

Stichtag 1. Mai 2004

Im Mai dieses Jahres werden zehn Länder der Europäischen Union beitreten. Acht dieser Staaten liegen in Mittel- und Osteuropa und damit nahe an den westeuropäischen Märkten. Darüber, wohin sich die dortigen Märkte und Unternehmen entwickeln, diskutierten in Bratislava Dr. Daniel Gerbel, Aart Jan Hartman, Ehler Meyer und Thomas Schwarz mit Chefredakteurin Hildegard M. Keil.

Keil: Wie sieht eigentlich es auf den Backwarenmärkten in den osteuropäischen Beitrittsländern heute aus? Sind die Märkte verteilt und wenn, wer dominiert? Wie schätzen Sie die Situation im Baltikum ein?

Hartman: In den baltischen Republiken gibt es eine große Dominanz finnischer Unternehmen wie Vaasan & Vaasan oder Fazer. Die einheimischen Backbetriebe und ihre künftige Marktbedeutung sind derzeit schwierig einzuschätzen.

Schwarz: Rund 70% des Markts im Baltikum sind heute in finnischer Hand und diese Bäckereien sind auch in die Konzerne integriert. Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die finnischen Unternehmen ist die Tatsache, dass sie sich sehr stark auf die Herstellung einheimischer Produkte stützen.

Hartman: Das sehe ich etwas anders, die Firmen haben durchaus viele typisch finnische Produkte auf den Markt gebracht.

Meyer: Was ist denn die Zielsetzung der Unternehmen. Geht es denen nur um die baltischen Märkte?

Gerbel: Logistisch gesehen ist das Baltikum in einer Stunde von Helsinki aus zu erreichen. Außerdem sind die osteuropäischen Märkte schon deshalb interessant, weil der Brotverzehr pro Kopf hier weit über dem westdeutschen Niveau liegt. In der Slowakei werden 94 kg pro Kopf und Jahr gegessen, im Baltikum sogar über 100 kg.

Hartman: Der Markt in Finnland ist verteilt. Das Baltikum und die Region St. Petersburg sind die im wahrsten

Aart Jan Hartman, Direktor Marketing und Sales der niederländisch-deutschen Maschinenbaugruppe Kaak.



Aart Jan Hartman (39)

Der Direktor Marketing und Sales der niederländisch-deutschen Maschinenbaugruppe Kaak ist Bachelor of Business Administration, der sich während seines Studiums in Schotland u.a. auf internationales Marketing spezialisierte. Heute repräsentiert er international eines der führenden Maschinenbauunternehmen Europas, das seinen Schwerpunkt auf die Entwicklung von Brotproduktionen setzt. Dabei liegt ihm Osteuropa und seine Märkte nicht zuletzt wegen seiner hohen Brotkultur am Herzen. Mit seinen Mitarbeitern bietet er von der Produktentwicklung bis zur Beratung und Schulung ein umfangreiches Serviceprogramm rund um die Anlagentechnik der Gruppe an. Die Kaak-Gruppe setzt sich zusammen aus dem Stammhaus Kaak, Spezialist für Prozesssysteme, Produkthandling und Transportsysteme, der Firma Benier, Hersteller von Aufarbeitungsmaschinen und Anlagen sowie dem Thermoöfenbauer Daub aus Hamburg.

Zu erreichen sind die Unternehmen der Kaak-Gruppe und A.J. Hartman unter Kaak Nederland B.V., Tel.: +31-315-33 91 11, Marketing@kaak.nl, www.kaak.nl



Sinn des Wortes nächstliegenden Märkte. Natürlich kann man heute und für die nächste Zukunft in diesen Ländern günstiger produzieren als in Skandinavien und der bisherigen EU und Tiefkühlbackwaren, Toast, Kuchen und andere länger haltbare Artikel zurück in die EU bringen.

Schwarz: Kurz- und mittelfristig haben die Unternehmen in Märkte investiert, auf denen ähnliche Verzehrsgewohnheiten herrschen wie in ihren Heimatländern. Langfristig geht es sicher auch um günstige Produktionskosten.

Keil: Rund 30% des Markts werden von inländischen Herstellern bedient. Was sind das für Betriebe? Hat sich eine Handwerksstruktur entwickelt, existiert die heute noch oder ist sie, ähnlich wie in Russland, mit der großen Krise 1998 wieder verschwunden, weil sie weder ausreichend Kapital hatte noch bekam und auch sonst einigen Diskriminierungen ausgesetzt war?

Gerbel: Es gibt im Baltikum wie in allen osteuropäischen Beitrittsländern durchaus ein mittelständisches Handwerk, das allerdings in der Regel in drei Schichten arbeitet und erhebliche Mengen produziert. Aber es stimmt auch, dass von den Handwerksbetrieben, die in den vergangenen zehn Jahren gegründet wurden, inzwischen mehr als 60% wieder verschwunden sind.

