



# brot+backwaren

OFFIZIELLES ORGAN DES VERBANDES DEUTSCHER GROSSBÄCKEREIEN E.V.



**Kwik Lok**  
YOUR SUSTAINABILITY RESOURCE.



## MEET KWIK LOK'S **SUSTAINABLE PAIR**

**Eco-Lok**  
by Kwik Lok



**Fibre-Lok**  
by Kwik Lok

05

### Bäckerei Treiber

Anders als andere

### Im Fokus

FRITSCH und MULTIVAC im Interview

22

### südback special

Treffpunkt Stuttgart

**MARKTMACHER  
DER BÄCKEREIMARKT IN DEUTSCHLAND**

[www.brotundbackwaren.de](http://www.brotundbackwaren.de)



**ABSAUGANLAGEN**

**BRÜCK**  
**Lösungen für die Zukunft**  
 Absaug- u. Entsorgungsanlagen für  
 Stäube, Späne u. Produktionsabfälle  
 Brotabschnitte, Backwaren, Backlinien,  
 Rework, Restbrotzerkleinerer, Mehlstaub,  
 Verpackungsabfälle, Entsorgungsanlagen  
**BRÜCK-Lösungen für die Zukunft**  
 D-65520 Bad Camberg  
 Tel.: +49-(0)64 34-385 51 26  
 e-mail: info@brueck-kg.de  
[www.brueck-kg.de](http://www.brueck-kg.de)

**ABWIEGER  
 FÜR BROT UND BRÖTCHEN**

**RHEON** **Carlton**  
 Food-Technik GmbH

**Rheon General-  
 Vertretung Deutschland**

Schwanenmarkt 9  
 40213 Düsseldorf  
 Tel.: 0211/522 90 00-0  
 Fax: 0211/522 90 00-17  
[www.abwieger.de](http://www.abwieger.de)

[www.brotundbackwaren.de](http://www.brotundbackwaren.de)

**BACKFORMEN /  
 BACKBLECHE**

**Anneliese**  
 Industrial bakeware  
 and racks.

In der Krause 67  
 52249 Eschweiler  
 ☎ +49 (0) 2403 / 7001-0  
 ✉ info@anneliese.de  
 🌐 www.anneliese.de

**KEMPF GmbH**  
 Carl-Benz-Straße 3  
 85296 Rohrback  
 Tel: 08442/9669-0  
 info@kempfgmbh.de  
[www.kempfgmbh.de](http://www.kempfgmbh.de)

**BEUTEL- UND SACKVER-  
 SCHLÜSSE,  
 ALLZWECKBINDER**

**Allplastik**  
 (®) **BLITZBINDER**  
**WÜRTT. ALLPLASTIK GMBH**  
 71083 Herrenberg,  
 Johannes-Kepler-Str. 12 • Tel. 07032/9368-0  
 Fax 07032/9368-98 • E-Mail: info@allplastik.de  
[www.blitzbinder.de](http://www.blitzbinder.de) • [www.kabelbinder.de](http://www.kabelbinder.de)

**ENTKEIMUNGSTECHNIK**

**STERIL SYSTEMS**  
 UV-C-Desinfektion  
[www.sterilsystems.com](http://www.sterilsystems.com)

**FACHÜBERSETZUNGEN**

**Dictionary of  
 bakery terms**

Dictionary of bakery terms	English	<b>ENG</b>
Wörterbuch der Bäckereitechnik	German	<b>DEU</b>
Dictionnaire des termes techniques pour la boulangerie	French	<b>FRA</b>
Glosario de términos sobre tecnologías de panificación	Spanish	<b>SPA</b>
Термины хлебопекарной индустрии	Russian	<b>RUS</b>
Ordbog over bageriudtryk	Danish	<b>DAN</b>
製パン日本語用語辞典	Japanese	<b>JPN</b>

**Fachwörterbuch**  
 Das Wörterbuch mit bäckerei-  
 spezifischen Fachausdrücken.  
 Das „Dictionary of Bakery Engineering and  
 Technology“ enthält auf 336 Seiten Fachbe-  
 griffe von „Ausbund“ über „Kesselgare“ bis hin  
 zu „Teigportioniertrichter“.  
 Dabei dient Englisch als Ausgangssprache  
 für die folgenden sechs Sprachen: deutsch,  
 französisch, spanisch, russisch, dänisch und  
 japanisch.

Das Buch ist bei Viktoria Usanova ([usanova@  
 foodmultimedia.de](mailto:usanova@foodmultimedia.de)) zu einem Einzelverkaufs-  
 preis von 39 EUR (zzgl. Versand) zu bestellen.

Food2Multimedia GmbH  
 Schoolkoppel 27  
 D-21449 Radbruch

**FÖRDERTECHNIK**

**HEIN | LEHMANN**

[www.heinlehmann.de](http://www.heinlehmann.de)

**IHRE ANZEIGE BEI UNS**

Food2Multimedia GmbH  
 Schoolkoppel 27  
 21449 Radbruch  
 +49 (0) 4178 244 9797  
 info@foodmultimedia.de

**REINIGUNGSANLAGEN**

**HILDEBRAND  
 INDUSTRY**  
**HILDEBRAND Industry AG**  
 Marksteinstrasse 2  
 CH-8552 Felben-Wellhausen  
 Tel. +41 (0)52 368 45 15  
 Fax +41 (0)52 368 46 99  
[www.hildebrandindustry.ch](http://www.hildebrandindustry.ch)  
 E-mail: sales@hildebrandindustry.ch

- Formen-, Platten- und Behälterreinigung
- Industrie-Reinigungsanlagen



**SIEDEGEBÄCKE**

**Den Erfolg  
 genießen!**

**OPELKA**  
 Maybachstraße 11 · 71686 Remseck am Neckar  
 Fon 07141 29 22 4 - 0 · Fax 07141 29 22 4 - 10  
 info@opelka.de  
[www.opelka.de](http://www.opelka.de) · [www.magicbaker.com](http://www.magicbaker.com)

[www.brotundbackwaren.de](http://www.brotundbackwaren.de)

**VERPACKUNG**

**KONDI KARTON**  
[www.kondikarton.de](http://www.kondikarton.de)  
 Postfach 2905  
 24028 Kiel  
 Tel. 0431-589101  
 Fax 0431-548856

**WARTUNG /  
 INSTANDHALTUNG**

**ABIC**  
 BREITENBAU, ANSCHAUER, WÄRMEN  
 Brentanostraße 1  
 63571 Gelnhausen Tel. 06051-9165771  
[www.a-b-i-industrieservice.de](http://www.a-b-i-industrieservice.de)

Tägliche Nachrichten:  
[www.brotundbackwaren.de](http://www.brotundbackwaren.de)

**WASSERDOSIERUNG,  
 WASSERKÜHLUNG**

**DELTAMATIC**  
 Wassermisch- und Dosiergeräte  
 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](http://www.delta-back.de)



**TIEFKÜHLTEIGLINGE**

**Tiefgekühlte  
 Premium-Backwaren**  
 süß & herzhaft

**wolf  
 ButterBack**  
 Wolf ButterBack KG  
 Magazinstraße 77, 90763 Fürth  
 Tel. 0911 67044-0, [www.butterback.de](http://www.butterback.de)

# In Zeiten wie diesen



**Helga Baumfalk,**  
Redaktion **brot+backwaren**  
[baumfalk@foodmultimedia.de](mailto:baumfalk@foodmultimedia.de)

Mit dem Krieg in der Ukraine ist Planbarkeit verloren gegangen. Woher beziehe ich meine Ware? Kommt sie überhaupt? Wenn ja, wann? Und zu welchem Preis? Dass alles jederzeit und überall verfügbar ist, davon müssen wir Abschied nehmen. Wir haben auf Globalisierung gesetzt. Wir wollten Wachstum. Wir bekamen Wachstum und günstiges Gas aus Russland. Es war schön bequem.

Apropos Preis. Wie kann man nun Geschäfte führen bzw. Entscheidungen treffen, wenn man manchmal den Preis einer Ware gar nicht kennt? Stichwort Düngemittel – bevor die europäischen Hersteller die Produktion einfach einstellen, steht eigentlich die Frage nach den Kosten. In den vergan-

genen Wochen wurde uns vor Augen geführt, dass nicht nur die Ernte 2023 mit der Düngemittelproduktion zusammenhängt, sondern auch die Herstellung von Hefe oder Kohlensäure. Auf der Jahrestagung der Großbäckereien in Heidelberg (lesen Sie mehr ab Seite 6) wurde das diskutiert und festgestellt: „Warum reden wir nicht miteinander?“

Apropos reden. Wie gut, dass die südback in den Startlöchern steht und eine Bühne bietet, um Gespräche endlich wieder face-to-face zu führen. Eines der Mega-Themen wird „Energie“ sein. Wiederum geht es um Preise, um Verfügbarkeiten, die richtige Unterstützung für Bäckereien und um Wege, wie man seine Ziele gegenüber der Politik vertritt – das wurde in den vergangenen Wochen energiegeladen und kontrovers diskutiert. Meinungsvielfalt ist wichtig und richtig in einer Demokratie. In Zeiten wie diesen braucht es aber auch etwas anderes: Zusammenhalt.

Ihre Helga Baumfalk

# FRESH



vom ersten Biss



# Zavarka

DIE AROMATISCHE VIELFALT

UNSERER GEKOCHTEN SAUERTEIGE



LIVENDO®

EINE MARKE VON LESAFFRE 

## TITELBEITRÄGE



### ANDERS ALS ANDERE

Treiber ist bekannt dafür, Weiterentwicklungen selbst anzuschreiben. Das war auch der Fall, als sich die Bäckerei für eine neue Dressiermaschine entschied und damit einen Klassiker der Konditorei ins Sortiment zurückholte – die Flammenden Herzen.



### EINE KONZERNÜBERGREIFENDE INNOVATIONSTRATEGIE

Guido Spix (r.), geschäftsführender Direktor der MULTIVAC-Gruppe, und Frank Gabriel, Geschäftsführer der FRITTSCH Bakery Technologies, erläutern, wie beide Unternehmen in Zukunft mit Fokus auf Innovationen, Produktion und weiteres Wachstum voneinander profitieren werden.



### TREFFPUNKT STUTTART

Fünf Hallen, 57.000 qm, rund 600 Aussteller – vom 22. bis 25. Oktober 2022 ist endlich wieder südback-Zeit

## WEITERE THEMEN



### DAS PRODUKT IST DAS MASS DER DINGE

Jedes Gramm zählt. Das gilt insbesondere dann, wenn Rohstoffe teuer oder knapp werden. Mit der Gewichtsgenauigkeit nimmt es VEMAG bei seiner Portioniertechnik genau. Auch in Sachen Produktqualität und Flexibilität legt der Maschinenbauer die Messlatte hoch.



### MINIMALE MECHANISCHE BELASTUNG

Syntegon bringt eine neue Lösung für das Handling und Portionieren von Keksen und Crackern auf den Markt. Ihre Vorteile: schonendes Produkthandling, kompakte Bauweise, hohe Leistung.



### LEICHTE KRATZER ODER ERNSTHAFTE VERWUNDUNG?

Die Marktmacher – wie die deutschen Handwerksbäcker durch die Pandemie gekommen sind.

**Tagungen**

06 **Verband Deutscher Großbäckereien:**

„Wir müssen jetzt zupacken“

12 **Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks:**

„Es gibt keinen anderen Weg als den Dialog“

**Vor-Ort-Termin**

14 **Bäckerei Treiber:** Anders als andere

46 **DEBAG:** Am Bedarf der Zukunft orientiert

**Märkte und Zahlen**

20 **Bäckereiketten:** Europas dynamische Geschäftsmodelle

**Porträt**

26 **VEMAG:** Das Produkt ist das Maß der Dinge

**Im Fokus**

32 **FRITSCH und MULTIVAC:** Eine konzernübergreifende

Innovationsstrategie

**Hygiene**

25 **Precisma:** Backblechreinigung nach Maß

42 **Ohlmann:** Ansätze zur Energieeinsparung

44 **Förderbänder:** Wenn die Anforderungen hoch sind

**südback special**

50 **südback:** Treffpunkt Stuttgart

**Produktion**

62 **Coatings:** Die richtige Beschichtung

**Verpackung**

64 **Syntegon:** Minimale mechanische Belastung

**Marktmacher**

66 **Der Bäckereimarkt in Deutschland:**

Leichte Kratzer oder ernsthafte Verwundung?

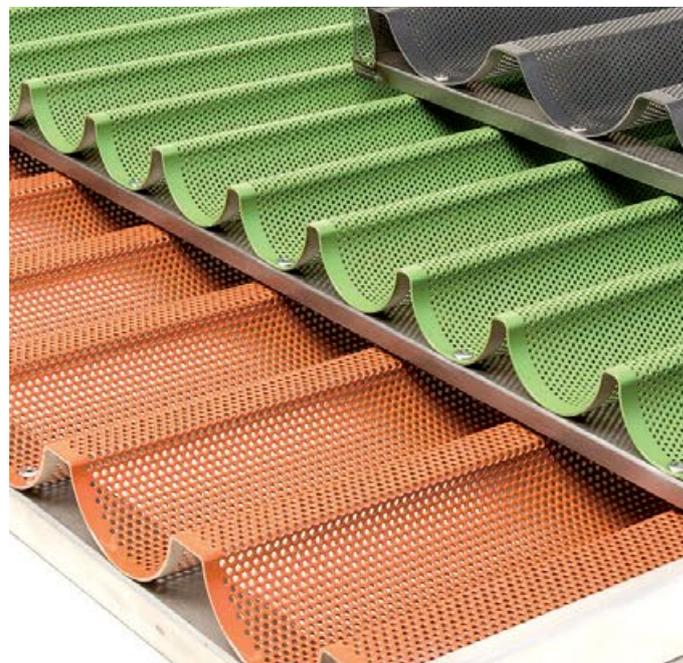
**Rubriken**

03 **Editorial**

61 **Nachrichten**

74 **Nachrichten**

74 **Inserenten-Verzeichnis**



**NumberOne**  
Bakeware & Coating



**KEMPF**   
bakeware and coating

Kempff GmbH | Carl-Benz-Straße 3 | 85296 Rohrbach  
++49 8442/9669-0 | www.kempfgmbh.de

FOLGEN SIE UNS AUF  
INSTAGRAM



Titelfoto: @KwikLok

ANZEIGE

VERBAND DEUTSCHER GROSSBÄCKEREIEN

## „Wir müssen jetzt zupacken“

Am 9. und 10. September trafen sich die Mitglieder des Verbandes Deutscher Großbäckereien in Heidelberg zur Jahrestagung 2022. Den insgesamt rund 100 Teilnehmern war der persönliche Austausch und das Networking wichtig. Gesprächsstoff gab es genug, vorneweg das Mega-Thema Energie.

**+** Die Verbandspräsidentin Prof. Dr. Ulrike Detmers begrüßte die Mitglieder im Hotel Europäischer Hof in Heidelberg, das der Tagung mit seinem Ambiente einen feinen Rahmen gab. Die Jahresmitgliederversammlung begann mit einer Schweigeminute für Prof. Dr. Anton Hammel, ehemaliger Direktor der Simonsbrotfabrik und Ehrenpräsident des Verbandes, der im Frühjahr 2022 im Alter von 84 Jahren verstorben ist.

Mit „die aktuellen Herausforderungen stellen uns vor große Aufgaben“ stimmte Prof. Detmers die Versammlung auf die Themen der Tagung ein. Sie nannte den Klimawandel, Personalmangel, Engpässe bei Rohstoffen und das Thema überhaupt – Energiesparen. Gleichzeitig appellierte sie an den Unternehmergeist: „Es gibt Wege aus der Knappheitsgesellschaft.“ Sie zitierte Carl Christian von Weizsäcker: „Wenn es schwarz und schwärzer wird, dann muss man einen Apfelbaum pflanzen.“ Prof. Detmers: „Wir müssen jetzt zupacken.“ Eine positive Seite könne man dem gegenwärtigen Marktgeschehen allerdings auch abgewinnen, Food Waste sei kein Thema mehr.

Der Branchenumsatz 2020 war nach ihren Ausführungen mit insgesamt 19,7 Mrd. EUR (2019: 20,7 Mrd. EUR) rückläufig. Zahlen für 2021 liegen noch nicht vor. Der Rückgang der Betriebsanzahl der Bäckereien habe sich in Pandemiezeiten von jährlich 3 % auf über 5 % erhöht. Prof. Detmers: „Es ist ein Rückgang, der in allen Betriebsgrößenklassen stattgefunden hat. 2021 gab es mit 9.965 Betrieben erstmals weniger als 10.000 Bäckereien in Deutschland.“



Die Verbandspräsidentin Prof. Dr. Ulrike Detmers mit den beiden Vizepräsidenten Hans-Jochen Holthausen (l.) und Alexander Heberer (r.) zusammen mit den Geschäftsführern Armin Juncker (2.v.r.) und Alexander Meyer-Kretschmer

Hauptgeschäftsführer Armin Juncker wies in seiner Rede auf verschiedene aktuelle Themen hin, u. a. auf die nationale Strategie zur Salzreduktion auf 1,1 %, an der man unverändert festhalte. Nachdem der Filialtag Coronabedingt in den letzten zwei Jahren ausgefallen war, sei man zuversichtlich, ihn im kommenden Frühjahr wieder planen zu können. Juncker hob darüber hinaus die Bedeutung des wissenschaftlichen Förderpreises für den Verband hervor. „Er ist ein wichtiges Aushängeschild.“ Im weiteren Verlauf ging er auf die Tätigkeit der Arbeitsgruppe AIBI\* ein und forderte die Mitglieder auf, sich aktiv einzubringen. „Die Zusammenarbeit in der AIBI hilft, zu verstehen, was in anderen Ländern passiert.“

\*Association Internationale de la Boulangerie Industrielle



AIBI-Präsident Georg Heberer

Aus dem Auditorium meldete sich dazu der neugewählte AIBI-Präsident Georg Heberer zu Wort: „Die Branche hat in anderen Ländern ähnliche Probleme wie wir. Es ist gut, dass wir Teil der AIBI sind. Für die Zukunft müssen wir versuchen, europäisch zu denken,

## Dr. Jan Willem van der Kamp ist neuer Brotsenator

Während der Abendveranstaltung wurde Dr. Jan Willem van der Kamp aus den Niederlanden als neuer Senator in den Brotsenat des Verbandes berufen. In seiner Laudatio würdigte Professor Dr. Friedrich Meuser, „einer der großen Männer der Brotforschung“, wie Prof. Detmers betonte, Ehrenvorsitzender der Berlin-Brandenburgischen Gesellschaft für Getreideforschung und selbst Mitglied im Brotsenat, die besonderen Verdienste van der Kamps. Dazu gehöre vor allem seine aktive und leitende Beteiligung am HEALTHGRAIN-Projekt der EU. Ziel dieses Projektes war es, die Bedeutung der Inhaltsstoffe des Getreides für eine gesunde Ernährung zu erarbeiten. Daran, so Prof. Meuser, „war van der Kamp in Wort, Schrift und Tat entscheidend beteiligt“. Aus dem Projekt hervorgegangen ist die Whole Grain Initiative, die ebenfalls unter seiner Leitung stand, mit dem Ziel, das erarbeitete Wissen zu verbreiten. Ausgehend von dieser Initiative entwickelte van der Kamp eine Definition des Begriffs „Vollkorn“.

Dr. Jan Willem van der Kamp begann 1985 als Direktor der Getreideforschung bei TNO, der niederländischen Organisation für angewandte Wissenschaften. Nach 1990 engagierte er sich zunehmend für die Förderung internationaler Kooperationen in der Getreideforschung mit Forschungsorganisationen und der Industrie. Van der Kamp war u. a. Präsident der Internationalen Gesellschaft für Getreidechemie ICC.



Die Präsidentin des Verbandes Deutscher Großbäckereien, Prof. Dr. Ulrike Detmers (Mitte), mit dem neuen Brotsenator Dr. Jan Willem van der Kamp und Lottie van der Kamp



Fünf Brotsenator:innen in einem Bild: (v. l.) Dr. Elisabeth Sciorba, Prof. Dr. Friedrich Meuser, Dr. Jan Willem van der Kamp, Prof. Dr. Meinolf Lindhauer und Prof. Michael Kleinert

ANZEIGE



# FLEXIBILITY! NO SECRET – JUST VEMAG!

VEMAG: Das Aushängeschild  
für Ihren Betrieb!



Ob  
Milchbrötchen  
oder Roggenbrot:  
**MAXIMAL MODULAR,  
FLEXIBEL GEMietet.**  
Mehr unter  
[baeckerei.vemag.de](http://baeckerei.vemag.de)  
e-mail@vemag.de



←←←←  
**DIE HP1 VON  
VEMAG: AB  
349€ MIETE  
MONATLICH.**

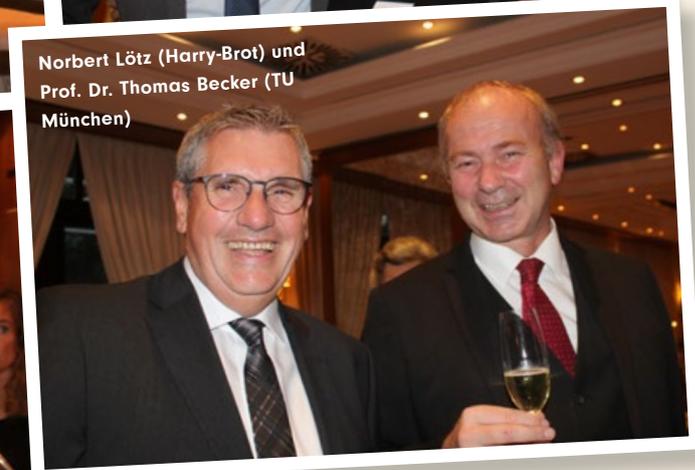
# Impressionen von der Abendveranstaltung



Ein Wow-Moment am Abend: van der Kamp ist nicht nur ein würdiger Brotsenator, sondern bedankte sich auch mit einem ausgezeichneten Geigensolo



Dr. Markus Schirmer (Panem Backstube) und Tanja Schirmer



Norbert Lötz (Harry-Brot) und Prof. Dr. Thomas Becker (TU München)



Robert und Elisabeth Guschlbauer (Guschlbauer Backwaren)



Andrea und Thomas Blohm (Harry-Brot)



Stefan Schulze Hobeling und Marta Glowacka (Mestemacher)



Ralph Seibold (SchapfenMühle) und Nicco Griesinger (Griesinger Brot)



Frank Henze (Bühler), Birgitt und Hans-Joachim Scherpel (Malzers Backstube)



Passion for Dough

# PROGRESSA Bread

Die brandneue und kompakte Brotlinie.



Unser Experte für köstliche Brote.  
Qualität, die man schmeckt.



Von backaldrin: Harald Deller,  
Peter Augendopler und Lutz Teichelmann



Eine Aufnahme von der Tagung: (v.l.) Hubert Fischer  
(Fischer Brot), Robert Maaßen (Vandemoortele), Peter  
Weidemeier (Glockenbrot Bäckerei) und Sebastian  
Gooding (Brezelbäckerei Ditsch)

ohne unsere eigene Identität aufzugeben.“ Traditionell findet der AIBI-Kongress im Heimatland des Präsidenten statt. Austragungsort für den kommenden AIBI-Kongress 2024 wird also Deutschland sein. Erste Vorbereitungen laufen.

Alexander Meyer-Kretschmer, Geschäftsführer des Verbandes, präsentierte Ergebnisse aus dem Ölsaaten-Monitoring, einem nach seinen Worten Wissens- und Sicherheitsinstrument für die Branche. „Belastbare Daten zu haben, das ist die Eintrittskarte dafür, von den Behörden ernst genommen zu werden. Wir werden damit vom Gejagten zum Mitgestalter.“ Die Monitorings hätten u. a. gezeigt, dass die Tendenz wachse, je nach Erntejahr Rückstände von Glyphosat in Saaten vorzufinden. „Man sollte auf dieses Thema vorbereitet sein.“

Zum Tagungspunkt Wahlen stand in diesem Jahr die Wahl des Rechnungsprüfers an. Die Mitglieder stimmten einstimmig für Norbert Lötz (Harry Brot), der sich zur Wiederwahl gestellt hatte. Zudem war eine Satzungsänderung notwendig geworden, um Gremiensitzungen auch in Zukunft virtuell durchführen zu können.

Am Nachmittag schlossen sich die Vorträge an. Ralph Seibold, Geschäftsführer der Schapfenmühle, hielt das

Grußwort. Gerade wenn die Herausforderungen groß seien, sei Verbandsarbeit und der Schulterschluss umso wichtiger. Seibold: „Müllereien und Bäckereien müssen gemeinsam an einem Strang ziehen.“

Über „Mitarbeiterführung in digitalen Zeiten“ referierte Prof. Dr. Ulrike Detmers. Sie erläuterte, was gute Führung ausmacht, wenn Remote Work Teil der Arbeitswelt ist, und hob hervor: „Eine Verringerung von Präsenz führt auch zu einer Verringerung der Identifikation mit dem Arbeitgeber.“ Vor allem bei den Mitarbeitern aus der Generation Y und Z sei dies zu beobachten. Hilfreich sei es, Gemeinsamkeiten zu schaffen. „Feste oder Mitarbeiterzeitungen können eine Lösung sein“, so Prof. Detmers.

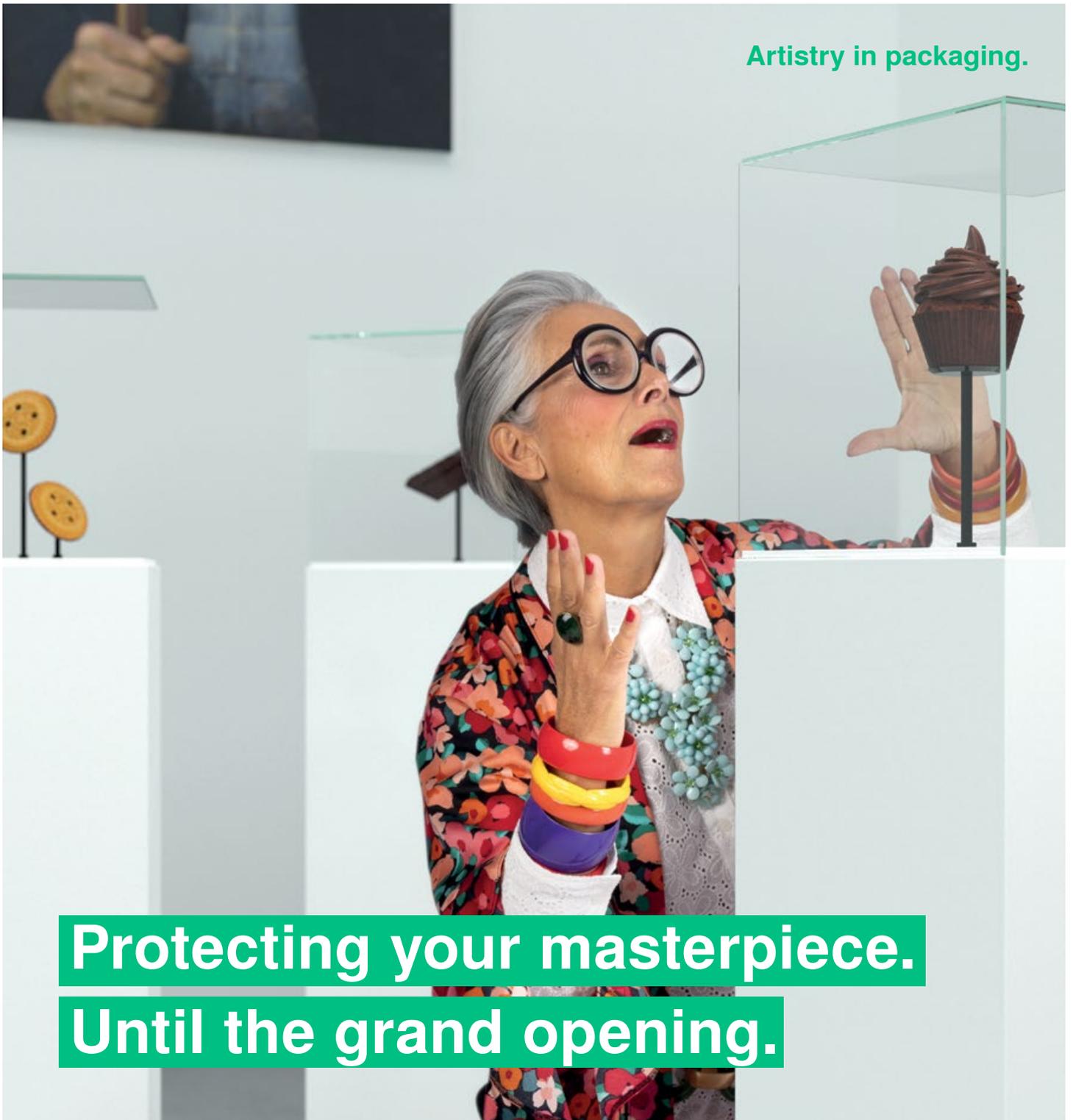
„Der Discounter ist zurück im Spiel“, erklärte Tanja Fries, Mitglied der Chefredaktion der Lebensmittel Zeitung, die über die Situation im Lebensmittelhandel sprach. In den Corona-Jahren hätten noch die Vollsortimenter profitiert, im Februar 2022 habe sich das Blatt gewendet. „Die Konsequenz: Die Vollsortimenter stellen den Preis in den Vordergrund.“ 2021 sei das Jahr der Marke gewesen – Stichwort Luxus im Kleinen –, jetzt würden Herstellermarken Marktanteile verlieren. Tanja Fries zitierte den GfK-Konsumforscher Dr. Robert Kecskes: „Es findet

ein deutliches Trading down statt.“ Eine Nische in dem 168 Mrd. EUR großen Markt (Gesamtumsatz LEH 2021) sei immer noch E-Food (3 % Marktanteil), also der Online-Handel mit Lebensmitteln. Fries: „Wer im E-Food Erfolg haben will, braucht einen langen Atem.“

Dass Preise für Rohstoffe, Energie, Fracht oder Düngemittel in nächster Zukunft wohl auf hohem Niveau bleiben werden, verdeutlichte Martin Unterschütz, Leiter der Abteilung Getreide bei der BayWa AG, im abschließenden Vortrag. Seine Prognose: „Die Gaspreise und die Volatilität bei Gas wird nicht so schnell gelöst werden können.“ Aktuell, so Unterschütz, gingen die Preise für Düngemittel durch die Decke. Die Verfügbarkeit sei begrenzt, da Russland und Belarus als größte Düngemittel-Exporteure nur eingeschränkt liefern. In Deutschland hätten Hersteller ihre Produktionen teils eingestellt. An dieser Stelle fasste Sebastian Gooding (Brezelbäckerei Ditsch) aus dem Auditorium nach. „Das hat schon heute Auswirkungen auf die Ernte 2023. Die Frage ist doch, was wäre der Preis? Warum reden wir nicht miteinander?“ Er regte an, über die Verbände an die Hersteller heranzutreten. +++

Die Jahreshauptversammlung 2023 wird in Frankfurt am Main stattfinden.

Artistry in packaging.



**Protecting your masterpiece.  
Until the grand opening.**

**Food packaging is an art. And we've been honing our craft for 150 years and counting.**

Whether you are looking for a stand-alone machine or a complete system solution, we will support you with our long-standing expertise. With our proven technologies, your bakery products will live up to your customer's expectations and have an overall improved quality with a fresher taste and aroma.



Scan QR  
code for  
further  
information



**SYNTEGON**  
PROCESSING & PACKAGING

ZENTRALVERBAND DES DEUTSCHEN BÄCKERHANDWERKS

# „Es gibt keinen anderen Weg als den Dialog“

Mit Eisenach in Thüringen hatte der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks einen geschichtsträchtigen Ort (Stichwort Martin Luther) für seine Jahrestagung 2022 gewählt.

