

Bidell Geschäftsführer bei Wescho

Als die Wescho GmbH, Hagen, in Schwierigkeiten steckte, reaktivierte sich der damals eigentlich auf dem geschäftlichen Rückzug ins Privatleben befindliche Geschäftsführer Detlev Hesterberg selbst und übernahm zusammen mit Martin Bidell von der SHS, die mit fast 70% den Löwenanteil von Wescho übernommen hatte, die Geschäftsführung. Hesterberg wird sich auf einen externen Beratervertrag, der die konzeptionelle Unterstützung von Wescho bei der Produktentwicklung und das Geschäft mit bestimmten Großkunden umfasst, zurückziehen. An operativen Unternehmensentscheidungen hat er schon länger nicht mehr mitgewirkt. Daher ist es nach der Entscheidung von Martin Bidell, die Geschicke von Wescho dauerhaft als Geschäftsführer zu leiten, nur logisch und konsequent, dass sich Hesterberg nun aus der Geschäftsführung zurückzieht. Unberührt davon hält er weiterhin seinen 19,6 prozentigen Anteil am Unternehmen, daran soll sich nach seinen Angaben auch nichts ändern. Spekulationen über Meinungsverschiedenheiten zwischen dem Hauptgesellschafter und Hesterberg erteilte er eine klare Absage: „Wescho steckte in Schwierigkeiten, da war es für mich Verpflichtung zu helfen und mein Wissen in den Dienst des Unternehmens zu stellen. Um Spekulationen vorzubeugen, Wescho steht inzwischen auf solidem finanziellen Fundament.“

Endgültiges aus für Hagen

Zum Jahresende will Zwiebackproduzent Brandt den Produktionsstandort Hagen-Haspe endgültig schließen. Betroffen sind davon rund 95 Arbeitsplätze, die nach dem zwischen Unternehmensleitung und Betriebsrat heiß umkämpften Wechsel der Produktion ins Thüringische Ohrdruf aus sozialen Gründen in Hagen aufrecht erhalten worden waren. Als Grund nannte Brandt-Geschäftsführer Joachim Meyer ein deutlich schlechteres Ergebnis als ursprünglich erwartet.

McDonald's mit Liebe

McDonald's will sich ab Herbst weltweit mit dem Slogan „I'm lovin' it“ bei seinen Kunden einschmeicheln. Während eines Ideenwettbewerb mussten die 14 wichtigsten McDonald's-Agenturen gegeneinander antreten. Sie sollten einen Slogan finden, der weltweit einsetzbar ist. Bisher wurde die Werbung für jedes Land einzeln festgelegt. Das Rennen des Wettbewerbs machte die Münchener Agentur Heye & Partner. „I'm lovin' it“ wird ab Herbst weltweit zu sehen und zu hören sein. Ziel der Agentur ist es, aus McDonald's eine Lifestyle-Company zu machen. Mit der wahren Liebe wird der Werbeauftritt wohl wenig zu tun haben. Der Slogan soll frisch, modern, voller Optimismus und Heiterkeit sein. Die Werber wollen die Marke McDonald's mit einem modernen und positiven Lebensgefühl verknüpfen.

Herzberger für Edeka

Die Bäckerei Herzberger beliefert die Edeka Nordbayern mit Bio-Backwaren. Die Zusammenarbeit bezieht sich auf die in Franken gelegenen Edeka-Center und ehemalige Kupsch-Filialen. Das Sortiment umfasst rund 50 Artikel für das SB-Regal. Die Ausweitung der Belieferung auf andere Vertriebsregionen der Edeka Nordbayern will die Geschäftsführung vom Absatz Erfolg des Sortiments abhängig machen, berichtet die Lebensmittelzeitung. Die Bäckerei Herzberger, eine Tegut-Tochter, produziert für die Filialen der Muttergesellschaft und Drittkunden. 2001 erzielte die Bäckerei einen Umsatz von rund 25 Mio. €.

Europäische Behörde für Lebensmittel-Sicherheit

Die Europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit (EBL) ist seit Anfang Juni einsatzfähig. Die Behörde übernimmt die Verantwortung für die wissenschaftliche Beurteilung von Fragen der Lebensmittelsicherheit von der Europäischen Kommission. 149 Wissenschaftler haben in den kommenden drei Jahren die Aufgabe, Gutachten zu erstellen und Anhörungen durchzuführen. Noch allerdings fehlt es an wissenschaftlichem Personal, damit die Behörde künftig auch selbstständig Risikoabschätzungen erarbeiten kann. Dafür solle der heutige Personalbestand von 35 bis Ende 2005 auf bis zu 300 Beschäftigte ausgebaut werden.

Qualität statt Quantität

Eingeklemmt zwischen der erst vor acht Monaten gelaufenen „Modern Bakery 2002“ und der iba hatte die diesjährige Veranstaltung auf dem Moskauer Messegelände Krasny Presnja zwar unter einem leichten Besucherschwund zu leiden, aber die fehlende Quantität wurde für die meisten Aussteller durch Qualität ersetzt. Derzeit weist das russische Bruttosozialprodukt mit gut 8% eine Wachstumsrate auf, die nicht zu toppen ist. Dazu kommt, dass die russische Backwarenindustrie sich in einer Phase befindet, in der sich sozusagen die Spreu vom Weizen trennt. Nachdem die einstigen Kombinate nach der Wende privatisiert wurden und die Bereitschaft, sich gegenseitig Konkurrenz zu machen, anfangs mancherorts nur schleppend in Gang kam, ist inzwischen der Wettbewerb um die ersten Plätze auf den regionalen Backwarenmärkten ebenso entbrannt, wie sich auch nationale Vertriebsstrukturen bilden, um die sich TK-, Feingebäck-, Dauerbackwaren- und Knabberartikelhersteller bemühen. Auf der Messe zeigte sich denn auch ein großes Interesse an modernen Ausrüstungen und Rohstoffen. Als Anbieter treten neben russischen Unternehmen Firmen aus sämtlichen europäischen Ländern sowie der Türkei auf. Mit ganz wenigen Ausnahmen waren alle großen Namen der deutschen Anbieterseite sowohl mit Maschinen wie Backmitteln vertreten.

