



Brauch ich den Bäcker noch? Die Sicht der jungen Kunden

Ergebnisse einer Untersuchung bei 12- bis 17-Jährigen zur Wahrnehmung und Einstellung gegenüber Bäckereien und Bäckereigeschäften

Denise Ullrich

Köln, 8. November 2011

iconkids & youth international research GmbH

Rückertstraße 4 • 80336 München • Tel.: +49 (0)89 544629-0 • Fax: +49 (0)89 544629-24
info@iconkids.com • www.iconkids.com

Wie sehen und bewerten jugendliche Kunden die Bäckereien und Bäckereigeschäfte heute?

- Im Kern ging es in der neuen Studie um folgende **Fragestellungen**:
 - Lebenswelt der 12- bis 17-Jährigen
 - Wahrnehmung von Bäckereien und Bäckereigeschäften: spontane Assoziationen, wie werden sie erlebt, wo liegen die Stärken und was sind die Schwächen
 - unterschiedliche Typen: Bekanntheit, Beliebtheit, Wahrnehmung, Präferenz, Image
 - Motive für den Besuch von Bäckereien und Bäckereigeschäften: Treiber und Barrieren
 - Nutzungsverhalten gegenüber den unterschiedlichen Geschäftstypen
 - Anforderungsprofil an Bäckereien und Bäckereigeschäften
- **Ziel** der neuen Studie:
 - den aktuellen Status Quo erheben
 - Veränderungen gegenüber der Ergebnisse aus dem Jahr 2000 aufzuzeigen

	Stufe I: QUALITATIV	Stufe II: QUANTITATIV
Methode	<p>2 Fokusgruppen mit 13/14- und 16/17-Jährigen</p> <ul style="list-style-type: none">• Leitfaden-gestützt, ca. 120 min• pro Gruppe 8 - 10 Teilnehmer• Pre-Task: alle Teilnehmer machten Fotos zum Thema Lebenswelt + Geschäfte und erstellten eine Collage zum Thema Bäckereien	<p>Online-Befragung bei 12- bis 17-Jährigen</p> <ul style="list-style-type: none">• repräsentative Internet-Stichprobe nach Alter, Geschlecht und Schulbesuch / -abschluss, deutschlandweit• teilstrukturierter Online-Frabo• Interviewdauer: ca. 20min
Stichprobe	<ul style="list-style-type: none">• insgesamt 18 Teilnehmer je 50% Mädchen bzw. Jungs alle Teilnehmer essen mindestens einmal pro Woche auswärts / kaufen sich etwas zum Essen alle Teilnehmer nutzen mindestens einmal pro Woche ein Bäckereigeschäft 50% gehen ganz gerne zur Bäckerei, 50% eher weniger gerne ca. 1/3 präferieren Bäckereien bzw. Discounter oder beides gleich	<ul style="list-style-type: none">• n = 500 12- bis 17-Jährige
Testorte + Feldzeit	<ul style="list-style-type: none">• München, am 18. August 2011	<ul style="list-style-type: none">• deutschlandweite Befragung• 16. bis 30. September 2011



13/14 Jahre



16/17 Jahre

Eindrücke aus den Gruppendiskussionen

Das mache ich in meiner Freizeit: Die Top Themen

Freunde

treffen, abhängen, was unternehmen,
Blödsinn machen, Kino, shoppen,
reden

treffen, unterwegs sein, raus gehen
vor allem Stadt, aber auch Umland,
ins Café

Sport

Fußball, Handball, Schwimmen,
Tennis, Reiten, Snowboard -
meistens regelmäßig im Verein

Fußball, Tennis, Tischtennis,
American Football, Fitness -
auch Verein, mehr individuell

Musik

alles, was angesagt ist

angesagte Sachen, aber mehr nach
individuellen Vorlieben

Internet

FACEBOOK
wird von allen täglich genutzt
"cool, viele Freunde zu haben"

FACEBOOK
ist ein tägliches Muss, um sich zu
verabreden und über Parties etc.
zu informieren
"sonst verpasst man was"

13/14 Jahre

16/17 Jahre

Geldquellen:

regelmäßiges Taschengeld
+
zusätzlich zugestecktes Geld
+
Geldgeschenke (Zeugnisse, Geburtstag, Ostern, Weihnachten)
+
selbst verdientes Geld (Nebenjobs oder Berufstätigkeit)



	12-17 Jahre	12/13 Jahre	14/15 Jahre	16/17 Jahre
pro Monat:	€149,--	€56,--	€90,--	€303,--
pro Jahr:	€8,5 Mrd	€1,05 Mrd.	€1,75 Mrd.	€5,70 Mrd.

13/14 Jahre

16/17 Jahre

**Teenager:
Erschließen sich gerade
die Jugendlichkeit**

**Jugendliche:
Leben die Jugendlichkeit
in vollen Zügen aus**

Aktuelle Jugendtrends

Es ist alltäglich, reale und virtuelle Welten miteinander zu verbinden.

Die Jugend ist spießiger: Der "neue" Wertekonservatismus.

"Was bringt mir das?" Pragmatismus + Nutzenorientierung

"Das kann doch nicht alles sein?" Stärkere Erlebnisorientierung

"Und was mache ich jetzt?" Multioptionalität

"Ich kauf mir was!" Konsum als Ventil + identitätsstiftend

"Ich weiß das schon ..." Informationskompetenz

"Hilfe!" Suche nach Authentizität, Orientierung, Vorbildern

Wie sehen Jugendliche Bäckereien und Bäckereigeschäfte?

Ich verbringe meine Freizeit doch
nicht in Bäckereien ...
(13/14 Jahre)

Also wenn ich gerade unterwegs bin und
Bock auf eine Breze habe, da gehe ich
dahin, wo es die am nächsten gibt und
suche nicht ewig rum.
(13 / 14 Jahre)

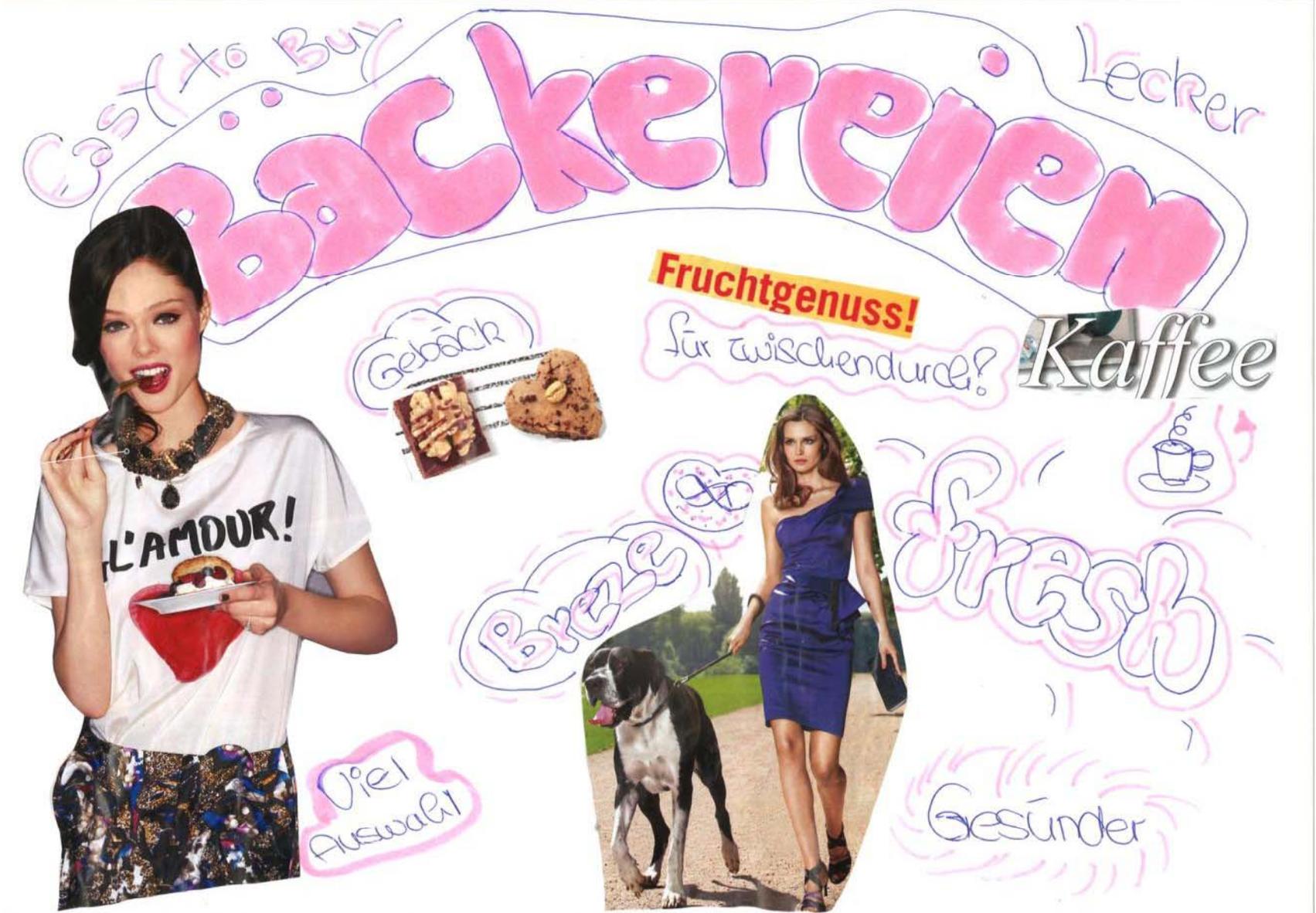
Ich erlebe eine Bäckerei mit Genuss.
(13/14 Jahre)

These

**Bäckereien und Bäckereigeschäft sind
nicht uncooler als im Jahr 2000 und
gehören zur jungen Lebenswelt dazu.**











Spontane Assoziationen: Junge, 14 Jahre

Beste Backwaren – bester Preis

...der Geruch ist lecker

Gutes kann so billig sein!