**+** Die wachsenden Kosten für Personal und Rohstoffe, vor allem aber die Energiesituation sind die dringlichsten Themen der Branche und bestimmten auch den Austausch in der Mitgliederversammlung am 27. September in der Eisenacher Nikolaikirche. „Die gestiegenen Kosten machen uns Bäckern zu schaffen“, ordnete Verbandpräsident Michael Wippler die Lage der Branche ein. „Der aktuelle Preis-Tsunami lässt Unternehmer mit Angst in eine ungewisse Zukunft blicken.“ Dass im energieintensiven Bäckerhandwerk die Möglichkeiten zur Energieeinsparung begrenzt seien, darauf habe der Verband in denen vergangenen Monaten gegenüber der Politik vehement hingewiesen und auf Entlastungen für das Bäckerhandwerk gedrängt. Wippler ist überzeugt: „Es gibt keinen anderen Weg als den Dialog [mit der Politik].“ Man habe bis heute schon viel erreicht. Dass „die Hütte brennt“, sei im Bewusstsein der Politik angekommen. Wippler weiter: „Uns ist es gelungen, dass in der Gesellschaft die Sorge des Bäckerhandwerks stellvertretend steht für die Sorge des Mittelstands.“



Michael Wippler, Präsident des Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks, auf der Jahrestagung

## Axel Schmitt ist Weltbäcker 2022

„World Baker of the Year 2022“ – diesen Titel und damit die höchste Auszeichnung im Bäckerhandwerk darf jetzt Bäckermeister Axel Schmitt aus Frankenwinheim tragen. Der Vorstand der International Union of Bakers and Confectioners (UIBC) mit Sitz in Madrid hat seine Entscheidung am 13. September in Reykjavik/Island verkündet und Schmitt vor Ort mit Ehrenkette, Urkunde und Bäckerjacke mit seinem neuen Ehrentitel ausgestattet. Das Gremium folgte damit dem Vorschlag des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks.

Axel Schmitt steht für ein modernes Bäckerhandwerk, er ist Vorbild für die Branche und ist als Unternehmer erfolgreich, so der Zentralverband. Der breiten Öffentlichkeit ist er durch zahlreiche Fernsehauftritte und als „Wackebäcker“ bekannt. Axel Schmitt sei ein gern gesehener Back-Experte und Botschafter des Deutschen Bäckerhandwerks in Tagespresse und Lifestyle-Medien. Mit seinem Bestseller-Buch „Das einfachste Brot der Welt“ überzeugt er, so der Verband, viele Menschen von seiner Passion: dem handwerklich gut gebackenen Brot.



Ein Video vom „Wackebäcker“ gibt es hier



Axel Schmitt (links) wurde zum „World Baker of the Year 2022“ ernannt. Sigurður Már Guðjónsson aus Island wurde weltbesten Konditor

Der 41-jährige Axel Schmitt reiht sich mit seinem Titel in eine Liste großer Namen ein, darunter der Ehrenpräsident Hans Bolten und Jochen Baier. Als „World Baker of the Year 2022“ löst Schmitt nun Domi Vélez aus Spanien ab.

\*Musikfestival in Wacken

Gastgeber der Jahrestagung 2023 wird der Bäckerinnungsverband Südwest sein.

### Michael Wippler mit dem Handwerkszeichen in Gold geehrt

Mit dem Handwerkszeichen in Gold wurde Michael Wippler am Abend vor der Tagung bei einem festlichen Event auf der Wartburg geehrt. ZDH-Präsident Hans Peter Wollseifer überreichte ihm „die Goldmedaille des Handwerks“ als Zeichen für seinen unermüdlichen Einsatz für das Bäckerhandwerk. Wollseifer würdigte Wippler für sein langjähriges Engagement für das Handwerk in den unterschiedlichsten Gremien und Funktionen. Durch seine ehrenamtliche Arbeit habe er den Zusammenhalt innerhalb der Bäckerfamilie gestärkt. +++



Festabend im Saal der historischen Wartburg



Mitgliederversammlung in Eisenach



ZDH-Präsident Hans-Peter Wollseifer (r.) überreicht ZV-Präsident Michael Wippler das Handwerkszeichen in Gold für seine Verdienste

© Zentralverband des Deutschen Bäckerverhandwerks

ANZEIGE

**DEBAG**  
GLOBAL BAKING TECHNOLOGY



**GUV 1:**  
Langzeit-  
führung in der  
Filiale

**DECON:**  
jetzt mit  
Hochleistungs-  
beschwädung

## Ein starkes Duo für die Filiale!

### Ladenbackofen DECON

- multifunktional: backen, garen, regenerieren
- jetzt mit Hochleistungsbeschwädung – für besonders schonendes Backen



### Gärvollautomat GUV 1

- kompakt, leistungsstark, befahrbar
- ideal für Langzeitführung in der Filiale

[www.debago.com](http://www.debago.com)

Besuchen Sie uns!  
Halle 10 / Stand B31



BÄCKEREI TREIBER

# Anders als andere

Treiber ist bekannt dafür, Weiterentwicklungen selbst anzuschieben. Das war auch der Fall, als sich die Bäckerei für eine neue Dressiermaschine entschied und damit einen Klassiker der Konditorei ins Sortiment zurückholte – die Flammenden Herzen.

Von Helga Baumfalk



Die Sache mit den Flammenden Herzen ist die: Sie erfordern viele Handgriffe und binden teure Rohstoffe. Das wirft für Betriebe die Frage auf: „Lohnt sich das?“ Händisch produziert nein, maschinell ja – hat die Bäckerei Treiber festgestellt, die mit der Neuinvestition in eine Dressiermaschine aber zunächst eine andere Aufgabe lösen wollte.

„Bis zu dem Zeitpunkt haben wir unsere Rouladen noch händisch über die klassische Papierrolle aufgezogen. Im Prinzip haben wir wie eine Bäckerei mit zwei Filialen gearbeitet“, erklärt der Betriebsleiter Florian Schlink. „Eine automatisierte Lösung sollte den Konditoren die Arbeit erleichtern und uns den Artikel in hohen Stückzahlen herstellen. Damit ist die Investition schon mal gerechtfertigt. Wir wollen aber mehr und fragen uns dann: Was kann die Maschine noch?“

„Wir sind technikaffin und hinterfragen Abläufe: Sind sie zeitgemäß? Kann man sie anders gestalten? Das bringt uns auf neue Ideen.“

Florian Schlink

Heute nutzt Treiber die Maschine, die von Krumbein hergestellt wurde, für vielfältige Aufgaben: um Pudding (für die Streuselschnitten), Mohnfüllungen, die Flammenden Herzen (dazu später mehr) oder andere Sandmassen zu dressieren, um die Amerikaner herzustellen und die Muffins. „Wenn wir unsere Rouladen produzieren“, so Schlink, „stellen wir drei Produkte parallel nebeneinander her. Wir arbeiten mit der Maschine im Längsverfahren, nicht im Querverfahren, wie die meisten Betriebe. In Verbindung mit einer Maschine eines

anderen Herstellers nutzen wir sie sogar, um Sahne in Bleche einzudressieren.“ Dass das funktioniert, habe selbst Krumbein verblüfft. Schlink: „Wir sind technikaffin und hinterfragen Abläufe: Sind sie zeitgemäß? Kann man sie anders gestalten? Das bringt uns auf neue Ideen.“

## Sonderbau

Die Dressiermaschine ist kein Standard. Da Treiber kleinere, 55,7 x 14,5 cm große Bleche nutzt – weil sie genau in die Transportkörbe passen und die Körbe wiederum genau in die Lkw –, fertigte Krumbein individuelle Magazinschienen an. Schlink: „Allein für die Roulade gibt es drei Schienen. Eine für die Unterroulade, eine für die Zwischenroulade, eine für die Sahneroulade. Drei Schienen, ein Produkt – daran sieht man, wie detailverliebt wir sind.“

## Flexibilität ist ein Muss

Die Dressiermaschine ist fünf Tage die Woche jeweils für fast acht Stunden im Einsatz und kann von einer Person – dann arbeitet sie im Rücklauf – oder mehreren Mitarbeitern – dann im Durchlauf – gehandelt werden. Dass man das schnell umstellen kann, ist dem Betriebsleiter wichtig: „So muss man nicht zwingend zu zweit arbeiten. Ist ein Mitarbeiter noch in der Pause, kann der andere schon loslegen. Wenn wir Sahneschnitten herstellen, stehen auch schon mal vier Leute an der Maschine. Einer bedient sie, die anderen übernehmen händische Arbeiten wie das Einlegen der Zwischenroulade oder das Bestreuen mit Früchten.“ Zwei bis sechs unterschiedliche Produkte entstehen in der Regel täglich. Geht es um die Herstellung der Rouladen oder wird Sahne verwendet, bündelt man Produktionen und produziert an einem Tag nur einen Artikel, dafür in verschiedenen Sorten.

„Wenn alles gleich aussieht, sind wir nicht anders als die Industrie.“



Betriebsleiter Florian Schlink demonstriert, dass die 55,7 x 14,5 cm großen Bleche exakt abgestimmt sind auf die Kisten



Eine Mitarbeiterin dressiert die Flammenden Herzen auf 78/58-Bleche auf



Die Dressiermaschine (rechts, im Vordergrund) kann mit dem Streuselsteuer (links, im Hintergrund) bei Bedarf gekoppelt arbeiten. Die Beschickung erfolgt über einen Hebekipper



Über Schnellverschlüsse kann der Trichter für die Reinigung geöffnet und die Walzen entnommen werden. Trichterwände und Walzen werden durch die Spülmaschine geschoben, desinfiziert und wieder aufgebaut



## „Es geht uns um Qualität“



Filiale Killesberg



Filiale Killesberg Außenansicht



Die Bäckerei Treiber ist ein Familienunternehmen mit flachen Hierarchien, das von Katharina Treiber-Fischer in 4. Generation geführt wird. „Wir unterscheiden uns“, sagt der Betriebsleiter Florian Schlink, „weil wir Dinge anders tun als andere. Und weil wir nie die Qualität und die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter außer Acht lassen. Alles muss stimmen, damit am Ende alles stimmig ist.“

Zum Unternehmen gehören insgesamt rund 600 Mitarbeiter, alle sind Angestellte des Betriebes. Rund 140 Leute arbeiten am Hauptsitz Steinenbronn, rund 20 km südlich von Stuttgart, in der Produktion, der Logistik, der Haustechnik oder der Verwaltung.

Nicht ohne Grund heißt Treiber offiziell „Bäckerei und Konditorei Treiber“. Die Konditorei hat eine merkliche Umsatzbedeutung. Florian Schlink: „Man kann sich über die Konditorei vom Wettbewerb unterscheiden. Sie ist schwieriger zu kopieren, weil mehr Faktoren eine Rolle spielen als beim Brot. Wenn ein Kunde wegen eines Artikels in ein Geschäft kommt, den Rest aber ablehnt, was soll ihn motivieren, häufiger wiederzukommen? Man muss ihm Anreize setzen, ihm das ganze Portfolio bieten. Die richtige Mischung macht eine gute Bäckerei aus.“

Bis auf ein paar A-Produkte wechselt die Bäckerei alle drei bis vier Wochen das komplette Sortiment. Schlink: „Immer das Gleiche zu machen, ist sowohl für den Mitarbeiter als auch den Kunden langweilig.“ Im Fall der Dauergebäcke heißt das: Zwei bis drei Wochen gibt es das Flammende Herz, dann wird mit dem Pfauenauge oder der Nussecke getauscht. Berliner werden

erst von Herbst bis ca. Mai (je nach Wetterlage) gebacken und dann nicht mehr. Außerdem gibt es bestimmte Artikel nur am Wochenende. Dann wird auch das Kuchensortiment heraufgeschraubt. Zu den A-Produkten, dazu gehören bei Treiber – logisch, es ist eine schwäbische Bäckerei – die Brezeln, vor den normalen Brötchen, die im Unternehmen Filderwecken heißen. Auch spezielle Brote wie das Annobrot oder der Rocker rangieren im Ranking weit oben. Rund 110 bis 150 Artikel liefert die Bäckerei am Tag frisch aus.

41 Filialen führt Treiber, in einem, wie Schlink berichtet, gesunden Mix aus jeweils einem Drittel Vorkassenzonen-Filialen, Standorten in Wohngebieten und Bäckerei-Cafés. Die eigenen Geschäfte und Cafés steuern rund 99,5 % des Umsatzes bei. „Wir machen so gut wie kein Liefergeschäft. Jedes Liefergeschäft bedeutet, irgendwo einen Kompromiss eingehen zu müssen. Und genau das wollen wir nicht.“

Im vergangenen Jahr hat Treiber einen Teil der Filialen und die Mitarbeiter der Kronenbäckerei Binder aus Holzgerlingen übernommen. Die Inhaber beider Betriebe sind langjährig befreundet. Der Geschäftsführer Eberhard Binder hatte den Betrieb einstellen müssen, weil sich kein Nachfolger fand. Trotzdem: „Wir sind nicht auf Wachstum aus. Wir wollen keine 60 oder 70 Filialen. Alles zwischen 40 und 45 Standorten sehen wir für uns als gesundes Maß. Die Zahl der Filialen sagt nichts über den Umsatz, die Qualität der Backwaren oder die Zufriedenheit der Mitarbeiter aus. Ob Wachstum gut ist oder nicht, weil er andere Probleme stellt, muss jeder Betrieb für sich selbst entscheiden.“

## Ohne Convenience

Alle Produkte, die auf der Maschine entstehen, seien anspruchsvolle Produkte. „Weil wir old school arbeiten“, so Florian Schlink. „Ohne Convenience. Wir setzen nur klassische Rohstoffe ein.“ Darum sei es umso wichtiger, dass immer alles gleich bleibe – die Massenbeschaffenheit und die Temperatur. „Dann arbeitet auch die Maschine immer gleich.“ Trotz Automatisierung, die Rezepturen hat man nicht angetastet. Schlink: „Wir würden nie eine Maschine kaufen, um dann Rezepturen ändern zu müssen. Sie muss zu uns passen.“ Für die unterschiedlichen Produkte, die auf der Anlage entstehen, arbeitet Treiber mit verschiedenen Dosierwalzen. So können sowohl stückige Bestandteile gehandelt werden, ohne dass sie zerstört werden, und auch Sahne, ohne dass sie an Volumen verliert.

„Ich möchte kein Equipment, das mir mein Handwerk kaputt macht, ich möchte ein Equipment, das mich im Handwerk unterstützt.“

## Die Konditoren backen selbst

Die Konditorei hat ihren Platz in einem klimatisierten Raum in der Produktion und ihre eigenen Stikkenöfen vor der Tür in der Backstube stehen. Schlink: „Bei unserem Neubau vor 10 Jahren habe ich Wert darauf gelegt, dass die Konditoren

selber backen. Sie haben für ihre Produkte ein ganz anderes Feeling als die Bäcker. Beim Backen einer Roulade kann eine halbe Minute, was den Trocknungsgrad anbelangt, Welten ausmachen. Ich wollte keine Diskrepanzen zwischen den Abteilungen. Wenn Fehler passieren, dürfen Verantwortlichkeiten nicht hin- und hergeschoben werden. Die Konditoren sollten die Qualität ihrer Produkte selber bestimmen können.“ Weil in der Konditorei überwiegend tagsüber und damit gegen den Trend gebacken wird, kann die Bäckerei nachts, insbesondere an den Wochenenden, wenn viel zu tun ist, die drei „Konditorei-Öfen“ mitbenutzen.



ANZEIGE

Mitten im Markt

Messe Stuttgart



# DUFTENDE TRENDS UND KNUSPRIGE KONZEPTE – DAS GIBTS NUR AUF DER SÜDBACK

22.–25.  
Oktober  
2022  
Messe Stuttgart

suedback.de

Freuen Sie sich auf frische Trends und neuste Innovationen! Informieren Sie sich auf der südback rund um Themen wie Rohstoffe und Handelswaren, Arbeits- und Betriebstechnik, Geschäftseinrichtung und -ausstattung sowie Verkaufsförderung, Dienstleistung, Information und Management. ... und einmalig dieses Jahr mit dabei: der Eisbereich powered by GELATISSIMO – mit allem, was dazu gehört. Wir sehen uns!



Fachmesse für  
Bäckerei und Konditorei



**Bild oben: Jeweils zwei Gebäcke ergeben zusammen mit der Granache-Füllung und dem Kuvertüre-Überzug ein Flammendes Herz**

### Starke Besetzung

In der Bäckerei arbeiten 31 Mitarbeiter, in der Konditorei genauso viele. „Wir haben eine relativ starke Konditorei“, sagt Florian Schlink. „Wobei wir aus der Historie heraus unsere Feinbäckerei dazurechnen, auch wenn die Abteilungen räumlich voneinander getrennt sind.“ Die Mitarbeiter in der Konditorei arbeiten im klassischen Zweischicht-System. Die Nachtschicht beginnt zwischen 0 und 1 Uhr und finalisiert die Produkte, die die Tagschicht (sie beginnt um 7 Uhr) vorbereitet. Schokocroissants werden bei Treiber blind gebacken und anschließend mit einer selbstgekochten Ganache gefüllt.

### Mitarbeiter entscheiden über Maschinen

Anders als in anderen Unternehmen kaufen bei Treiber nicht die Chefs die Maschinen, sondern das Führungsteam zusammen mit Mitarbeitern. Das macht es für die Maschinenbauer etwas komplizierter. „Weil wir uns extrem mit jedem Detail auseinandersetzen“, sagt Florian Schlink. Das fordere die Hersteller. Manchen bringe es in die Bredouille, andere treibe es an, sich weiterzuentwickeln. „Als wir uns für die Dressiermaschine interessierten, bin ich zusammen mit drei Mitarbeitern zu Krumbein ins Technologie-Zentrum gefahren. Sie sind es, die mit der Maschine arbeiten, deshalb beziehen wir sie in die Entscheidungsprozesse mit ein. Die Chefs sehen die Maschinen teilweise erst dann, wenn sie schon im Betrieb stehen.“

### Die Flammenden Herzen

Mit der neuen Dressiermaschine kamen die Flammenden Herzen zurück ins Sortiment. Das Produkt ist ein Klassiker der Konditorei. Es besteht aus einer Sandmasse, die die Bäckerei aus wenigen Zutaten (Mehl, Butter, Zucker, frische Eier, etwas Vanille, Zitronenschale und Salz) herstellt, dann in Flammenoptik auf Bleche aufdressiert und backt. Anschließend werden die Produkte mit einer Nougat-Ganache gefüllt, jeweils zwei zum Flammenden Herzen zusammengesetzt und in Kuvertüre abgesetzt. Schlink: „Wir haben die Flammenden Herzen früher mit dem Spritzbeutel dressiert, die Produktion aber mindestens neun Jahre ruhen lassen.“ Zu viel Handarbeit, zu wenig Gewinn. Das habe sich mit der Maschine geändert. Schlink: „Für die Familie Treiber, vor allem bei den Seniorchefs, war das ein Wow-Effekt.“ Wenn Flammende Herzen auf dem Programm stehen, werden 1.300 bis 1.500 Stück pro Woche hergestellt – in guter, handwerklicher Optik und hochwertiger Qualität, wie Schlink betont, das sei ihnen immens wichtig.

### Das Unperfekte macht es perfekt

Wenn Butter- oder Mohnstreuselschnitten hergestellt werden, kommt eine weitere Maschine von Krumbein ins Spiel: ein Streuselstreuer, der seine Arbeit nach der und gekoppelt mit der Dressiermaschine verrichtet. Auch diese Maschine musste sich den kleinen Blechformaten anpassen. Wiederum wurden individuelle Schienen angefertigt, sodass drei der kleinen Bleche auf einmal belegt werden können. Eine andere Anforderung war Treiber besonders wichtig: „Wir wollten keine gleichen, uniformierten Streusel, sondern ungleichmäßig geformte Streusel, die einfach diesen händischen Charakter mitbringen. Streusel dürfen nicht aussehen wie gemalt, sie müssen unförmig und ungleichmäßig in ihrer Größe sein.“ Das Unperfekte macht es perfekt. Damit ein wirres Streuselbild entsteht, wurden unterschiedliche Walzen in der Maschine installiert.

Florian Schlink: „Wenn alles gleich aussieht, sind wir nicht anders als die Industrie. Dabei will der Kunde doch dieses Wechselspiel im Mundgefühl, wenn er in eine Streusel-schnitte beißt: das Weiche vom Butterhefeteig, das Cremige vom Pudding, den Crunch vom Streusel, mal knuspriger, mal lätschiger, das macht es doch aus. Das ist Handwerk. Auch bei der Maschine muss das bedacht werden. Ich möchte kein Equipment, das mir mein Handwerk kaputt macht, ich möchte ein Equipment, das mich im Handwerk unterstützt.“

### Nachts Snacks, tagsüber Kondi

Sie ist ein anderes Thema, aber die Herangehensweise bei der Investition ist ähnlich: Es geht um eine Schneidemaschine, ebenfalls von Krumbein, die als Investition noch vor der Dressiermaschine ins Haus kam und ursprünglich für den Snackbereich gedacht war. Die Auslastung war also da und wieder kam die Überlegung: Welche Features könnte sie uns noch bringen? Florian Schlink: „Der

## Apropos Fachkräfte

Alle sprechen vom Fachkräftemangel. Treiber auch. „Nur“, sagt Florian Schlink, „Unternehmen vor allem in unserer Branche müssen etwas tun. Wir müssen als Arbeitgeber attraktiv sein, um Mitarbeiter zu halten. Natürlich sollten die finanziellen Anreize stimmen, aber oft sind es die Softfacts, die entscheiden. Sei es der menschliche Umgang oder kleine ‚Goodies‘ zwischendurch, um Wertschätzung zum Ausdruck zu bringen. Während Corona haben alle gesagt, Weihnachtsfeiern seien unmöglich. Ja sorry, warum denkt man nicht anders herum und überlegt, wie es gehen könnte? Wir haben einen Cateringdienst geordert und den Mitarbeitern in den Pausen eine Art Buffet serviert. Als kleine Weihnachtsfeier. Es sind einfache, aber motivierende Dinge. Das soll nicht heißen, dass wir perfekt sind, aber, wir arbeiten daran. Und das ist das Wichtige.“



**Exklusiv für Mitarbeiter: Als Zeichen der Wertschätzung überrascht Treiber das Team von Zeit zu Zeit mit Gimicks, das kann ein Eis sein oder auch ein Team tee**

Snackbereich braucht sie nachts, die Konditorei könnte sie tagsüber nutzen, darum war es naheliegend, dass sich beide Abteilungen die Schneidemaschine teilen.“

Mit ihren vier Messern ist die daraufhin angeschaffte Schneidemaschine für den Snackbereich zwar etwas überdimensioniert, für die Konditorei leistet sie aber gute Dienste, insbesondere im Sommer, wenn täglich ein paar hundert Tortenböden zu bearbeiten sind. Brötchen oder Baguettes schneidet sie für die eine Abteilung, Biskuitböden für die andere. Für Florian Schlink zählen bei der Schneidetechnik neben dem Schnittbild und den exakten Schnittdicken auch eine geringe Geräuschkulisse und die einfache Reinigung. „Für den Haustechniker muss sie einfach zu warten sein. Jede Maschine, die steht, produziert Stress. Stress führt zu schlechter Qualität und die wollen wir nicht.“

## Maschinen müssen beweglich sein

Die Dressiermaschine, der Streuselstreuer, die Schneidemaschine – alle drei sind Stand-alone-Maschinen. Florian Schlink: „Alle Maschinen, die nicht zwingend festgeschraubt sein müssen, dürfen nicht festgeschraubt sein. Sie müssen beweglich sein, damit wir sie dorthin schieben können, wo wir sie brauchen. Und wenn wir sie nicht brauchen, müssen wir sie zur Seite schieben können, um den Platz anderweitig zu nutzen.“ +++

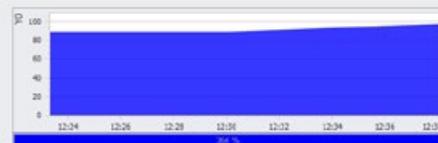
# Effektiv?



## Handwerkskunst und effiziente Produktion

OEE

110 %



Stückzahl

5124



Leistung

119 %



Verfügbarkeit

95 %



Qualität

97 %



**automation**   
WE SIMPLIFY YOUR WAY

[www.automationx.com](http://www.automationx.com)

## BÄCKEREIKETTEN

# Europas dynamische Geschäftsmodelle

Bäckereiketten expandieren in Europa in rasantem Tempo, wobei Deutschland an der Spitze liegt. Traditionelle Ketten dominieren, aber auch Coffeeshops, Sandwich-Ketten und andere Geschäftsmodelle holen auf und bieten einladende Alternativen.

von Anne Fremaux, Bakery Director, GIRA

**+** Angesichts verschwimmender Grenzen zwischen Einzelhandel und Foodservice und des zunehmenden Wettbewerbs ist es wichtig zu verstehen, welches Geschäftsmodell den Vertrieb und die Produktion von Backwaren in naher Zukunft am stärksten beeinflussen wird. GIRA (Girag & Associates) hat dazu die neue Studie ‚Business Models of Bakery Chains in Europe‘ in englischer Sprache veröffentlicht, die die 15 wichtigsten europäischen Länder abdeckt. Für die Studie wurden Unternehmen mit mehr als 10 Verkaufsstellen als „Kette“ eingestuft. So wurden 400 Bäckereiketten mit insgesamt etwa 42.000 Filialen gezählt, die im Jahr 2020 auf einen Gesamtumsatz von über 13 Mrd. EUR (ohne Steuern) kommen. In Deutschland gibt es die bei Weitem größte Anzahl an Verkaufsstellen, gefolgt von UK, Frankreich und Polen.

Zusätzlich zu „traditionellen“ Bäckereiketten gibt es über 100 Coffeeshop-Ketten mit fast 14.800 Verkaufsstellen. Ihr Gesamtumsatz belief sich 2020 abzüglich Steuern auf beeindruckende 6 Mrd. EUR. Die Marken-Coffeeshops wachsen in Europa um über 3 % pro Jahr und bieten neben Kaffee auch frische Backwaren an.

GIRA hat acht Ketten-Geschäftsmodelle identifiziert:

1. „Klassische“ Bäckereiketten – bieten ein klassisches Sortiment an, wobei Brot oft die Hauptrolle spielt. Sie positionieren sich zwischen traditionellen Bäckereien und Bäckerei-Cafés. Beispiele: K&U, Kamps (Deutschland) oder Panos (Belgien)
2. Sandwich-Ketten – haben sich auf die



© Dusko - stock.adobe.com

3. Food to go – dazu gehören Fast-Food-Ketten, die sich auf den schnellen Service konzentrieren und eine schmale Produktpalette führen. Sie sind spezialisiert auf süße/herzhafte Snacks und Grab-and-go-Angebote. Beispiele: Fornetti (Ungarn), Gregg's (UK)
4. Bäckerei-Cafés – positionieren sich zwischen Restaurant und Bäckereikette. Sie führen ein komplettes Angebot an Sandwiches und Snacks. Große Akteure: Paul (Frankreich), Granier (Spanien)
5. Artisan-Ketten – halten die handwerkliche Produktion durchgehend aufrecht. In Frankreich sind sie als Boulangerie bekannt, in den Niederlanden als „Handwerksgilden“. Beispiele: Marie Blachère (Frankreich), Echte Bakkersgilde (Niederlande)
6. Spezialisierte Ketten – verkaufen spezialisierte Sortimente, hauptsächlich Patisserie, Donuts oder amerikanische Backwaren. Zu dieser Nische gehören auch Bio- oder Low-Carb-Ketten. Beispiele: Cukierna Sowa (Polen), Krispy Kreme (UK)
7. Discount-Ketten – in der Regel auf Selbstbedienung ausgerichtet. Sie zeichnen sich durch eine Niedrigpreispositionierung aus. Beispiel: BackWerk (Deutschland)
8. Coffeeshops – sind in erster Linie auf Kaffee und Kaltgetränke fokussiert, führen aber auch süße Backwaren und herzhafte Produkte. Beispiele: Costa Coffee, McCafé

Eine Gemeinsamkeit aller Geschäftsmodelle liegt in der Bedeutung des Standorts. Die wichtigsten Standorte sind Stadtzentren und Hauptstraßen, Einkaufszentren und Verkehrsknotenpunkte. Daneben gibt es einen wachsenden Trend zu nicht-traditionellen Standorten. Der Anteil der Bäckerei-



## **BE AGILE**

Ein einzigartiger Ofen für eine Welt im Wandel



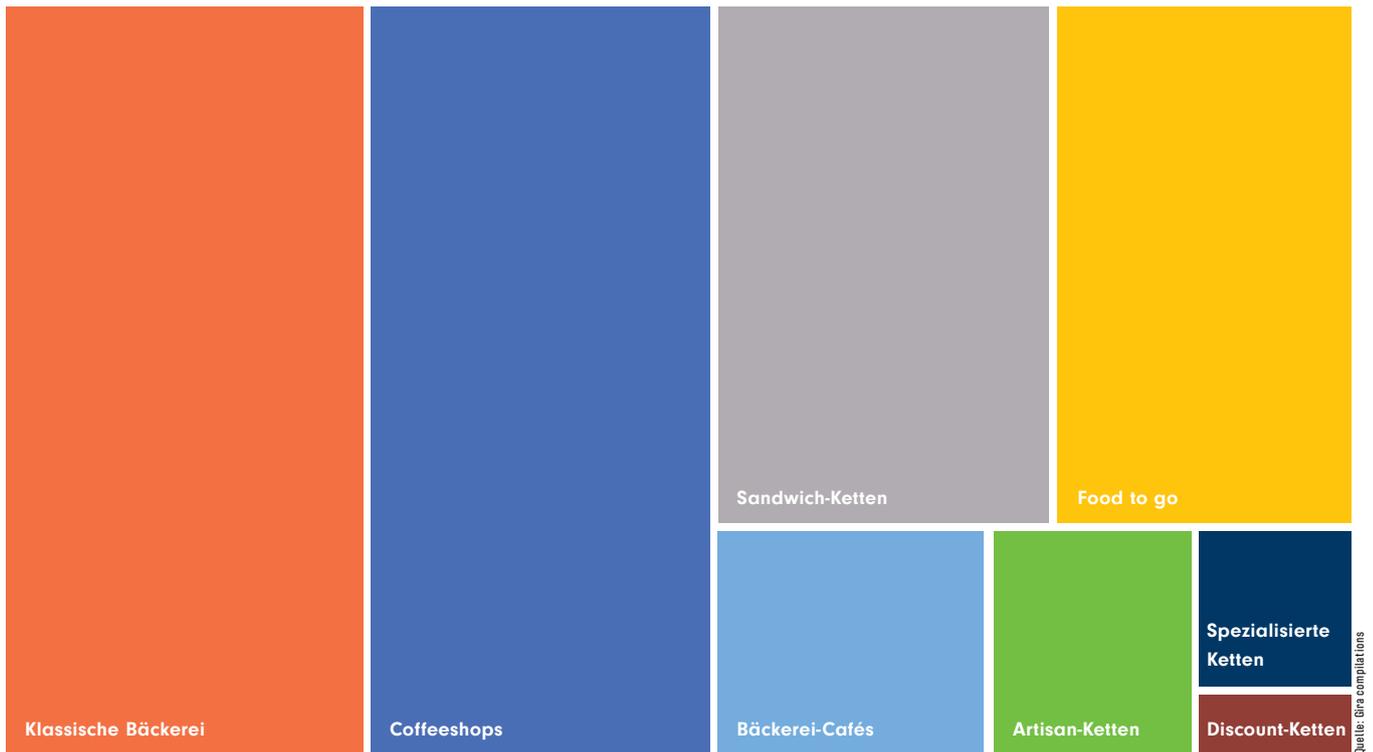
Flexibilität, zukunftsweisende industrielle Leistung und Produktqualität.  
Der M-TA bietet alles, um Ihnen diesen Wettbewerbsvorteil zu sichern.

Er kann eine fast unendliche Vielfalt an Back- und Konditoreiwaren  
herstellen, auf einem Markt, der ständig wächst und sich weiterentwickelt.

Kontaktieren Sie uns unter [info@mecatherm.fr](mailto:info@mecatherm.fr)

**Make your industrial bakery simpler**

**MECATHERM**



Anteil der Ketten-Geschäftsmodelle an den Verkaufsstellen, EU14, 2021

produkte (Brot, Viennoiserie, süßes und herzhaftes Gebäck) am Gesamtumsatz liegt bei den Geschäftsmodellen bei über 70 %. Eine Ausnahme bilden Coffeeshops, hier liegt dieser Anteil im Schnitt bei etwa 30 %.

sich darauf spezialisiert, ausschließlich Take-away anzubieten, wie Minit (CZ) und Dobra Pączkarnia (PL). Weitere Unternehmen, die ungewöhnliche Wege gehen, sind t'Stoepje (NL) – sie betreiben ausschließlich mobile Kioske –

ihren Innovationsmöglichkeiten in diesem Segment zum Erfolg der Bäckereiketten bei.

