



Qualität und Innovation auf ganzer Linie

Seit der Eröffnung der ersten BACK-FACTORY im Jahr 2002 hat sich viel am Markt getan. Als erste Selbstbedienungsbäckerei setzte das Unternehmen bei der bundesweiten Expansion auf Franchise-Partner zur lokalen Markteroberung. Heute zählt BACK-FACTORY zu den Marktführern der Selbstbedienungsbäckereien in Deutschland und will mittelfristig mit 100 weiteren Standorten wachsen. Dafür sorgt auch ein neues Coffee-Bar-Konzept, mit dem BACK-FACTORY 2009 am Markt gestartet ist.

Dabei gilt das Backwarengeschäft als vergleichsweise krisenfest: Backwaren sind in Deutschland seit Jahren das am meisten konsumierte Nahrungsmittel – und die Deutschen setzen auf Convenience. Zwei Drittel kaufen gerne und oft unterwegs ein. Hier werden noch vor den Fast-Food Restaurants Fachgeschäfte wie Bäckereien bevorzugt. 2009 konnte BACK-FACTORY mit offenfrischen Backwaren bis in die Abendstunden im Selbstbedienungsprinzip 640.000 Euro pro Standort und damit die höchsten Durchschnittumsätze in der Branche erwirtschaften. „Wesentlich für uns ist eine konsequente Qualitäts- und Kundenorientierung“, so Peter Gabler, Geschäftsführer BACK-FACTORY. Das zeigt sich auch im Angebot: Von den insgesamt 54 Artikeln sind über 30 von der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) prämiert – und das Sortiment wird kontinuierlich der Nachfrage angepasst.

McCafé der Selbstbedienungsbäckereien

Die BACK-FACTORY bietet aber nicht nur frische Backwaren bis in die Abendstunden. Seit Oktober 2009 ist das Unternehmen als erster Anbieter der Branche mit

einem neuen Konzept am Markt, das erstmals Selbstbedienungsbäckerei und Coffee-Shop verbindet. Der neue Marktauftritt im modernen Lounge-Design präsentiert sich mit neuen Kaffeewelten vom klassischen Capuccino bis zum Latte Macchiato. „Wir haben unsere Selbstbedienungsbäckerei um moderne gastronomische Elemente erweitert, um mit einer neuen Kaffeewelt zusätzliche Umsatz- und Wettbewerbspotenziale zu nutzen. Der neue Marktauftritt dient auch der Aufwertung des Konzepts und der Marke als qualitativ führende Selbstbedienungsbäckerei“, so Gabler. „Denn höchste Qualität und Frische stehen bei uns an erster Stelle – und das zum möglichst günstigsten Preis.“

Hundertfach erprobtes Konzept

Derzeit werden über 80 Prozent der 122 BACK-FACTORY Shops von Franchise-Partnern betrieben. Neben der Eröffnung eines neuen Standortes haben neue Franchise-Partner bei BACK-FACTORY auch die Möglichkeit, von der Franchise-Zentrale bereits erfolgreich am Markt eingeführte Filialen zu übernehmen. Im



BACK-FACTORY

BACK-FACTORY

BACK-FACTORY

Rahmen der Vertriebs- und Organisationsaufgaben führt der Franchise-Partner dann unter anderem die Kundengewinnungs- und Marketingmaßnahmen an seinem lokalen Markt eigenverantwortlich durch. „Der Stammkundenanteil, der mindestens einmal in der Woche zu einer BACK-FACTORY geht, liegt heute bei fast 70 % – ein Indiz dafür, dass nicht nur unser Konzept am Markt ankommt. Auch unsere Partner mit ihren Mitarbeitern können ihre Kunden begeistern“, so Gabler. Die BACK-FACTORY Zentrale liefert dafür das notwendige Know-how und unterstützt den Geschäftserfolg durch eine Vielzahl an Dienstleistungen. Hierzu zählen insbesondere kostenlose Schulungen der BACK-FACTORY eigenen Akademie zu Kundenorientierung, Service und betriebswirtschaftlichen Themen sowie eine Data Warehouse Software zur Betriebsführung, ein zentraler Einkauf, Marketingvorlagen und ein hochwertiger Ladenbau. Parallel dazu werden BACK-FACTORY Partner von der Eröffnung über das Produktmanagement bis hin zum Personalwesen durch die Betriebsberater der Zentrale persönlich beraten und unterstützt.

