

ERDMANDLI BÜRLI → ERDMANDLI BIER

Interview mit Martin Uster
(Geschäftsführer)

PRODUKTBESCHREIBUNG ERDMANDLI ZUGER AMBER-BIER:

Das Amber-Bier ist ein untergäriges Qualitätsbier mit aromatischer Malznote. Durch mitverarbeitete Spelzen (= trockene Umhüllungen der Getreide-Malzkörper) erhält das Erdmandli die Bernsteinfarbe – den typischen Amber-Color.

Herr Uster: Wenn ein Bäcker ein Bierbrot oder Treberbrot herstellen möchte, wie könnte eine Zusammenarbeit aussehen?

Wir würden Bier und Biertreber zu einem fairen Preis anbieten. Wir würden so von einem neuen Verkaufskanal und einem neuen Produkt profitieren, was uns PR (Öffentlichkeitsarbeit) bringt.

Ich bin mir sicher, dass weitere kleine und mittlere Brauereien gleich denken.



Portrait Brauerei Baar AG

Geschäftsführer: Martin Uster

Gründung: 1862

5. Generation · 28 Mitarbeiter

weitere Events:

- Dorffest Baar
- Degustation & Besichtigungen
- Messen
- Tag der offenen Tür
- Jazz Night Zug

Brauerei Baar AG

Langgasse 41 · 6340 Baar

www.brauereibaar.ch

Herr Uster: Was bedeutet für Sie eine gute Geschäftsbeziehung?

Für mich ist ein gegenseitiger, respektvoller Umgang wichtig. So entsteht eine langfristige Geschäftsbeziehung. Wenn es finanziell für beide stimmt, steht einer langfristigen Zusammenarbeit nichts im Weg.



PUSH UP CAKE

Kein neues Produkt, nur eine «Glacé»-Verpackung originell genutzt! Füllen Sie die Becher ganz einfach nach Belieben mit verschiedenen Schichten z.B. aus Crème, Biskuit oder Rahm und überraschen Sie Ihre Kunden mit origineller Pâtisserie. Mit diesem Auftritt werden Sie neues Zielpublikum gewinnen und Mehrumsatz generieren. Fragen Sie den Margo-Verkauf nach der Push up Cake – Promotion.

SCHLUSSWORT

Wir sind sicher, Ihnen mit dieser Margo Post interessante Inputs für zukünftige Events mitgeben zu können. Gerne nehmen wir auch von Ihnen Feedback entgegen und sind offen für Verbesserungen. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei Ihrem nächsten Event und freuen uns,

in den Medien über Ihren gelungenen Event lesen zu können. Wir bedanken uns für Ihr Interesse und freuen uns weiterhin auf eine gute Partnerschaft.

Ihr Margo-Team

margopost¹⁶⁹

Trends und Informationen für das Bäckerei- und Konditoreigewerbe



Events &
saisonale
Take away-
Produkte

Produktübersicht

Mehr über diese Produkte erfahren Sie auf den folgenden Seiten

25 kg | Art.Nr. 3482 | Seite 7



Pane Luciane 20%
Für mediterrane Brotspezialitäten mit natürlichem, kaltgepressten Olivenöl.

6 kg | Art.Nr. 4936 | Seite 7+10



Meister-Mix Neutral
Neutrale Instantmischung für leichte Füllcremen und Desserts.

25 kg | Art.Nr. 4614 | Seite 10+13



Forza Verde
Emulgatorfreies Backmittel mit geringer Dosierung für Klein- und Spezialbrote.

12 kg | Art.Nr. 4862 | Seite 7



Butter-Flex
Pastöse, rein butterhaltige Backvormischung zur Herstellung von Buttergebäcken.

12 lt | Art.Nr. 4785 | Seite 10



Cremissa
leicht gesüsste Schlagcreme auf der Basis von Milchbestandteilen mit feinem, kurzem Schmelz und abgerundetem Geschmack.

25 kg | Art.Nr. 3776 | Seite 10



allesgute Baguette Mix 10%
Brotvormischung zur Herstellung von Baguette und vielfältiger Gebäckspezialitäten.

5 kg | Art.Nr. 18044 | Seite 10



Meister eisella Zwiebel
Einfachste Herstellung einer pikanten Füllung mit kräftigem (süsslichem) Zwiebel-Geschmack.

25 kg | Art.Nr. 4930 | Seite 10



Vani
Kaltcremepulver mit Vanillearoma für die Herstellung von feinen zartschmelzenden Cremes.

6 kg | Art.Nr. 11280 | Seite 13



Margo Apfelfüllung
Gebrauchsfertige, backstabile Apfelfüllung mit frischen Apfelmstückchen.

25 kg | Art.Nr. 3779 | Seite 13



allesgute UrAcker Korn 30%
Die Urgetreide: Emmer, Einkorn und UrDinkel verleihen diesem Brot seinen einzigartigen Geschmack.

20 kg | Art.Nr. 4722 | Seite 13



PLT Verda Bäckereifett
Pflanzliches Bäckereifett ohne Palmöl mit idealen Verarbeitungseigenschaften.

25 kg | Art.Nr. 18037 | Seite 16



Caty Grains - Baguette Mix 50%
Ideale Mischung für die Herstellung von französischen Baguettes mit Charakter.

25 kg | Art.Nr. 4752 | Seite 16



Meister Rühr & Frisch
Vielseitig einsetzbare Backvormischung für gefrierfeste Cake- und Rührmassen.

10 kg | Art.Nr. 4761 | Seite 16



Margo Cocos
Kokosfett mit neutralem Geschmack zur Herstellung von Grundcremen, Füllungen und feinen Konditoreispezialitäten.

Stk | Art.Nr. 8330 | Seite 19



Torino Croissant
Einzigartiger Buttergipfel mit Torino Pralinéfüllung.

Stk | Art.Nr. 8346 | Seite 19



Torino noir Croissant
Buttergipfel mit zartschmelzender Torino noir - Pralinéfüllung.

Geschätzte Kundin, geschätzter Kunde

Es ist mir eine Freude, Ihnen die aktuelle MargoPost vorzustellen. Das Thema Events & saisonale Take away-Produkte ist hoch emotional. Events sind sehr kundennah und vielseitig; mit den passenden Produkten zu jeder Jahreszeit wird das Thema abgerundet.