Anzeige

Qualität zu einem fairen Preis

Unsere Produktpalette:

- ❄ Kälteanlagen mit R 744, CO₂ u. a.
- ❄ Schockfrostanlagen Spiral-, Tunnel- und Wagenforster
- ❄ Scherbeneisanlagen ab 3 t pro 24 h
- ❄ Kälteanlagen für Gewerbe und Industrie
- ❄ Gärunterbrecher, Gärverzögerer usw.

Wartung, Errichtung und Service für Kälteanlagen

Elisabethstraße 29
08491 Netzschkau

Telefon +49 03765/38 03-0
Telefax +49 03765/38 09-29
e-mail: WESKA@t-online.de

Gewinneinbruch bei Bizerba

Der Waagenhersteller Bizerba musste 2002 einen herben Gewinnrückgang hinnehmen. Das Konzernergebnis sank von 21,7 auf 7,3 Mio. €. Als Hauptursache macht der Vorsitzende der Geschäftsführung der Bizerba GmbH & Co. KG, Hans-Georg Stahmer, vor allem Umsatzeinbußen im Inland aus. Der Umsatz schrumpfte um 18,7% auf 307,2 Mio. €. Bizerba erwartet für 2003 eine leichte Konjunkturaufhellung und ein deutlich besseres Ergebnis. ◀

backWerk will durchstarten

Der Pionier unter den Discount-Bäckereien, die backWerk GmbH, Monheim, schließt sein Restrukturierungsprogramm ab. Rechtliche Auseinandersetzungen mit einigen Ex-Franchise-Partnern hätten einen Liquiditätssengpass verursacht, der nun gelöst sei, teilte das Unternehmen gegenüber der Redaktion mit. Dies gelang durch einen partiellen Forderungsverzicht von Geschäftspartnern im Rahmen eines außergerichtlichen Vergleichs. Im Zuge des Krisenmanagements wurde ebenfalls die Verantwortlichkeit in der Geschäftsleitung neu geordnet. Robert Kirmaier zieht sich als Geschäftsführer zurück. Die Gründe liegen nach Firmenangaben im privaten Bereich. Er wird dem Unternehmen aber in beratender Funktion weiter zur Verfügung stehen. Seine Frau Marion Kirmaier kümmert sich weiterhin um das operative Geschäft der Filialen. Dr. Hans Christian Limmer ist nun als geschäftsführender Ge-

sellschafter allein verantwortlich. Weiter gibt das Unternehmen bekannt, dass die Testphase in Nordrhein-Westfalen beendet sei. Bundesweit soll nun durchgestartet werden. In den nächsten zwölf Monaten sollen zu den bestehenden 10 Verkaufsstellen bis zu 20 weitere Standorte in Orten ab 80.000 Einwohner eröffnet werden. ▶

Zukäufe bei CSM

Die niederländische Rohstoffgruppe CSM, in Deutschland vertreten durch MeisterMarken, BIB Ulmer-Spatz und Dreidoppel, will laut Presseberichten das Bäckereigeschäft der niederländischen Friesland Madibic Food Service, einer Tochter der Friesland Coberco Dairy Foods, übernehmen. Das Tochterunternehmen, das überwiegend Pulvermischungen für Cremefüllungen für Kuchen herstellt, setzt jährlich 11 Mio. € um, überwiegend außerhalb der Niederlande. Zum Kaufpaket gehört auch die Marke „Frisco“, die überwiegend in die Bäckereischiene verkauft wird.

Für 5,1 Mio. € hat die CSM N.V. bereits die ungarische Backmitteltochter des Unilever-Konzerns gekauft. Die inländische Gesellschaft ist der größte ungarische Fettanbieter für den Backmarkt und hat daneben eine Reihe von Backmitteln im Programm. Der Umsatz lag zuletzt bei 13 Mio. €. Die Gesellschaft wird in das Epageschäft der CSM integriert, das unter dem Namen BakeMark läuft. Die Tochter in Ungarn wird künftig BakeMark Magyarzrszag heißen. ▶

Rewe kauft Bon Appetit

Die deutsche Rewe hat 230 Mio. CHF für die Übernahme der Aktien an der schweizerischen Handelskette Bon Appetit geboten. Bon Appetit ist eines der wenigen nennenswerten Handelsunternehmen der Schweiz außerhalb der genossenschaftlichen Ketten Migros und Coop und setzte 2002 3,2 Mrd. CHF um. Die Rewe, die 2002 einen Umsatz von 37,4 Mrd. € erreichte, baut damit ihr Auslandsgeschäft auf 13 Länder und ein Gesamtvolumen von 10 Mrd. € aus. Das Übernahmeangebot der Rewe endet Anfang August. ▶

Schäfer im Plus

Entgegen der rückläufigen Gesamtmarktentwicklung konnte die Bäckerei Schäfer den Umsatz 2002 geringfügig auf 180,8 Mio. € steigern (Vorjahr 180,5 Mio. €). Zum Jahresende zählten 659 Verkaufsstellen und fünf Backbetriebe mit insgesamt 4.150 Mitarbeitern zu Schäfer. Mit Wirkung vom 1. Januar 2003 ist die Rewe mit 50% an der Schäfer's Brot- und Kuchen-Spezialitäten GmbH & Co. KG in Lehrte beteiligt. Die Lehrter KG betreibt einen modernen Backbetrieb und beliefert rund 200 Filialen bzw. Fachabteilungen in Lebensmittelmärkten. Durch das Joint Venture wird mit einem zusätzlichen Umsatzpotenzial von 35 Mio. € gerechnet. Die Edeka-Gruppe, Hamburg, zeigt unterdessen der Industrie die gelbe Karte im Kampf gegen die Discounter. Markenartikel, die beim Discount zu finden sind, werden in Zukunft bei Edeka zu den gleichen Preisen angeboten wie beim Discount. Betroffen davon sind zunächst 150 Markenartikel. Aldi, Penny und Co. hatten ihre Sortimente zuletzt mit zusätzlichen Markenartikeln angereichert. Das bundesweite Kernsortiment von Edeka umfasst 3.500 Markenartikel, die 42% der Gesamtumsätze ausmachen. Mit dem abgeschlossenen Geschäftsjahr zeigt sich die Edeka zufrieden. Die Gewinnmarge vor Steuern der Edeka-Zentrale und der Großhandlungen lag zusammen-

gerechnet bei rund 1,5%. Die 4.000 selbstständigen Einzelhändler erzielten eine Vorsteuer-gewinnmarge von durchschnittlich über 2%, wie aus der Zentrale zu erfahren war. Über alle Stufen gerechnet kommt die Edeka-Gruppe damit auf eine Vorsteuerrendite von über 3,5%. Das kann sich selbst im Vergleich zu Aldi sehen lassen: Aldi Nord erzielte zuletzt mit 1.400 Artikeln eine Rendite von 4,5%, Aldi Süd mit nur 800 Artikeln 6%. ▶

