

C12331D

Check Up

N° 2 15. FEBRUAR 2020

Back. **Business**

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE



SNACK - KAFFEE - GASTRO
Mit Innovationen überzeugen

Liebe Leserinnen und Leser,

haben Sie sich auch schon einmal gefragt, ob alles richtig ist, so wie es läuft? Oder schieben Sie manchmal wichtige Entscheidungen vor sich her? Was für den privaten Bereich gilt, trifft auch für unternehmerisches Handeln zu. Vor allem die derzeitige gesellschaftliche Transformation stellt Unternehmer vor die Frage, wie sie ihr Know-how so anbieten können, dass sie von den aktuellen Marktentwicklungen bestmöglich profitieren. Welche Richtung sie dann einschlagen, oder ob sie überhaupt Maßnahmen ergreifen, hängt weniger von harten Fakten, wie den wirtschaftlichen Kennzahlen ab, sondern von den Gefühlen. Neueste Studien belegen: Entscheidungen treffen Menschen zu rund 86 Prozent emotional – egal welchen Alters oder auf welcher Karrierestufe, egal, ob im Business-to-Consumer- oder Business-to-Business-Bereich. Da Gefühle aber nicht immer die besten Berater sind, haben wir uns mit dem Zukunftsforscher Gabriel Diakowski unterhalten. Im Interview erklärt er, wie mit einer speziellen Methode die vorherrschenden Emotionen in einem Unternehmen sichtbar gemacht werden, um sie gezielt steuern zu können. Auf dieser Basis können Visionen für die künftige Marschrichtung des Betriebes entwickelt werden, um das Unternehmen erfolgreich zu stärken (ab Seite 10).

Lassen Sie sich zudem inspirieren von neuen Snack-, Kaffee- und Gastro-Konzepten. Wir stellen innovative Produktentwicklungen vor, mit denen Sie vor allem im Premiumsegment die Gewinnmarge steigern können (ab Seite 14). Auch in diesem Bereich geht es um Emotionen. Denn, ob zum Beispiel ein Kaffee außerordentlich gut schmeckt, hängt nicht nur von der Bohne und der Röstung ab. Die Zubereitung ist genauso entscheidend, wie die Form des Porzellans oder das Ambiente. Übrigens: In Rumänien gibt es offenbar die besten Cafés. Dabei gehört das Land überhaupt nicht zu den großen Kaffeetrinker-Nationen. Aber offenbar wird dort den Kaffeeliebhabern etwas ganz besonderes geboten – oder sie setzen schlichtweg andere Maßstäbe an.

Auf der Suche nach neuen Ideen für Brot und Brötchen müssen Zutaten und Aromen nicht un-

bedingt aus der exotischen Küche kommen. Findige Produktentwickler haben die Linse wiederentdeckt. Streng genommen stammt sie zwar ursprünglich aus dem Orient, aber ist hierzulande doch eher aus dem heimischen Suppentopf bekannt. Ge-pufft und in einer Mehlvormischung verarbeitet, verleiht sie dem Brot ein röstig-nussiges Aroma. Hinzu kommt, dass Linsen einen hohen Gehalt an Eiweiß und Ballaststoffen aufweisen. Infos zu Nährstoffgehalt und Verarbeitung auf Seite 34. Darüber hinaus bietet die aktuelle Check up Back.Business weitere spannende Themen.



Viel Spaß beim Lesen dieses Heftes!

Paola Rentsch

Paola Rentsch, Chefin vom Dienst

Check Up
Back.Business

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



14

Siebträger versus Vollautomat: Die neuesten Kaffeemaschinen sprechen alle Sinne der Kunden an. Wichtig ist, dass sie zum Geschäftskonzept passt.



26

Größere Gewinnmargen mit Premium-Schnitten: Ungewöhnliche Zutaten und Geschmacksrichtungen machen das Standard-Brötchen zum Highlight in der Bäckertheke.



30

Trendsetter setzen auf Blau: In den unterschiedlichsten Schattierungen unterstreicht die natürlich vorkommende Farbe den Clean-Label-Status.

