

TIPPS VON B. KÜTSCHER FÜR MEHR MARKTERFOLG MIT STOLLEN

I. TOP-QUALITÄT, OHNE KOMPROMISSE

Stollen ist etwas, das Menschen sich „gönnen“. Sie suchen daher besondere Qualitäten. Dies fängt bei den Zutaten an. Verbessern Sie Ihre Kalkulation **niemals durch billige Zutaten**. Man schmeckt den Unterschied zwischen Rum-Aroma und echtem Rum! Billige Zutaten passen nicht zum Premiemandanspruch Ihrer Kunden und Ihrer Bäckerei – und mit den Discountern können Sie preislich ohnehin nicht mithalten, egal wie sehr Sie sparen. Es ist besser, einen besonders guten Stollen zu backen und diesen zu einem Preis anzubieten, der diesen Anspruch unterstreicht.

2. SORTIMENT: WENIGER IST MEHR

Falls Sie 30 verschiedene Stollensorten verkaufen, machen Sie nicht nur sich selbst viel Aufwand (z.B. wirklich alle davon immer in Top-Qualität anzubieten), sondern auch ihren Kunden die Entscheidung für eine Sorte extrem schwer. Wie soll es sich da entscheiden? Kunden werden dann oft unsicher und verzichten ganz auf den Kauf. Bei nicht lagerfähigen Sorten leidet auch die Frische. Daher unser Tipp: Verzetteln Sie sich nicht! **Besser ein Premium-Markenstollen in bester Qualität und mit toller Story als ein großes Sortiment in Durchschnittsqualität**. Nur wenn Sie von jeder Sorte entsprechend große Mengen absetzen, kann

eine breitere Auswahl sinnvoll sein. Sonst aber gilt: Weniger (Auswahl) bringt mehr (Erfolg). Konzentrieren Sie sich vor allem auf besondere Produkte, die es nur bei Ihnen gibt!

3. DIE VERPACKUNG VERKAUFT

Stollen sind kein tägliches Grundnahrungsmittel, sondern Luxus, den man sich gerne leistet oder auch mal verschenkt. Diesen Luxus muss man schon bei der Verpackung sehen! Hier zu sparen, wäre falsch. Heben Sie sich vom Supermarkt-Allerlei durch **eine wertige Verpackung** ab, welche Ihren Stollen als Premiumprodukt unterstreicht. Der Kunde ist gerne bereit, hierfür einen Mehrpreis zu zahlen. Wer billige Stollen sucht, kommt ohnehin nicht zu Ihnen.

4. GESCHICHTEN ERZÄHLEN

Top-Qualität ist Voraussetzung für Erfolg. Doch ein gutes Produkt alleine reicht nicht. **Menschen kaufen keine Produkte, sondern Gefühle und Geschichten!** Geben Sie Ihren Stollen daher unbedingt eine Story: Was war Ihre Idee? Was macht diesen Stollen so besonders? Auch der **Produktname** sollte sich unterscheiden. „Opa Heinrichs bester Butterstollen“ verkauft sich besser als „Christstollen“, „Piemonteser Haselnuss-Stollen“ verkauft sich besser als „Nuss-Stollen“. Bei der Benennung



von Stollen bitte immer die Leitsätze beachten und prüfen, ob keine Markenrechte Dritter verletzt werden.

5. UNBEDINGT KALKULIEREN

Echten Erfolg mit Stollen schaffen Sie nur dann, wenn Sie nicht nur mehr Stollen verkaufen, sondern auch Geld damit verdienen. Weil die Zutaten bei Stollen recht kostenintensiv sind, ist es unerlässlich, Ihre Stollen **zu kalkulieren**. Wer darauf verzichtet, macht Gewinne zum Zufallsprodukt.