Agrana blickt auf gutes Jahr

Der Zucker- und Stärkekonzern Agrana AG, Wien, verbesserte die Umsatz- und Ertragszahlen im Geschäftsjahr 2002/03. Der Jahresüberschuss im Konzern stieg (2002/03) um 47,6% auf 65,4 (Vorjahr: 44,3) Mio. €. Den rasanten Anstieg begründete das Unternehmen mit einem außerordentlich guten Finanzergebnis und einer geringeren Steuerquote. Der Umsatz stieg um 4% von 842,8 Mio. € auf 875,7 Mio. €. Der operative Gewinn kletterte auf 80,5 Mio. € (Vorjahr 76,0 Mio. €). ▶

Trennung von Diosna, Miwe und Rondo-Doge

Die traute Vereinigung der russischen Interessen von Diosna, Miwe und Rondo-Doge in einer gemeinsamen Verkaufsagentur hat, wie jüngst auf der Fachmesse „Modern Bakery“ in Moskau bekannt wurde, zum 1. Juni ein Ende genommen. Initiator der Trennung, über deren Hintergründe sich die Beteiligten bislang ausschweigen, scheint der Arnsteiner Ofenbauer gewesen zu sein, der die Aktivitäten offenbar um Service und Ähnliches ausbauen wollte. Fazit der Diskussion: Rondo-Doge hat bereits eine eigene GmbH gegründet. Miwe und Diosna sind dabei, eine beiden Partnern jeweils zu 50% gehörende Gesellschaft zu gründen. Alle drei Unternehmen sind bereits seit etlichen Jahren in den GUS-Staaten erfolgreich am Markt vertreten. ▶

Anzeige

Weltweit im Dienste des Kunden! seit 1974

INSEKTENVERNICHTER ohne Gift und Chemie

Wirkungsflächen bis 600 m² für Bäckerei – Café – Hotellerie – Gewerbe – Industrie




Fordern Sie unseren Gesamtkatalog an!

Alle Geräte haben **2 Jahre Werksgarantie!**

DEKUR Postfach 20 04 46 · D-56004 Koblenz
Telefon 02 61/40 95 27, 40 15 41 · Fax 02 61/40 38 88

Mehlpreissubventionen in Russland

Den russischen Bäckereien laufen gegenwärtig mal wieder die Getreide- und Mehlpreise davon. Vor vier, fünf Jahren kostete eine ähnliche Entwicklung viele gerade erst entstandene private Bäckereien die Existenz, die meist noch am staatlichen Gängelband geführten Kombinate wurden bevorzugt und billiger mit Mehl beliefert. Jetzt drückt der gestiegene Getreidepreis alle und Agrarminister Alexej Gordejew fordert eine Subventionierung für Brotmehle, um die Brotpreise halten zu können. Brot gehört vor allem für die einkommensschwachen Schichten in Russland zu den unverzichtbaren Grundnahrungsmitteln. Ein entsprechender Gesetzentwurf wurde bereits eingebracht. Gleichzeitig kündigte Gordejew allerdings an, künftig würden staatliche Interventionen wie das Angebot von verbilligtem Getreide nur noch in bestimmten Regionen stattfinden, in denen wirklich Bedarf bestehe. ◀

Kleinere Brötchen bei der Öba+Ökonda

Hohe Besucherqualität aber zurückgehende Besucherzahlen, diesen Ausspruch kennt man inzwischen von der Messelandschaft im Backbereich. Bislang war die Öba+Ökonda in Wels/Österreich von dieser Entwicklung verschont geblieben. Sonderfaktoren wie die Nähe zu den EU-Beitrittsländern Ungarn, Slowakei, Slowenien und Tschechien sorgten noch 2001 für steigende Besucherzahlen. Mit der Erwartung von mehr als 10.000 Fachbesuchern wie in 2001 war man angetreten. Die Ernüchterung war ein Besucherrückgang nach vorläufigen Zahlen der Messegesellschaft um 20%. Gründe dafür fanden sich bei Ausstellern wie Messegesellschaft viele: Die Terminverlegung aus dem Herbst in das Frühjahr, das gute Wetter während der ersten drei Messetage, die beginnende Tourismussaison sind nur einige Beispiele. Die Messe in Wels zeigte ein komplettes Ange-

bot vom Rohstoffbereich bis hin zu Kälte- und Ofentechnik für den Handwerksbereich. Die 166 Aussteller (186 Aussteller in 2001) fokussierten nicht nur auf die österreichischen Bäcker, sondern traditionell auch auf die Bäcker aus Bayern und verstärkt auf Betriebe aus den EU-Beitrittsländern. Hierzu initiierte man das East-Europe-Center als Anlaufpunkt. Zum Angebot zählte auch ein Dolmetscherservice. Mehr als ärgerlich für viele Aussteller und nicht gerade einladend für die Besucher war die Verlegung des Messeeingangs in die Halle 7. Wie sich das Messeentree dem Fachpublikum darstellte, war wenig professionell. Das erste, was die Besucher zu Gesicht bekamen, waren Messestände für elektrische Lattenroste, Liegesessel und orthopädisches Schuhwerk. Echte Neuheiten waren, vor allem im technischen Bereich, dünn gesät. Das ist aber im Schatten der iba, die im Oktober in Düsseldorf startet, nicht verwunderlich. ▶

Handel erobert den russischen Markt

Die Eroberung des russischen Foodmarkts durch westliche Handelsketten legt ein atemberaubendes Tempo vor. Marktkauf, Metro, Auchan – kaum eine Kette, die gegenwärtig nicht versucht, dort Marktanteile zu sichern. Metro kündigte jetzt an, jährlich 200 Mio. € in den Aufbau der eigenen Handelskette in Russland zu investieren. Derzeit betreibt die Gruppe vier Cash&Carry-Märkte in Moskau und zwei in St. Petersburg. Mit dem neuen Programm will die Metro in die Regionen vorstoßen. Das erste solche Outlet soll demnächst in der Wolga-Don-Region entstehen. Weitere 20 sollen bis 2005 dazukommen, darunter auch REAL-Märkte. Metros Umsatz betrug 2002 in Russland 287 Mio. €, wobei das Unternehmen nach eigenen Aussagen nicht auf Profitabilität achtet, sondern darauf, im Verteilungskampf um den russischen Markt die beste Position zu ergattern. ▶

Anzeige

Ein kleiner Teil der Menschen,
die täglich für Ihren Erfolg arbeiten.