Warum kommen die Kunden in Ihre Bäckerei? Was für eine Frage, werden Sie jetzt denken. Die Frage ist für Sie sicher nichts Neues und Gründe für einen Besuch sind viele vorhanden. Wir zeigen Ihnen einige mögliche Beispiele auf. Natürlich wegen der feinen Backwaren, der freundlichen Bedienung oder der individuellen Dienstleistung, die Sie anbieten. Dass dies zum Teil nicht mehr reicht, wurde schon oft beschrieben und ist für viele Bestandteile Ihres täglichen (Brot-)Problems.

Den Kunden zu binden, ist sehr schwierig geworden. Mit Brotpass oder Superpunkten erreichen Sie nur einen bestimmten Teil der Kunden. Wie gross ist Ihr Werbebudget? Reicht dieses aus, um die nächste Weihnachtsaktion zu publizieren? Eine grosse Chance, diese Fragen anzugehen, sehen wir in Events. Eventmarketing, ein schwieriges Thema, das allerdings für einen Fachmann der Bäckerei leicht umzusetzen ist!

Die Grösse des Events spielt keine Rolle. Jedes Kind, das schon einmal in der Konditorei Osterhasen gegessen hat, wird diesen tollen Tag nie mehr vergessen. Jedes Stück Osterhase wird mit Stolz gegessen und von der

fachmännischen Konditorin, die so schöne Sachen kreiert hat, wird geschwärmt. Solche Kindheitserinnerungen bilden eine positive Verankerung und damit Bindung zum Bäcker, respektive Konditor.

Zudem können Sie sich von den anderen Mitbewerbern abheben. Ihr Kunde baut eine persönliche Beziehung zu Ihrem Geschäft auf und der Beck im Dorf ist sprichwörtlich „in aller Munde“.

In dieser Ausgabe der MargoPost möchten wir Ihnen ein paar Ideen zeigen, wie Sie Ihre Kunden begeistern können. Erfahrungsberichte von Berufskollegen sollen Sie ermuntern, auch einen Event durchzuführen. Aus eigener Erfahrung kann ich Ihnen berichten, dass ein nachhaltiger Erfolg garantiert ist.

Nun wünsche ich Ihnen viel Vergnügen beim Lesen! Geniessen Sie die emotionalen Momente des Eventmarketings und lassen Sie sich inspirieren. Wir sind sicher, dass dank Ihrer Kreativität die Liste der Events bald schon länger wird und wir von Ihnen lesen werden.



Roland Hengartner
Product Manager
Margo - CSM Schweiz AG

Inhalt

Event-Marketing beim Bäcker	Seite 4
VAKI-Muttertagstorten	Seite 8
Tour de Lob	Seite 9
Das grosse Kuchen Casting	Seite 12
Pizza-Event	Seite 15
Interview mit Camille Bloch	Seite 18
Rezepte:	
Frühling	Seite 7
Sommer	Seite 10
Herbst	Seite 13
Winter	Seite 16

Impressum

Herausgeberin: Margo - CSM Schweiz AG
Gestaltung: www.azw-werbung.ch
Fotografie: Roberto Conciatori · www.artundfoto.ch
www.margo.ch



Event-Marketing beim Bäcker

Zunehmend gesättigte Märkte, steigender Konkurrenzdruck sowie sich ändernde Konsum- und Verhaltensweisen prägen das Umfeld. Die Produkte und Dienstleistungen werden austauschbarer und der hohe Druck durch Detailhändler und Discounter steigt stetig weiter. Die alleinige Ausrichtung eines Unternehmens auf die Optimierung seiner Produkte und internen Prozesse reicht heute nicht mehr aus.

Darüber hinaus verlieren klassische Kommunikationsträger aufgrund steigender Informationsdichte und der damit verbundenen Informationsüberflutung stark an Bedeutung. Es ist heute eine Herausforderung, mit seiner Botschaft überhaupt noch vom Zielpublikum wahrgenommen zu werden.

Was dem Bäcker häufig fehlen sind «Zeit», Mut und Offenheit, etwas anderes zu machen.

Ein erfolgreich durchgeführter Event ist die beste Plattform für eine erlebnisorientierte Kommunikation und Präsentation von Produkten sowie von begeisterten und begeisternden Mitarbeitern. Auch mit kleinen Budgets ist die Nachhaltigkeit enorm hoch! Ein Vergleich: Wissen Sie noch, was gestern abend in der Fernsehwerbung gezeigt wurde? Aber sicher erinnern Sie sich an den letzten Event, an dem Sie teilgenommen haben.

VERGLEICH EVENT UND KLASSISCHE KOMMUNIKATION

Klassische Kommunikation vom Werbemonolog	→	Event-Marketing zum Kundendialog
von der Anonymität	→	zum Individuum
vom medialen Auftritt	→	zum Live-Erlebnis
von der Information	→	zur Emotion

Wichtig ist es, den Kunden einmalige, interessante Erlebnisse zu bieten, welche von einer innovativen Idee getragen

Vor diesem Hintergrund eignen sich Events hervorragend, um emotionsstark zu kommunizieren. Sie zeichnen sich durch einen ausserordentlich hohen Aufmerksamkeits- und Erinnerungswert aus.

WIE WIRD EIN EVENT ERFOLGREICH?

Durch die **Kreativität**, die Sie als Bäcker-Konditor mitbringen, haben Sie eine Grundvoraussetzung, die von grossem Vorteil ist. Der **Bekanntheitsgrad**, den Ihre Bäckerei in Ihrem Einzugsgebiet geniesst, zeigt Ihnen das Interesse an der Firma und die damit verbundenen, möglichen Teilnehmer. Nicht zuletzt haben Sie ein grosses **Food Know-How** und die dazugehörigen **Lokalitäten** für die Umsetzung. Das wichtigste sind motivierte **Mitarbeiter**, die anpacken können, was in der Bäckerei-Konditorei zweifelsohne vorhanden ist.

werden. Ebenso ist eine perfekte und professionelle Detailplanung, Organisation und Ausführung erfolgsentscheidend. Die Fülle der Events, mit denen die Konsumenten inzwischen konfrontiert werden, birgt die Gefahr, dass auch hier eine Sättigungerscheinung auftreten kann. Als Folge davon müssen Events immer anspruchsvoller und einfallreicher inszeniert werden, um die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Die Auseinandersetzung mit den Erfolgsfaktoren eines Events ist unerlässlich, damit die Kunden richtig angesprochen und letztlich angezogen werden.

