

C12331D

Check Up

N° 9 29. JUNI 2019

Back. **Business**

DAS ENTSCHEIDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE



GESCHIRR & BESTECK
EINE INVESTITION, DIE SICH LOHNT

KOSTENLOS STELLENANZEIGE

- Branchenspezifische Stellenanzeigen*

-So unterstützt Check Up Back.Business die Branche bei Ihrer Suche nach Fachkräften.

- Private Kleinanzeigen*

-Auch kleinere Bäckereibetriebe erhalten die Chance, kostenlos Kontakte zu Fachkräften herzustellen.

Check Up Back.Business

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

Back.Business | Check Up

für Ihre Entscheidung sowie dem Zentralverband für meine Nominierung. Ich war, bin und werde immer sein: Bäcker aus großer Leidenschaft, ganz tief im Herzen verwurzelt."

Der 1972 geborene Bäcker führt den Betrieb in sechster Generation. Als World Baker of the Year 2018 löst er nun den Spanier Jordi Movera ab. Die Auszeichnung wird Bäcker feierlich während der Iba 2018 im Rahmen der UHC-Konferenz verliehen. Besucher der Messe in München können das Ausnahmetailent in der Iba Speakers Corner (Halle A1) am 16. September live erleben und bei den Iba Virtual Bakery Tours (Halle B8) einen Einblick in seine Bäckerei erhalten.

Umsatz mit Verpackungen bei 10,73 Milliarden Euro

Wie der **Wirtschaftsverband Papierverarbeitung e.V. (VWP)** mitteilt, ist der Umsatz mit Verpackungen aus Papier, Karton, Pappe und Folien 2017 gegenüber 2016 deutlicher als die Papierverarbeitung insgesamt um drei Prozent auf 10,73 Milliarden Euro gestiegen, wobei die Inlandsumsätze mit rund 8,27 Milliarden Euro sogar um 3,3 Prozent über dem Vorjahr lagen.

Eine große Herausforderung der Papier- und Folienverarbeiter sind die seit Jahresbeginn 2017 stark steigenden Papier- und Kartongpreise, die bei einem Anteil von bis zu 60 Prozent an den Gesamtkosten, eine extreme Kostenbelastung der Unternehmen darstellen. Hinzu kommen steigende Kosten für Energie, Personal und Frachtlieferleistungen. In den Unternehmen der deutschen Papier- und Folienverarbeitung waren im vergangenen Jahr durchschnittlich 81.832 Mitarbeiter beschäftigt. (18)

Défrance weiterhin auf Erfolgskurs

Der Umsatz der **Défrance Deutschland** lag im Geschäftsjahr 2017/2018 bei etwa 60 Millionen Euro. Im Markt konnte das Unternehmen neben seinen französischen Spezialitäten vor allem mit Spezialbröten für die ernährungsbewussten Geniesser sowie mit rustikalen Bröten für den ursprünglichen Genuss punkten. Mit Gründung der 100-prozentigen Tochtergesellschaft **Heinz Bake-**

ry GmbH, in der die Tiefkühlpartie der Bäckereikonzerne **Heinz KG** aufging, verfügt Défrance seit September 2017 über entsprechendes Know-how. Das Unternehmen in Alford ist spezialisiert auf handwerklich gefertigte, rustikale Bröte und Bröchen sowie mediterrane Brotspezialitäten. **Geschäftsführer Achim Zimmermann** sieht der weiteren Geschäftsentwicklung optimistisch entgegen. (19)

Erfolgreiche Produktführungen, wie die von Superfood Mieses Bergstein, Conical Choc, Cusquero, Intero, sowie Défrance, sind Teil derer des Pulls der Zeit (20).



PRIVATE KLEINANZEIGE

IREKS

Anwendungstechniker/-in Bäckerei

Ihre Aufgaben:

- Anwendungstechnische Unterstützung und Schulung neuer Fachbedienten
- Mitarbeit bei der Montage und Inbetriebnahme von Backanlagen, Anlagen und Anlagen
- Mitarbeit bei Inbetriebnahme und produktbegleitenden Arbeiten
- Ausbildung von Kundenpersonal in einer zentralen Fortbildung vor- und nachgelagerter Bereiche
- Unterstützung von Schulungsmaßnahmen und Workshops
- Durchführung von präventiven Kontrollen der Anlagen

Ihre Skills:

- Einverständnis mit dem Arbeitgeber (Arbeitsvertraglich) & eine Tätigkeit in der Weiterbildung und/oder in der Geschäftsentwicklung
- Flexibilität in puncto Standort
- Ausdrucksfähige Deutsch- (C1) und Englisch- (B2) Kenntnisse
- Arbeitsfreudig und zielstrebig im Teamwork

Ihre Aufgaben:

- Mitarbeit bei der Montage und Inbetriebnahme von Backanlagen, Anlagen und Anlagen
- Mitarbeit bei Inbetriebnahme und produktbegleitenden Arbeiten
- Ausbildung von Kundenpersonal in einer zentralen Fortbildung vor- und nachgelagerter Bereiche
- Unterstützung von Schulungsmaßnahmen und Workshops
- Durchführung von präventiven Kontrollen der Anlagen

IREKS GmbH | Döhrenstraße 18 | 41173 Krefeld | Tel. 0203 376 4143 | info@ireks.com | www.ireks.com