In 2003 ist JUNG 75 Jahre Hersteller von Backmitteln und Backgrundstoffen.

JUNG – ein Unternehmen
der Zeelandia Gruppe

 Zeelandia

www.JUNG-backmittel.de

Kamps erwartungsgemäß

Die Kamps-Gruppe, Düsseldorf, liegt laut einer Pressemitteilung, mit den Ergebnissen des 1. Quartals 2003 im Rahmen der eigenen Erwartungen. Der Umsatz sei mit 420,6 Mio. € nahezu stabil (Vorjahr: 421,8 Mio. €) geblieben, teilt das Unternehmen mit. Dem gestiegenen Geschäft mit verpackten Brot- und Backwaren stehen geringere Umsätze der Backshops gegenüber. Das EBITDA lag mit 39,7 Mio. € unter dem Vorjahr (42,3 Mio. €). Gründe hierfür seien die gestiegenen Rohstoff-, Energie- und Vertriebskosten. Das Konzernergebnis (nach Steuern, Zinsen und außerordentlichen Kosten) konnte gegenüber dem Vorjahr auf einen Fehlbetrag von minus 2,0 Mio. € verbessert werden (Vorjahr: minus 14,5 Mio. €). Die Nettoverbindlichkeiten der Gruppe wurden im 1. Quartal 2003 auf 785,8 Mio. € um 7,4 Mio. € gegenüber dem Jahresabschluss gesenkt. Dies verdeutliche, so der Konzern, dass sich das Unternehmen nach dem sehr schwierigen Jahr 2002 stabilisiert habe.

Die 100%-ige Kamps-Tochter Dan Cake beabsichtige die Produktion in Lippstadt zu schließen, so Pressesprecher Volker Berg. Auf Dauer sei kein profitabler Betrieb möglich. Es fehle die Auslastung. Der Standort sei zudem logistisch schlecht angebunden. Lippstadt ist einer von vier Dan-Cake-Produktionsorten. Einzelheiten über die Schließung stehen noch nicht fest. Die Verhandlungen mit dem Betriebsrat begannen gerade erst, erklärte Berg gegenüber der Redaktion. ☐

Neubau für 6,5 Mio. €

Wilfried Weber, Inhaber der Badischen Backstub', will mit einem Neubau sein Unternehmen konzentrieren. Bisher produziert die in Karlsruhe ansässige Bäckerei an vier Standorten für ihre 23 Filialen. Bereits zum Jahresende 2003 sollen die 65 Mitarbeiter der Backstube in Ettlingen ihre Arbeit aufnehmen. 2.900 m² stehen der Produktion und 600 m² der Verwaltung zur Verfügung. Die Investitionen belaufen sich auf ca. 6,5 Mio. €. ☐

Ärgernis um Zeitzuschläge für Nachtarbeit in der Schweiz

Keiner wollte sie, weder die Gewerkschaften noch die Arbeitgeberverbände, doch die Zeitzuschläge für regelmäßige Nachtarbeit in der Schweiz sind inzwischen Gesetz. Zunächst gelten sie nur für Industriebetriebe, ab dem 1.8.2003 aber dann für alle Betriebe. In Art. 17b ArG und 31 und 32 ArGVl wird für die Schweiz festgelegt, dass für Nachtarbeit in der Zeit zwischen 23 und 6 Uhr, so sie denn überhaupt genehmigt wird, ein Zeitzuschlag von 10% auf einem Zeitkonto gutgeschrieben werden muss.

Die Abgeltung in Form von Lohn ist nicht möglich. Das Zeitkonto muss binnen Jahresfrist in Form von Freischichten geleert werden. Für die Backbetriebe in der Schweiz bedeutet dies eine versteckte Personalkostenerhöhung, bei reinen Nachtschichtbetrieben um 10%, bei den meisten Betrieben um 5%, da lediglich gut die Hälfte der Arbeitszeit Nachtarbeit ist. Gründe für die Einführung dieser Zuschläge waren in der Parlamentsdiskussion in Bern vor allem ge-

sundheitlicher Art. Selbst die eindringlichen Warnungen von Standesvertretern aus dem Bäckerei- und Konditoreibereich zeigten bei den Abgeordneten keine Wirkung. Grundsätzlich ist die Nachtarbeit in der Schweiz verboten und Ausnahmen unterliegen strengen Gesetzesgrundlagen. Bislang wurden Ausnahmebewilligungen für Backbetriebe nicht restriktiv erteilt. Durch die neue Regelung verkürzt sich die Wochenarbeitszeit eines Vollzeitbeschäftigten um rund 3 Stunden, was für die Betriebe teilweise zu erheblichen Problemen bei der Personaleinsatzplanung führt.

