

BAKO AKTUELL

- 10 MEISTERLAND: Trinkbare Lebensfreude

TREND-UMSCHAU

- 12 Energiepreise: Das kostet uns Energie

BRANCHE AKTUELL

- 18 „Tag des Deutschen Brotes“: Vielfalt verbindet Deutsche Bäcker
- 22 „Tag des Deutschen Brotes“: Impressionen

SAUERTEIG & BACKHEFE

- 24 Typoisch Handwerk: Voller Geschmack

IM BLICKPUNKT

- 34 Bäckerei Hoffmann, Münsingen: Handwerklich abgehoben
- 38 Neues aus dem Bäckerland

IM GESPRÄCH

- 40 Wilko Quante, BZV: „Mehrwert gemeinsam erzeugen“

SPÜLMASCHINEN, REINIGUNG, HYGIENE

- 44 Im Handumdrehen sauber

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

- 54 Reibungslos in der Elternzeit



AUSSER-HAUS-MARKT

- 58 Snackreise X: Fusionsküche – ein Snack wie eine Weltreise
- 60 Milchalternativen: Kaffee sucht Partner

MARKETING & VERKAUF

- 62 Marketing mit Charakter (Teil II): „Ich bin die Marke“
- 64 Ohne Training keine Qualität

MESSEN

- 66 Expo Martin Braun: Ideen aus der Praxis für die Praxis

SNÄCKERMEISTER

- 70 Vandemoortele: Strandkorb-Snacking – Stimmung ahoi!

WARENKUNDE

- 75 Laugengebäck II: Die Brezel – Symbol und Kult(ur)snack

AUS- & WEITERBILDUNG

- 79 Kennzahlen III: Sedi-Wert
- 80 Bäcker-WM: Titelverteidigung gelungen
- 81 Aktuelle Termine

WEITERE RUBRIKEN

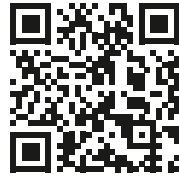
- 6 Personalien
- 8 Nachrichten
- 14 Medien-Mix
- 68 Marktplatz
- 84 BAKO im Markt
- 98 Vorschau/Impressum

Sauerteig & Backhefe

Tief im Teig



Spülmaschine, Reinigung, Hygiene



SCAN ME

Hier geht's direkt zur Website:
www.baeko-magazin.de

Dazu den Code einfach mit dem
QR-Code-Reader im Mobil-/Smartphone
abfotografieren.

Titelfoto: Teigmacherei/
Adalbert Bartenschlager



Der Spezialist für den kompletten Backstubenbau



Kompetenz in Planung und Ausführung
durch über 100 gebaute Bäckereien.
Schlüsselfertig zum Festpreis.



Individueller stützenfreier Grundriss.
Massivbau mit glatten Innenwänden
und wartungsfreien Fassaden.



DIETRICH FERTIGBAU

Hans Dietrich Fertigbau GmbH und Co. KG
Hermannstraße 2 • 33189 Schlangen
Tel. (0 52 52) 98 76 30 • Fax (0 52 52) 98 76 50
www.dietrich-fertigbau.de



CEBP wählt neuen Vorstand



Zum Abschluss der UIBC-Weltmeisterschaft der jungen Bäcker fand beim europäischen Dachverband der Bäcker und Konditoren in Europa, CEBP, die ordentliche Vorstands- und Mitgliederversammlung statt. Hier wählte die Generalversammlung der CEBP, die rund 190 Tsd. Betriebe repräsentiert, in Berlin einstimmig **Dominique Anract** zum neuen Präsidenten. Der Präsident des französischen Bäckerverbands folgt dem schwedischen Bäcker- und Konditormeister **Günther Koerffer** im Amt. Zur Seite steht ihm künftig als Vizepräsident **Marios Papadopoulos**, Konditor aus Griechen-

land und Mitglied im griechischen Bäckerverband Hellenic Federation of Bakers. Zudem wählte das Gremium **Josef Schrott**, Innungsmeister des Bundesverbands der Bäcker Österreich, sowie **Daniel Schneider**, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks, zu weiteren Mitgliedern des Vorstands. Künftig wird der Vorstand durch **Christopher Kruse** (Deutschland) und **Mika Vayrynen** (Finnland) beraten. Generalsekretär des CEBP bleibt **José María Fernández del Vallado** aus Spanien. ■

Der Österreicher **Johannes Warmuth** (35) gehört ab sofort zum Kreise der „Chocolate Ambassadors“ von Barry Callebaut. Damit ist er der erste

Ambassador für Österreich. Zuletzt trat er im Kampf um den Titel „Chocolate Master“ für Zentraleuropa und damit um den Einzug ins Finale

der „World Chocolate Masters“ in Paris an. In der Vergangenheit glänzte Johannes Warmuth schon bei zahlreichen Wettbewerben. ■