Keil: Welche Marktbedeutung haben die Handwerksbetriebe?

Gerbel: Sie können durchaus lokale Marktführer sein. Man sollte ihre Bedeutung nicht unterschätzen. Das Verhältnis 70% finnische, 30% inländische Firmen stimmt zweifellos nur in den Großstädten. Vor allem der Einstieg der internationalen Supermarktketten vor zwei, drei Jahren sorgte für eine Verschiebung zugunsten der finnischen Großbäckereien.

Keil: Sind die Betriebe technisch und technologisch fit für die Zukunft?

Gerbel: Das ist unterschiedlich, leider ist bei den meisten Klein- und Mittelbetrieben Geld Mangelware.

Keil: Wären die Mittelständler von der Qualität her exportfähig?

Schwarz: Es gibt im Baltikum Mittelständler, die TK-Ware an Hotels auch im Ausland liefern, aber weniger nach Westen als nach Osten. Viele mittelständische Unternehmen versuchen sich zu positionieren. Andere warten ab. Im Baltikum hab ich den Eindruck, die Zögerer im Mittelstand haben die Mehrheit, in der Slowakei ebenfalls. In Tschechien und Polen sieht das anders aus, wobei die Ankunft der Supermarktketten nur ein Aspekt ist, der die Märkte verändert. Auch die Konsumgewohnheiten wandeln sich und ich gehe davon aus, dass überall dort, wo zunehmend margenstärkere Spezialbrote gekauft werden, auch die Importe wachsen.

Keil: Erwarten Sie, dass die Supermärkte ihre Lieferanten aus dem Westen mitbringen oder werden sie lokal einkaufen?

>>

Anzeige

frisch & sicher

Gerade im Foodbereich müssen die Produkte hygienisch einwandfrei zum Endverbraucher gelangen. In unserer extra dafür vorgesehen Backwaren-Serie werden Ihre frischen Qualitätsprodukte optimal verpackt, transportiert, gelagert und präsentiert. **Nicht ein Behälter für Vieles, sondern viele Behälter für Spezielles!**

südback • Halle 4.1 • Stand 150

bekuplast

Clevere Produkte mit System

bekuplast GmbH • Industriestraße 1 • D-49824 Ringe
Tel. +49-(0)59 44/93 33-0 • Fax +49-(0)59 44/93 33-50
www.bekuplast.com • info@bekuplast.com

© www.freiSIGN.de

Estland

Einwohnerzahl: 1.435.000

Bruttosozialprodukt pro Kopf in € (2000) 4009

Monatliches Bruttoeinkommen pro Kopf (2001) in € 146

Ethnische Zusammensetzung

Esten 65,3%, Russen 28,1%, Ukrainer 2,5%, Weißrussen 1,5%, Finnen 0,9%

Beschäftigungsverteilung 2002

Land-/Forstwirtschaft, Jagd, Fischfang 6,7%, Industrie 25,9%, Bauwirtschaft 6,6%, Dienstleistungen 54,5%, andere 6,2%



Beschäftigungsverteilung 2000

Land-/Forstwirtschaft, Jagd, Fischfang 17,1%, Industrie 20,7%, Bauwirtschaft 6,5%, Dienstleistungen 55,7%

Polen

Einwohnerzahl: 38.650.000

Bruttosozialprodukt pro Kopf in € (2000) 4693

Monatliches Bruttoeinkommen pro Kopf (2001) in € 540

Ethnische Zusammensetzung

Polen 97%, Deutsche 1,3%, Ukrainer 0,6%, Weißrussen 0,5%

Beschäftigungsverteilung 2001

Land-/Forstwirtschaft 19,2%, Industrie 24,0%, Baugewerbe 6,7%, Dienstleistungen 50,1%



Ethnische Zusammensetzung

Slowaken 85,8%, Ungarn 9,7%, Roma 1,7%, Tschechen 0,8%, Ruthenen 0,4%, Ukrainer 0,2%, Deutsche und Polen 0,1%

Beschäftigungsverteilung 2001

Land-/Forstwirtschaft 6,3%, Industrie 29,1%, Baugewerbe 7,9%, Dienstleistungen 56,7%