ALDI SÜD

LIDL
Lidl lohnt sich.

Erstmal zu Penny und ofenfrische Backwaren genießen

Immer lecker und frisch

Das luftig-zarte Croissant
Stück
0.29
Dauerdiscount-Preis
Ab Mo 15.08.

www.penny.de

mesenbreze
herzhafter Brezengenuß
350 g Stück
1.79
Sie sparen 10%

Basini
Linzer Torte
370 g

bio Vollkornbrotbrötchen

Schnittbrötchen
frisch und knusprig
jeder 10er-Beutel
1.39

BELLARBY
Kaffeegetränk
• In den Sorten Cappuccino, Latte Macchiato light u.a.
• Je 330-ml-Flasche
• 1 l = 1,67
-15%!
-85
55

Kaffee sollte es auch geben...

Bäckereien und Bäckereigeschäfte

mehrheitlich eine **positiv / neutrale Welt**,
die vor allem geprägt wird von

Atmosphäre:

Duft, Geruch, Wärme,
Bedienung, Publikum ...



emotionale Aspekte

Produkten:

Angebot, Frische, Qualität,
Preis, Optik ...



rationale Aspekte

Beliebtheit von Bäckereien und Bäckereigeschäften



Denk jetzt mal ans Einkaufen: Wie gerne gehst du eigentlich in folgende Geschäfte? - gestützt / 10-Punkte-Skala: 10 Punkte: da gehe ich sehr gerne hin; 1 Punkt: da gehe ich gar nicht gerne hin

Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Beliebtheit von Einkaufsstätten allgemein

2011

2000

dein Lieblingsladen, um Sachen zum Anziehen zu kaufen

7,7

Schnellrestaurants z.B. McDonald's, Burger King

7,6

Elektro-Großmarkt, z.B. Saturn, Media-Markt

7,2

7,9

großes Kaufhaus, z.B. Kaufhof, Karstadt

6,3

8,1

Bäckerei / Bäckereigeschäft

6,2

5,7

Drogeriemarkt, z.B. dm, Schlecker

5,7

Supermarkt, z.B. Rewe, Edeka, Tengelmann

5,4

5,9

Coffee-Shop, z.B. Starbucks, San Francisco Coffee Company, McCafé

5,2

Discounter, z.B. Aldi, Lidl, Penny

5,1

Metzgerei

4,2

3,4

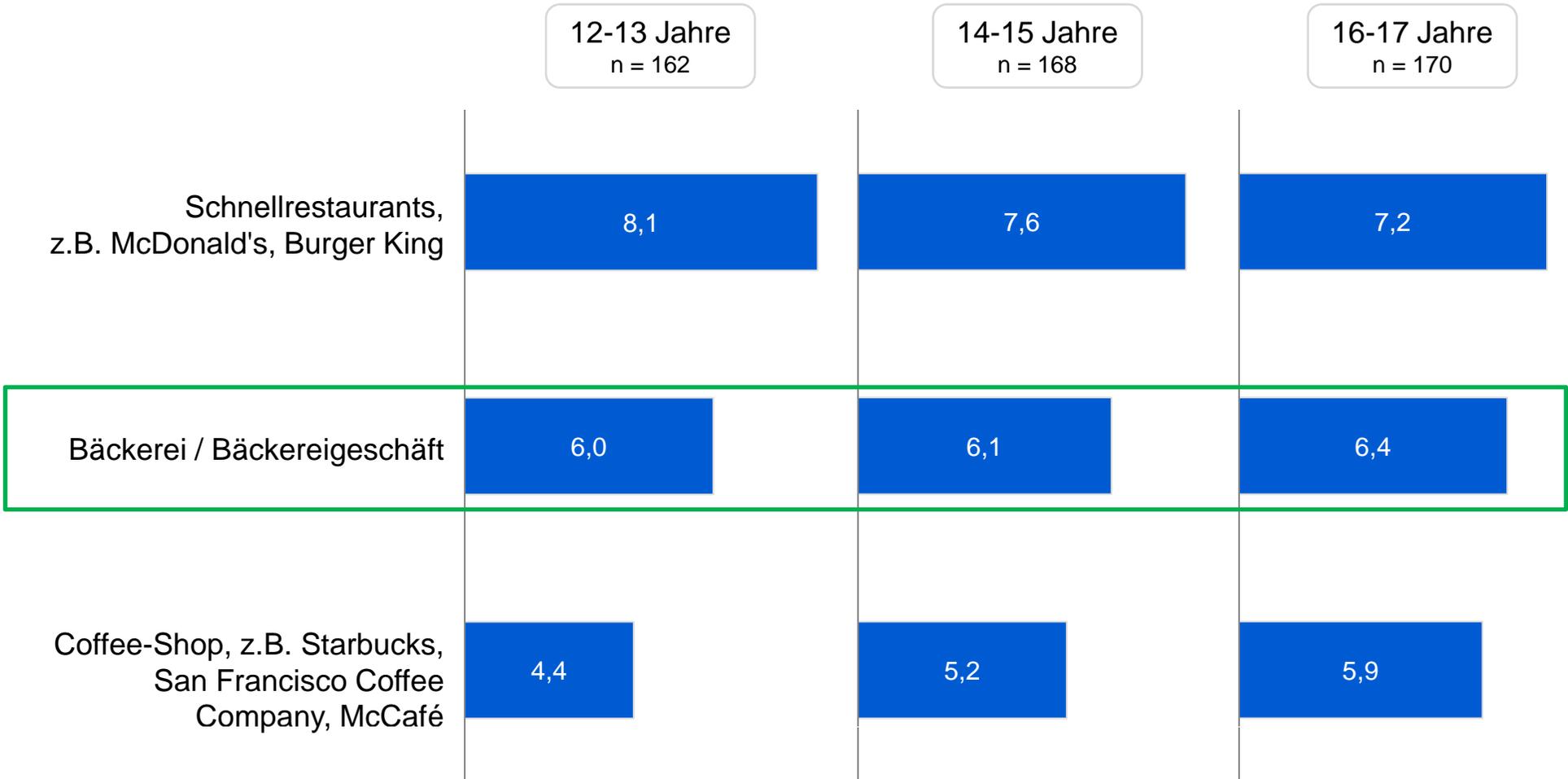
Shop / Einkaufsmöglichkeit an der Tankstelle

3,8

Denk jetzt mal ans Einkaufen: Wie gerne gehst du eigentlich in folgende Geschäfte? - gestützt / 10-Punkte-Skala: 10 Punkte: da gehe ich sehr gerne hin; 1 Punkt: da gehe ich gar nicht gerne hin

Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Mittelwerte

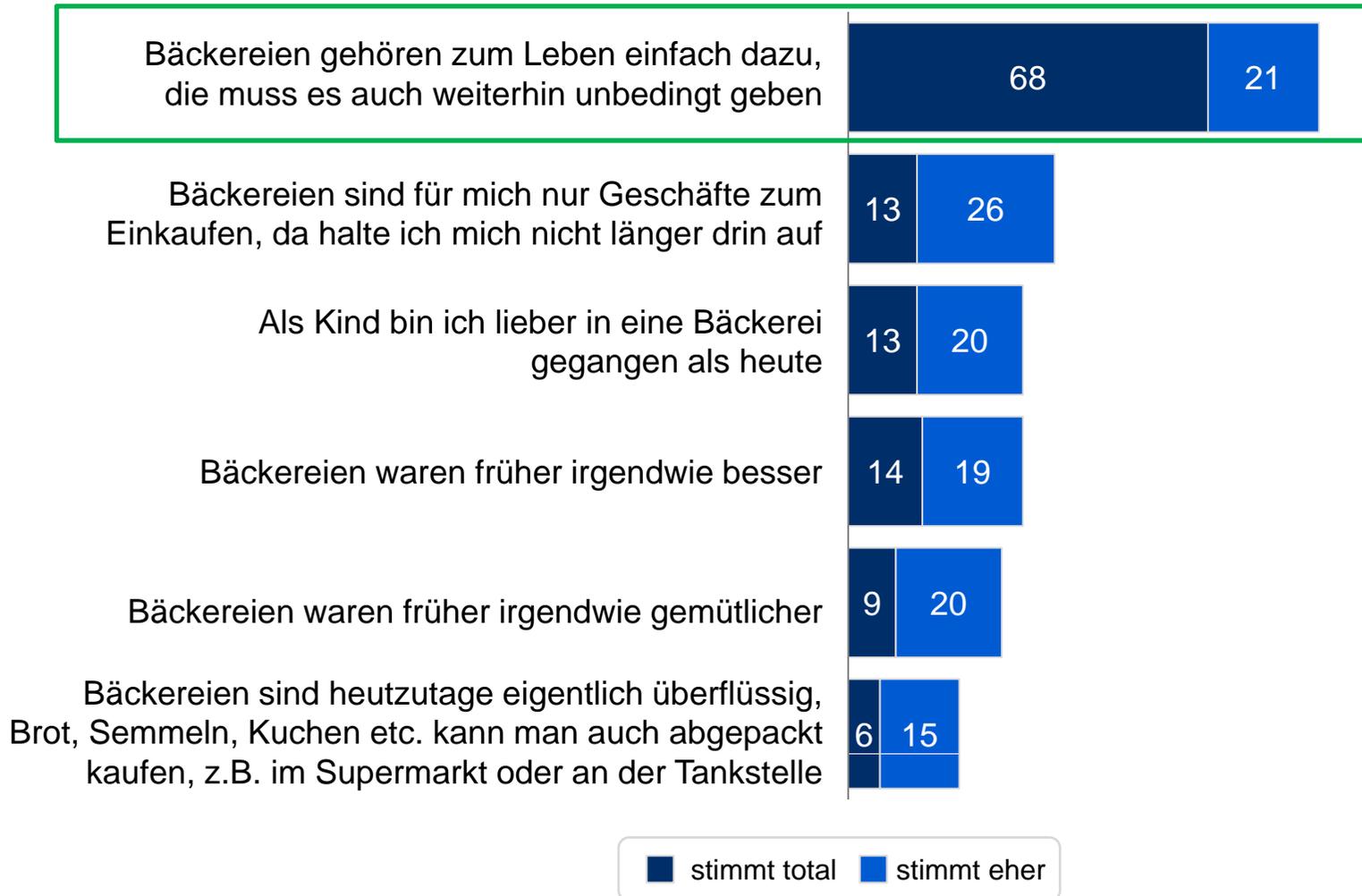
Beliebtheit von Einkaufsstätten allgemein