Die wichtigsten Faktoren, die das Wachstum im Bereich „Bäckereiketten“

**Der Übergang zum Omnichannel-Vertrieb wird der Schlüssel zur Vervielfachung potenzieller Kundenkontakte und zur Steigerung der Markenbekanntheit einer Kette sein. Dies kann durch B2B-Direktlieferungen von frischen Backwaren an Restaurants oder benachbarte Einzelhändler erreicht werden, alternativ auch über den B2C-Verkauf verpackter Markenprodukte im Einzelhandel, in der Gastronomie oder über die eigene Website.**

Anne Fremaux, Bakery Director, GIRA

Die Stores der Ketten-Geschäftsmodelle sind vornehmlich gemütlich und einladend eingerichtet. Der Markenaufbau wird von einer starken Kommunikation begleitet, die bei allen Varianten ziemlich ähnlich funktioniert. Die Betriebe nutzen die Ansprache in den Geschäften oder vor Ort, ihre eigenen Websites, mobile Apps, Treueprogramme und vor allem alle Formen von Social Media.

Manche Ketten verfolgen spezielle Konzepte. Gregg's (UK) und Bageteri Boulevard (CZ) haben z. B. den Verkauf von Brot eingestellt. Andere haben

und Princess (HU) – sie verkaufen in ihrem Heimatland Ungarn ausschließlich über Kioske in den Budapester U-Bahnhöfen.

### Anhaltendes Wachstum

Bäckereiketten haben in den letzten Jahren eine rasante Entwicklung durchgemacht, indem traditionelle Bäckereiangebote um herzhaftes Spezialitäten, Snacks und/oder Getränke diversifiziert wurden, was auch durch die Entwicklung von Fast-Food- und Food-on-the-go-Alternativen angekurbelt wurde. Darüber hinaus tragen neue Konzepte wie Artisan-Ketten und Bäckerei-Cafés mit

angetrieben haben, sind:

- + das Angebot an Premium-Produkten oder im Gegenteil, von preiswerten Food-to-go-Produkten
- + die Entwicklung herzhafter Snacks
- + die Umsetzung regionaler, nachhaltiger Bäckereikonzepte
- + die steigende Nachfrage nach handwerklich und lokal hergestellten Produkten
- + die Fokussierung auf traditionelle Handwerkskunst, z. B. bei den Artisan-Ketten
- + die Einrichtung von Foodservice-/Kaffeebar-Dienstleistungen, die die Mitnahme von Speisen einschließt



Anteil der Ketten-Geschäftsmodelle am Umsatz frischer Backwaren, EU14, 2021

ANZEIGE

**Anneliese**  
Industrial bakeware  
and racks.

## 01 UNSERE WAGEN

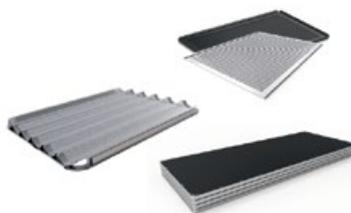
STIKKENWAGEN - FROSTERWAGEN - GEHÄUSEWAGEN  
- MEHLWAGEN - THERMOÖLWAGEN - TISCHWAGEN

Stabil, robust und auf Ihre Anforderungen maßgeschneidert - das sind unsere Wagen. Mit Optionen wie Winkelausführungen, Durchrutschsicherungen oder Spezialrollen individualisieren Sie Ihr Produkt.



## 02 UNSERE KASTENVERBÄNDE

Gutes Brot braucht die richtigen Zutaten, Erfahrung und Liebe. Unsere qualitativ hochwertigen und auf Ihre Bedürfnisse abgestimmten Kastenverbände unterstützen Sie, um sich genau darauf konzentrieren zu können. Wählen Sie aus unserem breiten Spektrum an Formen oder fragen Sie unsere Experten nach Einzellösungen!



## 03 UNSERE BLECHE

FORMBLECHE - BAGUETTEBLECHE - SCHNITTEN UND  
BUTTERKUCHENBLECHE - ANLAGENBLECHE

Backbleche sind Ihr grundlegendes Handwerkszeug. Hier sind Qualität und Individualität der Schlüssel zu Prozessen, die Sie zu 100% im Griff haben und die Ihre Arbeitsweise unterstützen. Wählen Sie aus unseren vielfältigen Optionen, damit das Blech sich nach den Anforderungen Ihrer Abläufe richtet - nicht anders herum.

IHR BACK-TECHNOLOGIE EXPERTE

MADE  
IN  
GERMANY



**SONDERMAßE**

Auf Wunsch auch speziell für Sie angepasste Größen.

Darüber hinaus wurde die Expansion von Bäckerei- und Coffeeshop-Ketten durch die Entwicklung des Franchisesystems und den Zugang zu Finanzierungsmodellen erleichtert, mit Unterstützung verschiedener Ressourcen, einschließlich großer industrieller Bäckereien oder Investmentfonds.

### Der Weg zum Erfolg

Während der Marktbeobachtung sammelte GIRA Informationen über mehr als 150 Bäckerei- und Coffeeshop-Ketten und identifizierte wichtige Erfolgsfaktoren:

- + Standort – Qualität und Vielfalt der Standorte der Betreiber sowie künftige Ziele zur Eröffnung von Verkaufsstellen, d. h. Möglichkeiten für weitere Standorte
- + Produktangebot – das Angebot an „klassischen“ Bäckereiprodukten ist ein Muss, aber Street Food und Snacks für unterwegs sind zu wichtigen Wachstumsmotoren geworden
- + Preis-Leistungs-Verhältnis – Qualität des Angebots vs. Preispolitik
- + Ladenatmosphäre – die Attraktivität des Geschäfts
- + Beschaffungsstrategie – Kontrolle der Lieferkette durch Eigenproduktion in den Filialen oder eigene Bäckereien
- + Eigentumsverhältnisse – die Fähigkeit, die Expansion voranzutreiben
- + Dienstleistungen – Übergang zum Omnichannel-Vertrieb

Bäckerei- und Coffeeshop-Ketten wurden durch GIRA nach den Erfolgsfaktoren bewertet. Wobei die folgenden Ketten in Europa besonders hohe Durchschnittswerte erreicht haben:

- + Gail's (UK): attraktive Stores in wohlhabenden Vorstädten, vertikal integriert (d. h., Gail's betreibt eine eigene zentrale Bäckerei, die die Filialen täglich mit Backwaren beliefert), Image einer handwerklichen Bäckerei
- + Bageterie Boulevard (Tschechische Republik): saisonales Premium-Gourmet-Fastfood-Angebot, breite Palette an Dienstleistungen (z. B. Drive-thru)
- + Lagkagehuset (Dänemark): vertikal integriert, Filialen werden mit fri-

schenden Premium-Backwaren beliefert, hohe Kundentreue

- + Lipóti Pékség (Ungarn): Kombiniert das Profil einer klassischen Kette für Brot und eines modernen Bäckerei-Cafés, betreibt mehrere eigene Produktionen zur Belieferung der Filialen

### Wettbewerb um Marktanteile

In vielen Ländern sind Bäckerei- und Coffeeshop-Ketten heute die wichtigsten Akteure in der gesamten Lieferkette für Backwaren. Im Jahr 2021 entfielen auf sie in den 15 untersuchten Ländern: 15 % des Vertriebs von Frischbackwaren, 2 % der vor den Augen der Kunden produzierten Backwaren und 13 % der industriellen Bäckereiproduktion. Die wichtigsten Geschäftsmodelle sind klassische Bäckereien, Coffeshops und Sandwich-Ketten, auf die 70 % der Gesamtzahl der Verkaufsstellen und 62 % des Gesamtumsatzes mit frischen Backwaren im Kettensektor entfallen.

Die durchgeführte Studie liefert erstmals auch eine umfassende Analyse zu den Beschaffungsstrategien, wobei es um das Backen im eigenen Betrieb geht, den Kauf und Weiterverkauf von frischen Backwaren oder das Backen von Bake-off-Backwaren. GIRA schätzt, dass 2021 etwa die Hälfte der Frischbackwarenlieferungen der Bäckereiketten in ihren eigenen zentralen Betrieben hergestellt (und als Frischware oder Bake-off an die Verkaufsstellen geliefert) wurden. Darüber hinaus haben ihre Betriebe damit begonnen, externe B2B-Kunden (Einzelhändler, Restaurants) zu beliefern, was zu einem Anteil der Bäckereiketten von 13 % an der gesamten industriellen Frisch- und Bake-off-Backwarenproduktion in Europa führte.

### Das Unerwartete erwarten

In einigen Ländern haben Bäckereiketten ein Plateau erreicht. Neue Wachstumsmotoren müssen gefunden werden. Darüber hinaus hatte die Corona-Krise erhebliche Auswirkungen auf den Produktmix, was von der

Rationalisierung des Angebots bis hin zur Einführung neuer Produkte wie „Survival Kits“ zum Backen für zu Hause oder der Hinwendung zu gesünderen, traditionellen oder regionalen Produkten reichte.

Die Einführung von Click & Collect und das Liefergeschäft war für viele Betriebe die Rettung während der Pandemie. Dennoch liegen viele in ihren Online-Serviceangeboten noch weit hinter denen der Restaurants oder Fast-Food-Läden zurück. Die Beschleunigung der Digitalisierung und die Entwicklung eines CRM (Customer Relationship Management), also eines Kundenbeziehungsmanagements für mehr Kundenloyalität, werden zukünftige Herausforderungen sein.

Der Übergang zum Omnichannel-Vertrieb wird der Schlüssel zur Vervielfachung potenzieller Kundenkontakte und zur Steigerung der Markenbekanntheit einer Kette sein. Dies kann durch B2B-Direktlieferungen von frischen Backwaren an Restaurants oder benachbarte Einzelhändler erreicht werden, alternativ auch über den B2C-Verkauf verpackter Markenprodukte im Einzelhandel, in der Gastronomie oder über die eigene Website. Dies wird von Coffeeshop-Ketten mit ihrem Markenkaffee bereits in großem Umfang genutzt. Für Bäckereiketten liegt das Potenzial weit weniger im Fokus. Ausnahmen gibt es. Pret (UK) beispielsweise verkauft TK-Vienoiserie-Teiglinge und Müsli an Tesco und Lagkagehuset (DK) vertreibt eine große Auswahl an Gebäck und frischem Brot über den Online-Händler nemlig.com.

Neuproduktentwicklungen in Bäckerei- und Coffeeshop-Ketten konzentrieren sich vor allem auf vegane, vegetarische, glutenfreie oder gesundheitsfördernde Produkte, aber auch hochwertige Rezepturen (handwerkliche Produkte, Sauerteigbrot) werden zunehmend nachgefragt, ebenso wie Markenware und individualisierte Produkte. +++

## Backblechreinigung nach Maß



Backblechreinigungs-  
anlage Kobra

Eine Backblechreinigung wird insbesondere dann interessant, wenn täglich unzählige Bleche zu pflegen sind. Für diese Anwendung entwickelte der oberösterreichische Maschinenbauer Precisma aus Sipbachzell die Kobra.

Nach Angaben des Unternehmens erzielt die Backblechreinigungsanlage ein beeindruckendes Reinigungsergebnis. Sie ist robust und einfach zu bedienen. Angeboten wird die Anlage für Zweirandbleche von 580, 780 und 980 mm. Die Backbleche werden mit der Backseite nach oben zu geführt. Der Einzug selbst erfolgt mittels Bürstenwalzen – was, so das Unternehmen, die Lebensdauer der Backbleche im Vergleich zu herkömmlichen Transportsystemen in Blechreinigungsmaschinen verlängert. Integrierte Tellerbürsten sorgen durch automatische Drehrichtungsänderung für einen gleichmäßigen und sauberen Abrieb. Als zusätzliches Extra bietet eine Innenrandreinigung ein Plus an Sauberkeit.

Der Zahnriemenantrieb der Maschine, die komplett aus Edelstahl gefertigt ist, verspreche Wartungsfreiheit. Reinigen lässt sich die Ausführung mit einem Hochdruckreiniger, ohne dass die Bürsten demontiert werden müssten. Die Tellerbürsten sind einzeln einstellbar und gewährleisten einen optimalen Anpressdruck an die Bleche. Die Rundbürsten lassen sich dank eines eigenen Schnellwechselsystems ohne weiteres Werkzeug von Hand ausbauen und dann reinigen.

„Eine unmögliche Aufgabenstellung gibt es nicht“, sagt der Geschäftsführer Ing. Alois Aichinger. „Wir freuen uns auf jede auch noch so knifflige Problemstellung.“ Individuelle Anlagen für die Bäckereitechnik seien die Stärken des Maschinenbauers, der neben Blechreinigungsanlagen Maschinen für den Trennmittelauftrag, die Bestreuung, Förderung und das Handling fertigt.

[www.precisma.com](http://www.precisma.com) +++



Wir sind Spezialisten für die  
Herstellung von Tunnel-Backöfen



Zudem liefern wir komplette Produktionslinien  
für Bäckereien und Konditoreien

**MEHR ALS 750 INSTALLATIONEN IN 40 LÄNDERN  
WELTWEIT**



**STUTT GART**  
**22.-25.10.**  
**2022**  
**HALL 7**  
stand no. 7E57

**J4 s.r.o.**  
Prumyslova 96, 503 02 Predmerice nad Labem  
Czech Republic  
Tel.: +420 495 581 137 - 139, E-mail: [j4@j4.eu](mailto:j4@j4.eu)

[www.j4.eu](http://www.j4.eu)



# Das Produkt ist das Maß der Dinge

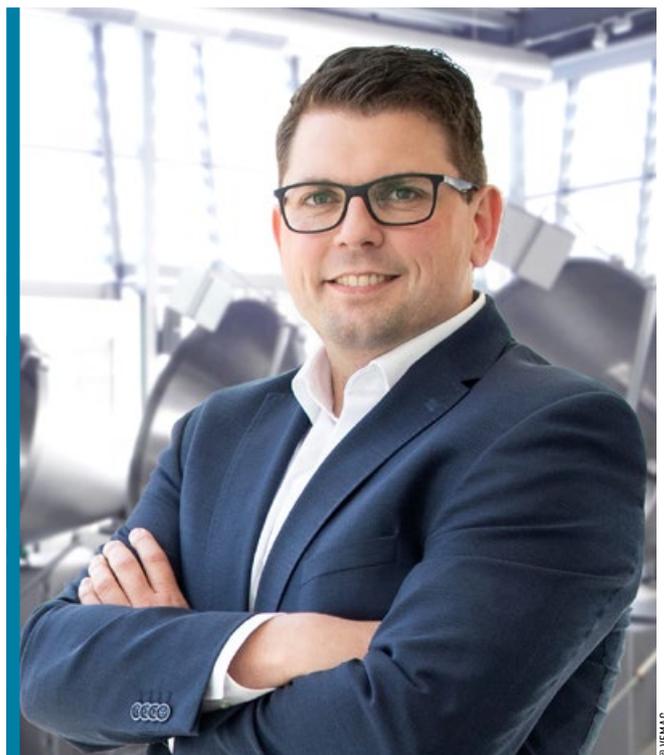
Jedes Gramm zählt. Das gilt insbesondere dann, wenn Rohstoffe teurer oder sogar knapp werden. Mit der Gewichtsgenauigkeit nimmt es VEMAG bei seiner Portioniertechnik genau. Auch in Sachen Produktqualität und Flexibilität legt der Maschinenbauer die Messlatte hoch.

Von Helga Baumfalk

**+** Mit Anlagen und Maschinen, die Aufgaben wie Portionieren, Formen und Dosieren übernehmen, ist die VEMAG Maschinenbau GmbH in vielen Sparten der Lebensmittelherstellung vertreten. Das Spektrum reicht von Fleischereien und Molkereien, der Produktion von Snacks/Proteinriegeln, Süßwaren oder „Plant-based“-Produkten bis hin zu Pet-Food und natürlich den Bäckereien.

„Passion for products – das Motto, das wir zur AnugaFood-Tec definiert haben, beschreibt uns ziemlich treffend“, erklärt der Geschäftsführer Christoph Thelen. „Damit meinen wir nicht unsere Produkte, sondern die unserer Kunden. Die Orientierung am Endprodukt war uns schon immer wichtig. In den vergangenen Jahren haben wir den Fokus auf die jeweiligen Branchen weiter ausgebaut und unsere Entwicklung mit eigenen Spezialisten-Teams danach ausgerichtet.“

Rund 20 Mitarbeiter arbeiten bei VEMAG allein für den Bereich Bäckerei, darunter Bäckermeister, Bäckereitechniker und Lebensmitteltechnologe, die im BIC, dem neuen Bakery Innovation Center (s. Kasten Seite 30), tätig sind. Auch für andere Food- und Non-Food-Bereiche sind eigene Test- und Kompetenzzentren am Firmensitz in Verden an der Aller eingerichtet. „Unterschiedliche Branchen stellen unterschiedliche Anforderungen“, weiß Kai Wörzler, der den nationalen Vertrieb im Bereich Bäckerei mitverantwortet. Mit entsprechend auf die jeweiligen Anforderungen ausgestatteten Testzentren könne man individuell auf die Bedürfnisse der Kunden eingehen. „Unser Anspruch ist es, mit all unseren Kunden auf Augenhöhe zu kommunizieren“, so Thelen. Darum sei es auch nichts Ungewöhnliches, dass viele in dem



**„Trotz der Herausforderungen durch den Krieg in der Ukraine und die Pandemie schaffen wir es, unser Wachstum in Summe fortzusetzen. Hier profitieren wir von unserer breit aufgestellten Struktur und der Nähe zu den internationalen Märkten über unsere Agenturen.“**

*Christoph Thelen, Geschäftsführer VEMAG*



© VEMAG



© VEMAG

Unternehmen einen ‚Lebensmittel-Hintergrund‘ mitbringen. „Zum Beispiel ist unser CEO, Andreas Bruns, Lebensmitteltechnologie. Ich habe Metzger gelernt und Lebensmitteltechnologie studiert und Kai Wörzler ist Lebensmitteltechnologie mit Bäcker Ausbildung“, erläutert Thelen weiter.

Seit 2001 gehört VEMAG zur US-amerikanischen Robert Reiser & Co aus Canton, MA. Reiser selbst baut keine Maschinen und lässt seiner deutschen Tochter in der Unternehmensführung freie Hand. Beide stehen in einer Art Lieferant-Kunde-Verhältnis zueinander. VEMAG fertigt, Reiser vertreibt die Anlagen – und die weiterer Hersteller – in den USA, Kanada und UK. Ähnlich arbeitet VEMAG mit anderen, unabhängigen Agenturen und den eigenen Töchtern z. B. in China, den Niederlanden oder Polen zusammen, über die der Maschinenbauer in mehr als 120 Ländern weltweit vertreten ist. Nur in Deutschland verkauft das Unternehmen

seine Anlagen selbst und übernimmt auch den Service mit einem eigenen Team.

Ein funktionierender After Sale sei wichtig, so Christoph Thelen. Niemand könne sich Stillstandzeiten erlauben. „Beim Service unterscheiden wir nicht nach Branchen, denn die Technik ähnelt sich.“ In den Exportmärkten sind die Techniker der Agenturen für Wartung und Service zuständig. Alle Servicekräfte, ob national oder international, werden in der VEMAG Academy in Verden geschult.

### Mehr als 80 % Exportanteil

Mit über 80 % liegt der Exportanteil auf hohem Niveau. Nordamerika, UK und die europäischen Länder wie beispielsweise die Niederlande, Frankreich und Polen gehören zu den Hauptabsatzmärkten. In den Märkten Südamerikas sei man ebenfalls erfolgreich unterwegs, ebenso in

## Der Bäckereiallrounder

Er ist eine der jüngsten Entwicklungen von VEMAG und wird auf der südback in Stuttgart zu deren Messehighlights gehören: die HP1 oder besser, der Bäckereiallrounder. Ausgelegt ist der Teigteiler für mittelständische Filialisten. Er kann den Angaben zufolge dünnflüssige oder steife Massen auch mit Stückchen (nach Unternehmensangaben ohne Volumenverlust oder Stückchen zu zerstören) fördern und genauso gut Teige mit einer TA von 145 bis 220 abteilen/dosieren. Dabei arbeitet die Maschine in einem Gewichtsbereich von 5 g bis 50 kg. „Ein Kunde, bei dem sie schon im Einsatz ist, nutzt sie, um 25 g schwere Cookies für den LEH herzustellen“, erzählt Kai Wörzler. „Genauso gut könnte er seine Brotteige darüber laufen lassen.“ Kombinieren lässt sich der Teigteiler mit verschiedenen Vorsatzgeräten. Ein Vorsatzgerät ist zum Beispiel der Schwanenhals, über den sich z. B. Biskuit- und Rührmassen, Füllungen, aber auch Schrotbrotteige in Formen oder Tortenringe gewichtsgenau abfüllen lassen. „Die Vorsatzgeräte geben dem Bäcker Produktflexibilität mit einer Anlage, so Wörzler. Mit dem Handfüllkopf könnte man Macarons, Baisers und Makronen dressieren oder Massen in Gläschen abfüllen. Was die Formenvielfalt angeht, die sei nahezu unendlich.“



© VEMAG

Südafrika, China oder Australien. Thelen: „Trotz der Herausforderungen durch den Krieg in der Ukraine und die Pandemie schaffen wir es, unser Wachstum in Summe fortzusetzen. Hier profitieren wir von unserer breit aufgestellten Struktur und der Nähe zu den internationalen Märkten über unsere Agenturen.“

Am Firmensitz errichtet VEMAG eine neue, doppelstöckige Halle. Sind die Bauarbeiten beendet – voraussichtlich im Oktober –, kommen fast 4.000 qm für die Fertigung hinzu. Von den insgesamt 820 Mitarbeitern arbeiten rund 400 in der Fertigung und der Montage. In Linienfertigung bauen sie bei einer 5-Tage-Woche bis zu 1.800 Anlagen/Maschinen pro Jahr. Hinzu kommen dann noch die entsprechenden Vorsatzgeräte. Steuerungen, Motoren oder das ein oder andere Gussteil werden zugekauft. Alles andere – von der Blech- und Oberflächenbearbeitung bis zu den Schweiß- und Montagearbeiten – passiert im Werk in Verden. Die hohe Fertigungstiefe schafft Unabhängigkeit und man könne schneller auf Anfragen reagieren. Neben dem Seriengeschäft gibt es die Abteilung „Sonderkonstruktion“. Dieser Bereich erarbeitet kundenindividuelle Lösungen, die dann in kleiner Stückzahl oder auch nur ein einziges Mal gefertigt werden.

Beschaffung ist ein Thema, das derzeit für weltweit alle Unternehmen zur Herausforderung werden kann. Christoph Thelen: „Auch wir bleiben nicht komplett verschont. Trotzdem schaffen wir es mit unserer Fertigungstiefe und weil wir mit unseren Lieferanten, für die wir einen hohen Stellenwert haben, partnerschaftlich zusammenarbeiten, die Lieferketten aufrechtzuerhalten, auch wenn das momentan viele Ressourcen bindet.“

Zur Philosophie von VEMAG gehöre es, Ersatzteile für Kunden über ein Ersatzteillager bereitzuhalten. Thelen: „Sollte ein Teil defekt sein, wird es sofort benötigt. In den Auslandsmärkten bevorraten sich die Agenturen. Zu unserer



**„Im Backwarenbereich sind wir weltweit traditionell vor allem in Großbäckereien mit Monolinien vertreten. Jetzt gehen wir einen Schritt weiter in Richtung Handwerk und haben eine kleine, flexible Lösung entwickelt.“**

*Kai Würzler, Beratung & Verkauf Bäckerei national*

Philosophie gehört es außerdem, dass wir keine Ersatzteile abkündigen.“

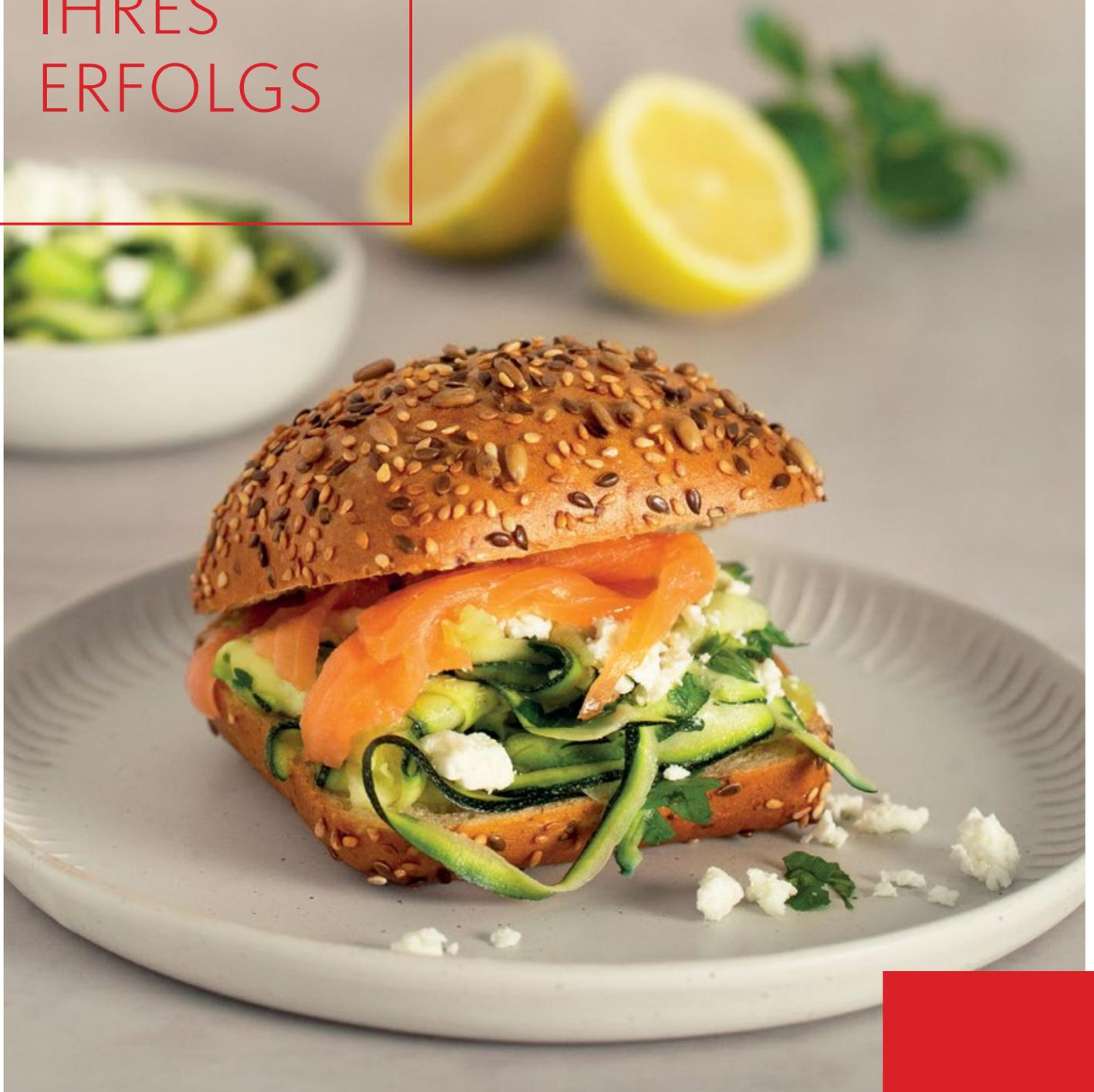
### **Kirchturmuhren und Honigschleudern**

Groß geworden ist VEMAG mit Füllmaschinen für Fleisereien. Dabei hat die Firmengeschichte 1944 eigentlich mit der Fertigung von Kirchturmuhren und Honigschleudern begonnen. Den Sprung in die Backbranche hat das Unternehmen vor 35 Jahren gewagt. Kai Würzler: „Im Backwarenbereich sind wir weltweit traditionell vor allem in Großbäckereien und bei Industriekunden mit Monolinien vertreten. Überwiegend werden sie eingesetzt, um Pizza-, Toast- und Sandwicheteige oder Stangenbroten in hohen Stückzahlen gewichtsgenau und ölfrei zu portionieren. Jetzt gehen wir einen Schritt weiter in Richtung Handwerk und haben eine kleine, flexible Lösung entwickelt. Wir nennen sie ‚Bäckerei-allrounder‘, weil sie produktions- und produktübergreifend eingesetzt werden kann – sowohl im Feinbackwaren- als auch im Brotbereich.“

„Gerade kleinere Betriebe“, erklärt Christoph Thelen, „kaufen keine Maschine, sondern Lösungen. Je mehr Anwendungen sie mit einer Maschine abdecken können, umso besser,

#gemeinsambackenwirdas

# ZUTATEN IHRES ERFOLGS



Frischen Wind in das Dinkelsortiment bringt Mein Dinkelbrötchen. Mit dem neuen Produkt wird Gebäck aus dem beliebten Urgetreide nicht nur besonders saftig, sondern bietet auch exzellente Frischhaltung. Fragen Sie Ihren backaldrin-Fachberater!

[www.backaldrin.com](http://www.backaldrin.com)

**backaldrin**<sup>®</sup>

schon um den Footprint zu minimieren. Platz ist knapp.“ Er beobachtet, dass Bäckereien jeder Größe vor dem Hintergrund teurer werdender Ressourcen mehr auf Effizienz bei Ausstoßleistungen und dem Rohwareneinsatz achten. Auch das Hygienic Design einer Portioniermaschine spiele eine größere Rolle. „Weil unser Ursprung im Bereich Fleischerei liegt, hat Hygiene für uns von vornherein einen hohen Stellenwert. Darum sind alle unsere Anlagen nassreinigbar. Reinigungszeit ist Rüstzeit, sie sollte kurz sein“, so Thelen.

### Förderkurven sind Hochleistungswerkzeuge

Jeder Teigteiler von VEMAG ist modular aufgebaut. Er besteht aus einer Basisanlage und einem Vorsatzgerät, das die Teige/Massen entsprechend teilt, formt und dosiert – ob auf ein Förderband, ein Blech, in Backformen oder Tortenringe. Das technische Herzstück der Portionierer wiederum sind die Förderkurven. Sie sind es, die im Zusammenspiel mit dem Förderkurvengehäuse die Massen oder Teige schonend fördern – was laut Unternehmen ohne die übliche Verwendung von Trennöl/Trennmehl, bei größtmöglicher Produktschonung und Erhalt einer hervorragenden Endgebäckqualität, funktioniert. „Wir arbeiten permanent an Weiterentwicklungen in diesem Bereich“, berichtet Kai Wörzler. Förderkurve und Förderkurvengehäuse, beides seien Komponenten, die unter höchster Präzision gefertigt würden.

Zum Fräsen einer einzigen Förderkurve benötigen die Fräsmaschinen im Werk je nach Größe und Materialauslegung



vier bis acht Stunden. VEMAG entwickelte vielfältige Varianten, die sich in ihrer Geometrie und dem Material unterscheiden. Welche die jeweils richtige ist, hängt vom Endprodukt und der Ausstoßleistung ab. „Man kann mit einer Anlage durch Austausch der Förderkurve eine riesige Bandbreite an Produkten portionieren, ob Roggenmischbrot und Sandwichbrot, glutenfreie Teige, feste Riegel-Massen, aber auch Sand- oder Biskuit-Massen und viele weitere Teige und Massen. In dieser Flexibilität sehe ich unsere große Stärke.“

Zurzeit macht der Bereich „Bäckerei“ etwa 10 % vom Gesamtumsatz bei VEMAG aus. „Das wollen wir ausbauen“, sagt Christoph Thelen, „denn wir sehen großes Potenzial und Synergien, die sich aus unserer Kompetenz in anderen Branchen ergeben. Mein Ziel ist es, dass es irgendwann heißt, ‚VEMAG steht für Bäckerei‘. Und dann soll nicht der Nachsatz folgen, ‚Ihr kommt ja aus dem Bereich Fleischerei‘, sondern dann soll es heißen ‚Und ich glaube, ihr macht auch noch Anlagen für die Fleischerei‘.“ +++

### Das BIC

Das BIC, das Bakery Innovation Center, nahm VEMAG 2021 in Betrieb. Neben Portioniermaschinen finden in den Räumlichkeiten alle vor- und nachgelagerten Bäckereiprosessanlagen ihren Platz. Knetter gehören dazu, Aufarbeitungstechnik, Gär-schränke, Öfen und die Kälte-technik. Über Kameras können Abläufe im BIC bei Bedarf online mitverfolgt werden. Der Maschinenbauer stellt das BIC Kunden zur Verfügung, um Testläufe zu fahren oder neue Produktideen auszuprobieren, und nutzt es selbst für seine Entwicklungsarbeit, Vor-Ort-Schulungen sowie Webinare.





