

TISCHGESPRÄCHE

AUSGABE 06 – 2023

RUNDE SECHS



ANALOG
& DIGITAL
TREFFEN SICH IM BROTRÉGAL



KONZEPTWERKSTATT

LIEBE LESERIN, LIEBER LESER



bitte nehmen Sie Platz! Unser Tisch ist gedeckt mit Ideen und Konzepten, mit Herausforderungen, Chancen und Lösungen in der Bäckerei- und Gastronomiewelt, von denen wir Ihnen erzählen möchten. In dieser sechsten Runde der „Tischspräche“ schauen wir auf spannende Themen zurück, nehmen neue Trends in den Fokus und wagen einen Blick in die Zukunft. Inmitten von Unsicherheiten wie dem Fachkräftemangel und dem Bedürfnis nach digitalem Fortschritt beschreiten wir jeden Tag einen gemeinsamen Weg, der uns optimistisch in die Zukunft blicken lässt. Dabei bleiben wir unserer Philosophie und unserem Anspruch nach wie vor treu: „Wir beleben Orte!“

DIGITALER WANDEL IN DER BÄCKEREIFILIALE

Das Jahr 2023 markierte den Beginn der digitalen Ära für Bäckereifilialen. Die Vernetzung von ERP-Systemen und IT in den Fachgeschäften hat enorme Fortschritte gemacht. Echte Bestandsführung, Self-Order-Terminals und digitale Preisschilder prägen das moderne Erscheinungsbild, während der Ladenbau sich kontinuierlich weiterentwickelt. Vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels wird die Optimierung der Prozesse am Point of Sale vorangetrieben. Arbeitsabläufe, Systematik und definierte Prozesse rücken noch stärker in den Fokus. Die Gewährleistung von Marke, Prozessqualität und das bestehende Team werden zukünftig den Erfolg des Fachgeschäfts sichern.

VERSTÄRKUNG IN DER KONZEPTWERKSTATT

Im Sommer 2023 hat die Konzeptwerkstatt strategisch aufgerüstet. Christian Horak, Karl Nisselbeck und Markus Rühl verstärken das

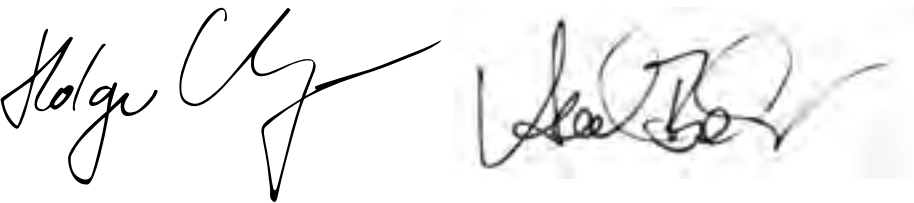
Projektteam in Neumarkt in der Oberpfalz. Jörg Oldermeyer übernimmt Verantwortung für den Bereich Westfalen und südliches Niedersachsen, während Jens Fester den Bereich Norddeutschland betreut. Die Bereiche Planung und Konstruktion wurden ebenfalls weiter gestärkt.

ERFOLGE DER ARBEITGEBERMARKEN UND RECRUITINGSTRATEGIEN

Das Team der MarkeTT kann auf äußerst erfolgreiche Monate zurückblicken. Die Entwicklung der Arbeitgebermarken zusammen mit den entsprechenden Recruitingstrategien hat positive Ergebnisse erzielt. Produktideen und Marken erhielten erfolgreiches Feedback vom Markt. Wir freuen uns, dass die eingeschlagene Richtung Früchte trägt.

Lassen Sie uns gemeinsam die Chancen nutzen, die sich uns bieten, und weiterhin erfolgreich in die Zukunft gehen. Wir sind dankbar für Ihre Unterstützung und freuen uns darauf, auch im kommenden Jahr spannende Geschichten und Entwicklungen mit Ihnen zu teilen.

Vielen Dank für Ihr Interesse!



Holger Merge, Axel Becker und das Team der Konzeptwerkstatt.

ALLES AUS EINER HAND.

Durch unsere Leistungsbereiche ArchitekturTT, MarkeTT, LadenbauTT, ConsultingTT und KücheTT vereinen wir Beratung, Konzeption, Entwurf, Planung & Umsetzung unter einem Dach. Wir sind in der Lage, den gesamten Projektprozess von A bis Z oder auch nur in Teilbereichen abzubilden.

ARCHITEKTUR^{TT}

PLANUNG, ARCHITEKTUR
& INNENARCHITEKTUR

Standortentwicklung | Planungsleistungen | Gebäudeentwurf | Raumdesign | Look & Feel | Hochbau

MARKE^{TT}

MARKENIDENTITÄT
& KOMMUNIKATIONSDESIGN

Markenentwicklung | Corporate Design | Branding am POS Web-Design | Social-Media | Recruitingstrategien

LADENBAU^{TT}

PROJEKTREALISATION
& BAUABWICKLUNG

Generalplanung | Bauleitung | Produktion | Möbelbau

CONSULTING^{TT}

STRATEGISCHE BERATUNG
& TRENDSETTING

Konzeptberatung | Markentherapie | Prozessoptimierung | Digitalisierung | Unternehmensentwicklung

KÜCHE^{TT}

FOOD-KONZEPTION
& PROZESSBERATUNG

Sortimentsberatung | Abläufe | Wareneinsatzplanung | Snackideen

DÜTT & DATT

DAS TÜPFELCHEN
AUF DEM „I“

Dekoration & schöne Dinge für Verkaufsflächen

SEITE
4

DAS SOETELAND
VON SOETEBIER
Wie Regionalität
& Nachhaltigkeit
sichtbar werden!



SEITE
20

DIE BISSIGE
GÄRTNERIN
Ein Markenerlebnis,
das nicht weh tut!



SEITE
12

DÖBBE
Der Bäcker mit
Herz baut Läden
für Menschen!



SEITE
30

O'GRETTEL
Eine märchenhafte
Genusswelt für
Oberhof!



85 Kreative, Planer & Strategen
vor unserer Werkstatt in Mettingen



MARKE WIRD HEIMAT

DAS SOETELAND

Nur als Gemeinschaft ist man stark. Um das REGIO-PUR-Netzwerk und die Filialfamilie sichtbar zu machen, hat Franzisca Mertens eine einfache Idee grandios umgesetzt: Sie hat das Soeteland kartiert! Auf dieser illustrierten Landkarte können sich aber nicht nur die Kunden orientieren, wo ihre regionalen Helden zu Hause sind, sondern auch die Mitarbeiter sind sichtbarer Teil des Soetelands.



