

Zwei geben **Gas**

Mit ihrer **Bäckerei Amthor** aus Hofgeismar haben die Brüder **Marcel und Manuel Simon** noch viel vor. Bester Beweis: Das neue Backhaus Café, realisiert mit **Berner**.

Im Nachhinein sind Marcel und Manuel Simon dem strengen Brandsachverständigen ihres Kreises vielleicht sogar dankbar. Der Beamte hatte den Brandschutz in der alten Backstube der Bäckerei Amthor in Trendelburg für ungenügend erklärt und eine Reihe von Auflagen ausgesprochen. Neue Brandschutzwände und -decken hätten eine Investition von rund 750.000 Euro nötig gemacht. Für eine schlecht aufgestellte Bäckerei hätte dies das Aus bedeuten können, die beiden Brüder nahmen es freilich nur als Anstoß, endlich das Projekt „Neue Produktion mit großem Backstubencafé“ anzugehen. Die alte Backstube war durch das Wachstum des Betriebes eh an ihre Grenzen gekommen, warum also nicht gleich Nägel mit Köpfen machen? Und mit einem neuen Café bot sich die Chance, endlich neue Märkte zu erschließen, auf denen sich viele Kollegen ja bereits

mit Erfolg tummeln. Von ihren Eltern hatten die Brüder eine sehr solide, kleine Filialbäckerei mit gesunder Kostenstruktur übernommen. Die Bearbeitung der Bereiche Kaffee und Gastro war bisher aber etwas zu kurz gekommen und das sollte sich unter neuer Führung rasch ändern. Marcel und Manuel Simon begaben sich auf die Standortsuche und fanden dann auch einen geeigneten Platz für das Projekt. Das Gelände lag am Ortsausgang von Hofgeismar. Hier sollte ein Gewerbegebiet entstehen, außerdem passierten täglich rund 9.000 PKW den potenziellen Standort – damit schien eine Basisfrequenz gesichert. „Wir liegen jetzt an einer stark befahrenen Straße und im angrenzenden Gewerbegebiet sind bereits sieben Grundstücke vergeben“, erklärt Marcel Simon die Wahl des Standortes. Weitere Kriterien für die Standortwahl waren die vielen Parkmöglichkeiten und die

Marcel und Manuel Simon in ihrem neuen Café. Marcel leitet den Verkauf, Manuel die Backstube.



Foto: BJ / Dirk Woclawek 2015

[1]



Foto: BJ / Dirk Woclawek 2015

[2]

[1-2] Blick in das Backhaus-Café in einem der seltenen ruhigen Momente. Der zusammen mit Berner konzipierte Standort übertraf von Anfang an die Umsatzerwartungen. Besonders schön: die anderen Fachgeschäfte der Bäckerei haben kaum gelitten, vielmehr gelang die Gewinnung vieler neuer Kunden.

gute Erreichbarkeit. Zudem wollten die beiden Bäckermeister in der Region um Hofgeismar Präsenz zeigen – und was ist für so ein Projekt besser geeignet als ein Backhaus-Café, in dem eine Bäckerei alle Kompetenzen demonstrieren kann?

Konzeptentwicklung. Da der Betrieb mit dem Backhaus-Café Neuland betrat, wählten die Brüder den Ladenbau-Partner sorgfältig aus. Vier Anbieter waren in die engere Wahl gekommen, am Ende überzeugte das Konzept von Berner aus Osnabrück. Den Ausschlag gab das moderne Design, das sich vom klassischen Bäcker-Ladenbau abhob, denn die Brüder wollten am neuen Standort neue Kundengruppen erschließen. Außerdem überzeugte, wie sorgfältig das Team aus Osnabrück bei der wichtigen Planung der Abläufe vorging. Gemeinsam erarbeitete man die wichtigen Eckpunkte des Konzepts: Mit Drive-In oder ohne? Wie „gläsern“ sollte die neue Backstube sein? Welche Frühstücks- und Gastroangebote sind in dieser Lage sinnvoll? Und einen ehrgeizigen Zeitplan gab es auch, denn neben dem fast parallel laufenden Umzug der Backstube sollte im Mai 2015, pünktlich zum Hessentag, das Backhaus an den Start gehen.