6. WARENPRÄSENTATION OPTIMIEREN

Wo das Auge keinen Halt findet, bleiben auch die Füße nicht stehen. Denn schon eine alte Krämerweisheit besagt: **Viel verkauft viel**. Heben Sie Ihre Stollen daher aus dem „Waren-allerlei“ heraus und präsentieren Sie diese geballt, z.B. durch eine Zweitplatzierung auf einem schön dekorierten, weihnachtlichen Tisch mitten im Verkaufsraum. Stärken Sie in der Warenpräsentation vor allem jene Stollen, die Ihnen eine hohe Wertschöpfung bringen.

7. BEGEISTERN SIE IHREN VERKAUF

Eine Verkäuferin kann nur das mit Überzeugung verkaufen, was sie auch kennt. Insofern ist eine **Stollen-Schulung für Ihre Verkäufer/innen** der erste Schritt zum Verkaufserfolg. Auch ein interner Verkaufswettbewerb hilft: Loben Sie z.B. einen Preis für jene Filiale aus, die (in Relation zum Gesamtumsatz) den höchsten Stollenumsatz macht oder die höchste prozentuale Steigerung zum Vorjahr schafft. Letzteres geht auch mit einer einzigen Verkaufsstelle und einem Zielwert, der vorgegeben wird und überschritten werden soll.

8. PROBIEREN GEHT ÜBER STUDIEREN

Aufgrund des hohen Preises besteht bei Kunden eine gewisse Hemmung, bei Stollen spontan zuzugreifen. Das gewählte Produkt könnte ihm ja nicht schmecken. Der „Schaden“ bei einem so teuren Produkt wäre für den Kunden groß, wenn er den Stollen wegwerfen müsste. Daher ist es **Ihre Aufgabe, jedem Kunden diese Angst zu nehmen** und ihm einen Stollen zu verkaufen, der ihm auch garantiert schmeckt. Bieten Sie hierzu „Stollen-Probierstage“ als Aktion an und ermuntern Sie ihre Verkäuferinnen, jeden Tag eine andere Stollensorte aktiv zu verkosten (Marketingjargon: „Anfüttern“). Sie werden sehen: dies beflügelt Ihre Umsätze.

9. BEWEISEN SIE IHRE QUALITÄT

Jeder Anbieter behauptet, Qualitätsstollen zu backen. Daher ein Tipp: beweisen Sie es! Viele Bäckerinnungen bieten eine Stollenprüfung an, die vom Deutschen Brotinstitut durchgeführt wird. Fragen Sie aktiv nach, ggf. auch direkt beim Brotinstitut: info@brotinstitut.de. Geprüfte Produkte erscheinen als Empfehlung im Bäckerfinder unter brotinstitut.de und werden dort **200.000 mal pro Jahr** von Verbrauchern und Journalisten gesucht. Die Qualitätssiegel des Brotinstituts unterscheiden Ihre Stollen vom Rest des Marktes.





