

# Check Up

N° 6 11. MAI 2019

## Back. Business

DAS ENTSCHEIDER-MAGAZIN FÜR DIE BACKBRANCHE



# HEISS- UND KALT GETRÄNKE

**SPEZIAL-THEMA  
LADENBAU &  
MARKETING  
IM HEFT**

## VIELFALT IM BEVERAGE-ANGEBOT

GEMEINSAM GESTALTEN

50 Jahre

160 Jahre

30 Jahre

MEISTERMARKEN

Ulmer Spatz

Goldfrost<sup>+</sup>

**CSM**  
Bakery Solutions

[www.jubilaeum.meistermarken-ulmerspatz.de](http://www.jubilaeum.meistermarken-ulmerspatz.de)  
[www.jubilaeum.goldfrost.de](http://www.jubilaeum.goldfrost.de)





## Liebe Leserinnen und Leser,



in dieser Ausgabe erwartet Sie ein buntes Potpourri an Themen. Angefangen beim Schwerpunkt Heiß- und Kaltgetränke ab Seite 8: Hier stellen wir Ihnen unter anderem ein Kaffeegetränk vor, das nicht aus Bohnen gewonnen, sondern molekular hergestellt wird (Seite 10). Es soll milder schmecken, verträglicher sein und

die Umwelt schonen. Artikel zu Kaffeebeilagen (Seite 12), neuen Erfrischungsgetränken (Seite 14) und einem Lebensmitteldrucker ergänzen die Materie.

Anders als sonst, haben wir das Themen-Spezial Ladenbau & Marketing (ab Seite 22) diesmal im Heft integriert. Wir zeigen Ihnen, wie eine Traditionsbäckerei aus dem niederländischen Maasdijk nach einem Totalumbau im neuen, modernen Licht erstrahlt (Seite 26), stellen eine Fotobox vor, mit der Sie professionelle Food-Bilder für Ihre Werbemaßnahmen machen können (Seite 30), und sprechen mit einem Bäckereiberater über typische Fehler im Filialmanagement (Seite 22).

Doch damit nicht genug. Weitere Artikel in dieser Ausgabe thematisieren unter anderem das große Potenzial von Haläl-Produkten (Seite 18), ein mögliches Verbot des Süßungsmittels Sucralose (Seite 16) und Foodtropolis, die Zukunft der Lebensmittelproduktion (Seite 40).

**Viel Spaß beim Lesen dieses Heftes!**

*Janina Ohrtmann*

Janina Ohrtmann, Chefin vom Dienst Check Up Back.Business

# Check Up

## Back.Business

Telefon (040) 30 68 52 - 0  
 Fax (040) 30 68 52 - 10  
 E-Mail: info@back.business

Nachhaltig und sicher:  
 Weniger Pestizide!



## Integrated<sup>®</sup> Pesticide Monitoring

Osterbrooksweg 69 | 22869 Schenefeld  
 Tel.: +49 40 84 00 46 57  
 hoenig@specialtybrokers.de  
 INFO: www.specialtybrokers.de/ipm

## INHALT

### HEISS- UND KALTGETRÄNKE

<b>Getränkekonzept:</b> Innovative Ideen mit Star-Potenzial	8
<b>Innovation:</b> Kaffee ohne Bohne rettet Urwälder & kostet nur 50 Cent	10
<b>Lebensmitteldrucker:</b> Getränke & Gebäcke bedrucken	11
<b>Tassenbeilagen:</b> Kleine Extras mit großer Wirkung	12
<b>Erfrischungsgetränke:</b> Mehr Chi für unterwegs	14

### SPEZIAL-THEMA LADENBAU & MARKETING

<b>Filialmanagement-Interview:</b> Weniger ist mehr - aber vielen Bäckern fehlt der Mut	22
<b>Altes Holz:</b> natürlich & modern	24
<b>Lichtdesign:</b> Das Sortiment gekonnt in Szene setzen	26
<b>Convenience:</b> Lecker Mittagessen beim Bäcker	29
<b>Digitale Produktpräsentation:</b> Eigenwerbung mit Stil	30
<b>Tchibo Coffee Service:</b> Neue Maschinen und Konzepte	32

### BRANCHE

<b>Zucker:</b> Ist Sucralose bald verboten?	16
<b>Spezialbrote:</b> Zukunftsmarkt Haläl	18
<b>Eis-Challenge:</b> Ganz heiß auf Eis	36
<b>Innovationen:</b> Foodtropolis - die Zukunft der Lebensmittelproduktion	40