**Digitale Transformation für Ihre Produktion mit dem DIOSNA IoT**

# Unsere Vision. **Ihre Zukunft.**

Die digitale Revolution ist in vollem Gange. Werden Sie ein Teil davon und transformieren Sie Ihre Produktion mit der neuen Internet of Things-Lösung von DIOSNA.

Die IoT-Schnittstelle sorgt nicht nur Wartungskontrolle, sondern auch für bessere Prozessabläufe. Das System mit seiner Zustands- und Produktqualitätsüberwachung ist jederzeit und überall zugänglich und hebt Ihre Produktion auf die nächste Stufe!

- **Live-Produktionsdaten für alle Maschinen**
- **Visualisierung der wichtigsten KPIs**
- **Chargenberichte für eine transparente Überwachung**
- **Effiziente Fehlerdiagnose und -vermeidung**
- **Maschinenübergreifender Rezepteditor**

DIOSNA ist ein weltweit anerkannter Spezialist für Teigverarbeitung und Vorteiggärung im großen Maßstab. Die Maschinenausstattung und Biotechnologie sind das ideale Zusammenspiel für beste Ergebnisse in der Lebensmittelproduktion.

➔ **DIOSNA.COM**  
**BETTER FOR DOUGH**



ZUSAMMENWACHSEN

# Eine konzernübergreifende Innovationsstrategie

FRITSCH ist seit 2019 Teil der MULTIVAC-Gruppe. Damit hat MULTIVAC sein Produktportfolio in Richtung Bäckertechnik erweitert. **Guido Spix**, geschäftsführender Direktor der MULTIVAC-Gruppe, und **Frank Gabriel**, Geschäftsführer der FRITSCH Bakery Technologies, erläutern, wie beide Unternehmen in Zukunft mit Fokus auf Innovationen, Produktion und weiteres Wachstum voneinander profitieren werden.

**+** **Mihu:** Zunächst einmal würde mich interessieren, wie die beiden Unternehmen überhaupt zusammenkamen, vor allem wenn man bedenkt, dass beide auf unterschiedliche Technologie-Bereiche spezialisiert sind. Deshalb die Frage: Warum genau hat MULTIVAC FRITSCH übernommen?

**Guido Spix:** FRITSCH war für MULTIVAC kein Unbekannter, denn beide Unternehmen waren bereits in der Vergangenheit an vielen Projekten gemeinsam beteiligt. Ein gutes Beispiel ist die Verpackung von Brezeln für die Backstationen im Einzelhandel. Dass FRITSCH für eine Übernahme zur Verfügung steht, haben wir durch Zufall erfahren und sofort die Chancen erkannt, die sich daraus ergeben, angefangen bei den technischen Ähnlichkeiten im Produktportfolio beider Unternehmen. Obwohl wir unterschiedliche Branchen bedienen, sind die Unternehmen aus technischer Sicht eng verbunden. Uns war von Anfang an klar, dass die Idee, beide Unternehmen unter einem Dach zusammenzuführen, perfekt funktionieren würde.

Wir haben schnell erkannt, dass FRITSCH – ein äußerst innovatives Unternehmen – von unserer „Operational Excellence“ profitieren kann. Innovation ist ein sehr wichtiger Teil unserer übergeordneten Unternehmensstrategie. Sowohl FRITSCH als auch MULTIVAC sind in ihren Bereichen mit innovativen Produkten führend. Wir arbeiten systematisch an gemeinsamen Lösungen, sowohl was die Automatisierung als auch die Technologie selbst anbelangt.

**1,5 MRD. EUR**  
MULTIVACS PROGNOSTIZIERTER  
UMSATZ FÜR 2022

**Frank Gabriel:** Während des Due-Diligence-Prozesses von MULTIVAC wurde deutlich, dass FRITSCH über eine hervorragende Expertise für innovative, technische Lösungen im Bäckereimaschinenbau verfügt und diese im Markt sehr angesehen sind. Es war allerdings auch schnell klar, dass durch den Zusammenschluss mit MULTIVAC neue

Möglichkeiten geschaffen werden, die sich unmittelbar positiv auf das Geschäft von FRITSCH auswirkten. Beispiele sind der Zugang zu einem globalen Produktionsnetzwerk, gemeinsame Entwicklungen oder auch der internationale Vertrieb und Service. Wir konnten diese Vorteile direkt in unsere tägliche Arbeit einfließen lassen, allem voran Themen, die Herr Spix als „Operational Excellence“ bezeichnet hat. Zudem hatten wir sofort nach der Übernahme Kontakt mit Expertinnen und Experten von MULTIVAC, z. B. in den Bereichen Nassreinigung oder aber auch Wägetechnik, um nur zwei Beispiele zu nennen. Auf der anderen Seite konnte MULTIVAC durch FRITSCH neue Erkenntnisse für die Gestaltung kompletter Linien und Anlagen gewinnen. Wir sahen von Anfang an, dass dies eine gute Ergänzung ist.

**35 MIO. EUR**  
AUFTRAGSEINGANG  
BEI FRITSCH IN Q1 2022

**Mihu:** FRITSCH hat seit der Übernahme durch MULTIVAC bereits neue Technologieentwicklungen auf den Markt gebracht. Wie arbeiten die F&E-Teams zusammen?

**Spix:** Wir verfolgen eine klare Innovationsstrategie für unser Unternehmen. MULTIVAC hat schon vor vielen Jahren sehr erfolgreich einen agilen Entwicklungsprozess eingeführt und diesen immer wieder an neue Rahmenbedingungen angepasst. Diese Innovationsstrategie haben wir auch bei FRITSCH eingeführt. Die Digitalisierung unserer Maschinen und Anlagen spielt darin eine entscheidende Rolle. Außerdem setzen wir den Fokus klar auf Nachhaltigkeit. Ein Thema, das auch bei den FRITSCH-Kunden immer stärker in den Fokus rückt. Die ersten entsprechenden Anlagen sind bereits erfolgreich ausgeliefert worden. Es gibt einen regen Austausch und eine gute Zusammenarbeit in allen technischen Bereichen. Für mich darf das keineswegs eine Einbahnstraße sein. Die Muttergesellschaft hat von FRITSCH einiges gelernt. Beide Unternehmen wachsen wirklich zusammen.

Was die „Operational Excellence“ angeht, kann ich mit Stolz sagen, dass MULTIVAC zu den führenden Herstellern von Verpackungsmaschinen zählt. Wir arbeiten intensiv daran, sehr gut durchdachte Prozesse für die Produktion zu schaffen, angefangen bei der F&E bis hin zur Auslieferung an den Endkunden. In dieser Hinsicht war FRITSCH vor der Übernahme in seinem Geschäft weniger prozessorientiert und konnte leicht von unseren Ideen lernen.

### Eine gut eingespielte Flotte

**Mihu:** Und wie hat sich die F&E aus Sicht von FRITSCH verändert?

**Gabriel:** Durch den neuen F&E-Prozess von MULTIVAC haben wir unsere existierenden Prozesse weiter verbessern können. Wir betrachten nun den gesamten Produktlebenszyklus mit einem umfassenden Blick und erweitern unseren Fokus weit über die Markteinführung hinaus. Es hilft uns sehr, mit den Teams von MULTIVAC weltweit zusammenzuarbeiten und Informationen abzustimmen und in unsere Innovationen mit einfließen zu lassen. Auf diese Weise konnten wir zudem die Markteinführungszeiten erheblich verbessern, da zum Beispiel Informationen bereits zu Beginn vollständiger zur Verfügung stehen. Darüber hinaus erhielten wir Zugang zu etablierten MULTIVAC-Technologien, wie etwa Lösungen von Wägetechnik, die schnell an die speziellen Bedürfnisse der Bäckereien angepasst werden konnten.

**Spix:** MULTIVAC ist eine Unternehmensgruppe mit 1,5 Milliarden Euro Umsatz im Jahr. Man könnte es deshalb als „Schiff“ betrachten, das in gerader Kiellinie durch die Welt der Märkte navigiert. Das ist aber so nicht ganz korrekt. Wir sind weiterhin eine Gruppe von kleinen, mittelständischen Unternehmen – „Speedboote“, wie wir sie nennen. Es gibt zum Beispiel ein „Speedboot“ für TVI-Fleischportionierung, eines für Schalenversiegelungstechnologie und eben eines namens FRITSCH. FRITSCH passte genau hinein in diese „Flotte“. Es ging nicht darum, dass ein „großes Schiff“ ein kleineres Unternehmen übernimmt, sondern FRITSCH reihte sich ein in eine agile Flotte weiterer kleinerer Unternehmen. Allerdings: Wenn man sich das Wachstumspotenzial von FRITSCH ansieht, wird es sehr bald eines der großen Schiffe der Gruppe sein. Wir freuen uns sehr über diese Reise.

**Mihu:** Das ist ein großartiges Bild! Passend zu dieser Idee scheint der Nutzen für die einzelnen Unternehmen in der Zusammenarbeit der kleinen „Speedboote“ zu liegen. Was können sie voneinander lernen?

**Gabriel:** In dieser Analogie sind wir tatsächlich ein „Speedboot“, das sich in einem Netzwerk von Schiffen verbindet. MULTIVAC stellt das Kommunikationssystem und die Navigationstechnik, sozusagen das Funksystem, das Radar und die Strategie zum Navigieren durch tiefes Gewässer, zur Verfügung. Wir als FRITSCH sind aber immer noch selbst dafür verantwortlich, mit unserem Team das „Speedboot“ FRITSCH weiter erfolgreich auf Kurs zu halten. Und nochmal



„Die Basis für alle aktuellen und zukünftigen Entwicklungen bei FRITSCH ist unsere übergreifende Innovationsstrategie. Sie ist eng mit den anderen Unternehmen der MULTIVAC-Gruppe verzahnt.“

*Frank Gabriel, Geschäftsführer, FRITSCH*

„Wenn man sich das Wachstumspotenzial von FRITSCH ansieht, wird es sehr bald eines der großen Schiffe der Gruppe sein.“

*Guido Spix, geschäftsführender Direktor, MULTIVAC*



© MULTIVAC

zum Thema Unternehmens-Flotte: Wenn man ein Netzwerk ausbaut, bekommt man mehr Beobachtungspunkte auf dem ganzen Ozean. Wir sind in ständigem Austausch mit den anderen Unternehmenseinheiten im Verbund und lernen somit täglich voneinander und das auf allen Ebenen. Eine „Untiefe“, die ein Boot erkannt hat, wird sofort weitergegeben und kann von den anderen somit gezielt „umschiff“ werden.

### Die Arbeit, die hinter den Innovationen steckt

**Mihu:** Der gemeinsame Antrieb für alle „Speedboote“ der Gruppe liegt in ihrer Einstellung zur Innovation. Welche Prioritäten setzt man bei FRITSCH beziehungsweise bei MULTIVAC?

**Spix:** Die größte Stärke der MULTIVAC-Gruppe ist ihr globales Vertriebsnetz. Wir arbeiten weltweit mit einem eigenen Mitarbeiter-Team. Mit FRITSCH ergänzen wir einfach die Technologien und Produktportfolios, die wir über dieses Netzwerk anbieten. Darüber hinaus nutzen wir jetzt einen gemeinsamen F&E-Prozess, viele standardisierte Methoden (z. B. für den Einkauf von Komponenten), haben ein gemeinsames Konzept für Software und Digitalisierung und wir verwenden dieselben Werkzeuge. Wir müssen nichts von Grund auf neu erfinden und können uns stattdessen darauf konzentrieren, die richtigen Technologien anbieten zu können, um in den einzelnen Märkten innovativ zu sein.

**Gabriel:** Für uns ist Innovation einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren für die Zukunft unseres Unternehmens. Diese Einstellung teilen wir zu 100 % mit MULTIVAC. Innovationen bedeuten für uns aber nicht zwingend, komplett neue Technologien hervorzubringen, sondern vielmehr, gezielt bestehende Technik so zu kombinieren, dass dadurch ein neuer Kundennutzen entsteht. Hier unterstützt uns der Zugriff auf ein weltweites Vertriebsnetzwerk, um somit neue Anforderungen in unterschiedlichen Regionen gezielt in unsere Innovationsprojekte mit einfließen zu lassen.

### PROGRESSA von FRITSCH, einem Unternehmen der MULTIVAC-Gruppe

**Mihu:** Eine der Lösungen, die FRITSCH kürzlich auf den Markt gebracht hat, ist die PROGRESSA bread. Sie ist die erste Maschine, bei der beide Teams zusammengearbeitet haben. Was waren die Schritte bei der Entwicklung und Perfektionierung des Programms?

**Gabriel:** Die Idee für die PROGRESSA bread kam uns bereits vor weniger als 2 Jahren, als wir hohen Bedarf an einer Lösung sahen, die weiche Teige verarbeiten kann, höchste Flexibilität bietet und sich für mittelgroße Produktionsmengen eignet. Das war noch während der Corona-Pandemie. Unser Ziel war es, die Maschine in weniger als zwei Jahren zu entwickeln. Auf der Grundlage unserer bewährten Technologien der industriellen IMPRESSA-Linien hatten unsere

FRITSCH-Experten großartige Ideen, wie man diese Anlagen für die Anforderungen mittelständischer Bäcker anpassen kann. Außerdem wollten wir neu zur Verfügung stehendes Know-how aus der MULTIVAC-Familie mit einfließen lassen, das Wash-Down-Design für eine schnelle Reinigung zum Beispiel, die integrierte Liniensteuerung und die hochpräzise Wägetechnik. Alle Bereiche waren hochmotiviert, sich einzubringen und zu beweisen, dass eine solche Maschine innerhalb des vorgegebenen Zeitrahmens entwickelt werden kann. Und wir haben es geschafft und haben den vorgegebenen Zeitrahmen sogar noch unterboten. Darauf bin ich besonders stolz. Seit Mitte 2022 ist die PROGRESSA bread, als Ergebnis von hervorragendem Teamwork, zum Verkauf freigegeben. So entstand die PROGRESSA bread.

**Spix:** FRITSCH konnte auf alle bei MULTIVAC verfügbaren Ressourcen zurückgreifen. So wurde die Wägetechnik integriert. Das Entwicklungsteam bat auch um Unterstützung beim Hygienic Design und erfuhr Unterstützung bei der Fertigung bestimmter Komponenten. So konnte FRITSCH von der Einbindung in unser Netzwerk und den Ressourcen profitieren. Bei der Wägetechnik ging es zum Beispiel um etwas mehr als eine einfache Anpassung bestehender Technik. MULTIVAC „Marking and Inspection“ entwickelte eine spezielle Lösung genau nach den Anforderungen der

FRITSCH Entwicklungsabteilung. Dies ist der Workflow zwischen allen unseren Unternehmen und Geschäftsbereichen.

**Mihu:** Wie haben die beiden Teams bei diesem Projekt zusammengearbeitet? Welche Prioritäten wurden gesetzt und für welche Herausforderungen gab es spezielle Lösungen?

**Spix:** MULTIVAC ist eine Gruppe von Unternehmen, die sehr eng zusammenarbeiten. Die Nutzung von Synergien ist Teil unserer DNA. Es vergeht kaum ein Tag, an dem es keinen Besuch von FRITSCH in Wolfertschwenden gibt und umgekehrt, jetzt, wo die Corona-Beschränkungen aufgehoben sind. Wir haben Arbeitsgruppen in vielen Bereichen: Digitalisierung, Software Framework, Hygienic Design, strategische Beschaffung, CAD und PDM, um nur einige zu nennen. Darüber hinaus wird FRITSCH Teil des MULTIVAC Produktionsnetzwerks. 13 Produktionsstandorte gehören zur Gruppe; ein weiteres Werk in Indien befindet sich im Bau. Das F&E-Management der gesamten Gruppe trifft sich alle drei Monate. Wir haben einen konzernweiten Entwicklungsprozess, dieselbe Innovationsstrategie, keine sich überschneidenden Portfolios, dieselben Werkzeuge, einen hohen Prozentsatz an gleichen Komponenten und Lieferanten usw. Die Zusammenarbeit konzentriert sich also nicht auf einzelne Projekte, sondern ist Teil unserer täglichen Arbeit.

ANZEIGE

# Schapfen Mühle



seit 1452



## SCHAPFEN- SCHWABENKORN®



VOM MARKENNAMEN ZUM MARKENGEBÄCK – Schapfen-Schwabenkorn® ist die Nr. 1 unter den Dinkelprodukten. Seit 2002 erobert das Dinkelvollkornbrot stetig die Gunst der Verbraucher und ist ein

Markenbegriff für Sie und Ihre Kunden. Mühlenfrische Getreideerzeugnisse und spezielle Veredelungsprozesse verleihen diesem Klassiker eine einzigartige Qualität und einen unverwechselbaren Dinkelgenuss.



**Mihu:** Sie erwähnten mehrere Arbeitsgruppen nach Fachgebieten. Was trägt FRITSCH dazu bei und wie profitiert das Unternehmen im Gegenzug davon?

**Gabriel:** Wenn man beispielsweise die Digitalisierung betrachtet, so hat FRITSCH 2018 auf den letzten Messen vor der Pandemie schon einige Lösungen dazu vorgestellt. Wir waren keine Anfänger in diesem Bereich. Nach unserem Einstieg bei MULTIVAC haben wir gelernt, dass wir Lösungen aus dem entsprechenden Team adaptieren können, einschließlich Hardware, Architektur und Frameworks. Wir haben dadurch einen gewissen Rückenwind erhalten, den wir zuvor als eigenständiges Unternehmen nicht hatten. Heute kann jede FRITSCH Maschine bereits „Industrie 4.0 ready“ konfiguriert werden und die gleichen SMART Services nutzen, die auch für MULTIVAC Maschinen zur Verfügung stehen.

**Spix:** In der Akquirierungsphase gab es eine wichtige Regel: Wenn FRITSCH um Unterstützung bittet, können sie frei aus den Lösungen, Ideen und Prozessen wählen. Sie werden ihnen angeboten, nicht aufgezwungen. Diese Kultur der Unterstützung wird im gesamten Netzwerk gelebt. Jede Arbeitsgruppe arbeitet innerhalb der Gruppe zusammen. In den meisten Fällen verfügt jeder Bereich über Lösungen, die er den anderen anbieten kann. So muss nicht jeder Bereich alles selbst neu entwickeln. Das bedeutet nicht, dass alle Unternehmen gleich sein müssen. Im Gegenteil, jede Lösung muss auf das jeweilige Unternehmen zugeschnitten sein. Dennoch sorgen wir dafür, dass die Dinge, wenn sie gleich sind, auch so bleiben, denn das macht uns stärker.

**Mihu:** Wie wurde FRITSCH in das globale Produktionsnetzwerk von MULTIVAC eingebunden?

**Spix:** Die Blechfertigung und die Vormontage werden in diesem Netzwerk enger zusammenrücken. MULTIVAC besaß schon immer einen hohen Grad an Eigenfertigung, vor allem im Verpackungsbereich. Wir verfügen über drei Produktionswerke in Deutschland, Österreich und Bulgarien. Wir haben

die anderen Gruppenmitglieder immer mit Fertigungskapazitäten unterstützt, und das gilt jetzt auch für FRITSCH. Im Zuge der Entwicklung neuer Fabriken, wie etwa derjenigen, die derzeit in Indien gebaut wird, ist es auch Teil des Plans, dass FRITSCH bestimmte Produkte herstellt. Wir nutzen dieses Netzwerk für alle unsere Geschäftsbereiche.

**Mihu:** Was sind die Themen der F&E-Management Group Meetings und wie verfolgen sie ihre Strategien?

**Spix:** Unser letztes persönliches Meeting fand erst vor Kurzem mit 50 Teilnehmern über zwei Tage statt. Dabei sprachen wir intensiv über unseren Entwicklungsprozess und tauschten uns über bewährte Verfahren aus. Die neuesten Innovationen wurden vorgestellt und in einer kleinen Ausstellung präsentiert. Wir haben sichergestellt, dass es keine Doppelentwicklungen gibt, was meiner Meinung nach der wichtigste Aspekt ist. Es war für unsere Ingenieure außerdem eine sehr gute Gelegenheit zum Networking.

**Gabriel:** Es war das erste Mal seit der Übernahme, dass wir uns alle persönlich treffen konnten. Für die tägliche Arbeit ist es hilfreich, wenn man seine Kollegen kennt und weiß, woran sie arbeiten. Es sind zudem direkt neue, gemeinsame Projekte aus diesem Meeting entstanden.

**Mihu:** Was wollten die Teilnehmer vor allem über FRITSCH erfahren?

**Gabriel:** Für die Kollegen von MULTIVAC ist es stets interessant zu verstehen, wie die Backbranche funktioniert, welche Merkmale sie auszeichnet und welche besonderen Herausforderungen es gibt. Bei der Teigverarbeitung ist der wesentliche Unterschied, dass wir es mit einem lebenden Produkt zu tun haben, das sich mit der Zeit verändert. Hier können Digitalisierungslösungen besonders hilfreich sein, etwa um zu verhindern, dass die Linie versehentlich angehalten wird. Ansonsten kann das dazu führen, dass Tonnen von Teig nach zu langer Standzeit entsorgt werden müssten.

**Spix:** Bei der Lieferung von Verpackungsanlagen an Bäckereien haben wir gelernt, dass der Backprozess nicht



## Für das Wachstum Ihrer Bäckerei: Unsere bewährte Qualität und Beständigkeit

Setzen Sie auf Backformen, die sich bereits seit über 40 Jahren in Bäckereien auf der ganzen Welt bewährt haben. Wir helfen Ihnen bei der Auswahl des richtigen Designs, der richtigen Beschichtung und des richtigen Zeitplans für die Erneuerung Ihrer Formen und Bleche. Dies stellt sicher, dass Sie höchste Produktqualität und -konsistenz erzielen, während Sie gleichzeitig Ihre Kosten pro Backvorgang minimieren.



### BACKFORMEN AUF LAGER UND NACH MASS

Wählen Sie aus unserem Angebot an Backformen oder entwerfen Sie eine individuelle Form, die genau auf die Bedürfnisse und Spezifikationen Ihrer Bäckerei zugeschnitten ist. So maximieren Sie den Durchsatz und steigern die Effizienz.



### BACKFORM-BESCHICHTUNGEN

Lassen Sie sich von unserem erfahrenen Team beraten, um die optimale Silikon- oder Langzeitbeschichtung auszuwählen. Dies reduziert die Menge des verwendeten Öls und stellt ein sauberes Ablösen von der Backform sicher.



### INSTANDHALTUNG VON BACKFORMEN

Maximieren Sie die Lebensdauer der Backformen und die Beständigkeit Ihrer Produktqualität mit einem Plan zur Instandhaltung, der auf Ihr Produkt, die Verwendung der Backformen und die Produktionsanforderungen Ihrer Bäckerei zugeschnitten ist.



**American Pan**® EUROPE  
Industrial Baking Pans & Coatings



SHOP ONLINE

**WIR SIND  
HIER**

Jesper Albertsen | EUROPEAN SALES DIRECTOR  
Tel: +45 23 68 51 85 | jalbertsen@americanpan.com

PRODUKTIONS & SERVICE STANDORTE: RUMÄNIEN | SPANIEN | SCHWEDEN | UK



unterbrochen werden darf. Anders als in der Fleischindustrie, wo das kein Problem darstellt. Wir haben jetzt ein besseres Verständnis für die Anforderungen der Branche.

### Deutlich kürzer: Entwicklungs- und Markteinführungszeiten

**Mihu:** Wie arbeiten die Spezialisten von FRITSCH und MULTIVAC bei der Entwicklung neuer Projekte zusammen? Wie wurde dieser Workflow etabliert?

**Spix:** Die Leute kennen sich jetzt und die Arbeitsgruppen sind festgelegt, sowohl zwischen der Unternehmenszentrale und FRITSCH als auch innerhalb des gesamten Netzwerks. Wenn zum Beispiel eine neue Art Human Machine Interface (HMI) für alle unsere Technologien benötigt wird, müssen alle gemeinsam an einem solchen Projekt arbeiten, um sicherzustellen, dass es allen Anforderungen gerecht wird. Das funktioniert sehr gut.

**Gabriel:** Die Spezialisten, die zum Beispiel die Wägetechnik entwickeln, sind heute auch im Bäckereimaschinenbau tätig und haben die spezifischen Anforderungen im Blick. In Zukunft wird die Technologie einfach an unsere Bedürfnisse angepasst und nicht von Grund auf neu entwickelt. Die Basis für alle aktuellen und zukünftigen Entwicklungen bei

FRITSCH ist unsere übergreifende Innovationsstrategie. Sie ist eng mit den anderen Unternehmen der MULTIVAC-Gruppe verzahnt. Das schafft von Grund auf zusätzlichen Kundennutzen und hilft uns am Ende auch bei der Reduktion von Entwicklungszeiten.

**Mihu:** Wie profitiert eine Bäckerei von den Ressourcen einer multinationalen Gruppe wie MULTIVAC, wenn sie eine Zusammenarbeit mit FRITSCH beginnt, etwa bei Auftrag, Installation und Service?

**Spix:** Der Entwicklungsprozess beginnt immer mit einer engen Kommunikation mit unseren Kunden und unserer Vertriebs- und Serviceorganisation. MULTIVAC hat weltweit mehr als 2.500 Vertriebs- und Servicemitarbeiter in 83 eigenen Tochtergesellschaften. Wir sind in mehr als 160 Ländern präsent. Bei der Inbetriebnahme und im After-Sale-Service sind wir mit lokalen Mitarbeitern, dezentralen Ersatzteillagern und regionalen Experten für alle unsere Technologien immer nah dran am Kunden.

**Gabriel:** Der Zugriff auf das globale Netzwerk von MULTIVAC bedeutet vor allem, dass die Vertriebs- und Serviceteams die gleiche Sprache wie unsere Kunden sprechen und sich zudem auch in der gleichen Zeitzone befinden. Vor allem

## Smart Production Insights: Wie INTER EUROPOL die Effizienz verbessert

**+** In Marki, einer kleinen Stadt am Rande der polnischen Hauptstadt Warschau, schreibt das Bäckereiunternehmen INTER EUROPOL seine eigene Erfolgsgeschichte. Produktionssysteme von FRITSCH tragen dazu bei. Einen maßgeblichen Anteil daran hat auch der INTER EUROPOL-Projektleiter Rüdiger Stollmeier. Stollmeier verbesserte die Effizienz von Anlagen durch die Nutzung von SMART Production Insights (SPI) von FRITSCH. Das SPI-Tool wurde am zweiten Standort der Großbäckerei in Malopole installiert, und zwar auf den beiden IMPRESSA-Brotlinien, die im Unternehmen im Einsatz sind.

FRITSCH bietet diese digitale Lösung seit Herbst 2021 für seine Linien an. Die SPI verschaffen dem User via Internet und Cloud einen detaillierten Überblick über die wichtigsten Leistungsdaten von Anlagen wie der IMPRESSA bread – und zwar in Echtzeit.

### Alle wichtigen KPIs auf einen Blick

Für Stollmeier war die Darstellung des Dashboards mit allen verfügbaren Informationen besonders wichtig. Auf einer Grafik kann er heute unter anderem die Gesamtanlageneffektivität je Schicht in Form eines Balkendiagramms ablesen. Die Darstellung verdeutlicht letztlich, wo

Verbesserungen möglich sind. Eine weitere SPI-Übersicht demonstriert über eine einfache tabellarische Darstellung mit einem Ampelsystem, wie die Anlage in den letzten 24 Stunden gearbeitet hat. Und zwar in Fünf-Minuten-Schritten: Wird Grün angezeigt, lief die Produktion reibungslos, Gelb signalisiert kleinere Störungen und Rot, dass die Anlage im Fünf-Minuten-Intervall ruhte. Für Reinigungs- und Wartungsintervalle wird Blau angezeigt.

Die SPI zeigen aber nicht nur Fehler an, sondern generieren auch Warnungen, wenn einzelne Komponenten heiß laufen oder auszufallen drohen. So können Schichtleiter und Techniker rechtzeitig reagieren und mögliche Ausfallzeiten vermeiden. Zudem verschaffen die SPI einen genauen Überblick darüber, wann, wo und welche der regelmäßig anstehenden Arbeiten anstehen. FRITSCH hat die Wartungsaufgaben und -intervalle, die meist von der Laufzeit der Anlage abhängen, in einem Benutzerhandbuch definiert. Auf diese Weise wird die Wartung schneller durchgeführt, Stillstandzeiten werden reduziert, die Effizienz gesteigert.

Nach dem Einsatz des SPI-Tools an zwei Linien plant INTER EUROPOL, demnächst auch die anderen Anlagen nachzurüsten. +++

während der Pandemie war es ein großer Vorteil, dass bereits MULTIVAC Teams in den jeweiligen Ländern vor Ort sind, Einreiserestrictionen waren für uns somit kein Thema, um unseren Kunden weltweit schnell helfen zu können.

### „Zuverlässigkeit hat Priorität“

**Mihu:** Wie sieht Ihre Strategie aus, gemeinsam eine maßgeschneiderte Lösung zu entwickeln?

**Gabriel:** Die Ausgangsbasis für sämtliche Lösungen ist in unserer Branche immer das Endprodukt. Die spezifischen Kundenforderungen daran werden zum Beispiel in unserer World of Bakery gemeinsam definiert. Dabei werden auch andere Anforderungen berücksichtigt, die sich auf Aspekte wie die Leistung, die Form oder den Geschmack des Produkts beziehen. Dann legen wir die für den Kunden erforderliche technische Lösung fest.

Parallel zu den zusätzlichen Kundenanforderungen bringt FRITSCH immer wieder gezielt Neuentwicklungen auf den Markt, um neue Marktsegmente zu bedienen und bestehende Lücken im Produktportfolio zu schließen. Ein wesentliches Kriterium für alle Neuentwicklungen bleibt jedoch immer die Anbindung an unsere digitalen Lösungen sowie ein deutlicher Mehrwert in Bezug auf Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung. Unsere PROGRESSA bread ist ein gutes Beispiel für diesen Ansatz.

**Spix:** Es gibt eine weitere wichtige Regel bei MULTIVAC: Zuverlässigkeit hat Priorität. Wir sind für den Kunden da, so lange bis alle Fragen geklärt sind. Die Kunden erkennen, dass auch FRITSCH diesen Ansatz verfolgt, zusätzlich zu den Innovationen.

**Mihu:** Die Automatisierung ist ein Innovationstreiber in allen Bereichen der Produktion. Was sind Ihre neuesten Fortschritte?

**Spix:** 2007 haben wir entschieden, selbst Lösungen zu entwickeln, die am Markt fehlten, etwa für die Reinigung von Anlagen oder zur Verbesserung der Hygiene. Beides sind Kernanforderungen in der Fleisch-/Frischwarenindustrie. Seitdem entwickelt MULTIVAC eigene Robotik-Lösungen und ist heute weltweit führend auf dem Gebiet der Hygiene und der Reinigungsfähigkeit von Robotern. Das ist wertvolles Know-how, das auch in der Backbranche gefragt ist. Wir verfügen heute über eine große Vielfalt an hygienisch arbeitenden Robotern und bauen Produktionslinien mit hohem Automatisierungsgrad, während FRITSCH große, komplexe Produktionslinien bauen kann, die einen hohen Anteil an Komponenten von Drittanbietern enthalten können.

