

AN ALLES GEDACHT?

PLANUNG IST DAS HALBE LEBEN. UNSERE CHECKLISTE, ERSTELLT VON DANIELA KINKEL, HILFT IHNEN DABEI, BEI IHRER NACHT DES BACKENS NICHTS ZU VERGESSEN.

Wann?	Maßnahme	Wer?	Erledigt?
	<p>Aufsichtsbehörde</p> <ul style="list-style-type: none"> * Klären Sie zunächst mit Ihrem Kontrolleur/Prüfer von der Lebensmittelaufsicht, welche Auflagen erfüllt werden müssen und was beachtet werden muss. <p>Termin</p> <ul style="list-style-type: none"> * Uhrzeit festlegen: empfohlene Kernzeit: 20-24 Uhr; aber Sie können die Öffnungszeiten auch frei nach Ihren individuellen Gegebenheiten festlegen (z.B. 21-1 Uhr, 22-2 Uhr, 20-2 Uhr...) <p>Mitarbeiter</p> <ul style="list-style-type: none"> * Informieren Sie alle Mitarbeiter über die Aktion. * Klären Sie, welche Mitarbeiter während der Aktion arbeiten werden. * Bilden Sie ggfs. ein Organisationsteam aus Mitarbeitern; prüfen Sie, ob Sie externe Hilfe benötigen. <p>Betriebsbesichtigung</p> <ul style="list-style-type: none"> * Wenn es rund um Ihre Backstube wenig Parkplätze gibt, machen Sie, sofern möglich, auf öffentliche Verkehrsmittel aufmerksam. * Planen Sie eine „Route“ für die Besucherströme. Wo kommen die Besucher herein, wo können Sie warten, wie werden sie durch den Betrieb geführt, wo können die Besucher sich anschließend aufhalten? Bereiten Sie entsprechende Hinweisschilder (laminiert) vor und weisen Sie die Besucher mit Absperrband den richtigen Weg entlang. Gefährliche Bereiche sollten abgesperrt sein. * Entscheiden Sie, ob Sie neben der Produktion zum Beispiel auch die Lager- und Aufenthaltsräume zeigen möchten. * Je nach Anzahl der Besucher empfiehlt es sich, in kleinen Gruppen (z.B. 5-10 Personen) durch die Backstube zu führen. * Wer empfängt die Besucher, „versorgt“ sie mit Kitteln, Kopfbedeckung und „Schuh-Schutzkleidung“ und teilt sie in Gruppen auf? * Wer führt die Führungen durch? Bei vielen Besuchern sind mindestens zwei geschulte Personen empfehlenswert. * Wer arbeitet in der Produktion? * Wer übernimmt die anschließende Bewirtung und ggfs. den Verkauf? * Sorgen Sie – wenn nicht längst vorhanden – für einheitliche Kleidung mit Ihrem Logo und erstellen Sie Namensschilder für alle Mitarbeiter. * Erstellen Sie ggfs. einen gesonderten Produktionsplan für die Nacht. Planen Sie die Produktion von Backwaren in kleinen Stückzahlen ein, deren Herstellung besonders sehenswert und anschaulich ist – und die Sie anschließend verkosten lassen können. Sie können auch die von der Bundesfachschule in Weinheim entwickelten „Nacht des Backens“-Rezepte nutzen. <p>Rahmenprogramm – informativer Teil</p> <p>Nutzen Sie das Interesse Ihrer Besucher auch vor und nach dem Rundgang durch Ihre Backstube:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Schautafeln über Ihre Firmengeschichte, über die Geschichte des Backens, über die verwendeten Rohstoffe bzw. Zutaten der 		