*Größe: max. 90 mm breit / 140 mm hoch (1/4 Seite) 4c

Liebe Leserinnen und Leser,



in einer von Bitkom und der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie in Auftrag gegebenen Studie gaben 62 Prozent der befragten Unternehmen aus dem Ernährungssektor an, Künstliche Intelligenz (KI) für die wichtigste Zukunftstechnologie zu halten. Nur zwölf Prozent sagten allerdings, dass sie KI nutzen,

den Einsatz planen oder darüber diskutieren. Ein Ergebnis zum Nachdenken. Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder mahnt: „Wer damit rechnet, dass Technologien wie Künstliche Intelligenz und Blockchain bereits in zehn Jahren die Ernährungsindustrie bestimmen werden, der muss dafür heute die Weichen stellen.“ Seine Forderungen an die Politik, sein Appell an die Industrie und weitere Ergebnisse der Studie lesen Sie auf Seite 16.

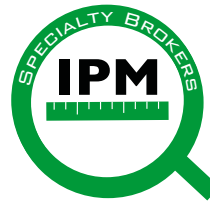
Doch auch andere Themen beschäftigen uns in dieser Ausgabe. Eines davon liegt auf dem Fokus ‚Geschirr und Besteck‘. Worauf sollten Sie beim Kauf achten? Woran erkennen Sie Qualitätsware, die den Ansprüchen des Filial-Alltags gewachsen ist? Und welche Neuheiten gibt es auf dem Markt? Diese und weitere Fragen klären wir ab Seite 8. Darüber hinaus erklären wir, warum die Macadamia-Nuss in der Nahrungsmittelindustrie ein idealer Milchersatz sein kann (Seite 7) und wie die Universität Hohenheim mit neuesten Analysemethoden zukünftig Lebensmittel fälschern das Leben schwer machen möchte (Seite 20).

Das nächste Heft wird übrigens bereits das ‚Check up – Zahlen des Jahres‘ sein. Vollgepackt mit Zahlen und Fakten zur Branche sowie den 1.000 größten Bäckerei-Filialisten. Wir recherchieren seit Wochen fleißig. Also seien Sie gespannt, was sich in der Branche getan hat.

Janina Ohrtmann

Janina Ohrtmann, Chefin vom Dienst Check Up Back.Business

Nachhaltig und sicher:
Weniger Pestizide!



**Integrated[®]
Pesticide
Monitoring**

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

INHALT

GESCHIRR & BESTECK

Geschirr: Eine Investition, die sich lohnt	8
Besteck: Die halten jeder Belastung stand	12

ROHSTOFFE

Macadamia: Paste und Butter für milchfreie Produkte	7
Lebensmittelbetrug: Herkunft sicher nachweisen	20

BRANCHE

Digitalisierung: Mit veralteter Technologie sind Bäcker nicht wettbewerbsfähig	16
--	----

RUBRIKEN

Editorial	3
News / Branchenkurzmeldungen	4
Internationale Kurzmeldungen	14
Produktneuheiten	18
Personalien & Termine	21
Handelsregister	22
Impressum	22
Wie kriegen Sie's gebacken?	23

Check Up
Back.Business

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

Kronenbrot stellt erneut Insolvenzantrag

Die Bäckereigruppe **Kronenbrot** hat wegen drohender Zahlungsunfähigkeit und Überschuldung einen Insolvenzantrag gestellt. Der Betrieb läuft jedoch vorerst weiter, wie das Unternehmen in einer Mitteilung betonte. Die Insolvenz sei nach Meinung des Unternehmens eine Folge der schwierigen Marktverhältnisse und eines grundlegenden Wandels des Konsumentenverhaltens. So sei die Nachfrage nach Grau- und Vollkornbrot, den Hauptprodukten des Unternehmens, in den vergangenen Jahren immer weiter eingebrochen. Eine Marktanalyse habe ergeben, dass Kronenbrot den notwendigen Wandel in seiner jetzigen Form aus eigener Kraft nicht mehr schaffen könne, hieß es in der Mitteilung.

Kronenbrot hatte 2016 schon einmal einen Insolvenzantrag stellen müssen und war danach von Finanzinvestoren übernommen worden. Als Kern für eine mögliche Neuausrichtung der Gruppe sieht die Geschäftsführung vor allem den Standort Witten, wo stark nachgefragte Produkte wie Sandwich und Toast hergestellt werden. Kronenbrot beschäftigt aktuell rund 980 Mitarbeiter, davon etwa 530 in Würselen, 300 in Köln und 150 in Witten. Im Geschäftsjahr 2018 erzielte die Gruppe nach eigenen Angaben einen Umsatz von rund 120 Millionen Euro.

Derweilen hat es am 12. Juni im Stammwerk Würselen gebrannt. Der Alarm wurde gegen 18.30 Uhr ausgelöst. Laut Aachener Nachrichten war die Isolierung eines Ofens in Brand geraten. Zwei mit Atemschutzmasken ausgestattete Feuerwehr-Trupps löschten das Feuer. Offenbar war auch ein Kamin betroffen. Rund 60 Feuerwehrleute waren nach Angaben der Zeitung im Einsatz. Verletzt wurde niemand. JO

Panem plant zweites Werk in Bleicherode

Nach Informationen der Thüringer Allgemeine will die **Panem Backstube GmbH** ein zweites Werk am Standort Bleicherode bauen. „Wenn alles gut läuft, ist Anfang 2021 Produktionsstart im neuen Anbau“, zitiert die Zeitung **Geschäftsführer Dr. Markus Schirmer**. Das Werk II soll laut des Berichts südlich des bestehenden Gebäudes errichtet wer-

den und Platz bieten für insgesamt vier Linien bieten, die nach und nach in Betrieb gehen sollen. Die momentanen Kapazitäten reichen nicht mehr aus, um die Kundenaufträge zu erfüllen, so die Begründung des Geschäftsführers für das Bauvorhaben. So müsse man derzeit etwa 20 Prozent von anderen produzieren lassen. Nach eigenen Angaben produziert das Unternehmen selbst rund 300 Millionen Brötchen und 20 Millionen Brote im Jahr.

