

# back.intern.

Wir machen Sie erfolgreich

712021



TITELTHEMA

## Regionalität – ein Wunsch wächst

Was Kunden heute erwarten Seite 4



BETRIEB & MITARBEITER

### Standortpolitik nach Corona

Was Sie jetzt  
bedenken sollten  
Seite 20



LÄDEN & BELEUCHTUNG

### Was beim Ladenbau im Trend ist

Beispiele, Anregungen, Expertenstimmen Seite 10



MARIO TÖPFER  
CHEFREDAKTEUR

Liebe back.intern.-  
Leserinnen und Leser,

wie halten Sie es mit dem Thema Regionalität? Sehen Sie darin nur eine vorübergehende Mode oder setzen Sie es aus voller Überzeugung um? Klar ist: Regionalität wird den Kunden wichtiger. Auch wenn der Geschmack entscheidender ist. back.intern.-Redakteurin Ulrike Jaeger stellt in dieser Ausgabe ab Seite 4 einige Konzepte vor – und die Männer und Frauen, die dahinter stehen. Ich finde: „Made in Oberhausen“, das Motto der Bäckerei Agethen, bringt es auf den Punkt und ist leicht zu verstehen.

Investieren fällt in diesen Zeiten manchem Betrieb nicht leicht. Darum ist es besonders wichtig, vorher genau durchzurechnen, ob sich ein Standort lohnt. Wir haben bei Unternehmensberater Zenai Abraha nachgefragt, auf was Sie achten sollten. Was er rät, lesen Sie ab Seite 20.

Ist der Standort klar, stellt sich schnell die Frage nach dem Ladenbau: Ab Seite 10 stellen wir ein paar interessante Objekte vor. Denn schöne Läden mögen Verbraucher – egal, welche Corona-Variante gerade von sich reden macht.

Ich wünsche Ihnen beim Lesen dieser Ausgabe viele Anregungen.

Ihr



TITELTHEMA

## 04 Regionalität – ein Wunsch wächst

Was Kunden heute erwarten und was Sie tun können, um die Wünsche zu erfüllen

### LÄDEN & BELEUCHTUNG

## 10 Was beim Ladenbau Trend ist



Beispiele, Anregungen, Expertenstimmen – und viele Fotos von aktuellen Projekten

### PRODUKTE & IDEEN

## 14 Neues für Ihr Sortiment

Ohne Palmöl, mit Zimt oder roter Schokolade: Neues vom Markt



### IDEEN & AKTIONEN

## 16 Diese Aktionen pushen Ihren Umsatz

Brottasting, Brottestwochen, Buchweizenbrot – und viele weitere Ideen



### BETRIEB & MITARBEITER

## 20 Standortpolitik nach Corona

Welche Standorte eine Zukunft haben und bei welchen Sie besser zweimal rechnen



### SOCIAL MEDIA

## 24 Kleine Kunden begeistern

Warum Sie zum Schulanfang mit kindgerechten Produkten auf sich aufmerksam machen sollten



### NAMEN UND FIRMEN IN DIESER AUSGABE

<b>Abraha, Zenai</b>	20, 21, 23	<b>Braun</b>	14	<b>Lessau, Mark</b>	19
<b>Aichinger</b>	12, 21	<b>Brothaus</b>	24	<b>Longin, Friedrich</b>	18
<b>Albkorn Bäckerei Glocker</b>	6, 17	<b>Calenberger Backstube</b>	9	<b>Märchy, Reto</b>	8
<b>Backaldrin</b>	15	<b>CSM Ingredients</b>	14	<b>Märchy, Roman</b>	8
<b>Bäcker Dick</b>	16	<b>Der Mann</b>	16	<b>Martin, Katharina</b>	19
<b>Bäckerei Agethen</b>	8	<b>Dreidoppel</b>	15	<b>Mayer, Christian</b>	6
<b>Bäckerei Berelsmann</b>	10	<b>Edeka-Filiale Hieber</b>	13	<b>Meisterbäckerei Schneckenburger</b>	12, 20
<b>Bäckerei Borggräfe</b>	21	<b>FMU</b>	11	<b>Muth, Günter</b>	21
<b>Bäckerei Frick</b>	12	<b>Gehrke Econ</b>	3, 20, 21, 23	<b>Oppenborn, Axel</b>	9
<b>Bäckerei Leonhardt</b>	18	<b>Geiselhart, Frank</b>	6	<b>Oppenborn, Kai</b>	9
<b>Bäckerei Moss</b>	24	<b>Glocker, Simon</b>	6, 17	<b>Profanter, Benjamin</b>	4, 8
<b>Bäckerei Puppe</b>	24	<b>Görtz, Peter</b>	22	<b>Profanter Natur-Backstube</b>	4, 8
<b>Bäckerei Schollin</b>	16	<b>Gräff-Hönninger, Simone</b>	18	<b>Schapfenmühle</b>	14
<b>Bäckerei Staib</b>	23	<b>Grube, Markus</b>	24	<b>Schmees Ladenbau</b>	10, 22
<b>Bäcker Görtz</b>	22	<b>Hera</b>	13	<b>Schnurbusch, Sara</b>	16
<b>Bakerman</b>	3	<b>Keil Konzepte</b>	11	<b>Sürken, Helmut</b>	22
<b>Bäro</b>	13	<b>Kiefer &amp; Beck</b>	11	<b>Thees, Heiko</b>	3
<b>Barry Callebaut</b>	14	<b>Konditorei Klingelhöfer</b>	24	<b>Universität Hohenheim</b>	18, 19
<b>Berelsmann, Jörg</b>	10	<b>Kühlmöbelwerk Limburg</b>	11	<b>Walterscheid Projekt-schmiede</b>	12
<b>Berner</b>	12	<b>Landbäckerei Grube</b>	24		
<b>Bohrßen, Matthias</b>	9	<b>Leonhardt, Steffen</b>	18, 19		
<b>Braaker Mühle</b>	19	<b>Leonhardt, Steffi</b>	18		

**Mit einer neuen  
Perspektive  
in die Zukunft.**



## Trendige Snackstation

Als „Revolution der Backstation“ kündigt der Tiefkühlspezialist **Bakerman** das Konzept Snackbört an, das süßen und herzhaften, warmen und kalten Snacks eine Bühne geben soll. „Storytelling ist bei diesem Projekt das A und O“, erklärt Inhaber **Heiko Thees**. Persönlichkeit und Emotionalität soll die Fantasiefigur Snackbört vermitteln, die durch eine grüne Augenbraue auffällt. Diese steht für die Nähe zur Natur, den nachhaltigen Umgang mit ihr und für neue Snackideen. Bakerman will zudem mit renommierten Marken Schwung in die Backstation bringen, so wie mit der Marke Veganz für vegane Artikel oder Drilander für Regionalität.

## Stimmt's oder stimmt's nicht?

**Frauen essen häufiger Süßes und Knabberereien.** Stimmt! 32 Prozent der weiblichen Befragten tun es täglich, unter den Männern nur 21 Prozent.

**Kalorienarm ist nicht mehr ganz so wichtig.** Stimmt! Während kalorienarmes Essen im Jahr 2015 noch 44 Prozent der Bundesbürger wichtig waren, sind es heute nur noch 35 Prozent – vor allem über 60-Jährige und Frauen.

**Lebensmittel liefern lassen ist heute Alltag.** Stimmt nicht! In den vergangenen zwölf Monaten haben sich nur 13 Prozent der Befragten Lebensmittel oder Getränke nach Hause liefern lassen.

**Der Geschmack ist nicht in jeder Lebensphase gleich wichtig.** Stimmt nicht! Beim Essen kommt es vor allem auf eins an: Es muss schmecken! Das sagen fast alle Bundesbürger. *Quelle: Ernährungsreport 2021 des Bundesernährungsministeriums auf Basis einer Forsa-Umfrage Anfang 2021*

## Suchradar für Wirtschaftsgüter

„Vernetzung ist unsere Stärke“, findet die **Gehrke Econ Gruppe**. Darum bietet sie jetzt mit [www.geconnect.de](http://www.geconnect.de) einen Online-Marktplatz für die Nahrungsmittelbranche an. Über diese Plattform können Bäcker oder Hersteller ihre Maschinen und Geräte neu oder gebraucht kaufen beziehungsweise verkaufen. Eine Registrierung ist notwendig, bis zum erfolgreichen Verkauf ist der Service kostenlos, dann fällt eine Provision an.

Ihre Nachfolge ist noch nicht geklärt? Das Haus der Bäcker bietet Ihnen Perspektiven für eine langfristige gesicherte, erfolgreiche Weiterführung Ihres Betriebs unter Erhalt Ihrer Werte, Marke und Identität.

