

Wer braucht noch Bäcker?

RUND UM DAS THEMA „WER BRAUCHT NOCH BÄCKER?“ DISKUTIERTEN DIE TEILNEHMER DES VDB-KOLLOQUIUMS IN ÖSTERREICH ÜBER DEN HANDEL, VERBRAUCHERWÜNSCHE, ERFOLGREICHE BACKWARENANBIETER, ABER AUCH ÜBER DAS THEMA „ENERGIE – K.O.-KRITERIUM DER ZUKUNFT?“



++ Bild 1
Über 120 Teilnehmer diskutierten aktuelle Themen der Backbranche

+ Bei der Auswahl der Themen bewies der Vorstand der VDB-Landesgruppe Österreich um Obmann Dr. Klaus Bernhard mal wieder ein glückliches Händchen: Über 120 Teilnehmer fanden sich 11. und 12. Juni 2012 in Schladming zum 6. VDB-Kolloquium ein. Diskutiert wurde am ersten Tag über das Thema „Wer braucht noch Bäcker?“. Tobias Schediwy, General Manager GfK Austria, Wien, stellte den Gästen und VDB-Mitgliedern die Ergebnisse einer Verbraucherumfrage vor. So büßten die Bäcker in Österreich demnach in den vergangenen vier Jahren (2007 bis 2011) nahezu ein Drittel ihrer Kunden ein. Nur noch jeder Zweite geht zumindest einmal im Jahr in eine Bäckerei. Die meisten Backwarenkäufer spricht der Supermarkt an. 90 % der Österreicher kaufen Gebäcke im Supermarkt. Wie es weiter heißt, holt sich der Lebensmittelhandel ca. 75 % des gesamten Marktes und die Umsätze der Bäckereien sanken seit 2007 um 15 %. Discounter dagegen generierten in diesem Zeitraum Zuwächse von rund 22 %. Die Marktforscher der GfK befragten für die Studie 2.800 Haushalte selektiert nach geografischen und soziodemografischen Merkmalen. Ein weiteres Ergebnis der repräsentativen Umfrage: 60 % der Befragten gaben an, Brot und Gebäck vorwiegend im Lebensmittelhandel zu kaufen. Nur 30 % besuchen hauptsächlich Bäckereien. Als Hauptgrund nannten die Befragten die Zeitersparnis, da die Kunden im LEH alles in einem Geschäft finden. Tobias Schediwy erklärte, dass gerade die ältere Generation ab 60 wegen der hohen Gebäckqualität bei Bäckereifachgeschäften einkauft. Ein weiteres Ergebnis der Befragung: Mittlerweile sind fast 26 % überzeugt, dass es auch

ein Leben ohne Bäcker geben kann. Daher sollte eine Handwerksbäckerei einen Fokus auf die persönliche Kundenbeziehung legen und handgefertigte Spezialitäten anbieten, so eine Empfehlung des Referenten.

Anschließend referierte Dr. Andreas Steidl, Direktor Qualitätspolitik, Rohstoff- und Qualitätsmanagement „ja! Natürlich“, Rewe Group, Wiener Neudorf, über die Strategien des Handels. Der Referent erklärte, dass sich der Markt von der basalen Einfachheit zur raffinierten Vielfalt entwickelt und die Anforderungen der Verbraucher deutlich gewachsen sind. Bestimmte Zielgruppen fokussieren 1A-Qualitäten. Einige Zielgruppen orientieren sich hingegen an preiswerter Ware. Dabei geht es eher um die Quantität und nicht um die Qualität. Eine weitere Zielgruppe, die sich gebildet hat, sind die „Unterwegs-Esser“, die entsprechende Snacks konsumieren. Der Referent empfahl den Zuhörern, den eigenständigen Weg konsequent weiter auszubauen und dabei ihre Zielgruppe nicht aus den Augen zu verlieren. Dazu gehöre auch der Mut zur Veränderung.

Mag. Wolfgang Hofer, Geschäftsführer Pan&Co Success Marketing, Linz, sprach über das Thema „Warum Systeme erfolgreich sind“. Hofer erklärte, dass die Konsumenten heute flexibel und spontan sind. Verbraucher kaufen dort Backwaren, wo sie gerade unterwegs sind. Daher sollte ein Bäcker seine Kunden binden und Kundenwünsche täglich neu erkennen und erfüllen.

Einen Blick über den Zaun gewährte RA Helmut Martell. Er sprach über die Trends in Deutschland. Demnach schrumpft

das klassische Brotregal und Bäcker werden zu Händlern und Gastronomen. Händler und Gastronomen wiederum werden zu Bäckern. Zudem gewinnt der TK-Markt an Bedeutung (zwischen 25 bis 30 % der deutschen Backwaren sind TK-Erzeugnisse) und Discounter automatisieren das Aufbacken. Anschließend berichtete Barbara van Melle, Präsidentin Slow Food Austria, Wien, über das Thema „Ob Romantik ihren Platz hat“. Die Referentin bezeichnete die Lehre vom verantwortungsvollen Genießen als Megatrend. So stehen Werte wie Authentizität, Ursprünglichkeit, Einfachheit und Qualität hoch im Kurs. Die Sehnsucht nach „echtem“ Brot sei groß und Konsumenten würden entsprechend mehr bezahlen.