WER SIND WIR? UND WENN JA, WIE VIELE?

Frank Soetebier war nicht zufrieden. Dabei backt er mit seiner Familie und seinem Team jeden Tag voller Leidenschaft allerbeste Handwerksprodukte: lange Teigruhe, ausgesuchte Rohstoffe aus der Region, Innovationsfreude auf Grundlage traditioneller Rezepte – zufriedene Kunden! Soetebiers beziehen ihr Getreide ausschließlich aus der Nachbarschaft und lassen es in einer traditionellen Wassermühle in Oldendorf mahlen. Kein Greenwashing, echte Regionalität und Nachhaltigkeit, die bei Soetebiers in der Familiengenetik liegt: das traditionelle Gut des Bäckerhandwerks in einer nachhaltigen Welt verankern. Das tun sie jeden Tag! Aber das haben sie niemandem richtig erzählt! ▶

IN DEM VERÄNDERTEN KONZEPT WAR DAS THEMA MITARBEITER- UND KUNDENBINDUNG EIN WICHTIGER ASPEKT.

FRANK SOETEBIER

Soetebiers Dorfbäckerei



VON
DER
MARKE



Wenn Kunden sich beim Bäcker wohlfühlen, weil sie seine Werte kennen und verstehen, kommen sie gern und immer wieder.

IN DEN LADEN



der Ladeneinrichtung nun auch dem Kommunikationsdesign. Die Graspapieroptik der Verpackungsmaterialien findet sich im HPL-Dekor an der Hinterwand des Brotregals wieder. Wenige Pinselstriche in den Markenfarben stehen nun für eine klare Identität. Die harmonische und weiche Form der Logo- und Bildsprache taucht immer wieder im Laden auf.



WIR SIND DAS



FAKTENCHECK

120 m² inkl. Nebenraum und Kundentoilette
14 m Theke (abgewinkelt) | 18 Sitzplätze

BESONDERHEITEN

TK-Schrank für Halbgebackenes für zuhause
Sonntagsverkauf über mobilen Sticken

AM MEISTEN FREUT MICH,
DASS WIR DIE BACKSTUBE
UND SOMIT DAS HANDWERK
ÜBER 3 DIGITALE MONITORE
IN DAS BROTRÉGAL
GEHOLT HABEN.

KATRIN JÄGER

Projektleitung



LADENBAU^{TT}

MARKE^{TT}



WIR SIND DAS



Robert & Stephan
Siebers und ihr Team
sind die Borbäcker.
Sie waren sich immer
ihrer Ideale bewusst.

Ihre Brote, ihr Logo, ihr Auftritt spiegeln die
Identität des Ruhrpotts, die Charaktergröße
echter Malocher und die unterschiedlichen
Persönlichkeiten der Region wider.

Diesen „Pott-Esprit“ in ein Laden- und Waren-
bild zu verwandeln, war die spannende Auf-
gabe für Katrin Jäger und unser Team. In der
Vorkassenzone des Edeka Burkowski in Essen
wurde die Markenheimat weiterentwickelt und
hat ein Zuhause „zum Anfassen“ bekommen.

Wenn schon jedes Brot seine eigene Persön-
lichkeit hat, muss auch die Warenpräsentation
außergewöhnlich sein. Die Auslage ist schräg,
gespickt mit sonderangefertigten Aufsät-
zen und Körben und ausgestattet mit einer
hochklappbaren Zwischenetage. So bleibt
die Warenpräsentation immer flexibel, leicht
handhabbar und optisch ansprechend. Der
Materialmix des gesamten Ladens ist so un-
terschiedlich wie die Menschen, die hier arbeiten
und einkaufen – da gehören Ecken und Kan-
ten, knallige Pop-Art und Neon-Leuchten eben
dazu! Außergewöhnlich ist auch die vertikale
TV-Wand als Blickfang inmitten des Brotre-
gals. Dort erscheinen nicht nur tagesaktuelle
Angebote, sondern auch der ein oder andere
Social-Media-Clip aus dem Instagram-Portfo-
lio der Backstube.

Eine innigere Verbindung zwischen Hand-
werkstradition, digitaler Signatur und Ruhr-
gebietsidylle hat es in einer Vorkassenzone
nie zuvor gegeben.





HERR MERTENS IST WUNDERBAR KUNDENORIENTIERT. ER GEHT MIT SEINER NEUEN ARCHITEKTUR AUF DIE KUNDEN ZU UND ER BEDIENT AM TISCH.



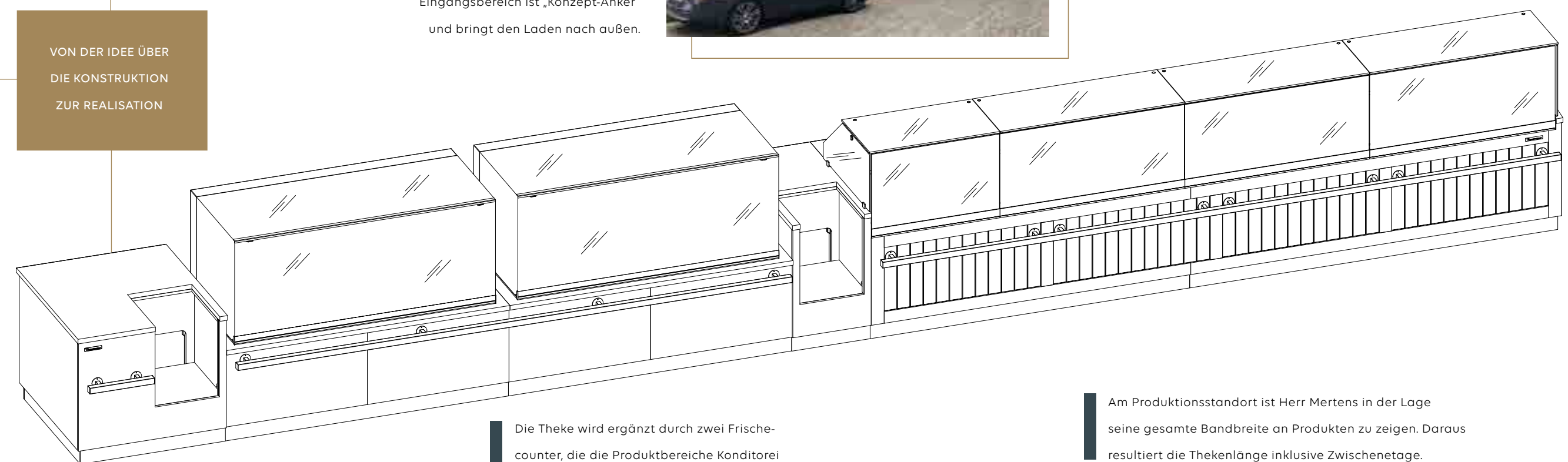
AXEL BECKER

Geschäftsführer | Dipl. Designer

Im Team Konstruktion der Konzeptwerkstatt wird das Rendering in detailgenaue Ausführungsplanungen und Zeichnungen gebracht.