Gerade im Zeitalter von E-Communication, in dem es an Gelegenheiten für persönliche Kontakte mangelt, können persönliche Beziehungen den entscheidenden Wettbewerbsvorteil ausmachen!

Überzeugen Sie die Kunden mit Taten und Erlebnissen!

Beispiele und Meinungen: in der MargoPost 169

Unter **Event-Marketing**

versteht man geplante Ereignisse in Form von Veranstaltungen und Aktionen, die den Adressaten unternehmens- und produktbezogene Kommunikationsinhalte erlebnisorientiert vermitteln sollen.

Merkmale von Events:

- Erlebnisorientierung, Interaktivität, Inszenierung, Eigeninitiierung

Die klassischen Kommunikationsaufgaben des Event-Marketings lauten:

Information, Emotion, Aktion und Motivation. Erst ihre Mixtur macht das Event-Marketing wirksam.

Die Wichtigkeit der Saison in der Bäckerei-Konditorei

Markttrends

Saisonal und regional ist wieder modern und stark im Trend! Spitzenköche kochen erfolgreich mit saisonalen Produkten. Was früher gar nicht anders ging, ist in den letzten Jahrzehnten fast völlig verschwunden: das Wissen, wann welche Lebensmittel Saison haben.

WAS VERSTEHT MAN UNTER SAISONALEN NAHRUNGSMITTELN?

Saisonal sind Nahrungsmittel, die während der Saison im Freiland, sonnengereift und in der Nähe gewachsen sind.

Leider ist dieser Trend zur Saisonalität noch zu wenig in den Bäckereien/Konditoreien zu beobachten. Gebacken wird oft mit den Produkten, die beim Grossisten Aktion sind oder schon seit Jahren „erfolgreich“ im Sortiment verwurzelt sind! Gute Impulse erhält man z.B. bei einem ausgedehnten Marktspaziergang. So sieht man schnell, welche Gemüse- & Früchtesorten gerade Saison haben.

Warum zieht ein Saisonprodukt beim Bäcker?

NUTZEN

- Saisonale Produkte sind frisch
- Abwechslung im Sortiment bringt Spannung für den Kunden
- Emotionale Verbindung zu Konsument, Lieferant, Region
- Saisonale Produkte sind vermehrt aus der Region
- Regelmässige Stammkunden, die Neues, Innovatives suchen und sich über Abwechslung freuen
- Gegenseitige Geschäftsbeziehungen

GEFAHREN

- die Nachfrage kann evtl. nicht immer gedeckt werden
- ständige Anpassungen der Produkte/Produktion
- grösserer Aufwand der Organisation und des Einkaufs

Unterstützung Margo

In dieser Margo Post haben wir versucht, Events mit saisonalen Produkten zu kombinieren. Ein saisonales (oder sogar auf den Event) zugeschnittenes Produkt kann einen Event nachhaltig unterstützen.

Diverse saisonale Rezeptideen können auf der Margo-Homepage heruntergeladen oder bei Ihrem Fachbera-

ter bezogen werden. Als ergänzende Verkaufsförderung können Sie passende Rotaire beziehen. Berliner-Rotair für die Frittiersaison, Herz-Rotair für Muttertag oder Valentinstag und mehr. Brandaktuell werden auch Push Up Cake-Becher angeboten, die je nach Saison gefüllt werden können. Diese sind der neuste Hit aus den USA und werden in dieser Margo Post auf Seite 10 und 20 beschrieben.

Der Clou an der Sache mit den saisonalen Produkten ist daher einfach erklärbar: Weniger das Wissen, wann was genau wächst, ist wichtig. Denn saisonale Produkte kommen fast ausschliesslich aus heimischen Regionen. Kauft man daher möglichst regionale Produkte ein, hat man quasi schon fast gewonnen - einfacher geht's kaum noch.



VAKI-Muttertagstorten

Wenn Väter mit Ihren Kindern eine Muttertagstorte dekorieren...

BESCHREIBUNG

Diese Idee stammt von der Firma Bäckerei-Conditorei Fleischli AG. Jeweils am Samstag vor Muttertag können Väter mit Ihren Kindern unter fachmännischer Führung Muttertagstorten in Herzform dekorieren. Mit einem Unkostenbeitrag von 25.- Fr. pro Torte können diese in kreative Wunderwerke verwandelt werden. Beinahe wie am Fließband werden aus Zuckerperlen, Marzipanrosen, Herzdécor, Schokoladenspäne und viel Begeisterung kunterbunte Muttertagstorten gezaubert. Während der Mittagspause können sich die hungrigen Mäuler für 12.- Fr. mit einer Kinder-Pizza versorgen. Für die Väter ist das Café geöffnet und so ergeben sich interessante Gespräche am Stammtisch...



...so haben nicht nur die Kinder ihre helle Freude daran, sondern natürlich auch deren Mütter! Das bedeutet doppelt geniessen: erstens die eigenhändig dekorierte Muttertagstorte (von Fleischli) und zweitens den freien Samstag für Sightseeing und Shopping.

ZIEL DES EVENTS

Die Backstube wird der jungen Kundschaft zugänglich gemacht und diese kann so für die Bäckerei und das Handwerk begeistert werden. Mit kleinem Werbeaufwand wird eine breite Kundschaft erreicht. So kann regelmässig Öffentlichkeitsarbeit (PR = Public Relations) für Ihre Firma betrieben werden.

NUTZEN DES EVENTS

Dieser Event wurde bereits achtmal durchgeführt und ist ein fester Bestandteil der Aktivitäten bei der Firma Bäckerei-Conditorei Fleischli AG. Mit überschaubarem Aufwand, der genau planbar ist, werden über 120 Kinder und Erwachsene glücklich gemacht. Daneben kann im Café-Restaurant auch ein gewisser Umsatz erzielt werden. Der grösste Nutzen ist jedoch nicht der überschaubare Frankenbetrag, sondern die Bindung der jungen Kundschaft, die zur Bäckerei-Conditorei Fleischli AG aufgebaut wird. Herrn Fleischli ist auch wichtig, dass solche Events und somit die Bäckerei regelmässig Gesprächsthema in der Region sind.