Energie

Am zweiten Tag drehte sich alles um das Thema „Energie“. Dr. Roland Kuras, Geschäftsführer power solution Energieberatung GmbH, Wien, erklärte verschiedene Maßnahmen zur betrieblichen Energiewirtschaft. Der Experte empfahl die Einführung eines Energie-Controllingsystems. Diese beginnt mit der Bestandsaufnahme. Dann folgen die Festlegung der Kennzahlen und die regelmäßige Datenerfassung. Am Ende steht das Berichtswesen mit Monats- bzw. Jahresberichten. Die Mitarbeiter müssten zudem sensibilisiert werden und Anlagen, die nicht genutzt werden, ausstellen. So ließen sich oft zwischen 5 und 10 % Energie sparen, ohne einen Euro zu

investieren. Konkrete Einspar- und Optimierungsmöglichkeiten versprach Dipl.-Ing. Peter Reiting, Prokurist Cofley Gebäudetechnik GmbH, Wien. Über eine Grobanalyse wird bei seinen Kunden das Energiespar-Potenzial abgeschätzt. Sollte die Wirtschaftlichkeit gegeben sein, kommt es zu einer Feinanalyse. Dabei suchen Experten im Unternehmen nach unnötigen Energieverbrauchern. Anschließend werden Energie-Sparmaßnahmen durchgeführt.

Dr. Monika Forstinger, Geschäftsführerin proquest forstinger engineering + consulting, Roitham, informierte die Teilnehmer über den Einsatz und Fördermöglichkeiten von alternativen Energiekonzepten. Dr. Forstinger empfahl den Einsatz von Photovoltaik und Solarthermie, damit Unternehmen ihr eigener Energielieferant werden. So könnte die Solarthermie im Niedrigtemperaturbereich zum Waschen von Gebinden oder Lebensmitteln genutzt werden oder zur Vorwärmung von Kesselwasserspeichern. Anschließend erklärte die Referentin verschiedene Förderrichtlinien. Die ausführlichen Informationen erhielten die Teilnehmer als Ausdruck in den Seminar-Unterlagen.

Am Ende der Veranstaltung informierte Dip.-Ing. Christoph Stadler, Leiter Fachbereich Bäckereien, Coop, Basel, über das Backen mit Thermoöl und Hackschnitzeln. Mehr über die Anlage in Gossau finden Sie in dieser Ausgabe auf der Seite 16 und 17. +++

ANZEIGE



Specialist in food processing equipment

Wenn es um Lebensmittelherstellung und industrielles Backen geht, ist alles, was man zum Erfolg braucht, Innovation, Inspiration und internationale Kenntnis über regionale Vorlieben für Lebensmittel. Im Rademaker Technologie Center, unser Testbäckerei und unserem Trainingscenter haben wir in über 30 Jahren Erfahrung in der Entwicklung und Anwendung von innovativen Anlagen für die Lebensmittelherstellung und industrielles Backen gesammelt. Wir laden Sie ein, uns zu besuchen um Ihnen mit einigen inspirativen Gedanken zu helfen, Ihre Produkte in bester Qualität auf höchst effizienter und flexibler Weise herzustellen.

Rufen Sie uns an unter +49 (0)931 619 58 23
oder besuchen Sie uns im Internet unter
www.rademaker.com



Rademaker Deutschland GmbH, Julius-Echter-Straße 15, D-97084 Würzburg,
Telefon: +49 (0)931 619 58 23, Telefax: +49 (0)931 619 27 25,
E-mail: info@rademaker-deutschland.de



Rademaker stand:
A5 530 Halle 5







Dies ist ein Artikel aus der Fachzeitschrift **brot+backwaren, die 6-mal jährlich erscheint.**

Als Abonnent erhalten Sie die Fachzeitschrift mit Praxisreportagen, Berichten aus Forschung und Entwicklung, Marktanalysen und Firmenportraits sofort nach Erscheinen. Damit haben Sie einen fundierten und umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Technik sowie der Backbranche.

Interessierte können die Zeitschrift unter
www.brotundbackwaren.de

zum Kennenlernen kostenlos und unverbindlich
zum Probelesen bestellen.

In unserem Archiv auf dieser Homepage finden Sie sämtliche Berichte auch als PDF-Datei. Die Fachartikel finden Sie dort nach Jahrgängen sortiert; sie können per Volltextsuche durchsucht werden.

++ Copyrights, Texte zitieren und nutzen

Bitte beachten Sie, dass das einfache Zitieren unserer Texte erlaubt ist, solange sich die Länge des Zitats im Rahmen hält. Dabei halten wir drei Sätze für eine gute Grenze. Verlinken Sie bitte auf unseren Text. Nur wenn Sie mit dem Zitat Werbung machen oder es gewerbsmäßig an Dritte weitergeben wollen, fragen Sie uns bitte erst unter info@foodmultimedia.de.

Längeres Zitieren oder Übernehmen unserer Texte ist nur nach Übereinkunft mit f2m erlaubt. Bilder aus unseren Texten sowie Videos dürfen nur nach Lizenzierung mit den Rechteinhabern weiterverwendet werden.

Ansonsten gilt das übliche Copyright: Wir, die f2m food multimedia gmbh, behalten uns alle Rechte an den Beiträgen auf unserer Seite vor.

++ Haben Sie noch Fragen? Dann wenden Sie sich bitte an uns.