



hilfe-morgen-ist-praesentation.com

# **Resch&Frisch**

**Back's zuhause  
Vermarktungskonzept**



## Die Ausgangssituation

---

Resch&Frisch bietet mit dem **Back's zuhause** Programm **Ofenfrische** zum genießen **rund im Uhr** nach Hause. Nicht nur herzhaftes Gebäck, auch Mehlspeisen und Snacks werden angeboten – Österreichweit.

Eigentlich eine ganz feine Sache, denn wer kann einem frischen Gebäck schon widerstehen? Egal ob in der Früh, beim Frühstück, beim Bäcker in der Gastronomie ... frisches Gebäck belebt den Tag.

**Aber wer kauft denn das frische Gebäck?** Sind es die Frauen, die sonst auch für den Einkauf verantwortlich sind? Sind es Singles, die sowieso auf sich allein gestellt sind? Oder ist es eine kollektive Entscheidung?

Würde man jemanden fragen, ob er (täglich) frisches Gebäck haben will, wäre die Antwort mit großer Sicherheit „JA“. Auf die Fragen, ob man sich dieses (täglich) dann auch selber holen würde, wäre die Antwort „NEIN“ keine Seltenheit. Es gibt also eindeutig einen Unterschied zwischen Begehrlichkeit und Realität.

Die Frage, ob man (täglich) frisches Gebäck genießen würde, wenn man dieses nicht selber holen müsste, dürfte dann eigentlich mit einem sehr klaren „JA“ beantwortet werden.

**Was ist dann erst los, wenn ganz Österreich erfahren würde, dass Resch&Frisch täglich Ofenfrische nach Hause liefern könnte?**



## Die Aufgabenstellung

---

Auf den Punkt gebracht:

< **Was kann Resch&Frisch tun, damit ganz Österreich erfährt, dass mit Back's zuhause herzhaftes Gebäck und feine Mehlspeisen täglich rund um die Uhr zu Hause ofenfrisch genossen werden können?**

**Und vor allem: was kann Resch&Frisch tun, damit ganz Österreich diese Dienstleistung einmal ausprobiert, sich daran gewöhnt und zum Wiederholungstäter wird?**

Darüber haben wir uns den Kopf zerbrochen.



## Die Strategie

---

Wir empfehlen eine 2 Schienen Strategie:

- < Marken/Produktstrategie
- < Verkaufsstrategie

Die Marken/Produktstrategie dient dazu, die Marke Resch&Frsich und das Produkt „Back’s zuhause“ zu positionieren, die Verkaufsstrategie dient dazu die Positionierung in wachsende Verkaufszahlen umzumünzen.

### Zur Marken/Produktstrategie:

Aufgabe der Markenstrategie ist die Bewusstseinsbildung. Es muss durch **gezielte Kommunikation** ein **sicher vorhandenes** (wenn vielleicht auch verstecktes) **Bedürfnis geweckt werden**. Das Bedürfnis nach täglicher Ofenfrische. Jeder will es und jeder soll wissen, dass es die gibt. Die Begehrlichkeit muss/soll geweckt werden.

Es gilt mit einer gezielten Kampagne die Hauszustellung zu bewerben und die Zielgruppe dazu zu bringen, die Hauszustellung in Anspruch zu nehmen bzw. die Hauszustellung auszuprobieren.

**Vom Probekäufer zum Fan – durch entsprechende Kommunikation und entsprechenden Kommunikationsdruck.**

Verhaltens- und Meinungsänderungen können am effektivsten mit suggestiven Ansätzen erzielt werden. Dabei wird auf die für uns entscheidende Frage „**Wer will (täglich) frisches Gebäck?**“, die Antwort bereits suggestiv vorgegeben. Man muss diese „nur“ aus den



Menschen herausholen. Jeder will (täglich) frisches Gebäck, wenn er es nicht selber holen muss!

Hier ein paar Anregungen wie eine Bewusstseinsbildungskampagne im Print (Plakat, Anzeigen, Folder, Prospekte, Postwurfsendungen ...) im HF und im TV/Kino umgesetzt werden kann: Die Kampagne ist so aufgebaut, dass sie in **Modulen** je nach Bedarf, Region für Region, Bezirk für Bezirk, Stadt für Stadt, in regionalen, kommunalen, landesweiten aber auch nationalen Medien eingesetzt werden kann. Die Kampagne kommuniziert nicht nur die Hauszustellung, sondern macht Lust und Gusto auf Resch&Frisch.

Print Grundsujets

HL: **Wer will täglich frisches Gebäck?**

Bild: Brotkörberl mit frischem Gebäck.

Button: **Back's zuhause. Jetzt mit Hauszustellung in ganz Österreich.  
Bestellhotline: 0800 123 123**

Logo Resch&Frisch

HL: **Jeder mag doch frisches Gebäck, oder?**

Bild: leeres Brotkörberl

Button: **Back's zuhause. Jetzt mit Hauszustellung in ganz Österreich.  
Bestellhotline: 0800 123 123**

Logo Resch&Frisch



Nachfolgend weitere Sujetideen, welche auch den suggestiven Charakter der Kampagne betonen und die Vorteile von Back's zuhause einfach und charmant wiedergeben. Dabei steht das Produkt im Mittelpunkt. Wir zeigen immer ein resch und frisches Körberl oder appetitliche Mehlspeisen. Der Konsument kauft ja naturgemäß auch mit dem Bauch und nicht nur mit dem Kopf.