### RUBRIKEN

Editorial	3
News/ Branchenkurzmeldungen	4
Internationale Kurzmeldungen	20
Produktneuheiten	34
Personalien & Termine	38
Handelsregister	41
Impressum	42
Wie kriegen Sie's gebacken?	43

## Tiefkühl-Branche legte 2018 leicht zu

Der Absatz von Tiefkühlprodukten in Deutschland verzeichnete 2018 ein Wachstum von 1,0 Prozent und setzte damit seinen positiven Trend fort. Die aktuelle Marktdatenerhebung des **Deutschen Tiefkühl-institutes** (dti) weist eine Gesamtabsatzmenge von 3,769 Millionen (Mio.) Tonnen (3,730 Mio. Tonnen in 2017) aus. Der Umsatz mit Tiefkühlprodukten erhöhte sich um 2,8 Prozent auf 14,750 Milliarden (Mrd.) Euro (14,343 Mrd. Euro in 2017). Mit 46,3 Kilogramm bestätigte der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch von TK-Produkten sein hohes Niveau. Der Verbrauch tiefgekühlter Lebensmittel pro Haushalt in Deutschland im vergangenen Jahr stieg hingegen auf durchschnittlich 93,4 Kilogramm (92,8 kg in 2017).

Im Bereich Lebensmittelhandel (LEH)/Heimdienste (HD) stieg der TK-Absatz 2018 geringfügig um 0,2 Prozent an. Das dti hat eine Absatzmenge von 1,844 Mio. Tonnen (2017: 1,840 Mio. Tonnen) ermittelt. Der Umsatz im LEH/HD stieg um 2,4 Prozent auf 7,98 Mrd. Euro (2017: 7,79 Mrd. Euro). TK entwickelte sich 2018 auch im Außer-Haus-Markt (AHM) wieder sehr dynamisch und setzte den Erfolg der Vorjahre fort. Der Absatz an professionelle Verwender stieg um 1,8 Prozent auf 1,925 Mio. Tonnen (2017: 1.890 Mio. Tonnen) an. Der AHM-Umsatz erreichte einen Wert von 6,77 Mrd. Euro und erhöhte sich damit um 3,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (2017: 6,55 Mrd. Euro). Die Dynamik im Außer-Haus-Geschäft hält aufgrund der gesellschaftlichen Veränderungen weiter an, war aber durch den heißen Sommer und ein eingetrübtes Konsumklima etwas abgeschwächt. JO

## Fritsch GmbH meldet Insolvenz an

Die **Fritsch GmbH** hat für sich und die Gesellschaften **Fritsch Holding AG**, **Fritsch Vertriebsgesellschaft GmbH**, **Fritsch Bakery Systems GmbH**, und **Fritsch Service GmbH** beim zuständigen Amtsgericht in Würzburg wegen drohender Zahlungsunfähigkeit Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt. Das Amtsgericht wird nun einen vorläufigen Insolvenzverwalter bestellen, der gemeinsam mit dem Vorstand in den kommenden Wochen Sanierungsoptionen und die bereits eingeleiteten Restrukturierungsmaßnahmen mit dem Ziel

prüft, den Geschäftsbetrieb der Unternehmen fortzuführen. Mit dem gestellten Antrag will die Unternehmensgruppe die bestmögliche Chance wahren, sich über ein Insolvenzverfahren nachhaltig zu sanieren. **Alexander Schmitz**, seit knapp drei Monaten **Vorstand** der Fritsch Holding AG, sieht gute Chancen, dass dies gelingen kann: „Fritsch hat einen sehr guten Ruf im Markt, die Produkte sind von hoher Qualität und trotz verschärftem Wettbewerb und den Strukturveränderungen im Bäckerei-Gewerbe gefragt.“ Der Schritt sei notwendig geworden, da die Finanzierung über die nächsten Monate nicht abgesichert hätten werden können, so das Unternehmen. Fritsch setzte im vergangenen Jahr rund 90 Millionen Euro um. Die Tochterfirmen in den USA, Russland, Polen und im Vereinigten Königreich seien nicht vom Insolvenzverfahren betroffen. JO

## Bäko will elf Prozent Dividende ausschütten

Im Geschäftsjahr 2018, dem Jahr der Fusion der beiden vormaligen Bäko-Zentralen Nord/Süd, hat die **Bäko-Zentrale eG** nach eigenen Angaben mit einem Gesamtumsatz von 1,44 Milliarden (Mrd.) Euro (2017: 1,46 Mrd. Euro) das zweitbeste Ergebnis der Firmengeschichte erzielt. Die der Bäko-Zentrale angeschlossenen 28 Regionalgenossenschaften inklusive Österreich haben 2018 Umsätze in Höhe von 2,26 Mrd. Euro (Vorjahr: 2,29 Mrd. Euro) erwirtschaftet. Der Jahresüberschuss lag bei 2,3 Mio. Euro.