INHALT

UNTER DIE LUPE GENOMMEN:

Management: Emotionen entscheiden über den (Miss-)Erfolg des Unternehmens 10

BRANCHE

Kaffee: Siebträger versus Vollautomat 14

Das Porzellan beeinflusst das Aroma 18

Meinungsforschung: In Rumänien gibt es die besten Cafés 20

Mit neuen Kaffee-Trends die Kunden begeistern 21

Eis: Erfolg mit innovativen Konzepten 22

Snacks: Größere Gewinnmargen mit Premium-Schnitten 26

Farben: Trendsetter setzen auf Blau 30

RROHSTOFF:

Die kulinarische Renaissance der Linse 34

RUBRIKEN

Editorial 2

News/Branchenkurzmeldungen 4

Internationale Kurzmeldungen 32

Produktneuheiten 36

Personalien & Termine 37

Handelsregister 38

Impressum 38

Wie kriegen Sie's gebacken? 39

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

Teigruhe auf zwei Sekunden verkürzen

Wie jeder Bäcker weiß, muss sich der Teig nach dem Backen entspannen oder ruhen, wie ein Mensch nach einem harten Arbeitstag, wenn er in einem Zustand der „niedrigen freien Energie“ ist, wie **Dr.-Ing. habil. Mario Jekle** von der **Arbeitsgruppe Getreidetechnologie und -verfahrenstechnik** es beschreibt. Dabei ist das Teiggewebe in manchen Aspekten durchaus mit dem Muskelgewebe vergleichbar, nur das letzteres, unter anderem, sehr viel dichter ist. Manche Teige benötigen 20 Minuten, manche 20 Stunden, je nach Back- und Teigart. Doch mit einer neuen Methode könnte die Ruhe mancher Teigarten auf Sekunden verkürzt werden. Unter „Anwendung kurzer, invasiver, elektrischer beziehungsweise mechanischer Ultraschall-Impulse können die „Dehn- und Elastizitätseigenschaften entsprechend derer von geruhten Teigen in wenigen Sekunden erreicht werden“, so Dr. Jekle. Bei 260 Volt und 2.200 Watt wird die Teigentspannung in zwei Sekunden, anstatt in etwa 20 Minuten erreicht. PR

Glatte Textur erhöht Kaufwahrscheinlichkeit

Eine aktuelle Studie der britischen **Anglia Ruskin University** (ARU) zeigt, wie allein ein verändertes Aussehen von Keksen eine gesündere Botschaft vermitteln könnte und die Kaufbereitschaft ansteigen lässt. Lebensmittelhersteller können



Je ausgeprägter die Textur, desto gesünder wirkt der Keks auf die Konsumenten. Aber: Je glatter die Textur, desto größer ist die Kaufbereitschaft

somit über die Oberflächenbeschaffenheit von Produkten eine gesunde Ernährung fördern. Die Untersuchung, die von der **Verbraucherpsychologin Dr. Cathrine Jansson-Boyd** von der ARU geleitet wurde, analysierte die Wahrnehmung von identischen Keksen mit sechs verschiedenen Texturen. Denn frühere Studien haben gezeigt, dass Verpackung, Etikett und sogar die Beschaffenheit einer Tasse oder eines Tellers die Wahrnehmung von Lebensmitteln verändern können. Diese neue Studie untersuchte, wie ein Lebensmittel nur nach seinem Aussehen unterschiedlich wahrgenommen wird. Die in der Zeitschrift *Food Quality and Preference* veröffentlichte Studie ließ von 88 Personen sechs Haferplätzchen nur nach ihrem Aussehen bewerten. Aus der Optik schlussfolgerten die Studienteilnehmer, wie gesund der Keks sei, wie er schmeckt, wie kross er ist, den Kaufpreis und Genuss sowie die Kaufwahrscheinlichkeit. Für die Tests wurden die Kekse weder gegessen noch berührt. Haferplätzchen wurden ausgewählt, da sie sowohl einen gesunden als auch ungesunden Snack darstellen können.

Die Untersuchung ergab, dass die Oberflächenbeschaffenheit des Haferplätzchens den Menschen deutlich vermittelt, wie gesund es wahrscheinlich ist: Die Teilnehmer sahen die Kekse mit einer explizit ausgeprägten Textur als gesünder an. Die Kekse mit einer glatteren Oberfläche wurden als schmackhafter und krosser empfunden. Sie boten dadurch einen größeren Kaufreiz. Die Studie ergab, dass je mehr die Probanden davon ausgehen, dass der Keks gut schmeckt, desto weniger wird er als gesundes Produkt wahrgenommen. Und die Wahrscheinlichkeit, dass der Keks gekauft wird, steigt, wenn der wahrgenommene Gesundheitsaspekt niedrig ist, beziehungsweise die Kaufwahrscheinlichkeit sinkt, wenn der Gesundheitsaspekt höher ist.