**Gabriel:** Bei FRITSCH führen wir mehrere Automatisierungs- und Robotik-Lösungen im Portfolio. Unsere Kunden fragen nach Lösungen, um den Personaleinsatz reduzieren zu können, ohne dass die Qualität und Individualität der Produkte darunter leiden: Es soll aussehen, wie von Hand gemacht, ohne dass es wirklich in die Hand genommen



Besuchen Sie uns auf  
der südback:  
Halle 5, Stand-Nr. 5C31



## Nativa funktioniert – natürlich!

- Dinkel-Gebäcke überzeugen **optisch** und **geschmacklich** durch mehr **Natürlichkeit** sowie **hochwertige Zutaten**
- **ohne Einsatz** von nicht notwendigen **Zusatzstoffen**
- **ohne Palmöl** als Zutat und **ohne künstliche Emulgatoren**

Weitere Informationen  
auf unserer Website:  
[www.zeelandia.de](http://www.zeelandia.de) oder  
den QR-Code abschnappen





© FRITSCH

wird. Man muss deshalb beim Automatisierungsprozess sehr kreativ sein. Unser Brezelschlinger ist seit mehr als zwei Jahrzehnten ein weiteres äußerst erfolgreiches Beispiel für kreative, aber auch erfolgreiche Automatisierungslösungen. Mit unseren Robotern für das Biegen von Croissants oder die Dekoration können wir auch im Feingebäckbereich Prozesse weiter automatisieren. Gemeinsam mit MULTIVAC haben wir jetzt auch noch die Chance, unsere Kompetenzen zu bündeln und durch deren Automatisierungslösungen weitere Endproduktinnovationen zu schaffen.

**Mihu:** Der nächste Schritt in der Automatisierung ist die Errichtung von Smart Factories. Wie können FRITSCH und MULTIVAC gemeinsam zur intelligenten Produktion beitragen?

**Spix:** Im Zeitalter von Industrie 4.0 werden Maschinen und Anlagen immer komplexer, auch in der Lebensmittelproduktion. Das befeuert die Nachfrage nach Smart-Factory-Lösungen. Mit unseren digitalen Lösungen über das gesamte Produktportfolio hinweg unterstützen wir unsere Kunden dabei, ihre Produktivität weiter zu steigern und Prozesse zu optimieren. Unsere SMART Services sollen die Bedienung vereinfachen. So bieten wir zum Beispiel einen MULTIVAC Pack Pilot an, der die Maschine über einen Cloud-Service automatisch auf unterschiedliche Folientypen einstellt.

Wir sind Teil der Industrie 4.0 Alliance und anderer Gruppen, um sicherzustellen, dass Komponenten von Drittanbietern in unsere Anlagen integriert werden können. Wir haben die MULTIVAC Line Control entwickelt, an die sich auch Dritte anschließen können, sogar unsere Wettbewerber. Auf der Plattform „myMULTIVAC“ sind zahlreiche Dienste verfügbar. Hunderte von Kunden sind bereits angeschlossen. Die von uns angebotene Konnektivität ist, mit Einschränkungen, auch für Nachrüstungen geeignet.

**Gabriel:** FRITSCH hat 2018 auf der Messe iba den Prototyp für SMART Services vorgestellt. Gemeinsam mit unseren

Kollegen von MULTIVAC haben wir unser früheres Dashboard zu einer kompletten digitalen Lösung weiterentwickelt, die wir nun „SMART Production Insights“ nennen. Diese Lösung ist bereits bei mehreren Kunden mit großem Erfolg im Einsatz. Viele Stunden ungeplanter Stillstandzeiten können vermieden und versteckte Unproduktivität aufgedeckt werden. Außerdem haben wir gemeinsam Lösungen für die vorausschauende Wartung entwickelt, die bereits bei einigen Kunden getestet werden und für die wir unglaublich positive Rückmeldungen erhalten. Die Produktion wird mit diesen Werkzeugen intelligenter und kann unseren Kunden in Echtzeit „sagen“, was aktuell passiert und was wahrscheinlich passieren wird, um Stillstandzeiten zu vermeiden.

**Mihu:** Welche Innovationen können wir in naher Zukunft erwarten?

**Spix:** Die Innovationsstrategie der MULTIVAC-Gruppe umfasst vier wesentliche Aspekte: die Zusammenführung von Digitalisierung und Engineering, Nachhaltigkeit und das Anbieten von Lösungen. Wir wollen am Markt als Lösungsanbieter, nicht allein als Maschinenbauer wahrgenommen werden.

**Gabriel:** Generell sehen wir eine steigende Nachfrage nach Anlagen, die sich schneller (nass) reinigen lassen, auch mit Hochdruck. Zudem werden wir unser Portfolio gezielt für branchen- und marktspezifische Anforderungen weiterentwickeln. Die PROGRESSA bread wird hier bei allen zukünftigen Aktivitäten als Ausgangsbasis für Hygienic Design, Zugänglichkeit und Flexibilität dienen. Darüber hinaus werden wir bei allen Neuentwicklungen in Zukunft großen Wert auf Internationalisierung, Digitalisierung und Nachhaltigkeit legen. Lassen Sie sich überraschen. Ich kann Ihnen versprechen: Wir haben viele neue Ideen auf Lager! +++

# Aus unserer f2m-Fachbuchreihe:

## AUTOMATISIERUNG – FORSCHUNG UND TECHNOLOGIE

Aus dem Inhalt:

- + Wie man durch Digitalisierung die Energieeffizienz steigern kann
- + KI in der Entwicklung von Öfen
- + Digitale Zwillinge in Backprozessen
- + Kommt das Brot der Zukunft aus dem 3D-Drucker?

JETZT  
BESTELLEN



Sprache: Deutsch

Gebundene Ausgabe: 204 Seiten

Preis: 49,00 €\*  
\*inklusive MwSt., plus Versandkosten



# Ansätze zur Energieeinsparung

Angesichts stark steigender Energiepreise und knapper Ressourcen bei wachsenden Marktanforderungen nach natürlicher Haltbarkeitsstabilisierung (ohne Alkohol, Konservierungsstoffe etc.) nimmt der Druck auf die Backbranche zu. Dabei gibt es gute Ansätze, Kosten im Betriebsumfeld einzusparen und die Hygienesicherheit gleichzeitig zu erhöhen.

Von Ralf Ohlmann, CEO Just in Air® GmbH



Bevor die jeweils richtigen Maßnahmen und Vorkehrungen getroffen werden können, muss die bestehende Situation im Betrieb erfasst und bewertet werden. In der Regel betrachtet man das Luft-, Hygiene- und Energiemanagement. Hierbei handelt es sich um einen zusammengefassten Begriff. Es sind jedoch komplexe und ineinandergreifende Segmente im direkten Umfeld der Prozessschritte, die in jedem Unternehmen unterschiedlich sein können.

## Prozessumfeld: Die Ausgangssituation

Kaum ein anderer Umwelteinfluss bestimmt die Produktqualität und die Kosten, die ein Unternehmen für den eigentlichen Betrieb und die Energie aufwenden muss, mehr als die Hygiene. Ausschlaggebend sind in dieser Hinsicht die klimatischen Bedingungen und die baulichen Gegebenheiten im Prozessumfeld.

Die Ursachen für ein nicht optimal aufeinander abgestimmtes Luft-, Hygiene- und Energiemanagement haben somit negative Auswirkungen sowohl auf die hygienische Produktqualität als auch auf die Kosten.

## Potenzial in den REIN-Bereichen

Ansätze zur Energieeinsparung ergeben sich insbesondere in den REIN-Bereichen nach dem Ausbacken bis zum fertig verpackten Produkt, indem die richtige Raumtemperatur eingestellt wird. Dabei kommen aktuell Fragen auf, die in der Vergangenheit auch in der einschlägigen Literatur bisher keine Beachtung fanden: Welche arbeitsmedizinischen oder regulatorischen Vorgaben gibt es für die Umfeld-Temperatur? Worin unterscheiden sich Produkt-, Raum- und Auskühltemperatur?

Ein angepasstes Luftmanagement eröffnet auf der einen Seite die Möglichkeit, ein für das Personal und das Produkt deutlich besseres Raumtemperaturgefüge zu erreichen, und auf der anderen Seite nachhaltige Kosteneinsparungen.

Ein Beispiel für die energetische Bewertung ist die überschlägige Energieauslegung aus der Luft, was z. B. auch die Grundlage für eine Wärmerückgewinnung bei Lüftungsanlagen darstellt:

0,002 kW energetische Beladung ergeben sich bei Ausgang  $T_1 = 20 \text{ °C}$  auf den Einstellwert  $T_2 = 25 \text{ °C}$  pro  $1 \text{ m}^3/\text{h}$

Ein weiterer Punkt in der Eigenenergieverwertung liegt in der Nutzung von Abwässern, die in der Back-

## Das aktive Prozessumfeld für eine nachhaltige Lebensmittelsicherheit



Aufteilung in Luft- und Hygienemanagement	
Luftmanagement	Hygienemanagement
Gesteuertes Klima	Angewandte Hygieneverfahren
Zu-, Ab- und Umluft (gefiltert)	Reinigungs- und Desinfektionszyklus
Abführen innerer Lasten	Zwischendesinfektion
Luftströmungen von rein nach unrein	Personalhygiene
Einhalten der klimatischen Grenzwerte	Produkt-/Prozesshygiene
Gesamtgewicht	Hürdenttechnologie
	Nachhaltige Hygienetechnologien

Quelle: Just in Air

**Eine sinnvolle Aufteilung der Aufgaben des Luft- und Hygienemanagements schafft separate Produktschutzfunktionen und macht Ansätze für nachhaltige Kosteneinsparungen transparent**

warenherstellung volumenmäßig gering anfallen, aber eine hohe Befrachtung mit energiereichen Inhaltstoffen wie CSB (Chemischer Sauerstoffbedarf) aufweisen und somit einen energetischen Wertstoff für Biogasanlagen darstellen. Betriebe können während der Produktion anfallende Ressourcen sinnvoll in den Energiehaushalt einspeisen und damit ähnlich verfahren wie bei der Nutzung von Solar-energie oder Wärmepumpen.

Abhängig vom jeweiligen Belastungsgrad und -medium, also der Trockenmasse, sowie der Befrachtung der Abwässer mit chemischen Desinfektionsmitteln (sie sollten nicht ins Abwasser gelangen, weil sie sich negativ auf die Mikroorganismen in der Biogasanlage auswirken) kann bereits im Vorfeld eine Berechnung der daraus zu gewinnenden Energie erfolgen.

Berechnungsbeispiel der Energiebelastung für eine Biogasanlage:

- + Abwassermenge = X Liter Abwasser/Tag
- + Abwasserbelastung = X mg CSB/Liter Abwasser

Selektionsverfahren:

- + Biogasausbeute ca. 0,3-0,4 m<sup>3</sup> Biogas/kg CSB
- + Energieinhalt ca. 1,9-2,6 kWh/kg CSB

Berechnung:

$$X \text{ kg CSB/a} \times 1,9 \text{ kWh/kg CSB} = X \text{ kWh/a}$$

### Zusammenfassung

Durch eine Beurteilung der Hygiene – also einer klimatischen Betrachtung des Prozessumfelds mit anschließender Bewertung – lassen sich Produktionsabläufe transparent darstellen und Optimierungspotenziale erkennen. Maßnahmen zur Verbesserung tragen nicht nur zu erhöhter Lebensmittelsicherheit, sondern auch zur Reduzierung der Energie- und Prozesskosten bei. Zudem können notwendige bauliche Sanierungen in deutlich längeren Abständen veranschlagt werden. Hierbei muss das Prozessumfeld den Anforderungen des Produktes folgend nach dem Motto „So viel wie nötig, so wenig wie möglich“ ausgelegt werden. +++

### Online-Seminare im November

Zum Thema „Nachhaltiges Luft-, Hygiene- und Energiemanagement in der Lebensmittelherstellung – Einfache Optimierung der Produkt- sowie Hygienesicherheit und Steigerung der Energieeffizienz“ veranstaltet die BWA Bundesfachkommission Lebensmittelsicherheit am 4. und am 11. November 2022 jeweils ein Online-Seminar. Anmeldungen bitte per E-Mail an: [info@bwa-deutschland.de](mailto:info@bwa-deutschland.de)

ANZEIGE



# TEIGTEILEN VOM FEINSTEN

## GBT OLYMPIA 3000

**Gewichtsgenau bei höchster Teigschonung**  
**Highlights:** ■ TA bis 185 ■ verarbeitet Weizen- bis Roggenteige  
 ■ Kesselgare bis 1 Std., gewichtsgenau ■ Leistung bis 4.500 St./Std.  
 ■ einfachste Reinigung ■ minimale Grundfläche  
**Mehr: [info@gbtgmbh.de](mailto:info@gbtgmbh.de)**



**22. – 25.10.2022**  
**Stuttgart**  
**Halle 5, Stand 5A21**



**German Bakery Technology**

„Wir wissen, wie man Teigteiler baut. Mein Großvater, Friedolin Winkler, hätte seine Freude gehabt.“

Wolfgang Fuhst | CEO

**G/BT GmbH Bäckerei Technologie**

Gottlieb-Daimler-Str. 2 · 78048 VS-Villingen · Germany  
 Tel. +49 7721 99763-50 · Fax +49 7721 99763-33  
[www.gbtgmbh.de](http://www.gbtgmbh.de)

## FÖRDERBÄNDER

# Wenn die Anforderungen hoch sind

Mit der Produktreihe „Siegling Fullsan“ hat Forbo Movement Systems neue homogene Transport- und Prozessbänder aus TPU (Thermoplastisches Polyurethan) für besonders hygienesensible Anwendungen auf den Markt gebracht.

**+** Wer immer in der Lebensmittelherstellung Verantwortung für die Prozesse trägt, ist aus eigenem Interesse darauf bedacht, jegliches Hygiene-Risiko zu vermeiden. Eine Produktkontamination, sei es mit Bakterien, Fremdkörpern oder anderen Verunreinigungen, könnte schließlich unkalkulierbare Folgen nach sich ziehen.

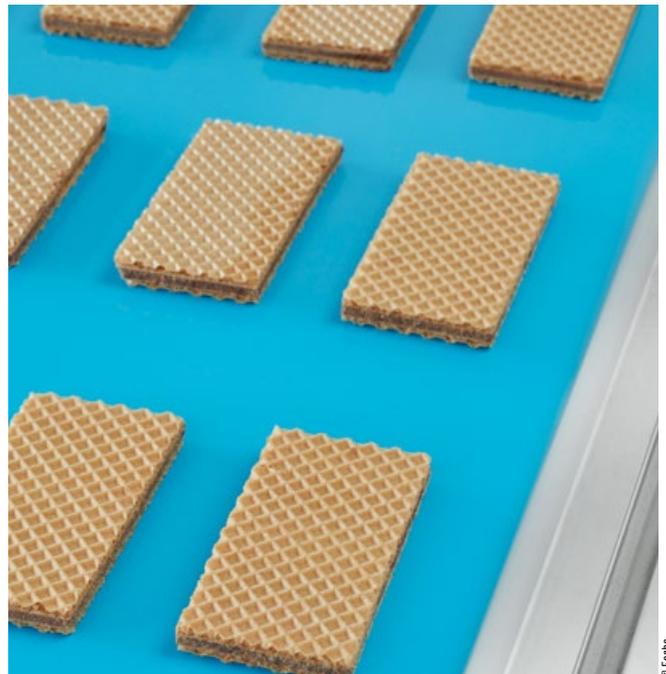
## Hygiene bei Transportbändern

Homogene Bänder sind laut Forbo Movement Systems vor allem deshalb unabdingbar geworden, weil sie allen thermischen und mechanischen Herausforderungen trotzen, aber leicht zu reinigen und gegen die bei der Reinigung eingesetzten Chemikalien resistent sind. Darüber hinaus sind homogene Bänder komplett versiegelt, so das Unternehmen, und bieten deshalb keine Angriffspunkte für Verschmutzungen durch Öl, Fett, Feuchtigkeit und Bakterien. Durch ihre UVC-Beständigkeit halten sie außerdem einer regelmäßigen Entkeimung mit UVC-Bestrahlung stand.

Bei den neuen Bandtypen handelt es sich um die Serie „Flat“ als verstärkte „Pro“-Version (FLT+) mit eingelassenen Aramid-Corden in Längsrichtung. Die Corden erhöhen die Zugkraft und minimieren die Banddehnung, weshalb sich diese Bänder besonders für längere Förderstrecken und größere Beladungen eignen. Sie sind u. a. auf den Einsatz in der Backbranche, der Teigverarbeitung sowie der Snackerherstellung abgestimmt und entsprechen den aktuellen FDA- und EU-Verordnungen.

Insgesamt gehören aktuell vier Varianten zum Portfolio: ein FLT+ mit matter Oberfläche für Staubetrieb oder den Transport trockener und verpackter Produkte, eine Version mit glatter, glänzender Oberfläche mit guter Reinigungsfähigkeit für Anwendungen mit feuchten Produkten und zwei Ausführungen mit negativer Pyramiden-Struktur (NP-Struktur) jeweils auf der Ober- bzw. auf der Unterseite des Bandes. Die NP-Struktur oben (auf der Tragseite) verbessert die Ablöseigenschaften. Das ist besonders für das Fördern von fetthaltigen oder klebrigen Teigsorten interessant und kann den Bedarf an Mehl (als Trennmittel) laut Herstellerangaben reduzieren. Die NP-Struktur unten (auf der Laufseite) reduziert den Reibwert des Bandes zum Tisch. Das spart Energie bzw. man kann das Band mit mehr Last beladen.

Sind häufige Reinigungszyklen in einem Prozess notwendig, bringt die verstärkte FLT Serie dem Hersteller zufolge



Transport von Waffelgebäck auf dem Weg zur Verpackungsstation



Die negative Pyramiden-Struktur auf der Tragseite erleichtert das Ablösen von Produkten oder Teigen

aufgrund der Hydrolysebeständigkeit der Bänder und der damit erhöhten Standzeit einen zusätzlichen Nutzen für den Anwender mit. Ein weiterer Vorteil liegt den Angaben zufolge in dem hohen k1%-Wert bei geringer Auflegedehnung. Der hohe k1%-Wert ermöglichte eine wesentlich höhere Beladung des Bandes im Vergleich zu den im Markt verbreiteten nicht verstärkten Versionen und garantiert eine hohe Maßstabilität. +++

# NACHHALTIGE UND ZUVERLÄSSIGE SYSTEME FÜR DIE HERSTELLUNG VON BÄCKEREIPRODUKTEN UND SNACK FOOD

Wertschöpfung durch "smarte" Innovationen für zukunftssichere Produktionsanlagen



**SHEETING & LAMINATING**



**DEPOSITING & DEKORATION**



**BACKEN & GAREN**



**KOMPLETTE LINIEN & SYSTEME**



[AMFBAKERY.COM](http://AMFBAKERY.COM) | [sales@amfbakery.com](mailto:sales@amfbakery.com)

USA | Netherlands | UK | China | Singapore | Canada | Mexico | UAE | Russia

# Am Bedarf der Zukunft orientiert

Ladenbacköfen sind der Hauptumsatzbringer von DEBAG. Mehr als 48.000 der Öfen hat das Unternehmen bislang weltweit ausgeliefert.



Georg Schulze und Sabine Petermann

Von Helga Baumfalk

**+** DEBAG ist mit mittlerweile drei Produktionsstandorten in Deutschland vertreten. Neben dem Hauptsitz in Bautzen, wo die Konvektions-Ladenbacköfen DILA und DECON gefertigt werden, betreibt das Unternehmen zwei Werke im etwa 50 km entfernten Königsbrück. Dort entstehen die MONSUN-Großbacköfen, Ladenbacköfen vom Typ HELIOS sowie Gär- und Kältetechnikanlagen. Auch das Servicecenter hat in Königsbrück seinen Platz.

„Wir haben die Zeit der Pandemie genutzt, um unsere internen Abläufe zu perfektionieren“, sagt Georg Schulze, Head of International Sales. „Als 2020 das zweite Werk in Königsbrück an den Start ging, wurde die Produktion an allen Standorten neu strukturiert. Wir haben Prozesse verschlankt und spezialisiert, um Stückzahlen zu erhöhen und effizienter arbeiten zu können.“ Am Standort Bautzen bekam die Verwaltung zur selben Zeit zusätzliche Büroflächen. Heute stehen dem Unternehmen mit insgesamt 257 Mitarbeitern

und 60 % Exportanteil Produktionsflächen von rund 4.500 qm zur Verfügung.

**„Aus meiner Sicht liegt ein strategischer Vorteil darin, wenn der Ofenbauer sich am Bedarf und an den Trends der Zukunft orientiert und nicht nur die gegenwärtige Situation im Blick hat.“**

Georg Schulze

Als Teil der WIKOTOOL GROUP profitiert DEBAG nach den Worten von Schulze von Synergien innerhalb der Gruppe. Zum Mutterkonzern gehören 11 Unternehmen, darunter Hersteller von Großküchentechnik wie ascobloc und alexandersolia und Metall- und Werkzeugbauer wie LFT. „Einige Schwestergesellschaften sind unsere Zulieferer“, erklärt er. „Sie übernehmen vorgelagerte Arbeitsschritte, wie bspw. die Blechfertigung für unsere Öfen. Durch diese Struktur erreichen wir eine hohe Fertigungstiefe und können auf neue Anforderungen schneller reagieren.“

Alle Unternehmen der Gruppe nutzen ein gemeinsames Ausbildungszentrum.

„Und das Portfolio der Großküchentechnik-Hersteller, mit Edelstahlmöbeln & Rührgeräten, passt

perfekt zu dem von DEBAG“, ergänzt Sabine Petermann, Leiterin Marketing & Kommunikation. Viele Gemeinschaftsprojekte seien realisiert worden. Petermann stellt fest: „Bäckereien, aber auch andere Branchen bevorzugen es, wenn Hersteller komplette Prozesslösungen liefern können, weil sie dann nur einen Ansprechpartner haben.“

## Hauptumsatzträger: die Ladenbacköfen

Hauptumsatzträger für DEBAG sind mit einem Anteil von 70 % die Ladenbacköfen. 20 % steuern die Produktionsöfen bei, 10 % die Gär- und Kältetechnik. Der Vertrieb ist aufgeteilt in die drei Geschäftsfelder: Handwerksbäcker,

## Neuentwicklungen zur süback

Eine der Neuheiten, die DEBAG in Stuttgart zeigen wird, ist der Gärvollautomat **GUV 1**. „Mit unserer Entwicklung können Bäckereien die Langzeitführung in die Filiale holen“, erklärt Sabine Petermann. Gären, Gärverzögerung und Gärunterbrechen passieren in einem Gerät. Für den Bäcker bedeutet das, so das Unternehmen, nicht nur eine verbesserte Produktqualität (Aroma, Gärstabilität), sondern auch vereinfachte und effizientere Logistikprozesse. Das Gerät wird am Vortag mit den Teiglingen bestückt und lässt sie über Nacht reifen. Bei einer Größe von 1.000 x 1.300 x 2.525 mm (B x T x H) eignet sich der Gärvollautomat auch für kleine Bäckereien mit beengtem Platz. Er kann mit üblichen Stikkenwagen befahren oder mit Dielenstapeln bestückt werden.

Den Ladenbackofen Typ **DECON** bietet das Unternehmen jetzt auch mit Hochleistungsbeschwädung (HLB) an. Die HLB arbeitet unabhängig von der Backtemperatur und selbst während der Lüfterruhe. Die Teiglinge werden damit „sanfter“ gebacken, erhalten den Angaben zufolge ein gutes Volumen, einen besonderen Glanz und eine perfekte Rösche. Die HLB sei ideal für das Schuss-auf-Schuss-Backen. Durch die stufenlos regelbare Lüftergeschwindigkeit würden auch Klein- und Feingebäcke sicher gelingen. In schmalere Format und neuem Facelift wird der **Großbackofen MONSUN** gezeigt. Petermann: „Der Ofen brauchte schon immer wenig Platz, jetzt ist er noch mal um 6 bis 8 cm schlanker geworden.“ Die Breite der Stikkenbacköfen S5, SM und TWIN reduziert sich von 1.350 auf 1.270 mm, die des Etagenbackofens von 1.150 auf 1.090 mm.



Quelle: DEBAG

ANZEIGE

www.boyensbackservice.de

Wir kriegen's gebacken!

Das einzige Edelstahlfass & Keg-Sprühsystem mit TÜV zertifizierter Betriebszulassung

**DIE SICHERSTE TRENN-LÖSUNG**

KEG-TRENNMITTEL-KONZEPT: OFT KOPIERT, DOCH IM DIREKTEN SICHERHEITVERGLEICH SIND WIR DER ZERTIFIZIERTE SIEGER

100% geprüft und zugelassen  
• Boyens Backservice •

DE-ÖKO-006  
EU-/Nicht-EU-Landwirtschaft

UNFILLER-SYSTEME

SPRÜH-SYSTEME

BACKTRENNMITTEL

**Natürlich und sicher trennen:** Keiner arbeitet unter Druck so gut wie unser **KEG-Trennmittel-Konzept**. Mit unserem bewährten und zertifizierten **KEG-Konzept** versprühen Sie die Trennmittel von Boyens Backservice verlässlich und effizient. Unsere KEG-Fässer sind zertifiziert, robust, 100% langlebig, drucksicher und abriebfest.

**Seit 40 Jahren Leidenschaft und Kompetenz:** Mit Boyens Backservice, Trennmittelexperten und Entwickler des sichersten KEG-Mehrwegsystems, **trennen Sie immer am besten!**

**boyens backservice**

besuchen Sie uns auf der SÜDBACK Halle 10, Stand E32 22. - 25.10.2022

boyens backservice GmbH · Gildestraße 76-82 · 49479 Ibbenbüren · Telefon +49 (0) 54 51-96 37-0 · Telefax +49 (0) 54 51-96 37-16 · info@boyensbackservice.de · www.boyensbackservice.de



Die Produktion Bautzen, in der zurzeit im 1-Schicht-Betrieb rund 80 Stationen pro Woche gefertigt werden

Key Account für den in Deutschland ansässigen LEH und das internationale Händlergeschäft. Letzteres verantwortet Georg Schulze. „Wir haben in weltweit 22 Ländern, darunter Portugal, Belgien, Thailand und Japan, Händlerstrukturen inklusive eines flächendeckenden Service aufgebaut“, berichtet er. Eigene Auslandsgesellschaften führt die Muttergesellschaft WIKOTOOL in Frankreich, Polen und in Russland. Aus den USA hat man sich aus strategischen Gründen zurückgezogen. Das Geschäft mit Russland und auch der Ukraine lief gut; umso härter treffen das Unternehmen die Folgen des Krieges. Mit dem 24. Februar seien manche Aufträge schlichtweg weggebrochen.

### Grenzen zwischen Backen und Garen verschwimmen

26 % des Umsatzes erwirtschaftet DEBAG mit dem Bäckerhandwerk, auf den LEH entfallen 55 %, Restaurants machen 9 % aus, die Tankstellen 6 % und sonstige Branchen 4 %. Bäckereien, sagt Schulze, sind längst nicht mehr ausschließlich Bäcker, sondern Player im Gastronomie-Markt. Das verändert auch die Anforderungen ans Ladenbacken. „Die Grenzen zwischen Backen und Garen verschwimmen. Ein Ladenbackofen muss die Erwartungen in beide Richtungen erfüllen. Mit dem DECON haben wir das

„Bäckereien, aber auch andere Branchen bevorzugen es, wenn Hersteller komplette Prozess-Lösungen liefern können, damit haben sie einen Ansprechpartner für alles.“

Sabine Petermann

erreicht. Vielleicht stellt nicht jeder Betrieb von vornherein diese Anforderung, aber für mich liegt ein Vorteil darin, wenn der Ofenbauer sich am Bedarf der Zukunft orientiert und nicht nur die gegenwärtige Situation im Blick hat.“

### Energieeinsparung: „Das größte Potenzial liegt im Prozess“

Kaum etwas anderes beschäftigt die Branche momentan mehr als das Thema Energie. Als Folge der Situation spürt man bei DEBAG eine Kaufzurückhaltung bei Bäckereien und gleichzeitig eine verstärkte Nachfrage nach Lösungen, die helfen, Energie und somit Kosten einzusparen.

Georg Schulze: „Ehrlich gesagt rechne ich nicht damit, dass in naher Zukunft eine revolutionäre Entwicklung auf uns zukommt, die es ermöglichen würde, mit sagen wir mal nur 10 % der sonst üblichen Energie beim Backen auszukommen. Es ist die Summe an Maßnahmen, die Auswirkungen in Sachen Energieeinsparung hat. Damit meine ich z. B. Assistenzsysteme, die Automatisierung oder die Wärmerückge-

winnung. Das Equipment leistet einen Beitrag, das größte Potenzial aber liegt im Prozess.“ Er nennt ein Beispiel: „Wenn man den DECON oder DILA nicht manuell, sondern mit einem Beschickungswagen bestückt, dauert der Vorgang nicht 2 Minuten, sondern nur noch 20 Sekunden. Man kann die Tür viel schneller schließen und spart immens viel Energie.“

### Auf andere Energieträger umstellen, das geht, allerdings ...

Sowohl die Etagenbacköfen als auch die Stikkenöfen vom Typ MONSUN lassen sich von Gas auf andere Energieträger wie Elektro oder Öl umrüsten. Sabine Petermann: „Uns haben viele Anfragen erreicht. Meistens scheiterte die Umsetzung jedoch an der infrastrukturellen Machbarkeit, bspw. dann, wenn eine Starkstromleitung nachgerüstet werden müsste.“

„Für den Betreiber“, so Georg Schulze, „stellt sich außerdem die Frage ‚Wann amortisiert sich das das?‘ und das lässt sich angesichts volatiler Preise auch beim Strom nicht so leicht beantworten.“ +++

POSIDRIVE® DIRECT DRIVE

# GEWINNE STEIGEN LASSEN



DER MARKTFÜHRER IN FÖRDERBANDTECHNOLOGIE FÜR DIE BACKWARENINDUSTRIE

Schon seit 1946 revolutioniert Ashworth die Zukunft der Förderbandtechnologie und führt den Markt mit den meisten Förderbandpatenten an, auch für Branchen in der Lebensmittelverarbeitung. Unternehmen auf der ganzen Welt setzen auf die Qualitätsprodukte, den zuverlässigen Kundenservice, die innovativen Lösungen und das erfahrene Service-Team von Ashworth.



SEHEN SIE UNSERE  
AKTUELLE SMARTSPIRAL  
ERFOLGSGESCHICHTE



SMARTSPIRAL®

## POSIDRIVE SPIRAL®

Sorgt außerdem für eine gleichbleibende Bandspannung zwischen den Reinigungszyklen.

## SMARTSPIRAL®

Aus der Ferne die Echtzeitleistung mehrerer Spiralen an verschiedenen Anlagenstandorten anzeigen lassen.

Kontaktieren Sie uns heute und lassen Sie uns Ihnen helfen, Ihr Unternehmen voranzubringen.  
Wählen Sie +31 20 5813220 oder besuchen Sie [ashworth.com/brot-und-backwaren](http://ashworth.com/brot-und-backwaren)



## Treffpunkt Stuttgart

Fünf Hallen, 57.000 qm, rund 600 Aussteller – vom 22. bis 25. Oktober 2022 ist endlich wieder südback-Zeit. Einige Unternehmen haben uns vorab informiert, was sie präsentieren werden.

**+** Highlights bei **FRITSCH** sind die kompakte Brotlinie PROGRESSA bread und die neu überarbeitete Ausrollmaschine ROLLFIX.

Die Brotlinie PROGRESSA bread ist darauf ausgerichtet, die bei Konsumenten im Trend liegenden Brote aus weichen Teigen zu verarbeiten. „Mit dieser sehr kompakten Anlage schließen wir eine Lücke in unserem Portfolio und wenden uns damit vor allem an Handwerks- und Filialbäcker“, sagt Michael Gier, Leiter der World of Bakery bei FRITSCH. Je nach Produktgröße können zwischen 800 kg und 1,8 t Teig pro Stunde verarbeitet werden – und das, so das Unternehmen, in einer Verarbeitungsqualität und Produktvielfalt, die bisher nur im Bereich der industriellen Anlagen möglich war. „Mit der PROGRESSA bread können Bäcker vorgegarte Teige sowie Teige mit einem hohen Roggen- oder Wasseranteil in derselben Qualität wie auf einer Großanlage verarbeiten“, betont Gier. Das mache die neue Anlage über den Mittelstand hinaus auch für Industriekunden interessant.