Der neue Wintergarten mit Eingangsbereich ist „Konzept-Anker“ und bringt den Laden nach außen.

VON DER IDEE ÜBER
DIE KONSTRUKTION
ZUR REALISATION



Die Theke wird ergänzt durch zwei Frischecounter, die die Produktbereiche Konditorei und Snack besonders in Szene setzen.

Am Produktionsstandort ist Herr Mertens in der Lage seine gesamte Bandbreite an Produkten zu zeigen. Daraus resultiert die Thekenlänge inklusive Zwischenetage.

DER BÄCKER, DER DIE MENSCHEN BEDIENT

DAS GEWISSE EXTRA

Die Menschen in Paderborn kommen gern zu ihm. Sie fahren dafür auch bis an den Stadtrand, wo er seine Bäckerei in Verbindung mit einem Bistro betreibt. Für Markus Mertens kommt es gar nicht anders in Frage als seinen Kunden vollen Service am Tisch zu bieten – dafür lieben sie ihn. Er ist Bäcker aus Leidenschaft und bietet das gewisse Extra, indem sein Partner „Gilberts Feinschmeckerei“ seine Backwaren in ein Menu à la minute verwandelt.

KULINARISCHE SYMBIOSE

An der Struktur des Bediencafés an der Detmolder Straße wurde nichts geändert: Backstube und Küche bilden nach wie vor eine kulinarische Symbiose. Der Gastraum wurde innenarchitektonisch von der Konzeptwerkstatt offener und ansprechend gastlich gestaltet, sodass ein modernes Ladenbild entstanden ist. Von außen rückt der neue Wintergarten die Bäckerei Mertens noch mehr in den Fokus der Öffentlichkeit und kommt dem Kunden schon von der Straße her entgegen – ein ansprechendes Entrée auf dem Weg zur Ladentheke oder zum Lieblingsplatz bei einem wahrhaften Bäckergastronomen.

BÄCKER DER

VON MENSCHEN MIT HERZ FÜR KUNDEN MIT HERZ

MEHR HANDWERK
UND HERZLICHKEIT
FÜR DIE MENSCHEN
VON DER STEELER
STRASSE.

TOBIAS NEUHAUS
Projektleitung



FAKTENCHECK | Allererstes Projekt mit Döbbe | 270 m² | 66 Sitzplätze
FLÄCHEN | 100 m² Café | 26 m² Verkauf | 8,25 m² Theke | 27 m² Nebenraum + Lager
19 m² Vorbereitung | 13 m² Spülen | 9 m² Backen | 17 m² WCs | Rest: Verkehrsflächen

DÖBBE
Von Herzen Ihr Bäcker.

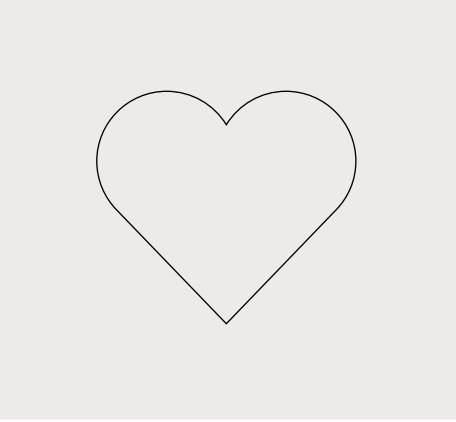


HERZEN

MARKEN



Ein freundlicher, heller Laden mit einem einladenden Warenantritt vor einer dunklen Thekenrückwand für die beste Warenpräsentation. Durch die Umgestaltung wird die Theke in den Mittelpunkt gerückt. Die neue Struktur schafft (bei gleicher Größe) mehr Platz, eine aufgeräumte Atmosphäre und ein offeneres Raumgefühl als zuvor.



BÄCKER DER HERZEN, HEIMAT DER MENSCHEN
Für Projektmanager Tobias Neuhaus beginnt die Neugestaltung dieses Fachgeschäftes nicht am Zeichentisch. Um herauszufinden, welchen Kern die Bäckerei Döbbe auszeichnet und was den Standort an der Steeler Straße ausmacht, hat er sich zuerst auf die Suche nach den Menschen gemacht, für die Döbbe jeden Tag backt. Er hat Menschen

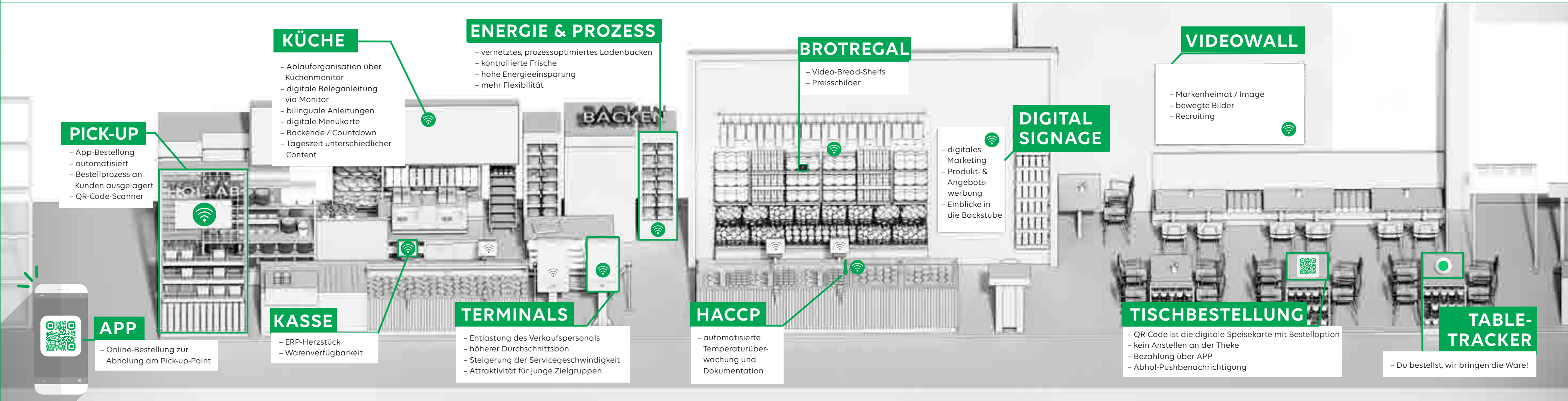
kennengelernt, die hier zu Hause sind, die hier mit der Straßenbahn zur Arbeit oder Uni fahren, die hier eine Pause vom Alltag machen. Sie alle sind sehr unterschiedliche Charaktere, wie Elke, Emir, Kim und Kalle, aber sie alle vereint auch die Suche nach einem Genussmoment, einer kleinen Auszeit, einem Treffpunkt oder einfach nach einem Ort der Herzlichkeit. Genauso sollte der neue