[nachfolge@haus-der-baecker.de](mailto:nachfolge@haus-der-baecker.de)



HAUS  
DER  
BÄCKER

## Wenn schon regional, dann Bio

*„Ich finde, die Aussage ‚Regionalität ist wichtiger als Bio‘ ist Nonsens. Was hilft Regionalität, wenn der Anbau einen Beitrag zur industrialisierten Landwirtschaft darstellt? Wenn schon regional, dann auch Bio. Und gerade Bio muss regional sein. Ich muss den Bauern hier vor Ort helfen, ihre Flächen naturnah zu bewirtschaften und Tierwohl zu gewährleisten. Es kann nur in der Kombination funktionieren, um Klima, Böden und Diversität zu schützen. Bio und Regionalität gemeinsam bedeuten Nachhaltigkeit.“*

Benjamin Profanter, Profanter Natur-Backstube



Fotos: Profanter Natur-Backstube

# Regionalität – ein

Regionalität ist das neue Bio, heißt es. Und: Mit der Coronakrise sind den Deutschen reg

**D**er BMEL-Ernährungsreport 2021 bestätigt beide Aussagen auf den ersten Blick: Danach war es 82 Prozent der Konsumenten bei der Essenswahl wichtig, dass die Lebensmittel aus der Region kommen. Diese Zahl steigt seit Jahren langsam – 2016 waren es 76 Prozent, 2018 78 Prozent. An der Aussa-

gekraft solcher Umfragen kann man jedoch zweifeln: „Was Konsumenten in Umfragen über Regionalität sagen, schlägt sich nicht in realen Kaufentscheidungen nieder. Ich glaube, dass nur wenige Prozent tatsächlich bewusst regionale Produkte auswählen“, schränkt Bäckermeister Benjamin Profanter aus Brixen in

A man with a beard and long hair, wearing a straw hat and a blue shirt, stands in a field of golden wheat. He is holding a large bundle of harvested wheat stalks. The background is a vast field of wheat under a bright sky.

# Wunsch wächst

ional erzeugte Lebensmittel noch wichtiger geworden. Was ist an den Aussagen dran?

Südtirol ein. Den erfolgreichen Biobäcker sehen Sie auf unserem großen Foto. Doch in einem waren sich alle Bäcker einig, mit denen wir gesprochen haben: Regionalität – besser noch: Lokalität – wird den Kunden wichtiger. Und wenn auch andere Kaufargumente (allen voran der Geschmack) entscheidender sind, so

ist Regionalität ein guter und wichtiger Baustein für die Unterscheidung zu Industriebäckern. Und die Bedeutung dürfte sehr wahrscheinlich noch wachsen, da Regionalität eng mit dem Megathema Nachhaltigkeit verknüpft ist. Mehr dazu lesen Sie auf den folgenden Seiten.

# Das schmeckt nach Heimat

„Das schmeckt nach Heimat. Seit 1955.“ So lautet der Slogan der Albkorn Bäckerei & Konditorei Glocker aus Gomadingen.

Sogar bis in den Firmennamen hat es die Regionalität geschafft: Er weist auf die Erzeugergemeinschaft Albkorn hin, zu deren Gründungsmitgliedern die Bäckerei zählt ([www.albkorn.de](http://www.albkorn.de)). Außerdem ist sie Partnerbetrieb des Biosphärengebietes Schwäbische Alb. „Wir lieben unsere Heimat – die Schwäbische Alb. Wo wir zuhause sind, wächst auch das Getreide für unser Brot“, heißt

es auf der Homepage. Und das ist kein bloßes Lippenbekenntnis: „Wir beziehen Mehl, Leinsaat und Mohn, steirische Kürbiskerne, Eier und Milch, Wurst und soweit möglich das Obst aus der Nähe“, informiert Inhaber **Simon Glocker**. „Regionalität ist für mich ein Teil des Ganzen.“ Obschon sie den Kunden wichtig sei, denkt er, dass die Produktqualität das entscheidendere Merkmal ist.

Aber: „Wenn der Kunde weiß, woher seine Lebensmittel kommen, wie sie hergestellt werden und dass sein Bäcker als Person dahintersteht, dann wird das Bild rund und sein Bewusstsein für den Einkauf bei uns ist ein ganz anderes. Mit Regionalität und Transparenz kann ich meinen Betrieb besonders machen: Das ist Vorteil und Chance kleiner Bäckereien.“ Info: [www.baeckerei-glocker.de](http://www.baeckerei-glocker.de)

Wie wird die Ernte? Simon Glocker (Mitte) mit Müller Christian Mayer (links) und Vertragslandwirt Frank Geiselhart.





Foto: Benjamin Knoblauch

## 100 Prozent Identifikation

„Für mich macht Regionalität aus, dass ich die Menschen kenne, die hinter meinen Zutaten stehen. Ich bin sehr heimatverbunden. Ich liebe es, mit den Landwirten zu reden und über den Anbau zu philosophieren. Hier wohne ich; ich weiß, woher ich meine Zutaten habe und wie wir arbeiten – das ist für mich ein geiler Antrieb.“

Simon Glocker, Albkorn Bäckerei & Konditorei Glocker



Klimafreunde  
**VEGGIESCHMAUS**  
SCHMECKT DIR UND DER UMWELT

Der erste vegane  
**Fleischkäse – frisch aus  
der eigenen Backstube!**

Sau lecker.

0 % Fleisch.

100 % Geschmack.



- **authentische** Optik – **deftig gewürzt** – typisches Mundgefühl
- **einfache, rationelle Herstellung** – mit nur **2 weiteren Zutaten** ruckzuck angerührt
- **vielseitig** für die Snack-Theke: **warm** aufs Brötchen oder **kalt** als Aufschnitt

## Regionalität als wichtiger Baustein

Die **Profanter Natur-Backstube** aus Brixen in Südtirol ist eine sehr erfolgreiche Biobäckerei: „Seit wir 2011 auf 100 Prozent biologische Produktion umgestellt haben, verzeichnen wir ein jährliches Umsatzplus von über 5 Prozent“, berichtet Unternehmer **Benjamin Profanter**. Der Gesamtumsatz nach Ladenverkaufspreisen liegt inzwischen bei knapp 7 Mio. Euro. Diesen Erfolg schreibt er diversen Mehrwerten zu, die er seinen Kunden bietet – wobei regionale Rohstoffe in der Kommunikation eine eher „untergeordnete“ Rolle spielen, obschon Profanter sich leidenschaftlich darum kümmert. „Ohne das Thema Regionalität hätte ich wohl denselben Umsatz – aber ich wäre nicht konsequent und ehrlich mir und meinen Kunden gegenüber“, so der Bäckermeister und Brotsommelier.

Denn nachdem Profanter seinen Betrieb umgestellt hatte, fragte er sich schnell, ob Bioqualität alleine ausreicht. Die Antwort war ein klares Nein und so gehörte er bald zu den Initiatoren des Projektes Regiokorn. Ziel: den Getreideanbau in Südtirol wiederzubeleben. Eine Herausforderung im Hochgebirge mit kleinen und teils steil gelegenen Feldern. Immerhin bauen heute rund 50 Bauern auf 100 Hektar Anbaufläche Dinkel und Roggen an. Das hat seinen Preis; „Ein Kilo Roggen kostet 1 Euro – ab Hof“, nennt Profanter ein Beispiel. Um mehr von dem raren Südtiroler Berggetreide zu haben, setzt der Bäcker auf dunkle Ausmahlungsgrade. Und er scheut sich auch nicht, mit seinen Verkaufspreisen zum Preisführer zu werden.

„Ich sehe es als meine Aufgabe, in der gesamten Wertschöpfungskette so nah wie möglich am Produzenten zu sein, gehe proaktiv auf Bauern zu und suche nach Lösungen“, sagt Benjamin Profanter. Eier und Milchprodukte kommen aus Südtirol, Getreide (außer Kamut) aus Norditalien, Österreich oder Süddeutschland, spezielle Rohstoffe nur wenn gar nicht anders möglich von außerhalb Europas. Als ein Hof aufgegeben wurde, hat er ihn gepachtet und baut nun selbst Getreide an. Auch die Äpfel kommen von der eigenen Streuobstwiese und hinter der Backstube werden auf 800 Quadratmetern Versuchs- und Schaufelder mit alten Getreide-, Linsen- und Bohnensorten eingesät. „Regionalität allein ist zu wenig, doch in der Kombination unserer Mehrwerte ist sie ein fundamentaler Bestandteil“, fasst der Bäckermeister zusammen.