Elisabeth Svoboda



Eugen Nuss

Schnellere Bearbeitungszeiten bei höchster Beratungskompetenz und dem Einsatz von modernen Planungstools für alle Produktbereiche sind die Ziele von Hobart bei der Zuarbeit von Planungen. Dafür hat sich der Offenburger Spültechnikhersteller kürzlich neu organisiert und Verantwortungsbereiche entsprechend erweitert. **Eugen Nuss** und **Elisabeth Svoboda** widmen sich seit Jahresbeginn gemeinsam diesem Aufgabenfeld. In ihrer neuen Funktion stellen die beiden notwendige Hilfsmittel und Ressourcen zur Verfügung, um besonders Fachplaner und planende Händler bei der Auswahl und Spezifikation der passenden Produkte zu beraten und zu unterstützen. Dabei decken Svoboda und Nuss bereichsübergreifend die gesamte Spül- und Speisereste-Entsorgungstechnik, Fördertechnik, Wagenwaschanlagen sowie die Gar- und Zubereitungstechnik ab. ■

Das Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) hat 24 Betriebe der deutschen Lebensmittelwirtschaft mit dem Bundesehrenpreis geehrt. Ausgezeichnet wurden Produzenten für Back- und Fleischwaren sowie verarbeitete Obst-, Gemüse- und Kartoffelprodukte. Die Preis-

träger haben zuvor bei den Qualitätsprüfungen der DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft) mit ihren Produkten die besten Gesamtergebnisse in vergleichbaren Betriebsgrößen erzielt. Die diesjährigen Preisträger aus der Backbranche sind u. a. **Bäckerei-Konditorei Kotter**, **Landbäcke-**

rei Kerscher, **Mayka Naturbackwaren**, **Feinbäckerei Otten**, **Hanina** und **die Backstube Wünsche**.

Details zu den Bundesehrenpreisträgern 2022 der Bäcker sind abrufbar unter: www.dlg.org/de/lebensmittel/qualitaetspruefungen/bundesehrenpreise. ■

JACOBI DECOR
Decorartikel aller Art für Konditorei- und Backwaren

www.jacobi-decor.de
info@jacobi-decor.de • Tel: 02241-397030

Delta EIS-WASSERKÜHLGERÄTE

Delta Bäckerei-Maschinen Wilhelm Hölscher GmbH
Sundernstr. 149 • D-33335 Gütersloh
fon +49 (0) 5241/21205-0 • fax +49 (0) 5241/21205-29
E-Mail: info@delta-back.de
Internet: www.delta-back.de

Überdurchschnittliches Engagement

In Würdigung seines jahrzehntelangen, überdurchschnittlichen Einsatzes haben die Mitglieder von Ostdeutschlands größter Landeshandwerksorganisation **Roland Ermer** zum „Ehrenpräsidenten des Sächsischen Handwerkstags“ ernannt. Der Lausitzer Bäckermeister aus Bernsdorf bei Hoyerswerda nahm die Ehrung am in Dresden bei einem Frühjahrsempfang des Sächsischen Handwerkstags im Beisein von mehr als 100 hochrangigen Gästen aus Politik, Wirtschaft und Verwaltung entgegen. Ermer, seit 2011 zugleich Landesobermeister des Landesinnungsverband Saxonica des sächsischen Bäckerhandwerks im Freistaat und Aufsichtsratsvorsitzender der BÄKO Ost, hatte zwischen 2011 und Mitte 2021 an der Spitze der größten Landeshandwerksorganisation im Osten Deutschlands

gestanden. In diesem Zeitraum – so dessen Amtsnachfolger, Handwerkspräsident **Jörg Dittrich (l.)**, in einer Laudatio – habe der 58-Jährige durch vielfältige Aktivitäten dazu beigetragen, das Profil der Organisation als branchenübergreifendes politisches Sprachrohr des sächsischen Handwerks zu schärfen. ■





Zufrieden, wenn
Sie zufrieden sind.

Mit dem **SI-Meisterstück**, der umfangreichen Gewerbeabsicherung exklusiv für das Lebensmittelhandwerk, schützen Sie Ihren Betrieb optimal bei Personen-, Sach- und Vermögensschäden. Und als Extra: **Der Baustellen-Schutz**, der Sie während der Dauer einer Baustelle mit umsatzfördernden Maßnahmen unterstützt. Profitieren Sie von unseren **Sonderkonditionen für Innungsmitglieder**. Nähere Informationen finden Sie unter: www.wir-sind-baecker.de/meisterstueck. Oder schreiben Sie uns direkt an: lebensmittelhandwerk@signal-iduna.de



Mit freundlicher Unterstützung
durch den Zentralverband des
Deutschen Bäckerhandwerks e. V.



WIR SIND
BÄCKER

SIGNAL IDUNA



gut zu wissen



„BROTKULTUR HAT UNSER LAND GEPRÄGT“

Gitta Connemann will sich als neue Botschafterin des Deutschen Brotes (*mehr auf S. 18ff.!*) stark machen für Anerkennung und Wertschätzung des Bäckerhandwerks, die sich auch in entsprechenden Entlastungen ausdrücken soll.