Die Zusammenarbeit innerhalb der Bäko-Organisation habe sich laut Unternehmen verbessert, die Einkaufskonzentration der Regionalgenossenschaften bei der Bäko-Zentrale eG sei um 1,4 Prozentpunkte gestiegen. Dazu habe auch das neue einheitliche Preis- und Vergütungssystem beigetragen. Die Regionalgenossenschaften erhielten für 2018 umsatzabhängige Vergütungen im Eigenesgeschäft und in der Zentralregulierung inklusive der weitergegebenen Rabatte und Skonti in Höhe von rund 21,6 Mio. Euro. Zusätzlich zu den bereits erfolgten Vergütungen im Warengeschäft hätten der Vorstand und der Aufsichtsrat ihren Mitgliedern vorgeschlagen, neben einer angemessenen und notwendigen Stärkung des Eigenkapitals eine Dividende in Höhe von elf Prozent auszuschütten.

Im ersten Quartal 2019, das auch für die Bäko schwierig begann und im Vergleich zum Vorjahr aktuell rückläufige Umsätze (-1,9 Prozent) ausweist,

startete die Zentrale mit einer Steigerung des Umsatzes um +3,3 Prozent. Nach Einschätzung von Vorstand und Aufsichtsrat werde sich die Bäckozentrale in diesem Jahr auf gutem Niveau weiterentwickeln. Die Gremien gehen von einer Steigerung der Umsatzerlöse in Höhe von 1,0 Prozent und stabilen Roterträgen aus. „Für 2019 und 2020 besteht unverändert das Ziel, die wesentlichen Potenziale aus der Fusion konsequent weiter zu erschließen, insbesondere durch Optimierung von Unternehmensprozessen und in der Einkaufsorganisation Kosten zu reduzieren“, so **Norbert Hupe, geschäftsführendes Vorstandsmitglied** der Bäckozentrale eG und **Vorstandssprecher**. JO



100% URGETREIDE & SUPERFOOD

## DLG sucht innovative Forschungsarbeiten

Die **Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft (DLG)** veranstaltet auch in diesem Jahr den DLG-Innovations-Award ‚Junge Helden‘ und sucht damit nach Forschungsnachwuchs im Bereich Lebensmitteltechnologie. Der Preis ist mit 2.500 Euro dotiert und fördert Forschungsarbeiten junger Wissenschaftler. Neben der wissenschaftlichen Qualität sollen die Forschungsarbeiten von hohem praktischen Nutzen sein und zur Lösung praxisrelevanter Fragestellungen in der Lebensmittelbearbeitung und -verarbeitung beitragen. Zugelassen sind Projekt-, Semester- oder Abschlussarbeiten im Rahmen von Bachelor- und Master-Studiengängen, Promotionsarbeiten sowie sonstige Forschungsarbeiten und Forschungsprojekte auch außerhalb von Hochschulen. Einsendeschluss ist der 1. Juli 2019. Weitere Infos unter <https://www.dlg.org/de/lebensmittel/themen/awards/dlg-innovation-award/>. Die Preisverleihung findet im Rahmen des ‚DLG-Forums Innovation: Think Food – Produkte. Innovationen. Technologien.‘ am 24. Oktober 2019 im DLG-Haus in Frankfurt am Main statt. JO

## Trophelia: Erbsen-Snack holt den ersten Platz

Ein proteinreicher Tempeh-Snack aus Erbsen namens TempSta hat den Food-Innovation-Wettbewerb **Trophelia Deutschland 2019** gewonnen. Der Ideenwettbewerb richtet sich an Studierende der Lebensmittelwissenschaften und wurde in

