

Internationale Expansion

BakeMark, in Europa wie in den USA jeweils die Nr. 1 auf der Größenrangliste der Backmittelhersteller, bricht auf zu neuen Märkten. Auf zahlreichen internationalen Märkten verstärkt die Muttergesellschaft von MeisterMarken und BIB Boehringer ihre Aktivitäten.

Erfreuliche Erfolgsmeldungen laufen im Diemener Hauptquartier ein. Vor allem in Südostasien wächst der Marktanteil der Gruppe. Das liegt nicht zuletzt daran, dass BakeMark hier ganz offensiv auf die Kompetenz ihrer beiden großen Märkte Europa und Amerika setzt.

In Japan, China und in den so genannten Tigerstaaten gibt es einerseits eine nach dem Zweiten Weltkrieg entstandene Tradition amerikanischer Backwaren wie Toast, Donuts oder Softbuns, andererseits stehen europäische Backwaren vor allem bei den Eliten hoch im Kurs.

Wer es sich leisten kann, konsumiert französische Konditoreiwaren, deutsche Brezel und schweizerische Butterzöpfe. Zwei französischen Tochtergesellschaften von BakeMark gelang es kürzlich sogar, eine neue Kuchenrange für eine der

größten asiatischen Bäckereiketten zu kreieren, und die Fachseminare des Hauses sind vor allem in China und Japan stark besucht.

Neben dem Markt der europäischen Spezialitäten, der vor allem dank der hohen handwerklichen Fähigkeiten der ansässigen Konditoren keinen Vergleich mit den Originalen scheuen müsse, so BakeMark International Direktor Bill Thurston, gebe es aber auch eine andere Nachfrage, um die sich BakeMark bemühe. Thurston: „Nicht jedes Produkt, das auf dem amerikanischen oder europäischen Markt Erfolg hat, lässt sich ohne Adaptation an die asiatische Verbrauchererwartung in diesen Ländern verkaufen. Nehmen wir das Beispiel Vollkornbrot. Im Gegensatz zu Europa, wo das üblicherweise ein eher festes und schweres Brot ist, erwarten asiatische Verbraucher ein Vollkorn-Softbrot.“

Eine zweite wichtige Anforderung, so Thurston, sei der sehr hohe Standard der Qualitätskontrollen, insbesondere in Japan und Korea, und schließlich müsse man nach wie vor

berücksichtigen, dass Brot in Asien bislang nur eine sehr junge Tradition habe. Ähnlich wie auf dem asiatischen Markt, verstärkt BakeMark derzeit auch ihre Bemühungen in Russland. Während in Asien das Geschäft direkt über eigene Niederlassungen läuft, arbeitet man in Russland über drei verschiedene Distributoren, die finnische Leipurien Tukka in St. Petersburg sowie Foodline und PI Trade in Moskau. Grund dafür ist u.a. die für Außenstehende schier unüberwindliche, zumindest aber unübersichtliche Bürokratie in Russland. Jedes Produkt, das im Land verkauft wird, muss nicht nur bei der Einführung, sondern auch bei der kleinsten Änderung aufwändig zertifiziert werden. Nachdem in der Vergangenheit das Geschäft mit Russland vor allem Margarine zum Inhalt hatte, konzentriert sich BakeMark jetzt auf Brotbackmittel einerseits und Rohstoffe für Feine Backwaren respektive die Konditorei andererseits. Auch hier sind es vor allem die französischen Spezialprodukte, die, so Thurston, auf positive Resonanz stoßen. ■



BakeMark International
Direktor Bill Thurston.

Anzeige

Weltweit bewährt



STOP
DEKUR®
Ultrashall

Vertreibt Ratten und Mäuse ohne Gift und Chemie

Neu! 2 Jahre Werksgarantie. Für weitere DEKUR®-Produkte zur Schädlingsbekämpfung bitte Katalog anfordern! Kostenlose Fachberatung.

Die neue Generation mit Klebefolientechnik

Fliegen, Wespen, Mücken, Motten geräuschlos töten, ohne Gift und Chemie. Die Insekten werden mit hochentwickelten Leuchtstoffröhren angelockt und auf einer Klebefolie im Gerät festgehalten. Die Folie kann hygienisch sekundenschnell ausgewechselt werden. Privat und gewerblich einsetzbar. Wirkt wie eine dekorative indirekte Beleuchtung und wird einfach an die Steckdose angeschlossen. Technische Angaben: Wirkungsbereich ca. 280 qm, 2 Stabrohren 20 W, Stromverbrauch 50 W, Größe 18,5 x 62,5 x 35,5 cm. Weitere Geräte für jede Raumgröße lieferbar.

DEKUR® • Postfach 20 04 46 • D-56004 Koblenz • Telefon 0261/409527 • Fax 0261/403888