Sie sind für das Bäckerhandwerk keine Unbekannte, haben sich mehrfach in Diskussionen eingebracht und waren auch schon Gastrednerin beim Parlamentarischen Abend des Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks. Daneben engagieren Sie sich in Ihrer norddeutschen Heimat stark für die Welt hungerhilfe. Woher kommt dieses starke Interesse für das Bäckerhandwerk?

Das existiert schon seit frühester Kindheit: Ich bin auf einem Hof in Ostfriesland aufgewachsen – die Adresse lautete „Mühlenstraße“ und in dieser Mühle, in der ich einen großen Teil meiner Freizeit verbracht habe, wurde noch gemahlen. Kinder, die mit Mehl zu tun haben, wissen, dass daraus Brot entsteht. Mich hat das geprägt und einer meiner ersten Berufswünsche lautete: Bäckerin. Allerdings hat mich das frühe Aufstehen schließlich abgeschreckt. Das Produkt Brot und die Leidenschaft dafür haben mich von früher Jugend an fasziniert, zumal ich durch meinen „Migrantenhintergrund“ – meine Mutter ist Niederländerin – weiß, dass Brot gerade in Deutschland etwas Wunderbares ist. Und wenn man das erlebt hat, fängt man auch an sich mit denjenigen auseinanderzusetzen, die es erschaffen.

Das Bäckerhandwerk fühlt sich von der Politik nicht immer respektiert und verstanden oder auch – Stichwort „EEG-Umlage“ – gegenüber der Industrie benachteiligt. Wie nehmen Sie dies wahr – und wie kann man es ändern?

Das Handwerk hat in Deutschland auch in der Politik einen guten Ruf: Die „Wirtschaftsmacht von nebenan“ steht für ehrbar Handelnde. Doch aus den Sonntagsreden muss Montagshandeln werden; das wird häufig vergessen, wie ich auch in meiner Funktion als Bundesvorsitzende der Mittelstands- und Wirtschaftsunion immer wieder feststelle. Deswegen gerate ich nahezu täglich – auch in meiner eigenen Partei – mit jemand aneinander, wenn ich sage: Wer es ernst meint mit der Reduzierung von Belastungen, mit „Befreiungsschlägen“, muss auch entsprechend handeln. Das Handwerk ist sehr gut organisiert und vernetzt, durch den ZDH und auch den Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks, aber man muss viele Politikerkollegen daran erinnern, ihren Worten auch Taten folgen zu lassen.

Als Botschafterin des Deutschen Brotes hat Ihr Wort künftig noch mehr Gewicht. Was wird Ihnen im kommenden Jahr besonders wichtig sein, worauf richten Sie den Fokus?

Fachkräftemangel, Abgabenlast, Rohstoffpreisentwicklung, Entwicklung des Binnenkonsums: Das sind natürlich Fragen, die auf den Nägeln brennen. Mir geht es aber auch um die Wertschätzung, um die Werbung für das, wofür Bäcker stehen: mehr Berufung als Beruf. Das Bäckerhandwerk befindet sich im Strukturwandel und damit geht auch Entfremdung einher, weniger Nähe. Das Unternehmerbild in Deutschland verschiebt sich immer stärker, und nicht unbedingt zum Guten; darunter leiden auch Bäckerinnen und Bäcker. Ihnen Wertschätzung und Anerkennung zurückzugeben, Aufmerksamkeit zu erzeugen: Dafür möchte ich die Werbetrommel rühren, und darin sehe ich meine ehrenvolle Aufgabe als Brotbotschafterin. Die Brotkultur und Brotkunst der Innungsbäcker haben unser Land geprägt. Sie möchte ich in Deutschland nicht missen – und zu ihrer Erhaltung brauchen wir zwingend das Bäckerhandwerk, das im Rahmen der dualen Ausbildung dafür sorgen wird, dass es auch künftig Bäcker gibt. Deshalb will ich auch Lust machen auf den Beruf Bäcker/in, der vielfach unterschätzt wird: Wenige Menschen wissen, wie viele Möglichkeiten er bietet, wie spannend und attraktiv er ist.

| Interview: Falk Steins |

AUSGEZEICHNET!

Das hohe Engagement von Unternehmen, die in der Backbranche aktiv sind, schlägt sich immer wieder auch in Preisen und Auszeichnungen nieder. So wurde beispielsweise aktuell

- Aichinger vom German Brand Institute beim German Brand Award 2022 in der Kategorie „Excellent Brands Trade/Retail/e-Commerce“ als „Winner“ ausgezeichnet. Damit wird die erfolgreiche Markenführung des Multispezialisten für Shopdesign und Kühlmöbel gewürdigt.
- Vion Food Service für seine Unternehmen Salomon FoodWorld und FVZ Convenience mit dem „Lean & Green Award“ von GS1 Germany geehrt. Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie wurde die Logistik weiter verbessert: mit dem Ziel deutlicher CO₂-Einsparungen im Transportbereich.
 - die Molkereigenossenschaft Berchtesgadener Land mit dem Bayerischen Mittelstandspreis ausgezeichnet. Der Molkerei sei es gelungen, nicht nur einen strukturellen, sondern auch einen wirtschaftlich nachhaltigen Beitrag für Heimat zu leisten. ■

GOLDENE IDEE?