Denk jetzt mal ans Einkaufen: Wie gerne gehst du eigentlich in folgende Geschäfte? - gestützt / 10-Punkte-Skala: 10 Punkte: da gehe ich sehr gerne hin; 1 Punkt: da gehe ich gar nicht gerne hin

Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Mittelwerte

Statements zu Bäckereien und Bäckereigeschäften



Hier stehen wieder ein paar Meinungen von anderen Jugendlichen zu Bäckereien und Bäckereigeschäften. Kreuze bitte wieder an, wie sehr das deiner Meinung nach stimmt. - gestützt / 5-stufige Skala: Wert 1: stimmt total; Wert 5: stimmt gar nicht
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

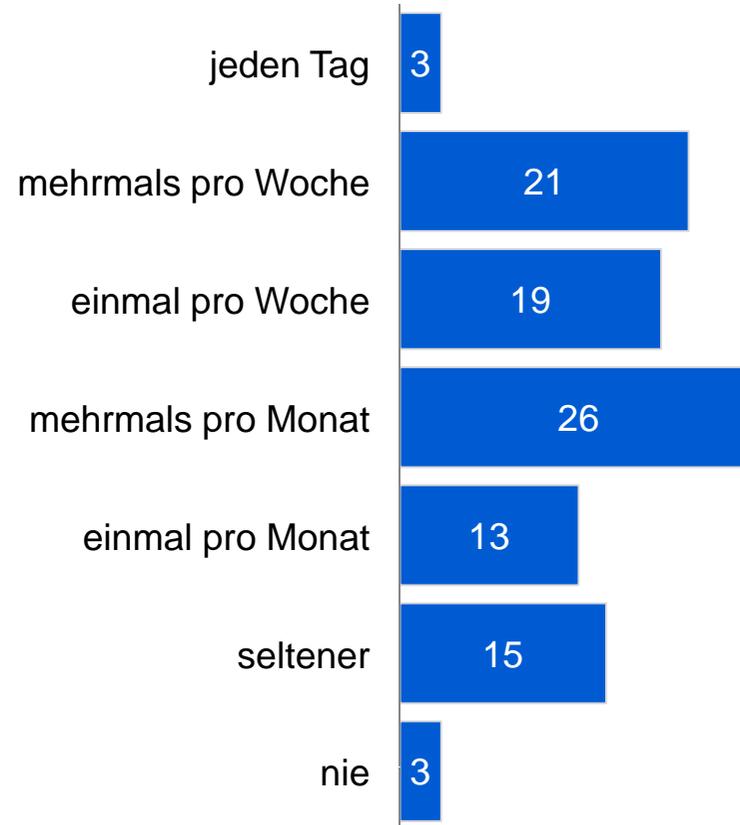
Zwischenfazit:

- ➔ **Bäckereien und Bäckereigeschäfte haben - trotz zunehmender Konkurrenz - nicht an Beliebtheit in der jungen Zielgruppe verloren.**

These

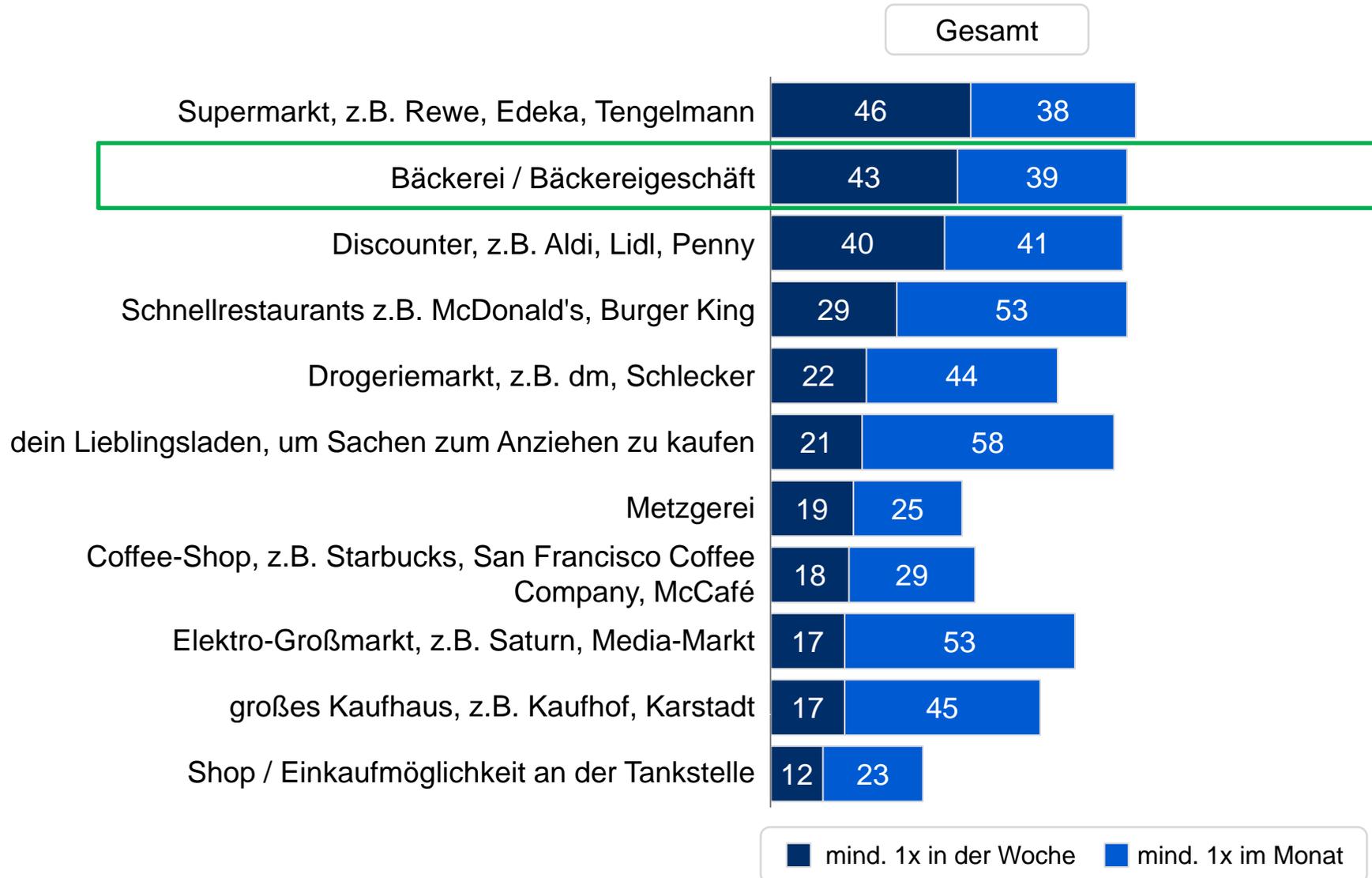
Bäckereien und Bäckereigeschäft gewinnen insgesamt an jungen Käufern, aber sie verlieren an heavy users (kaufe mindestens einmal pro Woche).

Nutzungshäufigkeit von Bäckereien und Bäckereigeschäften



Und wie oft gehst du in die folgenden Geschäfte, um etwas für dich zu kaufen? - gestützt
Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Nutzungshäufigkeit von Einkaufsstätten allgemein



Und wie oft gehst du in die folgenden Geschäfte, um etwas für dich zu kaufen? - gestützt
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Nutzungshäufigkeit von Bäckereien und Bäckereigeschäften

		2011	2000
heavy user*	ein- oder mehrmals pro Woche	43	53
<hr/>			
medium user*	ein- oder mehrmals pro Monat	39	11
<hr/>			
light user*	seltener	15	9
<hr/>			
non user	nie	3	28

➔ Nutzer* in Absolut 4,61 Mio 4,02 Mio

Und wie oft gehst du in die folgenden Geschäfte, um etwas für dich zu kaufen? - gestützt
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

im Jahr 2011

43% aller 12- bis 17-Jährigen
nutzen Bäckereien / -geschäfte
mindestens 1x pro Woche

= 2,0 Mio

im Jahr 2000

53% aller 12- bis 17-Jährigen
nutzen Bäckereien / -geschäfte
mindestens 1x pro Woche

= 2,7 Mio

Zwischenfazit:

→ **Bäckereien und Bäckereigeschäfte verlieren nicht generell an jungen Käufern - also: Bäckereien sind nicht per se uncool ...**

Aber: Es sinkt die Zahl derer, die häufig kommen.

