

Mit Snacks gut im Geschäft

Snacks sind die neuen Mahlzeiten. Daher steigt die Nachfrage nach leckeren Kleinigkeiten für zwischendurch. Erste Adresse für anspruchsvolle Verbraucher sind die Imbissstheken beim Metzger oder Bäcker. Wie beide vom Trend zum Snack profitieren können, zeigte der Snack-Workshop beim Schalenhersteller PricoPlex in Eresing.

Die Essensgewohnheiten verändern sich. Statt drei Mahlzeiten am Tag wird jetzt munter zwischendurch gesnackt. Gleichzeitig geht der Fleischkonsum zurück und Alternativen sind gefragt, auch vegetarische und vegane. Metzger und Bäcker stehen damit vor der Herausforderung, ihr Angebot dem Wandel des Ernährungsverhaltens anzupassen. Jede Veränderung birgt aber auch Chancen. Und die standen beim Snack-Workshop in Eresing im Vordergrund.

Veranstalter waren neben dem Gastgeber PricoPlex die Wurst- und Schinkenmanufaktur Bedford, die Snackprofis, der Ofenhersteller Atollspeed und der Ladenbauer Aichinger. Die 35 Teilnehmerinnen und Teilnehmer gingen nach einem kulinarisch abwechslungsreichen Tag mit vielen neuen Ideen für ihre Frischetheken nach Hause.

Die beiden Snack-Experten Stefan Klausmann von der Bedford Wurst- & Schinkenmanufaktur und Sascha Wenderoth von den Snackprofis führten durch den Workshop. Der gelernte Metzger Klausmann und der im Hause Schuhbeck ausgebildete Koch Wenderoth spielten sich dabei die Bälle zu.

Ihre Kernaussage lautete: Der Kunde wünscht sich neue, kreative Snacks, die auch mittags noch appetitlich und frisch aussehen. Drei weiße Salatblätter und eine wassernde Tomate als Garnitur auf einem Brötchen rufen beim Kunden vor der Imbissstheke keine Begeisterungstürme hervor. Und das Leberkäsbrötchen beim Metzger wird oft deswegen noch gekauft, weil es eben nichts anderes gibt.

Dabei ist es so einfach, aus nur fünf Zutaten schnell einen tollen Snack zu machen, der lecker aussieht, bei dem die Verpackung nicht aufweicht und der bekömmlich ist. Gutes Brot, ein Aufstrich, knackiger Salat oder Gurke, Käse, Schinken, Salami oder ein Patty als Hauptbelag, gekrönt mit Röstzwiebeln, Coleslaw, Reibekäse, Kräutern oder andere frische leckere Kleinigkeiten. Hier ist Kreativität gefragt.

Wachsender Snack-Bereich

Stefan Klausmann gewährte Einblicke in seinen Arbeitsalltag. „Vor Kurzem war ich bei einem großen Filialisten, der mir sagte: ‚Mir bricht der Fleischumsatz weg, aber ich gewinne dafür

im Snack-Bereich. In diesen Bereich will ich investieren.“ Das deckte sich mit der Erfahrung der Bedford Wurst- & Schinkenmanufaktur, die sehr gutes Wachstum im Snack-Bereich verzeichnete. Er machte den Teilnehmer Mut, diesen Weg zu gehen: „Man muss die Leute ein bisschen anfüttern. Vielleicht sucht der Kunde die Sachen noch gar nicht in Ihrer Metzgerei oder Bäckerei, weil es sie bisher nicht gab.“ Der Appetit komme dann aber mit dem Angebot. Der Experte sprach sich außerdem für Kooperationen zwischen Metzgern und Bäckern im Snack-Bereich aus, im Idealfall in Kombiläden.

