



schweizerbrot

Artikel

Brot per Mausklick

Einfach abholen oder liefern lassen – via frischesbrot.ch

Webshops und Lieferdienste gehören heute zum Standard – auch für viele Bäcker-Confiseure. Die Pandemie hat der Digitalisierung zusätzlichen Schub verliehen und mit frischesbrot.ch ist im Krisenjahr gar eine neue Plattform lanciert worden. Die Hintergründe.



Marlies Keck (<https://schweizerbrot.ch/blog/author/marlies/>)

30. Juli 2021

Seit es Internet gibt, entwickelt Albert Meier mit seiner Aplus AG massgeschneiderte modulare Software- und Webshop-Lösungen für Betriebe, mit der sie ihre gesamte Administration auf einer Plattform digital abwickeln können – von der Auftragserfassung und Fakturierung bis zur Buchhaltung und Zeiterfassung. Ein Grossteil seiner Kunden sind Bäckereien, Konditoreien und Confiserien – verteilt über die ganze Schweiz. **Bäckereien und Online-Shopping**

(<https://schweizerbrot.ch/blog/online-shopping/>) : Passt das zusammen? «Und wie!» ist Albert Meier überzeugt und fügt an: «Wer auf den Online-Kanal verzichtet, verzichtet bewusst auf Umsatz.» Geschickt aufgebaut würde ein Webshop fast dieselben Resultate erzielen, wie eine Filiale – allerdings ohne zusätzliches Personal. Natürlich sei die richtige Präsentation entscheidend, mit professionellen Fotos und aussagekräftigen Produktdeklarationen. «Hat man dies aber einmal erstellt, läuft der Rest fast automatisch.»



Online via frischesbrot.ch bestellt und schon steht die Ware zur Abholung oder Lieferung bereit.

Abholen oder Liefern lassen

Was so einfach klingt, lässt manchen aus der Branche sicher auch zweifeln. «Stimmt», sagt Meier. Doch gerade Corona habe gezeigt, wie wichtig der Online-Kanal sei. «Vor allem, wenn man beim Take-Away langes In-der-Schlange-Stehen oder ungeplante Wartezeiten vermeiden will.» Das Prinzip «Click&Collect», bei dem die Online-Bestellung zu einem bestimmten Zeitpunkt in einer Filiale abgeholt werden kann, sei denn auch der Kern von frischesbrot.ch, der neusten Plattform aus dem Hause Aplus. Das Konzept ist einfach: Online eine Bäckerei in der Region auswählen, die Ware bestellen und bezahlen. Danach das Gekaufte zum gewünschten Termin im entsprechenden Laden abholen oder – als Option – nach Hause liefern lassen. Auch ein Paket-Versand mit der Post und ein Abo sind möglich. Für die Heimlieferung setzt frischesbrot.ch auf lokale Taxianbieter und Kuriere. Hier sucht Meier stets nach neuen Vertriebspartnern. «Aktuell sind wir mit verschiedenen Verlagen im Gespräch» so Meier. Schliesslich könne man den Zustelldienst der Zeitung optimal mit einer Gipfeli- oder Brotlieferung verbinden. Gerne hätte er auch mit der «**Brot-Post**» (<https://brot-post.ch/>) der Schweizer Post zusammengearbeitet – bisher ohne Erfolg. Das sei aber nicht schlimm, da die grosse Stärke von frischesbrot.ch sowieso das Click&Collect sei.



Für die Heimlieferung arbeitet frischesbrot.ch mit lokalen Kurierdiensten zusammen, wie hier in Solothurn.

