



FOODKONZEPT

Vortrag auf der SÜFFA, Stuttgart, 21.10.23

Stefan Neumair


Eigentümer und Geschäftsführer der FoodKonzept GmbH.

Mein Team und ich, haben uns in den letzten 25 Jahren immer um die Technik und die damit verbundenen Konzepte für Gastro-,ToGo Ideen bei unseren KundInnen bemüht.

Ich bin gelernter Koch und Küchenmeister, somit war es für mich immer sehr wichtig ein gutes Konzept und eine dazu passende Technik für unsere KundInnen zu präsentieren.

Jetzt kümmern wir uns nur noch um die Konzepte bei und für unsere KundInnen!

Hinweis: Diese Präsentation ist Urheberrechtlich geschützt - Copyright - FoodKonzept GmbH, GF Stefan Neumair



GUTE SNACKS // GUTES MARKETING

Das Thema für diesen Vortrag ist **Guter Snack // Gutes Marketing**

Auf den ersten Blick werden sie bestimmt denken - wie passt das zusammen
Dazu komme Ich im Laufe der nächsten Folien.

A close-up photograph of a pizza slice. The pizza is topped with fresh arugula, sliced tomatoes, and pieces of meat. A white rectangular box with a black border is overlaid on the bottom center of the image, containing the text "WAS IST MARKETING?".

WAS IST MARKETING?

Was ist Marketing?

MARKETING IST:

- Das Anbieten von Waren & Dienstleistungen bei denen die Erwartungen der Kunden erfüllt werden
- Die konzeptionelle & marktorientierte Unternehmensführung
- die Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden erfüllt

Der unternehmerischen Gesamtprozess - beginnt bei der Planung eines Konzeptes



BERATUNG // ENTWICKLUNG // COACHING

Unsere Philosophie geht aus von der

BERATUNG hin zu der **ENTWICKLUNG** endet mit dem
COACHING ihrer MitarbeiterInnen!!!

Wir müssen wissen, was unsere KundInnen und deren KundInnen wünschen, zu was sind sie in der Lage und an welcher Stelle müssen wir die MitarbeiterInnen an die Hand nehmen.

Nur so ist ein langfristiger Erfolg gewährleistet.



WURZELN IN DER GASTRONOMIE

Wie Eingangs schon erwähnt sind meine **Wurzeln in der Gastronomie** – als Koch / Küchenmeister habe ich viele Stationen in der Gastronomie und Hotellerie durch laufen - zuletzt war ich bei Mövenpick Marchè.



JEDE STUNDE HAT SEINEN HUNGER

Aus dieser Zeit bei Mövenpick ist mir ein sehr wichtiger Satz im Gedächtnis hängen geblieben – ich glaube sogar, dass dieses Statement in der Philosophie bei Mövenpick verankert, ist

JEDE STUNDE HAT SEINEN HUNGER

Das ist ein wichtiger Punkt für einen guten Snack // für ein gutes Marketing




Es ist die wichtigste Grundlage für den Verkauf von allen Gerichten und Speisen. Lebensmittel haben ihre Zeit bzw. ihre Saison UND Snacks (insbesondere) haben eben auch ihre Tageszeit bzw. unsere Kunden suchen zu den Tageszeiten die passenden Snacks.

Der Beste Snack hilft nicht, wenn er zur falschen Zeit angeboten wird.



Das ist in der Tat ein gutes Marketing, wenn Sie ihren KundInnen mit einem leichten und schnellen Frühstück den Start in den versüßen können.

KundInnen, die das mögen und suchen, kommen auch gerne wieder.



GUTE SNACKS // GUTES MARKETING

GUTER SNACK // GUTES MARKETING

Sie merken, worauf ich hinaus will, Sie können mit ihrem Snack sehr wohl bestimmen, wie der Verlauf des Tages sein kann. Sie können aber auch besondere Produkte in den Vordergrund holen. Eine Expertise für ihre KundInnen sein!