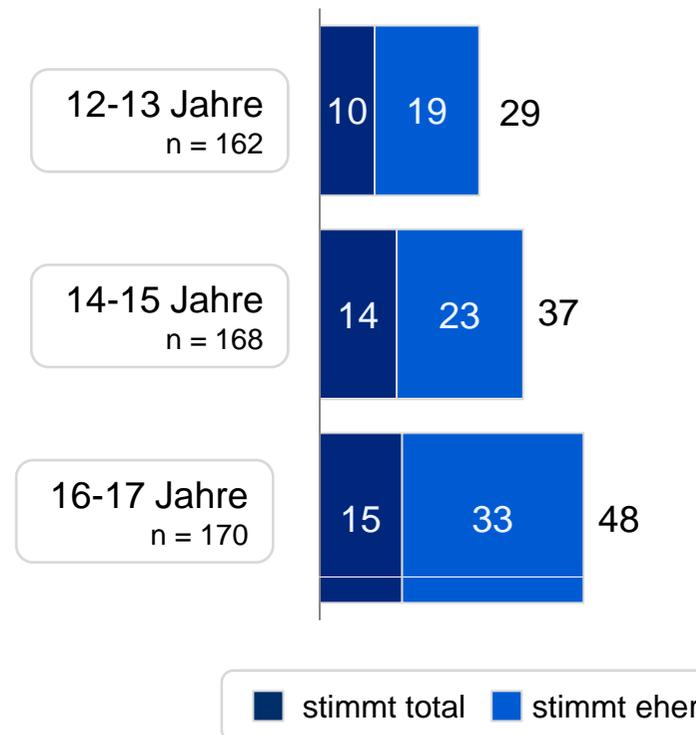
Deshalb: Unbedingt (mehr) Gründe bieten, die Nutzungsfrequenz (wieder) zu erhöhen.

These

**Bäckereien und Bäckereigeschäft
müssen sich noch besser auf die
veränderten Essgewohnheiten einstellen.**

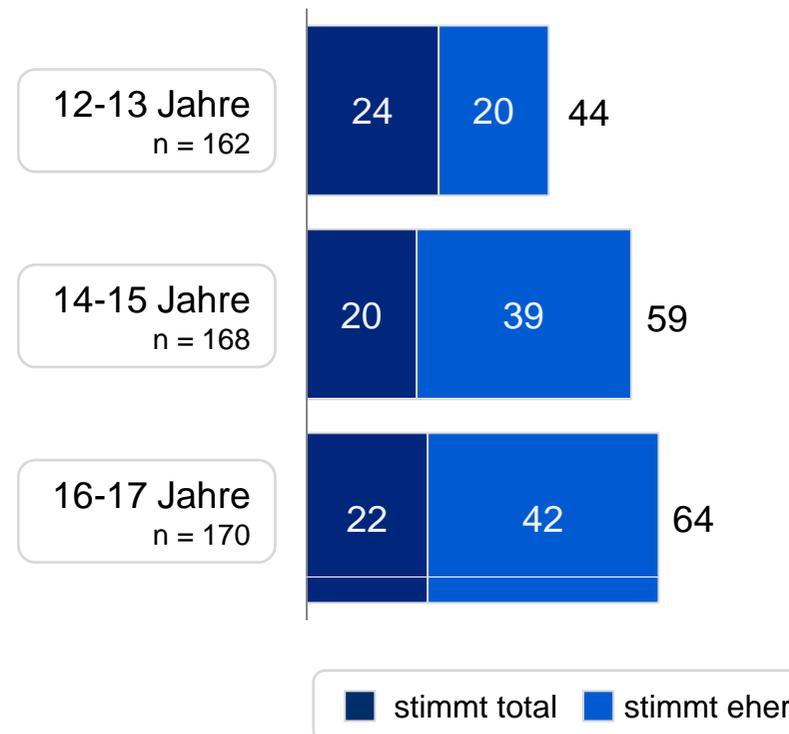
Stichwort: "mobile eater"

Ich esse generell eher unregelmäßig und meistens dann, wenn ich Hunger habe



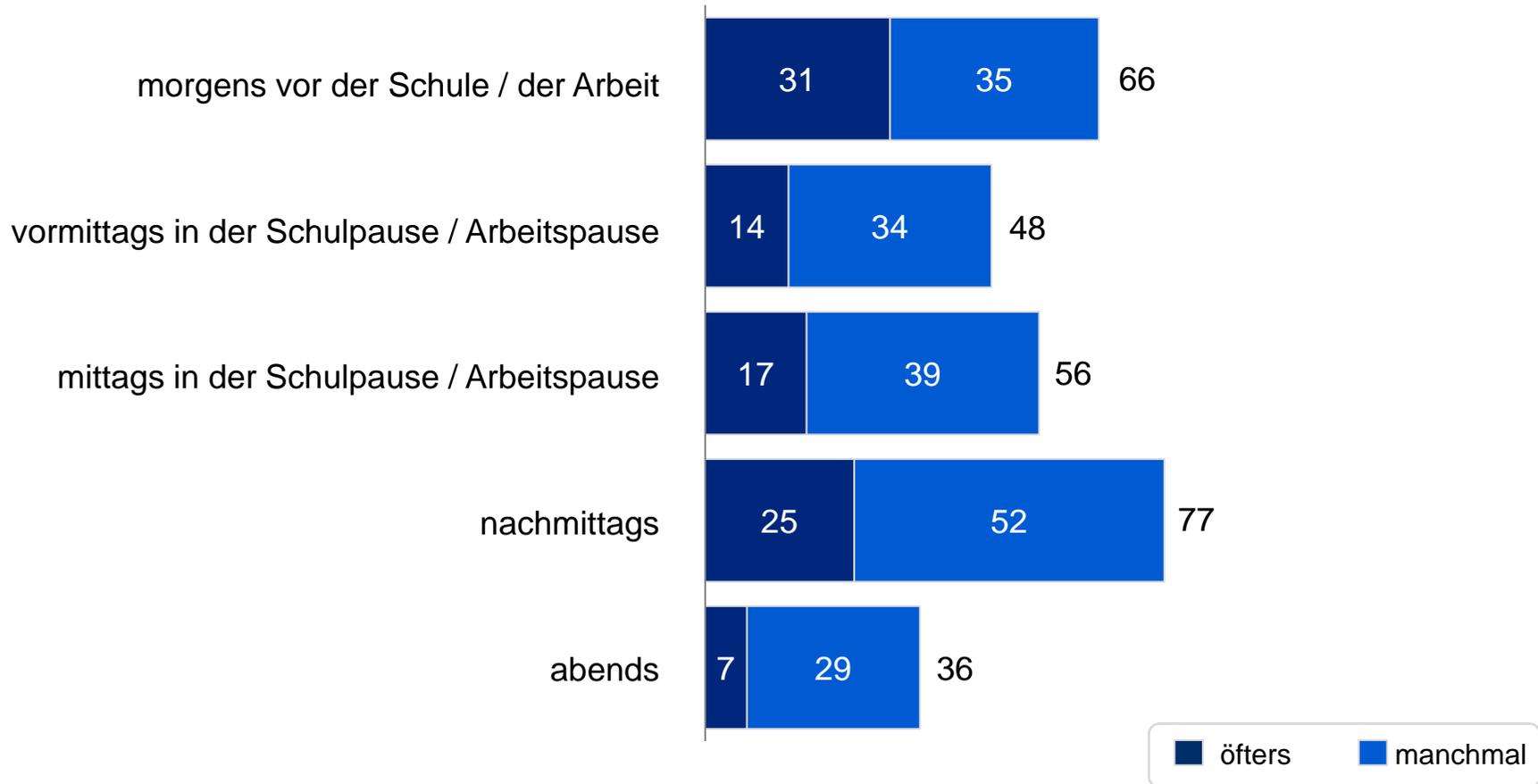
Und wie sehr treffen diese Meinungen auf dich zu? - gestützt / 5-stufige Skala: Wert 1: stimmt total; Wert 5: stimmt gar nicht
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Wenn ich mir etwas zum Essen für zwischendurch kaufe, muss das meistens schnell gehen, weil ich wenig Zeit habe



Und wie sehr treffen diese Meinungen auf dich zu? - gestützt / 5-stufige Skala: Wert 1: stimmt total; Wert 5: stimmt gar nicht
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Kaufe dort öfters oder manchmal etwas für mich (Mo - Fr)...