Laden selbst diese Herzlichkeit ausstrahlen, um zu zeigen, dass Döbbe der „Bäcker der Herzen“ ist. Für die Konzeptwerkstatt ist dies die prototypische Geschichte einer Markenverwirklichung: Zuerst muss die Marke verstanden sein. Erst dann entsteht ein Raum, der selbst einen besonderen Charakter hat und in dem sich die Charaktere, die hier einkaufen und arbeiten, zu Hause fühlen. ●

VERWIRKLICHUNG



PROZESSE OPTIMIEREN



ANALOG UND DIGITAL TREFFEN SICH IM BROTREGAL!

IBA 2023, MÜNCHEN – MESSESTAND DER KONZEPTWERKSTATT: DIE PROZESSOPTIMIERTE FILIALE



DIGITALISIERUNG IST NUR DIE HALBE WAHRHEIT
Digitalität und „KI“ erobern unser Arbeitsleben. Wie kann sie die Menschen im vielfach analogen Alltag einer Bäckerei unterstützen? Nur eine funktionierende Verbindung des Analogen mit dem Digitalen in einem neuen Bäckereifachgeschäft sorgt für ein effizientes Prozessmanagement und reibungslose Arbeitsabläufe. Die Konzeptwerkstatt hat auf der IBA 2023 praktikable Lösungen im Spannungsfeld zwischen analoger Handwerklichkeit und realisierbarer Digitalität gezeigt.

DER ANALOGE SNACK MIT „BITS AND BYTES“
Zu einem Publikumsmagneten entwickelte der neuen personal- und prozessoptimierte System-Snack-Bereich: ein hybrides Snackkonzept der Zukunft, das mit einem digital-analogen Bestellsystem die Abläufe in der Snackstation in den „Flow“ bringt – vom Bestellterminal über die Theke, vom Küchenmonitor bis zum Posten in der Küche, von der Push-Nachricht in der App bis zum Pick-Up-Point. Der Zuspruch der Kundschaft auf der IBA hat gezeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Ein erfolgreiches Fachgeschäft spricht die Menschen mit analogen Warenbildern und digitalen Präsentationssystemen nicht nur optisch an, sondern „kommuniziert“ mit den Kunden.



QR-CODE SCANNEN UND
UNSERE PROZESSOPTIMIERTE
FILIALE VIRTUELL ERLEBEN!



KONZEPTWERKSTATT



WISCHGESPIEL



DAS BESTE WARENBILD GEWINNT!

Im Zentrum der Warenpräsentation einer Premium-Bäckerei steht die Theke: die Bühne für die Ware – das Thekenglück! Sie wurde ergonomisch für das Personal weiterentwickelt. Das Premium-Brotregal Multiwand, bietet jedem Brot seinen Premium-Platz und ist anpassbar auf jedes Produkt. Das ist echte Nachhaltigkeit,

die ein hochwertiges neues Warenbild kreiert. Durch die flexibel steckbaren Warenträger bleibt der Bäcker nicht nur in der Warenpräsentation wandelbar, sondern kann automatisch mit vernetzten Monitoren und digitalen Preisschildern auf kurzfristige Bestandssituationen reagieren.

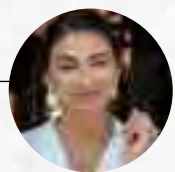


Das Fotomotiv entstand nach Vorbild der Zeichnung. Die „Bissige Gärtnerin“ wurde im Team Wippler gefunden.

SIE VERKÖRPERT DIE LEIDENSCHAFT, DIE NEUGIER UND DEN MUT, DIE ES BRAUCHT, UM AUS SCHEINBAR UNGEWÖHNLICHEN ZUTATEN ETWAS AUSSERGEWÖHNLICHES ZU ZAUBERN.

FRANZISCA MERTENS

Grafik Designerin | Marke TT



BRENNNESSELN IM TOASTER!

Was wie ein Widerspruch klingt, ist eine echte Sensation in der Bäckereiwelt. Mit einem Toastbrot hat sich Andreas Wippler aus Dresden einen Lebenstraum erfüllt und den Titel „Brotssommelier“ erlangt. Die heimischen Wildpflanzen nicht als Unkraut zu sehen, sondern auf neue Weise für den Gaumen zu entdecken, hat ihn schon immer fasziniert. Und plötzlich stand sie vor ihm wie die Muse vor dem Künstler: Die Brennnessel! In Kombination mit dem erdnussartigen Geruch von Dinkel fühlt man sich beim Hineinbeißen gleich wie auf einer frisch gemähten Wiese im heimischen Kräutergarten. So viel Persönlichkeit hat nun einen Namen: „Die Bissige Gärtnerin“.



