

WakuWaku ist seit dem 7. November 08 Deutschlands erstes Bio-Wok-Restaurant in Hamburg. Dort werden leckere Wok-Gerichte aus aller Welt in Bio-Qualität angeboten. Die abwechslungsreichen und gesunden Speisen werden frisch mit dem Wok zubereitet um eine möglichst kurze Wartezeit zu ermöglichen, wertvolle Inhaltsstoffe zu erhalten und Fett zu sparen.

Es werden ausschließlich Bio-Zutaten zur Herstellung der Speisen benutzt, was eine echte Alternative zum gewohnten Fast-Food-Angebot darstellt.

Unter anderem verfolgt WakuWaku das Ziel, den Energiebedarf um mind. 30%, im Vergleich zu anderen Fast Food Konzepten, zu reduzieren. Dafür werden wir die neuesten, innovativsten Geräte genutzt. Darüber hinaus wird sorgfältig auf die verwendeten Materialien der Innenausstattung, Dekoration und Architektur der Restaurants geachtet.

Des Weiteren bietet WakuWaku einen ganz besonderen Lieferservice an:

Mit einem lila Lastenrad machen sie die Hamburger Innenstadt unsicher, bringen die frischen Bio-Woks in Büros und Wohnungen und schonen gleichzeitig die Umwelt.

Konzept:

Um die Marke für Passanten noch allgegenwärtiger zu machen, sollten zusätzlich Snack-Fahrräder in der Innenstadt eingesetzt werden, die immer wieder an bestimmten Haltestellen stoppen und so den Passanten ermöglichen, kalte Snacks zum Mitnehmen zu kaufen. Zusätzlich sollten auf den Fahrrädern Visitenkarten und Flyer mit der Speisekarte, einer genauen Beschreibung der Routen und Haltestelle sowie des Standortes des Restaurants ausgelegt werden.

Dies sollte auch auf der Homepage und Facebook-Seite zu finden sein.

Passend dazu sollte eine App entwickelt werden, mit der man die Routen und Haltestellen erfassen kann und sogar von seinem eigenem Standort das Snackfahrrad orten kann, welches in nächster Zeit gleich in der Nähe hält.

Hierzu könnte ein Gewinnspiel stattfinden, bei dem man z.B. Rabatt-Gutscheine gewinnen kann indem man einfach zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist.

Zusätzlich sollte es die Möglichkeit geben, einen Newsletter oder RSS-Feed zu erhalten und somit darüber informiert zu werden, wenn eine neue Aktion läuft, ein Vertrag mit einem neuen Bio-Partner abgeschlossen wurde, eine neue Filiale eröffnet wird oder wenn neue Speisen in die Karte aufgenommen werden.

Dabei sollte auch ein Umfrage gestartet werden, welches Produkt die Kunden gerne einmal auf der Karte sehen möchten. Aus den besten und häufigsten Vorschlägen wird dann anhand eines Votings entschieden, welches Produkt für einen Monat zusätzlich angeboten wird - frei nach dem Motto "Wünsch dir was".

So ist die ständige Nähe zu den Kunden garantiert, wobei sogar individuell auf diese eingegangen wird und sie sich so in gewisser Weise schon fast dazu verpflichtet fühlen, das Restaurant zu besuchen.

Eventuell könnte eine Plakatserie mit den Personen entstehen, die für das Gewinner-Produkt gevotet haben. Dadurch, dass keine Models abgelichtet werden würden, käme das ganze so authentisch und natürlich rüber wie die Bioprodukte, für die geworben wird.

Um die drastischen Unterschiede zwischen gewöhnlichem Fastfood und ihren Produkten zu verdeutlichen, könnten zweispaltige Nährwert-Tabellen gedruckt werden - auf der einen Seite Produkte wie Cheeseburger, Pommes und Currywurst und im Gegensatz dazu Alternativen von WakuWaku wie z.B. die Bio-Currywurst auf der anderen Seite. Hier darf die Nährwert-Ampel nicht fehlen um den Effekt optisch noch einmal zu verdeutlichen.

Diese Tabellen könnten ebenfalls als Flyer ausliegen und verteilt werden und vielleicht auch auf die Rückseiten von WakuWaku-Sammelkarten gedruckt werden (das 10. Produkt gratis) und somit den Kunden zweifach anregen, sich auch das nächste Mal wieder für die gesunde Alternative zu entscheiden.