

Stille Ankerbrot-Teilhaber bleiben hartnäckig

Der Ausgleich des Wiener Backwarenriesen Ankerbrot ist immer noch nicht abgeschlossen. Von den 1.200 stillen Teilhabern haben etwas mehr als 80% der angebotenen 5%-Quote zugestimmt. Vor vier Jahren hatten die stillen Teilhaber über ein Verlustbeteiligungsmodell der Kapital-&Wert-Anlagegesellschaft dem Traditionsunternehmen ein Gesellschafterdarlehen über knapp 17 Mio. € gewährt. Die bis Mitte Oktober verlängerte Frist wurde bis Ende Oktober ausgeweitet. Absolute Deadline sei aber Ende November, wenn die erste Ausgleichsquote fällig ist. Mit den restlichen stillen Teilhabern wollen Ankerbrot und Kapital-&Wert nun weiter verhandeln. Anschlusskonkurs drohe nicht, heißt es seitens Ankerbrot. Denn dann würden die Stillen ihre Steuervorteile fast zur Hälfte verlieren. Zur Erfüllung des Ausgleichs müssen alle stillen Teilhaber zustimmen, andernfalls droht der Konkurs des Unternehmens.

Die Gläubiger hatten dem Ankerbrot-Ausgleich bei der Prüfungstagsatzung am 17. September 2003 zu 100% zugestimmt. Voraussetzung ist aber eine Einigung mit den 1.200 stillen Teilhabern, die nur 5% auf das verlorene Gesellschafterkapital bekommen. Die übrigen Gläubiger erhalten eine 40-prozentige Quote, davon 10% als Barquote, die beim Ausgleichsverwalter hinterlegt werden muss. Gleichzeitig muss auch eine Garantie für die zweite Teilquote, die am 1. August 2004 fällig ist, bereit gestellt werden.

Ankerbrot gehört seit dem 26. Juni über die Salos Beteiligungsverwaltungs GmbH dem Deutschen Klaus Ostendorf (ehemals Geschäftsführer der Kamps AG), der mehrheitlich die Anteile der Familie Müller übernommen hat. Ende Juni wurde über das Unternehmen der Ausgleich eröffnet. Die Gläubiger haben Passiva von 90,3 Mio. € angemeldet. ➤

Resch & Frisch mit 16 % Plus

Der Backwarenhersteller Resch & Frisch, Wels wurde vom österreichischen Kreditschutzverband hoch gelobt. Die Bäckerei Resch & Frisch, eine ehemals kleine Vobestadtbackerei, hat sich zu einem international tätigen Unternehmen entwickelt und steigerte den Umsatz im Vorjahr um 15% auf 55 Mio. €. Für dieses Jahr rechnen die Österreicher mit einem Wachstum von 16%. Zweistellige Zuwachsraten konnten zuletzt in allen vier Geschäftsbereichen verzeichnet werden: 13.000 Gastronomiekunden in Österreich und Deutschland werden von Resch & Frisch beliefert. Das stärkste Wachstum verzeichnet das Geschäftsfeld der Hauszustellung. Mehr als 100.000 Haushalte beliefert das Unternehmen derzeit mit Backwaren. Das Filialgeschäft mit 25 eigenen Outlets im Großraum Oberösterreich laufe „nach Plan“. Auch das Franchisepartnern habe sich gut verankert, teilte das Unternehmen in einer Pressemitteilung mit. Weitere Expansionen sind geplant. Resch & Frisch beschäftigt rund 650 Mitarbeiter, 450 davon in Wels, zusätzliche 300 Mitarbeiter sind bei den Franchisepartnern in Österreich und Deutschland tätig. Gesamt arbeiten fast 1.000 Beschäftigte für die Marke Resch & Frisch. ➤