Wenn die Genehmigung des Bauantrags und jene des Bundesimmissionsschutzgesetzes erteilt sind, könne gegen Jahresende oder Anfang 2020 mit den Bodenarbeiten begonnen werden. Laut der Zeitung investiert Panem einen zweistelligen Millionenbetrag in das Werk II. Das Unternehmen startete die Produktion in Bleicherode Anfang 2015 und beschäftigt zurzeit knapp 200 Mitarbeiter. Mit dem Neubau sollen weitere 100 bis 150 Mitarbeiter hinzukommen. JO

Dr. Oetker: neues Verwaltungsgebäude

Piazzetta heißt das neue Verwaltungsgebäude der **Dr. Oetker Tiefkühlprodukte KG**, das auf einer Grundfläche von rund 1.000 Quadratmetern auf dem Firmengelände in Wittlich kürzlich nach 18 Monaten Bauzeit fertiggestellt wurde. In den dreigeschossigen L-förmigen Neubau wurden rund neun Millionen Euro investiert. 80 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden nun aus den bisherigen Verwaltungsräumen in die neuen Räumlichkeiten der Piazzetta, die circa 3.000 Quadratmeter Nutzfläche bietet, umziehen. Auf drei Etagen mit insgesamt 47 Büroräumen sind fortan die Bereiche Werksleitung/Technik, Verwaltung, Personalabteilung, Produktion, Qualitätssicherung, Betriebsrat sowie Besprechungsräume in einem Gebäude miteinander verbunden. Abteilungen wie beispielsweise IT, Automatisierung und Konstruktion, die derzeit an verschiedenen Stellen des Werkes untergebracht sind, werden in die bisherigen Räumlichkeiten der Verwaltung einziehen und so in unmittelbarer Produktionsnähe gemeinsam die immer größer werdenden Schnittstellenanforderungen im Rahmen der Digitalisierung lösen können, heißt es vom Unternehmen.

Neben den Anforderungen im Zuge von Digitalisierung und Industrie 4.0 wurde bei dem Neubau

auch in besonderem Maße auf ökologische Aspekte geachtet. Der gesamte Wärmebedarf wird aus den Wärmerückgewinnungsanlagen des Werks gedeckt. Dabei wird die Abwärme aus den Backöfen und den Druckluftverdichtern in der Produktion aufgefangen, gesammelt und als Heizenergie für das neue Verwaltungsgebäude eingesetzt. Eine komplette LED-Beleuchtung, Wärmeschutzverglasung sowie umfangreiche Grünanlagen sind weitere wesentliche Merkmale im Bereich der Energie. JO

Edeka Nord steigert Umsatz auf 3,1 Millionen

Im Geschäftsjahr 2018 haben die selbstständigen Kaufleute der **Edeka Nord** eine Umsatzsteigerung von 4,8 Prozent auf vergleichbarer Fläche erzielt. Der Konzernumsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 3,3 Prozent auf 3.086,0 Millionen Euro – eines der besten Ergebnisse der Firmengeschichte. Insgesamt wurden 2018 zehn Märkte neu eröffnet und neun Märkte erweitert. Die Gesamtverkaufsfläche blieb in etwa gleich. Edeka Nord belieferte 677 Märkte (davon SEH 656 und Regie 21) mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 1.148 Quadratmetern und erzielte 2018 ein Konzernergebnis in Höhe von 26,3 Millionen Euro. JO

Bahn startet neues Convenience-Format

Service Store DB ist mit einem neuen Convenience-Format für Bahnsteige gestartet: Am S-Bahnhof Berlin Bornholmer Straße wurde das neue Konzept unter dem Namen ‚ServiceStore DB Selection‘ eröffnet. Pendlern und Reisenden werden dort ab sofort frisch zubereitete Backwaren, gesunde Snacks und Kaffeespezialitäten in Fairtrade-Qualität angeboten. Als warmer und herzhafter Snack gehören Hotdogs zum Angebot. Die neuen rund sieben Quadratmeter großen Selection-Pavillons sollen sich durch das Angebot und die hochwertige Optik vom klassischen Convenience-Store-Konzept ServiceStore DB unterscheiden. ServiceStore DB Selection wurde speziell für urbane Standorte in Ballungszentren entwickelt, um das Potenzial der Bahnsteige weiter zu nutzen. Weitere Eröffnungen sind noch in diesem Jahr in den Bahnhöfen des Berliner S-Bahnnetzes geplant.

