



Backen und **bloggen**

Ein **Blog** bietet eine interessante Plattform für Bäcker. Die Umsetzung ist **leichter gesagt als getan**. Doch mit dem **richtigen Ansatz** funktioniert es.

Soziale Medien sind inzwischen ein Muss. Das gilt auch für das Bäckerhandwerk. Es gibt zahlreiche Beispiele für gelungene Facebook-Seiten und Instagram-Profile. Erfolgreich einen eigenen Blog zu schreiben, ist hingegen bisher nur wenigen Bäckern gelungen. Ganz im Gegenteil: Zu finden sind massenhaft Bäckerei-Blogs, die voller Elan begonnen wurden und jetzt irgendwo in den Untiefen des Internets ein Leben als Karteileiche fristen. Das klingt provokant, muss aber durchaus so drastisch formuliert werden. Denn ein Blog lebt von seinen Beiträgen. Und die sollten regelmäßig neu hinzugefügt werden. Geschieht das nicht, ist der Blog plötzlich keine gute Marketingidee mehr, sondern wirft beim Kunden die Frage auf, ob Sie als Bäcker überhaupt noch existieren. Dabei könnte dieses Format auch ein Erfolgskonzept sein.

Corporate Blogs. Ursprünglich waren Blogs mehr oder weniger private Onlinetagebücher. In den vergangenen Jahren hat jedoch eine Professionalisierung stattgefunden. Es ist eine eigene Branche mit verschiedenen Themenrichtungen entstanden: Essen, Handwerken, Literatur, Einrichtung, Familie. Es gibt kaum etwas, über das im Internet nicht geschrieben wird. Parallel dazu haben sich Blogs zu beliebten Marketingplattformen gemausert. Viele Unternehmen nutzen sie bereits, um die Kommunikation mit dem Kunden zu intensivieren und eine eigene Marke aufzubauen. Das Prinzip ist dabei gleich geblieben: Es werden regelmäßig Textbeiträge gepostet, die in umgekehrter chronologischer Reihenfolge erscheinen. Auch in der Backbranche gibt es gute Gründe für einen eigenen Blog. Zum

Beispiel macht ein Blick hinter die Kulissen neugierig auf das Handwerk und stärkt so letztlich die Kundenbindung. Sie schaffen einen Wiedererkennungswert und können den Verbraucher von der besonderen Kompetenz eines Bäckers überzeugen. Aber es gibt auch ebenso viele Nachteile und ein Blog ist sicher nicht für jeden die richtige Wahl. „Ich glaube, dass es für einen Bäcker vor allem funktioniert, wenn er klein, regional, hochwertig, spezialisiert und profiliert ist“, gibt Marketingexpertin Babette Lichtenstein van Lengerich aus Münster zu bedenken.

Mit Inhalten punkten. Ist die Entscheidung für einen Blog gefallen, stehen viele vor dem nächsten Problem: Worüber soll ich schreiben? Hier gilt es, eine passende Nische zu finden und sich zu fragen, wo die eigenen Stärken liegen. Was macht Ihre Bäckerei zu etwas besonderem? Konkrete Themen lassen sich viele finden. „Da kann man mal etwas über Teig machen oder ein Rezept teilen. Oder man schreibt über den Alltag in der Backstube und wie es ist, nachts aufzustehen,“ schlägt Lichtenstein van Lengerich vor. Wichtig ist vor allem, dass man regelmäßig schreibt. Alle drei Monate einen Beitrag online zu stellen, reicht nicht aus. Der Blog sollte mindestens zwei Mal im Monat aktualisiert werden. Das kostet vor allem Zeit. Deshalb sollten Sie sich schon vorher Gedanken darüber machen, wie Sie den Blog stemmen können und ob Sie das überhaupt wollen.

Werschreibt? Anders als ein Print- oder Onlinemagazin funktioniert ein Blog über die Kommunikation mit den Lesern und die vermittelten Emotionen. Das ist gar nicht so leicht umzusetzen. Authentisch einen Bäckerblog schreiben, kann deshalb eigentlich nur, wer auch die Leidenschaft für dieses Handwerk hat. „Dafür muss man einfach ganz nah dran sein und am besten noch selbst die Hände im Teig haben“, hält die Marketingexpertin fest. Kurz gesagt: Schreiben müssen Sie schon selbst. Das könnte zwar sicherlich auch ein externer Autor übernehmen, aber dann geht Authentizität verloren.