In der Schweiz ist es traditionell schwierig, Fachpersonal für die Nachtarbeit zu gewinnen. Die meisten Nachtjobs werden inzwischen von Emigranten ausgeführt. ☐

No Genfood Please

Der britische Mühlen- und Bäckerei-Konzern Rank Hovis hat angekündigt, dass er die Weizeneinfuhr aus Nordamerika einstellen werde, sollten USA und Kanada wie geplant damit beginnen, genetisch veränderten Weizen kommerziell anzubauen. Solange britische Verbraucher eine deutliche Abneigung gegenüber genveränderten Lebensmitteln und Rohstoffen zeigten, so Peter Jones, Direktor von Hovis, werde Rank Hovis sich nicht der Gefahr aussetzen, auch nur versehentlich damit infiziertes Getreide einzuführen. Jones versteht seine öffentliche Äußerung als Warnung an die Vereinigten Staaten und Kanada. Immerhin exportieren die beiden Länder rund 40% ihrer Ernte. ☐

Neue Produktion für Cerealia

Die Investitionsgruppe Nordisk Renting AB wird bis Februar 2004 im nordschwedischen Umea eine ultramoderne Backwarenproduktion bauen und für die nächsten 20 Jahre an die Cerealia-Gruppe verleasen. Die neue Anlage soll 100 Arbeitsplätze bieten und einen Ausstoß von 15.000 t Brot pro Jahr realisieren. Der schwedische Cerealia-Konzern, der einer bäuerlichen Genossenschaft gehört, hat

Anfang des Jahres die dänische Gruppe Schulstad übernommen und ist seither mit 4.700 Mitarbeitern und einem Backwarenumsatz von 6 Mrd. Schwedenkronen (658 Mio. €) der größte skandinavische Backwarenanbieter. In Deutschland gehört der Tiefkühlbackwarenhersteller Hatting zur Gruppe. Außerdem liefern sowohl Schulstad wie Cerealia selber auf den deutschen Markt. Cerealia, so ihr CEO Hakan Ahlqvist, befindet sich in einer Phase starker Expansion und deshalb sei es besser, mit einem Partner wie Nordisk Renting zusammenzuarbeiten, als das eigene Kapital in Gebäuden zu binden. ☐

Bestes Roggenbrot

Für das ZDF-Wirtschaftsmagazin WISO durften Bäckermeister, Brotexperten, Thilo Bode, Chef der Verbraucherschutzorganisation „food watch“, und der brandenburgische Ministerpräsident Matthias Platzeck in Berlin kürzlich Roggenbrot testen. Das Ergebnis fiel für die Handwerker unter den Produzenten der verschiedenen Roggenbrotproben wenig schmeichelhaft aus. Auf dem ersten Platz landete ein Roggenbrot von Harry, Schenefeld, auf dem zweiten das Brot eines Dresdener Bäckers und auf dem dritten ein Brot von Schäfer's, Porta Westfalica. ☐

Briten fürchten Gewichtsverlust

Die britische Brotindustrie macht sich derzeit Sorgen um den drohenden Verlust der amtlich vorgeschriebenen Gewichtseinheiten für verpacktes Brot. Bislang enthalten Brotpackungen 400 oder 800 g, wie jedes, zumindest britische, Kind weiß. Die Gewichtseinheiten sollen zugunsten des Kilopreises fallen. Wie in solchen Fällen üblich, fürchten die Brotfabrikanten eine Irritation der Verbraucher ohne erkennbaren neuen Nutzen sowie zusätzliche Kosten. Mit vereinten Verbandskräften versuchen Sie deshalb, das bereits auf den Weg gebrachte Gesetz noch zu stoppen oder wenigstens zu verändern. ☐


Anzeige



Markenqualität und Frische aus Tradition.

KOENIG

...einfach kernig!



**Mandel-, Haselnuß- u. Erdnußkern-Präparate.
Nußecken- und Bienenstich-Streusel,
Haselnuß-Füllmassen und Multi-Crunch.**

Sonderanfertigungen nach Ihren individuellen Spezifikationen.

KOENIG BACKMITTEL GMBH & CO. KG • Postfach 1453 • D-59444 Werl
Tel. 02922/9753-0 • Fax 02922/9753-99
E-Mail: info@koenig-backmittel.de • Internet: www.koenig-backmittel.de



Es muß doch einen Weg geben, Ciabatta effizienter herzustellen ...

Wenn Sie wissen möchten, wie man Ciabatta höchster Qualität wirklich auf wirtschaftliche Weise herstellen kann, sprechen Sie mit FRITSCH - oder besuchen Sie unsere Webseite

www.FRITSCH.info



+ PERSONALIEN +

Bimbo konzentriert sich aufs Kerngeschäft

Die mexikanische Bäckereikette Bimbo Group will sich künftig stärker auf das Kerngeschäft konzentrieren. Das nannte die Gruppe, die in ganz Südamerika sowie in Teilen der Vereinigten Staaten Backwaren verkauft, als Grund für den Verkauf ihres 41,8%-igen Anteils am Verpackungshersteller Novacel. Käufer der Anteile ist Pechiney Plastic Packaging, eine Tochter des französischen Aluminiumherstellers Pechiney. Geht der Deal glatt, kann Bimbo sich Ende des Sommers über einen Kapitalzufluss von 90 Mio. US-Dollar freuen. Aus ähnlichem Grund konsolidiert Bimbo offenbar auch ihre Aktivitäten in den USA. Dort ist man hauptsächlich in Kalifornien und Texas vertreten, zwei Staaten mit großen hispanischen Bevölkerungsgruppen. Bereits 2002 schloss Bimbo eine Mrs. Bairds Bäckerei in Dallas, jetzt folgt eine zweite, die Orowheat Bäckerei, ebenfalls in Dallas. Bimbo-Sprecher David Margulies erklärte dazu, Bimbos US-Geschäft stehe auf soliden Füßen, aber angesichts steigender Kosten sei die Zielerreichung anders nicht zu gewährleisten. ☛

Kamm verkauft sein Filialnetz

Nach 32 Jahren Selbstständigkeit gibt Heribert Kamm den Großteil seines Unternehmens auf. 20 der 24 Verkaufsstellen werden verkauft. Käufer von 15 Filialen ist die in Kamp-Lintfort ansässige Bäckerei Büsch, eine Tochter der Edeka-Gruppe. Fünf Outlets kauft die Bäckerei Rafflenbeul. Das Verkaufspersonal, rund 120 Beschäftigte, soll komplett übernommen werden. Die Produktion der Bäckerei Kamm GmbH in Hefle wird geschlossen. Den 26 Mitarbeitern sprach Kamm die Kündigung aus. Er sieht keine Zukunft mehr. „Ich arbeite zwölf Stunden

an sieben Tagen in der Woche, ohne dass sich eine positive Weiterentwicklung absehen lässt“, erklärte Kamm gegenüber der Westfälischen Rundschau. Der 53-jährige Oberinnungsmeister und Obermeister der Kreishandwerkerschaft wird vier Filialen behalten und beliefern lassen. ☛