Die beiden neuen Standorte in der Bornholmer Straße werden von der Casualfood GmbH im Franchising betrieben, welche bereits zwei klassische ServiceStores in Frankfurt und Gießen führen. JO

Bund gibt Richtwerte für Mineralöle bekannt

Die **Lebensmittelüberwachungsbehörden** der Länder sowie der **Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde** (BLL) haben zur Grundbelastung von Lebensmitteln mit Mineralölkohlenwasserstoffen (MOH) erstmals Orientierungswerte veröffentlicht. Die Orientierungswerte dienen als Beurteilungsgrundlage und sollen Ausgangspunkt für Minimierungsstrategien sein. Gesetzliche Grenzwerte gibt es dagegen nicht. Aufgrund einer umweltbedingten Grundbelastung könne es keine Nulltoleranz geben, so **Dr. Sieglinde Stähle** vom BLL in einer Mitteilung. „Aus heutiger gesundheitlicher Sicht ist dies aber auch nicht erforderlich.“ Die Lebensmittelwirtschaft arbeite dennoch an Lösungen, die Abgabe von Mineralölen an Lebensmittel durch etwa Verpackungsmaterialien zu minimieren. Nach Angaben des BLL liegen Orientierungswerte vor für Pflanzliche Öle, Brot und Kleingebäck, Feine Backwaren, Getreideerzeugnisse und getreidebasierte Produkte, Cerealien sowie Süßwaren, Schokolade und kakaobasierte Süßwaren. JO

IT-Sicherheit wird nur mangelhaft betrieben

Deutschlands Mittelständler sind nachlässig bei der IT-Sicherheit: Nur jeder sechste Betrieb (16 Prozent) erfüllt die zehn einfachsten Schutzmaßnahmen wie regelmäßige Aktualisierungen von Virenschernern, Datensicherungen oder personalisierte Passwörter für Mitarbeiter. Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Forsa-Befragung im Auftrag des **Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft** (GDV).

Immerhin 35 Prozent der kleinen und mittleren Betriebe erfüllen acht oder neun der Basisschutzmaßnahmen, bei 27 Prozent sind es sechs oder sieben. Doch jeder fünfte Mittelständler hat nicht einmal die Hälfte der zehn Sicherheitsmaßnahmen

umgesetzt, so das Ergebnis. „Es ist geradezu fahrlässig, wie der Mittelstand mit seiner IT-Sicherheit umgeht“, sagt **GDV-Cyberversicherungsexperte Peter Groß**. „Weil immer mehr Betriebe von funktionierenden Computersystemen abhängig sind, sollten Mittelständler mindestens die einfachsten Sicherheitsregeln befolgen.“

In jedem fünften Betrieb (20 Prozent) werden jedoch Administratorenrechte an den IT-Systemen nicht nur an Administratoren vergeben. Jeder dritte Mittelständler (32 Prozent) macht keine wöchentliche Datensicherung. Auch persönliche Zugänge für jeden Mitarbeiter (31 Prozent), eine erzwungene Mindestlänge von Passwörtern (26 Prozent) oder Aktualisierungen von Virensclannern (36 Prozent) fehlen in vielen kleinen und mittleren Betrieben. Jedes vierte mittelständische Unternehmen (24 Prozent) hat bereits Schäden durch Cyberangriffe erlitten. In vier von zehn Fällen wurde dadurch der Betrieb lahmgelegt.

Dass der deutsche Mittelstand immer abhängiger von funktionierender IT ist, ist bei den meisten Betrieben angekommen: Würde die Unternehmens-IT mehrere Tage ausfallen, sehen sich 63 Prozent der Mittelständler sehr stark oder eher stark eingeschränkt. Nur ein Viertel der Betriebe (26 Prozent) glaubt, nicht so stark oder nur wenig durch einen Ausfall der IT eingeschränkt zu sein.

elf Prozent der Mittelständler gaben an, ohne funktionierende IT keine Probleme im Betrieb zu haben.

Für die Befragung hat Forsa 300 Entscheider in kleinen und mittleren Unternehmen befragt. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland. JO

Prognose: Getreide-Ernte leicht über Durchschnitt

„Wir gehen davon aus, dass wir in Deutschland mit einem leicht überdurchschnittlichen Ergebnis in die neue Vermarktungssaison starten werden,“ erklärt **Guido Seedler, Getreidemarktexperte des Deutschen Raiffeisenverbandes (DRV)**. In seiner aktuellen Prognose geht der Verband von einer Getreideernte in Höhe von 48,0 Millionen Tonnen aus. Dies entspricht einem Plus im Vergleich zum Vorjahr von knapp 27 Prozent. Der Weizen als wichtigste Getreideart wird mit zirka 24,7 Millionen Tonnen gut die Hälfte der Gesamternte stellen. Ob diese Menge auch tatsächlich gedroschen werden kann, wird sich in den kommenden Wochen zeigen. Weiterhin keine gute Prognose hat der Raiffeisenverband für die Rapsernte und erwartet eine enttäuschende Menge von knapp 3,1 Millionen Tonnen. Das wäre das schlechteste Ergebnis seit 1998. JO

MELDUNGEN IN EINEM SATZ

Zum 1. Juni hat das Amtsgericht Stade planmäßig das Insolvenzverfahren über das Vermögen der **Rainer Marciniak Frischbäcker GmbH** in Stade eröffnet; der Geschäftsbetrieb des Unternehmens mit 16 Filialen und 117 Mitarbeitern wird im Rahmen des Eigenverwaltungsverfahrens fortgeführt