BärBrot baut die Produktion aus

Jährlich investiert die BärBrot GmbH & Co. KG, Krißtel, zwischen 300.000 und 500.000 € in neue Maschinen. 2004 will das Unternehmen eine neue Brötchen- und Kuchenanlage in Betrieb nehmen. Mit Hilfe der Anschaffung soll die Produktionskapazität um rund 25% gesteigert werden. Anfang nächsten Jahres beginnt die Bäckerei mit der Ciabatta-Produktion. 3.000 Brote pro Stunde sollen künftig die Produktion verlassen. BärBrot verarbeitet täglich über 6 t Mehl und 2 t Konfitüre zu Backwaren. Mit über 260 Mitarbeitern ist das Unternehmen die größte private Bäckerei im südhessischen Raum. ➤

„...als hätten Sie es selbstgemacht!“

Backfertige Butterteiglinge von süß bis herzhaft.



NEU!

Der Pflaume-Quark-Traum.

- mit reiner Markenbutter
- stückige Pflaumenfruchtfüllung auf frischem Quark
- Butterplunderteig dekoriert mit einem Mürbteiggitter
- fruchtig und cremig zart
- 135g/Stk.
- 2 x 50 Stk. im Karton

wolf
ButterBack

Alles in Butter

Wolf ButterBack GmbH & Co. KG · Magazinstraße 77 · D-90763 Fürth

Tel. 09 11/6 70 44-0 · Fax 09 11/6 70 44-40
www.butterback.de · info@butterback.de

UUNNMÖ



Kein Fett.

Keine Beschichtung.

Kein Kleben.

Unmöglich hervorragende Backergebnisse.

QPAN[®]

ganz einfach backen

Reise - Backmeister gesucht!

GLÜCK!



Infos unter 0 24 03 / 70 01-0 oder www.Q-PAN.com



**Zimmermann
neuer Präsident**

Hubert Zimmermann, geschäftsführender Gesellschafter der Großbäckerei Hubert Zimmermann GmbH & Co. KG, wurde bei der Jahrestagung des Verbands Deutscher Großbäckereien e.V. in Hamburg zum neuen Präsidenten gewählt. Er folgt Lothar Mainz von der Kronenbrot KG Franz Mainz, der dieses Amt 10 Jahre innehatte. Als Vizepräsident bestätigt wurden Hans-Jochen Holthausen, Harry-Brot GmbH, und Wolfgang Kröger von der Kamps AG. Als Schwerpunkte der künftigen Verbandsarbeit sieht Zimmermann die Abwehr von belastenden Vorschriften aus Brüssel und Berlin. ☛

**Backmittelbestandteile –
Herkunft und Wirkung**

Das Backmittelinstitut e.V., Bonn, hat die Broschüre Nr. 12 „Die Bestandteile von Backmitteln für Brot und Kleingebäck – Herkunft und Wirkungsweise“ überarbeitet. Darin geht es z.B. um die Anwendungsbereiche von Malzextrakten. Sie beeinflussen die Teigstruktur und erhöhen die Triebleistung. Die Extrakte aus Gerstenmalz verstärken die Rösche und verbessern die Frischhaltung bei Roggen- und Schrotbroten. Wenn Sie mehr über Zuckerstoffe, Milcherzeugnisse und Zusatzstoffe erfahren wollen, klicken Sie auf www.backmittelinstitut.de ☛

**Aichinger übernimmt
We-shoplight**

Die Aichinger MP Einrichtungsbau GmbH, Wendelstein, hat die ehemalige Wescho-Tochter We-shoplight mehrheitlich übernommen. Die 36 Aichinger-Außendienstmitarbeiter vertreiben ab sofort die Produktpalette von We-shoplight. Aichinger will im Bereich Licht weiterhin mehrgleisig fahren. ☛

