

# Die Zeit der komfortablen Margen ist vorbei

**Michael Wippler** und **Daniel Schneider** vom Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V., Berlin, über Stärken und Schwächen, Werkzeugkoffer und Komfortzonen, Aldi und Lidl, iba und südback und die Rückbesinnung auf das Wesentliche.



++ Vor-Ort-Termin beim Zentralverband in Berlin: Michael Wippler und Daniel Schneider im Gespräch mit Hildegard M. Keil

**+ b+b:** Herr Wippler, die Anzahl der Backbetriebe ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich zurückgegangen. Blickt man auf die Umsatzsteuerstatistik, sind es überwiegend die kleineren, teilweise auch die mittleren Betriebe, die verloren gegangen sind. Welche Bedeutung wird das Bäckerhandwerk in fünf Jahren noch haben?

**+ Wippler:** Darauf möchte ich mit einem Beispiel antworten. Als ich 1981 die Bäckerei von meinem Vater gekauft habe, gab es in Dresden 200 Backbetriebe. Als mein Vater den Betrieb von seinem Vater 1947 übernahm, waren es 400. Und als mein Großvater 1910 die Bäckerei in Dresden gründete, gab es 800 backende Betriebe. Das ist ein Strukturwandel, der sich durch die Gesellschaft zieht und natürlich auch durch das Bäckerhandwerk. Meiner Meinung nach ist es eine großartige Leistung, dass es das Bäckerhandwerk geschafft hat, trotz des Strukturwandels, nicht an Umsatz und nicht an Geschäften zu verlieren. Viele Kollegen haben den Strukturwandel als Chance begriffen und sich entsprechend aufgestellt. Und der Wandel wird weitergehen. Etwa 2/3 der Betriebe finden sich in der untersten Umsatzklasse bis 500.000 EUR Jahresumsatz wieder. Für sie ist es schwer, Zukunftsfähigkeit wirtschaftlich darzustellen. Mit einem eigenen Konzept kann aber auch ein kleiner Betrieb erfolgreich sein.

**+ b+b:** Werden wir bei der Anzahl der Betriebe deutlich unter 10.000 landen?

**+ Wippler:** Selbstverständlich.

**+ b+b:** Durch das Aufkommen der Backstationen ist Umsatz abgewandert in den Lebensmitteleinzelhandel. Sehen Sie, dass die Handwerksbetriebe diese Entwicklung stoppen können?

**+ Wippler:** Das ist für mich rückwärtsgewandtes Denken. Die Entwicklung in der Gesellschaft kann man nicht stoppen. Ich meine Entwicklungen wie die Zunahme von Singlehaushalten, von mobilen Arbeitsplätzen, Entwicklungen in der Technik, wie computergesteuerte Öfen, die selber erkennen, wann ein Gebäck durchgebacken ist, die Entwicklung in der Tiefkühltechnik in der Logistik, die Digitalisierung. Das alles kann man nicht stoppen. Das wäre auch der falsche Ansatz. Dennoch. Trotz der Verschiebungen bei den Marktanteilen bei Kleingebäck und Brot ist es dem Bäckerhandwerk gelungen, einen Umsatz von rund 13 Mrd. EUR auf sich zu vereinen und das mit leicht steigender Tendenz.

**+ b+b:** Was nicht zuletzt auf einem gewachsenen gastronomischen Angebot basiert ...

**+ Wippler:** Die Chancen, die sich bei solchen Veränderungen ergeben, sind vom Bäckerhandwerk erkannt worden. Frühstücksvorsorgung, der Außer-Haus-Bereich, der gastronomische Bereich, auch der Versand und Drive-in-Stationen werden bespielt, wenngleich Letzteres auch noch auf niedrigem Niveau. Man sieht, das Bäckerhandwerk sucht immer nach Lösungen.

**+ b+b:** ... der Lebensmittelhandel auch. Es gibt mittlerweile den ersten Aldi Süd mit einer Coffee-to-go-Station.

+ **Wippler:** Man kann sich nie zurücklehnen. Die anderen Marktteilnehmer agieren sehr professionell und mit einer starken Kapitalkraft. Deshalb wird es fürs Bäckerhandwerk in Zukunft nicht langweilig.