VK-Mühlen auf Expansionskurs

Die VK-Mühlen AG expandiert in Abstimmung mit ihren beiden neuen Großaktionären Leipnik-Ludenburger Invest-Beteiligungs AG, Wien (früher Vonwiller-Gruppe, 29,1% des VK-Kapitals) und Cerealia AB, Stockholm (11,1%) in Richtung Osteuropa. In Polen wurde im Dezember 2002 eine neu gebaute Mühle in Betrieb genommen, direkt neben der von der Cerealia-Tochter Schulstad betriebenen Brotfabrik. Eine weitere Mühle besitzt VK in Ungarn. Vermutlich noch in diesem Jahr darf mit weiteren Akquisitionen in Osteuropa gerechnet werden, wobei Russland zunächst nicht auf der Reiseliste der Akquisiteure steht. Vorstandsvorsitzender Rolf Brack: „Wir folgen den Großen der Lebensmittelindustrie, die nach Osten ziehen.“ Eine Expansion verfolgt VK auch mit der Übernahme der Mecklenburger Elde-Mühle in Parchim, die über eine Vermahlungskapazität von rund 50.000 t verfügt. Trotz der nach wie vor in Deutschland bestehenden Überkapazitäten im Mühlensektor, die Brack mit rund 20% beziffert, erzielte VK Mühlen im abgelaufenen Geschäftsjahr ihr Ziel einer Umsatzrendite von 3%. Im Sektor Kampmeyer Food Service, der die veredelten Produkte wie Backmischungen etc. vertreibt und einen Umsatz von 30 Mio. € erreichte, lag die Rendite laut Brack sogar darüber. An der Brotgetreidevermahlung in Deutschland hatte VK Mühlen 2002 einen Marktanteil von 19,5%. ☛

ROLF BEYERLING (42), Dipl. Ing. Fachrichtung Maschinenbau, ist neuer Vertriebsleiter bei der Schmidt Lünen GmbH & Co. KG., Lünen. Sein erstes Marketingprojekt ist die Organisation der Messebeteiligung bei der diesjährigen IBA in Düsseldorf Anfang Oktober.



Rolf Beyerling

MICHAEL SCHMID (48), Konditormeister, hat Anfang Juni die Funktion des Verkaufsleiters Süd-West bei der Riehle Maschinenbau GmbH aus Aalen übernommen.



Michael Schmid

DR. ALEXANDER GERBER (36) wird ab September neuer Geschäftsführer des Bunds Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW), Berlin. Der promovierte Agraringenieur wird die Leitung der Geschäftsstelle, die Steuerung der Facharbeit und die Koordination der Projekte des BÖLW übernehmen.

JOACHIM STEFFENS (48), Bäckermeister und Anwendungstechniker, übernimmt den Vertrieb der handwerklichen Öfen der Daub Backtechnik GmbH, Hamburg. Zudem ist Steffens den Vertrieb im deutschsprachigen Ausland und den Benelux-Ländern zuständig.

LARS STEGEMANN (32) verstärkt das Verkaufsteam der Wiesheu GmbH, Affalterbach. Der gebürtige Gütersloher betreut in Nordrhein-Westfalen die Bäckerei-Branche. Vor seinem Wechsel war Stegemann im Außendienst von Allianz und TNT tätig.



Lars Stegemann

Kein Stehzwang mehr

Niedersachsens Wirtschaftsminister Walter Hirche hat jetzt den Stehzwang für Kunden abgeschafft, die ihren Kaffee in einer Bäckerei trinken wollen, die keine Kunden-toiletten bereithält. Die entsprechende Vorschrift hat der FDP-Minister schlicht gestrichen. „Niedersachsen übernimmt damit sogar bundesweit eine Vorreiterrolle“, so der Liberale, der bis zu zehn Sitzplätze für zulässig befindet. Anlass für die ministerielle Beschäftigung mit Stehhilfen, Sitzplätzen und Toilettenzwang war ein lang währender Streit zwischen der hannoverschen Bäckerei Göing und dem zuständigen Ordnungsamt, der für viel öffentliches Aufsehen sorgte und den Minister zur Eindämmung der Bürokratie herausforderte. ☛

Aktionäre heißen Kapitalherabsetzung gut

Die 9. Generalversammlung der A. Hiestand Holding AG hat anstelle einer Dividende eine Kapitalherabsetzung zur Nennwertrückzahlung an die Aktionäre gutgeheißen. Die Generalversammlung hat beschlossen, den Bilanzgewinn von 8.332.674 CHF auf neue Rechnung vorzutragen. Firmengründer Alfred Hiestand zieht sich als Präsident und Mitglied aus dem Verwaltungsrat zurück. Der Mitgründer und bisherige Vize-Präsident des Verwaltungsrats, Albert Abderhalden, wurde auf der VR-Sitzung vom 21. Mai 2003 zum Präsidenten berufen. Abderhalden hat seit 1972 gemeinsam mit Hiestand das Unternehmen aufgebaut. Alle anderen Mitglieder des Verwaltungsrats wurden in ihren Ämtern bestätigt. Das ordentliche Aktienkapital von nominal 7.230.804 CHF wird durch Reduktion des Nennwerts der Namenaktien von 14 CHF auf 8 CHF auf 4.131.888 herabgesetzt. Der Herabsetzungsbetrag von 6 CHF pro Namenaktie wird zur Auszahlung an die Aktionäre verwendet. ☛



hb-technik GmbH, Tel.: 0043-7673-2261, Fax: 0043-7673-2465, eMail: verkauf@hb-technik.at, www.hb-technik.at



Vollkornmühle für Feinstmehlherstellung

Markenbäcker feiern Geburtstag

Die österreichischen Markenbäcker sind schon etwas Besonderes, und so feierten sie am Vortag der diesjährigen ÖBA auch nicht ein rundes Jubiläum, sondern den 11. Geburtstag. Unter dem Label „Der Markenbäcker“ haben sich zehn erfolgreiche, österreichische Backbetriebe zusammgefunden, von denen der kleinste rund 5 Mio. € jährlich umsetzt, der größte mehr als das Zehnfache. Insgesamt repräsentieren Auer Brot, Der Bäcker Felber, Der Bäcker Ketter, Der Bäcker Legat, Der Mann, Ring, die Bäckerei, Sorger, Ströck-Brot und Ihr Bäckermeister Unterberger ein Umsatzvolumen von rund 180 Mio. € und damit 11 bis 12% des österreichischen Backwarenmarkts. Ad-diert betreiben sie rund 320 Filialen und beschäftigen 3.000 Mitarbeiter.