Gerade einmal 5 m lang:  
Die PROGRESSA bread

Teigausrollmaschine  
ROLLFIX prime



Die erste ROLLFIX stellte FRITSCH 1956 vor, im Mai 2022 kam eine neue Generation auf den Markt. „Mit einem komplett neuen Bedienkonzept wird das Arbeiten mit der ROLLFIX jetzt noch einfacher und intuitiver“, informiert das Unternehmen. Auch das Maschinendesign wurde hinsichtlich Hygiene und Reinigung weiterentwickelt. Der Mehler und die Bürste lassen sich schnell und einfach herausnehmen, um die Anlage besser reinigen zu können. Drei Modelle werden angeboten: Die ROLLFIX basic ist eine manuelle Teigausrollmaschine, die dem Bediener die Steuerung weitgehend selbst überlässt. Auf ihr können Teigportionen bis etwa 15 kg verarbeitet werden. Die computergesteuerte ROLLFIX plus bietet zahlreiche vorab definierte Programme mit speziellen Abwalzfaktoren und die ROLLFIX prime nimmt es dank eines leistungsstärkeren Antriebssystems mit Teigportionen bis etwa 20 kg auf. Mit ihr erhält der Bediener viele intuitiv bedienbare Steuerungsmöglichkeiten, etwa zur Herstellung von Dünnteig. Die auf einer ROLLFIX ausgerollten Teigbänder können anschließend auf den von FRITSCH angebotenen Maschinen VARIOCUT, VARIOFLEX und MULTIFLEX zu Endprodukten weiterverarbeitet werden.

**Halle 7, Stand B37**



© Boyens Backservice

**Auf der IBIE wurde er erstmals präsentiert: Der neue Back Glanz Sprayer 200 Typ BG-5P-T fügt sich in bestehende Linien ein**

aber auch alle anderen Arten von Blechen handeln und trägt Glanz- oder Bräunungsmittel auf. Die Formenbleche werden auf dem kundeneigenen Transportband zur Anlage gefahren und dort vom Transportband der Sprühanlage übernommen. Ein Scanner erkennt den Anfang der Formenbleche und generiert das Startsignal. Das Sprühende wird über eine interne Steuerung mit einstellbaren

Am Stand von **Boyens Backservice** erfahren die südback-Besucher mehr über den komplett neuen Back Glanz Sprayer 200 Typ BG-5P-T, der erstmals auf der IBIE in Las Vegas der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Die Anlage ergänzt den für den Ein-Mann-Betrieb ausgelegten Back Glanz Sprayer des Unternehmens. Die Neuentwicklung, die als mobile Station ausgeliefert wird, lässt sich in bestehende Linien integrieren und kann Bun-Bleche,

Zeitparametern gesteuert. Fünf schwenkbare Edelstahl-sprühstolen in airless-Ausführung stehen für die automatische Besprühung zur Verfügung. Die Höhe des Sprühkopfsystems wird über ein Edelstahlhandrad eingestellt. Die Back-Glanz (kein pasteurisiertes Ei)-Zuführung erfolgt jeweils aus 2x 30-l-Edelstahl-druckbehältern, die auf einer Plattform für den schnellen Wechsel zur Verfügung stehen.

**Halle 10, Stand E32**

**DIOSNA** präsentiert innovative Wendelknetter im Hygienic Design und Spiralknetter in verschiedenen Größen. Auch eine Auswahl moderner Fermentationsanlagen und Vor- bzw. Rückteiglösungen findet in Stuttgart ihren Platz. Ein weiteres Highlight wird das Thema Internet of Things bei Knetern und ganzen Produktionsanlagen sein. DIOSNA informiert über die neuen Möglichkeiten der vollautomatischen Produktionsüberwachung und den Mehrwert für Bäckereibetriebe. **Halle 5, Stand 5C51**



© DIOSNA

**Wendelknetter im Hygienic Design**

ANZEIGE

■ **MIWE** Bäckereikälte

# Klimaexperten.

**Perfekte Ofenfrische kommt aus der Bäckereikälte**

- ▶ Komplett Lösungen für alle Kälteprozesse: Gären, Kühlen, Frostern, Lagern
- ▶ Maßgeschneidert für Ihre Produkte und Verfahren von der Ladenkälte bis zur Kombianlage
- ▶ Hygienefreundlich, energieeffizient und dank CO<sub>2</sub>-Technologie natürlich zukunftssicher

**Südback Stuttgart, Halle 7**

**Seien Sie unser Gast!**



Mehr Details: [miwe.de/kaelte](http://miwe.de/kaelte)

Kontaktieren Sie uns:

Telefon +49 9363 68-0 · [contact@miwe.de](mailto:contact@miwe.de)

**MIWE**



**Zeelandia** hebt die Anwendungsvielfalt seines beliebten Produkts Joghurt-Rühr hervor, mit dem locker-saftige Rühr- und Sandkuchen entstehen. Dabei eignet sich das Produkt laut Unternehmen optimal zur Herstellung von

Kapseln und Schnitten mit guter Tragfähigkeit. Joghurt-Rühr enthält bereits Vollei und garantiert somit eine sichere und rationelle Herstellung bei perfekter Fließ- und Pumpfähigkeit. Rustikale, handwerkliche Brötchen in Clean-Label-Qualität (deklarationsfreundlich) lassen sich mit Dinkel Kartoffel Krusti Pur herstellen. Die Vormischung auf Dinkelbasis enthält Kartoffelflocken für eine saftige, satte Krume. Dinkel Kartoffel Krusti Pur ist den Angaben zufolge ideal für die manuelle Aufarbeitung und für alle gängigen modernen Aufarbeitungsanlagen für weiche Teige. Das Produkt ist für die direkte Führung geeignet und läuft auch über GU/Frost. **Halle 5, Stand 5C31**



**Dinkel-Kartoffelbrötchen mit Dinkel Kartoffel Krusti Pur**

© Zeelandia

Portioniermaschinen, die in Kombination mit Vorsatzgeräten flexibel einsetzbar sind zum Teigteilen, Dosieren oder Formen von Backwaren – auf dieses Geschäftsfeld ist **Handtmann** spezialisiert. In Stuttgart präsentiert man u.a. die manuelle Portioniereinheit MPE in Verbindung mit einer VF 608 B Portioniermaschine. Sie teilt Teige wirtschaftlich und grammgenau. Das stellt besonders bei Teigen bzw. Massen mit einem hohen Rohwareneinsatz einen entscheidenden Kostenvorteil dar. Der Teigteilprozess ist ohne Trennöl und Mehl möglich.

Ein anderes Exponat ist das Dosierventil DV 85-1 für das direkte Dosieren von pastösen und flüssigen Produktmassen, auch mit stückigen Einlagen. Einsatzbeispiele sind Cremes, Toppings, Rührmassen oder Mürbteige. Der Dosiervorgang



**Teigteilen mit dem SE 442-1**

© Handtmann

kann flexibel in verschiedenartige Behältnisse wie Becher, Tiefziehverpackungen oder auf das Teigband erfolgen. Zugleich besteht die Möglichkeit der Heißdosierung bis 90 °C. Mit dem Teigteilsystem SE 442-1 in Verbindung mit einer Portioniermaschine VF 840 und dem integrierten Wägesystem WS 910 wird eine Lösung für die industrielle Backwarenherstellung vorgestellt. Weißbrot- und Toastbrotteige, aber auch feste Pizzateige werden, so Handtmann, optimal verarbeitet, ebenso Teige mit stückigen Einlagen. **Halle 5, Stand 5D11**



**Etagenbackofen MIWE condo e+**

© MIWE

**MIWE** zeigt den Stikkenofen MIWE roll-in e+ mit gleich drei Neuerungen: MIWE variobake (für charakterstarke Backwaren, von Blätterteig bis hin zum 100%-Roggenbrot), den Intenso-Schwaden (für verbesserte Ergebnisse bei enger Beladung) und die Booster-Funktion (für schnelleres Schuss-auf-Schuss-Backen und heißeres Anbacken). Auch der Etagenbackofen MIWE ideal e+ wurde überarbeitet. Mit strömungsoptimierter Rauchgasführung, einem neu entwickelten Schwadensystem und der bewährten variobake Funktion backt er nicht nur vielseitig, er braucht dafür auch so wenig Energie wie noch nie zuvor. Dazu passend im Fokus: das neue Beschickungssystem MIWE athlet L, das an bis zu 3 Backöfen mit bis zu 6 Herden automatisierten Bedienkomfort und Tempo in die Backstube bringt. Der ebenfalls überarbeitete Etagenbackofen MIWE condo e+ lässt sich mit der neuen Temperatursteuerung MIWE optitherm noch feiner regeln. Das neue Schwadensystem erlaubt eine zielgerichtete Schwadenleistung und – ganz neu – den sogenannten Dynamic-Schwaden, der dem realen Kondensationsverhalten der Produkte folgt. Auch er ist laut Unternehmen energetisch so sparsam wie noch keiner vor ihm. Auch bei der Bäckereikälte zeigt das Unternehmen Neues: MIWE smartfresh, die feuchtkühle Lagerung für flexibel verlängerte Lagerhorizonte und verbesserte Produktqualität, die zur Entschärfung von Auftragsspitzen beiträgt. Damit sei Schluss mit Nacharbeit. Digitalisierung ist unter der Überschrift MIWE connectivity ebenfalls ein Schwerpunktthema bei MIWE. Das Unternehmen präsentiert eine App, die es künftig ganz einfach macht, eine MIWE Anlage im Internet anzumelden, und einen neuen Energiemonitor in der MIWE smart baking suite für vernetzte Filialsysteme. **Halle 7, Stand 7E31**

# DER EINZIGE BEUTELVERSCHLUSS, DEN SIE ZU HAUSE KOMPOSTIEREN KÖNNEN.



Fibre-Lok ist ein Beutelverschluss, der zu 100% aus natürlichen Zellulosefasern besteht. Für die Herstellung wird also keinerlei Kunststoff verwendet, was Fibre-Lok-Verschlüsse vollständig biologisch abbaubar macht. Greifen Sie auf 70 Jahre Erfahrung von KwikLok zurück, um die Nachhaltigkeitsziele ihres Unternehmens zu erreichen.

**Fibre-Lok, der Verschluss, der den europäischen Nachhaltigkeitsstandards entspricht.**



Bei **IREKS** können sich die Besucher von den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten des Lievito Madre inspirieren lassen. Mit diesem mild-aromatischen Sauerteig lassen sich puristische Brote und Gebäcke, auch ohne Zusatz

von Bäckerhefe, E-Nummern-frei in, so das Unternehmen, herausragender Qualität herstellen. Rund um den Lievito Madre gründete IREKS im Spätsommer 2021 eigens das Joint Venture MONDO LIEVITO MADRE S.r.l. Im Startsortiment gibt es den Lievito Madre pur und in Form zweier Cuvées. Unter dem Motto „Dolce Natale“ werden neue winterliche Rezeptideen mit weihnachtlichen Gewürzen und dem Hefe-feinteig-Cuvée LIEVITO MADRE DOLCE vorgestellt.

Das große Interesse an kunstvoll aufgearbeiteten Broten inspirierte IREKS zu einem Fachbuch der besonderen Art: „Brot.Kunst.Werke.“ ist im Frühjahr 2022 erschienen und zeigt, wie Brot zum Herzstück einer Bäckerei werden kann – ob als Stierkopf geformt oder mit ausgefallenen Mustern verziert. Am Messestand können die Besucher live miterleben, wie mit unterschiedlichsten Werkzeugen und Techniken Brot-Kunstwerke entstehen. **Halle 9, Stand 9D31**



Winterplunder mit  
LIEVITO MADRE DOLCE

© IREKS

**Anneliese Backtechnik** legt den Fokus bei seinen Produkten mehr und mehr auf den Designprozess, die Hygiene und Abriebreduzierung. Dazu investierte das Unternehmen während der weltweiten Krisen weiterhin am Standort Eschweiler in Maschinen und Roboter der neuesten Generation. Die Winkel/Auflageschienen für die Wagen werden mittlerweile in einem neuen „abriebreduzierten“ Design gefertigt, das man auch auf der Messe in Stuttgart vorstellen wird. „Diese Veränderungen“, so das Unternehmen, „scheinen auf den ersten Blick simpel zu sein, haben aber auf die Qualität von Backwaren einen großen Impact. Wir gliedern sie in unsere automatisierten Prozesse ein. Neuent-

Die neue abriebreduzierte  
Winkelgeneration



© Anneliese Backtechnik

wicklungen wie diese entstehen, weil wir die Nähe zum Kunden haben.“ Auch in Sachen Nachhaltigkeit hat Anneliese Backtechnik in diesem Jahr investiert und eine neue PV-Anlage auf dem Dach der Produktion montiert.

**Halle 7, Stand 7B11**

Für die **SchapfenMühle** ist die südback schon immer eine wichtige Branchenplattform gewesen. Das Unternehmen zeigt ein Produktsortiment rund um das Trendgetreide Dinkel, auch in Kombinationen mit weiteren Getreidearten. Im



Mit Dinkel und Gerste: „Meine Mühle“ Genuss-Krustchen

© SchapfenMühle

Mittelpunkt stehen das neue Dinkel-Gersten-Produkt, das Schapfen „Meine Mühle“ Genuss-Krustchen, und die Klassiker Schapfen-SchwabenKorn sowie das Kleingebäck-Pendant Schapfen SchwabenKörnle. Nach der Markteinführung 2002, auch damals schon auf der südback, hat sich das Schapfen-SchwabenKorn

zwanzig Jahre später als das laut Unternehmen „erfolgreichste Dinkelvollkornbrot“ etabliert. Heute entspreche es mehr denn je dem aktuellen Trend nach authentischen Dinkelbackwaren.

**Halle 10, Stand B11**

Grüne Messehighlights setzt **HEUFT**. Das Unternehmen demonstriert, wie mit den Thermo-Oel Backofenanlagen Energie gespart werden kann und wie einfach Hybrid geht. Neben den Backofenanlagen in neuem Design wird der Thermo-Oel Heizkessel der Serie New Efficiency präsentiert. Die Eigenschaften seiner Heizkesselserie hat das Unternehmen kontinuierlich vorangebracht. Der Wirkungsgrad von 87 % ist vom TÜV zertifiziert. Durch einen geringen Strömungswiderstand werden notwendige Energien minimiert, Materialien geschont und entsprechende Wartungskosten eingespart, berichtet das Unternehmen. Zudem werde aktiv die Anzahl überflüssiger CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert. Stand



HEUFT-Stand auf der  
vorherigen südback

© HEUFT

der Technik sei für HEUFT auch, bei Mehrkesselanlagen ein intelligentes Energiemanagement-System zu integrieren, um die Effizienz noch weiter zu erhöhen. Mithilfe des Back-Information-Center (BIC) lassen sich Messdaten und Kennzahlen visuell darstellen und Energieverbräuche somit identifizieren, ggf. optimieren und normenkonform dokumentieren. **Halle 7, Stand 7C11**

Gemeinsam mit HEUFT präsentiert sich **iceCool** in Stuttgart. In Sachen Kältetechnik sieht das Unternehmen für die Zukunft zwei ideale Alternativen nebeneinander: das natürliche Kältemittel CO<sub>2</sub> (R744) und das stark treibhausgasreduzierte Kältemittel R455A, mit einem GWP-Wert von nur 146. Beide Systeme seien zukunftssicher und hätten ihre Stärken bei unterschiedlichen Anforderungen. Mit dem neuen Kältemittel R455A nimmt iceCool nach eigenen Aussagen



Kälteaggregate für das Kältemittel R455A

eine Vorreiterrolle ein. Bereits mehrere Bäckereibetriebe wurden mit dem neuen Kältemittel ausgestattet. **Halle 7, Stand 7C11**



Der neue GBT Bänderrollwerk

Zwei Neuheiten rückt **GBT** in den Vordergrund: den Bola 3000 H2 und eine Modellvariante des Brotteigteilers Olympia 3000 mit Abtransport vorne. Der Bola 3000 H2 ist ein Bänderrollwerk, der sich besonders für Weizenmisch-, Roggenmisch- und Roggenteige eignet und eine Stundenleistung von 2.500 Stück erreicht. Die Maschine ist jetzt so konzipiert, dass sie in einer Waschkabine mit Strahlwasser gereinigt werden kann. Damit ist sie nach

ANZEIGE

Innovative  
Produktions-  
lösungen für



LAMINIERTER  
TEIGE



FEINGEBÄCK



CROISSANTS



SALZSTANGEN  
KORNSPITZ



SPEZIAL-  
BRÖTCHEN

RADINI  
by Rademaker



*Eine gelungene Kombination  
aus Handwerk und Automatisierung*

**Laminieren und Ausrollen**  
Von Plunder-, Blätter-  
und Hefeteigen



Teig wird laminiert

Butter oder Margarine wird aufgebracht

- ✓ Schnelle & einfache Umrüstzeiten
- ✓ Benutzerfreundliche Bedienung
- ✓ Reproduziere Ergebnisse
- ✓ Höchste Produktqualität



Besuchen Sie  
Rademaker:  
Halle 5  
Stand 5B31

Kontaktieren Sie uns, um ihre Anforderungen zu besprechen! Tel.: +49 261 98 8371 20 oder E-mail: info@rademaker-deutschland.de



Unternehmensangaben der einzige Bänder- und Rundwirker am Markt, der das kann.

Auch der Brotteigteiler Olympia 3000 wurde weiterentwickelt. Er verarbeitet alle Teigsorten gewichtsgenau und teigschonend, auch

bei langer Teigruhe. Neu ist die Modellvariante Olympia 3000, Mod.105.05, mit geradem Teigtransport bzw. vorderem Abtransport. Wie der Hersteller mitteilt, konnte die bisher schon leichte Reinigung der Maschine nochmals weiter verbessert werden. **Halle 5, Stand 5A 21**

**Rademaker** präsentiert eine kompakte Radini-Ausrollanlage in Kombination mit einer Aufarbeitungslinie sowie dem Croissant-System. Flexibilität, Bedienerfreundlichkeit und schonende Teigverarbeitung sind der Schlüssel für optimale Qualität. Die Radini-Linien bieten ein hohes Maß an Flexibilität, weil manuelle und automatische Prozesse kombiniert werden können. Angefangen beim Ausrollen oder/und Laminieren, um Teigblöcke zu verarbeiten oder herzustellen, bis hin zu der Aufarbeitungslinie mit Croissant-Modul. Zeit- und arbeitsintensive Prozesse können vereinfacht werden. Darüber hinaus gewährleistet die intelligente und automatisierte Prozesssteuerung eine optimale Reproduzierbarkeit. Radini-Linien wurden speziell für die Anforderungen von Filialbäckereien entwickelt. **Halle 5, Stand 5B31**

Verarbeitung von  
Teigblöcken auf der  
Radini-Ausrollanlage



**VEMAG Maschinenbau** stellt den Teig- und Massenportionierer HP1 vor - seinen Bäckereiallrounder für mittelständische und größere Bäckereibetriebe. Die flexible Maschine, die auch gemietet werden kann, dient zum gewichtsgenauen Portionieren von Brotteigen bis hin zu Biskuitmassen und kann flexibel an die gewünschte Gebäckqualität und das Endprodukt angepasst werden. Neu ist das Vorsatzgerät „Abschneidevorrichtung ASV812“ für höhere Produktstückzahlen etwa bei Mischbrot- oder Pizzateigen. (Mehr über VEMAG und die neue Maschine lesen Sie auch in unserem Beitrag ab Seite 26.) **Halle 5, Stand C35**

**Lesaffre** legt den Messfokus auf den gekochten Sauerteig „Zavarka“ und betont die Vielfalt seiner Range, die das Unternehmen unter der Marke „Livendo“ führt. Sechs Varianten gehören zum Zavarka-Sortiment: „Classic“, „Multigrain“,



Kleingebäcke, hergestellt mit  
Zavarka, Typ „Hafer“

„Dark Malt“ sowie „Dinkel Urkorn“ und ganz neu zur südback die Sorten „Hafer“ und „Gekeimter Roggen“. Lesaffre präsentiert sich in Stuttgart gemeinsam mit dem Ofenbauer Bongard und wird live am Stand backen. **Halle 10, Stand E11**

Zwei Megatrends stehen für die **WP BAKERYGROUP** im Fokus: Digitalisierung und Energie. Nach dem Motto „think process“ antwortet die WP BAKERYGROUP mit ihrem neuen Unternehmensbereich WP DIGITAL auf die wachsenden Anforderungen. Der Kunde erhält über seinen Webbrowser Zugang zu sämtlichen Maschineninformationen sowie Servicefunktionalitäten, bis hin zur Face-to-Face-Beratung per AR-Support.

Bei WP ENERGY dreht sich alles um Energieeinsparung und -sicherheit. So kommen zur Energieeinsparung - mit dem Ziel der Absenkung der Abgastemperatur - optimierte Wärmetauscher zum Einsatz. Eine Verbesserung der Strömungsverhältnisse führt zur gleichmäßigen Erhöhung der Strömungsgeschwindigkeiten im gesamten Backraum mit dem Effekt einer besseren Wärmeübertragung auf das Backgut. Die intelligente Software WP IEC (Intelligent Energy Control) erkennt sofort einen Backofen-Leerstand und reagiert mit einer Absenkung der Temperatur. Heiße Abgase bedeuten immer auch Energieverlust. WP ASR, die automatische Saugzugregelung, gewährleistet konstante Zugverhältnisse im Backofen, unabhängig von äußeren Faktoren. In Summe können mit den Optimierungsmaßnahmen beim WP ROTOTHERM GREEN bis zu 28,7 % Energie eingespart, Backzeiten um 10 % reduziert und infolge dessen die Produktivität um 10 % gesteigert werden.

Energiesicherheit bedeutet für WP New Sources - der Wechsel des Energieträgers, Combined Heat & Power - die Kraftwärmekopplung und Self Power Generating - z. B. Photovoltaik. Auch zu diesen Themen hat die WP

Teigteil- und Rund-  
wirkermaschine  
MULTIMATIC Pico



BAKERYGROUP Konzepte parat und dafür in die Weiterentwicklung der Ofentechnologie investiert. MATADOR und UNITHERM können schnell und einfach mittels einer Heizpatrone, die zu den Anschlussmaßen eines Brenners kompatibel ist, auf elektrische Beheizung umgerüstet werden. Beim ROTOTHERM Green kann durch einen Energieblockwechsel von Öl/Gas auf Elektro umgestellt werden. 28,7 % zertifizierte Energieeinsparung bringt der Ersatz eines älteren ROTOTHERM durch einen neuen ROTOTHERM Green.

Die neue Teigteil- und Rundwirkmaschine MULTIMATIC Pico kommt mit deutlich reduziertem Platzbedarf im Vergleich zur MULTIMATIC Pro aus und eignet sich deshalb besonders für kleinere Bäckereien. Mit ihren nur zwei Reihen leistet die Ausführung laut Unternehmen dabei alles, was auch die „Pro“ zu bieten hat: hoher Gewichtsreich (24-350 g), eine hohe Stundenleistung (1.400-2.800 Stück), Hygienic Design und einfache Bedienbarkeit.

**Halle 9, Stand 9B21**

Weniger Kosten, mehr Effizienz verspricht **WIESHEU** beim Einsatz des neuen Ladenbackofens Dibas blue2, der im Vergleich zum Vorgänger bis zu 15 % Energie einsparen kann. Mit der neuen Generation präsentiert das Unternehmen auch erstmals das sensorgesteuerte



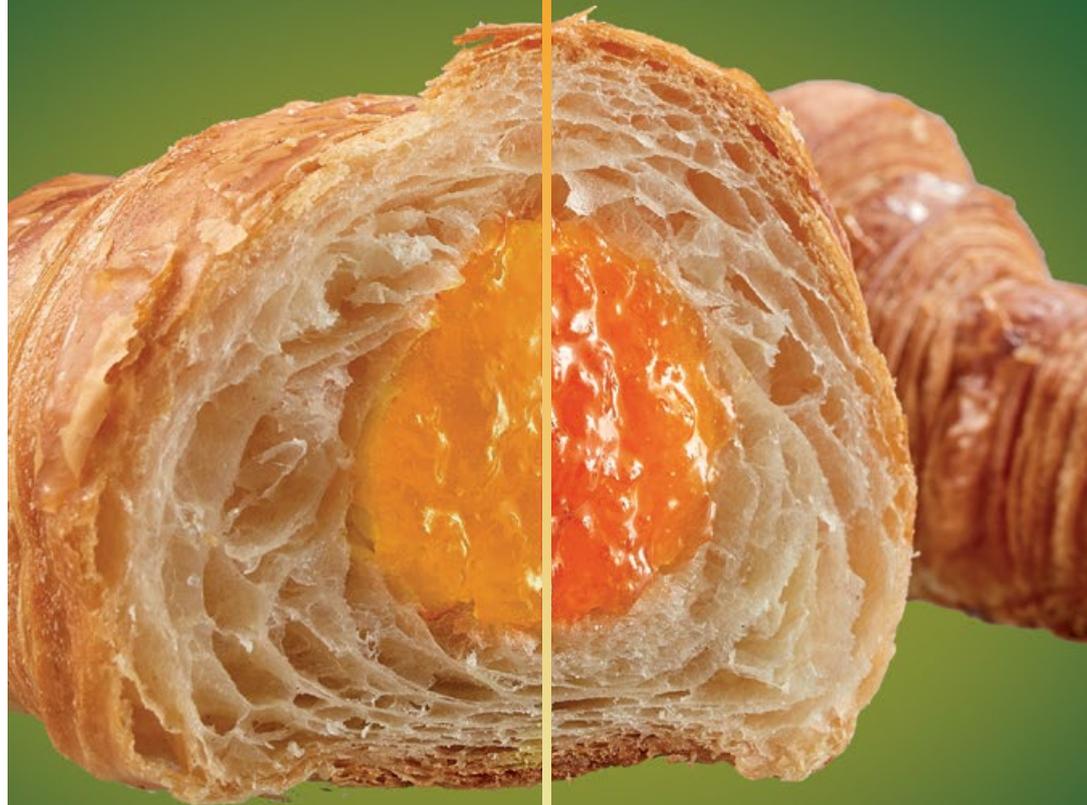
Dibas blue2 mit sensorgesteuertem Beschwadungssystem

Beschwadungssystem ActiveSteam®. Das System, erklärt der Ofenbauer, verknüpft neueste Lüfter- und Sensortechnologie mit langjährigem Expertenwissen zur Luftströmung und Dampferzeugung. Die schnelle Erzeugung von sattem Dampf ermöglicht eine effektivere Wärmeübertragung auf die Backwaren. Dadurch wird die Backzeit verkürzt und der Energieverbrauch reduziert. **Halle 9, Stand 9C31**

**acs Coating Systems** hat wichtige Weiterentwicklungen bei seinen Beschichtungen erreicht. Die laugenfeste DURAPEK®

ANZEIGE

# FARBE



# BEKENNEN

  
**RINGE KÜHLMANN**  
 Bright ideas in natural colours



nonstick 2023 ist im Antihafteffekt und der Haltbarkeit nochmals verbessert worden. acs geht jetzt von 10.000 Zyklen und mehr aus. Die DURACQUAR<sup>®</sup> 2.0 bekam einen neuen Schichtaufbau mit einer zusätzlichen Antihafteffekt- und Verschleißschutz-Schicht. Zusätzlich wurde das letzte Prozent Fluorpolymer/PTFE/Teflon eliminiert. Falls es zu einem PFAS-/Fluorpolymerverbot ab 2024 kommen sollte, wovon einige Kunden ausgingen, führe man jetzt mehrere Alternativen im Portfolio. Die Beschichtung ist den Angaben zufolge robust, langlebig und in verschiedenen Farbvarianten herstellbar. **Halle 8, Stand 8B61**



Vegane Gebäcke mit „Your Green Bakery“

© Martin Braun

**MARTIN BRAUN** stellt mit „Your Green Bakery“ ein neues Produktsortiment zur Herstellung veganer Gebäcke und Eiskreationen in den Mittelpunkt. Zur Range gehören u.a. ein Feinbackmittel, um vegane Rührmassen, Mürbeteige und Streusel herzustellen, und eine Schlagcreme,

die als pulverisiertes Produkt angeboten und unter Zusatz von Wasser und Pflanzenöl zur veganen Cremefüllung aufgeschlagen wird. Die Creme kann vielfältig aromatisiert und veredelt werden, z. B. mit Fruchtpürees oder Dessertpasten. Zur Herstellung veganer Puddingfüllungen entwickelte das Unternehmen eine neue backfähige Kaltcreme. **Halle 10, Stand D 75**



daxRec für die Restbrot- bzw. Restteigverwertung

© Daxner

Über Lösungen für die Teigaufbereitung und zur Automatisierung des Rohstoffhandlings informiert **Daxner Germany**. Vorge stellt wird u. a. der Anteiliger daxDou in der neuen Generation 3.1 samt Reinigungswagen. Er ist kompakt, leicht und ohne Werkzeug zerlegbar. Deshalb lässt er sich gut reinigen. Ein anderes Exponat ist

daxRec, ein Verfahren mit Feinstzerkleinerung, das entwickelt wurde, um Restbrot und Restteig zu verarbeiten. **Halle 8, Stand 8B32**

An Backmargarinen und Melangen stellen Kunden ganz unterschiedliche Anforderungen, stellt **Vandemoortele** fest

und informiert in Stuttgart u.a. über Melangen der Marke St. Allery, die geschmacklich die feine Butternote aufweisen, aber nur zum Teil (10 oder 25 %) aus Butter bestehen. Rein pflanzliche Alternative bündelt das Unternehmen unter der Marke Gold Cup, darunter Margarinen, Siedefette, Backcremes und Aufschlagcremes. Aus dem Sortiment der TK-Backwaren wird u.a. das im September neu eingeführte Crème Croissant präsentiert. **Halle 9, Stand B12**



Gefüllte Croissants von Vandemoortele

© Vandemoortele



Agrano Fougasse

© Siebrecht

Neuheiten und Konzeptlösungen zur Nutzung von Ernährungstrends in den Bereichen Bio und Clean Label setzt **Siebrecht** in Szene. Die neue Vormischung Agrano Ackerbohnenbrot trifft laut Unternehmen genau den aktuellen Verbrauchertrend nach bewusster Ernährung: Als heimisches Gemüse ist die Ackerbohne besonders klimaneutral und bietet von Natur aus einen hohen Proteingehalt. Neu ist auch das Fougasse-Konzept: Auf dem Messestand werden Variationen dieser Gebäckspezialität aus Südfrankreich vorgestellt. **Halle 10, Stand D 71**

**UNIFERM** präsentiert „OFEN-Berliner“ und damit einen „Nichtschwimmer“, wie das Unternehmen schreibt, das das Hefengebäck als Ofengebäck konzipiert hat, das nicht in Fett schwimmt. Die Vorteile der Langzeitführung bei Weizenkleingebäcken greift das Monheimer Salz-Vorteig-Verfahren auf. Es bringt mehr Geschmack und erhöht die Sicherheit in den Prozessen, insbesondere für das Backen der Teiglinge über den Tag in den Verkaufsstellen. Auf der Messe wird die dreistufige



OFENBerliner

© UNIFERM

Teigführung auf Basis von UNIFERM FermFresh® Meister-vorteig demonstriert. **Halle 10, Stand 10B71**

Vegan ist laut **CSM Ingredients** ein Megatrend. Besonders junge Verbraucher mit ausgeprägtem Bewusstsein für Umwelt, Gesundheit und Tierwohl wählen den veganen Lifestyle. CSM stellt ein ganzes „Paket“ an veganen Entwicklungen vor. Darunter sind u.a. der Mix „Vegan Cake & Muffin“, die pflanzliche Aufschlagcreme „Pati Whip Vegan“ und das Kaltcremepulver „Meister Vanillekrem Vegan“. **Halle 7, Stand 7D41**



© HABERSANG

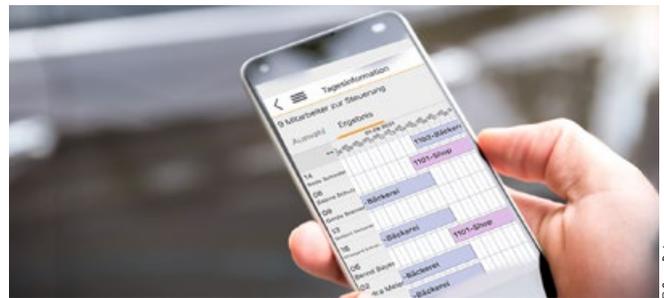
Bei **HABERSANG** erwartet die Besucher die neueste Generation des Cremekochers KORÜ-mat 2G. Die HACCP Schnittstelle der Maschine wurde um Energiemanagement-Funktionen erweitert. Kochprozesse können

**Cremekocher KORÜ-mat 2G**

über verschiedene Zeiträume ausgewertet und energetisch optimiert werden, so der Hersteller. Auch für ältere Modelle seien Anpassungen möglich.