+ **b+b:** Der BackMarkt hat einen Datenvergleich angestellt unter ungefähr 100 Backbetrieben. Der Titel „Von der Hand in den Mund leben“ wurde dabei nicht zufällig gewählt. Das heißt, die Kapitalisierung der Betriebe ist eng. Wie wollen solche Betriebe überleben?

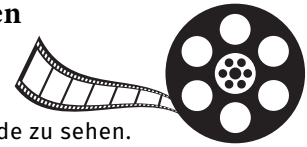
+ **Wippler:** Die Zeit der komfortablen Margen, die es mal gab, die sind vorbei. Ein Betrieb wird kaufmännisch nur erfolgreich sein, wenn der Betrieb professionell geführt wird. Professionell geführt heißt, angepasst an die Betriebsgröße die richtigen Controlling-Instrumente einsetzen. Vom Meister und der Meisterin angefangen bis zu komplexen Warenwirtschaftssystemen mit ausgefeilten Kennzahlen.

+ **b+b:** Wie professionell ist die Ausbildung zum Bäcker bzw. zum Unternehmer im Backgewerbe?

+ **Wippler:** Zum einen gibt es die Meisterausbildung. Zum anderen haben wir den Betriebswirt des Handwerks etabliert, um kaufmännische Instrumentarien zu vermitteln. Viele unserer Meister satteln nach der Ausbildung noch den Betriebswirt des Handwerks drauf.

### Im Film festgehalten

Filmsequenzen aus dem Interview gibt es unter [www.brotundbackwaren.de](http://www.brotundbackwaren.de) zu sehen.



+ **b+b:** Wir haben jetzt rund 11.000 Betriebe draußen, von denen mehrere Tausend potenziell gefährdet sind, bräuchten die nicht mehr Hilfe bei der kaufmännischen Betriebsführung?

+ **Wippler:** Die Bildungsangebote sind da. Sie können niemanden zu seinem Glück zwingen. Vielen Kollegen, die möglicherweise mit dem Rücken zur Wand stehen, ist das oftmals noch gar nicht klar.

+ **b+b:** Dann machen Sie es ihnen doch klar.

+ **Wippler:** Wir sind ein Verband, ein freiwilliger Zusammenschluss von selbstständigen Unternehmern. Was wir können und sicher auch nicht schlecht machen, ist, einen ganzen Werkzeugkoffer, einen ganzen Werkzeugschrank zu entwickeln und anzubieten. Sei es im Bereich Marketing, sei es im fachlichen oder betriebswirtschaftlichen Bereich. Aber das Werkzeug auch in die Hand zu nehmen, es anzunehmen, das ist die Entscheidung jedes Einzelnen. Es ist manchmal schwer, für seinen Berufsstand einzutreten, tolle Hilfsmittel zu

Anzeige

## TSA 300

Der Maßstab für mobile Sprühtechnik.

Sprühen und Zapfen ohne Rüstzeit

flexibel, da ohne permanenten Anschluss

sparsames, nebel freies Sprühen

**DÜBÖR®**  
www.dueboer.de



11.-16. März 2016  
» Halle B6, Stand 321



TRENNMITTEL UND SPRÜHTECHNIK

entwickeln, um dann festzustellen, dass nur 20 % diese Hilfsmittel annehmen.

**+ b+b:** Vielleicht sollten Sie Ihren Werkzeugkoffer um einen Spiegel komplettieren?

**+ Wippler:** Ein Spiegel ist quasi immer dabei. Aber wie schafft man es, dass derjenige, den es betrifft, auch in den Spiegel guckt? Alle, die sich in Erfa-Kreisen gefunden haben, diejenigen, die bereit sind, ihr eigenes Tun zu hinterfragen, Hilfe von außen anzunehmen, Werkzeuge zu nutzen, das sind die Betriebe, die professionell geführt werden. Aber dann gibt es auch Kollegen, die agieren so, wie es der Vater gemacht hat, wie es der Großvater gemacht. Das Modell ist zu Ende. Über kurz oder lang. Ich sage das in aller Deutlichkeit.

**+ b+b:** Sie haben kürzlich in einem Interview gesagt, dass Sie den Leuten auf die Finger klopfen wollen, die so tun, als ob sie handwerklich produzieren und die Attribute des Handwerks nutzen. Aber im Prozess gegen Aldi hat der Zentralverband einem Vergleich zugestimmt.