Social-Media-Strategie aus der MarkeTT



DER AUFTRITT DER „BISSIGEN GÄRTNERIN“

Im Regal fällt Toastbrot zumeist nicht auf. Man weiß halt, wo's liegt, man weiß, was einen erwartet. Bei der „Bissigen Gärtnerin“ ist das anders! Sie ist ein Blickfang, ein Auftritt, der das Toastbrotregal aufwerten wird. Das Design der Verpackung spiegelt den Inhalt wider: Crush Corn-Papier beinhaltet Zellstofffasern aus agrarindustriellen Abfallprodukten, die wie die Brennnessel eine neue Wertschätzung erhalten, und dies verleiht dem Äußeren eine natürliche Haptik. Franzisca Mertens hat die „Bissige Gärtnerin“ liebevoll von Hand gezeichnet. Die Farbgebung fügt sich dezent dem Brennnessel-Grün, das naturgegeben als Hauptfarbe ins Auge fällt. Die Motivik spielt auf die Leidenschaft einer jungen Frau an, die mit Hingabe Pflanzen und die Natur hegt und genau weiß, welch einen Geheimtipp sie hier dem Kunden präsentiert. Die „Bissige Gärtnerin“ ist selbstbewusst, aufregend und verwegen. Sie weiß, was sie geschaffen hat, und steht voller Stolz hinter ihrem Können und ihrer geschmackvollen Kreation.

DER BEWEIS ZUR
TOAST-REVOLUTION!



PRESSE

WIPPLERS BRENNNESSEL TOASTBROT

UNSERE LEISTUNGEN

MARKEN- IDENTITÄT

KOMMUNIKA- TIONSDESIGN ILLUSTRATION

PACKAGING DESIGN

EINFÜHRUNGS- KAMPAGNE

SOCIAL-MEDIA MARKETING



ONLINE-SHOP

LUST DIE „BISSIGE GÄRTNERIN“ ZU PROBIEREN?

DIE BISSIGE GÄRTNERIN



ENRICO

Enrico Domigalle, Küchenchef der Werkstatt

Die Konzeptwerkstatt verspricht ganzheitliche Lösungen für Herausforderungen in der Gastronomie. Das ist mehr als „nur“ Ladenbau, Architektur und Marketing. Ganzheitlichkeit bedeutet auch, eine besondere Kompetenz im Herzen der Gastronomie zu haben: in der Küche!

Wenn „Du“ in die „Werkstatt“ nach Mettingen kommst, erlebst Du am eigenen Leib, was das bedeutet. Jessica und Enrico sind die Köche der Werkstatt und zeigen mit ihrem Team, wie Food-Kreativität, Warenwirtschaft und Prozessoptimierung in der Küche funktionieren und garnieren Deinen Besuch mit einer ordentlichen Portion Gastfreundlichkeit. Die Werkstatt ist mehr als ein belebter Ort, mehr als eine Location für Hochzeiten, Teamevents oder Küchenpartys – sie ist ein Showroom der besonderen Art. Hier steht schon mal der Innenarchitekt mit dem Zollstock neben dem Chefkoch. Was die Konzeptwerkstatt in Bäckereien verbaut, bewährt sich hier im täglichen Ablauf.

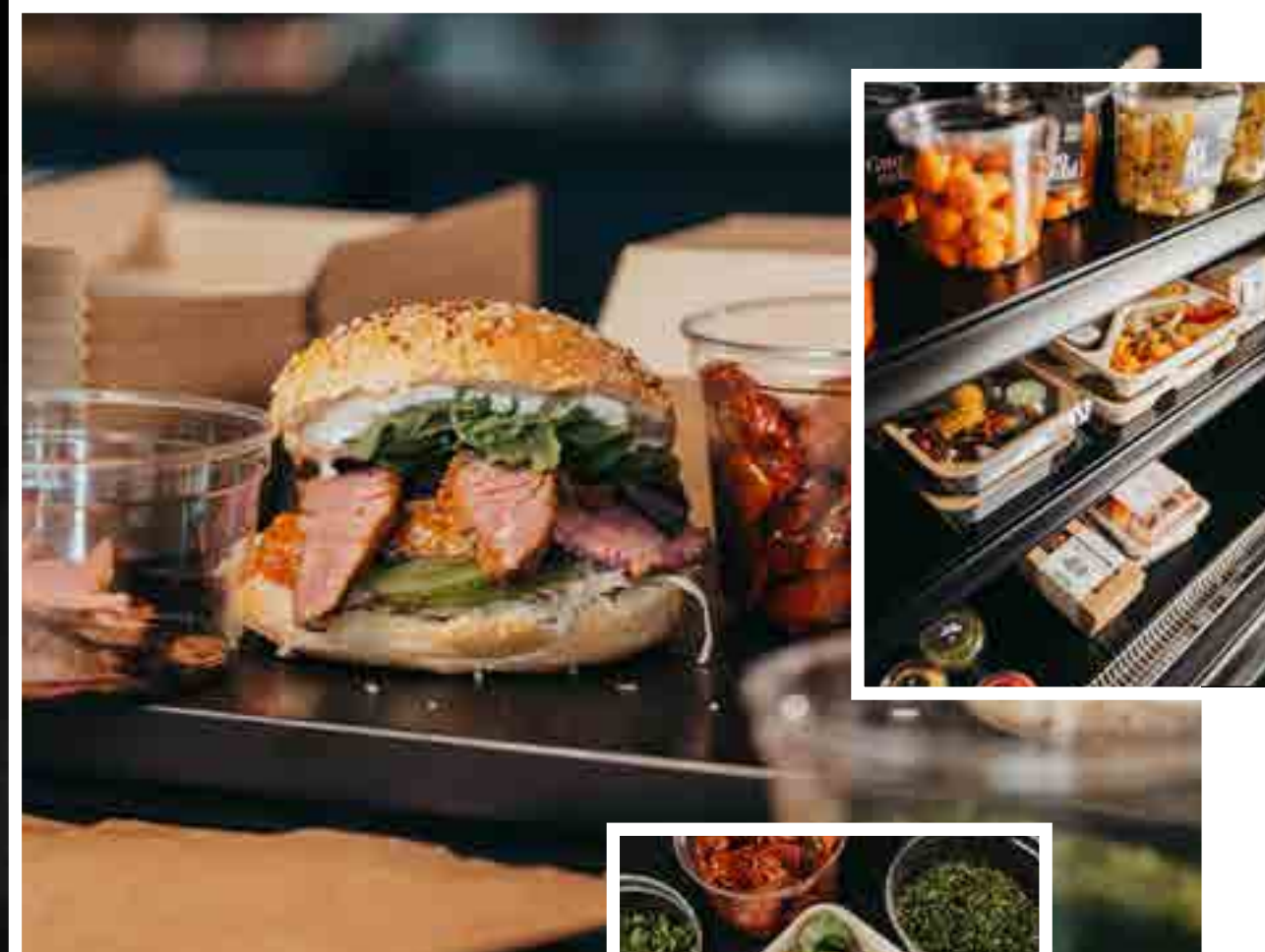
Counter mit 4 Etagen!