Wann?	Maßnahme	Wer?	Erledigt?
	<p>Backwaren, über die Herstellung („Vom Korn zum Brot“), über Ihre Mitarbeiter oder über Ihr Engagement für Auszubildende sind für viele Besucher von Interesse.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Im Wartebereich können Sie einen kurzen Film über die Arbeit in Ihrer Backstube zeigen, den Sie vorab z. B. mit einem Camcorder aufnehmen können und der die Besucher neugierig macht. * Auch eine Power-Point-Präsentation kann für die Besucher von Interesse sein. * Zum Mitnehmen können Sie verschiedene Informationen bereithalten, z. B. Backwaren-Broschüren und Pixi-Bücher (siehe „Bestellung und Produktion von Drucksachen“). <p>Rahmenprogramm – „geselliger“ Teil</p> <p>Die Gestaltung dieses Teils hängt natürlich sehr von den örtlichen Gegebenheiten ab:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Wenn Sie viel Platz haben (z.B. einen geräumigen Hof) können Sie ein Zelt, Bierbank-Garnituren und Heizstrahler bestellen. Je nach Wetter hat sicher ein Teil Ihrer Besucher Lust, sich für eine Weile niederzulassen. In diesem Fall ist auch Musik im Hintergrund empfehlenswert. * Ist weniger Platz vorhanden, versuchen Sie einige Stehtische aufzustellen. <p>Bieten Sie Verlosungen, Rate-, Wissens- oder Aktionsspiele an; Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> * Jeder 25., 50. oder 100. Besucher erhält ein Geschenk Ihrer Wahl (Werbemittel, Backwarengutschein, Frühstückskorb, etc.) ... * Welcher Besucher schlingt die schönste Brezel? * Wer kann die wichtigsten Getreidesorten unterscheiden? * Lassen Sie schätzen, wie viele Getreidekörner in einem verschlossenen Glas enthalten sind. * Wer weiß, wie viele verschiedene Backwaren tagtäglich bei Ihnen hergestellt werden? <p>Bewirtung und Verkauf</p> <p>Ob Sie Ihre Gäste kostenlos bewirten oder ob Sie Getränke und Backwaren verkaufen, ist natürlich Ihre unternehmerische Entscheidung. Kollegen, die bereits ähnliche Aktionen veranstaltet haben, haben mit beiden Möglichkeiten gute Erfahrungen gemacht. Bedenken Sie allerdings die Ladenschlusszeiten.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Sie können z.B. auch Kaffee kostenlos auschenken, Sekt, Wein und Bier verkaufen. * Sie können ein Brot-Buffer aufbauen und dazu einen Sonderverkauf organisieren. * Sie können kleine Snacks zum Probieren auf Tablett herumschleppen lassen. * Zelebrieren Sie eine Brotverkostung (wie bei einer Weinprobe) und vermitteln Sie dabei Grundlagen der Sensorik; lassen Sie die Produkte entsprechend beschreiben. <p>Bestellung und Produktion von Drucksachen etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> * Das Starterpaket enthält eine CD-Rom mit diversen Druckvorlagen – prüfen Sie, welche Drucksachen Sie zusätzlich in einer höheren Auflage benötigen. 		