Denk mal an eine normale Schul- oder Arbeitswoche: Wann gehst du denn meistens in Bäckereigeschäfte und kaufst dort etwas für dich ein? / Und denk jetzt mal an das Wochenende, also samstags und sonntags: Wie oft kaufst du da meistens in Bäckereien oder Bäckereigeschäften ein? - gestützt
Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

2011

2000

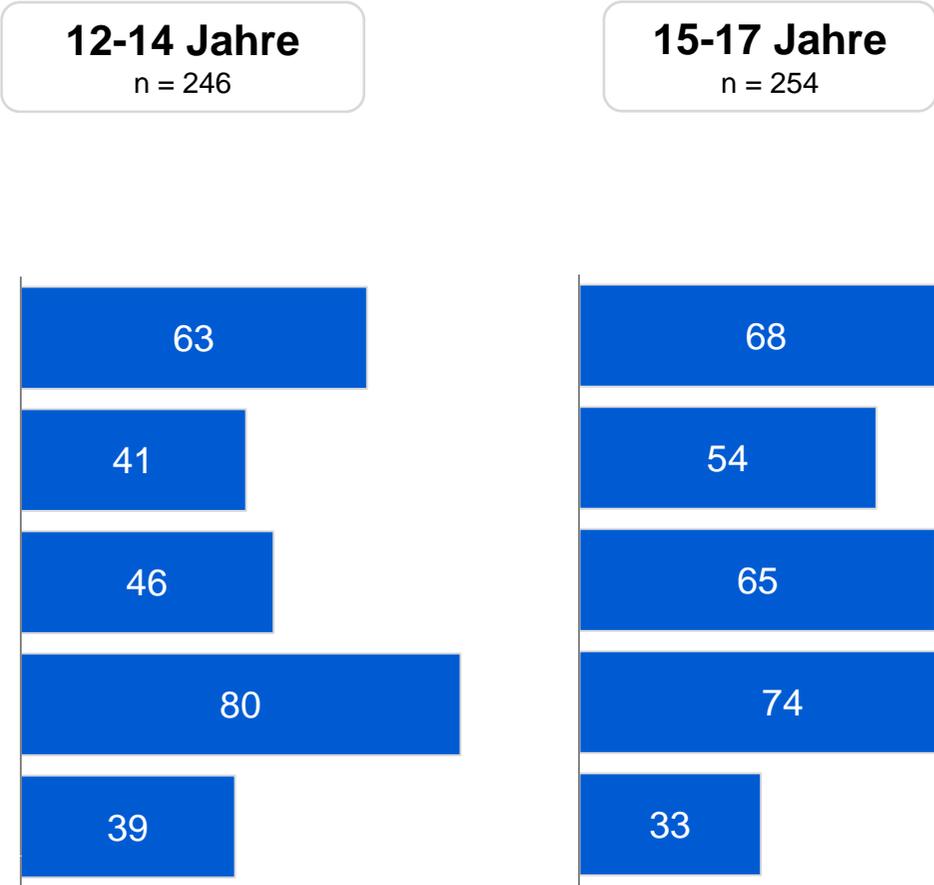
Kaufe dort **öfters** etwas (Mo - Fr)...



Denk mal an eine normale Schul- oder Arbeitswoche: Wann gehst du denn meistens in Bäckereigeschäfte und kaufst dort etwas für dich ein? / Und denk jetzt mal an das Wochenende, also samstags und sonntags: Wie oft kaufst du da meistens in Bäckereien oder Bäckereigeschäften ein? - gestützt

Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Kaufe dort öfters oder manchmal etwas für mich (Mo - Fr)...



Denk mal an eine normale Schul- oder Arbeitswoche: Wann gehst du denn meistens in Bäckereigeschäfte und kaufst dort etwas für dich ein? / Und denk jetzt mal an das Wochenende, also samstags und sonntags: Wie oft kaufst du da meistens in Bäckereien oder Bäckereigeschäften ein? - gestützt
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Zwischenfazit:

➔ **Bäckereien und Bäckereigeschäfte müssen sich stärker auf bestimmte (enge) Zeiträume einstellen, in denen sie von Jugendlichen genutzt werden.**

Deshalb: Für diese Zeiträume die "richtigen" Angebote bieten.

These

**Bäckereien und Bäckereigeschäft
müssen aus ihren jungen Kunden
verstärkt Fans machen, denn ...**

Wer Bäckereien und Bäckereigeschäfte mag, kommt häufiger



+

63% derer, die Bäckereien / -geschäfte toll finden kommen mindestens 1x pro Woche = 0,99 Mio



±

46% derer, die Bäckereien / -geschäfte "ok" finden kommen mindestens 1x pro Woche = 0,68 Mio



-

23% derer, die Bäckereien / -geschäfte nicht so toll finden kommen mindestens 1x pro Woche = 0,40 Mio

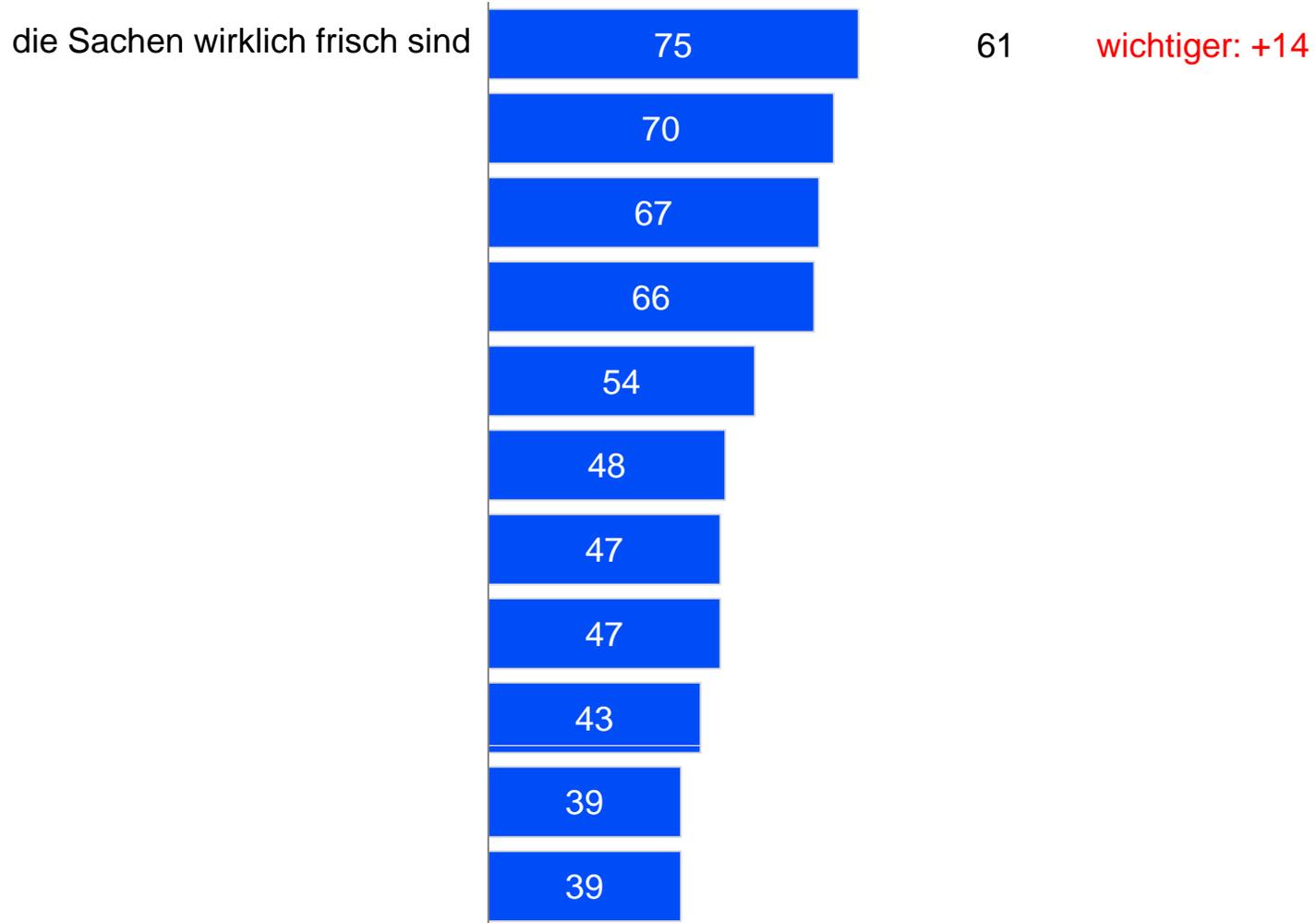
**Aber was fasziniert Jugendliche an
Bäckereien und Bäckereigeschäfte,
was macht sie zu "Fans"?**

These

**Produkt-Frische, -Qualität und -Darbietung
("Optik") werden zunehmend wichtiger**

TREND: Relevanz ausgewählter Aspekte für Bäckereigeschäfte

Mir ist ganz besonders wichtig, dass ...