diesem Jahr zum zehnten Mal durch den **Forschungskreis der Ernährungsindustrie (FEI)** ausgerichtet. Das aktuelle Gewinnerteam besteht aus fünf Lebensmitteltechnologie-Studentinnen der Technischen Universität Berlin. Traditionell werden für das indonesische Fermentationsprodukt Tempeh gekochte Sojabohnen mit einem Pilz kultiviert, in TempSta werden die Sojabohnen jedoch durch regional angebaute Erbsen ersetzt, um weite Transportwege für die Rohstoffe zu vermeiden. Nach der Fermentation der Erbsen mit dem Pilz *Rhizopus oligosporus* wird der Erbsen-Tempeh in dünne Scheiben geschnitten und heißluftfrittiert. Dabei wird Rapsöl sehr fein zerstäubt und mittels Luftzirkulation verteilt. TempSta enthält wenig Fett, viele Vitamine und Mineralstoffe und ist gluten- sowie laktosefrei. Das Gewinnerteam wird Deutschland beim europäischen Ecotrophelia-Wettbewerb vertreten, der vom 6. bis 7. Oktober in Köln stattfinden wird. Den zweiten Platz belegte ‚Mi-weiz‘, eine ultraschallbehandelte Süßspeise auf Getreidebasis, die reich an Nährstoffen ist. ‚Dulsey‘, eine Alternative zu Beef-Jerky, bestehend aus nahrhaften und nachhaltig gewonnenen Rotalgen, wurde von der Jury auf Platz drei gewählt. JO

zopus oligosporus wird der Erbsen-Tempeh in dünne Scheiben geschnitten und heißluftfrittiert. Dabei wird Rapsöl sehr fein zerstäubt und mittels Luftzirkulation verteilt. TempSta enthält wenig Fett, viele Vitamine und Mineralstoffe und ist gluten- sowie laktosefrei. Das Gewinnerteam wird Deutschland beim europäischen Ecotrophelia-Wettbewerb vertreten, der vom 6. bis 7. Oktober in Köln stattfinden wird. Den zweiten Platz belegte ‚Mi-weiz‘, eine ultraschallbehandelte Süßspeise auf Getreidebasis, die reich an Nährstoffen ist. ‚Dulsey‘, eine Alternative zu Beef-Jerky, bestehend aus nahrhaften und nachhaltig gewonnenen Rotalgen, wurde von der Jury auf Platz drei gewählt. JO

## Südback verändert Hallenkonzept

Die **Südback** geht vom 21. bis 24. September in Stuttgart mit einem veränderten Hallenkonzept und einer um rund 10.000 Quadratmeter vergrößerten Ausstellungsfläche an den Start. Möglich wurde dies durch die Fertigstellung der Paul Horn Halle (Halle 10) im vergangenen Jahr. Damit verfügen die Unternehmen über mehr Platz für ihre Präsentation während gleichzeitig mehrere Neuaussteller berücksichtigt werden konnten. Fachbesucher finden jetzt in jeder Halle mindestens einen Keyplayer aus den wichtigen Branchen. Von Vorteil für Besucher wie Aussteller seien außerdem die jetzt nutzbaren zwei Messeeingänge Ost und West. JO

## Nutri-Score-System bei Mestemacher

Die Brot- und Backwarengruppe **Mestemacher**, zu der auch der TK-Hersteller Aerzener gehört,

plant, das Nutri-Score-System anzuwenden. Wie das Unternehmen mitteilte, werden zunächst nur die Markenprodukte unter dem Mestemacher-Label mit der fünfstufigen Farbskala gekennzeichnet. Für die TK-Torten von Aerzener werde das System noch nicht eingeführt, da diese meist als Handelsmarken in den Truhen geführt werden. Sollte der Handel jedoch auch bei den Private Label-Produkten Interesse an einer entsprechenden Kennzeichnung haben, sei dies auch hier möglich. JO

## Cannabis-Forschung: Netzwerk mit Kanada

Medikamente, Nahrungsergänzungsmittel, Hautpflege – all das und noch viel mehr lässt sich aus Cannabis-Varianten herstellen. Doch es gibt noch viele offene Fragen: Wie gedeiht welche Cannabis-Genetik im mitteleuropäischen Klima? Welche Möglichkeiten gibt es, die Blüten zu trocknen und nutzbar zu machen? Und wie lässt sich Cannabis hektarweise ernten? Um die Forschung voranzutreiben und auch Unternehmen frühzeitig mit einzubeziehen, hat ein Team um **Prof. Dr. Simone Graeff-Hönninger** von der **Universität Hohenheim** ein deutsch-kanadisches Netzwerk ins Leben gerufen. Dem Handel fehle nicht nur das nötige Wissen, so Prof. Dr. Graeff-Hönninger, sondern auch der Zugang zu Cannabis-Pflanzen. Die Forschungseinrichtungen brauchen wiederum die Informationen der Unternehmen, welche Produk-