HL: **Montag, Dienstag, Mittwoch, Donnerstag, Freitag, Samstag, Sonntag.**

Bild: Brotkörberl mit resch und frischem Gebäck

Button: **Back's zuhause. Wann immer und wo immer Sie wollen.  
Bestellhotline: 0800 123 123**

Logo Resch&Frisch

HL: **6.00 Uhr für Michael, 7.20 Uhr für Daniel, 8.10 Uhr für Elisabeth,  
und 10.00 Uhr für den faulen Bernd.**

Bild: Brotkörberl mit resch und frischem Gebäck.

Button: **Back's zuhause. Wann immer und wo immer Sie wollen.  
Bestellhotline: 0800 123 123**

Logo Resch&Frisch



HL: **Greifen Sie zu!**

Bild: leeres Brotkörberl

Button: **Aus? Back's zuhause. Jetzt mit Hauszustellung in ganz Österreich.  
Bestellhotline: 0800 123 123**

Logo Resch&Frisch

Bild: Noten und Text eines Liedes.

**Backe backe Kuchen**

**Sie haben uns angerufen**

**Gebäck und Mehlspeisen sind schon im Kommen**

**Back's zuhause ist immer willkommen.**

Button: **Back's zuhause. Jetzt mit Hauszustellung in ganz Österreich.  
Bestellhotline: 0800 123 123**

Logo Resch&Frisch



HL: **Wie kommen Sie täglich zu frischem Gebäck?**

Bild: Symbol Joker/Publikumsbefragung  
Symbol Joker/50:50  
Symbol Joker/Telefon

Button: **Back's zuhause. Jetzt mit Hauszustellung in ganz Österreich.  
Bestellhotline: 0800 123 123**

Logo Resch&Frisch



Die Kampagne im HF:

HF I (30 Sekunden):

(Musik)

Er 1: **Guten Morgen!**

(Stille)

Er 1 (lauter): **Guten Morgen!**

(Stille)

Er 1 (noch lauter): **Guten Morgen!**

(Stille)

Er 1: **Wer mag heute wieder frisches Gebäck?**

(viele Stimmen gleichzeitig)

Er 2: **Ich**

Sie 1: **Ich**

Er 3: **Ich**

Sie 2: **Ich**

Kind: **Ich**

Off: **Starten auch Sie in den Tag mit der Ofenfrische von Resch&Frisch. Mit der Hauszustellung von Back's zuhause genießen Sie rund um die Uhr und zu jedem Anlass Österreichweit in minutenschnelle herzhaftes Gebäck und feine Mehlspeisen. Dem soll mal jemand widerstehen!**

Hund: **wau, wau**

Off: **Jetzt bequem bestellen: 0800 123 123 oder  
www.reschundfrisch.at**



Die Kampagne im Kino:

*(an der Leinwand erscheint folgender Text – Buchstabe für Buchstabe, Wort für Wort, Zeile für Zeile wie von einem Computer geschrieben - gleichzeitig spricht eine Stimme genau das was es an der Leinwand zu lesen gibt).*

Off: **Stellen Sie sich vor, Sie könnten wann immer so wollen!  
In Minutenschnelle.  
Täglich zu jedem Anlass.  
Egal ob bei Ihnen zu Hause, beim Nachbar, beim Chef oder im Sporthaus.  
Stellen Sie sich vor, Sie bräuchten dazu nur ein Telefon oder das Internet.**

**Was glauben Sie kommt jetzt?**

- A) das was Sie denken?**
- B) das was ihr Sitznachbar denkt?**
- C) das was wir uns gedacht haben, das Sie denken werden?**
- D) das was sie denken, dass wir uns gedacht haben, dass sie denken werden?**

**Egal, denken Sie nicht länger weiter nach.**

*(jetzt sieht man ein resch und frisches Brötkörberl mit herzhaftem Gebäck)*

**Denn das gibt es jetzt: Back's zuhause von Resch&Frisch. Ofenfrische rund um die Uhr in minutenschnelle Österreichweit mit Hauszustellung für jeden Anlass. Jetzt bequem bestellen: 0800 123 123 oder [www.reschundfrisch.at](http://www.reschundfrisch.at).**

*(Logo Einblendung Resch&Frisch)*

Off: **Hätten Sie sich das gedacht?**



## Copyright

---

1. Die am Inhalt der Präsentationsschrift bestehenden Urheber- und Nutzungsrechte verbleiben bei [www.hilfe-morgen-ist-praesentation.com](http://www.hilfe-morgen-ist-praesentation.com) auch wenn für die Präsentation ein Honorar bezahlt wird.
2. Die Weitergabe der Präsentationsschrift an Dritte sowie eine Veröffentlichung, Vervielfältigung, Verbreitung, Nachbildung oder sonstige Verwertung der präsentierten Ideen und Lösungen ist ohne vorherige Zustimmung von [www.hilfe-morgen-ist-praesentation.com](http://www.hilfe-morgen-ist-praesentation.com) nicht zulässig.