**+ Schneider:** Zur Klarstellung: Wir haben nicht einem Vergleich zugestimmt. Wir haben vielmehr den Vergleich angeboten. Das Aldi-Verfahren war eine Besonderheit. Es ging nur um Backautomaten bei Aldi Süd, die aber inzwischen peu à peu zurückgebaut und durch normale Backstationen ersetzt werden. Der Prozess gegen Aldi hat viel Zeit, Mühen, personellen und finanziellen Einsatz gekostet. Selbst, wenn es ein Urteil gegeben hätte, wäre der Fall nicht auf andere Einzelhandelsangebote übertragbar gewesen und wäre unter Umständen sogar in die nächste Instanz gegangen.

**+ b+b:** Und das war von vornherein nicht sichtbar?

**+ Schneider:** Dass der Prozess so lange dauert, nicht. Es ging ja um die Frage einer Verbrauchertäuschung. Normalerweise entscheidet in einem Wettbewerbsprozess der Richter aus eigener Sachkunde. Das ist in diesem Fall allerdings nicht passiert, stattdessen wurde ein gerichtlich bestellter Sachverständiger zurate gezogen. Dadurch hat sich alles extrem lange hingezogen.

**+ Wippler:** Das war die formal juristische Sicht. Ich möchte etwas ergänzen. Lebensmittel, die industriell hergestellt werden, sind per se nichts Schlechtes. Das ist nichts Verbotenes, es sind keine verbotenen Stoffe enthalten, das ist alles zulässig. Aber als industrieller Hersteller sollte man das, was man macht, auch so benennen und den Vorteil einer industriellen Herstellung betonen. Nämlich, eine völlig gleichmäßige Produktqualität zu einem günstigen Preis herstellen zu können. Aber wenn industrielle Hersteller sich mit Attributen, mit Bildern, mit Begrifflichkeiten schmücken, die sich an die Tradition des Handwerks anlehnen, und die



**++ Michael Wippler (61), seit Oktober 2015 Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Bäckehandwerks, ist Geschäftsführender Gesellschafter der Bäckerei Wippler GmbH in Dresden**

scheinbar auch verklärte heimelige Atmosphäre in einer Backstube nach außen tragen, dann ist das unlauter. Es ist immer besser, die eigenen Stärken herauszustellen, als rückwärts gegen andere Entwicklungen zu kämpfen. Doch wer unlauter agiert und sich mit einem Handwerks-Touch umgibt, aber industriell herstellt, dem gehört auf die Finger geklopft und zwar mit Nachdruck! Ob mit juristischen Mitteln oder über Öffentlichkeitsarbeit, das muss von Fall zu Fall entschieden werden.

**+ b+b:** Wie beurteilen Sie in dem Zusammenhang die Fernsehwerbung von Lidl?

**+ Schneider:** Das war sicherlich eine versuchte Charmeoffensive von Lidl. Die aber, wenn man vielen Stimmen gerade aus den Online-Medien glauben kann, ziemlich nach hinten losgegangen ist. Den Verbrauchern ist klar, was da passiert, wenn sich jemand hinstellt mit Ton- und Schiefertafel und Mehl und sagt, sein Brot sei sehr frisch und sehr hochwertig. Als die Kampagne Anfang des Jahres startete, haben wir sie genau geprüft, letztlich aber entschieden, nicht juristisch vorzugehen,

weil es zu wenig griffig war. Wir setzen auf Profilierung im Handwerk, statt den anderen einen Knüppel zwischen die Beine zu werfen.

**+ b+b:** Wie sieht es aus mit Seiteneinsteigern? Es gibt verschiedene Konzepte, über die Brot verkauft wird. Es gibt Restaurants, die Brot backen und vertreiben, Buchhändler, die ein Brotregal haben, etc. Sind das Dinge, die Sie positiv sehen oder sagen Sie, das franst mir das alles zu sehr auseinander?

