

FaceBack und Social Media

BEIM 5. KOLLOQUIUM DER VDB-ÖSTERREICH INFORMIERTEN SICH RUND 100 TEILNEHMER ÜBER DIE NUTZUNG VON SOZIALEN NETZWERKEN IM INTERNET UND ÜBER AKTUELLE ENTWICKLUNGEN AM ROHSTOFFMARKT.



++ Peter Weiland



++ Karim-Patrick Bannour



++ Dr. Reiner Gottfried



++ Prof. Clemens Sedmak



++ Michael Bruckner



++ Ralf Bredenhöller

+ Der erste Tag des 5. Kolloquiums in Schladming stand ganz im Zeichen von Netzwerken und Social Media. „Erkennt die Backbranche neue Marktchancen und will sie diese nutzen?“, fragte Michael Bruckner, Geschäftsführer Der Markenbäcker GmbH, Tulln, die VDB-Mitglieder und Gäste zu Beginn der Veranstaltung. Zusammen mit DI Angela Pretzl, Leiterin Qualitätsmanagement Rudolf Ölz

Meisterbäcker GmbH, Dornbirn, moderierte Bruckner die zweitägige Veranstaltung.

So startete Mag. Karim-Patrick Bannour, Inhaber der Agentur viermalvier, Salzburg, die Vortragsreihe mit dem Thema „FaceBACK – Social Media in der Backbranche“. Dazu erklärte der Referent die Grundlagen des Web 2.0 wie Blogs, Foren, Wikis oder Podcasts. Bannour erklärte, dass sich immer mehr Menschen über Produkte und Leistungen in sozialen Netzwerken und damit bei Freunden informieren und diesen Infos mehr vertrauen als der Werbung. Dabei bekommen Social Media einen immer höheren Stellenwert bei Usern und bei Suchmaschinen. „Für große und kleine Unternehmen bieten diese Netzwerke die Chance, die Bekanntheit zu steigern“, so Bannour. Wichtig im Umgang mit solchen Medien ist es, ehrlich und authentisch zu sein und auch so zu kommunizieren. „Kritik sollte nicht ignoriert werden und das Unternehmen sollte sachlich, professionell

ANZEIGE



**AktivePOS –
das vielseitige
Kassensystem!**

Vorteil: Direktanbindung an
das Software-Programm.



FoxLogic – EDV für Backbetriebe · Tel. 0211/7103433 · Fax 0211/7182450
Internet <http://www.FoxLogic.de> · E-mail: FoxLogic@arcor.de

und schnell auf Anfragen reagieren“, empfiehlt der Referent. Der Aufwand für das Unternehmen ist finanziell gering, da z. B. Facebook kostenlos ist. Allerdings darf der Nutzer nicht vergessen, dass ein zusätzlicher Zeitaufwand zur vorhandenen Marketingarbeit entsteht. Bannour empfiehlt, drei bis vier Facebook-Beiträge pro Woche. Wichtig ist auch das schnelle Reagieren bei Fragen oder Kommentaren. Diese sollten in 3 bis 12 Stunden bearbeitet werden. Bislang nutzen einige Bäckereien wie Ströck, Ruetz, Ankerbrot oder die Lübecker Stadtbäckerei Junge Facebook, um mit Kunden in den Dialog zu treten. Der Dinerspeaker Prof. Clemens Sedmak, Präsident des Internationalen Forschungszentrums für soziale und ethische Fragen, Salzburg, sprach über Ethik in der Lebensmittelproduktion. Sedmak appellierte an seine Hörer, nicht immer das Letzte aus allen herauszuholen. Wenn bei der Produktion immer nur auf das Geld geachtet und den Mitarbeitern alles abverlangt werde, gebe es keine Gewinner. Dies würde zu schlechten Produkten führen. So dürfe es keinen zweiten Fall Wallraff für die Backbranche geben. Der Journalist Günter Wallraff hatte 2008 als Undercover-Reporter die Arbeitsbedingungen und hygienischen Zustände in einer Lieferbäckerei im Hunsrück publik gemacht. Brot und Lebensmittel im Allgemeinen müssten eine höhere Wertschätzung erfahren. So müsse die Ehrfurcht des Menschen zum Brot als Kulturgut wiedergewonnen werden. Bäckereien sollten ihren Kunden diese Botschaft vermitteln.