Wir haben auch schon andere Jugendliche gefragt, was ihnen bei Bäckereien und Bäckereigeschäften alles wichtig ist. Kreuze bitte für jede Aussage an, ob das für dich ganz besonders wichtig, auch wichtig oder nicht so wichtig ist. - gestützt
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Was heißt eigentlich "frisch"?

warm + duftend



Riechen + Anfassen

noch ein bisschen klebrig,
nicht zu trocken

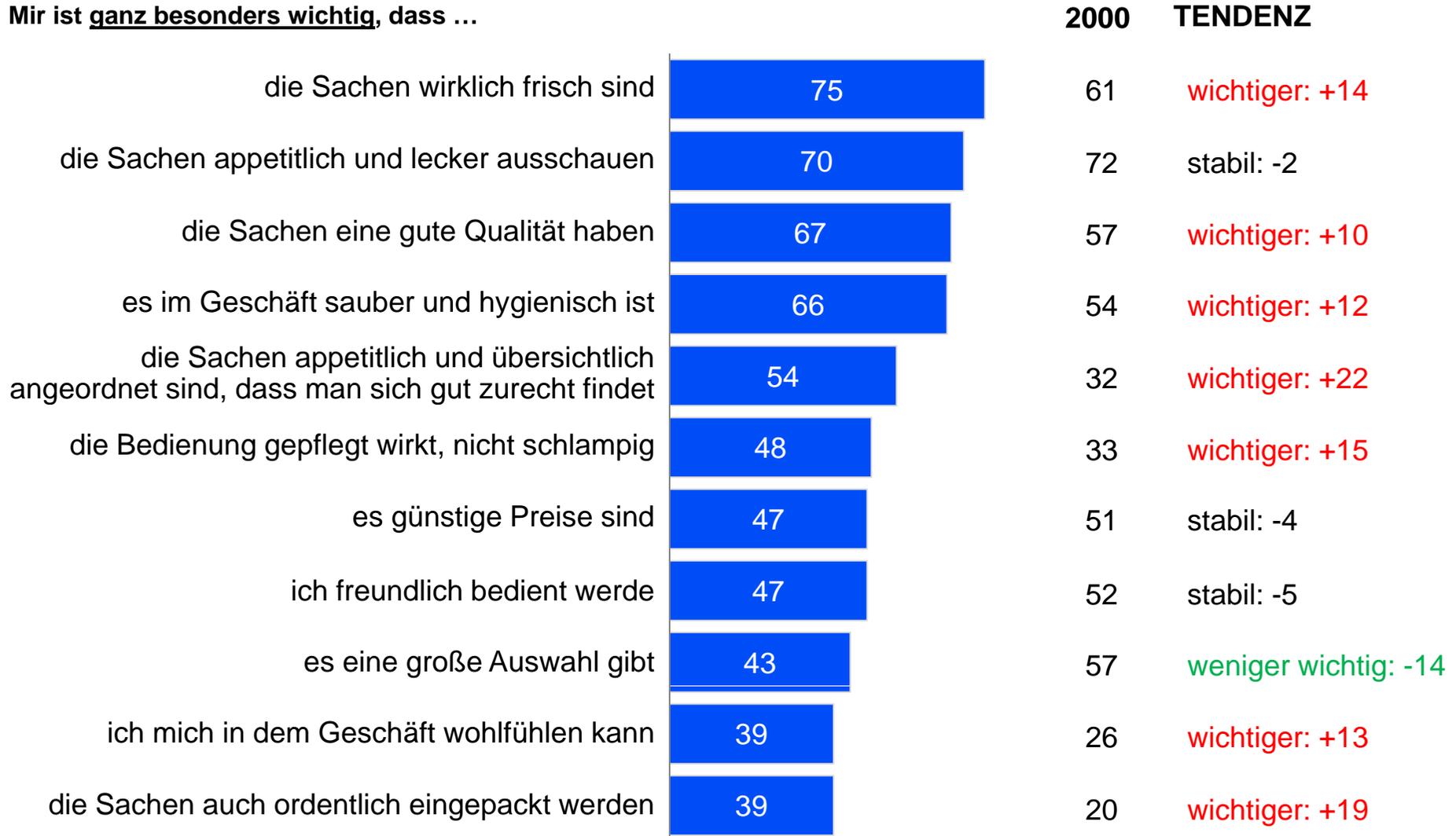


Organoleptik (Mundgefühl)

polysensuelles Erlebnis

TREND: Relevanz ausgewählter Aspekte für Bäckereigeschäfte

Mir ist ganz besonders wichtig, dass ...



Wir haben auch schon andere Jugendliche gefragt, was ihnen bei Bäckereien und Bäckereigeschäften alles wichtig ist. Kreuze bitte für jede Aussage an, ob das für dich ganz besonders wichtig, auch wichtig oder nicht so wichtig ist. - gestützt

Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

TREND: Relevanz ausgewählter Aspekte für Bäckereigeschäfte

Mir ist ganz besonders wichtig, dass ...

	2000	TENDENZ
morgens möglichst früh geöffnet ist	27	wichtiger: +10
es schnell geht, ich nicht lange anstehen muss	46	weniger wichtig: -9
sie auch neue Sachen bringen, nicht immer das Gleiche	25	wichtiger: +9
das Geschäft vom Aussehen und seiner Gestaltung ansprechend ist	26	stabil: +5
es eine große Auswahl bei den besonders gesunden Sachen gibt, z.B. Vollkorn	25	stabil: +5
sie viel Abwechslung bieten	35	stabil: -5
es im Geschäft nicht so eng ist	29	stabil: -2
ich dort auch was trinken und essen kann	28	weniger wichtiger: -6
es dort auch andere Sachen zu kaufen gibt, z.B. Getränke, Süßigkeiten, Kaugummi etc.	49	weniger wichtig: -29
der Laden modern gestaltet ist	22	stabil: -4
es dort auch Kaffee gibt	neu in 2011	

Wir haben auch schon andere Jugendliche gefragt, was ihnen bei Bäckereien und Bäckereigeschäften alles wichtig ist. Kreuze bitte für jede Aussage an, ob das für dich ganz besonders wichtig, auch wichtig oder nicht so wichtig ist. - gestützt
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Relevanz ausgewählter Aspekte für präferierte Bäckereigeschäfte: Top 5

klassische BÄCKEREI 1-2 Geschäfte	Bäckerei-KETTE eig. Geschäfte	Bäckerei-GESCHÄFT neben Supermarkt	AUTOMAT beim Discounter	BROTTHEKE selber abpacken	BROTREGAL fertig abgepackt	BACKSHOP
Sachen sind frisch 74	Sachen sind frisch 78	Sachen sind frisch 78	Sachen sind frisch 79	Sachen sind frisch 60	Sachen sind frisch 71	Sachen sind frisch 64
Aussehen: appetitlich + lecker 69	Sachen haben gute Qualität 75	sauberes Geschäft (Hygiene) 75	günstige Preise 77	günstige Preise 60	Sachen haben gute Qualität 71	große Auswahl 64
Sachen haben gute Qualität 66	Aussehen: appetitlich + lecker 73	Aussehen: appetitlich + lecker 73	sauberes Geschäft (Hygiene) 73	sauberes Geschäft (Hygiene) 60	günstige Preise 71	günstige Preise 57
sauberes Geschäft (Hygiene) 64	sauberes Geschäft (Hygiene) 66	Sachen haben gute Qualität 64	Aussehen: appetitlich + lecker 71	Aussehen: appetitlich + lecker 60	Aussehen: appetitlich + lecker 65	Aussehen: appetitlich + lecker 57
freundliche Bedienung 49	Anordnung: appetitlich + übersichtlich 64	Anordnung: appetitlich + übersichtlich 64	Sachen haben gute Qualität 67	Anordnung: appetitlich + übersichtlich 60	Anordnung: appetitlich + übersichtlich 59	sauberes Geschäft (Hygiene) 57
n = 231	n = 97	n = 64	n = 52	n = 25	n = 17	n = 14

ACHTUNG: sehr niedrige Basen

Wir haben auch schon andere Jugendliche gefragt, was ihnen bei Bäckereien und Bäckereigeschäften alles wichtig ist. Kreuze bitte für jede Aussage an, ob das für dich ganz besonders wichtig, auch wichtig oder nicht so wichtig ist. - gestützt / Basis: red. Basis n = alle, die den jeweiligen Geschäftstyp präferieren; Angaben in %

Zwischenfazit:

- ➔ **Bäckereien und Bäckereigeschäfte müssen Qualitäts- und Service-Aspekte noch stärker herausstellen und "leben" - sowohl in der täglichen Praxis als auch in ihrer Kommunikation gegenüber dem jungen Kunden. Denn dieser ist auch der Kunde von morgen und übermorgen ...**

These

Der Preis ist immer relevant, aber deutlich größerer Optimierungsbedarf wird bei den Qualitäts- und Angebotsaspekten gesehen.

TREND: Optimierungsbedarf - insgesamt

		2000	TENDENZ
bei Preisen für Brot, Brötchen, Kuchen: oft sehr teuer	42	55	weniger wichtig: -13
bei der Qualität	40	17	wichtiger: +23
bei neuen Sachen: es gibt so selten was Neues	36	27	wichtiger: +9
bei der Abwechslung: es gibt meistens das Gleiche	35	25	wichtiger: +10
bei der Frische	34	17	wichtiger: +17
bei der Auswahl: es gibt zu wenig	33	19	wichtiger: +14
bei der Sauberkeit	33	18	wichtiger: +15
beim Geschmack	33	12	wichtiger: +21
bei Preisen für Getränke, Süßigkeiten etc.: oft sehr teuer	31	34	stabil: -3
bei den Öffnungszeiten	21	23	stabil: -2
bei der Freundlichkeit der Bedienung	20	30	weniger wichtig: -10
beim Duft im Geschäft	19	12	wichtiger: +7
dass es noch mehr gesunde Sachen gibt, z.B. Vollkorn	18	11	wichtiger: +7

Denk mal an die Bäckereigeschäfte, in die du meistens gehst: Bei welchen der folgenden Punkte könnten sich diese Geschäfte noch verbessern (Mehrfachnennungen)? - gestützt
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

