

Wäge- und Kommunikationstechnik in der Bäckerei und Konditorei

Brot nach Gewicht – Management über die Ladenwaage

Mettler- Toledo gibt mit UC-Waagen das Ticket für eine erfolgreiche Zukunft im Food-Handwerk

In einem Pilotprojekt mit der Bäckerei und Konditorei Strieker aus dem rheinländischen Leichlingen demonstriert Mettler- Toledo, welche Potentiale für mehr Wertschöpfung in seinen High-Tech-Lösungen stecken. Da wird Brot und Kuchen nach Gewicht verkauft, da werden die Filialen zeitnah kontrolliert und gesteuert, da sind Funktionen eingebaut, die wirklich beim Geldverdienen helfen. Für Bäckermeister Rainer Strieker ist die Ladenwaage mit dem farbigen Touchscreen so zum Managementinstrument geworden.

Zum 1. Mai 2005 hat Bäckermeister Rainer Strieker die Familiennachfolge im elterlichen Betrieb angetreten. Das rheinische Multitalent ist als Bäcker, Konditor und Dipl. Ing. der Lebensmitteltechnologie fachlich optimal darauf vorbereitet. Auf die Frage, wie er die Zukunft des Handwerksbetriebs mit zwei Filialen sieht, antwortet er fast staatsmännisch: „Wir geben die Symbiose aus dem Alten und dem Neuen“. In den Rezepturen, nach denen in der Backstube des repräsentativen Stammhauses gearbeitet wird, lebt alte handwerkliche Familientradition. Nicht Kostensparen heißt hier die Maxime, sondern „das Beste ist gerade gut genug“. Da wird nur deutsche Butter verwendet - billige Ersatzfette kommen nicht in den Teig. Das Mehl liefert eine Mühle aus der Region an. Strieker setzt für seine Brote Sauerteig ein und verzichtet auf alle unnötigen Zusatzstoffe, wie Frischhalter und Verdickungsmittel. Statt günstigem Persipan wird nur hochwertiges Marzipan verwendet. Wo andernorts durch Fettglasur einige Cents pro Gebäckstück eingespart werden, tunkt Rainer



Strieker die Ecken seiner Mandelhörnchen in erstklassige Kuvertüre. Kurzum: Strieker verzichtet in seinen Rezepturen auf sehr viele Möglichkeiten, Geld zu sparen. Rainer Strieker sagt, er wolle die klassischen Stärken der Konditorei wieder beleben. Wer ihn bei der Baumkuchenherstellung beobachtet, die Hausspezialität Bergischer Zwieback probiert oder sich seine hausgemachten Trüffel im Mund zergehen lässt, hat am Erfolg dieses Plans keine Zweifel mehr.

Aber Strieker will kein Handwerksmuseum, sondern ein profitables Unternehmen führen. Und so kommt zu den überlieferten Familienrezepturen die Technologie der Zukunft. Diese liefert Mettler- Toledo. Der Weltmarktführer in Sachen Wägetechnik hat sich für ein Pilotprojekt einen Bäcker mit einem bestimmten Profil gesucht. Es sollte ein typisch handwerkliches, inhabergeführtes Unternehmen mit Filialen und gutem Wachstumspotential sein. Jetzt profitiert Strieker davon, dass er die modernsten Waagen der Generation UC (Unlimited Connectivity) in einem intelligenten Netzwerk mit seinem bereits bestehenden Warenwirtschaftssystem einsetzt.

Transparenz und Rationalisierung

Noch bevor aber die Welt der fast unbegrenzten Möglichkeiten von Unlimited Connectivity ins Spiel kommen, staunt mancher über das, was bei Strieker jetzt alles gewogen wird: Brot, beispielsweise. Schon verlangen Kunden etwa 300 Gramm rheinisches Schwarzbrot, dieses Roggenvollkornbrot zeichnet sich durch die lange Führung von rund 20 Stunden aus. Die Erfahrungen der Bäckerei Strieker im Brotverkauf nach Gewicht sind eine wertvolle Bestätigung für die Pläne von Mettler- Toledo. Rainer Strieker: „Brot verkaufen nach Gewicht bedeutet, dass der Kunde das bekommt, wofür er auch bezahlt. Wir schenken so nichts mehr her und der Kunde erfährt Transparenz und Ehrlichkeit bei seinem Einkauf. Was den Bäckermeister ebenso freut: Seit Brot nach Gewicht verkauft wird, arbeiten wir auch in der Backstube rationeller. Denn das Brot muss keine bestimmte Gewichtsvorgabe mehr erfüllen – ein kompletter Arbeitsgang kann so entfallen.

