

VEMAG.

Verlässlichkeit für Ihre Kunden. Wirtschaftlichkeit für Sie.



Von weichen bis zu festen Teigmassen: Verzicht auf Trennmittel, einfache Bedienung und Wartung, hohe Gewichtsgenauigkeiten und damit weniger Give-Away sind nur einige der Vorteile, durch die sich ein Vemag Teigteiler schnell amortisiert.

Und im VEMAG Kundencenter zeigen wir Ihnen gerne auch für Ihre Anwendungen, wie unser Konzept Hygiene und Zuverlässigkeit kompromisslos umsetzt. Damit Ihre Kunden sich auf Sie verlassen können.

Rufen Sie uns an:

Tel. +49 (0) 4231/77 70

Oder mailen Sie uns:

E-Mail: e-mail@vemag.de



Besuchen
Sie uns in
Stuttgart
18.-21.10.08
Halle 7
Stand 7D88



VEMAG Maschinenbau GmbH
Postfach 1620, D-27266 Verden
Tel. +49 (0) 42 31/77 70, Fax +49 (0) 42 31/77 72 41
e-mail@vemag.de

www.vemag.de

Wer zu spät kommt, den



Lidl und Aldi blasen zum Angriff! Im Visier haben die Discounter den Markt für frische Brötchen und Brote. So macht Aldi-Süd mit Aldi Filialbäckereien Schlagzeilen. In einigen Läden wirbt der Discounter damit, laufend frische Backwaren anzubieten. Die Kampfpreise, ein 750-Gramm-Brote kostet 1,29 €, kennen die Kunden ja schon. Auch Lidl macht Werbung mit frischen Backwaren. So hat das Unternehmen seine Versuche mit Bake-Off-Stationen ausgeweitet. In rund 70 Läden kann der Kunde z.B. nun ein Weizenbrötchen für 17 Cent kaufen. Damit wollen sich die Unternehmen einen Marktanteil im Sortiment frischer Backwaren erkämpfen. Die Vorgehensweise der Discounter unterscheidet sich allerdings. Aldi experimentiert schon seit mehreren Jahren mit Backautomaten. So soll eine gleichbleibende Gebäckqualität gesichert werden und zudem sollen Personalkosten am besten gar nicht erst entstehen. Lidl setzt, wie Rewe, auf konventionelle Ladenbacköfen. Ob es den Discountern gelingt in Sachen frische Backwaren zu punkten, wie es z.B. beim Bio-Backwarensortiment oder bei abgepackten Produkten schon der Fall ist, wird von einigen Seiten bezweifelt. Schließlich stoßen Aldi und Lidl in einen gesättigten Markt. In fast jedem Supermarkt findet der Verbraucher frische Brötchen rund um die Uhr. Zugegeben, durch den Zeitvorsprung der Wettbewerber haben es Aldi und Lidl nicht einfach, neue Kunden auf ihre Seite zu ziehen. Das ist wohl auch nicht das oberste Ziel der Discountriesen. Sie wollen in Deutschland einfach nur eine zusätzliche Einkaufsmöglichkeit für ihre Kunden bieten. Interessanter wird es, wenn die Discounter auf Backwaren nach deutscher Art bei der Internationalisierung setzen.

Aldi steht weltweit in den Startlöchern, um Märkte wie Australien, Amerika und die Schweiz zu erobern. So bereitet sich der Discounter gerade auf den Markteintritt in den USA, genauer gesagt in Florida, vor. Dabei traut sich Aldi, auf neuen Wegen zu wandeln und macht z.B. TV-Werbung. In England setzte Deutschlands größter Discounter auf einen Starkoch und eine Werbekampagne für rund 12 Mio. €. Und mit den landesweit 430 Filialen gibt sich das Unternehmen nicht zufrieden. Die Zahl der Märkte allein im Königreich soll auf 1.500 wachsen. Vielleicht will der Discounter ja zukünftig mit frischen Backwaren nach deutscher Art den Handelsketten Tesco, Sainsbury und Co. einheizen.

Auch Lidl setzt auf Expansion und Backstationen im Ausland. In Kroatien und Slowenien gibt es bereits frische Backwaren. Polen und Spanien kommen als nächste Ziele in Frage. Wenn die Konzepte durchdacht sind und internationalisiert werden, hat sich das Warten für Lidl und Aldi gelohnt. So stimmt das Sprichwort „Wer zu spät kommt, den bestraft das Leben“ vielleicht nicht immer!

Ihr

Bastian Borchfeld
Bastian Borchfeld

CSB-System
INTERNATIONAL

Für das Management der
Foodindustrie:
Internationales Praxisseminar
zur Prozessoptimierung
mit Betriebsbesichtigungen
13. und 14. Oktober
in Berlin

Vorsprung im Wettbewerb durch Integration

Schneller, zuverlässiger und produktiver mit ERP



Die ERP-Komplettlösung für die Brot- und Backwarenindustrie und den Brot- und Backwarenhandel.

CSB-System AG
52511 Geilenkirchen
Tel.: +49 2451 625-350, Fax: -311
info@csb-system.com, www.csb-system.com

CSB business everywhere **CSB business** for enterprises

The Business IT Solution for Your Entire Enterprise



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.