Info: [www.facebook.com/ProfanterNaturBackstube](http://www.facebook.com/ProfanterNaturBackstube)

## Made in Oberhausen

Die **Bäckerei Agethen** aus Oberhausen hat ein griffiges Motto für regionales Denken gefunden: „Made in Oberhausen“. Es umfasst viele Bereiche, darunter die handwerkliche Backwarenproduktion vor Ort, Perspektiven für die Mitarbeiter und eine Rohstoffphilosophie, die verspricht: „Wir kaufen regional ein. Schaffen wir es, Produkte aus Oberhausen zu erwerben, machen wir das – egal, ob das von weiter weg preiswerter ist.“ Info: [www.abethen.com](http://www.abethen.com)

## Das Näfelser Dinkelvollkornbrot

Näher geht's nicht: Beim Dinkelvollkornbrot ist alles im heimischen Näfels (Schweiz) angesiedelt: Dinkelacker, Mühle und Bäckerei. Deshalb heißt das Produkt auch schlicht Näfelser Dinkelvollkornbrot. Damit keine Zweifel aufkommen, lautet der Zusatz „mit Näfelser Bio-Dinkelmehl“. Schilder am Brotregal (siehe Foto), Infotafeln auf dem Getreidefeld, Zeitungsberichte und Inserate sowie die sozialen Medien helfen, die Botschaft zu verbreiten. „Da wir vermehrt auf lokales Einkaufsverhalten der Rohmaterialien setzen und noch kein Biobrot im Sortiment hatten, war dieser Schritt logisch. Wir wollen damit bewirken, dass die ganze Wertschöpfungskette in der Region bleibt“, erklärt **Reto Märchy**, der das Unternehmen gemeinsam mit seinem Bruder **Roman Märchy** führt. Für gute Produktqualität sorgen Brühstück und Teigruhezeit von 24 Stunden. Das Leuchtturm-Produkt steht aber nicht alleine. Reto Märchy: „Wir versuchen, möglichst viel Rohstoffe regional einzukaufen, zum Beispiel Eier, Butter, Käse oder Fleisch. Den Mehrpreis bezahlt unsere Kundschaft gerne.“ Info: [www.baekerei-maerchy.ch](http://www.baekerei-maerchy.ch)



Foto: Bäckerei-Conditorei Märchy





Foto: Calenberger Backstube

Für attraktives Bildmaterial sorgt der regionale Mohnanbau. Hier freuen sich die Brüder Axel und Kai Oppenborn mit Mohnbauer Matthias Bohrßen (von links) über die Blüte.

## Schön anschaulich

In zwei Cafés der **Calenberger Backstube** hängt die Regionalität an der Wand – in Form einer aus Holz gefrästen Karte, die die Umrisse umliegender Städte und Gemeinden zeigt. Auf der Beklebung sind regionale Zulieferer mit Namen eingezeichnet, inzwischen sind es einige mehr als auf diesem Bild. Sieht gut aus und sorgt für ein gutes Gefühl.



## Regionalität schafft Vertrauen

**R**egionalität: Das ist einer von vier Werten der **Calenberger Backstube** aus dem niedersächsischen Pattensen (21 Fachgeschäfte) – neben Handwerk, Tradition und Miteinander. Mit Rohstoffen aus der Heimat will Geschäftsführer **Kai Oppenborn** „ein Zeichen für die Region setzen, die lokale Wirtschaft unterstützen und Arbeitsplätze in der Region sichern“. Mit einigen regionalen Partnern arbeitet die Bäckerei schon lange zusammen, etwa mit einem Dinkelbauern, einer Landschlachtereier, einem Erdbeerhof und einer Kaffeemanufaktur. Heute ist Oppenborn verstärkt daran interessiert, weitere regionale Rohstofflieferanten zu gewinnen. So kauft er bereits Kürbis-

kerne aus Niedersachsen und Mohn aus der näheren Region ein. „Es gibt immer mehr Landwirte, die uns ansprechen“, freut sich der Unternehmer.

Gleichzeitig beschäftige die Kunden zunehmend die Herkunft ihrer Lebensmittel: „Regionaler Einkauf wird wichtiger“, findet Oppenborn. Er schaffe Vertrauen zu den Rohstoffen und untermale die Wertigkeit der Bäckereiprodukte. Deshalb klärt die Calenberger Backstube gerne auf, woher ihre Rohstoffe kommen – über Social-Media, Tabletaufleger und Kassendisplays, über Schilder am Feldrand oder auf Straßenaufstellern.

Info: [www.calenberger-backstube.de](http://www.calenberger-backstube.de)

# SBS TOP-Police. Das Rundum-Sorglos-Paket!

Die SHB präsentiert die SBS TOP – eine Multi-Risk-Police mit herausragendem Leistungsspektrum inklusive dynamischer Betriebschlussklausel.

**100**  
1921-2021  
Handwerk mit Tradition.



# Nachhaltigkeit in ihrer schönsten Form

Das Thema Nachhaltigkeit gehört mehr und mehr zum Standard einer modernen Bäckerei. Dazu passt ein nachhaltiges Design im Ladenbau – modern, edel, zeitlos.

Die **Bäckerei Berelsmann** aus dem niedersächsischen Wallenhorst arbeitet traditionsbewusst und handwerklich. Gebacken wird nach alten Familienrezepturen unter Verzicht auf Fertigmischungen. So hatte **Jörg Berelsmann** für seine neue Filiale eine besondere Zielsetzung: ein nachhaltiges Konzept, in dem sich die handwerkliche Tradition des Unternehmens widerspiegelt; eine Einrichtung mit na-

türlichen Materialien, die eine gemütliche, ruhige Atmosphäre ausstrahlt. Gemeinsam mit **Schmees Ladenbau** wurde der Leitgedanke der Nachhaltigkeit verwirklicht. Beim Design stehen die Beharrlichkeit von Materialien und deren Vorzüge im Fokus.

Den Kunden erwartet ein puristisches, zurückgenommenes Ambiente mit gleichwohl warmer Optik in Erdtönen

wie beige und braun, versehen mit roten Farbklecksen in der Wandgestaltung und bei den Polstern.

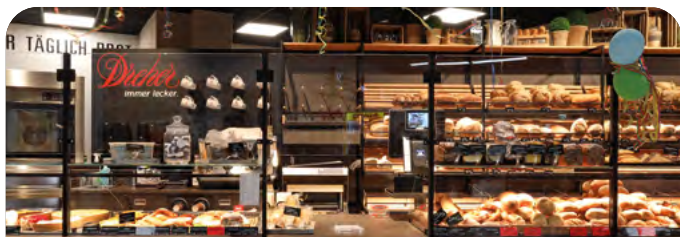
Wichtige Aspekte sind Recycling und die Verwendung von nachhaltigen Rohstoffen. In der Wandgestaltung des Ladens, auch als Raumtrennwand, werden Papprohren, Reet und Bambus eingesetzt. Das nachwachsende Naturprodukt Reet ist ein wertvoller Bau- und Naturstoff, der nicht nur schön aussieht, sondern aufgrund seiner schallhemmenden Wirkung für akustische Zwecke eingesetzt wird.



Fotos: Schmees Ladenbau

**Objektadresse:**  
Bäckerei Berelsmann  
Josefplatz 1  
49134 Wallenhorst

**Ladenbauer:**  
Schmees Ladenbau, Lathen  
Tel. 05933 647070  
[www.schmees-ladenbau.de](http://www.schmees-ladenbau.de)



### Theke mit Hygiene-Schutz

**D**er Ladenbauer **Kiefer & Beck** hat die neue Filiale der Bäckerei Dreher in Bühl mit der ersten Hygiene-Schutztheke ausgestattet. Durch den hochwertigen und integrierten Glasschutz ist Kundennähe wieder möglich. Die Warenpräsentationen in der Theke wirken frisch und einladend. Der Kunde ebenso wie die Mitarbeiter fühlen sich sicher – und der Schutz gibt dem Kunden Anreiz, wieder etwas länger zu verweilen.

Info: Tel. 0781 289957-0, [www.kiefer-beck.de](http://www.kiefer-beck.de)

### Modulare Freestander

**D**ie kompakten Verkaufspavillons der Firma **Keil Konzepte** verbinden eine innovative und nachhaltige Bauweise mit modernem Interieur. Die bodentiefen Fenster schaffen ein freundliches und einladendes Ambiente. Dank Modulbauweise können die Module nachträglich erweitert oder komplett versetzt werden. Die Idee dahinter: Gebäude und Einrichtung aus einer Hand, zum Festpreis und ohne Bauverzug. Zu den Optionen gehört ein Drive-in-Schalter.

Info: Tel. 06232 875940, [www.keil-konzepte.de](http://www.keil-konzepte.de)

### Vorsorge mit Abstand

**D**ie Gastroschutzwand Greta von **FMU** sorgt für hygienischen Abstand im Außen- und Innenbereich. Sie wird freistehend zwischen Tischen aufgestellt. Eine klare Acrylscheibe wird von zwei Aluminiumsäulen getragen, die mit zwei Bodenplatten aus Edelstahl stabilisiert werden. Die leichten mobilen Wände lassen sich schnell aufbauen. Durch ihr dezentes Design sind sie im Raum fast unsichtbar. Die Acrylscheibe gibt es in vier Standardbreiten. Das System ist modular aufgebaut und kann um eine weitere Stütze und Acrylscheibe erweitert werden.