Vor allem sind Enrico und Jessica Food-Konzept- und Prozessberater. Sie sind auf der Höhe aktueller Trends und haben eine Marktübersicht über Rohstoffe und Systempartner. Manchmal kann ein Laden eben erst (um-)gebaut werden, wenn klar ist, welche Speisekarte zum Warensortiment des Kunden passt, welche Systemvoraussetzungen eine Küche oder ein Snackbereich haben müssen, damit die täglichen Abläufe arbeitsergonomisch und wirtschaftlich erfolgreich sind. Wie kann ein Bäcker seine Kernkompetenz „Brot“ zu einem angesagten Frühstücks-Snack in der „hippen“ Innenstadt verwandeln? Wie kann ein Firmeninhaber seiner Belegschaft eine Kantine bieten, die im Personal- und Wareneinsatz skalierbar bleibt und gleichzeitig leckeres, gesundes Essen zubereitet? Welchen Convenience-Grad kann sich ein Restaurantbetreiber erlauben, um einerseits Personalknappheit zu begegnen und andererseits hohen Standard zu kochen? ●

Jessica Krüger, stellv. Küchenchefin der Werkstatt

JESSICA



**WIR FREUEN UNS
ÜBER IHREN
KONTAKT:**

LAURA KUTSCHBACH | Head of KücheTT

☎ 05452 91989 - 21

✉ laura.kutschbach@konzeptwerkstatt.de

FOOD-KONZEPTE aus der KücheTT

ENRICO UND JESSICA ZEIGEN, WAS SYSTEMFÄHIG IST UND WIE DER KUNDE AUS DER KÜCHE HERAUS WIRTSCHAFTLICH ERFOLGREICH SEIN KANN – ZU HAUSE IN DER „WERKSTATT“ ODER DIREKT BEI DIR IM LADEN!

DIE INDIVIDUALITÄT SPIEGELT SICH IM LADENBAU DURCH CHARAKTERSTARKE MATERIALIEN UND EINZELSTÜCKE WIDER: JUNG, LAUT, ANDERS – EBEN FELIX

KATJA OBERT
Projektleitung



AUF VERTRAUEN GEBAUT

„AM ANFANG WAREN WIR NOCH NIEMAND“, sagt er bescheiden. Dabei gehört Felix Abschlag als Brotsommelier zu den besten seines Fachs. Er hat sich seinen Ruf hart erarbeitet, ist mit einem Holzofen im Anhänger auf Märkte gefahren, um dort vor Ort seiner Leidenschaft

nachzukommen: „Ich will geiles Zeug backen, das die Menschen begeistert“. Bei dem Gedanken, eine eigene Bäckerei zu eröffnen, wurde Felix von vielen Seiten nicht recht ernst genommen, bis er in Holger Merge eine Vertrauensperson gefunden hat, die ihn mit

unternehmerischem Rat und konzeptionellem Tatendrang unterstützt hat. „Holger hat erkannt, wohin die Reise gehen kann. Er war fast wie ein Unternehmensberater, der ein Gespür für meine Ideen und mein Handwerk hat.“



In der Ladenkonzeption spiegeln sich die Grundsätze des Bäckermeisters wider, nach denen er jeden Tag arbeitet: „Die Leute wollen Klasse! Geile Teige mit langer Teigführung und guten Zutaten, die auch mal was kosten dürfen. Sonst kann ich nichts backen, was so einzigartig ist. Ich will mein Handwerk zeigen, damit die Kunden verstehen, dass der Bäckerberuf etwas Besonderes ist.“

Verstanden. Holger Merge und sein Team zeigen Felix' Backhandwerk aus einer offenen Backstube heraus. Durch große Fensterfronten sieht man schon vor dem Ladeneingang den Holzbackofen, in dem jeden Tag gebacken wird. Die Ladengestaltung versprüht die rustikale Echtheit des Handwerks und das Engagement, mit der auch die Verkäufer und Verkäuferinnen hinter der Theke stehen.

„AM ENDE MUSS ALLES TOP SEIN! Wenn die Brötchen nicht alle gleich aussehen, macht das nichts – es ist eben Handarbeit. Ich freue mich, dass die Menschen immer wieder kommen. Dann weiß ich, dass es ihnen geschmeckt hat und sie mein Handwerk erkannt haben.“

FAKTENCHECK Sitzplätze 16 m² | Gesamtfläche Shop mit Sitzbereich ohne WC: 63m² | Thekenbereich mit Rückstrecke 17m² | Vorbereitung 7,7 m² | BESONDERHEITEN GEKLINKERT