Slowenien

Einwohnerzahl: 1.988.000

Bruttosozialprodukt pro Kopf in € (2002) 10267

Monatliches Bruttoeinkommen pro Kopf (2001) in € 990

Ethnische Zusammensetzung

Slowenen 87,8%, Kroaten 2,8%, Serben 2,4%

Beschäftigungsverteilung 2001

Industrie 38,6%, Land-/Forstwirtschaft 9,9%, Dienstleistungen 51,4%



Lettland

Einwohnerzahl: 2.417.000

Bruttosozialprodukt pro Kopf in € (2000) 3270

Monatliches Bruttoeinkommen pro Kopf (2001) in € 198

Ethnische Zusammensetzung

Letten 57,6%, Russen 29,6%, Weißrussen 4,1%, Ukrainer 2,7%, Polen 2,5%, Litauer 1,4%

Beschäftigungsverteilung 2001

Land-/Forstwirtschaft 15,1%, Industrie 18,6%, Baugewerbe 6,7%, Dienstleistungen 59,6%



Tschechien

Einwohnerzahl: 10.273.000

Bruttosozialprodukt pro Kopf in € (2000) 5880

Monatliches Bruttoeinkommen pro Kopf (2001) in € 491

Ethnische Zusammensetzung

Tschechen 90,3%, Mähren 3,7%, Slowaken 1,9%, Polen 0,5%, Deutsche 0,4%, Ukrainer 0,2%, Roma 0,1%

Beschäftigungsverteilung 2001

Land-/Forstwirtschaft 4,6%, Industrie 40,5%, Dienstleistungen 54,6%



Ungarn

Einwohnerzahl: 10.152.000

Bruttosozialprodukt pro Kopf in € (2001) 5690

Monatliches Bruttoeinkommen pro Kopf (2001) in € 510

Ethnische Zusammensetzung

Ungarn 96,6%, Minderheiten: Kroaten, Deutsche, Roma, Rumänen, Serben, Slowaken, Slowenen



Litauen

Einwohnerzahl: 3.698.000

Bruttosozialprodukt pro Kopf in € (2000) 3281

Monatliches Bruttoeinkommen pro Kopf (2001) in € 203

Ethnische Zusammensetzung

Litauer 81,4%, Russen 8,3%, Polen 6,9%, Weißrussen 1,5%, Ukrainer 1,0%



Slowakei

Einwohnerzahl: 5.402.000

Bruttosozialprodukt pro Kopf in € (2001) 4270

Monatliches Bruttoeinkommen pro Kopf (2001) in € 364



Anzeige

IST IHRE MASCHINE SCHON EIN ALTER HUT ?



VORSPRUNG DURCH INNOVATION

**DIE LÖSUNG:
BROTSCHEIDEMASCHINEN
MIT NEUESTER TECHNOLOGIE**

Südback 2004
Halle 5, Stand 5.0.302

Schwarz: In den meisten Beitrittsländern verfügen die Brotfabriken über sehr große Kapazitäten für Standardprodukte, die zudem in der Regel nicht ausgelastet sind. Die Überkapazität liegt teilweise bei 50%. Das bedeutet, dass die Supermärkte sich dort sehr günstig eindecken können. Was die modernen Brotsorten wie Baguettes betrifft, ist das in den Qualitäten und zu den Preisen, die der Handel erwartet, derzeit nicht so ohne weiteres möglich. Es gibt im Westen Produzenten, die kostentechnisch sehr günstig dastehen und entsprechend preiswert anbieten können.

Gerbel: Ich glaube an die gewachsene Brotkultur und die Verzehrstradition in Mittel- und Osteuropa. Die traditionellen Sorten werden noch Jahre dominieren und die Supermärkte bauen ihre Strategien auch auf diese Sorten auf. Aber es stimmt auch, dass Brot heute ein Exportartikel ist und diese Tatsache von vielen hiesigen Betrieben unterschätzt wird.

Hartman: In den Niederlanden gab es in den 60er Jahren keine Baguette-Tradition und keine Produktionslinien dafür. Heute steht im Land eine Vielzahl von Linien, die jeweils 2.500 Stück pro Stunde produzieren. Ich stimme zu, dass die lokalen Betriebe mit ihren traditionellen Frischprodukten ihren Markt vorerst behalten, aber über Hotels und Gastronomie lernen die Menschen Baguettes und Ciabatta kennen und schätzen.

Meyer: Es besteht natürlich die Chance, dass westeuropäische Firmen sich künftig in den Beitrittsländern engagieren und so Rezepturen, Technik und Verfahren mitbringen.

Hartman: Die großen westeuropäischen Firmen investieren in ein Werk, verbessern erst einmal Produktionstechnologie und Effizienz. Die Rezepturen bleiben und man versucht, hohe Stückzahlen zu niedrigen Kosten zu produzieren. Erst im zweiten Schritt bringen sie andere Rezepturen und Verfahren ins Land. Im Baltikum ist der erste Schritt getan. In den kommenden fünf Jahren wird es den zweiten Schritt geben.