- Ein Lichtblick für die Mitarbeiter der Großbäckerei **Lieken** in Borbeck: Überlegungen den Standort zu schließen, die vor etwa fünf Jahren aufkamen, scheinen zunächst vom Tisch zu sein, bestätigte der neue Vorstand auf Radio Essen-Nachfrage – man habe bereits in den Standort investiert
- Die **Martin Braun**-Gruppe erreichte im Geschäftsjahr 2018 ein Umsatzplus von 39 Prozent; ein Großteil dieses Wachstums war akquisitionsbedingt, da das Unternehmen im Februar 2018 Anteile an **Diversi Foods** erworben hatte; die organische Umsatzsteigerung betrug 3,4 Prozent
- Burgerkette **Peter Pane** hat ab sofort Burger im Angebot, deren Bratlinge aus Wasserkastanien und der tropischen Jackfrucht bestehen; komplettiert wird das durch roten Kimchi, Wasabi-Mayonnaise und ein Spirulina-Brötchen
- Laut eines Berichts des **Bundeslandwirtschaftsministeriums** soll der Antibiotikaeinsatz in der Nutztierhaltung um ein Drittel gesunken sein
- 2018 trank jeder Bundesbürger wie auch im Hitzesommerjahr 2003 durchschnittlich gut 26 Liter Schwarz- und Grüntee – damit schaut der **Deutsche Teeverband** positiv auf das vergangene Jahr zurück und berichtet zugleich, dass die Nachfrage nach Ware aus kontrolliert biologischem Anbau erneut gestiegen ist und jetzt fast zehn Prozent der gesamten Nachfrage ausmacht
- Mitte Juni hatte die **Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten (NGG)** zum Streik in den Werken Delmenhorst und Gerlenhofen der **CSM Bakery Solutions** aufgerufen; der Grund seien festgefahrene Tarifverhandlungen

PREMIUM-ZUTAT

Macadamia: Paste & Butter für milchfreie Produkte

Vorteil gegenüber anderen Milchalternativen: die cremige Textur

Allgemein beliebt ist die Macadamia wegen ihrer besonderen Textur. „Sie ist nicht so hart wie eine Mandel und nicht so weich wie ein Cashew“, erklärt Loader. Tests zeigten, dass die Macadamia ihre cremigen Textur auch in flüssiger Form beibehält. Und aufgrund ihres hohen Gehaltes an gesundem Fett ist sie ein ausgezeichneter Aromaträger und weist sehr stabile Emulgierereigenschaften auf. Dies bedeutet: wenig bis keine Produkttrennung bei gleichzeitigem Erhalt der cremigen Textur. Das relativ neutrale Aroma – im Gegensatz zu Kokosnuss zum Beispiel – ist vielseitig verwendbar, sowohl für süße als auch salzige Produkte.

Die Nachfrage nach pflanzlichen Inhaltsstoffen steigt bei den Verbrauchern, bei gleichzeitiger Abkehr von tierischen Produkten. Milchersatz aus Macadamia-Nüssen soll die Anwender wegen deren Textur und Emulgierereigenschaften überzeugen.

Bisher werden Macadamias weltweit als Zwischenmahlzeit gehandelt und nicht als Back- oder Koch-Zutat. Das soll sich möglichst bald ändern, wenn es nach **Brian Loader** geht, dem **Chief Executive Officer** von **Green & Gold Macadamia**, einer der weltweit größten Vermarkter von verarbeiteten Macadamias. Das australische Unternehmen sucht nach Möglichkeiten, die ‚Königin der Nüsse‘ als Milchersatz-Zutat weiterzuverarbeiten und hofft, vom wachsenden Trend hin zu milchfreien Produkten profitieren zu können.

Aufgrund des schwierigen Anbaus gehören Macadamias zu den teuersten Nüssen der Welt. Denn hochwertige Nüsse stammen nur von alten Bäumen. In der Regel erreichen diese ihren vollen Fruchtstand erst nach zwölf bis 15 Jahren. Mitunter kann es aber auch bis zu 40 Jahre dauern. Doch mittlerweile kann die Macadamia in einem so großen Maßstab angebaut werden, dass sie auch als Zutat weiterverarbeitet werden kann. So hat sich allein in den vergangenen fünf Jahren das weltweite Angebot von Macadamias verdoppelt und wird sich laut **International Nut Council** bis zum Jahr 2023 erneut verdoppeln.

Großes Wachstumspotenzial

Da die cremige Textur der Macadamia sowohl in feinen Pasten als auch in Butter erhalten bleibt, können Bäcker und Konditoren, Molkereien oder Käsehersteller diese für die Herstellung milchfreier Produkte verwenden. Bei einer Joghurt-Blindverkostung konnten die Probanden anhand der Textur nicht erkennen, dass Macadamia anstelle von Milch verwendet wurde. Das Geschmackserlebnis war allerdings unterschiedlich: für die einen positiv, für die andere nicht. Den leichten Eigengeschmack der Macadamia könnten Lebensmittelhersteller bei Bedarf jedoch maskieren. Auch bei heißen Anwendungen kann die Macadamia punkten: „Wir haben unsere Pilzsuppe gegen den Marktführer in Brasilien getestet, und sie wurde in der Blindverkostung bevorzugt“, bemerkt Loader. Er sieht große Chancen für die Macadamia als pflanzlichen Proteinlieferanten. Zwar spielen Nüsse in diesem Zusammenhang noch eine untergeordnete Rolle bei der täglichen Ernährung, aber in der vor Kurzem veröffentlichten Ernährungsstudie der internationalen **Eat-Lancet-Kommission*** empfehlen die Wissenschaftler, 40 Prozent des täglichen Proteinbedarfs durch Nüssen zu decken – ein enormes Wachstumspotenzial für den Premium-Markt.