SPEZIALITÄT ZUM ANLASS

Die VAKI Muttertagstorte in Herzform, die speziell für diesen Anlass hergestellt wird, ist eine Schwedentorte in Herzform mit rotem Marzipan überzogen.

FAZIT RENÉ FLEISCHLI

Ein Event muss wachsen. Was im ersten Jahr noch nicht so erfolgreich ist, kann von mal zu mal besser und grösser werden. Wenn man etwas Gutes tut und davon überzeugt ist, kann es ein erfolgreicher Event werden. Dies nicht zuletzt dank der Mund-zu-Mund Werbung, tollen Mitarbeitern und Begeisterung für die Sache.



Bäckerei-Conditorei Fleischli AG

Gründung 1. März 1986
Inhaber Elsbeth & René Fleischli
3. Generation · 1 Hauptgeschäft mit Café
9 Verkaufsstellen · 250 Mitarbeiter
Motto: frisch, freundlich, abwechslungsreich, gesund und originell.

weitere Events: diverse Messen & Ausstellungen · Weinseminar im eigenen Café · diverse Betriebsführungen, Vorträge und Informationsanlässe

Bäckerei-Conditorei Fleischli AG · Bahnhofstrasse 1
8172 Niederglatt · www.baeckerei-fleischli.ch



Bärlauch-Grissini

42 Stück

REZEPT

Wasser	1'250 g
Pane Luciane	330 g
Weissmehl Typ 550	1'330 g
Backhefe	35 g
Bärlauch, getrocknet	15 g
Gesamtgewicht	2'960 g

HERSTELLUNG

Alle Zutaten zu einem plastischen Teig kneten. Knetzeit: 5 Min. im 1. Gang und ca. 12 Min im 2. Gang

Teig in ein geöltes Teigbecken geben.

TEMP/STOCKGARE

Teigtemperatur: ca. 25°C
Stockgare: 120 Min. bei Raumtemperatur oder 12-24 Std. bei 5°C.

AUFARBEITEN

Arbeitsfläche mit Mehl bestreuen und den Teig auf die Arbeitsfläche stürzen, Teiglinge rechteckig abstechen und auf Gärgutträger absetzen.
Nach ca. 10 Min. backen.

BACKEN

Ofentemperatur: 240°C fallend auf 210°C
Mit Dampf einschliessen und bei offenem Zug rösch ausbacken.
Backzeit: ca. 20 Min.



Heisser Hund – Hot dog Brötli

40 Stück

REZEPT

Teig	
Wasser	1'000 g
Weissmehl	1'900 g
Butter-Flex	300 g
Backhefe	100 g
Gesamtgewicht	3'300 g

Sultaninen

Cervelat 20 Stk

Tomaten

Salat

HERSTELLUNG

Alle Zutaten zu einem plastischen Teig kneten. Knetzeit: 8 Min. im 1. Gang und ca. 3 Min im 2. Gang
Brüche von ca. 2'400 g auswiegen.

TEMP/STOCKGARE

Teigtemperatur: ca. 25°C
Bruchgare: 15 Min.

AUFARBEITEN

Brüche à 30 Teile aufschleifen und diese leicht oval auf Bleche absetzen und garen lassen. Nach guter Gare Ohren abstechen und Augen und Nase mit Sultaninen eindrücken. Mit Ei anstreichen und backen.

BACKEN

Ofentemperatur: ca. 220°C
Backzeit: ca. 20 Min.

FERTIGSTELLEN

Beim Mund einschneiden, ein Salatblatt einlegen, eine Tomatenscheibe als Zunge und ½ Cervelat einlegen und nach Wunsch Senf oder Ketchup auftragen.



Erdbeer-Champagner – Torte to go

40 Stück

REZEPT

Schokoladenbiscuitbödeli	20 Stk
Holunderblütensirup	150 ml
Champagnergelee:	
Champagner	250 g
Erdbeeren geschnitten	600 g
Gelatine	7 Blatt
Vanillemark	1 g
Zitronensaft	10 g

Holunderblütencreme:

Meistermix Neutral	200 g
Holunderblütensirup	200 g
Wasser	200 g
Patissa fin	400 g
Erdbeeren gehackt	400 g
Erdbeergelee	200 g
Gesamtgewicht	2'610 g
Zitronenmelissen-Blatt	20 Stk.
Schokoladendekoration	20 Stk.

HERSTELLUNG

Vom Schokoladenbiscuit runde Bödeli in der Grösse der Becher ausstechen.

Champagnergelee: Die eingeweichte Gelatine mit Champagner wärmen. Das Mark einer Vanilleschote, Zitronensaft und die geschnittenen Erdbeeren untermischen und den Gelee zu ¼ in die Becher füllen und für 1 Std. kalt stellen.

Holunderblütencreme: Meistermix Neutral mit Wasser und Holunderblütensirup mischen und die geschlagene Schlagcreme unterziehen. Die Crème in die Becher zu einem weiteren ¼ einfüllen, Schokoladenbiscuit einlegen und mit Holunderblütensirup tränken, mit Crème auf ¾ auffüllen und mit Erdbeeren im Gelee abdecken.

Mit Rahmrosette, Minze und Schoko-Deko garnieren.

Die beste Muttertagstorte, die Mama je bekommen hat!



Tour de Lob

Mitmachen und Spass haben!

BESCHREIBUNG

Jeder, der Lust und Ausdauer hat, ist aufgerufen, an dieser attraktiven Radtour teilzunehmen. Der Unkostenbeitrag beträgt 5.- €. Dafür gibt es ein Trikot, eine Teilnehmerkarte und die Streckenbeschreibung. Für das leibliche Wohl während der Rallye wird in den Filialen gesorgt. Unter allen Teilnehmern, die mindestens 8 Filialen angefahren haben, werden am Schluss tolle Preise verlost. Am Start/Ziel wird mit Kaffee- & Kuchenbuffet das Warten auf die Verlosung versüßt. Ziel ist es, in jeder Filiale einen Buchstaben abzustempeln, die am Ende ein Lösungswort ergeben! Die Verpflegung in allen Filialen (Kontrollpunkte) ist Radfahrer-gerecht: Müesliriegel, Obst, Brownies, Muffins und Getränke.