MARKETINGIDEEN FÜR NEUE IMPULSE BEI STOLLEN

- „Stollen-Probiertag“ zur Eröffnung der Saison: alle Sorten werden verkostet
- Stollen-Eigenmarke schaffen: Markenstollen statt Standard
- Stollen-Aktionsthema inkl. passender Deko, z.B. „Stollenwelt“
- Flyer zum Thema Stollen gestalten und verteilen lassen
- Tolle Fotos Ihrer Stollen auf Facebook Instagram
- Kundenzeitung zum Thema Stollen
- Stollen-Backkurs anbieten, unbedingt gegen Gebühr (Was nichts kostet...)
- Backkurs für Journalisten
- Benefiz-Aktion: Bürgermeister oder Prominente mit Stollen aufwiegen
- Verkaufswettbewerb: Welche Filiale verkauft mehr Stollen?
- Kunden über die Geschichte des Stollenbackens informieren
- Kinder-Stollenbacken
- Stollen-Maskottchen schaffen und von Kunden benennen lassen
- Stollenversandservice
- Gewinnspiel rund um Stollen
- Film von der Stollenherstellung drehen und zeigen, auch bei YouTube
- Gemeinsame Aktion mit der Kirche: Stollen segnen lassen o.ä.
- Stollenfest veranstalten
- Stollen an einem besonderen Ort (Bergwerk, Burg, Keller o.ä.) reifen lassen
- **Achtung, Markenschutz: nicht „Stollen aus dem Stollen®“ nennen!**
- Kooperation mit anderen Unternehmen: „Stollen & Wein“ etc.
- Stollen-Backwettbewerb durchführen
- wertige Stollenpräsente für Unternehmen anbieten
- Gewicht eines Riesenstollens schätzen lassen
- Stollen-Lieferservice. Motto „Nikolaus bringt Stollen ins Haus“ o.ä.
- Stollenbuffet veranstalten
- Kombiangebot im Café: Stollenscheibe mit Kaffee
- Stollen-Qualitätsprüfung der Innung nutzen (siehe www.brotinstitut.de)
- Stollenverkauf für wohltätige Zwecke
- Stollengutscheine, z.B. als Probiergutscheine über Facebook
- Stollen an Prominente verschenken / Fotos hiervon nutzen
- Stollen-Zacharias-Wettbewerb nutzen
- Präsenz auf Weihnachtsmärkten
- Teilnahme an Verbrauchermessen
- Stollenverkostung an besonderen Orten: Winzerstollen im Weinberg...

„ES GIBT NICHTS GUTES, AUSSER MAN TUT ES“

Bernd Kütscher



PRODUKTIDEEN „STOLLEN“

- Fruchtestollen
- Butterstollen
- Mandelstollen
- Mohnstollen
- Bierstollen
- **Stollenmuffins**
- Stollensterne
- Likörstollen
- Stollenkuchen
- Ingwer-Stollen
- Marzipanstollen
- Aloe-Vera-Stollen
- Dinkelstollen
- Weißweinstollen
- Rotweinstollen
- **Stollenherzen**
- Stollen am Stiel
- Haselnuss-Stollen
- Walnuss-Stollen
- Cranberry-Stollen
- Quarkstollen
- Mini-Stollen
- **Schnittstollen in Scheiben**
- Holzofenstollen
- Joghurtstollen
- Kinderstollen
- Stollen in edler Holzkiste
- Schokostollen
- Stollen mit Schokoüberzug
- Stollen mit Trendprodukt Gin
- Stollen ohne Früchte
- Vanille-Stollen
- Riesenstollen
- Osterstollen
- Frühlingsstollen
- Sommerstollen
- Herbststollen
- Adventsstollen
- Halloween-Stollen
- Zimtstollen
- Kokosnuss-Stollen
- Kirsch-Stollen
- **Stollen nur aus regionalen Zutaten**
- Stollen-Konfekt
- Single-Stollen
- Stollenstrudel
- Stollendessert
- Stollen-Speiseeis
- Stollenparfait
- Ziegenmilch-Stollen
- **Urgetreide-Stollen**
- Macadamia-Stollen
- Aprikosenstollen
- Dinkelvollkornstollen
- Roggenstollen
- Dattel-Stollen
- Whiskeystollen
- Rapsöl-Stollen
- Haferstollen
- **Veganer Stollen (Megatrend)**
- Cappuccino-Stollen
- Vollwert-Stollen
- Buttermilch-Stollen
- Orangenstollen
- Sonnenblumenstollen

Die Variations- und Kombinationsmöglichkeiten sind durch die verschiedenen Getreidearten, Gewürze, Früchte, Fette, Nüsse/Mandeln, Milchprodukte, Alkohol, Saaten, Überzüge usw. grenzenlos. Beachten Sie bei der Benennung eines

Produkts unbedingt Markenrechte anderer! So ist „Champagner“ geschützt und „Champagner-Stollen“ deshalb auch dann nicht erlaubt, wenn Champagner drin ist (obwohl manche das so machen - Abmahnung droht).