In den Vorbereitungen des Pilotprojekts „Wiegen in der Bäckerei“ hat sich Dobbin Lange, Marketingleiter von Mettler- Toledo intensiv mit den Marktchancen von Bäckerei und Konditorei befasst. Aus Sicht des Marketings erkennt Lange zwei wichtige Gründe für das Brotverkaufen nach Gewicht: 1. Die kleiner werdenden Haushalte verlangen größere Auswahl, aber kleinere Einzelmengen. 2. Die Fachgeschäfte des Lebensmittelhandwerks werden immer mehr kaufkraftstarke, aber auch kritische und gut informierte Kunden ansprechen. In einer Befragung bei 1500 Bäckern hat Mettler- Toledo schließlich ermittelt, dass das Wiegen von Brot in Deutschland nur in den Grenzgebieten zu Frankreich und den Benelux-Ländern verbreitet ist.



Dobbin Lange, Marketingleiter von Mettler- Toledo, überreicht die erste Ladenwaage der UC-Generation an Bäckermeister Rainer Strieker.

Kuchen nach Gewicht

Schon sagt sich Strieker, was bei Brot so prima funktioniert, das versuchen wir auch bei Kuchen und Torten. Nicht etwa, dass er glaubt, der Kunde werde bald 200 Gramm Schwarzwälder Kirschtorte verlangen, aber Strieker ist sicher, dass Transparenz und Ehrlichkeit auch hier den Kunden überzeugen. Und er hat es schon getestet: Seine erfahrenen Fachverkäuferinnen haben Torten portioniert, Strieker hat nachgewogen - und die einzelnen Stücke zeigten bis zu 20 % Gewichtsunterschied.

Ginge es nun nur um das Wiegen von Brot oder Kuchen, könnte man natürlich jede beliebige preisrechnende Waage von irgendeinem Anbieter einsetzen. Aber Strieker will mehr, will vor



Brot nach Gewicht verkaufen – das ist für Bäckermeister Rainer Strieker ein wichtiges Stück Ehrlichkeit und Transparenz gegenüber dem Kunden.

allem aus Hauptgeschäft und Filialen alle Daten kennen, um so seinen Geschäftserfolg zu planen: „Wichtig ist mir, wie sich ein Umsatztag in einer Filiale oder die Verkaufsleistung einer Verkäuferin über den Tag hin entwickelt.“ Dabei erkennt Strieker den Hauptnachteil jeglicher betriebswirtschaftlicher Auswertungen, denn das seien schließlich alles Vergangenheitsdaten. Die

Vernetzung der Waagen von Mettler- Toledo mit Kassen und dem Zentralcomputer im Stammhaus ermöglichen Strieker jetzt aber, in Echtzeit zu erkennen, was wo in seinen Geschäften läuft. Strieker: „Das sind dann Daten, mit denen ich frühzeitig reagieren und erfolgreich planen kann“. Der junge Bäckermeister will das Einkaufsverhalten seiner Kunden an den verschiedenen Wochentagen genau kennen und so die Produktion und den Wareneinkauf planen.

Offene Wägetechnik steht für Überlegenheit

Wäre Strieker auch ohne das Pilotprojekt Kunde von Mettler- Toledo geworden? Dazu der Jungunternehmer: „Bevor ich mich mit technischen Details befasst habe, ist mir das System der offenen Wägetechnik aufgefallen, das sie bei Mettler- Toledo ‚Connectivity‘ nennen“. Strieker meint, nur wer wirklich technologisch überlegen ist, kann sich diese Offenheit leisten. „Es hat mich überzeugt, dass Mettler- Toledo sagt ‚nimm unsere Waagen und wir bauen ein leistungsfähiges Netzwerk, auch wenn Kasse, Scanner oder Warenwirtschaftssoftware von anderen Herstellern kommen‘“. Strieker weiß, wovon er spricht. Denn bei seiner Ladeneinrichtung hat er schon in mehreren Bereichen erfahren, wie teuer man Abhängigkeiten von einzelnen Herstellern bezahlen muss.