**+ Wippler:** Ich sehe es positiv, dass Brot wertgeschätzt wird, dass Selberbacken Trend ist. Das ist die positive Botschaft. Denken Sie doch mal 70 Jahre zurück. Der irrsinnige Krieg, die große Not danach, dann der Aufbau und das Wirtschaftswachstum. In dem Zuge sind doch Brot und Lebensmittel auf der wünschenswerten Leiter immer weiter nach unten gesackt. Sie wurden verramscht. Und jetzt erleben wir eine Renaissance. Menschen sind bereit, für gutes Brot Wege in Kauf zu nehmen. Dann spielt auch der Kilopreis keine Rolle mehr. Es gibt sogar die Tendenz, sich sein „besonderes“ Brot online zu bestellen und schicken zu lassen. Die positive Nachricht ist: Der Wert des Brotes nimmt im gesellschaftlichen Ansehen wieder zu. Dazu trägt auch unsere Arbeit bei, wie die Brot-Sommeliers, die Akademie, die Qualitätsprüfung, IQ-Back usw. Ich sehe keine Gefahr von Hobbybäckern. Wir sollten versuchen, die Leute einzufangen. Zu sagen, uns verbindet das Brot, die Fähigkeit, gutes Brot herzustellen. Dann sind wir doch auf der gleichen Seite.

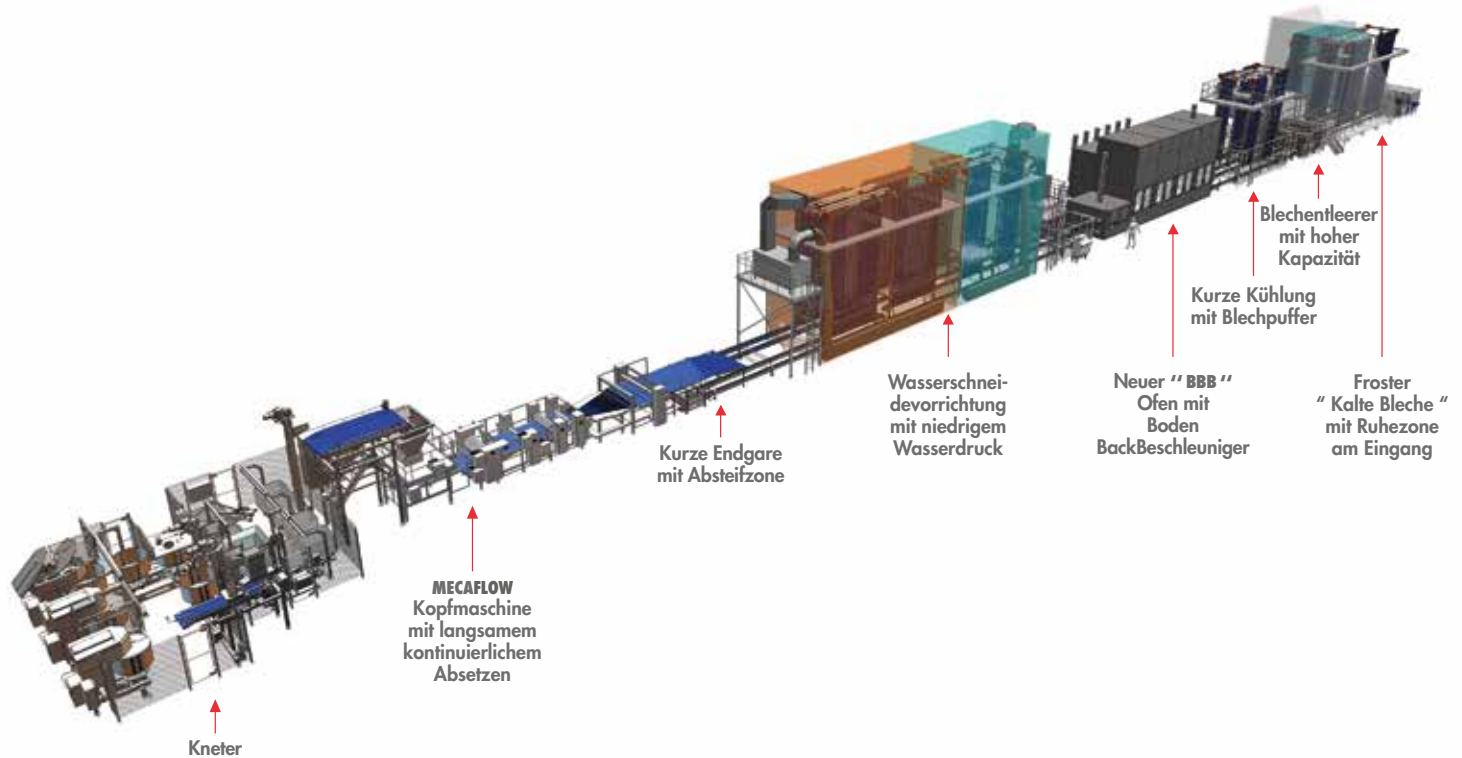
**+ b+b:** Auch ohne Meisterbrief?