KONZEPTIONELLE BESTANDTEILE

Ich habe eingangs von den wichtigsten **Bestandteilen des Marketings** gesprochen und ebenfalls erwähnt, dass **dieser Gesamtprozess** immer mit der **Planung eines Konzeptes seinen Anfang hat!**

Es ist von Bedeutung, dass wir kurz und knapp auf die 4 wichtigsten Bestandteile eines FoodKonzeptes einen Blick werfen werden.

A top-down view of two people holding bowls of food. The person on the left is wearing a white t-shirt and blue jeans, holding a bowl of spaghetti with arugula, tomatoes, and red sauce. The person on the right is wearing a light purple long-sleeved shirt and has pink nail polish, holding a bowl of food with a fried patty, quinoa, and vegetables. The background shows a wooden floor with the word 'BREWERY' partially visible.

PRODUKTE

An erster Stelle steht das **PRODUKT** – es ist **IHR AUSHÄNGESCHILD** - für alle weiteren Entscheidungen!

Es muss klar definiert sein:

- Welche Produkte zu welcher Tageszeit
- Welches Umfeld und welche Kundenstruktur wollen Sie bedienen
- Wie wollen sie von ihren Gästen wahrgenommen werden



ADD ON - VERPACKUNGEN

An zweiter Stelle stehen die Add On Leistungen – abgestimmt auf die Gerichte und die Erwartungen.

Es muss klar definiert sein:

- Welche Verpackungen für welches Gericht/Snack – Pfand – Mehrweg – Einweg (?)
- Dient die Verpackung als Marketing – wollen wir eine Botschaft übermitteln
- Wie fokussieren wir auf UNS und das KONZEPT gegenüber dem Kunden

UND glauben Sie mir, diese Faktoren sind in der heutigen Zeit von enormer Bedeutung!

A photograph of two baristas in a cafe. In the foreground, a man with a red beard and a dark cap is smiling and cleaning a vintage-style espresso machine with a dark cloth. He is wearing a dark t-shirt and a grey apron. To his right, another person with curly hair, wearing a white t-shirt and blue jeans with brown suspenders and a grey apron, stands with their back to the camera. The background shows a bright cafe interior with large windows, hanging lamps, and coffee-making equipment. A white text box with the word 'MITARBEITER*INNEN' is overlaid on the bottom center of the image.

MITARBEITER*INNEN

An dritter Stelle stehen die **MITARBEITERINNEN** – Sie sind die Taktgeber und Kommunikatoren.

Obwohl wir immer sagen „Nichts geht über die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“ stehen Sie in meiner Denkweise „an dritter Stelle“.

Warum

- Zuerst muss die Philosophie und das Ziel des Konzeptes klar sein
- Jede gastronomische Idee fordert seine Besonderheiten an die MitarbeiterInnen
- Jeder Mensch hat seine ureigenen Fähigkeiten und diese müssen herausgestellt werden

Ziel:

Die Wertschätzung der MitarbeiterInnen führt zur Wert-Steigerung des Konzeptes.

1,20 €
1,20 €
1,40 €
1,40 €
1,80 €
1,80 €
1,80 €
1,80 €



IHR SEID DIE
BESTEN GÄSTE
MIT ABSTAND.

HINTER
JEDER MASKE
STECKT EIN
LÄCHELN.

LIEBLINGSSTÜCK



TECHNIK

Frischer
Orangensaft
0,33L 2,20 €

1/2 Brötchen
1,80 €


Belagte Feinstückbrötchen
1,80 €



Menu board with text and images, partially visible on the right wall.

Jetzt ist es klar:

- Welche Produkte mit welcher Stärke mit welcher Mannschaft => für welche KundInnen
- Der Standort ist sicher; wir können erahnen, worauf wir uns einstellen müssen
- Wir haben eine Vorstellung, was die Technik und das Drum-Her-Rum leisten muss



GUTE SNACKS // GUTES MARKETING

GUTER SNACK // GUTES MARKETING

Ich denke bis hier hin, ist für jeden klar und einleuchtend, wie wichtig diese Zusammenhänge sind.



FRAGEN?



SNACKS IN DER METZGEREI

Alles, was jetzt kommt und was sie jetzt sehen, ist ein Auszug aus unserem Snack Portfolio.