„Der Markenbäcker“ übernimmt für diese Betriebe die Warenbeschaffung, führt Verhandlungen über Energieeinkauf etc., bietet Weiterbildung an, betreibt Lobbyarbeit sowohl innerhalb des österreichischen Lebensmittelgewerbes wie auch gegenüber dem Staat und der EU und ist für die Betriebe so etwas wie „der Schutzengel für alle Fälle“. Das alles ist möglich, weil die Gruppe nicht nur aus lauter erfolgreichen Betrieben besteht – das reale Umsatzwachstum reicht von 3% bis hin zu zweistelligen Raten – sondern mit Markenbäcker-Geschäftsführer Michael Bruckner auch eine Persönlichkeit zur Verfügung steht, die sich auf dem Beschaffungsmarkt ebenso auskennt wie in der Branche und ihrem Umfeld und das Selbstverständnis eines hochklassigen Dienstleisters pflegt.

Gemeinsam mit einer Halbtags-hilfe managt er die Gruppe. Im Gastvortrag der Geburtstagsfeier im Minoritenkloster zu Wels ging Günther Wohlers, Chefredakteur des deutschen Infomagazins „back-business“ der Frage nach, ob und wer denn in Zukunft noch einen Bäcker brauche. Wohlers beklagte die „McDonaldisierung“ des Backgewerbes. Die damit verbundene Rationalisierung sei der Grund für

die Strukturveränderung: „Sie macht das Handwerk platt.“ Den Beginn dieser Entwicklung datierte Wohlers auf das Jahr 1996, in dem das Bäckereiarbeitszeitgesetz gefallen sei. Damit sei eine Veränderung eingeläutet worden, die man als „vom Handwerker zum Produzenten zum Dienstleister zur Bedeutungslosigkeit“ charakterisieren könne. Der Teigling sei als „Sündenfall“ der Backbranche zu werten. Wer bestehen bleiben wolle, müsse, so Wohlers, die Kostenstruktur beibehalten und die Qualität erhöhen, und nicht die Qualität beibehalten und die Kosten senken. ◀

Backwaren aus dem Netz

Im Saarland können Kunden ihre Brötchen online unter www.backstube.saarland.de bestellen. Brot und Backwaren kommen auf Wunsch ins Haus oder stehen im Laden zur Abholung bereit. An dem Service beteiligen sich in der Startphase rund 50 Bäckereien. Betreut wird das Pilotprojekt der saarländischen Bäckerinnung vom Institut für Wirtschaftsinformatik (IW). Die Bestellung wird über eine zentrale Plattform erfasst und anschließend an die Bäckerei vor Ort weitergeleitet. Außer Brötchen bietet die Seite Ernährungstipps und Nährwertangaben. ◀

Strategische Umorganisation bei Rademaker

Mit rund 55 Mio. € Jahresumsatz in 2002 gehört Rademaker BV, Culemborg, zu den führenden Herstellern von Laminiertechnik, Gebäcklinien und Aufarbeitungstechnik in den Niederlanden. Das Unternehmen hat einen Exportanteil von deutlich über 90%. Zum Gruppenumsatz trug die Tochter Den Boer, die sich auf die Konzeption und den Bau von Backöfen und Transporttechnik spezialisiert hat, im zurückliegenden Jahr 15 Mio. € bei. Der Geschäftsbereich Mechanisierungseinrichtungen/Transporttechnik wird nun vom Standort Daalfsen nach Culemborg verlegt. Ein Teil der Fertigung, insbesondere von Standardteilen, wird in Zukunft zur Rademaker-Tochter in der Nähe von Bratislava, Slowakei, ausgelagert. ▶

HOMMEL Restbrotzerkleinerer ROTORMAT

Sensationell:
Restbrot frisch reiben
mit Zugabemengen
bis 20%

und somit wesentlicher Steigerung
von Geschmack und Frischhaltung!

Ersparnis im Jahr:

- Kleinbetrieb:
● ca. 12.000 EUR
- Mittelbetrieb
● ca. 20.000 EUR
- Großbetrieb
● ca. 50.000 EUR

... schon allein für Ihre
KÖRNERBROTE
lohnt sich diese
Maschine!

Auch Brötchen frisch reiben

und im Brötchenteig
wieder verarbeiten:
ergibt besseren
Geschmack und bindigere
Krumenstruktur!
Zugabe auch bis 20%

Großzügiger produzieren!

d.h. volles Brotprogramm
bis zum Ladenschluss!
Sie verkaufen viel mehr,
haben zufriedene Kunden
und trotzdem geht Ihnen
kein Brot verloren.

Clever sein - Direktline

02058-3911

Kauf ohne Risiko: 8 Tage zur Probe!

Der ROTORMAT ist ein Alles-Könner:

- Restbrotvermahlung
FRISCH und trocken
- Paniermehl mahlen
- Nüsse mahlen
- Käse reiben
- Kartoffeln reiben
- Zwiebeln schneiden
- Früchte zerkleinern
TROCKEN und FRISCH
- Auch Brötchen frisch reiben!