Auch 2022 wird der „Golden Walnut Award“ für die besten Produktideen mit kalifornischen Walnüssen verliehen – es gibt Preise im Gesamtwert von 10 000 Euro zu gewinnen. Profis aus dem Backhandwerk können sich mit originellen Rezepturen in den Kategorien Backwaren und Patisserie bewerben. Zur Jury zählen die „Wildbakers“, Bernd Kütscher, Direktor der Bundesakademie Weinheim, und Schokoladensommelière Annette Klingelhöfer. Nach dem Einsendeschluss am 31. August werden die Einsendungen bewertet und zehn Teilnehmer erhalten eine Einladung zum Finale am 10. Oktober 2022 in die Akademie Deutsches Bäckerhandwerk in Weinheim. Hier präsentieren die Finalisten ihre Kreationen dann der Jury. Die feierliche Preisverleihung findet am 23. Oktober im Bäcker-Trend-Forum der Südback 2022 in Stuttgart statt. Alle weiteren Details sind unter www.californiawalnuts.de/162/Backwettbewerb.htm zu finden. ■

PERSONAL BLEIBT DAS SORGENKIND



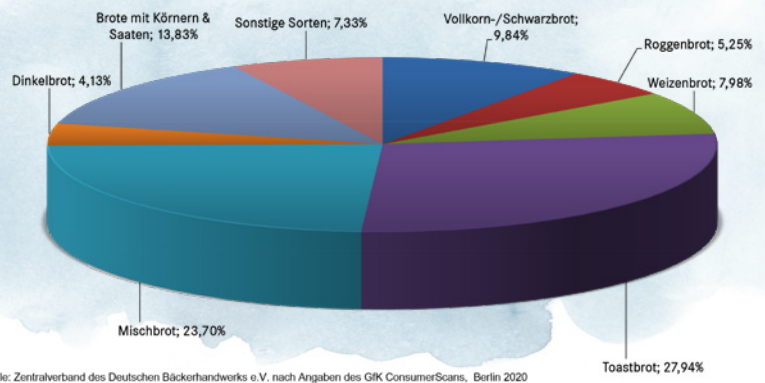
SCAN ME

Tagesaktuelle News immer auf www.baeko-magazin.de

Der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks hat die aktuellen Strukturzahlen für 2021 veröffentlicht. Nach zwei Jahren Corona-Pandemie gebe es politisch vieles aufzuholen, damit das Bäckerhandwerk in einem weiteren krisenreichen Jahr zukunftsfest bleibt. Auch 2021 war geprägt von der Corona-Pandemie, damit einhergehend zahlreiche Verordnungen, Gastro-Schließungen und Beschränkungen. Umso erfreulicher ist es, dass das Bäckerhandwerk 14,89 Mrd. Euro umsetzen konnte und sich somit über ein Umsatzplus von 3% freut. Die Anzahl der Beschäftigten ging um 5,4% auf rund 240 800 Mitarbeiter zurück. Auch die Anzahl der Bäckereibetriebe ging mit 2,1% leicht zurück: In der Handwerksrolle eingetragen waren zum Stichtag 9 965 Betriebe. Der Rückgang der Betriebszahlen ist damit auch im zweiten Jahr der Pandemie moderat im Vergleich zu den Jahren davor ausgefallen. Erfreulich ist vor allem die Zahl der 388 Neugründungen. Insgesamt bot die Branche 12 242 jungen Menschen einen Ausbildungsplatz, darunter 4 744 Bäcker/innen und 7 350 Bäckereifachverkäufer/innen. Aber:

Die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge sank erneut, bundesweit um 7%, und lag bei 2 939. „Wir sehen die rückläufigen Lehrlingszahlen mit großer Sorge, denn jeder nicht unterschriebene Ausbildungsvertrag heute bedeutet einen noch größeren Fachkräftemangel morgen“, warnt ZV-Hauptgeschäftsführer Daniel Schneider. Mit der Nachwuchskampagne „Back dir deine Zukunft“ will der ZV seine Mitglieder künftig noch stärker bei der Nachwuchsgewinnung unterstützen. ■

Brotkorb der Deutschen 2021



Quelle: Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V. nach Angaben des GfK ConsumerScans, Berlin 2020

CALLEBAUT®
BELGIUM 1911

FREI VON

- Palmöl
- Soja
- Gluten

Ganz schön SCHOKOLADIG!

Die neuen CREMEFÜLLUNGEN von Callebaut® mit echter Schokolade

In den Sorten Dunkel, Weiß, Ruby und Gold mit dem echten Callebaut® Schokoladengeschmack sowie in den Sorten Nocciola und Doppia Nocciola mit ganz vielen Haselnüssen. Direkt gebrauchsfertig - kein Temperieren notwendig.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.callebaut.com/de-DE/cremas-launch

Besuchen Sie uns auf der südback! Halle 10, Stand C26



Die neue Kampagne setzt auf emotionales Storytelling.