Info: Tel. 07303 928666-0, [www.fmuugmbh.de](http://www.fmuugmbh.de)



### Steckerfertige Kühlmöbel

**E**nergieeffizienz, Flexibilität und perfekte Warenpräsentation, dafür steht die steckerfertige Serie vom **Kühlmöbelwerk Limburg**. Die Möbel der nach den Inseln Amrum, Borkum, Usedom und Rügen benannten Serie sind perfekt geeignet für kleine Verkaufsflächen. Sie umfasst Frischekühler, Kühlregale, Truhen und Impulsinseln. Jedes Modell verfügt über ein eigenes Kälteaggregat. Es braucht keine langen Rohr- und Stromleitungen im Verkaufsraum. Info: Tel. 06431 599-0, [www.kmw-limburg.com](http://www.kmw-limburg.com)



**AICHINGER**

## Erfolg lässt sich einrichten.

Als Multispezialist für emotionale Fresh-Food-Erlebnisswelten begeistern wir mit zukunftsweisenden Produkt- und Konzeptlösungen.

Mehr Information unter [www.aichinger.de](http://www.aichinger.de)



## Fläche forciert Impulskäufe

Der neu entwickelte Frontseller der **Walterscheid Projektschmiede** ist eine aktive Verkaufsfläche für verpackte Saison- oder Aktionsartikel oder für (ungekühlte) Getränke. Die ausziehbare Fläche liegt im direkten Sichtfeld des Kunden, wodurch die Wahrscheinlichkeit für einen Impulskauf hoch ist. Besonderes Highlight des Frontsellers ist die Aus- beziehungsweise Einschubfunktion, wodurch er unsichtbar im Thekenbild verschwindet, sollte einmal keine Aktionsware zum Verkauf stehen.

Info: Tel. 02247 9188-0,  
[www.walterscheid.info](http://www.walterscheid.info)

## Gekonnte Akzente im Halbrund

Lichtdurchflutet und mit viel Liebe zum Detail präsentiert sich die neue Filiale der **Bäckerei Frick** in Weingarten. Die Shopeinrichter von **Aichinger** haben auf 200 Quadratmetern Fläche ein Raum- und Farbkonzept mit hoher Aufenthaltsqualität geschaffen. Die in warmen Erdtönen gehaltenen Wand- und Bodenflächen werden durch das knallige Rot der Mosaikfliesen und der Sitzmöbel gekonnt akzentuiert. Der Clou: Die halbrunde Theke Artline nimmt die Gebäudeform im neuen Syrlin Quartier auf und verführt den Kunden mit der Live-Backstation, frischen Backwaren, Kuchen und warmen Snacks.

Info: Tel. 09129 406-0, [www.aichinger.de](http://www.aichinger.de)



## Freestander mit Signalwirkung

Die Lage des Standortes der **Meisterbäckerei Schneckenburger** in Stockach ist perfekt für einen gut funktionierenden Freestander: am Kreisverkehr gelegen, gute Parkmöglichkeiten und viele Feriengäste auf der Durchreise zum Bodensee. Für eine starke Signalwirkung wurde eine besondere Architektur mit riesigen Fensterfronten geplant. Die Straßenseite wird mit einem prägnanten Schriftzug geschmückt, der schon von Weitem auf sich aufmerksam macht. Die Parkplatzseite lässt erste Einblicke in die Bäckerei und den einladenden Sitzbereich zu.

Info: Tel. 05452 91989-0, [www.konzeptwerkstatt.de](http://www.konzeptwerkstatt.de)



## Genuss mit Industriecharakter

Bäckerei, Kaffeerösterei, Genusshandel und Eventlocation vereinen die Genusshöfe in Osnabrück in der ehemaligen Eisengießerei. Das von **Berner** entwickelte Innenraumkonzept wird durch das Scheddach der alten Halle geprägt, der Industriecharakter wird bewusst aufgenommen. Offen gestaltete Räume sowie die einsehbaren Produktionsbereiche der Backstube und Kaffeerösterei schaffen Transparenz; hochwertige, echte Materialien stehen für Qualität und Authentizität.



Foto: Holger Bulk Photography

Info: Tel. 0541 12164-0, [www.berner-ladenbau.de](http://www.berner-ladenbau.de)

## Lichtkonzept mit Spezialfarben

**B**ei der Modernisierung der **Edeka-Filiale Hieber** in Nollingen stand der Backshop im Fokus. Der offene, industrielle Charakter wird durch ein Lichtkonzept von **Bäro** unterstützt, das auf Speziallichtfarben und verti-



kale Beleuchtung setzt. Die Allgemeinbeleuchtung übernehmen Intara CX-Deckeneinbauleuchten, die entlang der Wände mit Wallsash- und Wallbeam-Optiken ausgestattet sind. Auch Brotregale und Schilder hinter der Backtheke

werden so beleuchtet, dort in der Speziallichtfarbe Goldenbread. Zusätzlich akzentuieren Intara XR-Einbaustrahler Blickpunkte im Raum.

Info: Tel. 02174 799-0, [www.baero.com](http://www.baero.com)

## Spezielles Licht von Hera

**B**esonders geeignet für die Präsentation

von Lebensmitteln ist die Linienleuchte LED Power-Stick T aus dem Hause **Hera**. Gab es in der Vergangenheit Lichtfarben von 3000K und mehr, sind mittlerweile Werte zwischen 2400-2700K mit exzellentem CRI (Farbwiedergabeindex) technisch möglich, die Backwaren werden frisch und knusprig präsentiert. Durch verschiedene Längen lässt sich der Power-Stick T leicht in vorhandene Thekenaufbauten integrieren; bei Holzbrotrosten einfräsen. Weitere Vorteile: lange Lebensdauer, verschiedene Lichtfarben, höhere Lichtausbeute bei geringerem Stromverbrauch und mehr.

Info: Tel. 05224 911-0, [www.hera-online.de](http://www.hera-online.de)



## BIOBÄCKER MIT KOMMUNIKATIVER BACKSTUBE!

Schon vor 25 Jahren setzte Markus Knuf auf Bio. Der Knufbäcker aus Voltlage ist im Liefergeschäft unterwegs, mit schmees Ladenbau realisierte er eine kommunikative Backstube. Ein Verkaufsladen, der direkt an die Backstube und die Lagerlogistik angrenzt. Der Standort vereint mehrere Bereiche: Er ist Verkaufsraum, Hofküche, Büro, Vorführungsraum, glutenfreie Backstube, Feingebäckherstellung, Seminarraum und Café in einem. Ein 230 Quadratmeter großer Multifunktionsraum. Das Ergebnis erinnert in keiner Weise an ein klassisches Bäckereicafé, kommt ohne Verkaufstheke und VerkäuferIn mit nur einer Vertrauenskasse aus.

Hinter jeder Konstruktion steht die Grundidee: flexibel sein. Jedes Element in diesem Raum ist mobil. Alle Bereiche können umgestellt und mit Trennwänden versehen werden. Stahl und Holz sind dominante Elemente, die den Raum ausmachen. Der Einrichtungsstil kommt ursprünglich und elementar daher. Terrazzo-Böden und Kamin schaffen eine heimelige Atmosphäre.

Der Knufbäcker - ein Ladenkonzept mit einem ganz eigenen Charme.

Die gesamte Fotoserie können Sie sich unter folgendem QR-Code ansehen. Dafür scannen Sie ganz einfach mit Ihrer Smartphone-Kamera den Code und werden so automatisch zu unserer Galerie weitergeleitet.



## Premium-Qualität ohne Palmöl

**C**SM Ingredients hat sein Premium-Margarine-Sortiment um palmölfreie Alternativen erweitert. Meister Goldback palmfrei für Hefe- und Mürbeteige und Meister Goldplunder-Platte palmfrei lassen sich einfach und sicher verarbeiten und verleihen Gebäcken eine exzellente Optik und Geschmack. Beide Margarinen bestehen aus einer Komposition hochwertiger Öle und Fette, werden mit natürlichen Aromen hergestellt und überzeugen durch optimale Eigenschaften für ihren jeweiligen Einsatzbereich.

Info: Tel. 0800 4184181,  
www.meistermarken-ulmerspatz.de



## Gestern Schnecken, heute Rolls

**D**as neue Konzept „So sweet - Easy Rolls“ von **Braun** basiert auf dem trendigen Erfolgsgebäck Cinnamon Rolls aus den USA. Die Gebäckgrundlage bilden saftige Hefeteige, die neben der klassischen Variante Zucker-Zimt mit anderen Füllungen in Schneckenform aufgearbeitet werden. Anschließend werden die Easy Rolls mit Frischkäse-Frostings oder dem neuen Produkt Icing RTU (Ready-to-use) veredelt und mit Streudekoren ausgarniert. Das Konzept wird Schritt für Schritt in einem neuen Rezeptheft erklärt. Dazu werden praktische Verpackungslösungen empfohlen.

Info: Tel. 0511 4107380, www.martinbraun.de



## Ruby jetzt als Getränkepulver

**B**arry Callebaut lanciert unter der Marke Van Houten das erste Ruby-Schokoladen-Getränkepulver. Dieses ist zunächst exklusiv für Gourmetkunden (Gastronomie, Bäckereien, Konditoreien, Chocolaterien) erhältlich. Das Getränkepulver verfügt über den vollen Geschmack und die Farbe von Ruby-Schokolade und löst sich sehr leicht in jeder Art von Milch auf – heiß oder kalt. Es bietet neue kreative Möglichkeiten und Geschmackserfahrungen.