**+ Wippler:** Natürlich nicht ohne Meisterbrief, wenn ich ein

# High Quality Traditionnelles Brot

Für 10 000 vollgebackene **HQ\*** Baguettes pro Stunde  
60 000 **HQ\*** Brötchen pro Stunde / 3,5 T Teig pro Stunde

## Mega II



## Premium Qualität auf Blechen

- Lange Produktfrische
- Stabiler Boden auf vollen nicht-perforierten Backblechen
- Offene authentische Krume
- Feine und knusprige Kruste
- Echter Genuss des warmen Brotes
- 98 % Anlageneffizienz
- Kurzes Aufbacken oder servierbereit
- Geringer Personalbedarf
- Niedrige Produktionskosten
- Einfache und sanfte Blechfördertechnik



**MECATHERM**

Geschäft betreibe. Man darf sich dann allerdings auch nicht „Bäckerei“ nennen. Was Sie angesprochen haben, waren ja eher Restaurants und Hobbybäcker.

**+ b+b:** Das heißt also, wenn jemand einen Laden aufmacht und das Brot aus seiner Backstube verkaufen will, dann sollte er auch einen Meistertitel haben?

**+ Wippler:** So ist es in der Handwerksordnung geregelt. Und ich bin froh, dass es so geregelt ist. Dazu stehen wir ausdrücklich.

**+ b+b:** Wie sieht es mit der Renaissance des Berufes Bäcker aus?

**+ Wippler:** Wir arbeiten daran.

**+ b+b:** Sehen Sie irgendwo Erfolge?

**+ Wippler:** In der Masse nicht. Aber wir haben coole junge Typen im Handwerk. In meinem eigenen Betrieb, in der Akademie, in unseren Wettbewerben. Überall dort sehe ich es so herrlich widerlegt, dass unsere Jugend kein Interesse mehr haben soll. Früher war das Berufsbild des Bäckers in der Öffentlichkeit eher so: Das sind die Bleichgesichter, die nachts in Kellerlöchern schuften. Heute gibt es viele Bäckerei-neubauten. Die schaffen Transparenz, die zeigen, was sie machen. Wir Bäcker arbeiten nicht mehr hinter Milchglas-scheiben, sondern wir zeigen, was wir machen. Insofern sehe ich schon einen Wandel im Berufsbild, und es muss uns gelingen, dass jeder einzelne Kollege seinen ganzen Berufs-stolz nach außen trägt.

**+ b+b:** Auf dem Bäko-Workshop forderte einer der Redner dazu auf, den jungen Leuten auf Augenhöhe zu begegnen, ihre Interessen zu berücksichtigen. Sehen Sie, dass das eine Chance hat, umgesetzt zu werden?

**+ Wippler:** Das Leben ist nicht bloß „fun“. Wenn man Bäcker ist, heißt das, wenn das Brot im Ofen fertig ist, dann muss es raus, egal, was passiert. Wenn man morgens um sechs Uhr das Geschäft öffnet, dann müssen frische Backwaren im Regal liegen. Da spielt es keine Rolle, ob es mir gerade mal nicht so gut geht oder ob ich im Moment eine Phase der Meditation brauche. Eine schwierige Aufgabe. Was wir allerdings unbedingt machen müssen und was wir schon machen, ist, den Sinn des Bäckerseins zu vermitteln. Das ist die Stärke, die in unserem Handwerk steckt. Man ist kein Rädchen in einem großen Getriebe, sondern man kennt den Prozess von Anfang bis Ende, man sieht jeden Tag den Erfolg seiner Arbeit. Das müssen wir stärker hervorheben.

**+ b+b:** Herr Wippler, Sie haben in einem Interview gesagt, Sie wollten ganz unbelastet von der Vergangenheit Projekte entwickeln und Neues gestalten. Was muss man sich darunter vorstellen? Wie sieht die Revolution Wippler aus?