ZIEL DES EVENTS

Mit den Kunden etwas unternehmen und so die Kundenbindung intensivieren, in der Region im Gespräch bleiben und den Kunden auf diesem Weg etwas zurückgeben als Dankeschön für die Treue.

PARTNERSCHAFTEN

Der Event wird durch diverse Firmen unterstützt. Eine Krankenkasse verteilt Prospekte mit einem Gutschein für ein Brot, das bei der Bäckerei Lob eingelöst werden kann und die Verkehrswacht codiert die Fahrräder kostenlos, womit sie gegen Diebstahl versichert sind. Als dritter Partner konnte ein Energieversorger gewonnen werden, welcher kostenlos eine Ladestation für Elektroräder zur Verfügung stellt.



NUTZEN DES EVENTS

Der Event dient in verschiedener Weise der Eigenwerbung: erstens Werbung am Anlass, da alle Teilnehmer eine Weste mit Lob-Logo tragen und bei jeder Filiale durch den Rummel grosses Aufsehen erregen. Weiter auch die Printwerbung: In der Tageszeitung werden Berichte über den Event publiziert, wodurch in der ganzen Region über die Bäckerei Lob sehr positiv gesprochen wird. Frau und Herrn Lob bereitet es Freude, der Kundschaft etwas zurückzugeben. Dies wird sehr geschätzt und bleibt bei den Kunden auch nachhaltig in Erinnerung.

SPEZIALITÄT ZUM ANLASS

Spezialbrot, das 2-3 Wochen nach dem Anlass mit einem Gutschein, der die Teilnehmer am Event bekommen, abgeholt werden kann.

VORSCHLAG MARGO

Für kleine Bäckerei-Betriebe kann ein solcher Anlass mit anderen Bäcker, oder anderen Fachgeschäften zusammen (z.B. Metzger, Getränkehändler oder Bierbrauer) durchgeführt werden.

FAZIT PETER LOB

Dieser Event bringt uns sehr viel Image und eine nachhaltige Kundenbindung. Trotz grossem Aufwand sind solche Events lohnenswert und nicht mehr wegzudenken.



Portrait Bäckerei Lob
 Gründung 1905 · Inhaber Carina & Peter Lob
 14 Filialen · 100 Mitarbeiter · Motto: Brot ist Leben – und vom Brot leben wir!
 weitere Events:
 Bauernwiegen · Muttertagsbacken
 Hochzeit- & Festtagsmesse
 Bäckerei & Konditorei Peter Lob
 Flachsberg 14 · 51469 Bergisch Gladbach
 www.baeckerlob.de



Ognion Grill – Steckenbrot
15 Stück

REZEPT

Wasser	1'000 g
Hefe	40 g
Forza Verde	20 g
Weizenmehl Typ 550	1'750 g
Speisesalz	40 g
Meister Eisella Zwiebel Grundmasse	250 g
Speckwürfeli	150 g
Gesamtgewicht	3'240 g

HERSTELLUNG

Alle Zutaten zu einem plastischen Teig kneten. Etwa 3 Min. im 1. Gang und ca. 5 Min. im 2. Gang

TEMP/STOCKGARE

Teigtemperatur ca. 23 - 25 °C
Stockgare: ca. 30 Min.

AUFARBEITEN

Den Teig zu einem Strang von ca. 50 cm rollen und diesen auf den Holzstab aufwickeln. Auf Gärgutträger absetzen und nach guter Gare backen.

BACKEN

Ofentemperatur: ca. 220 °C
Mit Dampf einschliessen und nach etwa 12 Min. Zug öffnen.
Backzeit ca. 17 Min.

TIP

Die Steckenbrote können als Halbbackprodukt im Schlauchbeutel (Pistor Art. Nr. 7166) verpackt, gekühlt bei 5°C drei Tage zum Verkauf angeboten werden, damit der Kunde die Brote selbst über dem Feuer fertig backen kann. Die Holzstäbe (ca. 40 cm lang, 1 cm Ø) erhalten Sie im Baufachmarkt.



Café de Paris – Baguette
16 Stück

REZEPT

Teig	
Wasser	2'000 g
Hefe	100 g
allesgute Baguette Mix 10%	320 g
Weizenmehl Typ 550	2'880 g
Gesamtgewicht	5'300 g

Café de Paris	
PLT Verda Bäckereifett	1'000 g
Knoblauch	120 g
Salz, Pfeffer	15 g
Kräuter (Petersilie, Schnittlauch, Basilikum, Estragon, Dill, Majoran,...)	40 g
Gesamtgewicht	1'175 g

HERSTELLUNG

Alle Zutaten zu einem plastischen Teig kneten.

TEMP/STOCKGARE

Teigtemperatur: ca. 24 - 26 °C
Stockgare: ca. 30 Min.

AUFARBEITEN

Teiglinge von ca. 330 g abwägen, lang wirken und auf Gärgutträger absetzen. Nach ¾ Gare etwas antrocknen lassen, schneiden und backen.

BACKEN

Ofentemperatur: ca. 220 °C
Mit Dampf einschliessen und nach etwa 10 Min. Zug öffnen.
Backzeit ca. 15 Min.

FERTIGSTELLEN

Die ausgekühlten Baguettes alle 3 cm einschneiden (nicht ganz durchschneiden) und je eine dünne Schicht Café de Paris eindressieren. Die Kunden können die Baguettes in Alufolie einpacken und so auf dem Grill fertig backen.



Choco – Push up Cakes
40 Stück

REZEPT

Biscuitbödeli dunkel (ca. 2 cm hoch)	40 Stk
Smarties	400 g

Schokocrème:

Vani	160 g
Wasser	400 g
Cremissa	200 g
Couverture, flüssig	75 g
Wasser	50 g
Cremissa	200 g
Schokoladen Topping	100 g
Gesamtgewicht	1'585 g
Zuckersirup	200 g

HERSTELLUNG

Biscuitbödeli 45mm Ø ausstechen. Je ca. 10 g Smarties in Becher füllen, mit einer Biscuitrondelle bedecken und diese mit Zuckersirup leicht tränken.

Vani mit Wasser ca. 3 Min. verrühren und die geschlagene Cremissa unterziehen. Wasser mit flüssiger Couverture mischen und unter die Diplomacrème ziehen. Je ca. 20 g Crème einfüllen.