**Pizza Hut hat genug
von Österreich**

Die US-Schnellimbisskette „Pizza Hut“ zieht sich nach sieben Jahren aus Österreich zurück. Das berichtet das Nachrichtenmagazin „profil“ in seiner September-Ausgabe. Von Österreich-weit angepeilten 50 Pizza-Lokalen seien nur in Wien fünf Restaurants eröffnet worden. Im August schloss das letzte verbliebene Restaurant in der Wiener Innenstadt seine Pforten. Bereits 2001 musste Joachim Richling, Chef des österreichischen Pizza-Hut-Franchisenehmers ProRest, das erste von fünf Restaurants wegen Kundenmangels wieder schließen. Drei weitere Pizza-Hut-Restaurants stellten in den vergangenen Monaten ihren Betrieb ein. ☛

**Bäko-Zentrale Nord
mit Strukturkonzept**

Die Bäko-Zentrale Nord eG setzt sich ein ehrgeiziges Ziel. Zusammen mit der Unternehmensberatung IBB Consulting, München, erarbeitet die Genossenschaft ein neues Strukturkonzept. Der Plan

Anzeige

BREZEL

Gold 585/-massiv
3 Diamanten € 186,-
Als Anstecknadel € 207,-
Kette Gold 585/-, 42 cm
€ 57,-
Ohrstecker Gold 585/-
p. Stück € 51,-
Auf Wunsch Prospekt

Ilse H. Pfisterer
Schmuck aus
der Goldstadt
Elisabethstraße 2
75180 Pforzheim
Tel. + Fax 072 31/76 61 08

soll Ende Januar 2004 vorliegen. Ziel ist es, im Wettbewerb besser bestehen zu können. Kräfte sollen gebündelt werden, um Synergiepotenziale auszuschöpfen. Bäko-Zentrale-Nord-Geschäftsführer Lutz Henning will die Sache pragmatisch angehen: „Das soll keine Studie für die Schublade werden, sondern sie soll die Arbeit effizienter machen.“ ☛

Lambertz gibt Gas

Erstmals in der Geschichte der Lambertz-Gruppe mit Sitz in Aachen ist der Sprung über die Umsatzmarke von 400 Mio. € gelungen. Zum knapp 10-prozentigen Umsatzwachstum der Aachener auf 416 Mio. € trug laut Dr. Hermann Bühlbecker, Alleingesellschafter des Unternehmens, eine Reihe von Faktoren bei. Zum einen kämen die Investitionen in den osteuropäischen Markt zum Tragen, zum anderen habe vor allem der Einstieg in neue Produktsegmente dazu beigetragen. So mache der Anteil des Ganzjahresgebäcks inzwischen gut 60% der Erlöse aus. Die Gruppe sei „abermals deutlich stärker als die Branche“ gewachsen und habe ihre Position unter den größten deutschen Gebäckherstellern behauptet, erklärte Bühlbecker. Das Stammhaus Aachener Printen- und Schokoladenfabrik Henry Lambertz GmbH & Co. KG steigerte den Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr 2002/2003 (30. Juni) um knapp 11% auf 282 Mio. €. Die Nürnberger Lebkuchenfabrik Weiss GmbH & Co. mit Produktionsstätten in Nürnberg und Ulm

+ PERSONALIEN +

WALTER SCHMIDT (40), ist als Außendienstmann für die Firmengruppe WP-L und Kemper zuständig für das Frankenland und angrenzende Gebiete bis vor die Tore Stuttgarts. In mehr als 13 Jahren Tätigkeit für das Unternehmen hat er sich einen Namen als Projektleiter für Um- und Neubauten sowie als Systemspezialist gemacht. Jetzt erweitert Schmidt seinen Aktionsradius um die Postleitzahlen-Gebiete 95, 96 und 97.



Walter Schmidt

MIRNES HUSKIC (23), Diplom-Betriebswirt und Groß- und Außenhandelskaufmann, hat im September 2003 die neu geschaffene Funktion des Junior Key Account Managers der Cerealia Unibake GmbH & Co. KG, Verden, übernommen. Huskic betreut den Großhandel und die bedeutendsten Großkunden. Cerealia Unibake gehört zum Konzern Cerealia AB in Schweden, einem der 15 umsatzstärksten Backwaren-Hersteller der Welt.