**+ Wippler:** Herr Schneider und ich hatten die Chance, gemeinsam zum gleichen Zeitpunkt starten zu können. Unbelastet heißt, unbelastet von eingetretenen Pfaden, jenseits von „das haben wir schon immer so gemacht“. Wir haben die Möglichkeit, unseren eigenen Weg zu gehen, nach unseren Wertvorstellungen und in unserem Arbeitsstil zu agieren. Das empfinde ich als großartige Situation.

Anzeige

• MEHR ERFAHREN UNTER •

**BACKWELTBLOG.DE**



**PARIS IST EINE REISE WERT - DIE EUROPAIN AUCH?**



## DIE FUNDAMENTE DES KÖNIG ERFOLGS

+ **b+b:** Gibt es dafür ein konkretes Beispiel?

+ **Schneider:** Das hat schon mit der Beendigung des Verfahrens Aldi begonnen. Neue Herausforderungen angehen, alte Belastungen, alte Krusten aufbrechen. Das wollen wir. Es beginnt mit einem anderen Stil, den Herr Wippler und ich haben, und geht weiter mit der Ausgestaltung z. B. des parlamentarischen Abends. Wir stellen Themen und Arbeitsweisen auf den Prüfstand, hinterfragen sie: „Ist das noch zeitgemäß? Ist das noch sinnvoll?“ Kommen wir zu der Antwort „Nein, wir hätten es gerne anders“ – dann gehen wir neue Wege.

+ **b+b:** Wir sprachen über den Strukturwandel im Backgewerbe. Wie sieht es mit dem Strukturwandel innerhalb des Verbandes aus? Nach wie vor besteht die dreistufige Struktur aus Innung, Landesinnung und Zentralverband. Ist das ein Arbeitsfeld, von dem Sie sagen, wenn die Anzahl der Betriebe sinkt, dann müssen wir eventuell eine andere Struktur anstreben?

+ **Wippler:** Nicht nur eventuell. An das Thema müssen wir ran. Es gibt ein sehr großes Beharrungsvermögen im Handwerk, was nicht immer nur positiv ist. Wir sind uns völlig einig, dass sich unsere Voraussetzungen massiv verändert haben. Wir haben neue Marktteilnehmer, die Gesellschaft hat sich verändert, Stichwort Singlehaushalte usw. Aber die Struktur, die wir seit 100 Jahren haben, wird nicht infrage gestellt, bzw. wenn man sie infrage stellt, stößt man auf große Abwehrhaltung. Das ist ein ganz dickes Brett. Aber es führt aus meiner Sicht kein Weg daran vorbei, an die Strukturen zu gehen.

+ **b+b:** Sie beide wollen es bohren – das dicke Brett?

+ **Wippler:** Das wollen wir bohren.

+ **b+b:** Heißt das auch, dass man sehr viel konkretere Serviceangebote für die Betriebe in den Zentralverband hineinverlagern wird?

+ **Wippler:** Als Erstes gilt es, das Feld zu identifizieren, was bearbeitet werden muss. Es gibt Ideen und Vorschläge, aber bei allem müssen immer die Mitglieder mit ins Boot geholt werden. Eines will ich schon jetzt sagen. Es wird nicht diese eine große Lösung geben, oder diesen einen Hebel, den es umzulegen gilt. Ich sehe es eher als eine Evolution. In vielen kleinen Schritten werden wir uns dem Ziel nähern.

+ **b+b:** Haben Sie die Zeit für kleine Schritte?

+ **Wippler:** Das wird die Zeit zeigen.

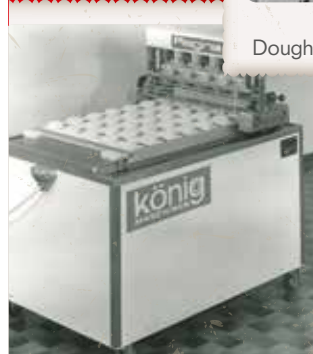
+ **b+b:** Es hat in den letzten Jahren sehr hohe Investitionen des Zentralverbandes in öffentliche Aktionen und Pressearbeit gegeben. Kommt auch das auf den Prüfstand?

