

# Ein russisches Haus des Brotes



Am 2. Oktober 2005 legte Backaldrin den Grundstein zum Haus des Brotes.

Im Modell das Gebäude, das dereinst Verwaltung, Vertrieb und Versuchsbackstube beheimaten und darüber hinaus Vertretungen von Maschinenbauunternehmen Platz bieten soll.

Der österreichische Backmittelhersteller Backaldrin ist seit Mitte der 90er Jahre auf dem russischen Markt aktiv. Vertrieben wird ähnlich wie in Deutschland ein breites Sortiment an Backmitteln, Vor- und Fertigmischungen, Aromen, Füllungen und Dekorartikeln. Für die in Moskau beheimatete Tochtergesellschaft, die von Generaldirektor Sergej Borissow geleitet wird, entstehen zur Zeit auf insgesamt 3.150 m<sup>2</sup> am Rande von Moskau neben einem zweistöckigen Bürogebäude eine Schaubäckerei zu Schulungszwecken, ein Ausstellungsgebäude und eine

*Backaldrin gehört mit 20 Vertriebspartnern landesweit zu den erfolgreichen Backmittelanbietern auf dem russischen Markt. Ein „Haus des Brotes“ soll die Verbindung mit der russischen Backbranche auf vielfältige Weise stärken, aber auch befreundeten Unternehmen Platz bieten.*

Lagerhalle. Außer dem eigenen Unternehmen sollen die Gebäude auch befreundeten deutschen Maschinenbauunternehmen Platz bieten. Produziert werden die Rohstoffe weiterhin im österreichischen Asten.

Im Umfeld der russischen Fachmesse „Modern Bakery“ hatte Peter Augendopler, Vorstand der Backaldrin Holding AG mit Hauptsitz in Asten, zur Grundsteinlegung für das „Haus des Brotes“ geladen. Augendopler betonte in seiner Ansprache die lange Tradition der Brotqualität, die es in Russland ebenso

gebe wie in Deutschland und Österreich. Diese zu erhalten und zu fördern, sei eines der Ziele, die mit den Schulungskapazitäten des Hauses erreicht werden sollen.

Backaldrin betreibt in Russland mehr als 20 regionale Vertretungen von Brest bis Vladivostok und vom Nordmeer bis in den Kaukasus. Weltweit erzielte das österreichische Familienunternehmen, das in Jordanien gerade eine zweite Produktionsanlage baut, 2004 einen Umsatz von 82 Mio. €, wovon rund 78% auf rund 70 ausländischen Märkten generiert werden. ■