te in Planung oder von den Verbrauchern gewünscht sind. Vor allem mittelständische Unternehmen möchte Prof. Dr. Graeff-Hönninger ermutigen, sich dem Netzwerk anzuschließen. Bei den Pflanzen handelt es sich um medizinisches, phytocannabinoides Cannabis. Die Pflanzen enthalten zwar kein Rauschmittel, aber andere Stoffe, sogenannte Cannabinoide, die in der Pharmazie oder im Lebensmittelbereich Anwendung finden können. „Die genaue Zusammensetzung der Inhaltsstoffe ist von Genetik zu Genetik unterschiedlich, ebenso wie andere Eigenschaften“, so Prof. Dr. Graeff-Hönninger. Zukünftig wollen die Forscher Züchter und Unternehmen beraten, welche Genetik für welches Produkt am geeignetsten ist und für ausgewählte Genetiken Saatgut bereitstellen. Das Projekt ‚Medizinisch phytocannabinoid-reiches (PCR) Cannabis‘ ist das erste deutsch-kanadische Netzwerk, das vom **Ministerium für Wirtschaft und Energie** gefördert wird. Zunächst für 18 Monate, jedoch mit Aussicht auf drei weitere Jahre. Aktuell besteht es aus vier kanadischen und sieben deutschen Partnern. JO

## 2018: Weniger Betriebe, Lehrlinge und Beschäftigte

Laut **Zentralverband des Deutschen Bäckereihandwerks** zählten die Bäckerei-Betriebe 2018 allein im Außer-Haus-Markt 1.068 Millionen Besuche, was einem Plus von 2,01 Prozent entspricht. Auch der Umsatz der handwerklichen Betriebe

### MELDUNGEN IN EINEM SATZ

Die insolvente Bäckereikette **Lila Bäcker/ Unser Heimatbäcker** plant, 70 bis 75 seiner insgesamt 400 Filialen in Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Berlin mit rund 2.700 Mitarbeitern dicht zu machen; auch der Produktionsstandort Dahlewitz (Teltow-Fläming) mit rund 120 Beschäftigten soll vor dem Aus stehen • Ein internationales Konsortium, bestehend aus Forschern des **Helmholtz Zentrums München**, des **Leibniz-Instituts für Pflanzengenetik und Kulturpflanzenforschung** (IPK) Gatersleben sowie italienische und kanadische Institutionen, hat in der Fachzeitschrift *Nature Genetics* die vollständige Genomsequenz des Hartweizens veröffentlicht • Das Rotenburger Fahrzeugwerk **Borco-Höhns GmbH & Co. KG** hat aufgrund einer drohenden Zahlungsunfähigkeit beim zuständigen Amtsgericht in Walsrode ein sogenanntes Schutzschirmverfahren beantragt, wodurch es zu einem Gläubigerschutz komme, um nun einen Sanierungsplan ausarbeiten zu können • Der **Bundesrat** hat dem Gesetzentwurf der Bundesregierung zur Änderung des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches – und damit der sechsmonatigen Veröffentlichung von Verstößen gegen Lebensmittelvorschriften zugestimmt • Die **Peter Pane**-Restaurantkette ist auf Expansions- und Wachstumskurs: In Münster eröffnete das Unternehmen vor Kurzem die 29. Filiale und machte im vergangenen Jahr insgesamt einen Gesamtumsatz von 51,2 Millionen Euro, das ist eine Umsatzsteigerung von 21,4 Prozent gemessen am Vorjahr • Die Radeberger Großbäckerei Eisold mit 17 Filialen in Dresden und dem Dresdner Umland, vier Gastronomie-Betrieben sowie mehr als 170 Beschäftigten hat Insolvenz angemeldet •

nahm um 1,1 Prozent auf 14,67 Milliarden (Mrd.) Euro zu. Besonders beliebt seien beim Verbraucher Sandwiches, gefolgt von Kuchen und Torten.

Trotz der positiven Umsatzentwicklung habe die Anzahl der Beschäftigten auf rund 270.400 Personen (-1,4 Prozent) abgenommen. Im Durchschnitt beschäftigte jede Bäckerei 24,7 Mitarbeiter, was einem Anstieg um 2,49 Prozent entspricht und auf den anhaltenden Konzentrationsprozess im Bäckerhandwerk zurückzuführen ist. Damit ist auch die sinkende Anzahl an Bäckereien zu begründen; die Anzahl der Betriebe ging auf 10.926 (-3,7 Prozent) zurück. „Wir werten den starken Umsatz als Erfolg unserer handwerklichen Unternehmer, die sich dem harten Wettbewerb stellen und bedauern gleichzeitig, dass die Gesamtanzahl an Betrieben in Deutschland zurückgegangen ist“, so **Michael Wippler, Präsident des Zentralverbands**. „Dennoch blicken wir auf rund 500 Neueintragungen in der Handwerksrolle – wir können stolz sein auf eine vorrangig junge, neue Generation an Bäckern, die trotz der Herausforderungen im Handwerk die Chance ergreifen, mit einem eigenen Betrieb auch neue Zielgruppen zu erschließen.“