Kraft der zwei Herzen. Die Aufgabenbereiche der Brüder sind klar aufgeteilt. Während sich Marcel Simon um den Bereich Verkauf und Verwaltung kümmert, ist sein zwei Jahre jüngerer Bruder Manuel für die Backstube verantwortlich. Die neue Produktion ging einige Monate vor dem Backhaus ans Netz. Dank guter Vorbereitung und der kompetenten Unterstützung des Produktionsexperten Thomas Seffer der Bako Weser Ems gelang der Umzug an einem Wochenende – dazu aber später mehr in einer anderen Ausgabe. Das Backhaus besitzt im Innenraum 120 Sitzplätze und im Außenbereich können 60 Personen Platz nehmen. Gegen einen Drive-In haben sich die Brüder einstimmig entschieden, denn sie sehen darin die Gefahr, dass der Kunde die Breite des Sortiments nicht sieht. Marcel Simon: „Außerdem fällt eines der wichtigsten Verkaufsinstrumente unserer Branche weg: das Gespräch zwischen Kunden und Fachverkäuferin. Café und Backstube besitzen insgesamt eine

stattliche Fläche von 2.000 Quadratmetern, ohne die Parkplätze mit einzurechnen. Besonders schön: der neue Standort kannibalisiert nicht die anderen Fachgeschäfte. „Wir haben eigentlich damit gerechnet, dass in einigen anderen Filialen die Umsätze zurückgehen, aber das ist nicht der Fall. Wir haben mit dem Backhaus einen völlig neuen Kundenstamm aufbauen können“, erklären die Brüder und sind froh über die neue Kundschaft.



Foto: BJ / Dirk Woclawek 2015

Plätzchen mit Aussicht: Auf der Bundesstraße passieren täglich 9.000 PKWs das Backhaus – schon einmal keine schlechte Kundenbasis.

Virtueller Spaziergang durch das Backhaus Amthor: Schauen Sie sich auf www.backjournal.de ein interaktives 3D-Panorama an.

Der betriebswirtschaftliche Aspekt. Großstandorte wie das Backhaus brauchen immer einige Zeit, bis alle Abläufe aufeinander abgestimmt sind und insbesondere die Personaleinsatzplanung funktioniert. Die beiden Brüder sind von ihren klassischen Filialen eine Stundenleistung gewohnt, die weit über dem Branchendurchschnitt liegt. Dieser Traumwert wird im Backhaus natürlich noch nicht erreicht, die Ergebnisse sind aber im Vergleich zu Großstandorten dieser Kategorie der Kollegen bereits völlig in Ordnung – was für die solide Planung spricht. Tipp für die Kollegen: In so einem Ambi-



[3]



[4]



[5]

[3] Der hintere Bereich des Cafés lässt sich abtrennen, beispielsweise für Beerdigungsgesellschaften oder Geschäftstreffen. Eine Leinwand ist installiert und alle Vorbereitungen für einen Beamer sind gemacht.

[4-5] In dem neuen Café wagten sich die Brüder auf viele neue Geschäftsfelder. Nur hier ist ein Siebträger installiert und Rundtorten gab es in der Bäckerei Amthor vorher auch nicht.

ente sind die Kunden durchaus bereit, einen Aufschlag für den Verzehr im Café zu bezahlen, was das leidige 19-Prozent-Problem entschärft. Es gibt für die Produkte zwei Preise. Möchte ein Kunde im Haus verzehren, wird ein Aufschlag von 20 Cent auf die Ware erhoben. Der Durchschnittsbonus liegt in dem Café bei 7,30 Euro, wie die Brüder verraten. Speziell die ersten vier Wochen nach der Eröffnung waren natürlich turbulent, Marcel Simon kümmerte sich komplett um das Backhaus. Die Suche nach einer Filialleitung, die so ein komplexes System managen kann, gestaltete sich anfangs schwierig, inzwischen hat die Bäckerei aber eine Lösung gefunden, Simon wird inzwischen von einer Filialleitung unterstützt.

