

FALTENBEUTEL UND FOTOS

Haben Sie Spaß am Fotografieren? Dann können Sie Ihre Produkte selbst in Szene setzen. Wie das geht und was Sie dafür brauchen, erläutert Experte Harald Winkler. Dagegen können Sie die Gestaltung von Brötchentüten den Profis überlassen. Aber Sie sollten schon wissen, was Sie wollen. Praktische Tipps für wirkungsvolle Tüten finden Sie gleich im Anschluss.



Foto: Bagman

Die Brötchentüte mit Botschaft

Brötchentüten erfüllen mehr als nur eine Schutz- und Transportfunktion: Sie sind ein aktiver Werbeträger. Deshalb lohnt sich eine Brötchentüte mit individuellem Aufdruck auch für kleine Betriebe. „Der Papierbeutel transportiert nicht nur den Namen des Geschäfts, sondern auch Image und Werbebotschaft. So unterstreichen Bäcker ihren besonderen Qualitätsanspruch“, sagt **Cathrin Wohlfarth** vom **Verpackungsanbieter Bagman**.

Damit die Brötchentüte eine wirkungsvolle Botschaft an den Kunden sendet, müssen Bildmotiv und Text gut gewählt sein. Zunächst das Foto: Es muss Ihr eigenes Produkt zeigen, möglichst ganz aus der Nähe. Für die Verpackung kommen eigentlich nur Profifotos in Frage. „Sie sollten dem Betrachter Lust auf das Gebäck machen“, ist der Anspruch von Bagman. Wählen Sie das wichtigste Produkt aus dem Sortiment aus: „Am besten das Aushängeschild des Betriebs“, empfiehlt die Verpackungsspezialistin. Wer mag, kann auf verschiedenen Tütengrößen verschiedene Top-Produkte zeigen. Auch auf den Hintergrund ist zu achten: So steht zum Beispiel ein rustikales Holzbrett für Tradition und Natürlichkeit. Eine weitere Möglichkeit ist es, nicht das fertig gebackene Produkt zu zeigen, sondern dessen Herstellung – beispielsweise mit einer Nachaufnahme von Händen beim Brotwirken. In Schwarz-Weiß oder historischen Farbton Sepia abgebildet, kann ein gut fotografiertes Bild an das Bäckerhandwerk in der „guten alten Zeit“ erinnern und entsprechende Emotionen wecken – siehe die Papiertragetasche von **Bäcker Aurhammer**.



Foto: Bagman

Auf einen Text können Sie dann unter Umständen ganz verzichten. „Wenn Sie Ihre Grundsätze, Geschichte oder Geschäftsphilosophie im Wort vermitteln wollen, dann so kurz und prägnant wie möglich“, betont Cathrin Wohlfarth. Die **Bäckerei Wolloner** aus Gerzen schafft das mit einem einzigen Wort: „sau-guad“ (bayrisch für „äußerst hochwertig“). Der **Maxl Bäck** aus dem unterfränkischen Zellingen arbeitet

mit einem prägnanten Spruch auf den Tüten-Vorderseiten und einer längeren Erläuterung auf den Rückseiten. So liest man, was der Spruch „Zeit ist nicht Geld. Zeit ist Zeit“ mit dem Sauerteig zu tun hat oder warum der Maxl Bäck nichts von fertigen Tiefkühlteiglingen hält („Aufbacken ist nicht das Gleiche wie backen“). Die eigenen Qualitätsmerkmale so auf den Punkt zu bringen, das erfordert einen professionellen Texter, ob von Ihrer eigenen Werbeagentur oder vom Verpackungsanbieter. Dieser ist auch für die grafische Gestaltung zuständig, die Text, Bild und natürlich das Firmenlogo vereint. Cathrin Wohlfarth plädiert für einen modernen und pfiffigen Look. Das Ziel ist eine kreative und werbewirksame Visualisierung Ihrer Philosophie. ☺