Weitere Informationen zur Franchise-Partnerschaft mit BACK-FACTORY:

BACKFACTORY GmbH
Frau Marion Kratz
Harderweg 3
22549 Hamburg
Tel. 040-866257.880
E-mail: franchise@backfactory.de

www.back-factory.de





Zielstrebigkeit zahlt sich aus

„I had a dream“ würde der Amerikaner sagen. „Ich habe mir einen Traum erfüllt“, sagt Mahmoud Ismail. Mit Zielstrebigkeit, viel Spaß an der Arbeit und der Unterstützung seiner Familie hat sich der gelernte Maschinenbautechniker als Franchise-Partner von BACK-FACTORY eine eigene Existenz aufgebaut. Für seinen Geschäftserfolg wurde der Unternehmer jetzt als Systempartner des Jahres 2009 ausgezeichnet.



Franchising.mag:

Herr Ismail, wie sind Sie auf BACK-FACTORY gekommen?

Ismail: „Ich bin immer gerne als Kunde in die BACK-FACTORY in Schleswig gegangen und war einfach von dem Angebot und dem Konzept begeistert. Ziemlich schnell träumte ich dann davon, eine eigene BACK-FACTORY zu betreiben. Deshalb habe ich mich mit der Systemzentrale in Hamburg in Verbindung gesetzt – und hatte Glück. Denn der Standort in Schleswig war eine systemeigene Filiale, die ich als Franchise-Partner übernehmen konnte. Im Juli 2005 war es dann soweit – ich war mein eigener Chef! Aber bei einem Standort sollte es nicht bleiben. Inzwischen betreibe ich insgesamt vier Standorte in Schleswig, Kiel und Neumünster. Meinen fünften Standort eröffne ich im Mai.“

Was braucht es Ihrer Erfahrung nach als Franchise-Partner für den unternehmerischen Erfolg?

„Neben einem guten erprobten Konzept, zählen ein fester Wille, eine gewisse Portion Mut und vor allem viel Spaß am Arbeitsalltag. Dabei ist ein hohes Maß an persönlichem Einsatz Grundvoraussetzung für den Geschäftserfolg.“

Stichwort persönlicher Einsatz – wie sieht der bei Ihnen im Arbeitsalltag aus?

„Täglich bin ich in allen meinen vier Filialen vor Ort. Wo immer ich bin, arbeite ich auch mit. Zum einen bereitet mir das großen Spaß, zum anderen verliere ich nie den Bezug zur Praxis. Das macht mich vor allem für meine Mitarbeiter glaubwürdig, weil ich weiß, wovon ich rede. Persönlicher Einsatz heißt aber auch, für eine steigende Bekanntheit am eigenen Markt vor Ort – sprich Kundengewinnung und -bindung – zu sorgen. Dafür führe ich regelmäßige Werbeaktionen durch und engagiere mich im Sponsoring von Konzerten oder lokalen Veranstaltungen.“

Was sind für Sie die Vorteile einer Franchise-Partnerschaft im Vergleich zum Einzelkämpfer?

„Als Franchise-Partner kann ich bei BACK-FACTORY auf eine starke Zentrale bauen, die mich in vielen Dingen unterstützt, so dass ich mich ganz auf meinen Markt und meine Kunden konzentrieren kann. Das reicht von der Standortsuche bis zum zentralseitigen Einkauf und Werbevorlagen. Außerdem steht mir mit meinem Betriebsberater von der Zentrale immer jemand zur Verfügung, der mich in betriebswirtschaftlichen Dingen persönlich berät und unterstützt.“

Nicht zuletzt bleibe ich mit den Schulungen der BACK-FACTORY Akademie auch immer unternehmerisch „fit“ und erhalte hier das aktuellste Marktwissen. Welcher Einzelkämpfer kann schon auf ein solches Paket zugreifen?“

Kann man als Partner von BACK-FACTORY auch eigene Ideen mit in das System einbringen?

„Selbstverständlich! Bei BACK-FACTORY wird das System gemeinschaftlich nach vorne gebracht. Dazu gibt es verschiedene Ausschüsse. Ich engagiere mich zum Beispiel aktiv im Marketingausschuss und bringe hier meine Ideen und meine lokalen Markterfahrungen für die Weiterentwicklung des Systems mit ein.“

Gibt es Dinge auf die Sie besonders stolz sind?

„Ja, ich bin wirklich stolz darauf, ein Teil von BACK-FACTORY zu sein und von den anderen Partnern zum Systempartner des Jahres gewählt worden zu sein. Und ich bin stolz auf meine sechs Kinder, die bereits im Geschäft nachrücken. So leitet eine meiner Töchter die BACK-FACTORY in Kiel, mein Schwiegersohn einen der Standorte in Neumünster und eine weitere Tochter bessert sich in meinem Geschäft neben der Schule bereits ihr Taschengeld auf. Etwas Besseres kann mir gar nicht passieren!“