Info: 0211 20654-0, www.callebaut.com



Anzeige

Ausgezeichnet präsentiert!

**KIESEL**  
Neuer Gesamtkatalog

Alles für Ihre Produkt- und Preisauszeichnung

Jetzt anfordern: Tel. 04499-7711  
www.kiesel-plakate.de

## Vielfalt fürs Brotregal



**D**as Dreikornbrot ist das Brot des Jahres 2021. Nach den Leitsätzen für Brot und Kleingebäcke muss es mindestens drei verschiedene Getreidearten enthalten, jeweils mindestens zu 5 Prozent. Dies erfüllen verschiedene Mühlenvormischungen der **Schapfenmühle**, darunter Schapfen Mühlenkorn mit Weizen, Gerste, Hafer und Sonnenblumenkernen oder Schapfen Kürbiskernbrot mit Weizen, Roggen und Mais. Für rustikale Körnerbrote wird die Vormischung Schapfen „Meine Mühle“ Basiskorn mit Weizen, Hafer und Gerste empfohlen. Schapfen Urlinsel wiederum enthält Dinkel, Gerste und Roggen sowie gepuffte Linsen (Foto).

## Abwechslung bei Dauergebäcken

Für mehr Abwechslung bei Kokosmakronen und feinen Dauergebäcken hat **Dreidoppel** eine neue Basis mit natürlichem Bourbonvanille-Aroma entwickelt. Sie lässt sich ohne zusätzliches Abrösten der Masse schnell und rationell verarbeiten und bringt aromatische Vielfalt in Kokosmakronen und anderes lang haltbares Feingebäck, wie Nussecken und Mandelhörnchen. Da Kokosflocken, Nüsse oder Ölsaaten erst in der Backstube unter die Masse gerührt werden, entsteht ein frischer, aromatischer Geschmack. *Info: Tel. 02173 7909-0, [www.dreidoppel.de](http://www.dreidoppel.de)*



## Neues für Naschkatzen

Klassische Backwaren befinden sich im Aufschwung. **Backaldrin** bietet, diesem Trend entsprechend, die Neuprodukte Amimix und Käsekuchenmix für rationelle, sichere Herstellung. Der anlagentaugliche Amimix eignet sich für softig-zarte Amerikaner oder für Blechkuchen. Für Käsekuchen in allen Varianten ergibt der neue Käsekuchenmix eine weiche, sämige Masse, die einfach zu verarbeiten ist. Die Gebäcke sprechen mit ihrer natürlichen Farbe sowie der lockeren, flaumigen Krumenstruktur und dem abgerundeten Geschmack an. *Info: Tel. 089 3293976, [www.backaldrin.de](http://www.backaldrin.de)*



*Brötchen*  
HANDWERK

Leidenschaft, Erfahrung, Tradition und Kreativität

Neue Facetten des Geschmacks - mit Malzen, Polish und Vorteigen

Traditionelle Herstellungsverfahren und neue Rezeptideen

Inspiration erhalten Sie in der neuen Qualitätsbroschüre **Brötchen-Handwerk**

**IREKS**  
Wir backen's. Gemeinsam.

FACHLICHE HOTLINE:  
09221 706-110  
[www.ireks.de](http://www.ireks.de)

FÖRDERER DES  
NACHWUCHSKAMPFES  
DES DEUTSCHEN  
BÄCKERHANDWERKS

SCHRUTKA-PEUKERT  
LADENBAU

BÄCKEREIEN | KONDITOREIEN | CAFÉS

**100% HANDWERK 100% LEIDENSCHAFT**  
**LADENBAU DER EXTRAKLASSE!**

Mehr klasse Läden sehen: [WWW.SCHRUTKA-PEUKERT.DE](http://WWW.SCHRUTKA-PEUKERT.DE)

# 7 Wochen – 15 Brote

Der Herbst ist die perfekte Jahreszeit für Aktionen rund ums Brot. Zur Anregung stellen wir Ihnen eine groß angelegte Aktion des Wiener Großfilialisten Der Mann vor.

Mit den Brotestwochen bietet **Der Mann** 15 Brotsorten sieben Wochen lang in allen Filialen zum Aktionspreis (25 Prozent ermäßigt) an. So wurden auch im September und Oktober 2020 unter dem Motto „Die Besten testen“ die preisgekrönten Sorten aus dem Brotsortiment in den Mittelpunkt gerückt, jeden Tag ein anderes Brot. Zum Ausprobieren der „Brottagonisten“ luden auch zahlreiche Verteil- und Verkostungsaktionen ein. *Tipp:* Rabatte ziehen. So hilft die Aktion, starke Brotsorten weiter zu stärken, auf das Brotangebot insgesamt aufmerksam zu machen und mit etwas Glück den Marktanteil weiter auszubauen. Ein eigenes Aktionsplakat für jede Brotsorte ist zu empfehlen. Das Marketing lässt jedoch alle Optionen offen, von einfacheren Varianten bis hin zu Großplakaten im Stadtbild. *Info:* [www.dermann.at](http://www.dermann.at)

MEINE BROTSCHAFT:

## DIE BESTEN TESTEN!

*M. Mann*

MICHAEL MANN, BÄCKERMEISTER

JEDEN TAG EIN  
ANDERES BROT  
**-25%**



## Brot-Tasting in Bocholt

Um Wertschätzung für ihre Holzofenbrote ging es der **Bäckerei Schollin** (rund 60 Fachgeschäfte) in ihrer Bocholter-Holzofenfiliale bei einem Brot-Tasting. „Unsere Produkte aus dem Holzofen werden mit hohem Aufwand und in liebevoller Handarbeit hergestellt. Und das schmeckt man auch!“, schreibt Schollin in einem Einladungsflyer. Auch ein A4-Thekenaufsteller informierte über das kostenfreie Event.



Einen Monat lang konnten die Kunden an jedem Mittwochvormittag den besonderen Holzofenbrot-Geschmack am Verkostungstisch kennenlernen. Bemannt war er von dem in dieser Filiale beschäftigten Holzofenbäcker sowie einem Bäckermeister, der bei Schollin Backkurse gibt. „Meist war eine Handvoll Kunden um sie herum“, berichtet **Sara Schnurbusch**, Marketingreferentin bei Schollin. „Manche haben sich für das Brot an sich interessiert, andere für die Backtechnik oder die Zutaten. Eine tolle Aktion!“ *Tipp:* Es geht nichts über den direkten Kontakt mit einem Bäckermeister, der authentisch von der Backkunst seines Betriebes berichten kann! *Info:* [www.schollin.de](http://www.schollin.de)

## Saubohne statt Soja

Lokal. Bodenständig. Vielfältig.“ Das schreibt sich Bäcker Dick aus Heinsberg auf die Fahnen. Dazu passt eine Kreation mit dem schönen Namen Heimatbrot: Ein Brot aus Dinkel und Roggen, kombiniert mit rheinischen Ackerbohnen aus dem nahen Lin-nich. Das Superfood, auch als Dicke Bohne oder Saubohne bekannt ist als Eiweißlieferant eine heimische Alternative zu Soja. Für Wertschöpfung in der Region sorgt sie auch ([www.rheinische-ackerbohne.de](http://www.rheinische-ackerbohne.de)). *Tipp:* Für Bäcker im Rheinland ein Heimspiel, aber sicher können auch andernorts Landwirte eine geeignete Ackerbohnen-Sorte anbauen. *Info:* [www.facebook.com/Baecker.Dick.HS](http://www.facebook.com/Baecker.Dick.HS)



Foto: TwilightArtPictures – AdobeStock



## Cooler Croissants

**D**er Lifestyle-Faktor spielt auch bei einem neuen Produkt der **Albkorn Bäckerei & Konditorei Glocker** aus dem schwäbischen Gomadingen (4 Fachgeschäfte) eine wichtige Rolle: den Cruffins. Bei diesem Hybrid-Produkt wird Croissantteig in Muffin-Formen gebacken. Anschließend werden sie in Zimtzucker gewälzt, mit hausgemachter Konfitüre gefüllt, in weiße Kuvertüre getaucht und mit Pistazienkernen dekoriert – eine hippe Croissant-Kreation. „Neben den klassischen Produkten wollen wir etwas Tolles anbieten, das ein jüngeres Publikum anspricht“, erklärt Bäckermeister **Simon Glocker** die Zielsetzung. Solche Produkte stellt er ausführlich auf Facebook und Instagram vor in der Absicht, Kunden damit in den Laden zu locken. Deshalb sind die recht aufwendig herzustellenden Cruffins auch trotz des Verkaufspreises von 2 Euro mit einer relativ geringen Marge kalkuliert. Mit Erfolg: „Die Cruffins sind eingeschlagen, anfangs reichten die Formen nicht aus. Wir verkaufen pro Tag und Standort im Durchschnitt 50 Stück.“