TRINKBARE LEBENSFREUDE

Die BÄKO-Eigenmarke MEISTERLAND wird seit diesem Jahr nicht nur, aber auch für ein junges Publikum besonders emotional und aufmerksamkeitsstark inszeniert. Auch die Milchmischgetränke von MEISTERLAND präsentieren sich im neuen Design – und mit einem „Neuzugang“.



Nachhaltige
Glasflasche für eine
saubere Umwelt.



Die Kunden der Bäckereien und Konditoreien, aber auch die Handwerker selbst identifizieren sich in hohem Maß mit der Erfolgsmarke – und diesem Umstand trägt auch die neue Kampagne Rechnung. Die emotionale Inszenierung der MEISTERLAND-Getränke mit jungen Konsumenten lässt Bäcker und Konditoren die Marke quasi durch die „Brille der Endverbraucher“ sehen: MEISTERLAND schafft Verbindungen und positive Erlebnisse, schafft Lebensfreude. Das emotionale Storytelling sorgt für einen individuellen, eleganten Markenauftritt und eine stärkere Unterscheidung zu anderen Handelswarenprodukten im Getränkebereich. Besonders die (potenziellen) jungen und jüngeren Kunden (nicht nur, aber gerade auch sie!) reagieren

positiv auf die moderne und natürliche Bildsprache auf mehreren Ebenen im Instagram-Stil, bei dem das Produkt nicht unmittelbar im Vordergrund steht, aber immer authentisch wirkt und eine positive Stimmung beim Betrachter geweckt.

KAKAO WIRD „SCHOKO“

Im Handelswarensortiment führt an den MEISTERLAND-Milchmischgetränken kein Weg vorbei. Die impulsstarken Schnelldreher sind auf die Bedürfnisse der Backbetriebe abgestimmt und verfügen über eine ansprechende Regaloptik für hohe Mitnahmeeffekte an jedem Bäckereistandort. Seit 2021 kommen die beliebten Getränke mit liebevoll gestalteten Etiketten

in handwerklicher Optik und mit hellem, freundlich-frischem Look daher und heben sich so optisch noch stärker von Industriemarken ab. Bis zu fünf Geschmacksrichtungen führen die BAKO-Genossenschaften und die Qualität der Getränke ist auf hohem Niveau dank Allgäuer Milch und hochwertigen Zutaten. Sie kommen ganz ohne Zusatz von Molke, Konservierungsstoffen und Geschmacksverstärkern aus und sind ein echter Hingucker mit attraktiver Blockbildung im Regal. Das MEISTERLAND-Milchmischgetränkessortiment in recyclebaren Glasflaschen ist längst zum Markenzeichen geworden. Die Sorte „MEISTERLAND Schokomilch“, die zu den absatzstärksten zählt, wird mit hochwertigem, zertifiziertem Kakao hergestellt.

„Schokomilch“? Richtig, „Kakaomilch“ heißt jetzt „Schokomilch“, denn der Begriff hat sich im Handel mit den Jahren etabliert und nun hat auch die BAKO den Schritt zur Umbenennung vorgenommen – ohne natürlich die beliebte Rezeptur zu ändern. „MEISTERLAND Schokomilch“ wird aus erlesenen, durch Rainforest Alliance (ehemals UTZ) zertifizierten Kakaobohnen hergestellt. Das Zertifizierungsprogramm der Rainforest Alliance sorgt für soziale, ökonomische und ökologische Standards und eine

kontinuierliche Verbesserung der beteiligten Unternehmen – auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Landwirtschaft. Stichwort „Regionalität“: Die verwendete Allgäuer Alpenmilch kommt von Bauern aus direkter Umgebung des Abfüllers, von denen keiner weiter als 31 km vom Werk entfernt ist: Das ist gut für die Milch und für die Umwelt.

ZU JEDER JAHRESZEIT EIN GENUSS

An kalten Tagen als heiße Schokolade pur oder kombiniert mit Sahnehäubchen oder Gewürzen, an heißen Tagen ist sie zur Zubereitung von Eisschokolade, oder einfach zwischendurch, wenn einem die Schokolust überkommt oder als Milchersatz im Müsli, bestens geeignet. Besonders schokoladig werden auch Pudding, Schokokuchen oder Plätzchen bei Verwendung der „MEISTERLAND Schokomilch“, die ungeöffnet bis zu zwölf Monate haltbar ist und damit perfekt geeignet für einen Genießer-Vorrat.

Für die Vermarktung der MEISTERLAND-Produkte steht als verkaufsförderndes und effektives Marketingtool, mit dem passendes Werbematerial einfach und kostenlos online erstellt werden kann, www.meisterland-business.info zur Verfügung. ■



SCAN ME

Hier gehts zum Making-of der aktuellen MEISTERLAND-Kampagne!