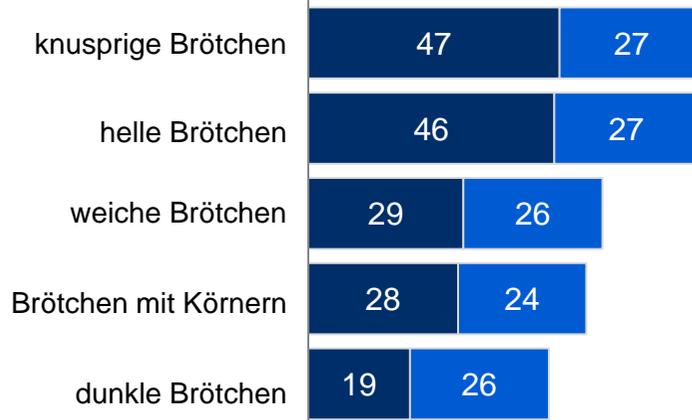
TREND: Optimierungsbedarf - insgesamt

		2000	TENDENZ
kann sich dort gemütlich hinsetzen + Zeit verbringen	17	neu in 2011	
bei der Schnelligkeit der Bedienung	15	50	weniger wichtig: -35
Bedienung weiß nicht immer über Sachen, Zutaten etc. Bescheid	14	neu in 2011	
dass es Snacks oder warme Kleinigkeiten gibt, z.B. mittags	14	neu in 2011	
Anordnung der Waren: oft unübersichtlich oder durcheinander	10	12	stabil: -2
beim Aussehen und der Wirkung des Geschäfts insgesamt	10	19	weniger wichtig: -9
dass man dort auch frühstücken kann	10	neu in 2011	
bei Sachen zum Kaufen außer Brot und Backwaren, z.B. Getränke, Süßigkeiten, Kaugummi	9	20	weniger wichtig: -11
beim Aussehen der Waren: sind nicht immer appetitlich	9	8	stabil: +1
dass man dort auch was trinken und essen kann	7	neu in 2011	
beim Verpacken der Sachen zum Mitnehmen	7	13	weniger wichtig: -6
Kleidung: Bedienung: ist nicht immer sauber + ordentlich	7	15	weniger wichtig: -8
dass es dort auch Kaffee gibt	6	neu in 2011	

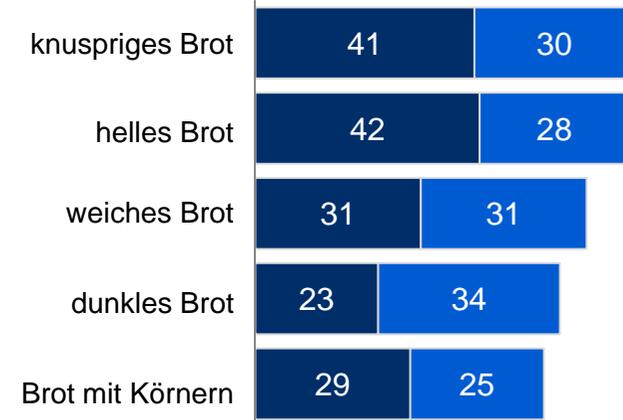
Denk mal an die Bäckereigeschäfte, in die du meistens gehst: Bei welchen der folgenden Punkte könnten sich diese Geschäfte noch verbessern (Mehrfachnennungen)? - gestützt
 Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Beliebtheit ausgewählter Backwaren

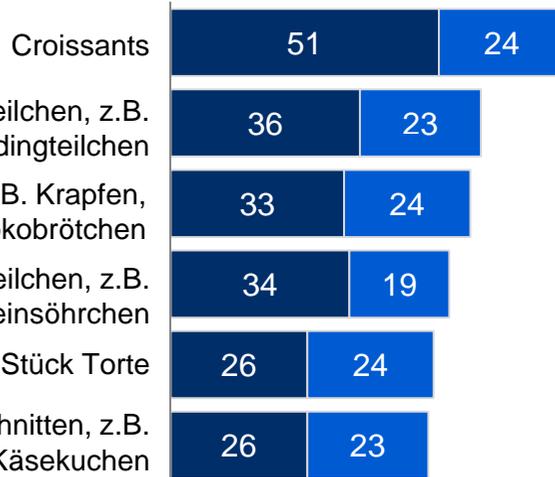
Brötchen



Brot



süße Sachen



■ sehr gerne ■ eher gerne

In der letzten Frage geht es um konkrete Backwaren und wie gerne du diese isst. Dabei ist es auch ganz egal, wo du diese kaufst und wie oft du das machst. Wie gerne magst du diese Sachen? - gestützt / 5-stufige Skala: Wert 1: sehr gerne; Wert 5: gar nicht gerne
Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Zwischenfazit:

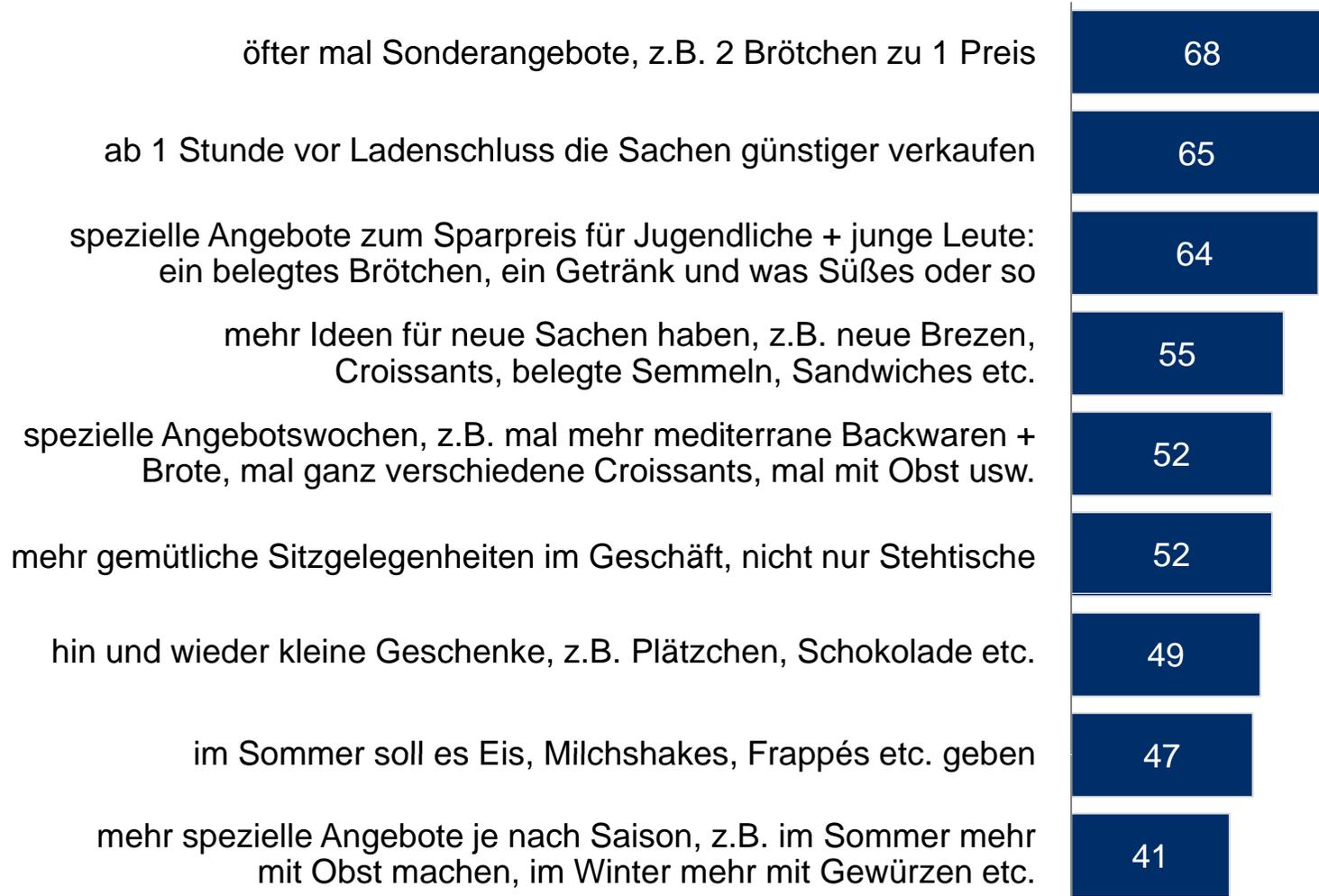
➔ **Jugendliche erwarten von Bäckereien und Bäckereigeschäften keinen aggressiven Preiskampf, sondern attraktive Produkte in hoher Qualität, die ihren Preis rechtfertigen.**

Deshalb: Verbinden Sie traditionelles Handwerk mit aktuellem Zeitgeist, und zwar authentisch und glaubwürdig, nicht anbiedernd.

