

# MARKETING



Mit Speisezeit können Sie ihre Ernährung flexibel gestalten



Verpflegung für mich gemacht.



**SPEISEZEIT**  
 SpeiseZeit GmbH  
 SpeiseZeitstraße 6A  
 52372 Kreuzau  
 Tel. +49 (0) 2422-50 24 006  
 Fax +49 (0) 2422-50 24 007  
 info@speisezeit.de  
 www.speisezeit.de

**SPEISEZEIT**

Der neue Auftritt ist klar und signalstark. Kompetenzaussage „Speisezeit - Verpflegung für Sie gemacht“ bedeutet ganzheitlich und individuell.



Die frühere Markenführung war foodbezogen, weniger individuell auf Kundengruppen fixiert. Das alte Logo wirkt eher verspielt.

Unsere Kunden vertrauen auf uns von Hamburg bis München, von Mainz bis Berlin:



SpeiseZeit GmbH  
 Am Dester 3  
 52372 Kreuzau  
 Fon +49-2422-50 24 006  
 Fax +49-2422-50 24 007  
 E-Mail: info@speisezeit.de  
 Internet: www.speisezeit.de



## Starker Auftritt

Corporate Branding in der Gemeinschaftsgastronomie heißt konkret Markenführung nach innen und außen. Experte Fridolin Dietrich zeigt am Beispiel des Catering-Unternehmens Speisezeit die Entwicklung und Wirkung einer neuen Markenidentität auf.

Anne und Jan Vermeegen, Unternehmer aus Düren, haben bereits vor zehn Jahren erkannt, dass die Gemeinschaftsverpflegung ein Wach-

tumsmarkt ist. Heute beschäftigt ihr Unternehmen Speisezeit GmbH 100 Mitarbeiter, die 3.000 Essen täglich für 45 Einrichtungen zubereiten und

organisieren. 2014 wurden die Zielgruppen Senioreneinrichtungen und Betriebe ins Leistungsportfolio aufgenommen. Anlass genug, den Markt



Fridolin Dietrich, Chef des Beratungsunternehmens Dietrich ID, München.

auftritt zu überarbeiten und dabei die Marke zu schärfen, um ein einheitliches Bild bei den nun unterschiedlichen Zielgruppen zu erhalten.

● **Grundlagen:** Aus der intensiven Gastbindung resultiert ein besonderer Anspruch an Werten wie Vielfalt, Qualität und Nachhaltigkeit der Speisen und Getränke. Und Werte werden in Marken verankert, damit sie auch gelebt werden können. Dabei unterliegt die Markenführung in der Gemeinschaftsverpflegung einer Besonderheit. In der Regel kommen Schüler, Studenten, Patienten, Mitarbeiter oder Bewohner nicht wegen der gastronomischen Leistung in die Einrichtung. Der Gast entscheidet also nicht über das Angebot selbst, dennoch nutzt er es. Entscheider für den jeweiligen Anbieter der Gemeinschaftsgastronomie ist die Einrichtung und deren Verantwortliche. Das hat Auswirkungen auf die Kommunikation, denn sie muss zwei Zielgruppen mit unterschiedlichen Botschaften dienen.

### Zwei Zielgruppen – zwei Botschaften.

Um die Veränderung sichtbar und spürbar zu machen, wurde zusammen mit den Markenspezialisten von Dietrich Identity München ein neuer Marktauftritt entwickelt. Mithilfe von Ergebnissen aus Experteninterviews wurden zentrale Erkenntnisse, Stärken und Eigenschaften der „Speisezeit Markenidentität“ formuliert. Dabei stand die Entwicklung der neuen Speisezeit-Positionierung im Mittelpunkt. Die Kernkompetenz ist die

Fokussierung auf die individuellen Bedürfnisse der Einrichtungen wie Unternehmen, Schulen und Seniorenheime.

● **Botschaft:** Die Kompetenzaussage „Speisezeit – Verpflegung für Sie gemacht“ drückt diese Kundenorientierung exakt aus. Verpflegung für Sie gemacht bedeutet nicht nur die Zubereitung und Ausgabe der Speisen, sondern auch, mit Rat und Tat bei der Planung eines ganzheitlichen und individuellen Verpflegungskonzepts zur Seite zu sein.

● **Zielgruppen:** Bei über 45 Einrichtungen und einem stark individualisierten Angebot ist die Informations- und Transparenz wichtig. Hierfür wurde bei der Ansprache zwischen Einrichtungen B-2-B und Gästen B-2-C differenziert. Dazu gehört ein Internet-

### Orientierung und Vertrauen schaffen.

auftritt für die Einrichtungen sowie ein direkter Zugang zu dem tagesaktuellen Menüangebot mit der Möglichkeit der individuellen Speiseplanung und Bezahlung. Ganz aktuell werden für die Zielgruppen Schulen und Kitas, Unternehmen und Senioreneinrichtungen individuelle Informationsbroschüren erstellt.

● **Resonanz:** Jan Vermeegen zum Feedback seiner Kunden: „Alle reagieren durchweg positiv auf den modernen Markenauftritt.“ Die deutliche Herausstellung des USP erleichtert die Argumentation bei Interessenten, die Modularität helfe ihm sein individuelles Leistungsportfolio zusammenzustellen.

● **Credo:** In stark wettbewerbsorientierten Branchen ist Corporate Branding heute ein zentrales Instrument der strategischen Unternehmensführung geworden. Die Unternehmensmarke positioniert dabei das Unternehmen bei den Verantwortlichen der Einrichtungen ebenso wie bei den Gästen und erzeugt ein einheitliches Markenimage in der Öffentlichkeit. Die Corporate Brand schafft somit wertvolle Orientierung und wirkt dabei nach innen und nach außen.



PROFESSIONAL

## Die GV Food Experten

Kombinieren Sie aus einer großen Auswahl einzelner Saucen, Beilagen und Hauptbestandteilen ihre Menüs! Als Marktführer\* im LEH wissen wir was Ihre Kunden wollen!

- die große Vielfalt einzelner, fertiger Zutaten zum Kombinieren
- frische Saucen – selbst gekocht
- eigene Hackfleischherstellung
- IFS / Bio / MSC-zertifiziert



Besuchen Sie uns auf der Internorga!  
World of Synergy, Halle A1 Stand 222

Prima Menü GmbH · Westring 24  
D-33818 Leopoldshöhe  
[www.einfach-prima.de/GV\\_Foodservice](http://www.einfach-prima.de/GV_Foodservice)

\* Marktführer im Einzelhandel für TK Currywurst und Aufläufe lt. GfK