Paola Rentsch

*37 Forscherinnen und Forscher aus 16 Ländern entwarfen die sogenannte planetary health diet. Sie berücksichtigt die natürlichen Grenzen des Planeten und soll Krankheiten wie Herzinfarkte und Diabetes, die durch falsche Ernährung wahrscheinlicher werden, vorbeugen (The Lancet: Willett et al., 2019).

GESCHIRR

Eine Investition, die sich lohnt

klassisch, mit Dekor oder ohne – für jedes Konzept lässt sich das richtige Zubehör finden. Dabei sollten folgende Überlegungen bedacht werden: Für welches Design entscheiden wir uns? Was passt zu uns? Was passt zu unseren Produkten? Welche Anforderungen müssen Geschirr und Besteck erfüllen? Welche Menge brauchen wir, um auch in Stoßzeiten einen reibungslosen Ablauf zu gewährleisten? Die Anschaffung ist eine Investition, die nicht unterschätzt werden darf. Fehlkäufe gilt es dabei zu vermeiden.

Porzellan, Keramik oder Steingut?

Schon die Option zwischen Porzellan, Keramik oder Steingut sollte wohlüberlegt sein. Porzellan ist das edelste Erzeugnis der großen Warengruppe Keramik. Es besteht aus Kaolin, Feldspat und Quarz

Das Auge isst mit. Dieses Sprichwort lässt sich nicht nur auf die hergestellten Bäckerei-Spezialitäten direkt beziehen, sondern auch auf deren Präsentation. Ein hochwertiges, auf das Konzept abgestimmtes Geschirr unterstreicht dabei die Qualität der Waren und trägt viel zum einladenden Ambiente des Geschäfts bei. Damit Sie und Ihre Kunden lange Freude an der Anschaffung haben, gibt es einiges zu beachten.

Die Wahl von Geschirr und Besteck sollte nicht übereilt getroffen werden, schließlich kommen Teller und Co. meist für mehrere Jahre zum Einsatz und sind ein wichtiger Teil der Produkt- und Eigendarstellung – denn der Gesamteindruck bleibt beim Gast haften. Passen Tassen und Teller nicht, wirkt das auf viele unprofessionell und wenig einladend. Wer Qualitätsbackwaren anbietet, sollte diese auch dementsprechend hochwertig präsentieren und sich für Produkte entscheiden, die in das Konzept des Unternehmens passen. Vor dem Kauf sollten verschiedene Angebote verglichen werden, denn nur so kann das passende Inventar gefunden werden. Teller, Besteck und Gläser gibt es in vielen verschiedenen Designs. Von verspielt bis

Zwei Trends vereint: Mix & Match und Naturtöne (Kahla).



und wirkt zudem lichtdurchlässig und transparent, wenn es gegen Licht gehalten wird. Dennoch hat glasiertes Porzellan im Unterschied zu Steingut und Keramik eine dichtere und damit langanhaltend hygienische Oberfläche und ein gutes Wärmespeichervermögen. Mindestens genauso wichtig ist seine chemische und mechanische Widerstandsfähigkeit: Weder Speisesäuren, noch Salz und scharfe Kanten greifen das Material stark an. Steingut (Hauptbestandteile: Ton, Quarz, Feldspat und gegebenenfalls weitere mineralistische Partikel) und Keramik (Hauptbestandteile: plastische Stoffe wie Ton und unplastischen wie Quarz, Feldspäte, Kreide) sind hier zum Teil deutlich anfälliger. Gerade mit stark färbenden Lebensmitteln sollte man vorsichtig sein und diese nicht zu lange mit Tellern und Schüsseln – egal aus welchem Bestandteil sie bestehen – in Berührung kommen lassen, da sonst unschöne Verfärbungen auch noch nach dem gründlichen Reinigen übrig bleiben.

Die Glasur als Qualitätsmerkmal

Eines haben Porzellan, Keramik und Steingut bei allen Unterschieden gemeinsam: die Glasur bietet einen erheblichen Schutz – gerade bei der Dauerbeanspruchung in Bäckereien, Cafés und Restaurants. Hier gilt es insbesondere beim Thema Dekore einiges zu beachten. Sollen beispielsweise Teller und Tassen individualisiert werden und Firmennamen, Logos sowie Schriftzüge lange halten, ist die richtige Glasurart gefragt. Man unterscheidet drei Glasurarten: Unterglasur, Inglasur und Aufglasur. Bei der Inglasur werden die Dekore auf das fertig glasierte Stück aufgetragen und eingebrannt. Hierbei schmilzt die Glasur und die Farben sinken in die Glasur ein. Dadurch verschwimmen die Farben ein wenig, woran man echte Inglasurdekore erkennen kann. Bei Unterglasur werden die Dekore auf den gebrannten Scherben aufgetragen und mit einer Glasurschicht überzogen. Nach dem anschließenden Glattbrand liegen die Dekore unempfindlich gegenüber äußeren Einflüssen unter der schützenden Glasur. Die Farbauswahl für Dekore ist bei Unterglasuren sehr eingeschränkt, da nur wenige Farben die erforderlichen sehr hohen Brenntemperaturen vertragen. Sowohl In- als auch Unterglasur sind spülmaschinenfest. Im Gegensatz dazu haben Dekore, die durch das Aufglasur-Verfahren aufgebracht wurden, gerade im gewerblichen Gebrauch einen deutlichen Nachteil: sie sind nur spülmaschinengeeignet und können mit der Zeit abnutzen. Denn