Plattform für die ganze Schweiz

«Gerade das Abholen bedeutet Zeitgewinn», erklärt Meier, denn: «Wer will schon seine Pause für das Anstehen, Auswählen und Bezahlen vom Znüni opfern?» Zudem könne man als Bäckerei auch jene Pendler ansprechen, die sonst riskieren würden, ihren ÖV-Anschluss zu verpassen – denn das Abholen in der Filiale dauere so nur noch wenige Sekunden. «Eine klassische Win-Win-Situation» sagt Meier und lächelt: «Mehr Zeit für das Znüni auf der einen Seite, mehr Kunden bzw. Umsatz auf der anderen.» Natürlich geht diese Rechnung nur auf, wenn auch möglichst viele Bäckereien ihr Sortiment auf frischesbrot.ch anbieten. Rund 15 Bäckereien aus der Deutschschweiz machen heute bei frischesbrot.ch mit. «Aktuell gibt es noch einige weisse Flecken» gibt Meier zu. Ziel sei es aber, den Service in allen Sprachregionen anzubieten, als painfrais.ch, panefresco.ch und panfrais.ch. So stehe die Plattform laut Meier auch allen rund 1100 Bäckereien-Confiserien der Schweiz offen – auch jenen, die nicht Kunde bei seiner Firma sind. Um bei frischesbrot.ch mitzumachen, zahlen Bäckereien-Confiserien einen einmaligen Beitrag von 1749 Franken. Hinzu kommt eine Provision auf jede Bestellung. Kunden von Aplus bezahlen 8 Prozent, die anderen 16 Prozent. Mit der Provision bezahle man die Transaktionskosten für die Kreditkartenbezahlung, die Taschen für die Abholung und die Werbung, sagt Meier.

«Die Kundinnen und Kunden zahlen für ihre Ware gleich viel wie im Laden». Auch die Kosten für eine Heimlieferung würden 1:1 ohne Aufschlag verrechnet. Das heisst: Im Moment schaue für seine Firma noch kein Gewinn heraus.



Eine Landkarte auf der Website von frischesbrot.ch zeigt alle teilnehmenden Betriebe.

Herausforderung Webshop

Raphael Stocker von der **Bäckerei Stocker** (<https://gipfeli.ch/>) in Zürich sieht frischesbrot.ch als optimale Ergänzung zu seinen stationären Verkaufspunkten: «Der Anspruch, frische und qualitativ hochwertige Produkte anzubieten, macht einem eigenen Webshop oft einen Strich durch die Rechnung. Gerade Produkte aus der Patisserie brauchen Kühlung und lassen sich nicht per Post verschicken.» Wollte man online sein Vollsortiment anbieten – und nicht nur lang haltbare Produkte – seien hohe Investitionen nötig, vor allem hinsichtlich Logistik. Da sei es ideal, wenn man auf den bestehenden Kurier- und Lieferdienst von frischesbrot.ch zurückgreifen könne. «Der Grossteil der Kunden, die bei uns via frischesbrot.ch bestellen, lassen sich die Produkte liefern. Meist sind es Firmen, die einen Apéro oder Business-Lunch organisieren bzw. Gipfeli und Co. als Sitzungsverpflegung anbieten.» Auch Bestellungen für Werbekampagnen, bei dem zum Flyer ein Znüni mit abgegeben werde, seien immer häufiger. «Privatpersonen holen die Produkte lieber selbst im Laden ab oder greifen eher auf das Angebot der Brot-Post zurück und lösen ein Zopf-

oder Brot-Abo.» Da der Pöstler den Weg sowieso mache, seien die entsprechenden Lieferkonditionen für den Endkunden natürlich unschlagbar. Aber eben: Das Angebot sei auf das Brotsortiment beschränkt und der Lieferzeitpunkt nicht frei wählbar. «So gesehen habe ich für jede Zielgruppe etwas – von der Laufkundschaft über den gestressten Pendler bis hin zu den Brot-Abonnenten und Geschäftskunden. Die Mischung machts.»



Raphael Stocker ergänzt seine stationären Verkaufspunkte sowohl mit dem Online-Shop von frischesbrot.ch als auch mit dem Lieferangebot der Brot-Post.

frischesbrot.ch

Über die Plattform frischesbrot.ch können Bäckereien ihr ganzes Sortiment an Brot, Patisserie und Apéros verkaufen. Den Kunden verspricht der Initiant ein schnelles Click&Collect, den Bäckereien mehr Planungssicherheit.

frischesbrot.ch (<http://www.frischesbrot.ch>)