Nach wie vor ist auch der Nachwuchsmangel von essentieller Bedeutung im Bäckerhandwerk, das 2018 insgesamt 16.018 jungen Menschen einen Ausbildungsplatz bot. Im Ausbildungsberuf Bäcker/in sank die Zahl gegenüber dem Vorjahr um -4,2 Prozent auf 5.996 Lehrlinge, im Beruf Bäckereifachverkäufer/in ging die Anzahl der Auszubildenden auf 9.876 (-9,3 Prozent) zurück. Dieser negative Ausbildungstrend

sei zum großen Teil auf die demografische Entwicklung zurückzuführen, zum anderen aber auch auf den anhalten Trend zum Abitur, der außer Acht lässt, dass auch andere Schulabschlüsse gute Karrieren in zahlreichen Branchen ermöglichen. JO

## Frischback: 57 Filialen gehen an Arge Bäcker

Laut MDR steht die insolvente Arnstädter **Frischback GmbH** vor einem Besitzerwechsel. Nach Angaben des **Insolvenzverwalters André Rombach** wird die **Arge Bäcker in Thüringen GmbH**, eine vor Kurzem von verschiedenen Partnern aus der Bäckereibranche gegründete Arbeitsgemeinschaft (Arge), 57 Frischback-Filialen samt Mitarbeiter übernehmen. Die verbleibenden 30 Filialen und die Produktionsstätte in Arnstadt sollen vorerst vom Insolvenzverwalter weiter betrieben werden. Ziel ist laut Rombach, alle Frischback-Mitarbeiter in die Arge zu transferieren – also auch die Mitarbeiter in den restlichen 30 Filialen sowie in den Produktionsstätten. Geschäftsführer der Arge Bäcker in Thüringen GmbH sind **Tobias Helbing** und **Daniel Nahrstedt**, beides bekannte Namen der Branche. Helbing leitet die **Bäckereikette Helbing** (Leinefelde-Worbis) in Thüringen und Niedersachsen und war bis 2013 Geschäftsführer der Frischback GmbH. Zum **Backhaus Nahrstedt** (Meiningen) gehören 68 Filialen in Südthüringen und Franken. Eingebunden in die Arge sind laut Rombach zudem weitere mitteldeutsche familien- oder inhabergeführte Bäckereien. JO



**ODORI** NEU

*Coffee Roastery*

- SCHONENDE, HANDWERKLICHE TROMMELRÖSTUNG
- EXKLUSIV ERHÄLTICH BEIM BACKRING NORD
- ONLINESHOP: <https://mein.backringnord.de>

Backring Nord E. May GmbH & Co. KG  
Zentrale u. Niederlassung Bargteheide  
Am Redder 9 - 22941 Bargteheide  
Tel.: 04532 / 9752-300 - Fax: 04532 / 9752-500  
E-Mail: [odori@backring.de](mailto:odori@backring.de)

Eine Eigenmarke des  
**BACKRING NORD**  
Wir liefern die guten Zutaten

GETRÄNKEKONZEPT

# Innovative Ideen mit Star-Potenzial



**Ob zum Frühstück, als Begleiter zum Kuchen oder als Stärkung für unterwegs – Heißgetränke sind in Bäckereien nicht mehr wegzudenken. Doch der Anspruch an den Unternehmer steigt, da immer mehr Kunden das Besondere suchen: abwechslungsreiche Kaffeespezialitäten, ausgewählte Bohnen oder aromatische Teemischungen – gepaart mit Qualität und Nachhaltigkeit. Dem Kunden das alles ohne viel Aufwand zu bieten, ist durchaus möglich – es kommt nur auf das passende Konzept an. Damit lässt sich das Getränkeangebot sogar noch um ein Vielfaches erweitern, zum Beispiel um alkoholhaltige Varianten und erfrischende Eistees.**

**D**as ein erfolgreiches Beverage-Konzept weit über das herkömmliche Angebot an Heiß- und Kaltgetränken hinausgehen kann, zeigt die **Seeberger GmbH**, eine der ältesten Kaffeeröstereien Deutschlands und auch bekannt für die Trockenfrucht- und Nuss-Sparte. Mit Black, Gold, Silver, Giulio Caffé, Green, Seeberger Originale und Single Origin bietet das Unternehmen aus Ulm

Kaffeespezialitäten, die aus der Masse herausstechen: der Frozen Caramel Latte (großes Foto) und der Frühaufsteher (kleines Foto).