bei der Aufglasur werden die Dekorbilder oder Malereien auf das bereits fertig glasierte Teil aufgetragen und in einem zusätzlichen Arbeitsgang bei vergleichsweise niedrigen Temperaturen eingebrannt. Vorteile: in der Regel steht dafür eine breite Farbauswahl zur Verfügung und das Geschirr ist preiswerter. Aber behalten Sie im Hinterkopf: Das Verblässen der Logos ist nur ein Gesichtspunkt. Ein hochwertiges Profi-Service muss noch nach Jahren intensivsten Gebrauchs eine homogene, absolut dichte Oberfläche aufweisen, die Bakterien und Keime keine Angriffsfläche bietet. Ein genauer Blick oder eine Nachfrage beim Hersteller lohnen sich also – gerade weil es sich beim Kauf von Geschirr um keine kurzfristig wirkende Entscheidung handelt, sondern um eine für die Zukunft.

Auf Nachkauf-Garantie achten

Neben weiteren praktischen Auswahlkriterien wie Robustheit, Stapelbarkeit, Kantenschlagfestigkeit, einfachem Handling für Personal und Kunden

RUSTIKALES STILELEMENT

Wer nach einem trendigen Stilbruch im Bereich Speisen-Präsentation sucht, kann rustikale Holzbretter mit Porzellan, Keramik und Steingut kombinieren. Eine clevere Idee bietet hier Versandhändler Luchs mit seinem Snack-Brett ‚Forest‘. Sowohl auf der Vorder- als auch Rückseite des Holzbrettes befinden sich jeweils drei Aussparungen. Die Vorderseite ist mit einer großen, rechteckigen Aussparung aus Melamin- oder Schieferplatte sowie mit zwei runden Aussparungen für Gläser und Schälchen ausgestattet. Statt der eckigen Aussparung ist auf der Rückseite eine runde Aussparung für den Teller. So können Speisen und Getränke gemeinsam auf dem Brett angerichtet werden und Gläser und Teller verrutschen nicht. Das Brett aus Holz ist in heller und dunkler Optik verfügbar.





Links: Klassische Kaffeetasse mit Unterteller im Backring Nord-Design. Rechts: Für jeden etwas dabei – Becher in unterschiedlichen Größen (Backring Nord).



sowie der Möglichkeit des Nachkaufs über Jahre hinweg ist ein modern-zeitloses Design, an dem Sie und Ihre Kunden sich nicht schon nach kurzer Zeit sattgesehen haben, entscheidend. Ideal ist eine Serie, die sich individuell nach Ihren Bedürfnissen zusammenstellen lässt. Im Trend sind zum Beispiel sogenannte ‚Mix & Match‘-Service, mit denen ein freies Kombinieren unterschiedlicher Farben, Größen und zum Teil auch Formen problemlos möglich ist. Wichtig ist hierbei, dass das Gesamtbild harmonisch ist.

Neue Kollektionen zeigen Naturtöne

Das neue **Kahla Professional**-Konzept Homestyle verbindet diesen Trend mit einem weiteren: Naturtöne. Das von Hand glasierte Porzellan, bei dem jedes Stück ein Unikat ist, erinnert von der Optik und Farbgestaltung in Blau-, Sand- und erdigen Rottönen an den heimeligen Look handglasierter Keramik. Rund um eine mehrfarbige Hingucker-Bowl für Salate, Müsli und Obst gruppiert sich eine umfangreiche Auswahl an Dipschälchen, Brot-, Pasta- und Speisetellern, Schalen, Tassen und Bechern in drei verschiedenen Farben. Besonders schlichte Formen bringen die fein abgestimmten Glasuren zur Geltung. So entsteht bei Tisch ein Farbspiel, das an die vier Elemente Feuer, Erde, Luft und Wasser erinnert – und unkompliziert und harmonisch miteinander kombiniert werden kann.

Die Porzellankollektion Coffee Tasting von Tafelstern ist so designed, dass sie die Arbeit der Barista unterstützt und die besonderen Eigenschaften der Kaffees unterstreicht.



Dadurch eröffnet Homestyle modernen Laden-Konzepten vielfältige Möglichkeiten der Speisenszenierung rund um den aktuellen Gastrotrend zum Bodenständigen, Authentischen und Natürlichen.