So urteilen viele
ROTORMAT-Besitzer:

„Der ROTORMAT ist die ideale
SPARBÜCHSE im Betrieb!“



M & A HOMMEL GMBH
MASCHINEN- UND APPARATEBAU

D-42489 Wülfrath · Osterdelle 11
Telefon (0 20 58) 39 11 · Telefax (0 20 58) 39 23

» Die Mitarbeiterzahl in Daalfsen wird dadurch von 84 auf 35 reduziert. Rademaker in Culemborg baut seine Mannschaft ungefähr um 25 Mitarbeiter aus und erreicht damit fast die 300 Mitarbeiter-Marke. Nach Aussagen von Ralf Bohne, Rademaker Deutschland, ist die Firmenentscheidung rein strategisch zu bewerten. „Unsere Auftragsbücher sind gut gefüllt, wir haben teilweise sogar längere Lieferzeiten, als uns lieb ist.“ Die verbleibende Mannschaft in Daalfsen konzentriert sich momentan auf die Entwicklung eines neuen Ofensystems, das im Herbst vielleicht schon auf der iba präsentiert werden soll. ◀

Wachtel beteiligt sich bei Stamm

Ofenbauer Wachtel aus Hilden hat sich als Minderheitspartner am Kälteanlagenbauer Stamm GmbH beteiligt. Dessen Kooperation mit Bongard war nach der Übernahme Bongards durch ein britisches Konsortium, das selber Kälteanlagenbauer im Portefeuille hat, beendet worden. Die Wachtel GmbH, die bislang mit einem Kälteanlagenbauer zusammenarbeitete, der Bäckerkälte ausschließlich für die Hildener herstellte, verspricht sich von der neuen Kooperation eine breitere Modellreihe, mehr Entwicklungspotential und einen welt-

weiten gemeinsamen Auftritt. Alles, was seit dem 1. Juli an Kälteanlagen ausgeliefert wird, trägt das Stamm/Wachtel-Logo. Auf der iba werden beide Firmen in Halle 16 auf gegenüberliegenden Flächen ausstellen. ◀

Expansion Richtung Fast-Casual-Food

Kalifornien gilt als der US-Staat, der Food-Trends vorgibt. Dort haben derzeit Bäckerei-Cafés Konjunktur, die sich dem Fast-Casual-Food, dem schnellen, aber eher hochwertigen und bequem zu verzehrenden Angebot widmen. Nachdem bislang lokale oder regiona-

le Unternehmen mit begrenzten Filialzahlen den Markt entwickelten, haben jetzt auch nationale Anbieter die Chance gewittert. Neuerdings expandieren sowohl die von der Ostküste stammende „Panera Bread“ wie die Tochter der aus Dallas stammenden Brinker International „Corner Bakery“ Richtung Kalifornien und Fast-Casual-Food. Auch die berühmte Company „La Brea“, inzwischen im Besitz des irischen Konzerns IAWS und renommierte Anbieter exzellenter Backwaren „European Style“, setzt mit ihrer Division La Brea Bakery Café auf die Expansion in diesem Segment. ◀

Domizil des Brotes

12,5 Mio. € investierte Backaldrin in einen Ort der Information, Ausbildung und Kommunikation.



Eine von fünf Versuchsbackstuben.

Die Backaldrin GmbH hat im oberösterreichischen Asten das „Haus des Brotes“ eröffnet. Nach eineinhalb Jahren Bauzeit und einer Investition von rund 12,5 Mio. € entstand ein Ort der Information und Ausbildung. Backaldrin-Chef Peter Augendopler ist sich sicher, dass das Haus zur Begegnungsstätte der Bäcker West-, Mittel- und Zentraleuropas werden wird. Das Haus des Brotes beherbergt auf einer Gesamtfläche von 8.000 m² fünf voll ausgestattete Backstuben und einige Labore. Der Ausbau der Forschungs- und Entwicklungsmöglichkeiten war für Backaldrin-Österreich-Geschäftsführer Dr. Gero Nitsche eine besonders wichtige Investition. Der Hörsaal im Neubau ist

für 112 Personen ausgelegt. Hier sollen in Zukunft jede Woche Seminare, Schulungen und Diskussionen zu allen Themen der Bäckerei abgehalten werden. Der helle Raum ist mit modernster Kommunikationstechnik ausgestattet. Jeder Teilnehmer hat sein eigenes Mikrofon. Der Referent kann sämtliche Vorgänge auf einer großen Leinwand präsentieren. Eine bewegliche Kamera sorgt dafür, dass den Zuschauern kein Handgriff entgeht.

Blickfang des 600 m² großen Foyers ist eine Bibliothek. Der futuristisch anmutende Büchersaal „schwebt“ auf einer dünnen Säule. Von einer Empore aus kann man über eine Art Hängebrücke die Bücher erreichen. Gefüllt ist die schwebende Bibliothek mit 3.000

Werken. Sie komplettiert das Bildungsangebot. Hier befindet sich unter anderem das zweitälteste Bäckereibuch der Welt: Das Werk der Bäckerbruderschaft von Padua wurde von 1461 bis 1630 geführt.



Das Buch der Bäckerbruderschaft von Padua gibt Einblicke in das mittelalterliche Bäckerleben.

Auf Erfolgskurs

Im Wirtschaftsjahr 2002/03 (1. April 2002 bis 31. März 2003) erzielte das Unternehmen einen Umsatz von rund 68 Mio. €. Der

größte Markt für Backaldrin ist Deutschland, gefolgt von Österreich (ein knappes Viertel des Umsatzes). Zur Zeit ist der Backmittelhersteller in 65 Ländern vertreten, wobei Polen, Tschechien, Ungarn, Italien, die Slowakei und Kroatien wichtige Marktpositionen einnehmen. In den letzten fünf Jahren investierte das Unternehmen 27 Mio. € in den Standort Asten. 290 Mitarbeiter, davon 120 im Stammhaus, stehen bei Backaldrin in Lohn und Brot. Eine neue Produktionsstätte wird laut Firmenangaben im Sommer 2003 fertig gestellt sein.

Das bekannteste und umsatzstärkste Produkt aus dem Hause ist die Backmischung „Kornspitz“. ■

DIE CREME: LANGE HALTBAR. DIE GEBÄCKE: IM NU WEG.



eisella Creme Trio – Qualität, auf die Verlass ist!

eisella Creme Trio ist eine aufschlagfertige Creme im Tetra Pak. Die aufgeschlagene Creme ist locker leicht und eignet sich ideal für Bienenstich und Streuseltaler. Das Besondere an eisella Creme Trio ist, dass sie aufgeschlagen 3 Tage

ungekühlt haltbar ist, so dass Sie Bienenstich & Co jetzt auch in Filialen ohne Kühltheke sorglos anbieten können.

Aufgeschlagener Kream ist ungekühlt 3 Tage haltbar. Bestätigt durch

**INSTITUT
FRESENIUS**

Mehr Info unter

freecall 0800 / 418 418 1

0800-Goldbiskin www.meistermarken.de