Premium-Kaffee-label an, die auf den individuellen Bedarf zugeschnitten sind. Egal welches Label, zwei Kriterien kennzeichnen sie alle: die Auswahl an qualitativ hochwertigen Rohstoffen und der Fokus auf Nachhaltigkeit. Speziell für Bäckereien wurde das Markenkonzept ‚Seeberger Originale‘ kreiert. Neben ausgewählten Kaffeesorten, die sich für den Mengenbrüher, den Vollautomaten, den Café-Betrieb und das To-go-Geschäft eignen, umfasst das Konzept ein umfangreiches Zubehörsortiment, darunter das passende Porzellan, sowie Werbemittel. Der Kaffeeröster zeigt seinen Vertragspartnern auch, wie sie aus den Kaffees kreative, umsatzstarke Kaffee-Kreationen zaubern können, die sich von der breiten Masse abheben:

erfrischende Wachmacher wie Frozen Caramel Latte, Ideen mit Alkohol wie Kaffee Hugo und Espresso Martini oder Getränke für die kalte Jahreszeit wie Winterzauber oder Latte Marshmallow. Denn: Kaffee kann noch so viel mehr – und das zu jeder Tageszeit und Gelegenheit. Realisiert jeweils mit nur wenigen Zutaten, einem kleinen Equipment und möglichst geringem zusätzlichen Personaleinsatz.

Um das Getränke-Portfolio noch weiter auszubauen, hat sich der Kaffee-Spezialist einen kreativen Tee-Partner ins Boot geholt: **Samova**. Das Hamburger Unternehmen um **Gründerin** und **Geschäftsführerin Esin Rager** bietet neben innovativen Bio-Tee- und Kräutermischungen zusammen mit Seeberger Konzepte an, die Tee genuss neu und modern interpretieren. Zum Beispiel in Form von erfrischenden Eistees und Tee-Cocktails, die mit einem überschaubaren Aufwand zubereitet werden können, für Aufmerksamkeit sorgen und damit neue Impulsgeber für das Beverage-Angebot sind. Dabei unterscheiden sich die Eistees deutlich von dem meist sehr süßen sonst im Handel erhältlichen Angebot, erklärt Esin Rager: „Eistee ist das Wellnessgetränk des Sommers. Im Zuge der Bewegung in Richtung einer modernen und gesundheitsbewussten Ernährung finden zuckerarme, hausgemachte Rezepturen mit Tee und Säften immer mehr Zuspruch. Da der Wareneinsatz überschaubar ist, der Lifestylefaktor von Premium-Eistee aber umso höher liegt, macht Handcrafted Ice Tea auch aus wirtschaftlicher Sicht Spaß.“ Wird



Esin Rager hat mit Samova eine Marke für unkonventionelle Tee- und Kräuterspezialitäten ins Leben gerufen. Ihre Tee-Kreationen begeistern oft auch Menschen, die sonst eigentlich keinen Tee trinken.

der Eistee frisch in großen Mengen zubereitet und in modernen Getränkespendern mit Zapfhahn angeboten, ist er noch dazu ein trendiges Dekoelement in der Filiale.

Ebenfalls perfekt für den Sommer geeignet sind Tee-Cocktails. Sie bieten sich zum Beispiel für diejenigen an, deren Konzept ein Abendangebot mit einschließt oder die eine erfrischende und fruchtige Alternative zu Kaffeespezialitäten suchen. Sie sind eleganter als Eistees, lassen sich mit und ohne Alkohol realisieren und machen optisch viel her.

Gerade in Zeiten, in denen das Handwerk vielerorts vermehrt in den Mittelpunkt rückt, wie zum Beispiel bei Handcraft-Bieren und -Spirituen, liegt für viele eine Chance darin, ihre Kaffee- und Tee-Kompetenz zu zeigen.