Bilder sprechen lassen. Ein ganz wichtiger Aspekt beim Bloggen sind Fotos. Und hier wird es trickreich, denn schöne Bilder entstehen nicht nebenbei. „Da muss man vorher ein bis-

chen Zeit investieren und sich Gedanken über eine Bildkomposition machen. Backwaren brauchen immer einen Kontrast und ein bisschen Farbe. Außerdem ist ein passendes Accessoire gut. Das kann zum Beispiel eine Blüte, eine Beere, ein Tuch oder ein Messer sein,“ rät Lichtenstein van Lengerich. Außerdem sollten Sie auf eine professionelle Kamera setzen. Denn obwohl die Kameras in den neuen Smartphones immer besser werden, reicht ein Handyfoto für den Blog nicht aus.

Stimmiges Gesamtpaket. Ein Blog ist vor allem im Zusammenspiel mit Sozialen Medien erfolgreich. Sie erweitern die Auffindbarkeit und bringen neue Leser. Es reicht daher in der Regel nicht aus, nur eine Plattform zu bespielen. Wenn Sie für den Blog schöne Fotos machen, sollten Sie diese auch auf Instagram, Facebook und Co. teilen. Man könnte es ungefähr so formulieren: Soziale Medien funktionieren eigentlich immer auch ohne einen Blog. Umgekehrt wird es da schon schwieriger. Soweit die Theorie. Dass es auch anders funktioniert, beweist Dietmar Kappl. Der Bäckermeister ist Produktionsleiter bei Reichlbrot, einer österreichischen Großbäckerei. Er bloggt seit etwa vier Jahren erfolgreich auf homebaking.at. Und das ohne Instagram und Co. Ausnahmen bestätigen die Regel, das gilt auch für das Bloggen. Hier lässt sich viel über die Theorie diskutieren, in der Praxis sieht es möglicherweise doch ganz anders aus.

Und jetzt. Bei der Entscheidung für oder gegen einen Blog gibt es viel zu bedenken. Von den technischen und rechtlichen Herausforderungen ganz zu schweigen. Aber all das kann man lernen. Lassen Sie sich nicht von Themenwahl, Fotografie oder Sozialen Medien abschrecken. Die entscheidende Frage sollte lauten: Habe ich Spaß daran und möchte ich die Zeit investieren? Denn Bloggen sollte man ganz oder lieber gar nicht machen.

Jennifer Höhenberger

Mit den Fotos wollen Sie beim Leser ein bestimmtes Gefühl erzeugen. Sorgen Sie deshalb für Farbe im Bild. Backwaren brauchen unbedingt einen Kontrast.

Setzen Sie Accessoires ein. Wenn Sie zum Beispiel ein Weizenbrot fotografieren möchten, legen Sie ein paar frische Ähren dazu.

Gehen Sie nah an das Objekt heran und achten darauf, dass Sie den Fokus richtig setzen.