Carl
Enkel &
Getreide-Prinz

Ralph
Schwiegersohn &
Geschäftsführer

Britta
Ehefrau &
Qualitätsmanagerin

Anna
Enkelin &
Gebäckprüferin

Ulrike
Tochter &
Getreideeinkäuferin

Heinz
Mühlenehhaber &
Müller



Schapfen
Mühle
seit 1452



Erfolgsfaktor Familie

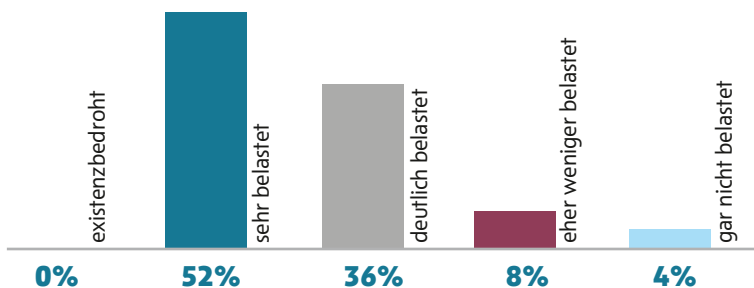
DAS KOSTET UNS ENERGIE

Stimmungsbarometer im Bäcker- und Konditorenhandwerk für Mai 2022. Die aktuelle BÄKO-magazin-Umfrage zum Thema „Energiepreise“.

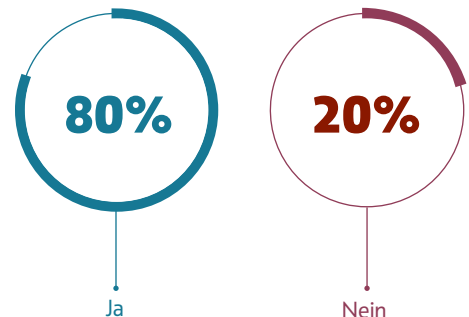


Foto: TebNad/iStock/Getty Images

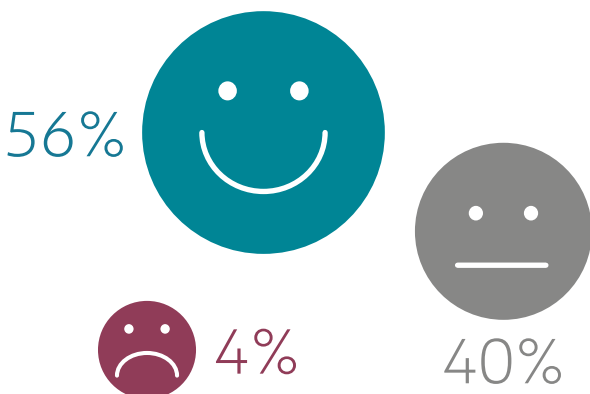
WIE SEHR SEHEN SIE IHREN BACKENDEN BETRIEB VON DEN AKTUELL STETS WEITER ANSTIEGENDEN ENERGIEPREISEN BELASTET?



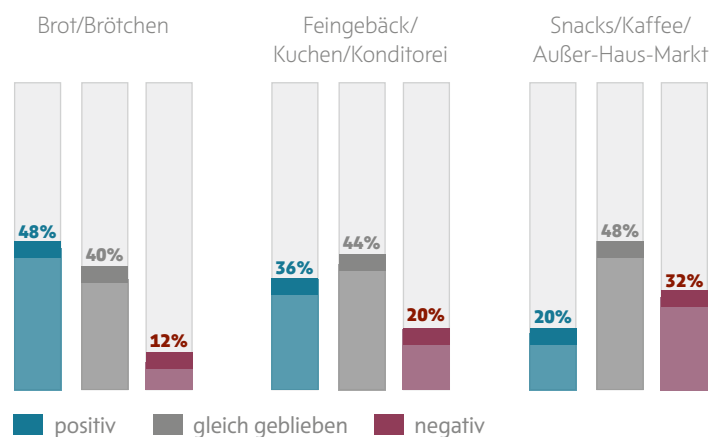
BEZIEHEN SIE IHRE ENERGIE IM RAHMEN VON LANGZEITVERTRÄGEN MIT FESTER PREISBINDUNG?



WIE BEURTEILEN SIE DIE WIRTSCHAFTLICHE LAGE IHRES BETRIEBS IM ZURÜCKLIEGENDEN GESCHÄFTSMONAT (MAI)?



WIE HABEN SICH DIE FOLGENDEN TEILSORTIMENTE IM MAI IN IHREM BETRIEB ENTWICKELT?



Elektro-Sprinter (seit August 2021)

Elektro-Vito (seit Februar 2020)

Elektro-Citan (ab Sommer 2022)

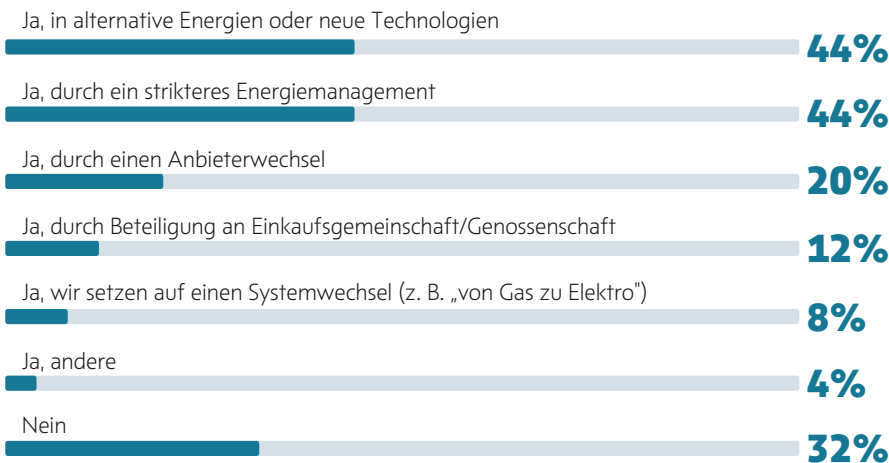
„ENERGIEPREISE“: ... UND SIE STEIGEN UND STEIGEN.