Keil: Gilt eigentlich für alle ost- und mitteleuropäischen Märkte, dass das Handwerk eher eine bescheidene Rolle spielt?

Gerbel: Sie müssen bedenken, dass die handwerkliche Tradition nach dem Zweiten Weltkrieg in diesen Ländern weitgehend ausgelöscht wurde, abgesehen von wenigen Ausnahmen in Polen und Ungarn. Nach dem Ende des sozialistischen Experiments kam dann die Privatisierung. In Polen entstanden in dieser Zeit viele kleine und mittlere Handwerksbetriebe, so dass beinahe keine Industrie geblieben ist. In Ungarn war die Privatisierung rasch abgeschlossen, aber bevor die neuen Eigentümer die Betriebe an die staatlichen Fonds abzahlen konnten, kamen schon die Supermärkte und >>

Anzeige

Diese Brötchenanlagen könnten Ihnen so passen!



Zuverlässig im Handwerksbetrieb

Die computergesteuerten **KÖVY-Brötchenanlage** überzeugt durch Leistung und Wirtschaftlichkeit. Sie setzt neue Maßstäbe für Qualitätsbrötchen – ob mit Handablage oder mit ihrer Kopfmachine.

Ein Ausbund wie aus dem Lehrbuch

Entspannte Teiglinge durch Tellerhalter und Zwischengärschränke, sowie die spezielle **KÖVY-Schneidetechnik** liefern Schnittbrötchen, die sich sehen lassen können.

Das Messer macht's!



Rationell im Mittel- oder Großbetrieb

Die computergesteuerte **KÖVY-Brötchenanlage** produziert rationell Schnittbrötchen, die nicht nach maschineller Fertigung aussehen.

Schnittbrötchen wie von Hand gemacht

Vorgärschränke Zwischengärschränke und unsere besondere Schneidetechnik zeigen ausgezeichnete Ergebnisse – auch bei großen Stückzahlen.

Das Messer macht's!



Vollautomatisch mit Kopfmachine

Aus der computergesteuerten **KÖVY-Brötchenanlage** wird mit einer Kopfmachine ein Brötchenautomat, der noch mehr aus ihrem Teig macht.

Schnittbrötchen zum Anbeißen

Mit minimalem Arbeits- und Personalaufwand erzielen Sie meisterhafte Backergebnisse.

Das Messer macht's!

Besuchen Sie uns auf der Südback:
Halle 6, Stand 226

Die richtige Anlage
für jede Betriebsgröße.
Gern nennen wir Ihnen Referenzbetriebe.

 **KÖVY**

BÄCKERREIMASCHINENBAU GMBH
D-44319 Dortmund · Zum Lonnenhohl 38
Tel. (02 31) 21 72 35-36 · Fax (02 31) 21 60 08

**brot+backwaren-
Chefredakteurin
Hildegard M.
Keil moderierte
die Diskussion.**

Hildegard M. Keil (53)

Die Diplom-Volkswirtin arbeitet seit mehr als 20 Jahren als Fachjournalistin für die Ernährungsbranche. Nach mehreren Jobs als Chefredakteurin verschiedener Backfachzeitschriften gründete sie vor 3 Jahren einen eigenen Verlag und gibt dort seither *brot+backwaren* sowie eine englisch- und russischsprachige Fachzeitschrift heraus. Darüber hinaus ist sie Systemführerin eines branchenspezifischen Nachrichtendienstes und Herausgeberin einer Fachzeitschrift für die Süßwarenindustrie.

Zu erreichen per Telefon unter
+49-40-38 09 482 oder
+49-171-53 14 579 oder per Mail: Hildegard_Keil@t-online.de



setzen sie unter Druck. So blieben in Ungarn von der ursprünglichen Brotindustrie höchstens 30%. In Tschechien und der Slowakei haben die Industriebetriebe nach wie vor eine gute Position. Bis zu 80% des Markts sind in ihrer Hand. Aber auch hier beginnen die Supermärkte die Preise zu drücken, verlangen Sortiment, Qualität und Zahlungsfristen von bis zu 45 Tagen. Was deshalb heute in den Supermärkten zum Teil an Qualität angeboten wird, lässt die Augen von Fachleuten tränen. Derart ausgequetscht haben die Industriebetriebe ohne ausländische Investoren, die Geld und Management-Know-how bringen, wenig Chancen. Viele Supermarktketten haben in Mitteleuropa obendrein eigene Bäckereien entwickelt, so dass in Tschechien, Ungarn und Polen bis zu 10% in den Supermärkten nicht nur abgebacken, sondern komplett hergestellt werden.

Keil: Glauben Sie an die Entstehung kleiner Brotshops oder Brotboutiquen auf den osteuropäischen Märkten?

