

Ein frisches Image für den deutschen Bäcker

Briefing

Wir vom Zentralverband sind die Dachorganisation der Handwerksbäcker in Deutschland. Wir vertreten die Interessen der Bäcker in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Im Mittelpunkt unserer Arbeit steht der deutsche Handwerksbäcker. In Deutschland gibt es zurzeit etwa 15.000 handwerklich betriebene Bäckereien mit insgesamt 279.000 Beschäftigten und rund 12 Milliarden Euro Umsatz. Handwerksbäckereien sind überwiegend Kleinbetriebe mit eigener Backstube und Verkaufsgeschäft unter der Regie eines erfahrenen Bäckermeisters. Teilweise kommen eigene Filialen hinzu. Unsere Bäckermeister betreiben aktuell insgesamt etwa 30.000 Filialen. Der durchschnittliche Jahresumsatz liegt bei knapp 740.000 Euro.

Durch einen unaufhaltsamen Strukturwandel ist unser Handwerk in starke Bedrängnis gekommen. Die Entwicklung ist in Richtung Backfabriken und Discountbäckereien gegangen. Der in einer Fabrik hergestellte Teigrohling, der in der Verkaufsstelle nur noch schnell aufgebacken wird, ist inzwischen alltäglich geworden und beim Konsumenten breit akzeptiert.

Während es Ende der 50ziger Jahre in Deutschland noch über 55.000 Handwerksbetriebe gab, ist diese Zahl heute auf etwa 15.000 gesunken - und sinkt weiter. Während 2002 noch über 60 % des Backumsatzes über die Theken unserer Mitglieder ging, ist der Anteil 2005 auf 50% gesunken. Weitere Infos zu unserer Branche erhalten Sie unter: www.baeckerhandwerk.de

Der Handwerksbäcker hat Zukunft. Er ist ein Garant für Qualität und Frische, für Vielfalt und Tradition. Seine Arbeit bringt den Menschen ein Stück Individualität, Lebensqualität und gesellschaftliche Kultur. Seine Produkte sind etwas Besonderes und Hochwertiges. Jeder Bäckermeister hat seine eigene Spezialitäten und Rezepte entwickelt und ist stolz auf sie. In seinen Läden werden alle Kunden persönlich und freundlich bedient. Unsere Welt ist weit weg von Backfabrik, Convenience-Brötchen und Selfservice-Backshop.

Ohne über die entsprechenden Marktstudien zu verfügen, haben wir gleichzeitig das feste Gefühl, dass es draußen in der deutschen Öffentlichkeit eine Sehnsucht nach dem Authentischen, Ehrlichen und Persönlichen gibt. Wir glauben, dass der Genuss und die Qualität wieder einen höheren Stellenwert bekommen. Und dass die berüchtigte Discountwelle anfängt zu erodieren. Denn genau an diesem Punkt liegt auch unsere Hauptschwäche: Wir können im Preiskampf bei Backwaren mit den Fabriken und Discountern nicht mithalten. Unsere handwerklichen Produkte werden auch in Zukunft immer deutlich teurer sein.

Meinen Damen und Herren, Ihre Aufgabe in diesem Kontext ist klar. Bitte konzipieren Sie eine wirksame Imagekampagne für den deutschen Handwerksbäcker. Vitalisieren und modernisieren Sie sein Imagebild. Grenzen Sie sein Image deutlich und überzeugend von der Fabrik- und Discountkultur ab, ohne dabei allzu sehr den Eindruck der Hochpreisigkeit zu erzeugen. Hauptzielgruppen sind die breite Öffentlichkeit und die entsprechenden Medien – also kurz gesagt „Otto Normalverbraucher“. Für die Umsetzung setzen Sie bitte das Instrumentarium der integrierten Kommunikation ein. Der Zentralverband soll dabei im Hintergrund bleiben. Allein unsere Bäcker sind die Helden.

Für die Kommunikationsmaßnahmen steht Ihnen ein Etat von 800.000 Euro zur Verfügung. Frühster Starttermin wäre für uns nach den Sommerferien. Die Dauer ist erst einmal auf etwa ein Jahr bemessen.