Rohstoffmarkt

Ralf Bredenhöller, Geschäftsführer Agrano GmbH & Co. KG, Riegel am Kaiserstuhl, eröffnete mit einem Vortrag zum Thema „Das Aus für konventionelle Hefe? Backen mit Bio-Hefe ab 2014“ den zweiten Tag des Kolloquiums. So zählt Bio-Hefe ab dem 1. Januar 2014 zu den Zutaten landwirtschaftlichen Ursprungs. Dies bedeutet für den Bio-Backwarenhersteller, dass die Gebäcke mit Bio-Hefe hergestellt werden sollten. Für die Hersteller gilt eine fünfjährige Übergangszeit. Bredenhöller gab den VDB-Mitgliedern praktische Tipps zur Verwendung von Bio-Hefe. So kann sie für fast alle Hefegebäcke eingesetzt werden, wobei sich für den TK-Bereich Bio-Melassehefe besser eignet. Die Bio-Hefe kann im Verhältnis 1:1 gegenüber konventioneller Hefe eingesetzt werden. Allerdings bevorzugt die Bio-Hefe eine um zwei bis drei Grad wärmere Teigführung oder eine etwas längere Teigruhe. „Mit der Verwendung von Bio-Hefe können Sie die Erwartungen Ihrer Bio-Kunden zu 100 % erfüllen und Sie haben ein zusätzliches Marketinginstrument“, so Bredenhöller. Der Geschäftsführer erklärte, dass eine ausreichende Verfügbarkeit von Bio-Hefe gewährleistet sei. DI Peter Weiland, Qualitätsmanagement Senna Nahrungsmittel GmbH & Co. KG, Wien, referierte am



++ Angela Pretzl

Beispiel Palmöl über die Umweltzerstörung für Rohstoffe. So führt die Konkurrenz um Rohstoffe und Nahrungsmittel zu einer Erhöhung der Preise sowie zu Armut und Hunger. Palmöl ist in den letzten Jahren verstärkt in die Kritik ge-

raten. Als Grund nannte Weiland die Steigerung der Produktionsmenge und damit die Ausweitung der Anbauflächen z. B. auch auf ökologisch wertvollen Flächen wie Regenwäldern auf teilweise illegalem Weg. Einige Handelsketten haben als Gegenreaktion den Ausstieg aus der Verwendung von Palmöl angekündigt. Andere Unternehmen wollen von ihren Lieferanten, dass sie nur noch nachhaltig produziertes und zertifiziertes Palmöl verwenden.

„Im Namen des Geschmacks“ lautete der Vortrag von Dr. Reiner Gottfried, Leiter Aromencreation, Esarom GmbH, Oberrohrbach. Der Referent wies darauf hin, dass seit dem

20. Januar 2011 die neue Aromenverordnung gilt und auch die Übergangszeit abgelaufen ist. Am Beispiel der Verwendung des Begriffes „natürlich“ bei Haselnuss-Aroma erklärte Dr. Gottfried die drei möglichen Stufen. Beim Begriff „natürliches Haselnuss-Aroma“ müssen alle Aromabestandteile natürlich sein und zu 95 % aus der Haselnuss stammen. Maximal 5 % der natürlichen Bestandteile dienen der Verleihung der besonderen Note. Beim Begriff „Haselnuss-Aroma mit anderen natürlichen Aromen“ müssen Aromabestandteile aus der Haselnuss vorhanden sein. Deren Geschmack muss leicht erkennbar sein. Beim „natürlichen Aroma“ können die Aromabestandteile aus verschiedenen Ausgangsstoffen bestehen, welche den Haselnussgeschmack nicht zutreffend beschreiben, erklärte der Referent. Dr. Reiner Gottfried empfahl, die Deklaration der Produkte zu überprüfen. Den Begriff „naturidentisch“ gibt es nicht mehr. +++

ANZEIGE

südback
fachmesse für das Bäckereiwesen
22.-25.10.2011
Messe Stuttgart

südback
22.-25.10.2011
Die RS AG
lädt Sie herzlich dazu ein.
Halle 9, Stand B81.2

RS Backwaren Software für Bäcker.

- Verkauf
- Filialmanagement
- Materialwirtschaft
- Produktion
- Kommissionierung / Verteilung
- Kalkulation
- Nährwerte
- Qualitätsmanagement
- Prognosen
- Bestelloptimierung
- Kassenanbindung
- Transport

www.rs-ag.com | info@rs-ag.com
Telefon: 0331-23 06 0



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.