Foto: Bäckerei Glocker

# PICCOLO PRO

**Nicht nur Blabla:  
Stromersparnis bis zu 30%\*.  
Zertifiziert vom VDE!**

**WACHTEL**

electro ovens  
since 1923

**VDE**

Tested  
Bis zu  
30% geringerer  
Energieverbrauch

© 2023 Wachtel GmbH  
www.wachtel.com  
www.vde.com

\*im Vergleich zum Vorgängermodell



# Ein Brot zum Abheben

**B**uchweizen wird für unsere Kunden interessanter, die Anfragen nehmen zu“, meldet **Steffen Leonhardt**, Inhaber der kleinen, aber feinen **Bäckerei Leonhardt** in Bretten (nahe Karlsruhe). Leonhardt bedient sie mit dem Sarazener Laib, der 30 Prozent Buchweizenmehl enthält. Weitere Zutaten: Weizenmehl, Weizenvollkornmehl, Roggenmehl (im Sauerteig) sowie eine Prise Safran, die den prachtvollen 3-Kilo-Laiben eine goldgelbe Krume verleiht. „Der Buchweizen sorgt für ein fein-herbes, nussiges Aroma“, erklärt der Bäckermeister und Brotsommelier. Die Riesenlaibe gibt's nur donnerstags, aktuell gehen ein Dutzend davon in dem einzigen Laden sowie auf Wochenmärkten über die Theke. Nach Gewicht verkauft, wird der Sarazener Laib für ordentlich kalkulierte 9,50 Euro pro Kilo verkauft. „Das Buchweizenbrot spricht experimentierfreudige Kunden an, die sich bewusst ernähren möchten“, berichtet Leonhardt. Dank des hochwertigen Eiweißes sei es zudem für Vegetarier interessant. Wenn es die Verhältnisse nach Corona zulassen, wollen Steffen und **Steffi Leonhardt** einen Buchweizentag veranstalten, um das Superfood stärker in den Köpfen zu verankern. Weitere Produkte wie etwa eine Torte mit Buchweizenbiskuit sind geplant. *Info: [www.baeckereileonhardt.de](http://www.baeckereileonhardt.de)*



Foto: Bäckerei Leonhardt



## Buchweizen – das Projekt

**B**uchweizen hat nicht nur den Ruf, eine ideale Insektenweide und attraktiv für eine nachhaltige Landwirtschaft zu sein – auch aus der glutenfreien Ernährung ist er nicht mehr wegzudenken. Bei einem Anbauversuch haben **Prof. Dr. Simone Gräff-Hönniger** und **Prof. Dr. Friedrich Longin** von der **Universität Hohenheim** in Stuttgart verschiedene Sorten in Bezug auf Geschmack, Verarbeitung und Anbaupotenziale getestet. Da der Buchweizen eine genügsame Pflanze ist, die auch auf kargen Böden in nur hundert Tagen heranreift, arbeitete das Forscherteam an einem Anbausystem als Zweitkultur. Dann gleicht der zusätzliche Ertrag den Nachteil der niedrigen Erntemengen aus (etwa die Hälfte von Sommergetreide). Damit sich ein Anbau für die Landwirte lohne, so Longin, müsse es noch gelingen, heimische Buchweizensorten zu züchten und stabile Wertschöpfungsketten mit fairen Preisen zu schaffen.

## Buchweizen – das Superfood

**D**er Buchweizen aus der Familie der Knöterichgewächse ist mit dem Weizen zwar nicht verwandt, hat dafür aber eigene Vorzüge. So sind Buchweizenkörner glutenfrei, reich an lebenswichtigen Eiweißbausteinen und liefern Lezithin, verschiedene Vitamine sowie Mineralstoffe. Die dreikantigen Körner werden zu Vollkornmehl vermahlen, das alleine nicht backfähig ist.



Foto: Universität Hohenheim / Agron Beqiri

# Klamotten mit Kultfaktor

Die folgende Idee eignet sich vor allem für Kult-Bäckerreien, die bei ihren Kunden so richtig beliebt sind. So wie die **Braaker Mühle** aus – na wo wohl? – Braak. Das Unternehmen, das neben 24 eigenen Standorten in Schleswig-Holstein und Hamburg einige Wochenmärkte bedient, hat sich eine kleine Kleidungs-Kollektion anfertigen lassen, die den Kunden als „Mühlenuft“ angeboten wird. Da gibt es Beanies und Baby-Bodys, T-Shirts und Hoodies und noch einiges mehr, alles ebenso stylish wie praktisch und recht dezent mit dem aufgestickten Logo und Namen der Braaker Mühle versehen. „Mit der Qualität sind wir super zufrieden. Dabei haben wir auf Nachhaltigkeit geachtet – zum Beispiel mit Bio-Baumwolle – und auch einen sozialen Aspekt integriert“, erzählt **Katharina Martin**, die fürs Marketing zuständig ist. Denn: „Beim Kauf eines Kleidungsstückes spendest du automatisch 1 Euro an ein soziales Projekt“, verspricht das Unternehmen.

Die gebrandete Bekleidung macht den geeigneten Kunden zum Markenbotschafter und stärkt seine Bindung. Außerdem zelebriert sie den Kultfaktor. Dem gegenüber steht der Aufwand für Entwicklung und Bereithaltung. Und die Idee funktioniert nur, wenn die Sachen auch gekauft und getragen werden. „Es sind hochwertige Klamotten, die man anziehen mag, weil sie schön sind“, nennt Katharina Martin eine Voraussetzung. Zunächst greifen vor allem die eigenen Mitarbeiter zu, die sich genügend mit dem Betrieb identifizieren, um die Mühlenuft in ihrer Freizeit tragen zu wollen. Die Vermarktung an die Kunden soll erst noch so richtig anlaufen – derzeit findet sie über die Social Media, den Onlineshop und Aufsteller an einigen Standorten statt. *Tipp:* Es muss nicht gleich eine ganze Kollektion sein. Kleine Kultbäcker können schon mit einem coolen T-Shirt einiges erreichen.

Info: [www.braaker-muehle.de](http://www.braaker-muehle.de)

## Tipps fürs Backen

Als Partner des Buchweizen-Forschungsprojektes der **Universität Hohenheim** hat Steffen Leonhardt 18 Buchweizensorten verbacken, immer mit demselben Brotrezept. Dabei fiel das Volumen unterschiedlich aus – es lohnt sich also, auf die Sorte zu achten. Weitere Tipps des Bäckermeisters: „Die Teige mit hohem Buchweizenanteil sollten vorsichtig geknetet werden und nicht über Langzeitführung gekühlt werden, da sie sonst stark abbauen. Die Brote benötigen Vorstufen wie Quell- und Kochstück oder Vor- und Sauerteige.“ Ein Anteil von 30 Prozent am Gesamtgetreide sollte nicht überschritten werden.



Foto: Braaker Mühle

Mark Lessau, einer der Juniorchefs der Braaker Mühle, modelt Teile der Mühlenuft.

Wir kriegen's gebacken!

SPRÜH-SYSTEME

UNIFILLER-SYSTEME

BACKTRENNMITTEL

SPRÜHBOY SYSTEM

Vielseitiges Multitalent in der Sprüh-Anwendung!

SPRÜHBOY 04 s

SPRÜHBOY 08 s

MULTI-FUNKTIONAL

Mit den **Boyens Sprühboys** erledigen Sie das Verarbeiten von Flüssigei oder Glanz- und Bräunungsmittel mühelos, sauber und schnell. Aufgrund der Sprühpistole-Technik erzeugen Sie beim Auftragen auf vollgärtigen Teiglingen die besten und gleichmäßigsten Bräunungsergebnisse. Unsere praktischen **SPRÜH-Helfer** sind für alle gängigen Trennmittel, Flüssigkeiten wie Wasser, Trennwachs sowie harzfreie Schneideöle für Teigtrichter- oder Teigwannen-Beölung perfekt geeignet. **Und das Allerbeste: Die Boyens Sprühboys arbeiten vollkommen sprühnebelfrei.**

boyens backservice GmbH  
Gildestraße 76-82 · 49479 Ibbenbüren

Telefon +49 (0) 54 51-96 37-0  
Telefax +49 (0) 54 51-96 37-16

info@boyensbackservice.de  
www.boyensbackservice.de

boyens  
backservice

# Standortpolitik nach Corona

Angesichts von Pandemie und Lockdown haben viele Bäcker in puncto Expansion auf die Pausetaste gedrückt, weiß Unternehmensberater **Zenai Abraha**. Falls Sie jetzt wieder auf die Starttaste drücken wollen, lohnt sich ein Blick auf die folgenden Seiten.