Mirnes Huskic

steuerte im abgelaufenen Geschäftsjahr 80 Mio. € zu den Gruppenerlösen bei. Die zu Lambertz gehörenden Marken Haerberlein & Metzger sowie Kinkartz entwickelten sich unterschiedlich: Haerberlein & Metzger habe den Umsatz auf 12,3 Mio. € ausgebaut, Kinkartz konnte sich mit 33 Mio. € behaupten, so Bühlbecker. Der Exportanteil der Gruppe erreichte knapp 11%. Die Investitionen erreichten 13,5 Mio. €. Die Zahl der Mitarbeiter in den sechs deutschen und dem polnischen Betrieb stieg auf 3.405. ☛

Anzeige

Schnäppchen

sofort lieferbar!

contino 1000

Industrierausführung mit Trommelfilter

Bandwaschanlage mit Vor- und Hauptwaschung sowie zweifacher Spülung und Trocknung, geeignet für folgende Stundenleistungen:

- 1000 Kisten 60/40
- 1000 Transportblechen 60/40 Vierrand
- 500 Backbleche 58/78 (400 Stück 58/98)
- 300 Schnittenblechen

Maschinenlänge ohne Rollbahn 10m, Rechtsausführung, Beheizungsart und Rollbahnausführung wählbar, Baujahr 2001, grundüberholt und neuwertig

KITZINGER
Apparatebau GmbH
Altholzkrug 9
24941 Flensburg
Fon 0461 95366
Fax 0461 93286
info@kitzinger-gmbh.de



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

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

www.FRITSCH.info

FRITSCH

Konjunkturflaute erreicht Tiefkühlbranche

Erstmals seit Jahren rechnet die Tiefkühlbranche mit einem Verbrauchs- und Umsatzrückgang in Deutschland. Nach Erhebungen des Deutschen Tiefkühlinstituts (dti) wird der Gesamtabsatz von Tiefkühlkost – ohne Rohgeflügel und Speiseeis – um 1,3% zurückgehen. Daraus resultiere insgesamt ein Verbrauch von 2,508 Mio. t bis zum Ende 2003. Der Umsatzwert dürfte mit 8,81 Mrd. € um 2,3% sinken. Der Pro-Kopf-Verbrauch werde voraussichtlich 30,4 kg betragen und damit 400 g unter dem Vorjahreswert liegen. Die Privathaushalte werden nach dti-Angaben mit knapp 1,31 Mio. t mengenmäßig 1,5% weniger Tiefkühlkost im Vergleich zum Vorjahr verzehrt haben.

Der Umsatzwert dürfte 5,11 Mrd. € erreichen. Im Lebensmittelhandel einschließlich Heimdienste und Discounter würde der Tiefkühlkostumsatz damit um 2,5% zurückgehen. In den einzelnen Bereichen der Außer-Haus-Verpflegung werde der Verbrauch knapp 1,2 Mio. t mit einem Umsatzwert von etwa 3,7 Mrd. € betragen. Dies entspreche einem Mengenrückgang von 1% sowie einem Umsatzminus von rund 2%. „Obwohl die Tiefkühlentwicklung aufgrund der unbefriedigenden Situation in der gesamten deutschen Ernährungswirtschaft in diesem Jahr eine leichte Delle bekommen wird, bleiben wir optimistisch“, kommentiert dti-Geschäftsführer Manfred Sassen die vorliegenden Daten. ◀