**Halle 10, Stand E74**

Als Kompetenz-Forum stellen **CompData**, KMZ Kassensysteme und OptimoBercher auf der südback 2022 digitale, vernetzte Lösungen für Bäckereien vor. „Die digitalisierte Bäckerei gewinnt immer mehr an Bedeutung. Durch die vernetzten Prozesse lassen sich Zeit sparen, Kosten reduzieren und Fehler vermeiden. Zudem nehmen wir auch eine steigende Nachfrage nach mobilen Anwendungen wahr“,



© CompData

ANZEIGE



**BAKON**  
LINXIS GROUP



**SPAREN SIE ZEIT UND ARBEIT MIT DER BAKON TAUCHLINIE:  
DIE TAUCHLINIE MACHT SCHLUSS MIT DEM MANUELLEN  
EINTAUCHEN UND BESCHLEUNIGT IHRE PRODUKTION.**

BAKON entwirft und fertigt komplette Fertigungslinien nach den Anforderungen, Wünschen und Gegebenheiten der Kunden auf der ganzen Welt. Gemeinsam mit Ihnen schauen wir uns die Bedürfnisse an und präsentieren Ihnen Ihre persönliche Lösung.

**BAKON.COM/DE**



SEHEN SIE DIE  
TAUCHMASCHINE  
IN AKTION



sagt Reiner Veit, Sprecher des Kompetenz-Forums und geschäftsführender Gesellschafter von CompData. Den Fokus des Messeauftritts legen die Unternehmen auf die Bereiche Personal-, Zeit- und Warenwirtschaft, Hygienemanagement, Apps und Payment. **Halle 7, Stand C51**

Mit Vegan Whip ermöglicht **Dreidoppel** veganen Cremegenuss im Handumdrehen. Das rein pflanzliche Schlagcremepulver, das auf der Messe gezeigt wird, wird nur mit Wasser aufgeschlagen und überzeugt den Angabenzufolge mit leichtem Schmelz und feinem Sahnegeschmack. Neutral im Grundgeschmack, kann die Creme mit den über 50 veganen Konditoreipasten kombiniert werden. Schaumraum ist ein neues pulverisiertes Produkt, mit dem Eiweißbaisermasse leicht gelingt. Es wurde entwickelt, um schnittfeste, dauerhaft stabile, geflämmte und gebackene Baiserauflagen ohne Zuckerkochen herstellen zu können. **Halle 9, Stand C22**

Mit Viennoiserie-Konfekt ist **Délifrance Deutschland** vertreten. Das süße Fingerfood à la française, wie es das Unternehmen beschreibt, gibt es mit drei verschiedenen Füllungen: als Crème Pâtissière, Schoko-Nuss und Himbeer-Cranberry. Jede Variante wiegt pro Stück 25 Gramm und ist palmölfrei. **Halle 8, Stand B51+++**

### Gesucht wird der „Trend Award Publikumsliebbling“

Zum ersten Mal wird die südback auch das Fachpublikum in die Abstimmung zum „Trend Award“ einbeziehen: Es kann online einen „Publikumsliebbling“ wählen. Bereits im Vorfeld hatte eine Fachjury aus rund 60 Einreichungen zum „Trend Award“ die 20 besten Vorschläge ermittelt und aus ihnen die Sieger in den drei Kategorien „Marketing, Verkauf und Organisation“, „Rohstoffe & Convenience“ sowie „Technik“ gekürt. Hätte das Fachpublikum genauso entschieden? Die südback will es wissen und stellt die 20 nominierten Ideen auf ihrer Internetseite zur Abstimmung. Die Preisverleihung der Gewinner des „Trend Award“ und des „Trend Award Publikumsliebbling“ findet im Rahmen der südback-Eröffnung statt.



## Volker Fiege verlässt Lieken



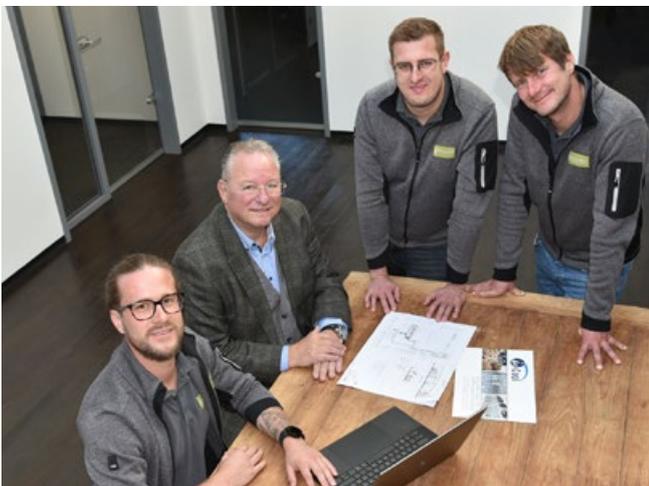
**COO Volker Fiege verlässt Lieken**

COO Volker Fiege verlässt die Lieken GmbH zum 31. März 2023. Man habe sich einvernehmlich aufgrund unterschiedlicher Auffassungen zur operativen und strategischen Ausrichtung des Unternehmens getrennt, teilt Lieken mit. Vor seinem Eintritt ins Unternehmen war Volker Fiege 16 Jahre für die Unternehmensgruppe Theo Müller im In- und Ausland tätig. Bei Lieken zeichnete er als Geschäftsführer Operations über fünf Jahre für die Leitung, Steuerung und Organisation der operativen Prozesse verantwortlich. Fiege habe die Restrukturierung von Logistik und Operations maßgeblich mit vorangetrieben, heißt es in der Mitteilung. Diese Aufgaben werden innerhalb der bestehenden Geschäftsführung aufgeteilt, zu der Dr. Christian Hörger, Jan Willers und seit 1. Oktober auch Stefan Bosbach gehören. +++

## iceCool baut Kooperation mit Peuckmann aus

Aufbauend auf der bereits bestehenden Zusammenarbeit wird Bäckerei Service Peuckmann mit seinem 14-köpfigen Team von nun an neben der Montage und dem Service auch den Vertrieb von iceCool Kälte- und Gäranlagen im Nord-Westen Deutschlands unterstützen. „Mit der Firma Peuckmann an unserer Seite sind wir im Nord-Westen Deutschlands ideal aufgestellt. Unsere dort ansässigen Kunden profitieren von einem lokalen und kompetenten Ansprechpartner“, so Ulrich Nachtmann, Geschäftsführer iceCool Systems GmbH & Co. KG.

Peuckmann ist bereits seit vielen Jahren Partner der HEUFT-Unternehmensgruppe. Neben iceCool setzt auch der Backofenbauer HEUFT auf Montage und Serviceleistungen des Familienbetriebs aus NRW. +++



(v. l.) Jakob Peuckmann, Ulrich Nachtmann, Steffen und Christof Peuckmann

## GEA baut Technologiezentrum in Biedenkopf-Wallau

Rund 2 Mio. EUR sind als Baukosten für ein neues Technologiezentrum von GEA veranschlagt, in dem Maschinen der Geschäftseinheiten „Slicing & Packaging“ aus den Produktionswerken in Wallau, Kempten und Weert für Tests und Produktbemusterungen unter realen Kundenbedingungen inklusive industrieller Reinigung zur Verfügung stehen. Fertig soll das neue Technologiezentrum im Frühjahr 2023 sein. Bei der Erweiterung und dem Neubau wird eine 500 qm große Klimahalle integriert, die bis auf den Gefrierpunkt kühlbar sein wird. Das Technologiezentrum wird ebenso neue Trainingsmöglichkeiten für Mitarbeiter und Kunden eröffnen. +++



Spatenstich für das neue Technologiezentrum

## Mehr Pizza



Tiefkühlpizza Gustavo Gusto hat in Artern/Unstrut (Thüringen) ein zweites Produktionswerk eröffnet. Damit kann das Unternehmen, das auch am Stammsitz in Geretsried (Bayern) Tiefkühlpizzen herstellt, seine Gesamtproduktion deutlich erhöhen. Gründer und CEO Christoph Schramm betonte beim Start der Produktion: „Unsere Tiefkühlpizzen haben sich sehr erfolgreich am Markt in Deutschland, Österreich und der Schweiz etabliert. Die Nachfrage ist weiterhin immens.“ Gustavo Gusto ist erst vor rund sechs Jahren als Hersteller von Premium-Tiefkühlpizzen für den Lebensmitteleinzelhandel gestartet und beschäftigt derzeit bundesweit bereits über 430 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. In Artern soll es im Endausbau rund 120 Beschäftigte geben. In das neue Werk wurden insgesamt rund 40 Mio. EUR investiert. Im vergangenen Jahr konnte das Unternehmen einen Umsatz von 73 Mio. EUR verzeichnen und zählt zu den am schnellsten wachsenden Food-Unternehmen in Europa. +++

# Die richtige Beschichtung

Das Produkt, der Prozess und auch das Design einer Form oder eines Blechs spielen eine wesentliche Rolle bei der Auswahl der Beschichtung.



**+** American Pan kalkuliert die Art der Beschichtung, die verwendet werden soll, bereits im Designprozess einer Form mit ein. Eines der Hauptziele ist es, sicherzustellen, dass die beschichteten Oberflächen beim Transport in der Backstube oder beim Stapeln nicht mit metallischen Oberflächen der Formen in Berührung kommen. Das Unternehmen entwickelte deshalb ein spezielles Stapeldesign. „Damit lassen sich Bleche und Formen nicht nur sicher und platzsparend stapeln, es schützt auch die Beschichtung und sorgt für eine maximale Lebensdauer“, erklärt Jesper Albertsen, Vice President Vertrieb bei American Pan Europe.

## Handhabung und Pflege

Das Unternehmen bietet eine Vielzahl an Beschichtungen an, darunter OptiShield®, das speziell auf Brötchen oder Muffins abgestimmt ist. Andere Varianten wie DuraShield® eignen sich für eine breite Palette an Standardprodukten. OptiShield® und DuraShield® sind die wichtigsten Beschichtungen, die American Pan in Europa anbietet. Beide bieten

**„Wir können helfen, die Ursache von Beschichtungsschäden zu ermitteln, und Lösungen vorschlagen. Unser Ziel ist es, eine möglichst lange Lebensdauer von Formen zu gewährleisten.“**

*Jesper Albertsen, Vice President Vertrieb, American Pan Europe*

laut Unternehmen sehr gute Antihafteigenschaften und sind korrosionsbeständig. Um Schäden an der Beschichtung zu minimieren, sollten z.B. Handlingsysteme nicht mit den beschichteten Oberflächen in Berührung kommen. Albertsen: „Wenn eine Bäckerei Schäden an den Formen

oder Beschichtungen feststellt, sollte sie sich mit unserem Team in Verbindung setzen, damit wir die Ursache ermitteln und Lösungen vorschlagen können. Unser Ziel ist es, eine möglichst lange Lebensdauer der Formen zu gewährleisten.“

Der Einsatz von Trennmitteln kann zu Ablagerungen in Formen führen und die Wirksamkeit einer Beschichtung verringern. Auch Saaten beeinträchtigen die Haltbarkeit. Bäckereien sollten darauf achten, dass Bestreuungen durch geeignete Reinigungstechniken entfernt werden können, ohne die Oberfläche zu beschädigen. Die Ofentemperatur spielt ebenfalls eine Rolle. Hohe Temperaturen können die Lebensdauer einer Beschichtung durch einen Prozess, der als thermische Degradation bezeichnet wird, verringern.

## Der Auswahlprozess

Der Auswahlprozess für die jeweils richtige Beschichtung beginnt beim Produkt und den Erfahrungen des Anbieters. Fluoropolymere wie DuraShield® und OptiShield® sind die am häufigsten nachgefragten Beschichtungen in Europa. Auch die Silikonharzbeschichtung AMERICOAT® befindet sich im Einsatz, insbesondere in UK. Der Schlüssel in der Auswahl der besten Beschichtung liegt laut Albertsen in der engen Zusammenarbeit mit den Kunden, darin, ihre Anforderungen und ihre Prozesse zu verstehen.



Steht eine Neubeschichtung an, bietet American Pan neben dem Entfernen der alten Beschichtung, dem Reinigen und dem Auftragen der neuen auch das Richten von Blechen an. Wenn Fluorpolymerbeschichtungen wie DuraShield® und OptiShield® das Ende ihrer Lebensdauer erreichen, kann die Abnutzung schnell voranschreiten, weshalb es für Bäckereien wichtig ist, Neubeschichtungen oder Neubestellungen rechtzeitig zu planen, so das Unternehmen. American Pan Europe ist in Spanien, UK und Rumänien mit Standorten vertreten. Je nach Nähe zu den Werken variieren die Lieferzeiten.

Silikonkautschukbeschichtungen sind eine weitere beliebte Option und kommen u. a. bei Blechen für Brot und Baguettes zum Einsatz. Diese Beschichtungen tragen dazu bei, ein knuspriges Produkt zu erzielen. American Pan führt in diesem Bereich neben der Reihe „FlexiCoat“ auch RilonElast unter der Marke Runex, die das Unternehmen im vergangenen Jahr aus Schweden übernommen hat.

### Ein neues Werk für Beschichtungen

Bei KEMPF ging vor Kurzem ein neues Werk für Beschichtungen an den Start. Rund 18 Mio. EUR investierte das Unternehmen in Equipment und Gebäude. Der Neubau am Hauptsitz in Rohrbach nimmt 5.000 m² des insgesamt 80.000 m² großen Betriebsgeländes ein. Drei vollautomatische Linien für Bleche und Formen sind in der Halle, die noch Platz für zwei weitere Linien lässt, in Betrieb. KEMPF konzipierte die Anlage mit hohem Automatisierungsgrad, um gleichbleibende Produktqualität und eine autarke Fertigung zu gewährleisten. „Wir setzen auf modernste Verarbeitungstechnologie“, sagt der Geschäftsführer Guido Kempf. Nachhaltigkeit spielte ebenfalls eine wichtige Rolle. Mehr als 2.300 Solarpanels sind auf dem Dach der Halle montiert.

„Wir planen, im ersten Quartal 2023 eine neue Art von Beschichtung auf den Markt zu bringen. Zurzeit befinden wir uns in der letzten Testphase.“

*Guido Kempf, CEO, KEMPF*

Die gesamte Palette der KG-FLON Antihafbeschichtungen kann im Neubau verarbeitet werden. Es sind Beschichtungen, die speziell für die Backbranche entwickelt wurden: Fluorpolymerbeschichtungen, original TEFLON® Beschichtungen, Silikonbeschichtungen, Plasmabeschichtungen und Keramikbeschichtungen.

Auf den drei Linien werden Bleche und Formen u. a. für Croissants, Buns oder Pizzen mit einer Verarbeitungskapazität von 4.800 m² pro Tag beschichtet bzw. wiederbeschichtet. „Das neue Werk ist ausschließlich für die Beschichtung von bakeware bestimmt“, so Kempf.

### Neuentwicklung von Beschichtungen

Auch an Neuentwicklung arbeitet man vor Ort. KEMPF kooperiert dabei mit seinen Lieferanten und zwei Universitäten. „Wir planen, im ersten Quartal 2023 eine neue Art Beschichtung auf den Markt zu bringen“, sagt Guido Kempf. „Zurzeit befinden wir uns in der letzten Testphase. Die Ergebnisse, die sich abzeichnen, sehen vielversprechend aus.“ Demnach bringt die neue Beschichtung eine sehr gute Antihafwirkung mit und eine noch mal um 40 % längere Lebensdauer im Vergleich zu vergleichbaren Produkten am Markt. Geeignet ist sie für den Einsatz bei Blechen für Baguettes, Brötchen, Buns oder ähnliche Produkte. Darüber hinaus gab es „sehr gute Ergebnisse bei glasierten Feingebäcken, weil sie eine glatte Oberfläche besitzen“, so der Geschäftsführer. Ein Produktionsszenario zeigte, dass die Beschichtung bis zu 80 % mehr Backzyklen standhält. Bei KEMPF startet man die Entwicklungsarbeit mit Anwendungstests im eigenen Labor. Anschließend wird die Beständigkeit über Backzyklen getestet. In einem dritten Schritt werden Kleinchargen von 10 bis 20 Stück gefertigt und der Einsatz der Bleche in bestehenden Backstraßen ausgewählter Kunden geprüft. Im vierten und letzten Schritt stattet man komplette Anlagen aus und testet die Produktionszyklen unter großtechnischen Bedingungen.



### Anspruchsvolle Anwendungen

Was die Beschichtung an sich anbelangt, gehören Laugengebäcke zu den anspruchsvollsten Produkten. Für genau diesen Bedarf wurde „KG-Flon 750“ von KEMPF entwickelt. „Es handelt sich um eine Beschichtung, die eine außergewöhnliche Diffusionsbeständigkeit aufweist, was entscheidend ist, um der sehr aggressiven Lauge lange standhalten zu können.“ Aber nicht nur für Laugengebäck eignet sie sich, so das Unternehmen, auch für Brote mit hohem Sauerteiganteil ist sie eine gute Lösung. +++

ANZEIGE



Markenqualität und Frische aus Tradition.

**KOENIG** The Nut specialists

...einfach kernig!

**Mandel-, Haselnuß- u. Erdnußkern-Präparate. Nußcken- und Bienenstich-Streusel, Haselnuß-Füllmassen und Multi-Crunch. Sonderanfertigungen nach Ihren individuellen Spezifikationen.**

**KOENIG BACKMITTEL GMBH & CO. KG** • Postfach 1453 • D-59444 Werl  
 Tel. 02922/9753-0 • Fax 02922/9753-99  
 E-Mail: info@koenig-backmittel.de • Internet: www.koenig-backmittel.de

PICK-AND-PLACE BEI KEKSEN UND CRACKERN

# Minimale mechanische Belastung

Mit der IDH (Intelligent Direct Handling) bringt Syntegon eine neue Lösung für das Handling und Portionieren von Keksen und Crackern auf den Markt, die auf einer neu entwickelten Pickertechnologie basiert. Ihre Vorteile: schonendes Produkthandling, kompakte Bauweise der Anlage, hohe Leistung.



Sowohl stehende als auch liegende Konfektionierungen sind realisierbar

**+** Das besonders schonende Handling wird durch die Linearmotorentechnologie der neuen Pick-und-Place-Lösung erreicht. Sie eröffnet außerdem die Möglichkeit, unterschiedliche Produkte sowohl liegend als auch stehend beladen zu können.

Die Linearmotorleiste bildet das Herzstück der neuen Anlage, wie Philipp Kathan, Lead Engineer IDH bei Syntegon, erklärt: „Mit nominal 30 Zyklen pro Minute greifen die bis zu 40 Picker der Leiste Produkte vom Prozessband und platzieren diese in einer Zuführung oder Trays. Dank der langsamen und fließenden Bewegungen der Linearmotormover werden die Kekse und Cracker mit minimaler mechanischer Belastung und mit geringem Vakuumeinsatz gehandhabt – das vermeidet Bruch oder Beschädigungen an der Produktoberfläche und sorgt für optimale Produktionseffizienz.“ Dabei pickt die IDH die Produkte direkt vom Prozessband, um Transportwege vom Ofen bis zur fertigen Verpackung kurz zu halten und so den Abrieb zu reduzieren. Damit entsteht nicht nur weniger Produktausschuss,

durch weniger anfallende Produktrückstände im System werden auch die Reinigungsaufwände minimiert.

Bei der Zuführung erkennt ein integriertes Vision System die Position und die Form der Kekse und Cracker und übermittelt diese Information an die Steuerung der Picker. Es identifiziert verschiedene Prozessmuster oder zufällige Anordnungen. Jeder Greifer kann individuell ausgerichtet werden, sodass laut Syntegon alle Produkte korrekt in Trays oder die Zuführung platziert werden. Ein integrierter Puffer komplettiert automatisiert unvollständige Produktreihen.

## Produkt- und Packstil-Flexibilität

Neben dem schonenden Handling punktet die IDH dem Maschinenbauer zufolge auch in Sachen Produkt- und Packstil-Flexibilität: Die Anzahl der Vakuumbreifer lässt sich je nach Produkt und Produktionsvolumen individuell anpassen. So können Hersteller z. B. bei steigender Prozessleistung die Anzahl der Vakuumbreifer auf bis zu 40 Stück erhöhen. Integriert in horizontale Verpackungslinien ermöglicht die IDH zudem eine hohe Packstil-Flexibilität.

„Mit der IDH bringen wir eine kompakte und flexible Lösung auf den Markt, die Herstellern zahlreiche Möglichkeiten zum Verpacken von verschiedenen Produktformen und -größen bietet. Die Kekse und Cracker werden direkt vom Prozessband



## Über Syntegon

Syntegon ist Spezialist für Prozess- und Verpackungstechnik und betreibt neben seinem Hauptsitz in Waiblingen bei Stuttgart mehr als 30 Standorte in fast 20 Ländern. Das Unternehmen ist seit mehr als 160 Jahren am Markt tätig, beschäftigt rund 5.800 Mitarbeiter, darunter 1.100 Serviceexperten, und erwirtschaftete 2021 einen Jahresumsatz von 1,4 Mrd. EUR.

entweder stehend oder liegend in Trays oder die Zuführung der nachfolgenden Schlauchbeutelmaschine platziert. Somit konnten wir auf lange Transportbänder mit Schikanen verzichten und die Systemauslegung noch flexibler gestalten“, erklärt Daniel Bossel, Syntegon Produktmanager.

### Verkürzte Transportwege

Mit ihrem durchdachten Gesamtkonzept reduziert die IDH den Angaben zufolge die Komplexität des Verpackungsprozesses: Das platzsparende Design verkürzt nicht nur die Transportwege, sondern ermöglicht auch neue Systemlayouts, die man traditionell aus der Riegelproduktion kennt. Syntegon: „Die IDH erreicht trotz ihrer kompakten Abmessungen eine maximale Ausbringungsleistung von bis zu 800 Produkten pro Minute – in Kombination mit dem geringen Ausschuss und kurzen Stillstandzeiten gewährleistet sie damit eine hohe Gesamtanlageneffektivität (OEE).“

Laut Daniel Bossel ist die Syntegon IDH „die optimale Ergänzung zur im Jahr 2021 lancierten Syntegon RPP Pick-and-Place Plattform“. Und weiter: „Während die Delta-Roboter der RPP bis zu 120 Produkte pro Minute von einem schmalen Prozessband erfassen, eignet sich die IDH ideal für höhere Volumina und besonders breite Prozessbänder.“

Erstmals der Öffentlichkeit vorgestellt wird die Anlage auf der diesjährigen Pack Expo vom 23.-26. Oktober in Chicago, USA. +++



Die „Syntegon IDH“ mit neu entwickelter Pickertechnologie auf Basis von Linearmotoren: Durch ihre gleichmäßigen Bewegungen wird ein schonendes Handling der Produkte möglich



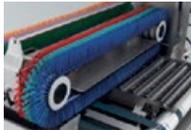
Die Pick-und-Place-Lösung kann 800 Cracker oder Kekse pro Minute verarbeiten

ANZEIGE

[www.precisma.com](http://www.precisma.com)



Maßgefertigte Anlagen für die **Bäckereitechnik**



Precisma Maschinenbau ist der Spezialist für individuelle Systeme und kundenspezifische Lösungen in der Bäckereitechnik.

**Wir bieten Ihnen:**

- Backblechreinigungsanlagen
- Trennmittelauftragsanlagen
- Bestreuungsanlagen
- Förder- und Handlinganlagen
- Kombinationsanlagen
- Für Handwerks- und Industriebetriebe




**Precisma GmbH**, Leombach 10, 4621 Sipbachzell, Austria  
 Tel.: +43 (0) 7240 / 20 919, E-Mail: office@precisma.com

DIE DEUTSCHEN HANDWERKSBACKER IN DER PANDEMIE

# Leichte Kratzer oder ernsthafte Verwundung?



**+** Diese Studie basiert auf den im Bundesanzeiger publizierten Jahresabschlüssen und Lageberichten von 101 größeren, vorwiegend handwerklich produzierenden Bäckereiunternehmen und gibt einen detaillierten Überblick über die wirtschaftliche Situation der Branche in Abhängigkeit von der Betriebsgröße. Verglichen wird das Jahr 2019 vor der Corona-Krise mit 2020, als die erste pandemische Krankheitswelle zu den bekannten wirtschaftlichen Problemen führte – und für viele zu einer existenziellen Frage wurde. Im Allgemeinen ist 2020 auch das Jahr, für das veröffentlichte Jahresabschlüsse vorliegen, sodass die Daten den aktuellen Stand der Berichterstattung darstellen. Bei abweichendem Wirtschaftsjahr, d. h. mit unterjährigem Bilanzstichtag, wurde der Jahresabschluss mit dem während des Jahres 2020 endenden Geschäftsjahr zugrunde gelegt. Es handelt sich dabei um nur eine Handvoll Unternehmen.

Der Vorteil der Verwendung veröffentlichter, von Wirtschaftsprüfern testierter Daten liegt auf der Hand. Freilich muss dabei in Kauf genommen werden, dass nicht-publizitätspflichtige Unternehmen (z. B. Personengesellschaften in der Form der KG oder OHG oder als GmbH & Co. KG mit mindestens einer natürlichen Person als Komplementärin) nicht einbezogen werden können. Das Gleiche gilt für Kleinstunternehmen, die nur eine Bilanz und keine Gewinn- und Verlustrechnung veröffentlichen müssen, sodass diese ebenfalls in der Stichprobe fehlen. Diese Feststellung ist wichtig, weil rund 80 % der Betriebe einen Umsatz unter einer Million Euro erwirtschaften, die Hälfte davon sogar unter 250.000 Euro. Insoweit handelt es sich nicht um eine



© Jane Wanner

## Autor

Prof. Dr. James Bruton ist Steuerberater. Außerdem lehrt er Wirtschafts- und Unternehmensethik mit dem Schwerpunkt Nachhaltigkeit und CSR am Internationalen Institut für Management und ökonomische Bildung an der Europa-Universität Flensburg. Er ist Autor des im Erich-Schmidt-Verlag, Berlin, erschienenen Buches „Corporate Social Responsibility und wirtschaftliches Handeln. Konzepte, Maßnahmen, Kommunikation“.

repräsentative Studie im wissenschaftlichen Sinne. Dennoch ist die Vielzahl von Unternehmen aller Größenklassen in Verbindung mit dem hier verwendeten, umfangreichen Analyseinstrumentarium geeignet, die Marktsituation, wie sie sich zur Jahreswende 2020 darstellt, zuverlässig abzubilden.

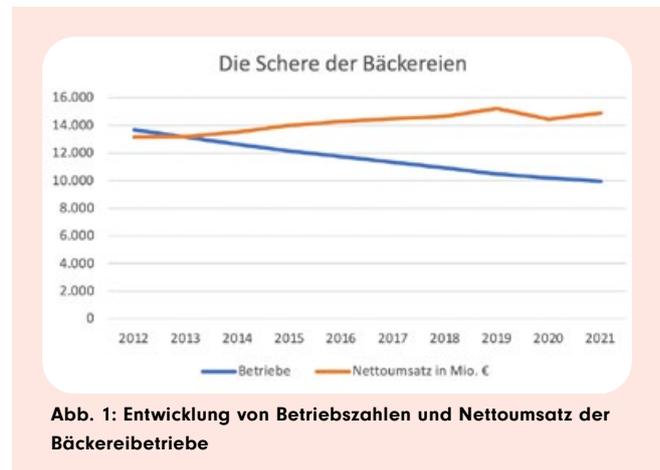
Eine weitere Besonderheit gilt es zu beachten: Die Geschäftsmodelle der Bäckereiunternehmen sind unterschiedlich. Die klassische Vorstellung einer Handwerksbäckerei ist die eines Unternehmens, das für die eigenen Verkaufsstellen produziert. Mit der seit vielen Jahren herrschenden Konzentration in der Branche herrscht vielfach der Zwang, eine große Anzahl von Verkaufsstellen zu bewirtschaften. Heute ist es schon so, dass Unternehmen, die weniger als rund zwei Dutzend Verkaufsstellen haben, fast eine Nischen-

existenz führen. Der Expansionsdruck hat neben der Belieferung der eigenen Verkaufsstellen und Cafés inzwischen auch zu Franchising-Modellen geführt. Daneben gibt es die in der Regel großen Unternehmen, die „nur“ backen und an den Lebensmitteleinzelhandel liefern. Dabei wird die Grenze zur industriellen Produktion überschritten und das Handwerkliche tritt in den Hintergrund. Bei der Auswahl der Unternehmen wurde versucht, diejenigen Betriebe einzubeziehen, die grosso modo die handwerkliche Backkunst noch verkörpern. Manche Unternehmenszahlen, wie zum Beispiel die Personalintensität, können nur vor dem Hintergrund des Geschäftsmodells richtig interpretiert werden.

Des Weiteren ist zu beachten, dass die Daten für die Studie aus dem Bundesanzeiger manuell übernommen werden mussten. Bei den über 5.000 Datensätzen können Übernahmefehler aus diesem Grund nie gänzlich ausgeschlossen werden. Die verwendeten Kontrollprozeduren gewährleisteten jedoch eine Fehlerquote von weniger als einem Prozent, sodass die generelle Aussage durch einzelne Fehler nicht eingeschränkt wird. Andererseits kann keine Haftung für eventuelle Fehler im Einzelfall übernommen werden.

## Die Entwicklung des Bäckereimarkts

Der Bäckereimarkt befindet sich seit Jahren in einem Konsolidierungsprozess, der durch das wachsende Angebot von Backwaren im LEH auch im Snack- und Gastronomiebereich ausgelöst wurde. Konsolidierung bedeutet eine schrumpfende Anzahl von Unternehmen, die effektiver und effizienter und mit einer jährlich sinkenden Zahl von Beschäftigten zu operieren versuchen. Damit geht ein starker



ANZEIGE

Besuchen Sie uns auf  
der Südback: Halle 7,  
Stand 7C11



Neugierig?



# Hybrid geht einfacher.

Mit unserem neuen Hybrid-Kessel können Sie elektrisch und / oder mit jedem alternativen Energieträger heizen. Sie haben die Wahl!

**HEUFT**  
THE THERMO-OEL PEOPLE

Wachstumsdruck und ein hoher Grad an Filialisierung einher, wobei die Branchenumsätze trotz sinkender Zahl der Unternehmen und Beschäftigten kontinuierlich nach oben klettern. Das Ergebnis ist eine sich öffnende Schere, so wie sie in Abb. 1 dargestellt wird.

Wir sehen hier einen Umsatztrend, der seit 2012 kontinuierlich ansteigt, und zwar bis ein von der Pandemie verursachter Knick einsetzt, der sich allerdings alsbald erholt. Auf der anderen Seite geht seit 2013 die Schere zwischen Umsatz und Betriebszahl kontinuierlich auseinander. Ein Blick in die nachfolgende Tabelle 1 verrät Genaueres.

In den zehn Jahren zwischen 2012 und 2021 ist die Anzahl der Betriebe um 3.701 von 13.666 auf 9.965 zurückgegangen, was einen Rückgang von 27,1 % bedeutet. Ab 2019 flacht die Kurve leicht ab: Rückgang 2019 gegenüber dem Vorjahr = 4,0 %; 2020 = 3,0 %; 2021 = 2,1 %. Vielleicht zeichnet sich hier eine allmähliche Beruhigung des Konsolidierungsprozesses ab oder die Entwicklung ist der Pandemie geschuldet. Die prozentualen Werte sind immerhin denjenigen unmittelbar nach der Finanzkrise 2010 und 2011 vergleichbar. Die Ursache werden wir erst nach einigen Jahren in der Retrospektive erkennen.

Parallel zum Rückgang der Betriebe gingen auch die Zahlen der Beschäftigten und Auszubildenden zurück. Bis zur Corona-Krise ging die Beschäftigtenzahl jährlich um 1-2 % zurück. Mit dem Einsetzen der Pandemie schnellte der Rückgang 2020 auf 4,0 % und im Folgejahr sogar auf 5,7 % hoch.