**W**ährend der vergangenen zwölf Monate haben Bäcker mehr Standorte geschlossen als eröffnet“, weiß Zenai Abraha. Verbraucherstimung und Konsumlaune trübten sich stark ein und gerade an sonst hochfrequentierten Standorten gingen die Umsätze vor allem während der Lockdowns in den Keller. Aber wir wollen in die Zukunft schauen: „Die Situation ändert sich gerade. Was vor der Pandemie geplant war, wird jetzt umgesetzt und seit Anfang 2021 werden wieder neue Pläne geschmiedet“, bestätigt Abraha. „Wer die nötigen Mittel hat und sich

das zutraut, kann jetzt wieder expandieren.“ Dazu laden auch freiwerdende Ladenflächen und sinkende Mieten in den Innenstädten ein.

Doch der Experte bleibt vorsichtig: „Ich rate vor schnellen Standortöffnungen ab. Nehmen Sie sich die Zeit, eine ausführliche Standortanalyse vorzunehmen.“ Eine genaue Beurteilung von Lage, Zielgruppe, Wettbewerb, Verkehrsanbindung, Attraktivität, Objekt und Einrichtung gehört zu den Kompetenzen von **Gehrke Econ**. Der Unternehmensberater empfiehlt außerdem,

alle Investitionen zu berücksichtigen. Denn zu den Kosten vor der Eröffnung zählen neben der Einrichtung unter anderem auch Personalsuche und -qualifizierung und natürlich müssen die fixen monatlichen Kosten den zu erwartenden Umsätzen gegenübergestellt werden. „Kann ich an diesem Standort und mit dieser Klientel meine Stärken ausspielen?“, stellt der Branchenkenner eine weitere Frage. Einen Einblick in die Attraktivität der einzelnen Standorttypen in der Post-Corona-Zeit liefern die folgenden Seiten.

Freestander werden weiterhin gerne gebaut, so wie hier von der Meisterbäckerei Schneckenburger in gut frequentierter Lage in Stockach.



## UNSER EXPERTE

Betriebswirt Zenai Abraha hat als Unternehmensberater von Gehrke Econ tiefe Einblicke in die Backbranche. Gehrke Econ deckt Steuer-, Unternehmens- und Rechtsberatung ab und betreut rund 160 Bäckereibetriebe. Kontakt: Tel. 0511 70050175, [www.gehrke-econ.de](http://www.gehrke-econ.de)

Foto: Gehrke Econ



In der Vorkassenzone geht was: So wie in dieser großzügig dimensionierten Filiale der Bäckerei Borggräfe im Akzenta-Markt, Heiligenhaus.

## Nahversorgung und Vorkasse

**A**ls krisensicher – zumindest während einer Pandemie – haben sich Wohngebiete, Fachmarktzentren und Vorkassenzonen erwiesen. Denn genau hier gingen die Verbraucher während des Lockdowns einkaufen, vorzugsweise selten und dann gleich auf Vorrat. In Wohngebieten, ländlichen

Gebieten oder Fachmarktzentren hat Gehrke Econ einen durchschnittlichen Umsatzzuwachs im Backwarenbereich von 3 Prozent und in Vorkassenzonen sogar von 5 Prozent ermittelt. Kein Wunder, dass man bei Fachmarktzentren und Vorkassen den stärksten Trend der anvisierten Neueröffnungen verzeichnet. „Diese Lagen sind mittel-

fristig zu bevorzugen“, empfiehlt Branchenkenner **Zenai Abraha**. Auch Wohngebiete mit genügend Einwohnern seien attraktiv. „Man muss bei Vorkassen natürlich beobachten, wie sich die Mieten entwickeln, denn auch der Einzelhandel weiß, seine Stärken zu spielen“, gibt der Experte zu bedenken.

## Hochfrequenz und Shopping-Center

**B**ahnhöfe und Flughäfen, Innenstädte und Shopping-Center: Überall dort, wo sich vor der Pandemie Massen von Menschen tummelten und für hohe Umsätze sorgten, erwiesen sich die Bäckereistandorte als stark krisenanfällig. „Es war eine Katastrophe, das brauchen wir gar nicht schönzureden“, bringt es Unternehmensberater **Zenai Abraha** auf den Punkt. Hier betrug die Umsatzeinbußen nach Zahlen von **Gehrke Econ** zwischen 30 und 75 Prozent. Dementsprechend sieht Abraha bei Standortöffnungen in solchen Lagen ein hohes Risiko. Zwar entstehen auf der einen Seite neue Spielräume bei Verhandlungen über die Mietkosten. Auf der anderen Seite jedoch stellt sich die Frage, wann und wie vollständig die hohe Frequenz an diese Standorte zurückkehrt. „Warten Sie ab, wie sich die Situation bis Ende des Jahres entwickelt, und agieren Sie vorsichtig“, rät der Experte deshalb. Das Risiko könne durch eine kürzere Mietdauer eingeschränkt werden, zum Beispiel fünf Jahre mit einseitiger Laufzeitoption.

## Bäckerkompetenz wird forciert

Die Corona-Pandemie hat sicherlich noch mehr dafür sensibilisiert, eine eingehende Standortanalyse zu betreiben oder das Konzept am gewählten Standort zu überarbeiten. Vor allem, ob bei der aufgerufenen Pacht in Innenstadtlagen und Einkaufszentren der Standort wirtschaftlich zu betreiben ist. Standorte in der Vorkassenzone sind die Gewinner und werden wieder verstärkt gesucht. Mit der steigenden Mobilität werden die Hochfrequenzstandorte zurückkommen. Was Standorte mit Gastroangebot und großem Sitzbereich angeht, so prüfen die Kunden häufiger und intensiver die Alternativen. Wir erleben, dass die Bäckerkompetenz mit speziellen Brot- und Backwarenspezialitäten im Regal und der Theke forciert wird.“

Günter Muth ist Verkaufsleiter Frisch-Handwerk beim Ladeneinrichter Aichinger.



Foto: Aichinger

# „Warum ändern, was jahrelang geboomt hat?“

Der Ludwigshafener Bäcker Görtz mit heute rund 190 Standorten ist für einen beeindruckenden Expansionskurs und ausgefeilte Konzepte bekannt. „Wir haben 2020 gut 12 Prozent Gesamtumsatz verloren“, berichtet Geschäftsführer Peter Görtz, „in großen Cafés waren es bis zu 50 Prozent. Da wir die Kosten optimieren konnten, haben wir uns insgesamt aber ganz gut gehalten.“ Und wie ist die Wirkung auf Standortentscheidungen? „Wir glauben, dass Corona keinen Langzeitrend abbildet. War die Standortpolitik vorher richtig, muss man sie nicht groß verändern“, so der Unternehmer. Auch

an große Cafés glaubt Görtz weiterhin. „Sie waren maximal betroffen, doch soll man daraus ableiten, dass ein zeitgemäßes System, das jahrelang geboomt hat, künftig nicht mehr funktionieren wird?“ Im Gegenteil: Mit der Überzeugung, dass die Corona-Situation vorbeigehen wird, hält Görtz große Cafés für Zukunftsstandorte.

Kritisch sieht er hingegen Fußgängerzonen und große Shopping Malls – dies aber auch schon vor der Pandemie: „Es sind Risikostandorte mit hoher Mietbelastung und hohem Ausfallrisiko, das hat Corona bestätigt. Sie haben sich aus

unserer Sicht nochmals verschlechtert.“ Von ein oder zwei solchen Standorten mit kündbarem Vertrag habe sich Bäcker Görtz in der Pandemie getrennt. Ausschließen würde man solche Lagen jedoch auch künftig nicht. Es gelte schlicht, Chancen und Risiko abzuwägen. Andere Standorte – ob Vorkasse, Ausfallstraße, Vorstadt oder ländliche Filiale – haben sich aus Sicht des Ludwigshafeners kaum verändert. „Von Ausnahmen abgesehen, haben sie auch nicht gewonnen.“ Doch in die Zukunft schauen kann niemand. Peter Görtz: „Wir werden erst in fünf Jahren wissen, wer Recht hat.“

Info: [www.baecckergoertz.de](http://www.baecckergoertz.de)

Foto: Järcke Architektur



## Königsklasse Freestander

Vorkassenzonen sind bei fairen Vertragsbedingungen immer noch beliebt. Die Königsklasse bleibt der Freestander. Der Bäcker ist Herr im eigenen Haus, ist immer ansteuerbar und kann sein Konzept ohne Einschränkungen umsetzen. Die zukünftigen Verhaltens- und Werteverstärkungen der Verbraucher sind noch schwammig. Vieles wird vermutet, erhobene Daten gibt es noch nicht. Derzeit verhindert der Fachkräftemangel eher einen neuen Standort als die verkehrsmäßigen Rahmenbedingungen. Große Cafés, die vor der Pandemie zum Beispiel ein starkes Frühstücksgeschäft hatten, werden diese Zahlen wohl wieder erreichen. Doch sind kleinere Einheiten wie Kaffeebars mit kalten und warmen Snacks auf dem Vormarsch.“

Foto: Schmees Ladenbau



Helmut Sürken ist Prokurist und Vertriebsleiter bei Schmees Ladenbau.



Foto: Aichinger

Die Bäckerei Staib hat sich unverdrossen inmitten von Corona dieses beeindruckende Café in Biberach einrichten lassen.