Individuelle Gestaltungsmöglichkeiten

Wer es dezenter mag, kann sich neben dem immer beliebten klassischen Weiß auch für ein Service in einem durchgängigen Farbton entscheiden. Das muss nicht langweilig und unpersönlich sein, ganz im Gegenteil. Einige Hersteller und Dienstleister bieten auf Wunsch einen Individualisierungs-Service an, der Tassen, Teller und Co. passend zur Corporate-Identity des Unternehmens gestaltet. So können die Kunden der **Backring Nord E. May GmbH & Co. KG** neben Rohstoffen, Technik und Zubehör auch ihr vollständiges Geschirr – auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten – erwerben. Werden nur kleinere Mengen oder das Geschirr zeitnah in spätestens sechs bis acht Wochen benötigt, kann aus dem sieben Serien umfassenden Standardprogramm des Backring Nord gewählt werden. Diese sind entweder ohne Logo oder alternativ im Backring Nord-Design mit dem Kaffeeigenmarken-Logo ‚Odori‘ erhältlich. Aber auch spezielle Wünsche hinsichtlich einer Geschirrsreihe oder grafischen Gestaltung sind nach Rücksprache umsetzbar. Hierbei bietet der Backring Nord auch das grafische Know-how der hauseigenen Marketingabteilung an. Die Fachleute können Sie hinsichtlich grafischer Grenzen, Mindestbestellwerte und Lieferzeiten beraten.

Erweiterung der Kaffeekompetenz

Bäcker, die ihre Kaffeekompetenz hervorheben möchten, schaffen das nicht allein nur durch die Wahl bester Kaffeesorten, sondern auch durch darauf abgestimmte Tassengrößen. Porzellanhersteller **Tafelstern** geht noch einen Schritt weiter und hat eine Tassenkollektion entwickelt, die die

typischen Merkmale jeder einzelnen Kaffeespezialität bestmöglich herausarbeiten soll. „Auf dem Weg zum besten Kaffeemoment spielen viele Faktoren eine Rolle: Der Anbau, die Bohne, deren Verarbeitung und Röstung bis hin zu den Fragen, wie der Kaffee gehandelt, zubereitet und serviert wird. Während der Entwicklung unseres neuen Kaffeeconzeptes Coffee Tasting haben wir uns intensiv der Frage gewidmet, wie Porzellan gestaltet sein muss, um den besten Kaffeemoment zu erzeugen und die Skills der Barista zu unterstützen“, sagt **Gabriele Dettelbacher, Marketingleiterin** von Tafelstern.

Einfluss auf Geschmackserlebnis

Designer Carsten Gollnick erklärt weiter: „Was den besten Kaffeemoment ausmacht und wie man den Genuss steigern kann, haben wir im Detail analysiert und den komplexen Erkenntnisgewinn als Coffee Code verankert.“ So haben die Oberen (Obertassen) beispielsweise eine Innenkontur mit besonders weichen Verläufen, damit beim Zubereiten des Kaffees die feine Crema erstens gelingt und zweitens lange erhalten bleibt. Der Crema-Schutz soll bereits beim Einlaufen in das Trinkgefäß gewährleistet werden. Eine besondere Ausgestaltung des Mundrandes sorgt für ein gutes Mundgefühl. „Beinahe im Verborgenen nehmen Formgebung und Scherbenstärke des Porzellans Einfluss auf das Geschmackserlebnis“, sagt Gabriele Dettelbacher und ergänzt: „So kommen bei der Kollektion Coffee Tasting bewusst unterschiedliche Scherbenstärken zum Einsatz. Damit erzielen wir optimale Temperaturhalte-Eigenschaften – pro Kaffeerezeptur. Bei der Espresso-tasse fällt besonders ins Gewicht, dass die wenigen Schlucke nicht zu schnell abkühlen sollen.“ Die Kollektion hält Obere mit Henkel, henkellose Bowls in unterschiedlichen Größen und Kapazitäten, einen Becher und drei Untertassen bereit. Gläser für Cold Brews und Wasser ergänzen in gleicher Designsprache das Sortiment.

Bevor also Geschirr und Co. gekauft werden, sollten sowohl das Konzept als auch die Speise-/Getränkemenu stehen. Das erleichtert die Kalkulation und beugt teuren Fehlkäufen vor.

Janina Ohrtmann

UMWELTFREUNDLICHE TO-GO-LÖSUNGEN

Das Thema Nachhaltigkeit wird vielen Kunden immer bewusster. Auf einen Kaffee oder Snack für unterwegs muss deshalb keiner verzichten, denn immer mehr Unternehmen bieten Alternativen zu den herkömmlichen, umweltbelastenden To-go-Verpackungen. Ein Beispiel ist der Cupit von **Kahla**. Mit der Mehrweg-Lösung aus Porzellan können Getränke und kleine Snacks sicher transportiert werden. Auch **Luchs** präsentiert mit einem Mehrweg-Porzellanbecher der Marke Einhorn eine umweltfreundliche und praktische Alternative zum Wegwerf-Pappbecher. Der Porzellanbecher kann individuell personalisiert und mit dem eigenen Logo oder Design bedruckt werden. Auf einen 100-prozentig recyclebaren, schadstofffreien Kunststoff setzt **Recup**. Das junge Unternehmen bietet ein Pfandsystem für Coffee-to-go-Becher an, an dem deutschlandweit schon viele



Bäckereien, Cafés und Coffeeshopketten teilnehmen. Und auch der **Backring Nord** unterstützt mit einem ganzen Sortiment das Nachhaltigkeits-Konzept von Bäckereien. Neben einem vollständig recyclebaren To-go-Kaffeebecher inklusive Deckel hat das Unternehmen unter anderem auch Strohhalme aus Papier und Besteck aus Holz im Angebot.

Porzellan-Mehrwegbecher von Einhorn/Luchs (oben), vollständig recyclebare Becher vom Backring Nord (Mitte) und ebenfalls recyclebare Kunststoffbecher von Recup (unten).