Rosette mit Schlagcrème aufdressieren und mit Schokoladen-Topping dekorieren.

En Stopp,
e chli grilliere,
so chasch
brilliere!





Das grosse Kuchen-Casting

Gesucht: Die besten Schweizer KuchenbäckerInnen!

BESCHREIBUNG

Laden Sie in Ihrer Region alle Hausfrauen (Hausmänner) ein, ihr bestes Kuchenrezept einzusenden! Dies kann online, schriftlich oder persönlich im Laden eingereicht werden. Die Anmeldung der Kuchen-Kreation sollte folgendes beinhalten: das Rezept, das Foto des Kuchens, die Adresse der Kuchenbäckerin und eine kurze Begründung, warum dies der beste Kuchen ist.

Die 24 besten Einsendungen kommen ins Finale, wo die Teilnehmer die Chance bekommen, ihren Kuchen vorzustellen. Für das Finale werden die Kuchen zuhause in Ruhe gebacken und am Finaltag vor einer Fachjury präsentiert. Die 12 Gewinnerkreationen werden im kommenden Jahr als «Kuchen des Monats» von Ihrer Konditoreiabteilung hergestellt und in den Verkaufsstellen angeboten. Allen zwölf Gewinnerinnen winkt ein kleiner Preis, zum Beispiel ein Warengutschein im Wert von 100.-.

ZIEL DES EVENTS

Mit dieser Aktion lässt sich zum Einen grosse Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit (PR) erzielen und zum Anderen wird die teilnehmende Bevölkerung, durch die Integration in den Event an die Firma gebunden.

VORTEILE DES EVENTS

Hier steht die Gewinnung von Neukunden, respektive die Bindung der Kunden an die Firma durch Einbezug mittels Event in den Vordergrund. Die Bäckerei ist über längere Zeit bei den Kunden im Gespräch. Der Event wird zwischen Oktober und November ausgeschrieben, im Dezember bewertet und im Folgejahr veröffentlicht. So kann über ein Jahr immer wieder etwas zum Event publiziert werden. Die lokale Bevölkerung wird integriert, Mund zu Mund Werbung wird gefördert und dies alles mit geringen Kosten.

PARTNERSCHAFTEN ZUR ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Versuchen Sie, den Aufruf zum Casting in den lokalen Medien (Zeitung, Radio) zu publizieren. Der Finaltag kann auch an einem öffentlichen Ort unter Zuschauern stattfinden, wie zum Beispiel an einer Hochzeits-Messe. Sie können in die Fachjury eine prominente Persönlichkeit aus Politik, Sport oder Kultur einbinden, sowie neben externen Personen auch eigene Mitarbeiter aufnehmen (Konditorei-Chef, Lehrling).

Eine weitere Möglichkeit ist, dass ein Teil der Einnahmen gespendet wird. Wenn diese Spende wieder in die Region zurückfliesst, setzen Sie ein weiteres positives Zeichen zugunsten Ihres Betriebs und können dieses durch die lokalen Medien publizieren.



FAZIT ROLAND HENGARTNER (Marketing - Margo)

Wenn Ihre Stärken nicht im Kuchenbereich liegen, können Sie das Casting auch mit einer anderen Produktgruppe durchführen. So oder so, dieser Event bringt Ihnen bestimmt viel Sympathie in der Bevölkerung!



Erdmandli – Bürli

50 Stück

REZEPT

Baarer Erdmandli Bier	600 g
Biertreber getrocknet	200 g
Wasser	1'000 g
Weissmehl Typ 550	1'300 g
Dinkelmehl	450 g
Forza verde	20 g
Backhefe	60 g
Speisesalz	50 g
Leinsamen	200 g
Rogo neu	60 g
Zucker	20 g
Gesamtgewicht	3'960 g

HERSTELLUNG

Getrockneter Biertreber für ca. 30 Min. im Bier einlegen. (Anstelle von getrocknetem Treber kann auch 800 g nasser Treber verwendet werden und anstelle Wasser wird dann Bier für den Teig verwendet.)

Alle Zutaten zu einem plastischen Teig kneten. Knetzeit: 10 Min. im 1. Gang und ca. 4 Min im 2. Gang

Für Bürli Brüche von 2'400 g auswiegen, locker rund wirken und garen lassen.

TEMP/STOCKGARE

Teigtemperatur: ca. 25°C
Bruchgare: ca. 30 Min.

AUFARBEITEN

Bürli aufschleifen, stauben und je 4 Stück zusammengesetzt auf Gärgutträger absetzen.

Nach guter Gare die Bürli backen.

BACKEN

Ofentemperatur: ca. 240°C
Mit Dampf einschiessen und bei offenem Zug rösch ausbacken.
Backzeit: ca. 40 Min.

Dieses Produkt wurde in Zusammenarbeit mit der Brauerei Baar AG entwickelt, nähere Infos über die Zusammenarbeit und Firma erfahren Sie auf Seite 20.



Torino-Marroni – Strudel

30 Stück

REZEPT

Teig	
Blätterteig	1'500 g
Äpfelfüllung	1'200 g
Marronipüree	450 g
Torinostängel	345 g
Mandelsplitter	100 g
Gesamtgewicht	3'595 g

HERSTELLUNG

Den Blätterteig auf 1.5 mm ausrollen, in Rechtecke von 12 x 13 cm schneiden und die Ränder mit Ei anstreichen. Je ca. 40 g Apfelfüllung aufdressieren, 1/2 Torinostängeli auflegen und mit ca. je 15 g Marronipüree abdecken. Teig überlegen und auf mit Backpapier belegte Bleche mit Schluss nach unten absetzen.

Vor dem Backen mit Ei anstreichen, schneiden und mit Mandelsplitter bestreuen.

BACKEN

Ofentemperatur: 220°C
Mit Dampf einschiessen und nach halber Backzeit Zug öffnen und fertig backen.
Backzeit: ca. 25 Min.



