

# Neue Führung der AIBI



++ Bild 1 Von links nach rechts: Jean-Manuel Levêque, George Mavromaras, Armin Juncker, Joseph Street

**+** Anfang Juni 2013 veranstaltete die AIBI (Association Internationale de la Boulangerie Industrielle, International Association of Plant Bakers) ihren 33. Kongress in Amsterdam, der heimlichen Hauptstadt der Niederlande. Das Programm, das der scheidende Präsident Albert Schipper und Generalsekretärin Susanne Döring präsentierten, war umfangreich und eine informative Mischung aus Zahlen und Fakten über den europäischen Backwarenmarkt und Betrachtungen über die Veränderungen im Konsumentenverhalten. Eine Fahrradtour zu örtlichen Bäckerläden, eine Grachtenfahrt und der Besuch des West-

Indien-Hauses rundeten das Programm ab. Den Auftakt machte wie immer die General Assembly, auf deren Agenda in diesem Jahr auch Neuwahlen standen.

Neuer Präsident der AIBI ist George Mavromaras, Präsident der Bakehellas aus Metamorfofi, Griechenland, seine Stellvertreter sind Jean-Manuel Levêque von Délifrance S.A., Paris, Frankreich, sowie Joseph Street vom britischen Bäckereiverband. Schatzmeister bleibt Armin Juncker vom Verband Deutscher Großbäckereien e.V., Düsseldorf, Deutschland. Der nächste AIBI-Kongress findet 2015 in Athen, Griechenland, statt. +++

## Herausforderungen der Branche

BROT+BACKWAREN SPRACH MIT GEORGE MAVROMARAS, PRÄSIDENT DER BAKEHELLAS AUS METAMORFOSI, GRIECHENLAND, UND JETZT NEU GEWÄHLTER PRÄSIDENT DER AIBI (ASSOCIATION INTERNATIONALE DE LA BOULANGERIE INDUSTRIELLE, INTERNATIONAL ASSOCIATION OF PLANT BAKERS) ÜBER DEN ZUKÜNFTIGEN WEG.

**+** **b+b:** Zunächst einmal herzlichen Glückwunsch zur Präsidentschaft. Sie sind seit mehreren Jahren Mitglied des Verwaltungsrates, wo steht Ihrer Einschätzung nach die europäische Backwarenindustrie zurzeit, und was sind die wichtigsten Probleme?

**+ Mavromaras:** Vielen Dank! Die Backwarenindustrie hat in Bezug auf Produktangebot, Wettbewerbsfähigkeit, grenzübergreifenden Handel und Investitionen in moderne Anlagen enorme Fortschritte gemacht. Sie ist inzwischen ein dynamischer, innovativer Industriesektor,

der sich um einen beträchtlichen Teil der täglichen Ernährung von Millionen Verbrauchern kümmert.

Zu den Herausforderungen, vor denen die Branche heute steht, gehören der Abschwung in vielen Volkswirtschaften, volatile Weltmärkte und die steigenden Kosten für Rohmaterialien.

Zusätzlich müssen wir sicherstellen, dass neue Vorschriften die zahlreichen Traditionen, die die Bäckereiprodukte in jedem Land charakterisieren, berücksichtigen. Die Produkte dürfen weder ihre Identität verlieren, noch dürfen ihnen unnötige Kosten aufgebürdet werden, die über einen bestimmten Punkt hinausgehen. Wir müssen dies mit Regelungen zur angemessenen Information der Verbraucher und durch gesunde, sichere Produkte ins Gleichgewicht bringen – dies ist eine verantwortungsbewusste Haltung, wie sie unsere Branche seit jeher kennzeichnet. Wir arbeiten hierbei gern eng mit den europäischen Behörden und Institutionen zusammen.