Diese Entwicklung scheint krisenbedingt zu sein. Die Azubizahlen sehen noch trister aus, was wohl in den Schwierigkeiten bei der Anwerbung von Lehrlingen begründet liegt. In einer Online-Umfrage des Zentralverbands Mitte 2020 gaben zwar knapp 30 % an, keine coronabedingten Rekrutierungsprobleme zu haben. Gleichzeitig sahen aber rd. 20 % der Befragten die Hygienemaßnahmen und den Zugang zu allgemeinbildenden Schulen als erschwerend an.

Der Grund für die allgemeine Entwicklung liegt in der Schaffung von Umsatzpotenzialen durch stärkere Filialisierung und Übernahme aufgebender Betriebe bei gleichzeitiger Nutzung von Synergien und Kostendegressionen. Die Ausweitung der Filialisierung erfolgt nicht nur aufgrund von Insolvenzen; vielmehr ist es für kleine Betriebe oft gar nicht möglich, einen Nachfolger zu finden, was die Übernahme von Filialen durch Großbäckereien begünstigt. Steigende Umsätze werden durch eine allgemeine gesellschaftliche Entwicklung befördert, nämlich durch die Steigerung des Außer-Haus-Verzehrs mit vielen Snacks zwischendurch.

Im Zusammenhang mit den Lockdown-Zeiten im Corona-Jahr 2020 stellt die GfK (Consumer Index 12, 2020, S. 9) Folgendes fest:

+ Die Umsätze von Brot und Backwaren stiegen gegenüber dem Vorjahr um rd. 9 %, eine geringere Steigerung als bei den anderen Frische-Hauptkategorien Fleisch/Wurstwaren und Obst/Gemüse und auch weniger als die durchschnittliche Steigerung bei den schnelllebigen Konsumgütern insgesamt.

Tab. 1: Branchendaten

Jahr	Anzahl der Betriebe	Δ	Beschäftigte	Δ2	davon Azubis	Δ3	Umsatz in Mrd. €	Δ4	Ø MA pro Betrieb	Δ5	Umsatz pro Betrieb Mio. €	Δ6
2009	14.993						12,87					
2010	14.594	2,7%					12,93	0,5%				
2011	14.170	2,9%					13,35	3,2%				
2012	13.666	3,6%	290.000		26.535		13,15	-1,5%	21,2		962	
2013	13.171	3,6%	283.800	2,1%	23.067	13,1%	13,18	0,2%	21,5	1,4%	1.001	4,1%
2014	12.611	4,3%	277.200	2,3%	20.540	11,0%	13,52	2,6%	22,0	2,3%	1.072	7,1%
2015	12.155	3,6%	275.200	0,7%	18.811	8,4%	13,99	3,5%	22,6	2,7%	1.151	7,4%
2016	11.737	3,4%	273.400	0,7%	17.874	5,0%	14,29	2,1%	23,3	3,1%	1.218	5,8%
2017	11.347	3,3%	273.700	-0,1%	17.301	3,2%	14,48	1,3%	24,1	3,4%	1.276	4,8%
2018	10.925	3,7%	270.400	1,2%	16.018	7,4%	14,67	1,3%	24,7	2,5%	1.343	5,3%
2019	10.491	4,0%	266.000	1,6%	14.773	7,8%	15,22	3,7%	25,4	2,8%	1.451	8,0%
2020	10.181	3,0%	255.300	4,0%	13.411	9,2%	14,45	-5,1%	25,1	-1,2%	1.419	-2,2%
2021	9.965	2,1%	240.800	5,7%	12.242	8,7%	14,89	3,0%	24,2	-3,6%	1.494	5,3%

Quelle: Zentralverband des Deutschen Bäckereihandwerks sowie eigene Berechnungen

Stand: jeweils Jahresende, Gesamtumsatz ohne Umsatzsteuer



@pictwerks - fotolia.com

- + Die 9 % ergeben sich aus einem Wachstum von 6,5 % bei Brot gesamt und 12 % bei den frischen feinen Backwaren (Kleingebäck, „kleine“ Feinbackwaren). Das Wachstum bei hellem Brot (insbesondere bei Toast- und Sandwichbrot mit einem Mengenzuwachs von ca. 9 % gegenüber 2019) war fast doppelt so stark wie bei den dunklen Sorten.
- + Der Preis pro Kilo Brot/Backwaren lag knapp 4 % über dem Vorjahresniveau.

### In die Studie einbezogene Unternehmen

Die 101 Unternehmen in der Stichprobe wurden in Größenklassen eingeteilt, um eine bessere Vergleichbarkeit innerhalb der Gruppen zu ermöglichen. Die Basis für die Einteilung ist der Jahresrohertrag und nicht der Jahresumsatz. Letztere Zahl ist größtenteils nicht verfügbar, weil die meisten Unternehmen die größenabhängigen Erleichterungen des HGB in Anspruch nehmen und die Gewinn- und Verlustrechnung mit dem Rohertrag als Unterschiedsbetrag zwischen

Umsatzerlösen und Materialeinsatz aufsetzen. Die folgende Tabelle zeigt die Einteilung der Unternehmen in Größenklassen.

**Tab. 2: Größenklassen der Unternehmen in der Stichprobe**

Größenklasse	Bezeichnung	Kriterien	Anzahl
Kleinstunternehmen	XS	< 10 Mio. €	9
Kleinunternehmen	S	10 - 20 Mio. €	33
Mittelgroße Unternehmen	M	20 - 30 Mio. €	36
Großunternehmen	L	30 - 40 Mio. €	18
Sehr große Unternehmen	XL	> 40 Mio. €	5
Gesamt			101

Die folgenden Tabellen 3 bis 7 listen die Bäckereiunternehmen jeweils mit Angabe des Rohergebnisses für 2020 sowie der Vergleichszahl für 2019 auf.

**Tab. 3: Sehr große Unternehmen mit einem Rohergebnis über 40 Mill. Euro**

Bäckerei	Rohergebnis 2020	Rohergebnis 2019
Bäcker Bachmeier GmbH & Co. KG, Eggenfelden	43.683.000	45.241.300
Bäcker Görtz GmbH, Ludwigshafen	93.461.314	92.358.467
Bäckerei Schneider GmbH, Elsdorf	51.450.497	44.743.173
Cafe-Restaurant Hosselmann GmbH & Co KG, Hamm	51.104.976	54.982.991
Con Pane GmbH, Lübeck (Konzern)	146.214.743	135.336.332
Der Beck GmbH, Erlangen (Konzern)	72.333.415	79.161.394
Der Kalchreuther Bäcker M. Wiehgärtner GmbH, Eckental	55.751.446	54.405.234
Detlef Malzer 's Backstube GmbH & Co. KG, Gelsenkirchen	66.223.477	65.649.116
Frischbäck GmbH, Friedberg	51.320.996	51.543.831
HvA Holding GmbH, Gadebusch	124.935.000	114.545.000
Kamps GmbH, Schwalmatal	72.596.251	94.651.797
Landbäckerei Ihle GmbH & Co KG, Friedberg (Konzern)	108.710.153	113.085.138
Ludwig Stocker Hofpfisterei GmbH, München (Konzern)	55.940.845	55.337.685
papperts GmbH & Co. KG, Poppenhausen	58.151.086	53.704.134
Schäfer, dein Bäcker GmbH & Co. KG, Limburg	51.801.235	41.264.131
Steinecke Holding GmbH, Mariental (Konzern)	154.535.921	166.337.285
Valora Food Service Deutschland GmbH (Konzern)	58.834.214	94.141.361
Wiener Feinbäckerei Heberer GmbH, Mühlheim am Main	41.574.716	47.588.406

Tab. 4: Großunternehmen mit einem Rohergebnis zwischen 30 und 40 Mill. Euro

Bäckerei	Rohergebnis 2020	Rohergebnis 2019
Bäckerei Konditorei Wolf GmbH, Augsburg	31.273.968	31.955.599
Bäckermeister Grobe GmbH & Co. KG, Dortmund	30.994.445	29.515.010
Backhaus Hennig GmbH, Zwenkau	40.259.217	38.533.316
Brinker Verwaltungsgesellschaft mbH, Herne (Konzern)	33.412.121	33.946.205
Landbäckerei Stinges & Söhne GmbH, Brüggen	36.466.230	38.429.089
Merzenich-Bäckereien GmbH, Köln	37.219.287	35.864.722
Privat Bäckerei Wimmer GmbH & Co. KG, München	30.530.699	30.627.788
Stadtbäckerei Hürth Klein' s Backstube GmbH, Hürth	38.865.271	36.458.432
Stendaler Landbäckerei GmbH, Stendal	16.643.984	16.323.779

Tab. 5: Mittelgroße Unternehmen mit einem Rohertrag zwischen 20 und 30 Mill. Euro

Bäckerei	Rohergebnis 2020	Rohergebnis 2019
Anton Hosselmann GmbH & Co. KG, Hamm	24.265.203	25.109.501
Bäckerei Evertzberg GmbH & Co. KG, Remscheid	21.438.467	22.906.052
Bäckerei Happ GmbH & Co. KG, Neuhof	27.841.700	25.696.693
Bäckerei Herbert Meyer und Sohn GmbH, Wahrenholz	21.454.871	21.291.251
Bäckerei Keim GmbH, Reutlingen	23.245.418	13.450.923
Bäckerei M. und K. Horsthemke GmbH, Oberhausen	20.824.633	23.737.465
Bäckerei Maurer GmbH, Winnenden	21.604.916	21.517.312
Bäckerei Peter Schmitt GmbH, Bad Kissingen	20.874.398	20.623.365
Bäckerei Schwarz GmbH & Co. KG, Lindenberg/Allgäu	25.666.343	26.990.034
Bäckerei und Konditorei Hensel GmbH, Enger	20.845.740	20.839.879
Bäckerei und Konditorei Treiber GmbH, Steinenbronn	20.164.371	20.045.335
Bäckerei Wilhelm Geiping GmbH & Co. KG, Lüdinghausen	22.939.094	22.362.931
Bäckerhaus Veit GmbH, Bempflingen	20.419.422	22.542.341
Backhaus Hackner GmbH, Gaimersheim	22.572.846	22.999.941
Backhaus Lüning GmbH, Bingen	25.047.632	25.305.173
Barbarossa Bäckerei GmbH & Co. KG, Kaiserslautern	28.229.093	29.067.779
BB Rösner Backstube GmbH, Würzburg	22.406.440	23.184.863
Döbbe Bäckereien GmbH & Co. KG, Mülheim a. d. Ruhr	24.925.438	25.254.174
Essmann 's Backstube GmbH, Altenberge	25.779.974	25.114.456
Ferdinand Voigt GmbH Bäckerei und Konditorei, Swisttal	27.865.328	26.434.051
Gäubodenbäcker Hahn GmbH, Geiselhöring (Konzern)	27.791.878	30.490.995
Gilgen's Bäckerei & Konditorei GmbH & Co. KG, Hennef	23.217.439	21.923.430
Grimminger GmbH, Mannheim	23.036.180	24.670.817
Höflinger Müller GmbH, Neufahrn b. Freising	25.027.072	29.247.013
Karl Schmidt Beteiligungs GmbH, Preußisch Oldendorf (Konzern)	22.977.638	21.051.520
Karlchen's Backstube GmbH, Lohne	24.024.630	23.781.130
Landbäckerei Sommer GmbH, Eslohe	20.900.239	20.576.444
Peter's gute Backstube GmbH & Co. KG, Bühl	23.230.708	22.344.484
Sternenbäck GmbH Gera, Gera	23.599.375	24.002.108
Sternenbäck GmbH Spremberg, Spremberg	25.607.063	23.502.907

Tab. 5: Mittelgroße Unternehmen mit einem Rohertrag zwischen 20 und 30 Mill. Euro

Bäckerei	Rohergebnis 2020	Rohergebnis 2019
Sternenbäck GmbH, Hechingen	23.822.256	23.990.838
Trölsch GmbH, Korntal-Münchingen	26.421.027	28.843.660
Viehmeier GmbH & Co. KG, Gilserberg	27.913.064	30.049.798

Tab. 6: Kleinunternehmen mit einem Rohertrag zwischen 10 und 20 Mill. Euro

Bäckerei	Rohergebnis 2020	Rohergebnis 2019
Bäcker Müller GmbH & Co. KG, Burgwald-Ernsthausen	12.380.369	13.358.814
Bäckerei Bertermann GmbH, Minden	15.450.616	15.981.310
Bäckerei Ebbing GmbH & Co. KG, Coesfeld	12.799.867	13.131.112
Bäckerei Engel GmbH & Co. KG, Höxter	17.809.813	18.200.855
Bäckerei Gillen GmbH, St. Wendel	17.621.037	16.113.673
Bäckerei Hoenen GmbH, Kempen	13.761.950	12.421.101
Bäckerei Konditorei Niehaves GmbH & Co. KG, Wickede	18.994.796	19.984.944
Bäckerei Leifert GmbH, Gifhorn	12.445.105	12.704.362
Bäckerei Sipl GmbH, Denkendorf	13.819.601	12.556.358
Bäckerei Staib GmbH & Co. KG, Ulm	16.171.046	15.274.663
Bäckerei und Konditorei Schwerdtner GmbH, Löbau	16.803.329	17.051.380
Bäckerei Wilhelm Middelberg GmbH, Bad Iburg	14.128.771	17.444.082
Bäckereibetriebe Betz GmbH, Neu-Ulm	11.526.042	11.565.253
Bäckerei-Konditorei Busch GmbH, Monheim	15.087.531	15.351.252
Backhaus Mahl GmbH & Co. KG, Stetten a. k. M.	18.705.965	17.486.039
Backhaus Schmid - Kuhn GmbH, Schwäbisch Gmünd	11.769.650	12.716.862
Backhaus Schröer GmbH, Wiesbaden	15.302.966	15.410.014
Backhus Brot- und Backwaren GmbH & Co. KG, Güstrow	10.196.802	10.324.078
Feinbäckerei Ruch GmbH, Rosdorf	18.510.665	19.659.037
Feinbäckerei Thiele GmbH, Göttingen	15.026.282	15.705.750
Goeken backen GmbH, Bad Driburg	19.872.115	20.394.208
Handwerksbäckerei Mack GmbH & Co. KG, Westhausen	17.137.639	17.485.738
Helmut Ratschiller Spezialbrote GmbH, Holzkirchen	16.281.352	18.612.568
Karl Wellmann GmbH, Osnabrück	11.101.662	11.650.595
Lange GmbH & Co. KG Bäckerei Konditorei, Salzkotten	18.446.760	18.305.046
Lechtermann-Pollmeier Bäckereien GmbH & Co. KG, Bielefeld	16.942.074	17.355.647
Mecklenburger Backstuben GmbH, Waren (Müritz)	19.458.999	24.263.820
Meisterbäckerei Schneckenburger GmbH & Co. KG, Tuttligen	16.029.485	16.144.313
Oberhohenrieder Landbrotbäckerei Ed. Wolf GmbH, Haßfurt/Oberhohenried	16.626.272	17.014.929
Stadtbäckerei Kamp GmbH, Hagen	15.568.592	16.430.678
Stadtbäckerei Kühl GmbH & Co. KG, Grimmen	12.955.560	12.804.885
Stangengrüner Mühlenbäckerei Aktiengesellschaft, Lengenfeld	18.266.783	17.186.092
Thoks GmbH, Waltershausen	11.653.273	10.436.160
Vinzenz Zöttl Bäckerei - Konditorei GmbH & Co. KG, München	11.014.728	11.597.943
Wiener Feinbäckerei Heberer GmbH Weimar, Weimar	15.644.162	19.437.201
Zieglers Backstube GmbH, Schopfloch	12.660.831	13.337.274

Tab. 7: Kleinunternehmen mit einem Rohergebnis unter 10 Mill. Euro

Bäckerei	Rohergebnis 2020	Rohergebnis 2019
Bäckerei Sipl VS GmbH, Denkendorf	7.730.708	7.097.538
Friedrich Viehmeier Bäckerei GmbH & Co. KG, Gilserberg	8.292.434	8.653.255
Hermann Armbruster GmbH & Co. Backwaren KG, Schutterwald	8.098.001	10.893.874
Jung & Schmitt GmbH Nachf., Schöneck	9.925.873	11.448.019
Rudolf Neff GmbH, Karlsruhe	9.955.659	10.814.515

## Zentrale Ergebnisse der Studie

Für die Analyse wurden die in der Abb. 2 dargestellten Kennzahlen verwendet.

Zusätzlich zu diesen Kennzahlen wurde auch die Personalintensität als Anteil der Personalaufwendungen gesamt im Verhältnis zum Rohertrag ausgewertet. Die mit dem Durchschnitt abgebildeten Ergebnisse wurden mit dem Median gemessen, weil dadurch sog. „Ausreißer“ nach oben und unten nicht in die Durchschnittsbildung einfließen.

Die Ertragskraft hat sich in der Stichprobe gegenüber dem Vorjahr deutlich verbessert. Dieser Befund deckt sich mit dem allgemeinen Trend steigender Umsätze laut Branchenstatistik. Die durchschnittliche Gesamtkapitalrentabilität stieg in der gesamten Stichprobe um über 2 Prozentpunkte

von 9,95 auf 12,11 %. Die Cashflow-Rohertragsrendite stieg ebenfalls, und zwar von 8,84 auf 9,47 %. Dieser Trend zeigt sich fast durchgängig in allen Größenklassen. Damit kann man sagen, dass im Vergleich zum Vorjahr das gesamte eingesetzte Kapital rentabel eingesetzt wurde und es bleibt noch Rohertrag für Investitionen, Schuldentilgung und Ausschüttungen übrig.

Mit der Stärkung der Ertragskraft geht auch eine Verbesserung der finanziellen Stabilität einher. Die Cashflow-Ratio, und damit die erwirtschaftete Liquidität zur Bedienung kurzfristiger Verbindlichkeiten, stieg um ganze 12,38 Prozentpunkte, und zwar durchgängig in allen Größenklassen. Auch die Eigenkapitalquote, die aus Bankensicht für die Beurteilung der Kreditwürdigkeit von großer Bedeutung ist, ist von 21,43 auf 22,27 % leicht gestiegen. Unproblematisch

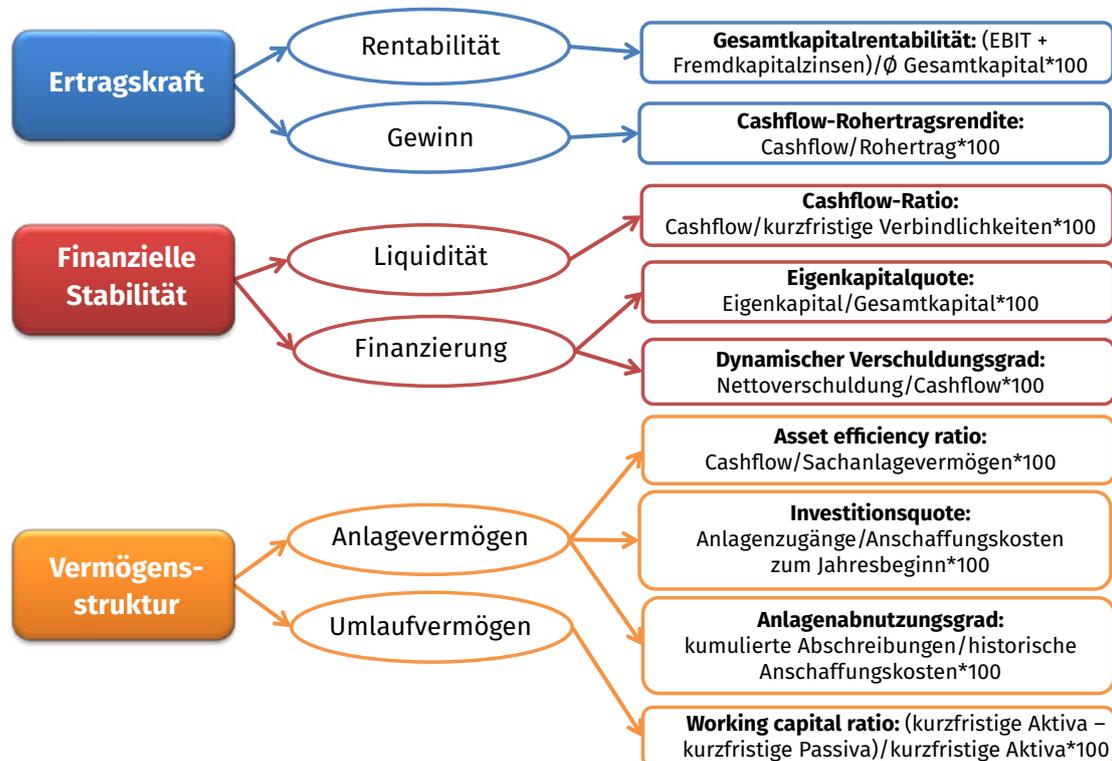


Abb. 2: Das verwendete Kennzahlensystem

ist auch der dynamische Verschuldungsgrad, der die Schuldentilgungsdauer in Jahren zum Ausdruck bringt. Dieser liegt in beiden Perioden bei 0,0.

Die Vermögensstruktur liefert Hinweise auf Einsatzeffizienz des Anlagevermögens, um Cashflow zu erzeugen, auf getätigte Investition und auf das Alter von Produktionsanlagen und Einrichtungen. Außerdem gibt sie Aufschluss darüber, wie viel Nettoumlaufvermögen für Inventionen und für die Bewältigung des Produktionsprozesses zur Verfügung steht. Die Asset Efficiency Rate als Gradmesser für die Effizienz des Anlageneinsatzes liegt in beiden Perioden bei durchschnittlich 34 %. Gestiegen ist sie bei den mittelgroßen Unternehmen; bei den sehr großen und sehr kleinen Unternehmen ist sie hingegen leicht gefallen. Die Investitionsquote ist insgesamt leicht rückläufig, aber bei den beiden großen Gruppen M und S gestiegen. Der Anlagenabnutzungsgrad liegt in beiden Jahren stabil bei 68,5 % - einem akzeptablen Wert. Die Working Capital Ratio war 2019 durchweg negativ. Der Median betrug -24,17 %. Das Blatt hat sich jedoch 2020 gewendet: Er liegt bei +10,04 %. Bei den Gruppen M und S war er noch negativ mit -0,61 (Vj. -26,09 %) bzw. -19,01 % (Vj. -44,32 %). Damit verbesserte sich die Lage der Unternehmen, sich selbst zu finanzieren, erheblich.

Die Personalintensität ging um rd. 2,5 % zurück und liegt 2020 bei 54,7 %. Wegen Unterschieden in den Geschäftsmodellen sinkt erwartungsgemäß die Personalintensität mit zunehmender Betriebsgröße. So beträgt die Spanne zwischen

der Gruppe XL (mit 51 %) und der Gruppe XS (mit 59 %) 8 Prozentpunkte. Als Ergebnis einer Online-Erhebung des Verbands Mitte 2020 nannten die Unternehmen Kurzarbeit, den Abbau von Arbeitszeitkonten und Urlaub als Maßnahmen zur Bewältigung der Herausforderungen der Pandemie. Weitaus weniger griffen sie auf betriebsbedingte Kündigungen zurück. Die Suche nach geeignetem Fachpersonal bleibt trotzdem eines der größten Probleme der Branche. Erst kürzlich hat der Autor in einer Bäckereifiliale einen Aushang mit dem Angebot einer „Willkommensprämie“ von 500 Euro für eine neue Teilzeitkollegin entdeckt!

Die in der genannten Online-Befragung genannte Erwartung von rd. 70 % der Befragten (Stand also Mitte 2020), dass die Umsätze für 2020 schlechter sein würden als 2019, hat sich im Großen und Ganzen zum Glück nicht bewahrheitet. Die Zahlen dieser Studie zeigen im Gegenteil, dass die Bäckereiunternehmen alles in allem recht gut durch die Pandemie gekommen sind. Das ist selbstredend aus der hohen Warte gesprochen: Auf der Ebene der einzelnen Unternehmen fallen die Ergebnisse ganz unterschiedlich aus. +++

### Online geht`s weiter

Lesen Sie die vollständige Studie auf unserer Website:

[www.brotundbackwaren.de/marktmacher](http://www.brotundbackwaren.de/marktmacher)



ANZEIGE

## DIE LANDMAGD MACHT IHRE MARKE MARKANT.

»Landmagd gestaltet unsere Messestände, Broschüren und Anzeigen. Sie arbeitet ergebnisorientiert und wir schätzen den freundlichen und kompetenten Kontakt mit ihr als direktem Ansprechpartner. Unser Messestand auf der südback 2019 hat alle begeistert.«

*Adolf Cermak, Unternehmensgründer cetravac AG*



Design aus der Heide

Interesse?  
Treffen Sie  
mich auf der



Terminvereinbarung  
0151 52 50 17 33  
design@landmagd.de  
www.landmagd.de

## Backwaren-Exporte wachsen

Brot und Backwaren aus Deutschland erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Wie der Verband Deutscher Großbäckereien mitteilte, wurden im 1. Halbjahr 2022 fast 753.100 t Brot und Backwaren exportiert, rund 30 % davon Brot. Der Rest entfiel auf Fein- und Dauerbackwaren. Der weitaus überwiegende Teil, nämlich 594.000 t, wurde in Länder der Europäischen Union exportiert. Besonders beliebt sind deutsches Brot und Backwaren in Frankreich, Österreich, den Niederlanden, Italien, Polen und Belgien.

Importiert wurden Brot und Backwaren im ersten Halbjahr vor allem aus den Niederlanden (20 %) und Polen mit 19 % (wo etliche deutsche Hersteller über Produktionen verfügen). Frankreich lieferte 13 %, Italien 11 % und Belgien 9 %. Auf Nicht-EU-Länder entfielen im 1. Halbjahr 2022 gerade einmal 36.000 Tonnen. Armin Juncker, Hauptgeschäftsführer des Verbandes: „Angesichts der 52 Tonnen Import aus China im Jahr 2021 fallen alle Behauptungen, aus China würden Teiglinge in großen Mengen importiert, in sich zusammen.“ +++

## Lebensmittelpreise in der EU ziehen an, vor allem bei Brot

Die Lebensmittelpreise ziehen europaweit spürbar an – insbesondere auch beim Brot. Brot sei so teuer in der EU wie nie zuvor, berichtet die Süddeutsche Zeitung. Nach den Zahlen der europäischen Statistikbehörde Eurostat lag der Brotpreis im August 2022 im Schnitt um 18% über dem des Vergleichsmonats des Vorjahres. Im Jahr zuvor waren es 3 %. Die Preissteigerung bei Brot war deutlich höher als

beim breiter angelegten harmonisierten Verbraucherpreisindex, der eine Zunahme um 8 % aufwies, so die Zeitung.

Vom Preisanstieg beim Brot waren die Länder der EU unterschiedlich stark betroffen: Die höchste Teuerungsrate bei Brot gab es in Ungarn mit +66%, gefolgt von Litauen (+33%), Estland und der Slowakei (beide +32%). Deutschland befindet sich mit 17,5 % knapp unter dem EU-Schnitt. Österreich rangiert mit knapp über 10 % Plus an viertletzter Stelle. Nur in den Niederlanden und Luxemburg (beide +10%) sowie in Frankreich (+8%) wurden die Brotpreise weniger stark angehoben.

Als maßgeblichen Grund nannte Eurostat den Ukrainekrieg, der die globalen Märkte erheblich beeinträchtigt, da Russland und die Ukraine bislang wichtige Exporteure von Getreide, Weizen, Mais, Ölsaaten (insbesondere Sonnenblumen) und Düngemitteln waren. +++

### INSERENTEN-VERZEICHNIS

American Pan.....	37	Koenig, Wert.....	63
AMF.....	45	Kwik Lok.....	Titelseite
Anneliese.....	23	Landmagd.....	73
Ashworth.....	49	Lesaffre.....	3
AutomationX.....	19	Mecatherm.....	21
backaldrin.....	29	MIWE.....	51
Bakon.....	59	Precisma.....	65
Boyens.....	47	Rademaker.....	55
DEBAG.....	13	Ringe Kuhlmann.....	57
DIOSNA.....	31	Royal Kaak.....	76
FRITSCH.....	9	SchapfenMühle.....	35
GBT.....	43	südback.....	17
Heuft.....	67	Syntegon.....	11
Handtmann.....	Beilage	Vemag.....	7
J4.....	25	Zeelandia.....	39
Kempf.....	5		

### IMPRESSUM

bröt+backwaren ISSN 0172-8180

71. Jahrgang · C 1944E

bröt+backwaren ist das offizielle Organ des Verbandes Deutscher Großbäckereien e.V.

bröt+backwaren erscheint 6 x im Jahr zum Einzelverkaufspreis von Euro 15,00.

+ Der Jahresabonnementspreis beträgt 75,00 EUR zzgl. MwSt.,

+ Kombi-Abonnement Print-Abonnement zzgl. MwSt im Inland: 69,00 EUR (Preis gilt nur im Rahmen eines Kombi-Abos)

+ Ergänzungsabonnement digital zzgl. MwSt im Inland: 6,00 EUR (Preis gilt nur im Rahmen eines Kombi-Abos)

Im Ausland und für Studenten gelten andere Preise.

Abonnementskündigungen müssen 6 Wochen vor Ende des Bezugszeitraums dem Verlag schriftlich vorliegen.

Abonnementsbestellungen richten Sie bitte an die genannte Vertriebsleitung. Bei Nichtlieferung ohne Verschulden des Verlags oder infolge von Störungen des Arbeitsfriedens bestehen keine Ansprüche gegen den Verlag. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlags strafbar.

Online-Streitbeilegung gemäß Art. 14 Abs. 1 ODR-VO: Die Europäische Kommission stellt eine Plattform zur Online-Streitbeilegung (OS) bereit, die Sie unter

<http://ec.europa.eu/consumers/odr/> finden.

Zurzeit gültig ist die Anzeigenpreisliste 2022.

### VERLAG



Food2Multimedia GmbH  
Schoolkoppel 27  
21449 Radbruch  
+49 4178 244 9797  
[www.foodmultimedia.de](http://www.foodmultimedia.de)

### HERAUSGEBER/CHEFREDAKTION

James Dirk Dixon  
+49 4178 244 9797  
[dixon@foodmultimedia.de](mailto:dixon@foodmultimedia.de)

### REDAKTEUR EMERITUS

Hildegard M. Keil  
[hildegard\\_keil@t-online.de](mailto:hildegard_keil@t-online.de)

### REDAKTION

Helga Baumfalk  
+49 4178 244 9791  
[baumfalk@foodmultimedia.de](mailto:baumfalk@foodmultimedia.de)

### Catalina Mihu

+49 4178 244 9792  
[mihu@foodmultimedia.de](mailto:mihu@foodmultimedia.de)

### ABONNEMENTS

Viktoria Usanova  
+49 4178 244 9793  
[usanova@foodmultimedia.de](mailto:usanova@foodmultimedia.de)

### VERTRIEBSLEITUNG

[vertrieb@foodmultimedia.de](mailto:vertrieb@foodmultimedia.de)

### ANZEIGENABTEILUNG

Dirk Dixon  
[info@foodmultimedia.de](mailto:info@foodmultimedia.de)

### SOCIAL MEDIA

Annie Dixon  
[annie.dixon@foodmultimedia.de](mailto:annie.dixon@foodmultimedia.de)

### GESTALTUNG

LANDMAGD – Design aus der Heide  
Linda Langhagen, [design@landmagd.de](mailto:design@landmagd.de)

### LITHO/DRUCK

Leinebergland Druck GmbH & Co. KG  
Industriestr. 2a,  
31061 Alfeld (Leine)

### IT

IT Consulting BRUNK  
Felix Brunk, [felix@brunk-net.de](mailto:felix@brunk-net.de)

Auf dem Laufenden zu bleiben ist entscheidend,  
um laufend entscheidend zu bleiben.



**brot+backwaren**

OFFIZIELLES ORGAN DES VERBANDES DEUTSCHER GROSSBÄCKEREIEN E.V.

Wissen, was läuft:

- + Bäckereitechnik
- + Markttrends
- + Wissenschaft und Forschung

[www.brotundbackwaren.de](http://www.brotundbackwaren.de)

Abonnement: [usanova@foodmultimedia.de](mailto:usanova@foodmultimedia.de)



# Lösungen für Ihre Bäckerei

---

[kaak.com](https://www.kaak.com)

## für Einzelmaschinen oder komplette Linien

- Beste Vorlaufzeit
- 24/7-Support
- Hygienisches Design
- Linienintegration
- Sustainable Development Goals