Unisono: Absolut, auf jeden Fall.

Gerbel: Es gibt sie teilweise schon. Viele Backwarenhersteller haben bereits verstanden, dass das eigene Filialnetz die Grundlage der Existenz ist, ein Schutz vor dem Diktat der Supermärkte. Außerdem hat man den direkten Kontakt mit dem Kunden und das Geld gleich nach dem Verkauf in der Kasse.

Hartman: Das wird keine Entwicklung sein, die in den nächsten fünf Jahren stattfindet, sondern langfristiger. Im Baltikum ist der Markt mit zwei Anbietern nicht gesättigt. Es bleiben einerseits Nischen für private Anbieter und andererseits gehe ich davon aus, dass über kurz oder lang ein dritter, möglicherweise westeuropäischer Big Player auftaucht.

Keil: In Polen dauerte die Privatisierung sehr lange, es entstanden viele kleine Betriebe und die Industrie kam ins Hintertreffen. Wo steht der polnische Markt heute?

Gerbel: In Polen wurde die Brotindustrie fast ausgelöscht. Es entstand sehr schnell ein breites Handwerk. Eine der



**Dipl.-Ing. Thomas Schwarz
betreut Backbetriebe in Osteuropa für die
Miwe Michael Wenz GmbH.**

Thomas Schwarz (38)

Dipl.-Ing. Thomas Schwarz hat zunächst Bäcker gelernt, bevor er an der Fachhochschule Fulda Bäckertechnologie studierte. Seit vielen Jahren betreut er Backbetriebe in Osteuropa. Heute steht er im Dienst der Miwe Michael Wenz GmbH, Ofenbauer und seit neuestem auch Bäckereimaschinenlieferant aus Arnstein. Zurzeit konzentriert sich Schwarz auf den russischen Markt und die angrenzenden Länder. In Mittel- und Osteuropa ist Miwe darüber hinaus u.a. vertreten durch:

Slowakei: Tchnopek.s.r.o., Kvetoslava Skrovankova, Tel.+Fax: +42 12 26 38 29 27 1
Polen: Geth, Tomasz Guderski, Tel .+48 12 26 2 0 45 8
Tschechien: Pekass s.r.o.Ing. Zdenkek Mastalka, Tel +420 37 72 35 972
Slowenien: URSIC d.o.o. Mojca Ursic, Tel. +386 1 83 91 449
Thomas Schwarz selbst erreicht man unter der Telefonnummer +49-033230 20 289

letzten großen Brotfabriken, die zu ihren besten Zeiten 15% des Markts besaß, ist heute insolvent und wird möglicherweise aus dem Westen aufgekauft.

Schwarz: Ich denke, dass wir in den nächsten Jahren in Polen das große Bäckersterben erleben. Es wurden unzählige Betriebe mit viel zu wenig Kapital und uralten Maschinen gegründet, die schlechte Qualität liefern und auf Dauer nicht konkurrenzfähig sind. Ein Teil dieser Betriebe ist schon wieder verschwunden und finanzkräftigere Betriebe nutzen die Lücken, die dadurch entstehen. In Polen engagieren sich zunehmend deutsche, schweizerische und dänische Betriebe.

Hartman: In Polen fand die Entwicklung eigentlich genau anders herum statt als in den anderen Beitrittsländern. Bislang wurden in Polen nur Linien zur Herstellung von Baguettes, Hamburger Buns und Gipfel aufgestellt und kaum Linien für Kilobrot und Toast. Allerdings werden die modernen Produkte zum großen Teil wieder zurück in die westeuropäischen bzw. skandinavischen Länder exportiert.

Meyer: Die polnischen Verzehrsgewohnheiten ähneln heute den westlichen. Die Krumenstruktur ist wesentlich lockerer, das Brot enthält mehr Wasser als in den meisten anderen osteuropäischen Ländern.

Keil: Wie sieht es mit den Exportchancen der polnischen Mittelständler aus? Haben sie die Kapazitäten und Standards?

Gerbel: Die Kapazitäten sind inzwischen teilweise vorhanden.

Meyer: Die meisten Betriebe sind bereits darauf fixiert, die Ware EU-konform zu produzieren. Gerade für Hygiene wird in letzter Zeit sehr viel getan.

Gerbel: Es gibt in Polen ein Dutzend starker Betriebe, die gut ausgestattet sind, hervorragende Qualität produzieren und lokale Marktführer sind. Es gibt etliche starke Teegebäck- und Kekshersteller, die bereits in die Nachbarländer und auch nach Russland verkaufen. Westeuropa ist nicht der einzige attraktive Markt für polnische Backbetriebe. Auch der eigene Markt ist dank seiner Größe sehr interessant.