**+b+b:** Welche thematischen Schwerpunkte wollen Sie in Ihrer Präsidentschaft setzen?

**+ Mavromaras:** Ich betrachte die AIBI als interaktive, konstruktive Organisation mit unternehmerischem wie technischem Charakter. Als ein offenes, dynamisches Forum, wo sich alle Branchenteilnehmer treffen und Informationen austauschen. Kontinuität, Verantwortungsbewusstsein, Offenheit und Kommunikation sind die vier zentralen Schlagworte. Nach der erfolgreichen Einrichtung unseres Büros in Brüssel können wir jetzt den Fokus stärker auf politische und strategische Fragen des Backmarktes verlagern. Wir werden unsere Zusammenarbeit mit allen für Regulierungsfragen zuständigen EU-Institutionen fortsetzen, mit der wertvollen Unterstützung unseres technischen Ausschusses. Wir werden andere Branchenteilnehmer ansprechen, darunter hoffentlich auch Bildungs- und Schulungseinrichtungen, um Informationen auszutauschen und unsere Branche herauszustellen. Wir werden unsere Kommunikation verbessern, angefangen mit einer neuen modernen, benutzerfreundlichen Website. Last but not least werden wir den Fokus auf unser Programm zur Mitgliederentwicklung richten, um wichtige fehlende Bäckereiorganisationen in der EU und darüber hinaus einzubinden. Und natürlich werden wir wie immer weiter am positiven Image des Brotes arbeiten!

**+b+b:** Wie sieht das Verhältnis zu den Handelskonzernen aus? Lidl in Deutschland baut gerade eine eigene Teiglingsfabrik, Intermarché in Frankreich produziert seine Backwaren selber, Mercadonna in Spanien ebenfalls. Wird daraus ein Trend, der der Backwarenindustrie Probleme bereiten könnte?

**+ Mavromaras:** Wir heißen jeden willkommen, der in den Markt eintreten und dieselben Herausforderungen und Chancen teilen möchte. Auf diese Weise verbessern wir uns alle und bringen unsere Branche auf ein neues Niveau.

Von diesem Prozess profitieren alle: Kunden, Verbraucher und Mitarbeiter.

**+b+b:** Die wachsende Zahl von Backstationen im Lebensmittelhandel verändert die Nachfrage. Es werden mehr Tiefkühlteiglinge gebraucht, worunter zum Teil der Absatz an verpackten Frischbackwaren leidet. Entstehen da neue Konkurrenzen innerhalb der Backwarenindustrie, die letztendlich auch dem Verband Probleme bereiten könnten, oder setzen Sie weiterhin darauf, möglichst alle Hersteller von Tiefkühlteiglingen zu integrieren?

**+ Mavromaras:** Die Backbranche ist sehr vielseitig und groß. In der AIBI ist bereits eine breite Palette von Mitgliedern aus allen Branchensektoren vertreten. Natürlich konkurrieren wir letztlich alle um dieselben Konsumenten – so wie wir das auch mit völlig anderen Sektoren tun –, aber wir sind hier wegen der großen Zahl an Herausforderungen, denen wir uns gemeinsam stellen müssen.

**+b+b:** Noch sind Ost- und Mitteleuropa im Verband nur spärlich vertreten. Woran liegt das Ihrer Meinung nach, und wie lässt es sich verändern?

**+ Mavromaras:** Die Gründe unterscheiden sich möglicherweise. In Osteuropa etwa sind industrielle Bäckereien erst vor relativ kurzer Zeit in den Markt eingetreten. In manchen Fällen bestehen noch keine nationalen Verbände. Wir hoffen, dass AIBI-Mitglieder mit Tochterunternehmen in diesen Ländern einen Beitrag zur Gründung nationaler Verbände und ihrer anschließenden AIBI-Mitgliedschaft leisten werden. Für die AIBI ist eine Ausweitung der Mitgliederzahl sehr wichtig; wir haben unseren Mitgliedern viel zu bieten, aber wir lernen auch viel von ihnen. Das ist eine Win-Win-Beziehung!