Das Auge kauft mit

Wichtig ist auch die Präsentation der Snacks. Denn der leckerste Snack bleibt liegen, wenn er in der Theke nicht attraktiv dargestellt wird. Wenderoth und Klausmann betonten daher immer wieder, dass der Snack mit der Schnittseite, also der offenen Seite zum Kunden hingelegt werden müsse. Denn: „Manch einem Kunde schmeckt keine Tomate. Sieht er sie beim Kauf nicht, ekelt er sich nachher beim Es-



Die beiden Snack-Experten Stefan Klausmann (links), Bedford Wurst- & Schinkenmanufaktur, und Sascha Wenderoth, Snackprofis, führten durch den Workshop.

LOCOMOTO DESIGN, Isabel Zeiselmaier



Die Workshop-Teilnehmer gingen nach einem interessanten Tag mit wertvollen Tipps für lukrative Snackangebote und vielen neuen Ideen für ihr Imbissgeschäft nach Hause.

Thomas Röhr



Christian Priebe, Geschäftsführer von PricoPlex, hat zum Snack-Workshop nach Eresing eingeladen. Thomas Röhr



Das gut sortierte Lager von PricoPlex bietet auch für die Imbissstheke eine große Auswahl an optisch ansprechenden, langlebigen und nachhaltigen Schalen für eine perfekte Präsentation von Snacks. LOCOMOTO DESIGN, Isabel Zeiselmaier

sen“, erklärt der gelernte Metzger Klausmann. Eine gelungene Präsentation durch hochwertige Theken- und Schalenausstattung ist ebenfalls wichtig für den Erfolg. Denn das Auge isst nicht nur mit, es kauft auch mit. Dessen ist sich PricoPlex Geschäftsführer Christian Priebe bewusst: „Wir wollen mit unseren optisch ansprechenden, langlebigen und nachhaltigen Schalen zu einer einladenden Thekenpräsentation beitragen. Und Snacks sind hier ein Faktor, der an Bedeutung gewinnt.“

Snacks einfach machen

Für den Faktor Snack konnte auch Sascha Wenderoth die Teilnehmer begeistern. Das Motto des gelernten Kochs lautet: „Ohne Anders kein Bes-

ser!“ Mit seiner Vorführung und den begleitenden Ausführungen wollte er den Zuschauer die Scheu vor dem Neuen nehmen. „Unser Plan für heute war es, das Thema Snack so einfach wie möglich zu machen. Denn häufig hören wir ‚Wir haben kein Personal‘. Klar, das Thema kennen wir. Aber wenn ich mein Personal schule und bei der Stange halte, sind Snacks gut zu machen.“ Beim Einstieg in den Snack-Bereich gehe es nicht darum, alles besser zu machen als der Mitbewerber. „In erster Linie müsst Ihr anders sein“, forderte Wenderoth. Wenn ein Geschäft anders aussehe, etwa durch eine tolle Einrichtung, die passende Theke und eine begeisternde Snackauswahl, nehme das der Kunde auch wahr. Die von der Optik angezogenen Kun-

den könne man dann im zweiten Schritt auch von der besseren Qualität seines Angebots überzeugen.

Wenderoth und Klausmann riefen die teilnehmenden Metzger und Bäcker mehrfach dazu auf, sich von der Theke des jeweils anderen Handwerks inspirieren zu lassen, über den Teller- rand zu blicken und weiterzudenken. „Oftmals treten Bäcker und Metzger schon in Kombiläden auf. Die beiden Handwerke können sich aber auch darüber hinaus die Bälle zuspieren und so im Bereich Gastronomie richtig Fuß fassen.“

Das Feedback bei Teilnehmer, Partnern und Referenten war am Ende einstimmig: Wir sind auch beim nächsten Snack-Workshop wieder mit dabei.

www.pricoplex.com



Gutes Brot ist die ideale Basis für einen hochwertigen Snack mit dem besonderen Geschmack, der nicht zuletzt auch eine überdurchschnittliche Marge verspricht. Thomas Röhr



Das Auge isst und kauft mit: Eine gelungene Präsentation der Snacks in der Theke ist ein wichtiger Faktor für den Verkaufserfolg. Thomas Röhr