+ **Schneider:** Vielleicht gibt es eine Rückbesinnung in vielerlei Hinsicht, dass man in der einen oder anderen Frage ein oder zwei Gänge zurückschaltet, aber in der Summe wird es bei der in unseren Augen erfolgreichen Kampagnenarbeit bleiben.

Anzeige



**First Rex Automat**  
Dough divider and rounder – 1971



**First Regina**  
Kaiser roll stamping machine – 1966



**First KGV**  
Bread roll line – 1974

**DAMALS WIE HEUTE**  
IHR VERLÄSSLICHER & INNOVATIVER  
PARTNER FÜR BÄCKEREITECHNIK.

### MINI REX MULTI MIT KOMPAKTANLAGE G2000

DIE KOMPAKTANLAGE MIT  
STÜPFEL- UND EINSCHLAGLANG-  
ROLLSTATION IM EASY CLEAN DESIGN

Wir freuen uns  
auf Ihren Besuch  
auf der Internorga!

Stand  
B6.516

In neuem, reinigungsfreundlichem und benutzerfreundlichem Design präsentiert sich die Kompaktanlage G2000 mit Mini Rex Futura als Kopfmaschine. Die Anlage eignet sich zur Herstellung von rundgewirkten, rundgewirkt gestüpfelten und langgerollt eingeschlagenen Brötchen, optional auch für geschnittene Brötchen.

#### Das Easy Clean Design im Überblick:

- großzügige Bedien- und Wartungstüren in Edelstahl ausführung für einfache Zugänglichkeit zur Reinigung und Wartung
- herausnehmbare Auffangladen unter der gesamten Anlage
- neues benutzerfreundliches, intuitives Bedienfeld mit neuen standardisierten Bedienelementen



König  
Website

Youtube



+ **b+b**: An welchen Stellschrauben Sie drehen wollen, werden Sie sicherlich nicht verraten. Aber wie hoch ist Ihr Invest in Öffentlichkeitsarbeit?

+ **Wippler**: Das Budget der Werbegemeinschaft ist bekannt und wird über die Mitgliederversammlung beschlossen. Daraus finanzieren sich unsere Kampagnen. Insgesamt steht uns dafür rund 1 Million EUR pro Jahr zur Verfügung, z. B. für den Tag des deutschen Brotes, die Imagekampagne, Frühstücksaktionen, Nachwuchswerbung, Pressemitteilungen, PR-Arbeit und den parlamentarischen Abend. Ich denke, wenn Sie das bundesweit sehen, ist das ein überschaubares Budget. Schließlich spielen wir etwa im Frühstücksmarkt mit McDonald's zusammen, wir haben Wettbewerber wie den LEH, die Discounter usw.

+ **b+b**: Kommen wir zum Thema Messen.

Sie werden sicherlich gemerkt haben, dass sich der Anteil der Handwerksbesucher und das Angebot für Handwerker auf der iba 2015 in Grenzen hielt.

+ **Wippler**: Worauf beruht Ihre Einschätzung?

+ **b+b**: Ich bin seit 35 Jahren in der Branche und genau so lange besuche ich auch die iba.

+ **Wippler**: Und dann haben Sie sicherlich gemerkt, dass die iba immer internationaler wird. Gleichzeitig ist die Gesamtfläche größer geworden. Dieses Wachstum kommt vor allem aus dem internationalen Bereich. Deshalb kann ich es nicht verstehen, dass Sie den Eindruck haben, dass es nicht genügend Angebote für und nicht genügend Besucher aus dem Handwerk gab.

+ **b+b**: Ob es nicht genügend Angebote gab, will ich nicht beurteilen wollen, das können die Bäcker besser. Ich habe nur festgestellt, dass auch die Aussteller den Anteil der Handwerker, die bei ihnen waren, als gering bezeichneten.

+ **Wippler**: Das ist ein gefühlter Eindruck. Die Zahlen sagen etwas anderes.

+ **b+b**: Da enthalte ich mich lieber eines Kommentars. Aber die iba bleibt für Sie die zentrale Messe, auch für die Handwerker? Es gibt eine zweite Messe in Stuttgart, die nach meinem Dafürhalten sehr viel näher am Handwerk dran ist. Hätte sie nicht eine ähnliche Unterstützung des Zentralverbandes verdient?