Im Angebot. Für die Breite des Gastroangebots einer Bäckerei gibt es eine einfache Regel: In der Einkaufsmeile einer Großstadt muss man sich sehr fokussieren. Der Bäcker konkurriert mit vielen Spezialisten und wenn er sich zu breit aufstellt, verliert er gegen alle. Die Kernkompetenz des Italiener von nebenan ist das Pizzabacken, in Sachen Salat ist auf der anderen Straßenseite eine Salatbar wahrscheinlich besser aufgestellt. Auf dem flachen Land sieht die Sache allerdings anders aus. Hier lauert noch nicht an jeder Straßenecke ein Spezialist und entsprechend kann sich der Bäcker breiter aufstellen und es vielen Kundengruppen recht machen. Das muss er auch, denn die Zahl potenzieller Gäste ist hier ja auch geringer. Entsprechend entwickelten die Brüder Simon zusammen mit den Experten von Berner ein Gastrokonzept, das durchaus Klassiker wie den Strammen Max einschließt. Das mag sich zunächst einmal nicht besonders aufregend anhören, „ein guter strammer Max ist heute aber gar nicht mehr überall zu bekommen“, wie Marcel Simon berichtet. Weitere Stützen des Mittagssortiments sind die Bäckerpizza und nicht zuletzt eine sehr gute Pasta. Zur Vereinfachung der Abläufe ist die vorbereitet und muss nur noch in einem von den Simons selbst entwickelten Kocher regeneriert werden. Vier Saucen reichen völlig, um die Wünsche der Kunden abzudecken. Das Angebot erfüllt so auch wichtige Anforderungen eines solchen Standorts: Der Kunde hat sein Gericht in wenigen Minuten auf

BäckerGastro-Tag

Hier treffen sich in Osnabrück Deutschlands
Gastrobäcker. Auf dem BäckerGastro-Tag geht
es um Kaffee, Snacktrends, Management und
natürlich die innovativsten Gastrokonzepte.

Moderation: Trond Patzphal & Michael Kerzel

Ort: Osnabrück, Steigenberger Hotel Remarque

20. JANUAR 2016

ABLAUFPLAN:

- 08:30 **Get together**
09:00 **Begrüßung**, Trond Patzphal
09:15 **Frühstücksideen**,
Claus Becker (De' Bäcker Becker)
09:50 **Snackverhalten Stadt und Land**,
Ludger Schlautmann (GA-Trendagentur)
10:25 **Ablaufoptimierung in Filialen**,
Thomas Boss (Thomas Boss Bäckereiberatung)
im Anschluss Kaffeepause
11:10 **Kaffeekompetenz:** Gesprächsrunde
mit Roman Schärf (Daniel Moser Products), Graziano Chessa
(Coffee and Events), Tom Schießl (Meister Kaffee)
und Nana Holthaus-Vehse (Barista World)
12:05 **Mitarbeitermotivation**, Annette Fürst (Fürst Class)
12:40 **Controlling in Filialen**,
Josef Bünger (Steuerberatung Bünger und Partner)
im Anschluss Mittagspause
14:00 **Zubereitung von Snacks**, Jürgen Rieber (Wiesheu)
14:35 **Snacks on Demand**, Rainer Pastätter (McDonald's)
15:10 **Snackkompetenz:** Gesprächsrunde, N.N.
im Anschluss Kaffeepause
16:10 **Ideenreise Snackkonzepte**,
Thomas Bettcher (Soda GmbH)
16:45 **Abendgastrokompetenz:** Gesprächsrunde, N.N.
im Anschluss Feierabend

Let's talk
about
Snacks!



Back Journal
www.backjournal.de
Bäcker Gastro – eine
Tochterzeitschrift aus
dem Hause Back Journal

10%
RABATT

Für Abonnenten
bei Angabe der
Abo-Nummer

Weitere Infos bei Désirée Barski, barski@ingerverlag.de, Telefax: 0541 580544-98

JA, ich nehme an dem **BäckerGastro-Tag**, am 20. Januar 2016, in Osnabrück (8.30 Uhr bis 18.00 Uhr), mit _____ Personen teil. (Rabatte: ab 2-3 Teilnehmern 5 %, ab 4 Teilnehmern 10 %) Preis: 540 € zzgl. 19% MwSt. inkl. Mittagessen & 1 Kaltgetränk (nicht alkoholisch). **Für Bäcker und ihre Mitarbeiter gilt der Vorzugspreis von 380 € zzgl. 19% MwSt.**, andere Besucher zahlen den regulären Preis von 540 € zzgl. 19% MwSt.. **Anmeldungen gelten erst nach Bestätigung durch den Verlag!**

