Rezepturen unserer beliebten Bäcker-Produkte werden Sie und Ihre Kunden überzeugen.

Probieren Sie es aus!



Halle 15, Stand E36

Düsseldorf, 03. – 09.10.09

**Hiestand**  
SWISS GOURMET BAKERY



**SUHR**  
Tiefkühl-Produkte  
Genuss auf Vorrat

Hiestand & Suhr Handels- und Logistik GmbH | Deutschland  
Telefon: +49 7662 9303-16 | Fax: +49 7662 9303-30 | [www.hiestand-suhr.de](http://www.hiestand-suhr.de)