+ **Wippler**: Die südback ist exzellent aufgestellt und das ist gut so! Wir können doch verdammt stolz darauf sein, dass die iba eine Messe ist, die dem deutschen Bäckerhandwerk gehört und die international unangefochten die Nummer 1 ist. Dass eine Messe mit über 100.000 Quadratmetern und mit der Internationalität für kleinere Betriebe schon eine Hemmschwelle darstellt, das ist nachvollziehbar, dass man sich dann auf einer südback oder einer sachsenback



++ Rechtsanwalt Daniel Schneider (37) ist seit Oktober 2015 Hauptgeschäftsführer des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks

heimischer fühlt, auch. Ich sehe also eine absolute Existenzberechtigung für alle jetzt noch am Markt bestehenden Messen.

+ **b+b**: Auch für die sachsenback?

+ **Wippler**: Auch für die sachsenback.

+ **b+b**: Hat das zufällig damit etwas zu tun, dass Sie aus Dresden stammen?

+ **Wippler**: Das hat schon was damit zu tun. Ich kenne den Hintergrund, ich kenne die Zahlen, aber vor allem die positive Wirkung einer Messe für die Region. Sie ist genau richtig für das Klientel, das sich nicht bis nach Stuttgart traut und schon gar nicht bis nach München. Trotzdem müssen diese Betriebe aus ihrer manchmal vorhandenen Lethargie aufgerüttelt und an der Hand genommen werden. Ihnen muss gezeigt werden, was möglich ist.

+ **b+b**: Die iba ist für den Zentralverband ein Finanzierungselement. Das, was der Zentralverband darüber einnimmt, ist ein wesentlicher Teil seiner gesamten Einnahmen. Wäre es nicht trotzdem möglich, auch die anderen Stakeholder wie Aussteller, Großbäcker etc. stärker an den Entscheidungsprozessen zu beteiligen? Sie sitzen zwar im Beirat, aber zu sagen haben sie trotzdem nichts. Wäre mehr Offenheit möglich?

+ **Wippler**: Ich weiß nicht, ob wir nicht offen genug sind. Die iba ist die führende Messe weltweit, und es ist eine große Herausforderung für uns, zusammen mit der GHM diese Position zu verteidigen, auszubauen und fortzuführen. Dass man so eine Position innehat, gelingt nur, wenn man alle Marktteilnehmer – Aussteller, Besucher, Verbände, Regionen, Stakeholder – für die Idee begeistert. Daran werden wir weiter arbeiten.

+ **b+b**: Mitspracherecht wäre etwas anderes.

+ **Wippler**: In welcher Form Sie diese Begeisterung leben, das kann verschieden sein.

+ **b+b**: Es gibt regelmäßig größere Herrenrunden, die sich rund um die Welt auf Werbetour für die iba begeben. Das läuft zwar nicht über die Konten des Zentralverbandes, sondern die der GHM. Die Frage ist, werden Sie dort einen neuen Stil einführen?

+ **Wippler**: Die heutige Stellung der iba ist erreicht worden durch unermüdliche, weltweite Akquise und Promotion und eine fleißige und sehr sachkundige Arbeit des ganzen Projektteams. Das verdient größten Respekt für unsere Amtsvorgänger. In Abstimmung mit der GHM ist es für die internationale Bekanntheit der iba notwendig, dass Präsident und Hauptgeschäftsführer international Flagge zeigen. Wir werden auch hierbei unseren eigenen Stil finden.

+ **b+b**: Herr Wippler, Herr Schneider, vielen Dank für unser Gespräch. +++

# Innovative Lösungen für die Bäckerei Wenn Qualität und Leistung zählt



Gemeinsam erfolgreich sein.

**Rademaker**

Als Specialist in food processing Equipment achtet Rademaker sehr auf Ihre Anforderungen bei der Planung Ihrer Produktionsanlage. Wir setzen diese mit viel Know how im Anlagenbau für spezielle Technologien und Prozesstechniken in eine effiziente, leistungsstarke und maßgeschneiderte Lösung für Sie um.

Lernen Sie die Kompetenzen von Rademaker kennen – es beginnt alles mit Ihrem Produkt und resultiert in einem erfolgreichen Anlagenbetrieb mit breit aufgestelltem Rademaker Unterstützungsprogramm.





## **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.**