JA, ich möchte am gemeinsamen Abendessen am 20. Januar 2016 im Steigenberger Hotel Remarque (ab 19.30 Uhr) mit _____ Personen zum Vorzugspreis von 80 € zzgl. 19% MwSt. pro Person (für Bäcker und ihre Mitarbeiter) teilnehmen.

JA, ich bin Abonnent einer Zeitschrift des Inger-Verlags und erhalte den Rabatt von 10%.

Meine Abonummer lautet: _____, Ich bin Abonnent der Zeitschrift: _____

Sie können im Zeitraum vom 19. Januar 2016 bis zum 21. Januar 2016 Zimmer im Steigenberger Hotel Remarque Osnabrück zu Sonderpreisen aus dem Abrufokontingent „**BäckerGastroTag**“ buchen. Eine Übernachtung (pro Nacht) kostet im Einzelzimmer 99 € inkl. MwSt. und im Doppelzimmer 116 € inkl. MwSt. Das Frühstückbuffet kostet pro Person und Übernachtung 18 € inkl. MwSt. Bitte buchen Sie direkt beim Hotel unter dem Namen des Abrufokontingents „**BäckerGastroTag**“. Steigenberger Hotel Remarque, **Tel.: 0541 6096-607**. Für alle Seminare gelten unsere AGB's „Seminare & Veranstaltungen“, die Sie auf unserer Internetseite www.ingerverlag.de finden.

Firma/Name/Vorname

Straße PLZ/Ort

Telefon/Fax/ E-Mail

Datum/Unterschrift

per Fax an:
0541 580544-98

oder per Post an:
INGER Verlags GmbH
z.H. Trond Patzphal
Postfach 1220
49002 Osnabrück

Foto: B.J. / Christin Köhner 2015



[6]

Foto: B.J. / Christin Köhner 2015



[7]

[6-8] Beispiele für das Amthor-Gastroangebot. Eckpfeiler sind Bäckerpizza und Pasta, die im Laden nur noch regeneriert werden müssen.

dem Teller und er muss die Mittagspause nicht übermäßig ausdehnen – ein Argument, das noch schwerer wiegt, wenn das Gewerbegebiet erst einmal von verschiedenen Firmen belegt ist.

Kundenmagnet. Auch ohne große Werbung – die Abläufe sollten sich erst einmal einspielen – hat sich das Backhaus bereits zum Kundenmagneten entwickelt. Das gilt insbesondere für das Frühstück und noch einmal mehr für das Buffet am Wochenende. Die Berner-Theke ist darauf vorbereitet und kann ohne Probleme umgestellt werden. Grundsätzlich ist das Café so geplant, dass Abendveranstaltungen stattfinden können. Drei hat das Team bereits organisiert, bisher wird diese Möglichkeit aber ebenfalls noch nicht aktiv beworben. Für die nächsten Monate steht erst einmal das weitere Feintuning im Fokus. Eine wichtige Zielgruppe ist bereits optimal versorgt: In der Nähe befindet sich die Kindertagesstätte „Storchennest“ und vor allem Mütter mit ihren Kindern treffen sich hier zum morgendlichen Kaffeeplausch oder Frühstück. Die passende Kinderspielecke inklusive einem sehr schönen Miniatur-Bäckerladen wird so gut angenommen, dass die Amthor-Verkäuferinnen alle Hände voll zu tun haben, die Präsentation auch hier in Schuss zu halten.