RECRUITING ISLAND

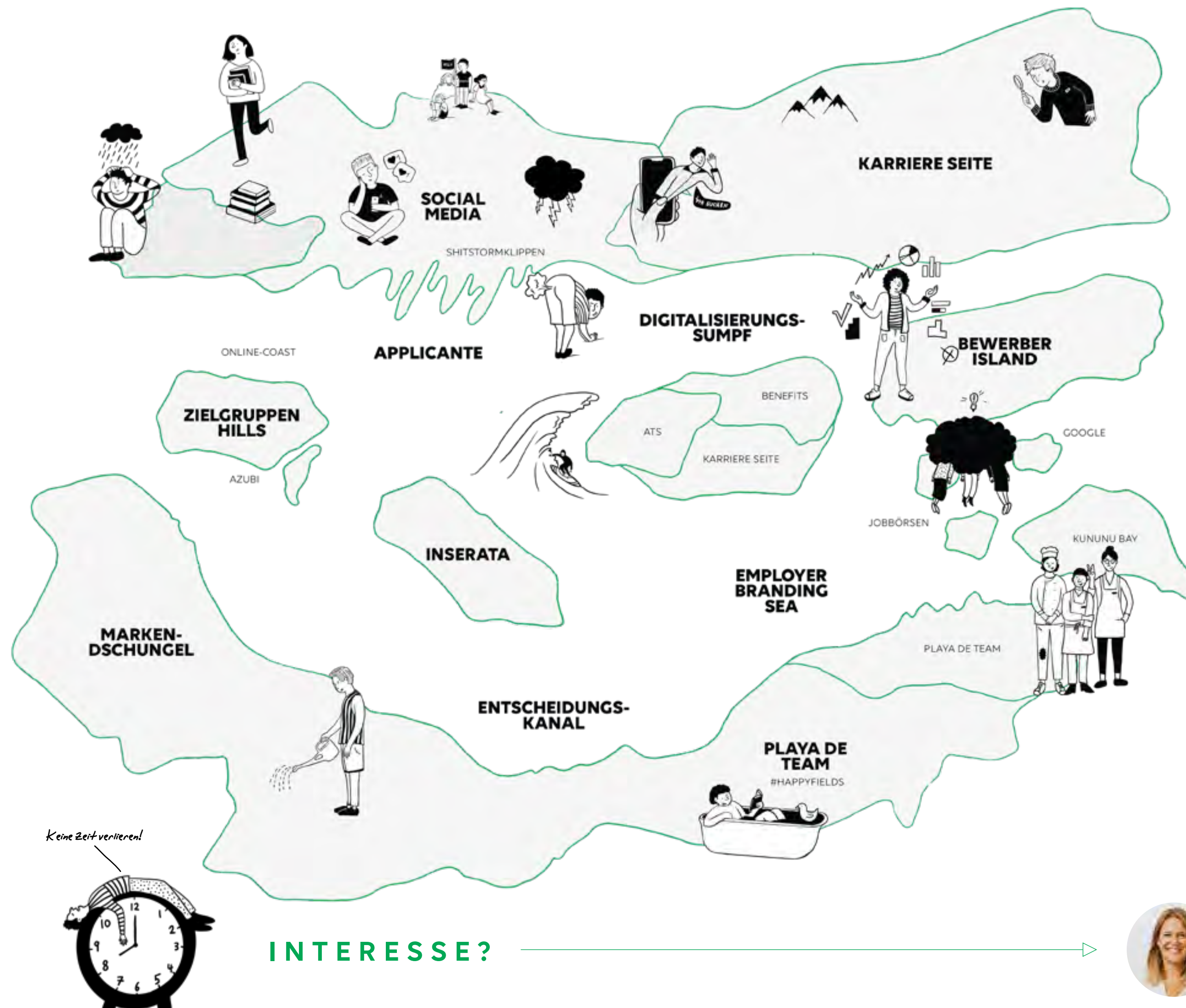
WAS HAT EIN LADENBAUER MIT RECRUITING ZU TUN?

„PAH – WENN JETZT EIN LADENBAUER AUCH NOCH RECRUITING MACHT...“
– DA HAT EINER ETWAS NICHT VERSTANDEN.

1. Die Konzeptwerkstatt ist weitaus mehr als ein Ladenbauer.
2. Personalgewinnung kann heute nur erfolgreich sein, wenn sie in ein ganzheitliches Konzept mit Verständnis von Markenidentität und zielgruppengerechter Kommunikation eingebettet ist.

WIE MAN ES SCHAFFT, DASS RECRUITING SÜCHTIG MACHT?

Sabrina Linzenmeyer hat mit ihrem Team die komplexe Reise eines Talents auf dem Weg zu einem neuen (Langzeit-)Arbeitgeber systematisiert und dabei neues Land gesichtet: „Recruiting Island.“ Manchmal ist eben im Urwald von „online, offline“, Tracking, Reichweitengenerierung und Suchmaschinen-ranking eine Reiseführerin zu empfehlen. Wenn Sie mit Ihren Bewerberinnen durch den „Marken-Dschungel“, über die „Zielgruppen-Hills“ gereist und nach einem Zwischenstopp im „Bewerber-Insel“ endlich an der „Playa de Team“ angekommen sind, darf sich Ihr Unternehmen zurücklehnen, um seine zufriedenen Mitarbeiter:innen bei der Arbeit zu bewundern.



BEI MIR
BEWIRBT SICH
KEINER!

Dieser resignierende Satz reicht schon aus, um auf drei Grundprobleme in der heutigen Personalgewinnung hinzudeuten. Denn viel eher sollte der Unternehmer bei sich beginnen und die Probleme in Fragen an sich selbst umwandeln:

FRAGE 1: „...bei mir? Wer bin ich denn eigentlich?“ Arbeitsuchende wollen sich mit ihrem Arbeitgeber identifizieren. Wenn die eigene Identität nicht klar definiert ist, kann sie auch nicht klar kommuniziert werden und verfehlt die Aufmerksamkeit von potenziellen Interessenten.

FRAGE 2: „...keiner? Wen suche ich denn eigentlich?“ Auch Arbeitsuchende lassen sich in Zielgruppen definieren, die ein Unternehmen kennen sollte. Wie alt ist meine Zielgruppe? Welche Wort-Bild-Sprache spricht sie an? Wie und wo nehmen sie mich als Unternehmen überhaupt wahr?

FRAGE 3: „...bewerbten? Die Zeiten, in denen Arbeitgebern die Türen eingelaufen werden, weil es nur wenige freie Stellen gibt, sind vorbei. Das Blatt hat sich gewendet. Heute müssen Unternehmen um die besten Talente kämpfen. Heute müssen sie sich auf dem Markt als gute Arbeitgebermarke platzieren. Heute warten Talente nicht tagelang auf die Antwort ihrer Bewerbung, sondern erwarten eine zeitnahe und verlässliche Bearbeitung. Man sieht sich mindestens zweimal im Bewerberleben, ein drittes Mal vielleicht bei einer positiven oder negativen Bewertung auf kununu.com.

SABRINA LINZENMEYER | Art Director Marketing & Sales

05452 91989 - 64

sabrina.linzenmeyer@konzeptwerkstatt.de



HANDWERK TRIFFT MODERNITÄT UND FRISCHE



FAKTENCKECK | 125 m² | zusätzlich 25 m² Terrasse | 33 Sitzplätze innen |

16 Sitzplätze außen | Thekenlänge 11m inkl. Pickup-Point und Belegzeile

WIR HABEN DIE PREMIUM-MARKE SANDER'S BACKSTUBE PERFEKT IN MODERNE, VERKAUFSAKTIVE INNENARCHITEKTUR UMGESETZT: EIN BELEBT UND BELIEBT ORT!"

AXEL BECKER

Geschäftsführer | Dipl. Designer



DER GRÜNE FADEN

Wir haben für die sander's backstube im REWE-Markt in Edemissen eine unverwechselbare Vorkassenzone gebaut. Der „grüne Faden“ unter der Decke des Ladendesigns ist nicht nur ein echter Blickfang, sondern steht auch sinnbildlich für die Konzeption. Er repräsentiert die Frische von Sanders medialem Auftritt gepaart mit der Dynamik der stringenten Produktion und verbindet gleichzeitig die Farbigkeit, die Gestaltung und den Detailreichtum in den Wandtattoos oder dem Materialwechsel im Ladenbau. Fünf Monitore erzeugen Fernwirkung, bieten ein Portfolio an Eindrücken und Informationen und steigern die Wertigkeit in der Optik.