## Die Zukunft von Cafékonzepten

Neben der Standortfrage stellt sich auch die Frage nach dem richtigen Konzept, insbesondere in Hinblick auf den gastronomischen Bereich. Wie viele Sitzplätze braucht ein Bäckereicafé wirklich? Ist der ein oder andere Vorzeige-Standort in der Innenstadt einfach zu teuer? Lohnt es sich hier oder da, Cafés gar nicht wieder zu eröffnen, weil man mit Backwaren besser verdient? „Das Snackgeschäft wird weiter wichtig bleiben und auch weiterhin nachgefragt, da sind wir ganz sicher“, sagt Unternehmensberater **Zenai Abraha von Gehrke Econ**. Zumal die Vorteile eines Standortkonzeptes mit Snacks und Getränken bestehen bleiben: höherer Kundenbon, zusätzliches Margenpotenzial (Kaffee!) und die Orientierung an Zeitgeist und Kundenbedürfnissen. Bei großen Gastro-Standorten beobachtet Abraha jedoch einen rückläufigen Trend. „Hier werden manchmal die Laufwege und die sehr hohe Personalbindung unterschätzt“, sagt der Experte. „Selbst bei guten Umsätzen sind die Kosten so hoch, dass der Standort nicht unbedingt rentabel ist.“ Vor einer Entscheidung müsse man nachrechnen, ob der zu erwartende Umsatz ausreicht, um Invest und fixe Kosten zu amortisieren.

### Impressum

**back.intern.** – Praxistipps für Marketing & Verkauf, 26. Jahrgang,  
**Herausgeber:** Institut für Absatzförderung im Backgewerbe – Verlags- und Marketinggesellschaft mbH, Registergericht Hannover HRB 216289, USt-IdNr. DE 170539639 [www.back-intern.de](http://www.back-intern.de)  
**Geschäftsführung:** H. Jürgen Gießler, Mario Töpfer, Hubertusstraße 1, 30163 Hannover  
**Chefredaktion:** Mario Töpfer, Tel. 0511 2 88 25 55, [toepfer@back-intern.de](mailto:toepfer@back-intern.de)  
**Redaktion:** Ulrike Jaeger, Tel. 04102 99 67 84, [jaeger@back-intern.de](mailto:jaeger@back-intern.de)  
**Online-Redaktion:** Kerstin Schmidt-frerick, [redaktion@back-intern.de](mailto:redaktion@back-intern.de)

**Anzeigenberatung:** Jürgen Ackermann, Tel. 0671 4 25 14, Fax: 0671 2 00 41 72, [j.ackermann@back-intern.de](mailto:j.ackermann@back-intern.de)  
**Anzeigenverwaltung:** Eva Stöcker, Tel. 0511 26 24 96 71 Fax: 0511 2 88 25 22, [anzeigen@back-intern.de](mailto:anzeigen@back-intern.de)  
**Layout:** Cornelia von Saß, Tel. 05034 870722  
**Druck:** Leinebergland Druck, Alfeld  
 back.intern. erscheint 12-mal im Jahr, Jahresabo print inkl. Versandkosten 198 Euro + MwSt., Jahresabonnement ePaper 178 Euro + MwSt. [www.back-intern.de/abo](http://www.back-intern.de/abo)

**back.intern.**

PARTNER DER BÄCKER

### EDV

**GRIBS® für Bäcker**  
 Software · Service · Schulung · Anpassung · Beratung

© Fotolia 94166949  
[www.gribs.com](http://www.gribs.com)

### EDV

**SMILODON**  
 Innovative Softwarelösungen

„Ein starkes Doppel für Ihre Kontrolle“

**SmiloBACK** Die Branchensoftware für jede Betriebsgröße  
**SmiloTIME** Zeitzwirtschaft und Zutrittskontrolle

Und jetzt neu und plattformunabhängig:

**SmiloWEB** Für Handy, Tablet und PC  
 Filialbestell- und Infosystem  
 Kunden-Onlinebestellsystem

Smilodon GmbH · 35102 Lohra · Telefon 06462-915082-0  
[www.smilodon-gmbh.de](http://www.smilodon-gmbh.de) · [info@smilodon-gmbh.de](mailto:info@smilodon-gmbh.de)

### LADENBAU

Erfolg ist sichtbar, fühlbar, machbar.

**PROJEKT SCHMIEDE**

**WALTERSCHEID**  
 GESCHÄFTSEINRICHTUNGEN

Ohlenhohnstraße 40 - 42 · 53819 Neunkirchen  
 Tel.: 0 22 47 / 91 88 -0 · Fax: 0 22 47 / 91 88 15  
[www.walterscheid.info](http://www.walterscheid.info)

### MARKETING

★★★★★  
 Fünf Sterne Bäckerei  
 einfach ausgezeichnet ...

Fünf Sterne Bäcker müssen nicht lange erklären, warum sie gut sind!

Mehr Informationen unter  
[www.5-sterne-baecker.de](http://www.5-sterne-baecker.de)

### MASCHINEN

**LCM**  
 Schokoladenmaschinen

Temperiermaschinen  
 Überzugsmaschinen  
 Kühltunnel  
 Schokoladenauflöser

LCM Schokoladenmaschinen GmbH  
 +49 (0)751-295935-0 [info@lcm.de](mailto:info@lcm.de)  
[www.lcm.de](http://www.lcm.de)

Anzeigenschluss für die nächste Ausgabe

**PARTNER DER BÄCKER**

ist am 23. Juli 2021  
[anzeigen@back-intern.de](mailto:anzeigen@back-intern.de)  
 Tel. 0671.4 25 14  
 Fax 0671.200 41 72

### ZUTATEN

**HOCHER BUTTER**

Ihr Spezialist für Butterfett

[www.hoche-butter.de](http://www.hoche-butter.de)

### ZUTATEN

**KOMPLET**

Abel + Schäfer, KOMPLET  
 Tel.: 0 68 98 / 97 26 -0  
 KOMPLET Berlin  
 Tel.: 0 30 / 72 39 72 -0  
[info@komplet.com](mailto:info@komplet.com)  
[www.komplet.com](http://www.komplet.com)

# Kleine Kunden begeistern

Schulkinder sind nicht nur die Kunden von morgen, sondern auch von heute, besonders an schulnahen Standorten. In jedem Fall lohnt es sich, zum Schulanfang mit kindgerechten Produkten auf sich aufmerksam zu machen – und diese selbstverständlich auch auf Facebook und Instagram vorzustellen.

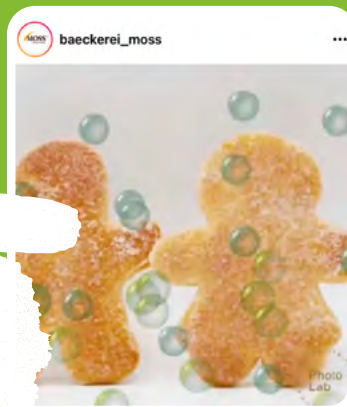


## VORFAHRT FÜR DONUTS

In leuchtenden Farben glasiert und mit Verkehrszeichen dekoriert: So attraktiv kann Verkehrserziehung für Schulkinder sein. Zeigt das **Brothaus** aus Burgbernheim.

## GESCHENKTER SCHOKOKUSS

„Mit solchen Aktionen bleibt man im Gespräch, gerade bei jungen Leuten“, sagt **Markus Grube** von der **Landbäckerei Grube** zum Gratis-Schokokussbrötchen. Die gibts zwar nicht im regulären Sortiment, dafür andere Pausensnacks.



## SÜSSE I-DÖTZCHEN

„Zuckersüße i-Dötzchen“ bietet die **Bäckerei Moss** zum Schulanfang an – eine schöne Ergänzung für die Schultüte. Für das gewisse Extra auf Facebook und Insta sorgen vorbeiziehende Seifenblasen.

## JETZT BESTELLEN!

Rechtzeitig vor dem ersten Schultag präsentiert die **Konditorei Klingelhöfer** ihre schön dekorierten Einschulungstorten. Wer „auf mehr ansehen“ klickt, erfährt auch noch, welche Füllungen zur Auswahl stehen und wie man die Torte bestellen kann. Solche Posts sind ein Muss für alle Konditoren, die solche Torten anbieten!

**Klingelhöfer** ist hier: **Klingelhöfer**.  
9. August 2020 · Marburg ·  
Kennt ihr schon unsere **EINSCHULU**...  
In einer Woche sind die Ferien vorbe...  
Schultag kurz bevor! Wir möchten eu...  
auch in diesem Jahr wieder eure indiv...  
Dekoriert mit Schultüte, Buchstaben u...  
und Schultafel und gefüllt mit einer unse...  
ansehen



## EIN HERZ FÜRS SCHULKIND

Etwas Besonderes hat sich die **Bäckerei Puppe** mit diesen Lebkuchenherzen einfallen lassen: ein zünftiges Geschenk für stolze Schulkinder.