Es wird immer teurer: Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes wurde Heizöl innerhalb des vergangenen Jahres durchschnittlich um 51% teurer, Strom um 11% und Erdgas um 32%. Auch die Spritpreise sind um rund 25% höher als zu Beginn des Jahres 2021. Wie sehr werden die Betriebe durch die immer höher kletternden Energiepreise belastet und welche Maßnahmen ergreifen die Bäcker und Konditoren dagegen?

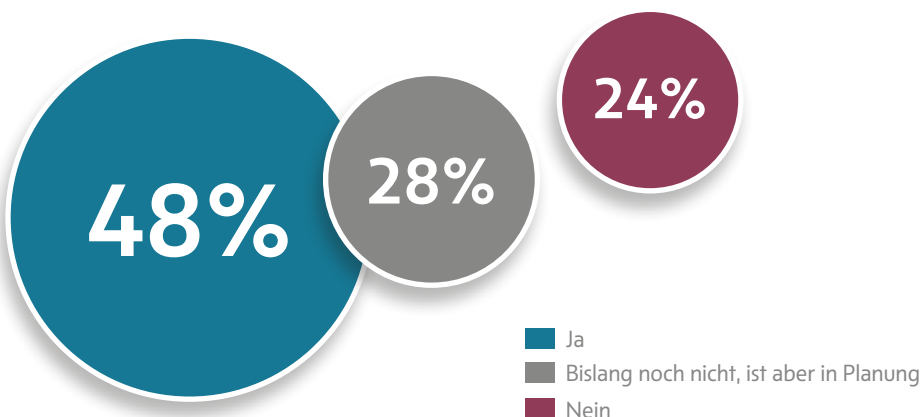
- Ein kleiner Trost: In „seiner Existenz bedroht“ sieht sich keiner der Befragten – aber jeder Zweite wird dadurch schwer belastet (52%), jeder Dritte (36%) deutlich belastet.
- Die deutliche Mehrheit der Befragten bezieht die Energie aktuell über Anbieter mit fester Preisbindung (80%).
- Drei Viertel aller Befragten (78%) stellen in irgendeiner Form um – die meisten (44%) davon auf neuartige oder alternative Technologiелösungen bzw. wollen sich mit einem strikteren Energiemanagement behelfen. Jeder Fünfte möchte den Anbieter wechseln, 12% reagieren mit einer Beteiligung an einer Einkaufsgemeinschaft o. Ä.
- Guter Rat ist teuer: Fast jeder Zweite lässt sich bereits in Sachen Energie von Profis beraten – 28% haben das für die nahe Zukunft fest eingeplant.

Fazit: Die Situation bleibt angespannt, doch das Thema „ist auf dem Schirm“ und die große Mehrheit der Bäcker und Konditoren hat bereits Maßnahmen eingeleitet. | [Andrea Diener](#)

NEHMEN SIE DIE ANGESpanNTE SITUATION ZUM ANLASS, UM IN ENTSPRECHENDE GEGENMASSNAHMEN ZU INVESTIEREN? (MEHRFACHNENNUNG MÖGLICH)



NEHMEN SIE ZUM THEMA „ENERGIE“ BERATUNGSDIENSTLEISTUNGEN FÜR IHREN BETRIEB IN ANSPRUCH?



VITO MIT HECKKLAPPE

- ca. 2 m Stehhöhe am Heck
- mit Kühlung und Hygiene



Unser Klassiker:
Der Sprinter!



BÄCKER ON TOUR

- 10 Stunden mit Lithium
- 4 x Kühlung, 2 x warm

VAN dann richtig!

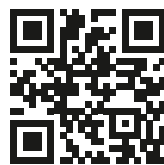


BUCH DES MONATS

Der Untertitel verdeutlicht den Nutzen: Der „Leitfaden für Führungskräfte und Mitarbeiter zu Diversity, Gleichberechtigung und Inklusion am Arbeitsplatz“ liefert einen konkreten Fahrplan für Geschäftsleute aller Branchen. Das Buch der US-amerikanischen Marketingspezialistin und Bestsellerautorin hilft, einen fairen und gerechten Arbeitsplatz zu schaffen, der unterschiedliche Talente anerkennt und produktive und

Kelly McDonald, „Gemeinsam unterschiedlich“, Wiley VCH 2022, 240 Seiten, 24,99 Euro, ISBN 978-3-527-51097-9.