Keil: Wird Polen ein Absatzmarkt für westeuropäische Backwaren?

Schwarz: Ich denke eher, dass es einen Import von Know-how, Technologie und Kapital geben wird. Gleichwohl bin ich sicher, dass wir in absehbarer Zeit polnische Brötchen in Berlin finden werden. Die Strecke ist in einer Stunde zu überwinden. >>

Anzeige

Man muß nicht groß sein,
um ein KING zu sein!

Hagesana
www.hagesana.de

CREAM KING ECO 3.0 Neu!
Mini-Schneemaschine mit Kühlung



Qualitätssahneemaschinen der Reihe CREAM KING bieten u.a.:

- Rentabilitätssteigerung durch optimale Rohsahneausbeute bei hoher geschmacklicher Sahnequalität: Aus 1 L Rohsahne erhalten Sie bis zu 4 L Schlagsahne
- Serienmäßige Kühlung
- Hohe Hygienestandards
- Elektronikbedienung bei Maschinengrößen ab 6 L

Verschiedene Größen von 0,5 - 20 L

Mehr unter:
www.cream-king.de

Jetzt auf der Südback
Halle 5.0, Stand 5.0.308

Fragmann Galens (GmbH) - Industriestraße 4 - 51129 Pöhl - Tel: 02261 2110-2110



Begrüßte die Diskussionsteilnehmer in Bratislava: Ing. Vojtech Szemes, Bäckerinnung Slowakei, hier mit Dr. Daniel Gerbel, Sales Manager Diosna.

Hartman: Man könnte in Polen zweifellos auch Toastbrot für den alten EU-Markt produzieren.

Gerbel: In letzter Zeit sind in Polen sehr viele Kapazitäten für Kaiserbrötchen und Baguettes entstanden. Allerdings sind die Kostenvorteile bei den großen Linien gegenüber dem Westen begrenzt und die Kosten für Energie, Rohstoffe etc. nivellieren sich bereits.

Schwarz: Man sollte vielleicht nicht nur auf die Personalkosten schauen, sondern auch die möglichen EU-Fördergelder berücksichtigen.

Gerbel: Das ist momentan ein großes Thema, alle warten darauf und manche Investition wurde deshalb zurückgestellt.

Schwarz: Ich bin sicher, dass auch manche deutsche Bäcker darüber nachdenken, in Polen zu produzieren oder dort Joint Ventures einzugehen.

Hartman: In Polen gibt es heute noch deutlich weniger Supermärkte pro Kopf als in den anderen Beitrittsländern. Das wird sich ändern und damit taucht auch wieder Bedarf an industriellen Kapazitäten auf.

Gerbel: Ich habe polnische Bäcker und andere Brancheninsider gefragt, ob sie eine zunehmende Industrialisierung erwarten. Die Mehrheit tut das nicht. Die Betriebe hier in Polen, aber auch in den anderen Ländern, sind sehr selbstbewusst geworden.

Keil: Wo stehen Tschechien und die Slowakei heute?

Gerbel: In der Slowakei waren die Betriebe politisch bedingt eher aus dem Blickfeld ausländischer Investoren geraten. Das hat der Branche gar nicht schlecht getan. Die Handwerksbetriebe hatten etwas mehr Zeit, auf die Beine zu kommen, bevor die Supermärkte auftauchten. Man findet in Tschechien und der Slowakei heute gut ausgerüstete Betriebe.

Nach der Wende gab es in Tschechien rund 100 Industriebetriebe, in der Slowakei rund 50. Gut 80% der Betriebe haben bis heute überlebt. In Tschechien gibt es dazu rund 1.000 Handwerksbetriebe und in der Slowakei 450. Seit gut fünf Jahren sind die Supermärkte mit verschiedenen Konzepten dabei. 60% des Markts werden von der Industrie gedeckt, fünf bis zehn Prozent von den Supermärkten, der Rest vom Handwerk bzw. Mittelstand.

Keil: Wie sieht die Position der einzelnen Betriebe aus?

