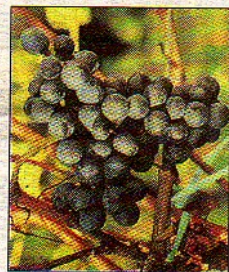


HANNA E. RYCHENER /

Die Schuldirektorin
plädiert für die Schaffung
einer Tourismus-
Fachhochschule. **SEITE 2**



WEIN / Obwohl im Kanton
Genf viel Weisswein
kultiviert wird, macht auch
die Rotweinsorte Gamaret
von sich reden. **SEITE 5**



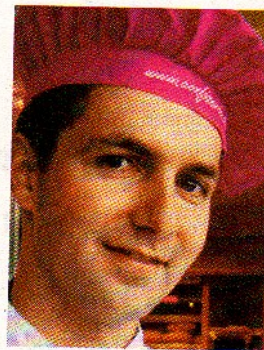
Café BISTRO
OFFIZIELLES ORGAN DES SAMSTÄGELIEN CAFFETIER-PROGRAMMS SUI

hotel+tourismus revue

DIE FAC

Die Verbrauchergewohnheiten ändern sich. Und die Menschen werden älter und verlangen stärker nach Spezialprodukten. Das können Produkte aus dem Bio- oder Functional-Food-Bereich sein. Daraus ergeben sich aber auch neue Chancen für den handwerklichen Betrieb: Es lassen sich Nischen finden, die zu guten Erträgen führen. Auf der anderen Seite schläft die Industrie nicht und deren Produkte sind heute fast überall gut und vielseitig. Wenn man sich jedoch von der Massenware der Industrie abheben will, muss man entsprechende unverwechselbare Produkte und Verkaufsargumente für seinen Laden

An den Tankstellenkonzepten wie BP und Esso sehen wir heute, wie interessant der Backwarenereich auch für andere Anbieter ist: Infolge Bequemlichkeit werden in Zukunft immer mehr Konsumenten ihren Bedarf dort decken, wo es am einfachsten geht, wo die Öffnungszeiten das Kaufverhalten nicht einschränken. Dabei nimmt der Gesamtkonsum nicht ab. Trotzdem: Zusätzlicher Druck entsteht auf die Bäckereien. Viele von ihnen tun sich jedoch noch schwer, neue Konzepte zu entwickeln.



**Die Chance für den
Bäcker heisst: Qualität
und Besonderheit.**

Die Chance für den Bäcker, sich gegen Billig-Shopping zu behaupten, heisst folglich: Qualität und Besonderheit. Dazu kommt, dass der Kunde den Grossverteiler als reinen Händler betrachtet, das Fachgeschäft jedoch als Direktvermarkter. Letzteres genießt deshalb – in Bezug auf das handwerkliche Können – einen Vertrauensbonus beim Konsumenten. Diesen Vorteil muss die Bäckerei jedoch auch ausspielen.

Die Zukunft beginnt mit jedem Tag und eine kundenorientierte strategische Planung wird so wie der richtige Standort mittel- bis langfristig nicht nur eine Erfolgs-, sondern Existenzfrage sein.

Anmerkung der Redaktion: Der im Mai von der Confiserie Bachmann AG wieder neu eröffnete Pilatushof in Luzern (Café-Bistro 5/01) bringt zur Zeit immer noch 20% mehr Umsatz mit weniger Personalkosten (www.confiserie.ch).

Comment

Matthias Bachmann
Confiseur Bachmann AG, Luzern

Eine Frage der Existenz

Grossverteiler der Lebensmittelindustrie haben schon lange das Brot als tägliches Lockvogelprodukt erkannt. Backkompetenz und die Frische des Brotes strahlen nämlich auf das übrige Sortiment ab. Die Grossverteiler haben in den vergangenen Jahren den Markt richtig eingeschätzt und viele Ideen umgesetzt.

kreieren: Produkte wie zum Beispiel Pain Paillasse, Tourtiere de Cascogne, Grand Cru Schokolade, Fototorten oder amerikanische Sujettorten. Das sind Produkte, die sich in der Massenproduktion oder mit den wenig geschulten Mitarbeitern beim Grossverteiler und in der Industriebäckerei nicht herstellen lassen.