Stärkung für Schulkinder

Dass der Erfurter **Torsten Roth** eine soziale Ader hat, beweist er auch mit einer Bemmenaktion. „Es gibt Schulkinder, die von ihren Eltern nicht ausreichend versorgt werden und die mit knurrendem Magen im Unterricht sitzen“, ist sich der Bäckermeister bewusst. Also geht er seit dem Jahr 2015 mit belegten Broten in die Schulen – und zwar wieder und wieder. „Zwei Schulen pro Woche sind keine Seltenheit“, berichtet Roth. Es gibt auch Wochen ohne Bemmen – je nachdem, wie das „Bemmenschwein“ gefüllt ist. Denn über diese spezielle Spendendose unterstützen die Kunden der **Bäckerei Roth** die gute Sache. „Ein Stammkunde gibt jeden Monat 50 Euro“, ist der Unternehmer begeistert. Von diesem Geld werden die Zutaten bezahlt und das **Erfurter Intercity Hotel** steuert Obst zum gesunden Schulfrühstück bei. Beim Schmieren helfen schon mal Fans eines Erfurter Fußballclubs. Eine Mitarbeiterin der Bäckerei Roth hält Kontakt zu den Schulen. Manchmal gibt der Bäcker seine Bemmen lediglich ab, andere Male geht er selbst in die Klassen. „Es macht richtig Spaß zu erleben, wie die Kinder sich freuen.“ Natürlich sind längst nicht alle Kinder auf das Schulbrot des Bäckers angewiesen – aber es kann ja nicht schaden, sie an Brotmahlzeiten zu gewöhnen. Nach dem schönen Motto „Gutes tun und darüber reden“ berichtet Roth immer wieder auf Facebook über seine Bemmenaktion und einen Bericht in der Regionalzeitung gab es auch. ☺



EXPERTENTIPP

Produktfotos selbst gemacht – die Technik

Unser Experte

Harald Winkler ist gelernter Marketingkaufmann und Produktfotograf.

Mit „Winkler Marketing & Kommunikation“ betreut er Bäckereien seit 25 Jahren.

Kontakt: Tel. 05136 9735471,
www.backwarenfotos.de



Mit guten Fotos der eigenen Produkte lässt sich so manches anstellen: Ob auf der Website oder Facebook, auf Plakaten oder Flyern – überall werben Gebäckbilder für Ihr Sortiment. Vor allem, wenn die Backwaren so richtig lecker aussehen. Was Sie benötigen, um Ihr eigener Food-Fotograf zu werden, das erläutert **Harald Winkler**.

Die richtige Ausrüstung: Wählen Sie eine Spiegelreflexkamera oder gute Systemkamera mit der Möglichkeit, den Aufnahmemodus zu wählen – auch die für Einsteiger empfehlenswerte Blendenautomatik oder komplett manu-

ell. Zum Beispiel mit einer Fujifilm X-T20 erreichen Sie professionelle Ergebnisse. Mit einer Auflösung von 24 Mio. Pixeln können Sie A1-Plakate gestalten. Wichtig ist

Der Blaulicht-Rabatt

Feuerwehrlaute, Polizisten oder Sanitäter: Sie sind rund um die Uhr im Einsatz und riskieren manchmal sogar ihr Leben. Ehrenamtliche Helfer opfern ihre Freizeit. „Wir wissen die Arbeit der Einsatzkräfte sehr zu schätzen und wollen ihnen etwas zurückgeben“, sagt Bäckermeister **Torsten Roth** aus Erfurt, der selbst Mitglied im Verein der Freiwilligen Feuerwehr ist und alljährlich die Polizeigewerkschaft unterstützt. Deshalb bietet er in seinem Betrieb dauerhaft 10 Prozent Rabatt für Einsatzkräfte. Ob während des Dienstes oder in der Freizeit: Bedingung ist lediglich die Vorlage eines Dienstausweises. Der Blaulicht-Rabatt ist in der Kasse angelegt und

wird auch recht gut angenommen. Die Bäckerei Roth hatte über Facebook sowie einen Flyer darauf aufmerksam gemacht.



Und nebenbei ist die schöne Geste gut fürs Image des Kleinbetriebes. ☺

Info: www.facebook.com/BaeckereiRoth