Gerbel: Es gibt einzelne Handwerksbetriebe, die eine sehr gute Position haben und zum Teil auch ein eigenes Filialnetz betreiben. In der slowakischen Industrie wurden eher wenige komplett neue Linien aufgestellt. In Tschechien wird der Markt von einer großen und zwei etwas kleineren Industriegruppen dominiert. Die größere Gruppe ist zudem an fünf slowakischen Betrieben

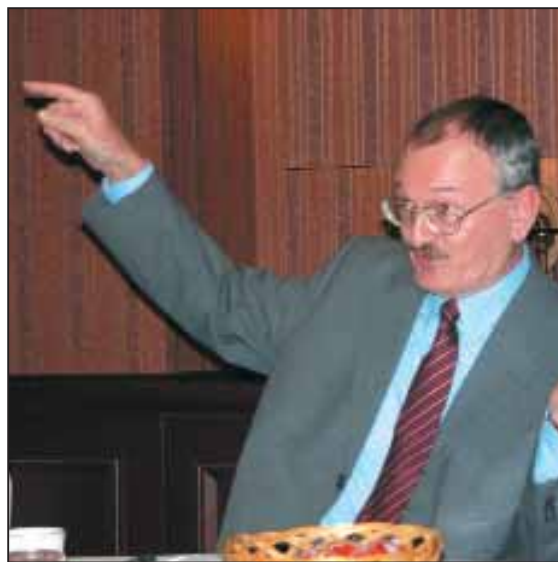
>>

Ehler Meyer (57)

Der Bäcker und Spezialist für Sauerteig- und Vorteigtechnologie arbeitet seit drei Jahren für AT-Hefele. Das Unternehmen bietet diese Verfahren und Anlagentechnik unabhängig von den zu verwendenden Starterkulturen an. Darüber hinaus hat es sich weltweit einen Namen als Silo- und Rohstofflogistikspezialist gemacht.

In Mittel- und Osteuropa ist AT-Hefele über verschiedene Partner zu erreichen:
 Estland: Fa. Rovita oÜ, Vitautas Kershis, Tel: +3 72 7 36 60 49, rovita@rovita.ee oder Food Industry machines, Anatoli Ustinov, Tel. + Fax: +3 72 43 47 106
 Lettland, Litauen: UAB Mebarta, Liucija Bartuseviciene, Tel.: +3 70 52 72 50 40, mebarta@takas.lt
 Polen: Fa. GIKO, Tel. +32-38 48 477 / 38 48 544, giko@giko.pl
 Tschechien: AT- Hefele spol s.r.o., Tel./ Fax: +42067- 72 22 714
 Slowakei: Ing. Vladimir Gerenda, Tel. + Fax: +421 26 81 07 86, gerenda@gtsi.sk
 Ungarn: Fa. Sütögep, Petrovics Janos, Tel. + Fax : +36 29 32 53 33
 Zentrale: service@hefele-baeckereitechnik.de, service@at-pro.de, www.at-pro.de

**Ehler Meyer
 arbeitet als Be-
 zirksleiter für
 AT-Hefele.**





Es muß doch einen Weg geben, Blätter- und Plunderteige effizienter herzustellen ...

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



SÜDBACK
17.04. - 21.04.2004 - Stuttgart
Halle 4, Stand 4.0.322 + 4.0.324

FRITSCH

Waschanlagen....

....super sauber - super leise - die Flüsteranlage unter den Waschanlagen

Südback
Halle 5.0
Stand 232



Die perfekte Lösung für alle,
die Sauberkeit groß schreiben
Für jeden die richtige Waschanlage

LEHRE - line modul



Wir zeigen Ihnen auf der Südback
die perfekte Waschanlage

LEHRE - line speed



Spül- und Waschanlagen für jede
Betriebsgröße, auch für Ihre Filialen



Lehre GmbH Herrenackerstr. 18 64584 Biebesheim
Telefon 06258 / 6650 Telefax 06258 / 7135
eMail: lehre-gmbh@t-online.de
www.lehre-gmbh.de

beteiligt, übt Aktivitäten in Ungarn und Polen aus, besitzt eigene Mühlen und eigene Verkaufsstrukturen und exportiert TK-Teiglinge nach Westen. Eine beachtliche Entwicklung. Ich könnte mir vorstellen, dass ausländische Investoren schon bald Interesse daran zeigen.

Schwarz: Vermutlich werden es vor allem österreichische Betriebe sein, die schon sehr bald hierher liefern oder hier produzieren.

Gerbel: Es gibt beachtliche Unterschiede im Brotschmack, und sowohl Tschechien wie die Slowakei haben eine technologische Besonderheit: In ihrem Kleingebäcksegment dominieren Kipfel. Es gibt in Tschechien nur zwei Anlagenbauer, die hochleistungsfähige automatische Kipfelinien produzieren können und bislang kaum jemanden in Westeuropa.

Keil: Das Gebiet Wien, Bratislava, Győr wird mit der EU-Erweiterung ein großer und einwohnerstarker Wirtschaftsraum ...

Gerbel: Das ist bereits in vollem Gange. Hier entstehen auf ungarischer oder slowakischer Seite zurzeit viele Industriegebiete und sicherlich später auch Bäckereien. Die Investoren sind allerdings nur selten Einheimische und wenn, dann in Kooperation mit ausländischen Investoren.

