

Auf dem Weg zum „Schokomeister“



Schokolade selber machen – ein Kindertraum, den **Ritter Sport** mit seiner **Schoko-Werkstatt** wahr macht. Die gibt es im heimischen Waldenbuch schon länger. Hieraus entstand die Idee, diese Werkstatt auch als **mobile Promotion** in Lebensmittelmärkten zu organisieren. Der Startschuss dafür fiel 2007. In enger Zusammenarbeit mit dem Kunden hat die Münchner **Combera GmbH** diese Aktion von der Idee, über Konzeption und Gestaltung bis zur Durchführung im Detail realisiert. „Das Projekt hat uns schon in



Rund 27.000 Kinder und Jugendliche machen pro Jahr bei der Schoko-Werkstatt von Ritter Sport mit.

der Entwicklung und Vorbereitung gefesselt“ sagt Kerstin Hohenberger, Bereichsleiterin Promotion/Events. In diesem Jahr ist die „Schoko-

Schmiede“ seit März und noch bis November unterwegs. Kinder und junge Leute von 6 bis 18 Jahren erfahren hier Hintergrün-

de zur Schokolade, lernen einiges über Produktion und Hygiene. Der Clou aber ist: Die Kids stellen sich ihre eigene Schokoladenkomposition aus diversen Zutaten zusammen und füllen diese – natürlich – in „echte“ Ritter Sport 100-g-Tafel-Formen. Außerdem gestalten die Kids auch ihre eigene Verpackung. So kann jeder Teilnehmer am Ende des Workshops seine **selbst hergestellte Ritter-Sport-Schokolade** mit nach Hause nehmen. Dazu gibt es dann noch das Zertifikat „Schokomeister“.

Für Routine sind die Aufgaben zu vielfältig

Obwohl mittlerweile im sechsten Jahr, ist die mobile Schokowerkstatt keine Routine, zu vielfältig sind die Aufgaben: Akquisition des Personals, Timing, Auswahl und Koordination der Lebensmittelgeschäfte nach Abstimmung mit dem Ritter Außendienst, Ausstattung und Materialorganisation und Briefing der Promoter gehören dazu.

Konzeptionelle Arbeit und Umsetzung in der Praxis

Die Anforderungen an die Umsetzung einer Aktion wie der Schoko-Werkstatt sind durchaus anspruchsvoll. Basierend auf dem vorhandenen Konzept aus Waldenbuch erfolgt die Umsetzung in die Praxis. Es

gilt Dinge **zu organisieren** wie Werbemittel, Ausstattung, Event-Fahrzeuge, Zelt, Geräte, Arbeitsmittel wie Zutatenpender, Kittel, Schälchen für Zutaten und zum Mischen sowie Hygieneartikel, Formen, Zertifikate, Plakate, Einladungstexte, Workshop-Unterlagen und mehr. Combera kann dies leisten, weil die Bereiche Werbeagentur, Database Marketing, Marketing Services und Rent a Sales Force intern gut zusammenspielen und **komplette Lösungen** bieten.



Promotion für Schokolade auch in den Märkten.

Drei Tonnen Schokolade im Einsatz



Kerstin Hohenberger, Bereichsleiterin Promotion/Events, Combera GmbH

An welchen Standorten findet die mobile Schoko-Werkstatt statt?
Kerstin Hohenberger: Die Outlets werden nach Kriterien wie Fläche, Verfügbarkeit Strom und Wasser, Verkehrslage –

wegen der Sicherheit der Kinder –, aber auch der Attraktivität des jeweiligen Geschäfts selektiert. Wir bewerten diese dann anhand der Faktoren Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel, Einzugs-

gebiet Schulen/Horte. Und natürlich stimmen wir das mit dem Vertrieb von Ritter Sport ab.

Wie hat sich die Schoko-Werkstatt im Lauf der vergangenen sechs Jahre entwickelt?

Im Schnitt nehmen pro Termin rund 500 Kinder an drei Tagen teil. Wir hatten aber auch schon bis zu 1.000 Kinder an drei Tagen in diesem Jahr. Nur zum Vergleich: 2007 kamen knapp 22.000, 2011 schon 27.000 Kinder in die mobile Werkstatt. 2012 erwarten wir noch mehr.

Wie viel Schokolade „verarbeiten“ die Kids während eines Jahres?
Rund drei Tonnen!