Ricotta-Mango – Cracker

220 Stück

REZEPT

allesgute UrAcker Korn	600 g
Wasser	800 g
Weissmehl	1'000 g
Roggenmehl	200 g
PLT Verda Bäckereifett	500 g
Wasser	200 g
Backhefe	30 g
Speisesalz	25 g
Gesamtgewicht	3'355 g

Dekor:

Vitakorn Dekormix	300 g
Belag für ca. 30 Cracker	
Ricotta	300 g
Gewürze (Salz, Pfeffer, Zitronensaft, Zucker)	
Mango, geschnitten	200 g
Petersilie	

HERSTELLUNG

allesgute UrAcker Korn mit Wasser mischen und 1 Std. quellen lassen. Weissmehl, Roggenmehl und PLT Verda Bäckereifett zusammen mit Hefe und Salz in der Knetmaschine knollenfrei verreiben. Quellstück und Wasser begeben und gut mischen. In Plastik einpacken und 1 Std. kühl stellen.

AUFARBEITEN

Teig auf ca. 2.5 mm ausrollen, auf mit Backpapier belegte Bleche legen, mit Wasser befeuchten und mit Vitakorn Dekormix (oder je nach Wunsch Sesam, Leinsamen, ...) bestreuen und in Rechtecke von 10 x 5 cm schneiden oder Rondellen ausstechen. Die fertig gebackenen Cracker mit dem gewürzten Ricotta bestreichen, mit den fein geschnittenen Mangos belegen und mit Peterli ausgarnieren.

BACKEN

Ofentemperatur: 200°C
Mit Dampf einschiessen und nach halber Backzeit Zug öffnen. Backzeit: ca. 20 Min. Nach dem Auskühlen nochmals ca. 15 Min. bei 150°C trocknen lassen. Trocken aufbewahren.

Die Vielfalt war riesig, die Konkurrenz stark und die Auswahl schwierig



Pizza-Event

Abend der fliegenden Pizzen!

BESCHREIBUNG

In geschlossener Gesellschaft wird der Gruppe ein unvergesslicher Abend geboten. Nach einem Apero oder einem Welcome Drink wird auf unterhaltsame Art und Weise durch den Produktionsbetrieb geführt, wo nach einer zünftigen „Desinfektion“ erklärt wird, wie Pizzaiolos die wunderbaren, mit Leckereien belegten Teigfladen herstellen. Nach der Instruktion kreiert jeder seine Pizza selbst nach eigenem „Gusto“. Die Kreationen werden zudem selbständig in den Pizzaofen geführt.

Anschliessend geniessen alle zusammen die leckere Pizza im Restaurant der Bäckerei Pfenninger. Ist die Pizza zu klein geraten, wird nochmals eine Runde angehängt, eine wahre Meisterleistung in der Backstube! Nach einem Überraschung-Pizza-Dessert geniessen die Gäste unter Anleitung ein feines „Flämmli“, welches den Abend ganz speziell abrunden wird. Lustig, unterhaltsam und wirklich «guet»!

ZIEL DES EVENTS

Erlebnis-Gastronomie für Gruppen in ungezwungener Atmosphäre (keine Kursstimmung!)

WIE KAM ES DAZU

Am Anfang war der Gedanke, die Lokalität der Bäckerei und des Cafés besser zu nutzen. Wo konnte man Mehrumsatz generieren? Die Idee, eine weitere Filiale zu eröffnen, um die Produktion auszulasten, wurde aus verschiedenen Gründen wieder verworfen. Schliesslich entstand die Idee, einen Pizza-Event zu organisieren. Pizzas waren schon im Sortiment vom Restaurant verankert, die Infrastruktur und das Know How waren bereits vorhanden.

NUTZEN DES EVENTS

Sehr positive Image-Werbung: Seit der Event durchgeführt wird, gilt die Bäckerei Pfenninger als innovativ und trendy. Es wird vermehrt über die Firma gesprochen. Mit 20-30 Events



pro Jahr ist der Event auch finanziell interessant, da mit wenig Aufwand viele Gäste betreut werden können. Alle Rohstoffe sind vorhanden und es kann ohne Ausschuss kalkuliert werden. Da der Chef diesen Event selbst durchführt, ist die Nähe zum Kunden garantiert, was von beiden Seiten sehr geschätzt wird.

SPEZIALITÄT ZUM ANLASS

Pizza-Dessert = Crêpe mit hausgemachtem Erdbeer-Sorbet, Vanilleeis und Früchte als Décor. Das Ganze wird gefroren auf einem heissen Teller serviert. Das Pizza-Dessert findet grossen Anklang bei den Gästen.

FAZIT ROLF PFENNINGER

Die Betriebsbesichtigung, die vom Chef persönlich durchgeführt wird, wirkt sich positiv und nachhaltig auf die Kunden und die emotionale Kundenbindung aus, die auch junges Publikum anspricht und so auch die „Schwellenangst“ nimmt. Dies ist von unschätzbarem Wert.



Portrait Bäckerei Pfenninger

Gründung 1941
Inhaber Tanja & Rolf Pfenninger
3. Generation · 1 Hauptgeschäft mit Cafe
38 Mitarbeiter · Motto: Conveniencefood ist uns fremd und energieoptimierte Rohstoffe ein Muss in unserem Produktionsprozess.

weitere Events:
Osterhasen giessen · Praliné-Herstellung

Pfenninger GmbH · Parkstrasse 17
CH-6410 Goldau
www.pfenninger-goldau.ch



Russischer Salat im Brottöpfli

32 Stück

REZEPT

Teig	
Wasser	1'160 g
Hefe	50 g
Caty Grains Baguette Mix	1'000 g
Weizenmehl Typ 550	1'000 g
Gesamtgewicht	3'210 g

HERSTELLUNG

Alle Zutaten zu einem plastischen Teig kneten. 5 Min. im ersten Gang und 7 Min. im 2. Gang.
Brüchle von 3'000 g abwägen, locker rund wirken und zugedeckt garen lassen.

TEMP/STOCKGARE

Teigtemperatur: ca. 24 - 26 °C
Bruchgare: ca. 30 Min.

AUFARBEITEN

Brüchle aufschleifen und die Brötli auf Gärtträger absetzen. Eine kleine Teigkugel als Deko oben auflegen und die Brötli mit Roggenmehl stauben.

Nach guter Gare schneiden und backen.

BACKEN

Ofentemperatur: ca. 240 °C
Mit Dampf einschicken und mit offenem Zug rösch ausbacken.

Backzeit ca. 25 Min.