Wann?	Maßnahme	Wer?	Erledigt?
	<p>* Beauftragen Sie die Produktion von Hinweisschildern und Schautafeln zur Information Ihrer Besucher. * Folgende Materialien können Sie bei der Werbe-gemeinschaft (grosse@baeckerhandwerk.de) bestellen: * AID-Broschüre „Brot und Backwaren“ (allgemeine Produktinformationen für Verbraucher, Auflage 2006, Format DIN A5, kostenlos) * Folder „Zahlen, Fakten, Hintergründe 2005“ (jährlich aktualisierte Info über das deutsche Bäckerhandwerk, Auflage 2006, Format C6, kostenlos) * Pixi-Buch „Ich habe einen Freund, der ist Bäcker“ (Kinder-Bilderbuch, 3. Auflage 2005, Format 10x10 cm, 50 Stück 25,- Euro + Mwst.)</p> <p>Einladung und Anmeldung Welche Zielgruppen wollen Sie ansprechen, welche Besucher erwarten Sie – und wie wollen Sie sie erreichen? * Kunden – über Plakate, Handzettel im Laden, persönliche Einladungen (schriftlich, mündlich) * An- / Einwohner – über Plakate, Handzettel in Briefkästen einwerfen, Pressemitteilung, evtl. Anzeigen in Lokalzeitung etc. Informieren Sie Anwohner, dass vermehrt Parkplätze in Anspruch genommen werden und werben Sie im Vorfeld um Verständnis, dass es in der Nacht vielleicht einmal etwas lauter werden kann. Hilfreich kann hier auch im Vorfeld ein Gespräch mit der Polizei sein. * Lokale VIPs und Geschäftspartner – schriftliche Einladungen * Medienvertreter (Lokalzeitung, Lokal-Hörfunk, Lokal-Fernsehen) – über persönliche Einladungen (schriftlich, mündlich), Pressemitteilung (s.a. unter „Presse- und Medienarbeit“) Um die Anzahl der Besucher einschätzen zu können, bitten Sie schon in der Einladung um eine Anmeldung. Als „Anreiz“ erhält jeder angemeldete Besucher während der Nacht einen kostenlosen Becher Kaffee, ein Glas Sekt, ein Brot etc.</p>		

Wann?	Maßnahme	Wer?	Erledigt?
	<p>Presse- und Medienarbeit Machen Sie Ihre Nacht des Backens zu einem lokalen Medienereignis! * Sprechen Sie nicht nur die Redakteure Ihrer Lokalzeitung an, sondern denken Sie auch an Hörfunksender vor Ort und Ihr Lokal-Fernsehen. * Nutzen Sie die Muster-Pressetexte und Muster-Einladungen vorab, aber sprechen Sie „Ihre“ Redakteure auch persönlich / telefonisch an. * Laden Sie die interessierten Journalisten unter Umständen schon eine halbe Stunde vor der nächtlichen Öffnung Ihrer Backstube ein, damit Sie eine Extra-Führung machen und in Ruhe Fragen beantworten können. * Halten Sie – neben den oben erwähnten Info-Materialien – eine kurze, stichwortartige Information über ihr Unternehmen (so genannte „Waschzettel“) bereit; auch Infos über Ihre Innung (Zahl der Betriebe, Umsatz, Produktionsmengen, Nachwuchssituation) sind von Interesse. * Stellen Sie vorab Infos Ihrer Nacht des Backens ins Internet; lassen Sie Fotos während der Nacht aufnehmen und stellen Sie eine Auswahl davon – mit einem kurzen Resümee der Veranstaltung – ins Netz. * Verschicken Sie bei der Nachbereitung ein aussagekräftiges Foto mit einer kurzen Meldung an die Redaktionen. * Fachpresse nicht vergessen!</p> <p>Nachbereitung Die erste Nacht des Backens ist geschafft. Was ist gut gelaufen, was ist schief gegangen, was hätten wir und Sie noch besser machen können? * Bitten Sie alle Beteiligten zu einem Abschlussgespräch zusammen und sammeln Sie Plus- und Minuspunkte zusammen. * Informieren Sie die Arbeitsgemeinschaft „Nacht des Backens“ über ihre Erfahrungen; machen Sie Verbesserungsvorschläge. * Sammeln Sie nach der Veranstaltung alle Medienberichte und berichten Sie bei der nächsten Innungsversammlung über Ihre Erfahrungen – damit sich im nächsten Jahr noch mehr Ihrer Kollegen zum Mitmachen entschließen können!</p>		



FAXFORMULAR INKL. STARTERPAKET-BESTELLUNG

PER FAX, AN BACKMEDIA: 0234 - 90 199-53



Ja, ich möchte mit meinem Betrieb an der Nacht des Backens am 15./16. Juni 2007 teilnehmen.

Bäckerei _____ Innung _____

Ansprechpartner _____

Straße, Hausnummer _____

PLZ, Ort _____

email, homepage _____ Unterschrift _____

Ja, ich möchte eine Anzahl von: **Starterpaket(en)** zum Preis von je 60,- Euro bestellen!