Keil: Wird dieser Wirtschaftsraum einmal der TK-Teiglingslieferant für Europa?

Gerbel: Ich glaube schon, dass diese Entwicklung kommt. Der Unternehmergeist ist vorhanden, die EU-Gelder werden irgendwann bereitstehen und sowohl die Politik als auch die Legislative unterstützen die Investoren.

Keil: Kommen wir zum Beitrittskandidaten Ungarn. Wie sieht es dort aus?

Gerbel: Die Donau ist auch eine Grenze der Verzehrsgewohnheiten. Ungarn war lange ein Lieblingsland der Westeuropäer, wurde früh unterstützt bei den Umstrukturierungsprozessen. Die Banken waren früh da, ebenso die Supermärkte, und das zumindest war nicht zugunsten der Industriebäckereien. Viele sind wieder geschlossen worden. Heute liegt der Industrieanteil am Markt unter 50%. Parallel entstanden viele Handwerksbetriebe, aber die Supermärkte haben die Oberhand. Der Markt ist verteilt und es gibt sehr erfolgreiche Unternehmen. Ein ungarischer Hersteller von Süßgebäck hat beispielsweise in Ungarn, Tschechien und der Slowakei ein Franchisesystem aufgebaut aus kleinen Verkaufshops, in denen seine Produkte abgebacken werden. Der hat den Markt besetzt, bevor die Westeuropäer kommen.

Meyer: Inzwischen hat er auch in der Slowakei eine Produktion. Die Produkte werden heute in 1.600 Ladenbacköfen gebacken. Die Besonderheit liegt darin,

dass dieser Unternehmer sich nicht nur um den Aufbau einer Produktion, sondern auch um ein Verkaufnetz gekümmert hat. Solche Franchisekonzepte lassen sich auch durchaus an neue Märkte anpassen.

Hartman: Der nächste Schritt wird deshalb in all diesen Ländern auch nicht die Filialisierung sein wie in Deutschland oder Holland, sondern der Aufbau solcher Systemkonzepte mit standardisierter und reproduzierbarer Ware. Das dauert nicht wie bei uns 20 Jahre oder mehr, sondern höchstens fünf oder zehn.

Keil: Slowenien ist der 8. Beitrittskandidat auf dem europäischen Festland. Mit zwei Millionen Einwohnern nicht gerade ein großes Land. Dennoch ein interessanter Markt?

>> Lesen Sie weiter auf Seite 42



Dr. Daniel Gerbel vertritt Knethersteller Diosna in Osteuropa und Skandinavien

Dr. Daniel Gerbel (43)

Geboren in der Slowakei, Studium der Bäckereitechnologie in Moskau, Dissertation in Dresden. Seit 1990 bei Diosna, dort zuständig für die Märkte Osteuropas inklusive Russland sowie Skandinavien, seit 1998 wieder in Bratislava beheimatet. Diosna und Dr. Gerbel messen den Märkten Mittel- und Osteuropas große Bedeutung zu. Umgekehrt ist Diosna heute der wichtigste Kneteranbieter auf diesen Märkten. „Wir wollen“, so Dr. Gerbel, „das Vertrauen der Unternehmen gewinnen. Dazu bieten wir Konzeptunterstützung; professionelle Schulung und Beratung bei der Produktentwicklung, der Einsparung von Energie und Rohstoffen sowie breite technologische Unterstützung.“

Dr. Gerbel ist erreichbar unter
dr.gerbel@euroweb.sk
Telefon: +421-90 55 34 194
www.diosna.de

S&Q Eine Revolution und ihre Folgen

Durch das neue, revolutionäre Backen mit S & Q (System STIR) ergeben sich deutliche Vorteile gegenüber dem Backen mit konventioneller Wärmeübertragung. Das bedeutet für den Bäcker: Backzeit-Einsparungen je nach Gebäckart zwischen 25 und 50%! Die Vorteile im Überblick:

- 1 **Täglich Arbeitszeit einsparen**
- 2 **Personalkosten einsparen**
- 3 **Später anfangen oder früher aufhören**
- 4 **Frischer und früher am Markt**
- 5 **Investitionskosten durch kleinere Backflächen reduzieren**
- 6 **Beste Gebäck-Qualität mit hohem Frische-Faktor**

Speed & Quality

Mehr als 30 Backbetriebe setzen S&Q bereits erfolgreich ein. Fragen Sie nach Referenzen in Ihrer Umgebung.

wachtel

Bäckereimaschinen — Backöfen

Wachtel GmbH & Co. | Hans-Sachs-Str. 2 | D-40721 Hilden
Tel. 02103 49040 | Fax 02103 41940 | www.wachtel.de