FERTIGSTELLEN

Von den ausgekühlten Brötli einen Deckel abschneiden, die Krume herausnehmen, mit russischem Salat füllen und den Deckel wieder auflegen.

Russischer Salat: 200 g gekochte, in Würfel geschnittene Kartoffeln, 70 g gekochte, grüne Bohnen, geschnitten, 70 g gekochte Erbsen, 70 g gekochte Karotten in Würfel geschnitten, ca. 100 g Mayonnaise. Gut würzen.



Jägermeister-Truffes

252 Stück

REZEPT

Rahm	500 g
Couverture dunkel, ghackt	1'000 g
Jägermeister	200 g
Margo cocos	150 g
Gesamtgewicht	2'720 g
weisse Couverture	

HERSTELLUNG

Rahm aufkochen, dunkle Couverture begeben, Jägermeister untermischen und Margo cocos begeben und auf ca. 26 °C abkühlen lassen.

Hohlkugeln füllen, erkalten lassen, mit weisser Couverture verschliessen und in weisser Couverture trempieren.

Mit grün eingefärbter Couverture filieren.



Lebkuchen-Minicakes

24 Stück

REZEPT

Meister Rühr & Frisch	600 g
Speiseöl	400 g
Weissmehl Typ 550	400 g
Roggenmehl	200 g
Wasser	400 g
Backhonig	300 g
Lebkuchengewürz	20 g
Aprikosen, gewürfelt	400 g
Mandelmasse	400 g
Orangensaft	50 g
Gesamtgewicht	3'170 g

HERSTELLUNG

Alle Zutaten ausser die Aprikosen bei mittlerer Geschwindigkeit im Rührwerk 3 Min. rühren und am Schluss die klein geschnittenen Aprikosen untermischen.

Die Masse zu 1/3 in Minicakesformen füllen, je ca. 15 g aromatisierte Mandelmasse eindressieren und mit restlicher Cakesmasse zu 2/3 auffüllen und backen.

BACKEN

Ofentemperatur: 200 °C
Backzeit: ca. 28 Min.

TIP AUS DER PRAXIS

Nach dem Backen die Minicakes glasieren und mit Hagelzucker bestreuen.

Unterhaltsamer Abend mit viel Lachen, fliegenden Teigen und einer gekonnten und spassigen Führung durch den Event





Interview mit Camille Bloch

Thema: Nutzen einer Partnerschaft / Zusammenarbeit



Beschreibung Zusammenarbeit:

In Zusammenarbeit mit Camille Bloch wurde aus dem Leaderprodukt Torino Branchli und dem Buttergipfel der Margo ein Pralinégipfel entwickelt. Das gemeinsame Produkt wurde 2003 unter dem Namen Torino Croissant eingeführt und ist heute ein absolutes Spitzenprodukt. Eine starke Schweizer Marke (Torino) mit dem Know-How (Buttergipfelteig) von Margo und der Kompetenz der Bäcker-Konditoren machen dieses Produkt zum Renner bei den Konsumenten!

Mit dem Trend der dunklen Schokolade wurde die Linie erweitert und der Torino noir Croissant ins Leben gerufen. Er wurde im Juni 2011 lanciert.

Herr Reber: Was sind die Stärken / der Nutzen einer solchen Geschäftsbeziehung?

Die Verbindung von zwei starken Firmen, die ihre Kompetenz erfolgreich einsetzen.

Mit dem Nutzungsrecht, das wir auf die Marke Torino haben, profitieren unsere Kunden und können dies nutzen ohne zusätzliche Kosten.

Herr Reber: Was sind die Vorteile der Zusammenarbeit für Camille Bloch?

Durch das Torino Croissant werden zusätzliche Konsumenten angesprochen und neue Kunden gewonnen. Vermehrte Kundenkontakte stärken die Markenbekanntheit. Dank einem von Margo hergestellten Spitzenprodukt wird das Markenimage gestärkt. Die Zusammenarbeit ist ein Ansporn und eine Herausforderung, eigene Prozesse zu hinterfragen und zu optimieren.

Was sind die Vorteile der Zusammenarbeit für Margo?

Ein Schokoladengipfel mit hervorragender Füllung und zusätzlicher sehr starker Marke Torino. Mit dem Nutzungsrecht, das wir auf die Marke Torino haben, profitieren unsere Kunden und können dies nutzen ohne zusätzliche Kosten. Wir haben eine Exklusivität auf das Produkt Torino im Backwarenmarkt. Aktionen und Promotionen werden je nach Möglichkeit durch das Verkaufsteam von Camille Bloch unterstützt.

Herr Reber: Was bedeutet für Sie eine gute Geschäftsbeziehung?

Vertrauen, Qualitätsbewusstsein, Motivation und Wille, sich weiterzuentwickeln, partnerschaftliche Zusammenarbeit

Herr Reber: Wo liegen die Gefahren einer Zusammenarbeit?

Mangelndes Qualitätsbewusstsein des Partners kann das Image unserer Marke in Gefahr bringen

Herr Reber: Braucht es Partner für innovative Produkte?

Dank dem Know-How eines starken Partners entstehen neue Ideen, die dann auch wirklich umgesetzt werden können.

Was für einen Nutzen hat der Bäcker-Konditor aus einer solchen Geschäftsbeziehung?

Einzigartiger Buttergipfel, gefüllt mit Torino Pralinéstengel, bestreut und vorgegart. Unverwechselbar dank dem Torino Beutel, der die Marke kommuniziert und das Handling für den Konsumenten vereinfacht.

Dank dem Know-How eines starken Partners entstehen neue Ideen.



Zur Firma
 Leitung: Chocolats Camille Bloch SA Familienbetrieb unter der Führung von Daniel & Stéphane Bloch
 Gründung: 1929
 Anzahl Mitarbeiter: 180
 Volumen: 4'000 Tonnen Schokolade
 Leaderprodukte: Torino & Ragusa (gehört zu den 20 stärksten Marken der Schweiz)

Zur Person
 Funktion: Heinz Reber
 Direktor Marketing & Verkauf
 Bei Camille Bloch seit: 1993
 Leidenschaft: Schokolade, Sport, erfolgreiche Partner und Mitarbeiter
 Herr Reber
 Portrait-Bild: Herr Reber

I han gern Schoggi aber dä Torino-Gipfel isch no besser!