Und was sagen die Verkäuferinnen hinter den Theken der drei Geschäfte? Natürlich war am Anfang die Sorge, von den „Computer-Waagen“ überfordert zu werden. Aber wenn

intelligente Technik wirklich ausgereift ist, ist sie immer auch leicht zu bedienen. Der natürliche Spieltrieb hat dazu geführt, dass auch die älteren Verkäuferinnen auf dem übersichtlichen Touchscreen Artikelnamen eingeben. Und das geht schließlich auch viel schneller und bequemer als noch zu der Zeit als PLU-Nummern auswendig gelernt werden



kermeister, Konditor
richtung Getreide.
lienunternehmen

mussten. Denn bei den Touch-Waagen der UC-Generation wird auf einer alphabetischen Tastatur einfach der Name des Produkts eingegeben. Schon die Eingabe der ersten Buchstaben des Produktnamens reicht meist aus, um die Daten abzurufen. Doch neben dem Erfolgserlebnis, von „Null auf Hundert“ mit Computertechnik klar zu kommen, freuen sich die Verkäuferinnen auch über

ganz praktische Dinge, etwa dass die Waage optimal leicht zu reinigen ist. Sie ist einfach schon so gebaut, dass sich nirgends Schmutz ansetzen kann.

Zusatzverkäufe über die Ladenwaage

Während seine Verkäuferinnen die vielen Möglichkeiten der Technik hinter dem leuchtenden Touchscreen erforschen, befasst sich Rainer Strieker mit den Funktionen seiner UC-Waagen, die er derzeit noch gar nicht nutzt. Ganz besonders begeistert ist er von dem Modul „Cross-Selling“ und dem Einsatz der Waage zu Mitarbeiterschulungen. Strieker: Zwar nutzen wir das noch nicht, aber wir haben dennoch daraus gelernt. Strieker erläutert seine Gedanken dazu: Wenn in Supermärkten von morgen die Ladenwaagen mit Cross-Selling dem Kunden ganz automatisch passgenaue Zusatzkäufe empfehlen, dann fordert das die Fachverkäuferinnen von heute dazu auf, mindestens diese Leistung auch in jedem Verkaufsgespräch zu geben.



„Die Waage erklärt sich wie von selbst“, freuen sich die Verkäuferinnen.

Einen hohen Nutzen verspricht sich Rainer Strieker von der Möglichkeit, ganze Mitarbeiterschulungen über den Bildschirm der UC-Waage anzubieten. Dazu werden auf beliebig vielen Seiten waren- und verkaufskundliche Informationen hinterlegt. Die Bediener der Waage nutzen dann verkaufsfreie Zeit zur Weiterbildung und wechseln – so bald ein Kunde sich nähert – mit nur einer Berührung auf dem Touchscreen wieder in den Verkaufsmodus.

Denn, so sagt Rainer Strieker: „Fachgeschäft sein, verlangt dass jeder Mitarbeiter sein Wissen und sein Talent beim Verkaufen ständig weiterentwickelt“.

Mettler-Toledo im Kurzprofil

Mettler-Toledo ist führender internationaler Hersteller von Präzisionsinstrumenten und größter Anbieter von Wägesystemen. Zu den Kernkompetenzen des börsennotierten Unternehmens zählen Netzwerklösungen aus Waagen und Kassen zur Steuerung und Kontrolle im Bereich Lebensmittelhandel und –handwerk. Als einziger Anbieter der Branche verfügt Mettler-Toledo über ein weltweites Vertriebs- und Servicenetz. Das Unternehmen bedient seine Kunden in über 100 Ländern mit über 40 eigenen Vertriebs- und Servicegesellschaften sowie Generalvertretern und Fachhändlern.

Mettler Toledo Pressekontakt

Fritz Gempel
Unternehmensberatung
In der Evenord
Schlachthofstraße 10
90439 Nürnberg
Telefon: 09 11 / 9 26 19-89
Email: fritz.gempel@gempel.de
Internet: www.gempel.de