Foto: B.J. / Christin Köhner 2015



[8]

Noch viel vor. Über das Backhaus hinaus schmieden die beiden Brüder schon fleißig Pläne. Das Objekt hat im weiten Umkreis Furore gemacht, Kunden fahren teilweise 40 Kilometer, um hier einzukaufen und zu frühstücken. Gleichzeitig sind viele potenzielle Vermieter auf die dynamische Bäckerei aufmerksam geworden. Gegen Wachstum haben die Brüder auch nichts ein-



[9]



[10]

[9] Ein Teil des Snackangebots. Ob die Brüder das Schälchen-System für das Frühstück beibehalten, wissen sie aber noch nicht. Neben den Vorteilen zeigten sich in der Praxis auch einige Nachteile. [10] Unstrittig ist aber, dass sich im Café einer der schönsten Kinderläden Deutschlands befindet. Hier Ordnung in der Theke zu halten ist für die Verkäuferinnen aber keine leichte Sache.



Blick aus der Backstube in das neue Café. Aus dem Café kann man natürlich auch den Bäckern bei der Arbeit zusehen, allerdings nur in bestimmten Bereichen.

zuwenden, so lange es beherrschbar bleibt und die Strukturen mitwachsen können. Zehn Fachgeschäfte werden zurzeit beliefert, für rund 20 reicht die Produktionskapazität und das ist auch die Maximalmarke, die sich Marcel und Manuel Simon gesetzt haben: „Das ist die Größe, die sich noch mit unserer Führungsphilosophie verträgt, ein Konzern wollen wir nicht werden.“ Dass die Brüder mit ihrer Größe und ihrem Qualitätsanspruch gut unterwegs sind, zeigt ein anderes Beispiel: Für zwei Flüchtlingsheime wurde ein Lieferant für Fladenbrote gesucht. Dank der neuen Backstube konnten die Brüder die geforderten Mengen in handwerklicher Qualität liefern. Später kam dann ein industrieller Anbieter und versuchte, sie über den Preis aus dem Geschäft zu drängen. Das gelang allerdings nur für kurze Zeit: Die Flüchtlinge hatten sich bereits an die Amthor-Qualität gewöhnt und verweigerten den Verzehr des Konkurrenzprodukts. So kamen die Brüder schnell wieder ins Geschäft und übernahmen gleichzeitig eine für die Branche wichtige Aufgabe: Einer wachsenden neuen Kundengruppe den Unterschied zwischen handwerklicher und industrieller Qualität zu vermitteln.

Christin Krämer

IN KÜRZE

Bäckerei Amthor
Zur Burg 6
34388 Trendelburg
Tel.: +49 5675 356

Internet: www.baecerei-amthor.de
E-Mail: info@baecerei-amthor.de

Geschäftsführung: Marcel und Manuel Simon
Gegründet: 1899
Anzahl der Filialen: 9

Besuchte Filiale:
Bäckerei Amthor „Backhaus“

Öffnungszeiten:
Mo.-Fr.: 05.00 bis 19.00 Uhr
Sa.: 05.00 bis 18.00 Uhr
So.: 07.00 bis 18.00 Uhr

Anzahl der Plätze
a) innen: 120
b) außen: 60

Foto: BJ / Christin Krämer 2015



Größe: 2.000 m²
Mitarbeiter: 12
Umsatzanteil
Essen/Getränke: k. A.

Preise ausgesuchter Produkte
Pizza Speziale: 4,95 Euro
Pasta alla Panna: 5,50 Euro
Strammer Max: 3,95 Euro
Filterkaffee: 1,60 Euro
Cappuccino: 2,50 Euro
Latte Macchiato: 2,50 Euro
Espresso: 1,80 Euro

Planung und Realisierung:
Berner GmbH & Co. KG,
Osnabrück www.berner1913.de



Coffee to go, go, go

Mehr Genuss pro Stunde. Die neue WMF 5000 S.



Neu! mit
WMF Dynamic
Milk System



Kaffeegenuss in Höchstgeschwindigkeit.

Ihre Kunden wollen heute alle Wünsche sofort erfüllt bekommen. Dafür gibt es die neue WMF 5000 S. Sie bereitet Kaffee in Höchstgeschwindigkeit zu, bei gleichbleibend hoher Qualität. Und mit dem Dynamic Milk System sind sogar Kaffeespezialitäten mit Milch und Milchschaum in heiß und kalt extra schnell serviert. So erzielen Sie mehr Umsatz pro Tag und machen selbst den eiligsten Kunden glücklich.

www.wmf5000s.com