TRUBEL UND GEMÜTLICHKEIT

Mit seinem Team hat Axel Becker eine kluge Strategie für die Kundenströme gefunden. Auch im Trubel des Wocheneinkaufs einen Ort der Gemütlichkeit zu kreieren, war der Familie Sander wichtig. Dafür haben warme Holztöne und hochwertige Materialien Einzug erhalten, die gleichzeitig dem Anspruch einer Premium-Bäckerei nachkommen. Hier fühlt man Handwerk am Puls der Zeit, wo man auf digitalen Wegen medial präsent ist und freundlich auf Kunden zugeht – so wird Ladenbau zur Quintessenz aller Markenwerte.



Rendering © KONZEPTWERKSTATT



Hochwertige, anspruchsvolle Vorkassenbäckerei der Marke sander's backstube mit Premium-Präsentation, großzügiger, digitaler Kundenansprache und modernem, gemütlichem Café

FAKTENCHECK

86 Sitzplätze |
ca. 60 Sitzplätze Terrasse |
275 m² EG | 85 m² Terrasse

BESONDERHEITEN

Die Zusammenarbeit zwischen dem TeamTT und Familie Luck geht in die nächste Runde! In Oberhof entsteht das erste O' Gretel mit besonderem Storytelling aus der MarkeTT und märchenhaftem Gebäude mit magischer Atmosphäre aus der ArchitekturTT.



COMING SOON

NEUERÖFFNUNG 2024 DES EINZIGARTIGEN THEMENRESTAURANTS

Die einzig wahre Geschichte von Hänsel und Gretel – und den Klößen.

In Oberhof tut sich was. Am Waldrand liegen zwar keine Brotkrumen, dafür liegt hier aber das Material für ein neues, einzigartiges Restaurant, das in 2024 neben Sport Luck die Gastronomie-Landschaft in Oberhof bereichern wird. Das „O' Gretel“ entsteht – ein Ort mit heimeligem Charme, thüringischem Genuss und märchenhaftem Charakter!

Wir alle kennen Gretel und ihren Bruder, doch das wahre „Happy End“ des Märchens erleben die Gäste hautnah im deutschlandweit einzigartigen Themenrestaurant „O' Gretel“. Dort lernen sie die Märchengestalt und ihre Gastfreundschaft kennen und genießen traditionelle Gerichte, wie den Thüringer Kloß, aber auch moderne Interpretationen der guten Thüringer Küche.

Gretel ist die gute Seele des Restaurants. Sie hat das Hexenhaus, in dem sie einst gefangen war, in ein geräumiges, warmes und modernes Ambiente verwandelt. Denn in der „wahren“ Geschichte dieses Märchens konnte Gretel ihren Bruder nur retten, weil sie der bösen Hexe Genuss und Geselligkeit wieder vor Augen geführt hat. Genauso werden auch die Besucher nach einer Wanderung im Wald am Tag bis in die Abendstunden Genuss und Geselligkeit in Oberhof erleben.

G RETEL

HÄNSEL



ILLUSTRATIONEN

Alle Charaktere wurden individuell für das neue Konzept aus der MarkeTT kreiert und von Franzisca Mertens gezeichnet und digitalisiert.

GUTE HEXE



„O' GRETEL“

DIE EINZIG WAHRE GESCHICHTE VON HÄNSEL UND GRETEL ... UND DEN KLÖßEN!



JETZT GANZE STORY LESEN

STORY



ES WAR WIRD EINMAL...



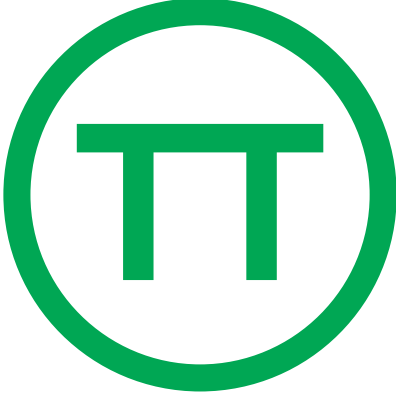
KONTAKT



HOLGER MERGE | Chef Berater
☎ +49 (0) 5452 91989-10
✉ holger.merge@konzeptwerkstatt.de



AXEL BECKER | Chef Designer
☎ +49 (0) 5452 91989-71
✉ axel.becker@konzeptwerkstatt.de



NEU
KUN
DEN →



LYDIA ALT | Neukundenkontakt
☎ +49 (0) 5452 91989-36
✉ lydia.alt@konzeptwerkstatt.de

WIR BELEBEN ORTE



KATRIN JÄGER | Konzeptberaterin
☎ +49 (0) 5452 91989-13
✉ katrin.jäger@konzeptwerkstatt.de
Büro Mettingen



JENS FESTER | Konzeptberater
☎ +49 (0) 5452 91989-97
✉ jens.fester@konzeptwerkstatt.de
Büro Plön am See



TOBIAS NEUHAUS | Konzeptberater
☎ +49 (0) 5452 91989-56
✉ tobias.neuhaus@konzeptwerkstatt.de
Büro Hagen



JÖRG OLDEMEYER | Konzeptberater
☎ +49 (0) 5452 91989-111
✉ joerg.oldemeyer@konzeptwerkstatt.de
Büro Bielefeld



CHRISTIAN HORAK | Konzeptberater
☎ +49 (0) 5452 91989-96
✉ christian.horak@konzeptwerkstatt.de
Büro Neumarkt



KARL NISSLBECK | Konzeptberater
☎ +49 (0) 5452 91989-101
✉ karl.nisslbeck@konzeptwerkstatt.de
Büro Neumarkt



SABRINA LINZENMEYER | Marke TT
☎ +49 (0) 5452 91989-64
✉ sabrina.linzenmeyer@konzeptwerkstatt.de
Büro Mettingen



RAINER KEIL | Konzeptberater
☎ +49 (0) 8131 3562401
✉ rainer.keil@konzeptwerkstatt.de
Büro München



GUIDO DÖRPINGHAUS | Konzeptberater
☎ +49 (0) 5452 91989-99
✉ guido.doerpinghaus@konzeptwerkstatt.de
Büro Schorndorf bei Stuttgart