Monsanto zieht sich aus Europa zurück

Während der US-amerikanische Biotechnologie-Konzern Monsanto sich kürzlich mit Bayer darauf geeinigt hat, dass beide Firmen künftig gegenseitig die Biotechnologie-Patente im Bereich gentechnisch veränderte Nutzpflanzen des anderen gegen Entgelt nutzen dürfen, kommt parallel vom amerikanischen Nachrichtenticker die Meldung, Monsanto wolle sich aus dem europäischen Getreide- und Saatensbusiness zurückziehen und sein Headquarter in Cambridge, UK, sowie mehrere Saatzuchtbetriebe in Frankreich, Deutschland und der tschechischen Republik schließen. Monsanto begründet diesen Schritt mit der Konzentration des Unternehmens auf die ertragskräftigen Businesssparten. Das 1998 gestartete Projekt, mit dem man versuchen wollte, Hybridweizensorten in Europa zu vermarkten, habe nicht den erwarteten Erfolg gezeigt. Mit der von europäischen Verbrauchern wenig geschätzten Gentechnik habe das alles überhaupt nichts zu tun. ◀

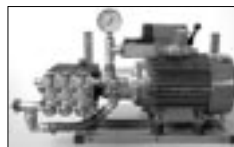
Burger-Knäcke wächst

Mit einem Umsatz von 16,5 Mio. € und einer Steigerung von gut 22% im abgelaufenen Geschäftsjahr (Mai 2003) ist die Burger Knäcke GmbH & Co. KG aus Burg zufrieden. Die Wachstumsgrenzen sind aber noch nicht erreicht. Die Traditionsmarke Burger-Knäcke ist mit 60% Marktanteil in den

Anzeige

Bobby Joseph Vilsmeier GmbH & Co.KG.
Niederdruck-, Mitteldruck- und Hochdruckreinigungsanlagen
Bruchstraße 25
D-67098 Bad Dürkheim
 Telefon: **06322 – 12 19**
 Fax: **06322 – 68 937**
 Internet: **www.bobbyanlage.de**

Beratung - Projektierung eigener Kundendienst



Motor-/Pumpeneinheiten oder komplette betriebsfertig montierte Systeme

neuen Bundesländern führend bei Knäckebrot. Im Westen rangiert Burger hinter dem Marktführer, der Barilla Wasa Deutschland GmbH, Köln, auf Platz zwei. In den vergangenen zwölf Monaten steigerte Burger bundesweit den Marktanteil beim Absatz von 12,3 auf 16,3%. Bei Knäckebrot und im Zwiebacksegment kletterte der Marktanteil von 10,3 auf 13,1%. Seit Mai 2001 ist die Knäckebrot-Fabrik eine 100-prozentige Tochter des westfälischen Zwiebackkonzerns Brandt.

Weiteres Wachstumspotenzial sieht Burger-Knäckebrot im Exportgeschäft. Momentan liefern das Unternehmen in 27 Länder. Mit 5% am Gesamtvolumen sind die Auslandsgeschäfte ausbaufähig. ◀

Unilever steigt ins Frischbrotgeschäft ein

Mit dem Angebot von frischem Brot betritt Unilever Bestfoods Nederland Neuland im Frische-Segment. Die ehemalige MeisterMarken-Mutter beliefert seit dieser Woche die meisten Filialen des niederländischen Einzelhändlers Albert Heijn (AH) mit Weißbrot der Unilever-Marke „Blue Band Goede Start“, das in den Läden frisch gebacken wird. Lieferant der 800-g-Teiglinge ist der Backwarenhersteller Bakkersland, der für das Brot eine spezielle Backmischung von Unilever bezieht und es für 1,49 € pro Laib verkauft. Das Blue-Band-Weißbrot, „das wie

jedes Weißbrot schmeckt“, enthält durch den Zusatz von Ballaststoffen, Vitaminen und Mineralien nach Unilever-Angaben alle wichtigen Bestandteile eines Vollkornbrots und gehört damit zur Gruppe Functional Food. Marktforscher haben festgestellt, dass 70% der Mütter in den Niederlanden darüber klagen, ihre Kinder wollten kein Vollkornbrot essen. Mit dem weichkrustigen Weißbrot unterstütze Unilever die Bemühungen der Eltern um eine gesunde Ernährung, so das Unternehmen in einer Stellungnahme. ◀