**+b+b:** Da nicht überall gut organisierte Verbände existieren, die als Abbild der Branche gelten könnten – wird die AIBI künftig stärker für die Einzelmitgliedschaft von Unternehmen werben?

**+ Mavromaras:** Zunächst einmal möchte ich betonen, dass die AIBI eine Vereinigung nationaler Bäckereiverbände ist. Die nationalen Verbände haben den Status von Vollmitgliedern mit Stimmrechten. Darüber hinaus hat die AIBI ein Programm zur „assozierten“ Mitgliedschaft für einzelne Unternehmen und ggf. sonstige Parteien, die von unserem tiefgreifenden Wissen zu Branchenfragen innerhalb der EU profitieren möchten. Insofern freut sich die AIBI über Aufnahmeanträge für die assoziierte Einzelmitgliedschaft.

**+b+b:** Es stehen eine Reihe von Themen auf der Agenda der EU-Behörden, die für die Backwarenindustrie von Bedeutung sind, wie Salz, Acrylamid, Kennzeichnungsrecht, Verbraucherinformationen etc. Die AIBI ist inzwischen eine bei der EU eingetragene Interessenvertretung.

Erwarten Sie, dass die Meinung der AIBI damit künftig mehr Gehör findet?

**+ Mavromaras:** Mit Sicherheit! Während der letzten beiden Jahre wurde die AIBI erfolgreich eingetragen und in Brüssel als IVOG [Internationale Vereinigung ohne Gewinnerzielungsabsicht] gegründet. Zudem ist die AIBI jetzt im freiwilligen EU-Transparenzregister für Handelsverbände registriert. Dies ist eine ungeschriebene „obligatorisch freiwillige“ Selbstverpflichtung, die man eingeht, um von den europäischen Institutionen wie der Europäischen Kommission und dem Europäischen Parlament als Rechtspersönlichkeit und offizielles Sprechorgan anerkannt zu werden. Wir haben unsere „Sichtbarkeit“ eindeutig verstärkt und beabsichtigen, noch weiter zu gehen! Diese Investition hat übrigens bereits Früchte getragen, denn wir wurden beim europäischen Forschungsrahmenprojekt FP7 „FLOURpower“ zur Verbesserung der Backtechnologie als Koordinator ausgewählt.

Die AIBI ist bereits sehr erfolgreich in vielen technischen Fragen aktiv, die auf EU-Ebene behandelt werden. Verbraucherinformationen, Nährstoffprofile, Ursprungskennzeichnung, Salzreduzierung, Definition von Enzymen, Lebensmittelabfälle, Acrylamid, Stevia und Binnenmarktangelegenheiten in Griechenland und Rumänien sind nur einige Beispiele.

**+ b+b:** Das Büro der AIBI in Brüssel ist sehr effektiv, aber auch sehr klein und deshalb in seiner Wirkung begrenzt. Werden Sie dafür werben, die europäische Vertretung auszubauen?

**+ Mavromaras:** Der springende Punkt ist, dass unsere Organisation in Brüssel sehr effektiv ist. Betrachtet man die Ergebnisse, so scheint es, dass wir sehr gut organisieren und die richtigen Prioritäten setzen! Und wir müssen immer darauf achten, mit unserem Budget möglichst umsichtig und wirtschaftlich umzugehen.

Es ist für die AIBI zentral, so viele Mitglieder wie möglich zu gewinnen. Das hilft natürlich dem Budget, aber vor allem hilft es dabei, Informationen auszutauschen und neue Ideen möglichst vieler Branchenteilnehmer zu erhalten. Es verbessert zudem unseren Status und erhöht die Akzeptanz seitens der europäischen Institutionen.

**+ b+b:** Der nächste AIBI-Kongress wird 2015 in Athen stattfinden. Haben Sie schon eine Vorstellung davon, welche Themen Sie dort in den Vordergrund stellen wollen?