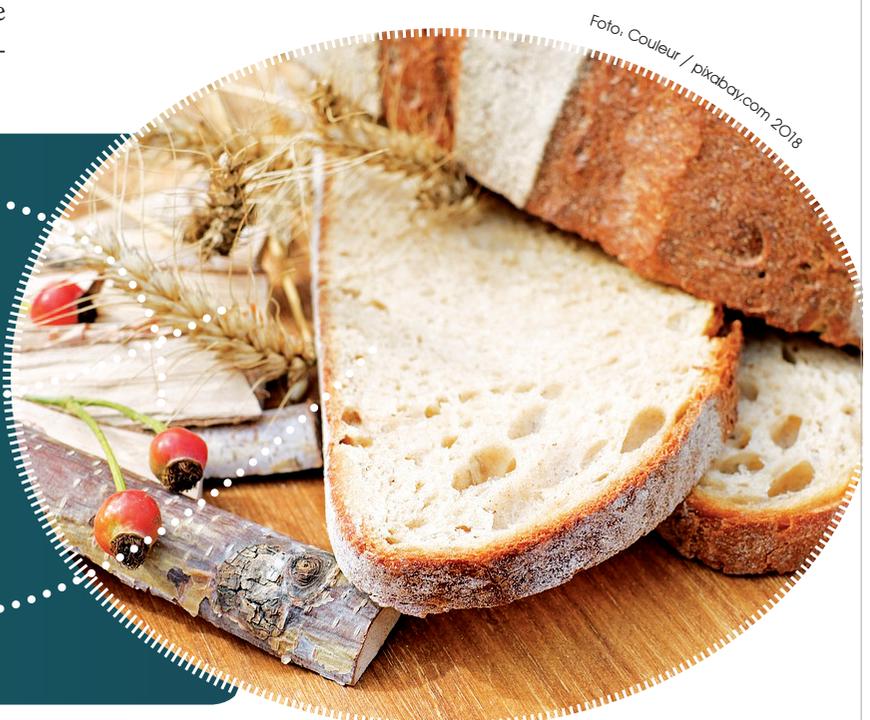


Foto: Couleur / pixabay.com 2018

Dietmar Kappl macht's vor

Back Journal: Wie sind Sie auf die Idee gekommen, einen Blog zu schreiben?

Kappl: Der Grundgedanke war: Wir machen als Bäcker eine ehrliche Arbeit. Das ist echtes Handwerk. Und dann gab es aber das Problem, wie man dem Kunden genau das verständlich machen kann. Viele denken nämlich gar nicht darüber nach und wissen es vielleicht auch nicht. Ich wollte transportieren, was wir in der Bäckerei machen. Dann hatte ich die Idee, einen Blog zu schreiben und bin damit zum Chef gegangen.

Back Journal: Wie hat ihr Chef reagiert?

Kappl: Der wusste, wenn ich etwas anpacke, dann mache ich es richtig. Er hat mich einfach gelassen. Ich war mir auch sicher, wenn es aufgeht, dann ist das für mich als Bäcker ein Alleinstellungsmerkmal. Weil es damals noch keine bloggenden Bäcker gab – inzwischen sind ja immer noch nur sehr wenige. Dann habe ich erst einige Inhalte vorbereitet und nach ein paar Monaten sind wir online gegangen.

Back Journal: Verfolgten Sie mit dem Blog ein bestimmtes Ziel?

Kappl: Nein. Ich bin erst einmal komplett ins Blaue gestartet. Natürlich hofft man, dass es funktioniert und möglichst viele Leute lesen, was man fabriziert. Aber dass es dann wirklich so viele werden, damit hätte ich nicht gerechnet. Ich habe einfach den richtigen Zeitpunkt getroffen.

Back Journal: Wie groß ist denn Ihre Reichweite?

Kappl: Am Anfang waren es nur ein paar hundert Aufrufe. Das ist dann aber ziemlich schnell gewachsen. Im April diesen Jahres wurde der Blog rund 400.000 angeklickt. Inzwischen hat sich eine richtige Community versammelt, die fleißig kommentiert.

Back Journal: Sind Sie auch in den Sozialen Medien unterwegs?

Kappl: Auf Facebook ja, aber ansonsten nicht. Der Blog explodiert auch so schon. Außerdem gibt es in den Sozialen Medien so viele Leute, die einfach nur Blödsinn schreiben oder meckern wollen. Auf dem Blog ist das nicht so. Da kommen die Leser, weil sie Interesse haben und dann ist auch die Kommunikation ganz anders.

Back Journal: Inwiefern beeinflusst das Bloggen Ihre Arbeit?

Kappl: Der Blog hat einen positiven Effekt. Es ist so: Im Alltag kommt man in der Backstube meist gar nicht dazu, Sachen auszuprobieren. Aber mit dem Blog bin ich ja quasi gezwungen, immer wieder etwas Neues zu entwickeln oder alte Rezepte, mit denen ich nicht ganz zufrieden war, zu optimieren. Das ist ein richtiger Aha-Effekt und ich lerne unheimlich viel dazu. Vor



Foto: Dietmar Kappl, 2018

Dietmar Kappl ist Produktionsleiter bei Reichlbrot in Österreich und gleichzeitig Blogger – und das mit großem Erfolg.

allem wenn Leser Fragen stellen, die ich nicht sofort beantworten kann. Dann recherchiere ich und probiere aus, bis ich eine Antwort habe.

Back Journal: Hatten Sie nie Angst vor Rezeptklau?