konstruktive Gespräche im Unternehmen fördert. Sie zeigt den Lesern klar und realistisch umsetzbare Lösungen für mehr Fortschritt in puncto Vielfalt, Integration und Gleichberechtigung. Denn Rassismus im Betrieb und die Ausgrenzung von Minderheiten sind für Unternehmen nicht nur Kostenfallen, sondern in Zeiten des Mitarbeitermangels sogar existenzbedrohende Risiken. 🗨️



SCAN ME

WEBSITE DES MONATS

Den Energieverbrauch im Blick zu haben, ist derzeit wichtiger denn je. Um den Aufwand dafür überschaubar zu halten, bietet sich ein geeignetes digitales System an, und ein solches bieten die Handwerkskammern in Deutschland den Betrieben mit dem so genannten „E-Tool“ im Rahmen der Mittelstandsinitiative Energiewende und Klimaschutz (MIE) kostenlos an. Dabei handelt es sich um eine cloudbasierte Lösung, in die man alle Daten einfügt und schnell eine Übersicht über Verbräuche, Kosten und damit auch mögliche Ansatzpunkte für Einsparungen bekommt. 🗨️

Grafiken: Majuk; Northern Owl; shonered/Stock/Getty Images

DIE YOUTUBE-EMPFEHLUNG



SCAN ME

„Morgensite“ – unter diesem Titel hat das Freisinger „FEIN! Buero für Grafik und Reklame“ mittlerweile bereits drei regionale Bäckereien besucht und in Form von rund fünfminütigen Filmclips porträtiert: „Vor Ort haben wir in der Backstube mit zwei Kameras gedreht, um den Arbeitsablauf nicht zu stören“, erzählt Inhaber Stefan Steinberger. Nach den Bäckereien Schindele und Schrafstetter wird in Episode drei der Betrieb Grundner in Moosburg porträtiert. Im Mittelpunkt stehen bei den Blicken hinter die Produktionskulissen handwerkliche Qualität und Regionalität, die sich u. a. am Konzept „Freisinger Land“ festmacht. 🗨️





SCAN ME



SCAN ME

SPORTLICHE NACHWUCHSSUCHE

Das nennen wir prompte Umsetzung: Im TV-Beitrag der „Abendschau“ sinnierte BM Moritz Rauscher vom Bäcker Bock aus Nürnberg noch über den Fachkräftemangel und dass junge Leute von heute statt zum Bäcker wohl lieber zu Arbeitgebern wie Google gehen würden, denen man nachsagt, man spiele in der Mittagspause Tischtennis. Das wirkte auf Erste etwas befremdlich, „aber man kann sich ja mal fragen, warum spielen eigentlich wir nicht auch Tischtennis in der Mittagspause?“, ergänzte BM Rauscher lachend. Da überlegte seine Mutter und Chefin Monika Rauscher nicht zweimal: Die Backstube hat jetzt eine Tischtennisplatte bekommen und jeder Mitarbeiter ein Starterset mit gebrandetem Schläger und T-Shirt. „Komm ins Team!“, ruft der Betrieb mit einem Foto der Mitarbeiter an der Tischplatte jetzt zu Bewerbungen auf Facebook auf. Klasse Spontanaktion zur Nachwuchsgewinnung! 🗨



SCAN ME

BÄCKERMARKETING IM PODCAST

Neue Mitarbeiter zu finden und zu binden ist eine der dringlichsten Aufgaben der (Bäcker-)Gegenwart. Eyüp Aramaz von der Unternehmensberatung Aramaz Digital präsentiert daher jetzt den „Bäcker Digital Podcast“ rund um das Thema „Strategien und Vorgehensweisen für die Mitarbeitergewinnung, -bindung und Arbeitgebermarkenbildung im Bäckereihandwerk“. Demonstriert werden Ansätze, die laut Aramaz funktionieren und in der Praxis bereits zahlreich Anwendung finden. Der Podcast ist sowohl über Spotify als auch über Apple Podcast erreichbar. Interviewpartner des Recruiting-Fachmanns sind Bäckereihaber, Experten zu Themen wie Personalmarketing sowie Marketing- und Personalverantwortliche. 🗨



SCAN ME

KUNDEN SENSIBILISIEREN

Die Inflation und warum sie das backende Handwerk besonders hart trifft: Roland Ermer spricht Klartext. Im ZDF-Beitrag des Verbrauchermagazins „WISO“ schildert er die prekäre Lage, in der backende Betriebe derzeit stecken – die Preisspirale dreht sich stetig weiter nach oben, sei es für Strom, Benzin oder Mehl. Das könne nur abgedefert werden, wenn die Backwaren deutlich teurer verkauft werden. Ein wichtiger TV-Beitrag, der die Kunden entsprechend sensibilisiert und Verständnis dafür erzeugt, dass die backende Branche in Sachen Kostenbelastung gerade einen Spitzenplatz einnimmt. Das Interview mit Roland Ermer in seiner Bäckerei in Bernsdorf ist von Minute 00:32 bis 5:10 zu sehen. 🗨