**+ Mavromaras:** Themen aus den Bereichen Marketing und Markttrends sind immer sehr interessant und nützlich. Mit Sicherheit werden wir diese mit Blick auf die beiden kommenden Jahre erneut behandeln. Ich habe auch selbst einige neue Ideen, aber bitte gestatten Sie mir, diese zunächst mit meinem Kollegen bei unserer Verwaltungsratssitzung in Madrid im Oktober zu diskutieren. Ihr Input ist wertvoll.

Meinerseits kann ich Ihnen versichern, dass wir wie immer einen interessanten und aufregenden Kongress erleben werden. Wir freuen uns, alle 2015 in Athen zu begrüßen!

**+ b+b:** Herr Mavromaras, vielen Dank für das hoch interessante Gespräch! +++

Anzeige

READY TO...  
*System*

YOUR PRODUCTS  
OUR SOLUTION



**I B I E**  
INTERNATIONAL BAKING  
INDUSTRY EXPOSITION

**I B I E LAS VEGAS**  
BOOTH #7246

 **alit** SRL  
Conveyors & Food Processing

 **NEW FACTORY**  
COME TO  
MEET US!

Via Dante, 170/B  
35010 Santa Giustina in  
Colle (Padova) ITALY  
Tel. + 39 049 55 22 97  
Fax + 39 049 963 92 24  
[info@alit.com](mailto:info@alit.com)  
[www.alit.com](http://www.alit.com)

# Burford®

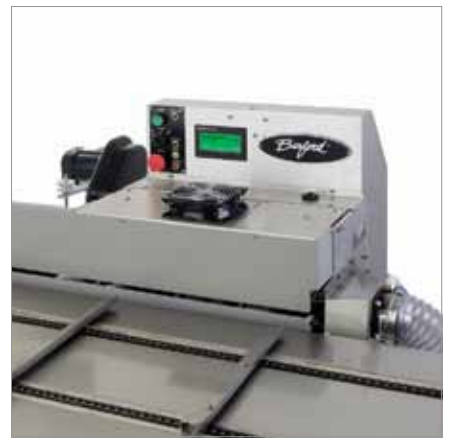
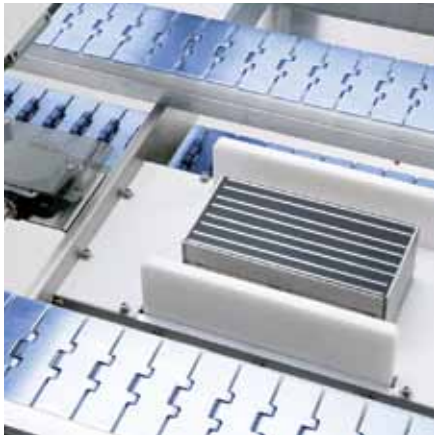
**ÜBER**  
**50** **JAHRE INNOVATIVE ENTWICKLUNG**  
**UND BÄCKEREIMASCHINENBAU**  
**DER SPITZENKLASSE**



Wir bauen Maschinen und Anlagen für alle Backwarenhersteller, vom kleinsten Handwerksbetrieb bis hin zu internationalen Ketten. Unser Erfolg ist der Erfolg unserer Kunden. Seit 50 Jahren unterstützen wir Bäckereien mit effizient arbeitenden, hoch entwickelten Ausrüstungen und einer Servicemannschaft, die Sie und Ihre Bäckerei mit allen Kräften unterstützt und fördert. Fordern Sie diese Unterstützung an. Rufen Sie Ihren Burford-Repräsentanten an oder melden Sie sich in unserem Hauptquartier unter **001-405-867-4467**.

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

e-mail: [sales@burford.com](mailto:sales@burford.com)



**PRAKTISCHE LÖSUNGEN  
DURCH INNOVATIVE TECHNOLOGIE!**

**Burford**  
bc



## **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](http://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](mailto: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.**