Kappl: Ich habe überhaupt kein Problem damit, meine Rezepte preiszugeben. Im Gegenteil: Das zeigt doch meine Kompetenz und das Know-how, was dahintersteckt. Letztendlich findet man im Internet sowieso jede Menge Anleitungen. Da ist es dann doch egal, ob es von mir kommt oder nicht. Und wenn der Bäcker aus Deutschland auf meine Seite geht und meine Rezepte nutzt, ist das auch keine Konkurrenz. Im Übrigen gebe ich auch Kurse bei der Bäckerakademie in Weinheim. Viele Teilnehmer kommen mich einige Zeit später in der Produktion besuchen. Dann frage ich immer, ob sie schon etwas aus dem Kurs ausprobiert haben. In den allermeisten Fällen ist die Antwort Nein. Das ist bei dem Blog sicherlich ähnlich.

Back Journal: Worüber schreiben Sie?

Kappl: Rezepte, Basiswissen, Einsatzmöglichkeiten. Ich versuche auch auf Leserwünsche einzugehen. Deshalb habe ich Anfang des Jahres viel mit Dinkel und Urgetreide gemacht. Jetzt ist Sommer, da mache ich eher mediterrane Dinge. Die Themen müssen einfach interessant sein. Lieferantinfos, wo zum Beispiel die Milch herkommt – das will keiner lesen. Die Leser wollen hochwertige Rezepte, mit denen sie etwas anfangen können. Die müssen aber auch dem Hobbybäcker zuhause gelingen.

Back Journal: Können Sie ungefähr abschätzen, wie viel Arbeit hinter einem Beitrag steckt?

Kappl: Ich versuche mindestens einmal in der Woche einen Beitrag zu posten. Davon lebt der Blog schließlich. Dann probiere

ich erst sechs bis sieben Produkte aus und was funktioniert, wird fotografiert. Danach schreibe ich. Aber das ist ja nicht alles: Ich beantworte auch jeden Kommentar. Wenn sich jemand die Mühe macht und mir ein Feedback gibt, hat er es auch verdient, eine Antwort zu bekommen. Wenn ich aufhöre zu kommentieren, kann ich auch gleich aufhören zu bloggen. Insgesamt würde ich sagen investiere ich zwischen 20 und 25 Stunden in der Woche.

Back Journal: Bringt Ihnen der Blog auch etwas, außer, dass es Spaß macht?

Kappl: Auf jeden Fall! Das ist eine richtige Datenbank. Ich kann genau nachvollziehen, welche Beiträge häufig geklickt werden, was die Menschen gerade interessiert. Das kann einem sonst niemand so genau sagen. Am Blog kann ich ablesen, was der Konsument vermisst, weil er es nirgendwo findet oder zumindest nicht in gewünschter Qualität. Darauf kann ich reagieren. Im Grunde sehe ich an den Klickzahlen, was meine A-Produkte sind.

Back Journal: Was ist Ihrer Meinung nach besonders wichtig?

Kappl: Wenn du ansprechende Fotos hast und gute Beiträge schreibst, kommen die Leser von ganz alleine und du wirst auch in Foren verlinkt. Wichtig ist, dass du regelmäßig neue Artikel veröffentlichst. Außerdem machen Bilder extrem viel aus. Durch sie wird ein Blog lebendig. Ich fotografiere jedes Produkt



Auf homebaking.at teilt Bäckermeister Dietmar Kappl seine Rezepte. Er ist damit allerdings eher die Ausnahme. Nicht viele Bäcker schafften es bisher, erfolgreich einen Blog zu schreiben.

so etwa 30 Mal, dann suche ich die besten Fotos raus und stelle sie auf den Blog. Am Ende habe ich immer eine Bildergalerie. Das kommt ganz gut bei den Lesern an.

Back Journal: Würden Sie anderen Bäckern empfehlen, einen Blog zu schreiben?

Kappl: Nur wenn sie komplett verrückt sind und nicht wissen, was sie mit ihrer Freizeit machen sollen (lacht). So ein Blog macht viel Arbeit. Und wenn dann muss man es mit Herzblut betreiben – ganz oder gar nicht. Darüber sollte der Bäcker sich vorher im Klaren sein, sonst ist die Mühe vergebens.