These

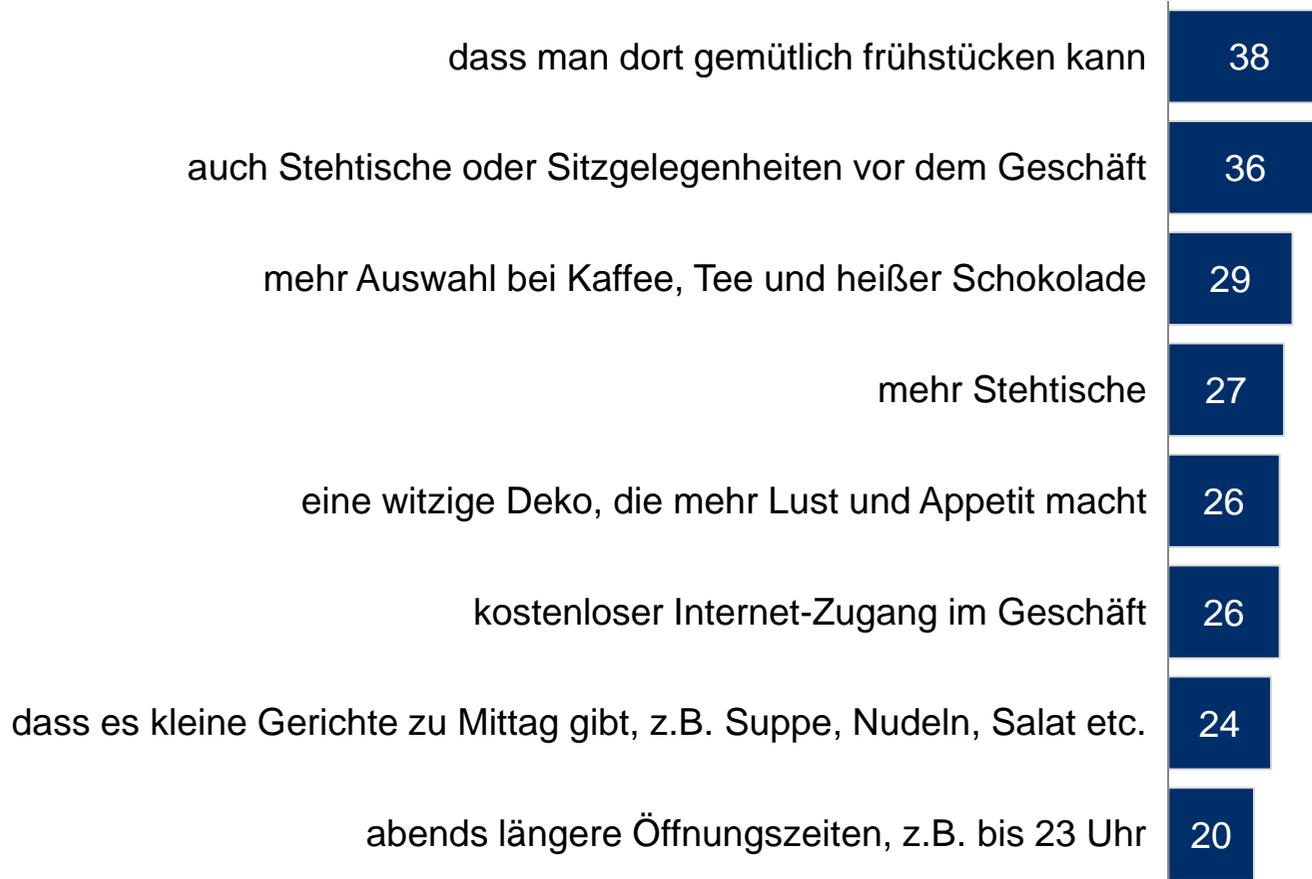
Jugendliche wünschen sich mehr innovative Produkt-Erlebnisse und nicht nur günstigen Abverkauf.

Beurteilung konkreter Verbesserungsvorschläge



TREND
Ranking der
Top 5
entspricht dem
aus 2000

Jetzt liest du ein paar Vorschläge von anderen Jugendlichen, was Bäckereien und Bäckereigeschäfte machen könnten, damit sie für Jugendliche in deinem Alter noch interessanter werden. Kreuz bitte jeweils an, wie du das findest. - gestützt
Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %



Jetzt liest du ein paar Vorschläge von anderen Jugendlichen, was Bäckereien und Bäckereigeschäfte machen könnten, damit sie für Jugendliche in deinem Alter noch interessanter werden. Kreuz bitte jeweils an, wie du das findest. - gestützt
Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Zwischenfazit:

➔ **Jugendliche wollen überrascht und immer wieder neu erobert werden, auch von Bäckereien und Bäckereigeschäften.**

Deshalb: Nutzen sie die aktuellen Trends beim Essverhalten und in der Gastronomie für sich. Verbinden Sie Tradition + Innovation. Die Jugendlichen werden es Ihnen danken!

These

**"Die" ideale Bäckerei bzw. "das" ideale
Bäckereigeschäft gibt es nicht.
Jeder Geschäftstyp hat seine
Kernkompetenz und seine Fans.**

Bäckereien und Bäckereigeschäfte

Produkte:

Frische, Qualität, Angebotsvielfalt

Atmosphäre:

Duft, Geruch, Wärme,
Bedienung, Publikum, lädt
zum Verweilen ein ...



Kernkompetenz:
QUALITÄT

Discounter

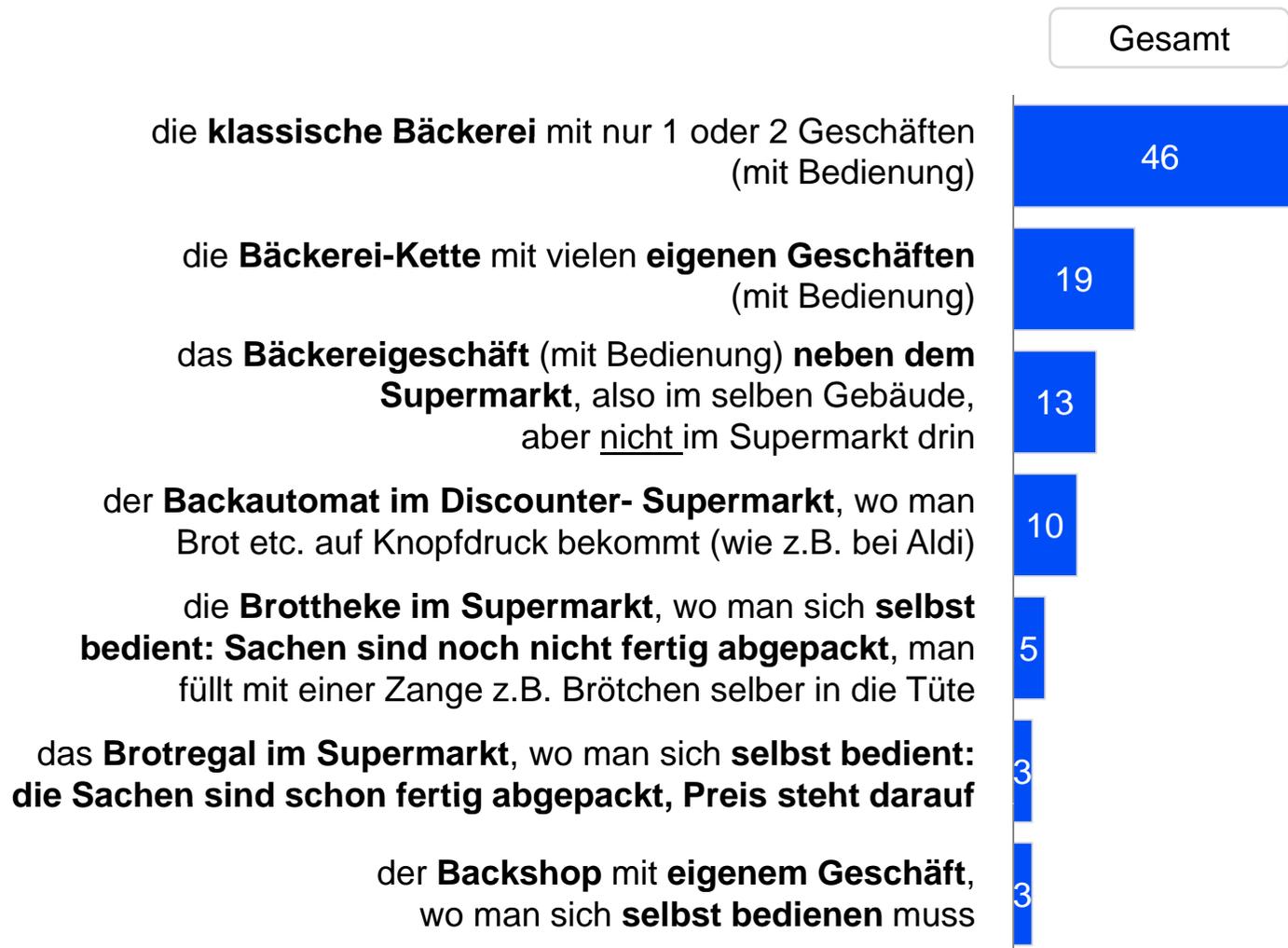
Preis

Schnelligkeit

integriert in komplexere
Einkaufswelt



Kernkompetenz:
CONVENIENCE



Und in welches dieser Bäckereigeschäfte gehst du am liebsten (Einzelnennung)? - gestützt
Basis: n = 500 12- bis 17-Jährige; Angaben in %

Zwischenfazit:

➔ **Bäckereien und Bäckereigeschäfte stehen bei Jugendlichen höher im Kurs als preisgünstigere Alternativen.**

Deshalb: Besinnen Sie sich wieder stärker auf Ihre Kernkompetenzen, leben Sie diese und überzeugen dadurch: Geschmack, Frische und Vielfalt der Produkte + Servicequalität sind Ihre Pfunde und Ihre Chance!

Bäckereien machen doch nur Sachen für die große Masse, die gehen nicht auf unterschiedliche Altersstufen ein. Denen ist doch völlig wurscht, was wir denken.
(13/14 J.)

→ Widerlegen Sie diese Wahrnehmung durch Taten!

Das ist vermutlich einfacher, als Sie denken. Denn:

- Jugendliche sind keine Außerirdischen und**
- Bäckereien und Bäckereigeschäfte sind nicht per se uncool!**