Ich habe es in einer der ersten Folien erwähnt:

Beratung / Entwicklung / Coaching

Wir gehen immer nach den Wünschen und Anforderungen unserer KundInnen und versuchen diese in den einzelnen Prozessen mit zunehmen.



DIE STULLE MAL ANDERS

Der Klassiker aus unserer Kindheit – anders zusammen „gebaut“ und aufgehübscht.

Belegte Brote, einfach oder doppelt
Der appetitliche Pausensnack



SCHINKEN & KÄSE VERFEINERT

Die Schinken –Käse Stulle

Nutzen sie ihre ausgezeichnete Schinken Spezialität und zeigen sie ihren Kunden, was sie drauf haben.

Sie sind die Spezialisten in dem Thema und das dürfen sie ihren Kunden gerne zeigen, spüren und schmecken lassen.

Nutzen sie das durch aus als Degustation, für das Geschäft von Morgen.

A close-up photograph of an antipasti stulle on a white plate. The stulle is a slice of toasted bread topped with salami and melted cheese. It is surrounded by roasted vegetables like zucchini and yellow squash, cherry tomatoes, and fresh herbs like rosemary. The plate is garnished with a sprig of rosemary and some purple flowers.

ANTIPASTI STULLE

Geben sie ihren KundInnen kleine Anreize, was mit ihren Produkten alles zu machen ist und sorgen sie für die passende Idee für einen netten Feierabend.

Guter Snack // Gutes Marketing ist das Thema, jetzt denken Sie einfach über den Tellerrand und bieten ihren KundInnen eine passenden Flasche Wein an, das gehört doch dazu.

Überraschen Sie Ihre KundInnen mit den nicht zu erwartenden Aktivitäten, das macht es auch für Sie gleichermaßen für Ihre KundInnen spannend!



PASTRAMI GRAUBROT

Marketing ist aber auch, dass wir unseren KundInnen aufzeigen und erklären, wie die verschiedenen Fleischstücke z.B. hier Rinderbrust noch verarbeitet werden können.

Ich denke schon, dass es zu einem guten Snack // gutem Marketing gehört mit allen Produkten aus einem Schlachttier etwas Besonderes machen zu können.



SPIEGELEI UND SALAMI

Haben Sie die Möglichkeit auch mal eine Kleinigkeit zu Braten oder zu Garen, dann bietet sich dieser Snack gut an.

Ein Variante bei der Sie sehr gut ihre fachlichen Qualitäten unter Beweis stellen können!

Nutzen Sie das BITTE auch, um ihren KundInnen zu zeigen, wie gut ein Stück Fleisch schmecken und riechen kann.

Verführen sie ihre Kunden mit allen Sinnen!



PFLANZLICHE LEBERWURST & CO.

Wie stehen sie zu alternativen Veggie oder Veganen Produkten?

Ich kann mir sehr gut vorstellen, in dieser Runde, ist es nicht ganz so einfach, dieses Thema anzusprechen.

Aber ich denke es sollte zumindest mal in den Gedanken sein oder zu Diskussion gestellt werden können!



Meine Damen und Herren, liebe Gäste der AFZ-Akademie – ich bin nun am Ende meines Vortrages. Ziel für mich ist es Sie mit der Ausführung zu ermutigen auch mal über ihren Tellerrand zu schauen (Falls sie das nicht schon gemacht haben). Gehen sie mit dem Thema Snack gerne progressiver um . Sie als Fleischer und Metzger haben sicherlich die besseren Voraussetzungen, als es die Bäckerbranche hat. Die wirklich wichtigen Zutaten, der Belag ist bei ihnen in guten Händen und wird von ihnen selbst hergestellt und in der Qualität überwacht. Der Faktor Brötchen oder Brot ist sicherlich über einen regionalen Partner zu erledigen – ansonsten hat es mittlerweile sehr, sehr gute TK-Lieferanten am Markt!

Ich glaube Sie können mit guten Snacks oder belegten Broten einen wesentlichen Teil dazu beitragen, dass ihre KundInnen über ihr Können, ihr Sortiment und ihre Produkte auf diese Weise umfangreich informiert werden!

Und ganz nebenbei können Sie auch noch neue KundInnen hinzugewinnen oder ein neues Geschäftsfeld bedienen.