Rational AG steigert Umsatz

Die Rational AG, Landsberg, steigerte den Umsatz im ersten Halbjahr um 7% im Vergleich zum Vorjahr von 82,4 Mio. € auf 88,2 Mio. €. Das Ergebnis vor Steuern und Zinsen (EBIT) liegt nach Unternehmensangaben bei 17,7 Mio. €. Ein sattes Plus von 35% gegenüber dem Vorjahr. Ursache dafür ist neben der Umsatzsteigerung das konsequente Kostenmanagement. Die AG produziert Combi-Dämpfer für Hotellerie und Systemgastronomie. ◀

Gäubodenbäcker unter Bayerns Best 50

Seit 1998 hat Bäckermeister Rudolf Hahn, Chef der Gäubodenbäckerei GmbH aus Geiselhöring (Landkreis Staubing-Boden), rund 160 neue Stellen geschaffen. Der Umsatz der Bäckerei ist um 358% gewachsen, für 2003 rechnet das Unternehmen mit rund 7,5 Mio. €. Das sind Wachstumsraten, die der GmbH in diesem Jahr den Preis „Bayerns Best 50“ einbrachte. Damit zeichnet das Bayerische Wirtschaftsministerium Firmen aus, die zwischen 1998 und 2002 überdurchschnittliche Zuwächse bei Mitarbeitern und Umsatz verzeichnen können. In der 3.000 m² großen Produktion verbacken die Mitarbeiter täglich rund 5 t Mehl. 38 Filialen werden beliefert. „Ideal wären ein Wachstum auf unserer bestehenden Verkaufsfläche und ein bis zwei neue Verkaufsstellen pro Jahr“ erklärte Rudolf Hahn seine Zukunftspläne. ◀





Der Kombi-Discount

Brot, Fleisch und Gemüse unter einem Discountdach in Düsseldorf. Zimbo Fleischwaren initiiert neues Billigkonzept.

Die Düsseldorfer Nordstraße scheint ein ideales Experimentierfeld für Discounter zu sein. Nachdem der erste Backwaren-Discount, das Backwerk, hier vor einigen Jahren die Tore öffnete, entwickelte sich ein wahrer Pilgerstrom von interessierten Großbäckern und hoffnungsfrohen Seiteneinsteigern in die nordrhein-westfälische Landeshauptstadt.

Seit einigen Wochen macht die Nordstraße erneut von sich reden – wieder mit einem Discountkonzept, diesmal allerdings unter Führung eines großen Fleischverarbeiters. Die RZ Zimmermann GmbH & Co. Holding KG, Bochum, besser bekannt unter dem Markennamen Zimbo, entschloss sich, ebenfalls in die Discountschiene einzuschwenken, und hat zusammen mit einem Bäcker und einem Gemüse-großhändler den wohl ersten Kombi-Discount unter dem Namen Diema aus der Taufe gehoben.

Nach Aussagen von Geschäftsbereichsleiter Paul-Günter Schmidt aus dem Hause Zimbo stammen die angebotenen Backwaren aus der Backstube der Großbäckerei Müller, Neufahrn/München.

Über die Ertragssituation lässt sich momentan noch wenig sagen. Bei einem Besuch unserer Redaktion war der Kundenzuspruch eher verhalten, was aber auch an der Tageszeit oder am schlechten Wetter gelegen haben mag. Eines steht allerdings außer Frage: Das Backwerk hat direkt vor der Wiege Konkurrenz bekommen, die sich in jedem Fall auf den Umsatz auswirken wird. ■



TIEFKÜHLBACKWAREN



Tel. 07662 9303 16

Fax 07662 9303 30

Hiestand & Suhr Handels- und Logistik GmbH