Janina Ohrtmann



#### EISTEE 'TOTAL RESET'

1 Refill	Total Reset von Samova
250 ml	Ingwersirup
100 ml	Holundersirup
2 l	naturtrüber Apfelsaft
200 ml	Zitronensaft
5,5 l	Wasser
	Ingwer (Deko)

- 1 Refill mit 2,5 Liter heißem Wasser aufbrühen und 10 Minuten ziehen lassen
- Sirup und Saft in den Ice Tea Bowl füllen
- heißen Tee abseihen und in Ice Tea Bowl geben - mit drei Liter kaltem Wasser auffüllen
- mit Ingwerscheiben dekorieren

## INNOVATION

# Kaffee ohne Bohne rettet Urwälder & kostet nur 50 Cent

**Durch den weltweit steigenden Kaffeekonsum werden zunehmend Regenwälder abgeholzt, um mehr Anbauflächen zu schaffen. Um dem entgegenzuwirken, hat das amerikanische Start-up Atomo Coffee einen molekularen Kaffee entwickelt. Er schmeckt milder, ist verträglicher und schont die Umwelt.**

Laut eines Berichts der Non-Profit-Organisation **Conservation International** müssten Kaffeebauern den Anbau bis 2050 verdreifachen, um die Nachfrage nach dem Heißgetränk decken zu können. Gleichzeitig wird es durch die globale Erwärmung immer schwieriger, Kaffeebohnen anzubauen, 60 Prozent der Wildkaffeesorten seien sogar vom Aussterben bedroht. Fakten, die einem den Genuss einer Tasse Kaffee verleiden könnten. Eine Lösung des Problems wollen die Lebensmittelwissenschaftler und Biochemiker von **Atomo Coffee** Ende des Jahres auf den Markt bringen. Das in Seattle ansässige Start-up behauptet, die gleiche Güte Kaffee herstellen zu können – ohne eine Kaffeebohne ernten zu müssen.

Hinter der Idee stehen **Atomo-Chef Andy Kleitsch** sowie der **Mikrobiologe Jarret Stopforth** (Ex-Produktentwickler bei **Soylent** und **Campbell's**). Sie sind sich sicher, die 40 Verbindungen identifiziert zu haben, die beim Kaffee für Wirkung, Aroma, Geschmack, Farbe und Mundgefühl verantwortlich sind. Die-

Aus den molekularen Verbindungen einer Tasse Kaffee entstand eine Blaupause für den Atomo Coffee ohne Bohne.

Die molekularen Geschmackskomponenten werden aus natürlichen Inhaltsstoffen gewonnen, um einen Kaffee ohne strengen Bittergeschmack herzustellen.

Der molekulare Kaffee sieht aus wie normal gemahlener Kaffee und kann unter anderem in Filtermaschinen und French-Press verwendet werden.

se sind in den Ölen und Eiweißstoffen der Kaffeebohnen enthalten und können von dem Team natürlich hergestellt werden. Das hergestellte Pulver bestehe aus „Upcycling-Materialien auf Pflanzenbasis“. Mehr gibt das Unternehmen zu den Bestandteilen derzeit nicht bekannt. Der Atomo Coffee kann für Filter- und French Press-Kaffee verwendet werden, jedoch nicht um Espresso zu kochen.

Neben der Nachhaltigkeit punktet Atomo Coffee auch mit einem günstigen Endverbraucherpreis: Eine Tasse soll maximal 50 Cent kosten. Wenn dann auch noch der Geschmack überzeugt, steht einem gelungenen Markteintritt nichts entgegen. Zumal bei einer Blindverkostung auf dem Campus der **University of Washington** 70 Prozent der Studenten den Kaffee von Atomo dem von Starbucks vorzogen. Zwar war es nur eine Stichprobe mit 30 Studenten. Aber sie zeigt, dass es in Situationen, in denen die Konsumenten nur nach einem wohlschmeckenden Kaffee suchen, keine Rolle spielt, ob dieser aus gerösteten Bohnen hergestellt wurde oder nicht.

Der Atomo Coffee schmecke laut Hersteller geschmeidiger und weniger bitter, unter anderem weil keine Chlorogensäure beim Reverse Engineering-Prozess, also dem molekularen Rekonstruieren des Kaffees, verwendet wird. Diese ist in den grünen Kaffeebohnen enthalten und verleiht dem Kaffee seinen bitteren Geschmack, wirkt harntreibend und ist dafür verantwortlich, dass manchem der Kaffeekonsum auf den Magen schlägt. Für diejenigen, die ihren Kaffee nur mit Milch oder Zucker genießen können oder Magenprobleme bekommen, wäre Atomo eine willkommene Alternative. Vielleicht nicht für Kaffeeliebhaber, aber für den durchschnittlichen Verbraucher. Das Wissen, das mit jeder Tasse die Umwelt geschont wird, verleiht zusätzlich ein positives Gefühl. Erst Recht bei dem geringen Preis.

Paola Rentsch