Daher wird eine gesund aussehende Textur als ein negatives Attribut betrachtet, da sie die wahrgenommene Schmackhaftigkeit, ein Schlüsselkriterium für den Kauf von Keksen, reduziert. Dies hat Auswirkungen auf die Produktion vieler verschiedener Lebensmittel – nicht nur von Backwaren. „Die Ergebnisse sind wirklich spannend, da sie den Lebensmittelherstellern ein Mittel an die Hand geben, Lebensmittel zu entwerfen, die den Verbrauchern helfen können, eine gesündere Wahl zu treffen“, sagt **Dr. Jansson-Boyd, Lektor für Psychologie** an der ARU, „einem Süßwarenartikel,

wie zum Beispiel einem Keks, kommt es zugute, wenn er weniger gesund aussieht, da dies die Wahrnehmung des Geschmacks und die Kaufwahrscheinlichkeit erhöht.“ Demzufolge könnten Lebensmittelhersteller Endkonsumenten bei gesünderen Kaufentscheidungen unterstützen, indem sie ihren Produkten eine ungesund aussehende, glattere Textur verleihen. Denn auf diese Weise wird die Wahrnehmung ausgetrickst, dass gesund nicht schmackhaft ist. „In einer Zeit, in der die Weltgesundheitsorganisation eine Adipositas-Epidemie erklärt hat, ist es wichtig, über Möglichkeiten nachzudenken, um ein besseres Essverhalten zu fördern. Unsere Forschung bietet einen guten Ausgangspunkt für das Fördern gesünderer Lebensmittel“, betont Dr. Jansson-Boyd. PR

Klimaschutz beim Kauf von Lebensmitteln

Laut einer aktuellen Online-Umfrage des Meinungsforschungsinstituts **YouGov** versuchen drei von vier Deutschen, im Alltag umweltfreundliche Produkte zu kaufen. Allerdings greifen gerade diejenigen, die umweltbewusst einkaufen, deutlich eher zu Butter als zu Margarine: 60 Prozent kaufen



Die Ernährung nimmt beim Klimaschutz Platz Drei ein

mindestens einmal im Monat Butter und nur 44 Prozent Pflanzenmargarine. Dabei werden für die Herstellung von einem Kilogramm Butter knapp 24 Kilogramm CO₂-Äquivalente ausgestoßen, während Margarine auf lediglich 0,7 Kilogramm kommt.

Eine 2018 im Fachmagazin Science erschienene Studie bestätigt, dass eine auf Pflanzen ausgerich-

tete Ernährung mit weniger Fleisch- und Milchprodukten der effektivste Weg ist, um die negativen Auswirkungen der Lebensmittelproduktion auf die Umwelt zu verringern. Im Gegensatz dazu legen die Ergebnisse der aktuellen Upfield Studie offen, dass die Befragten Transportmitteln (75 Prozent) und Energieträgern (71 Prozent) mehr Bedeutung beim Klimaschutz beimessen, als etwa Lebensmittel (64 Prozent). Vielmehr ist für 75 Prozent der Befragten Gesundheit das ausschlaggebende Kriterium für die Lebensmittelwahl, zweiter Stelle folgt das Tierwohl (69 Prozent) und an dritter Stelle der Umweltschutz (67 Prozent). PR

Studie: 2030 zu wenig Kakao auf Weltmarkt

Forscher sagen voraus, dass bereits in zehn Jahren der weltweite Bedarf an Kakao auf Grund des Klimawandels nicht mehr abgedeckt werden kann. Bis zu zwei Millionen Tonnen Kakao würden dann fehlen, schreibt die Wissenschaftsplattform spektrum.de. In den darauf folgenden 20 Jahren werde der Klimawandel in Westafrika den Anbau von Kakaobäumen zusätzlich erschweren. In dieser Region werden aktuell rund drei Viertel der weltweiten Kakaoproduktion angebaut. PR

Coronavirus: Sind importierte Waren gefährlich?

Nach dem Ausbruch von Atemwegserkrankungen durch den neuartigen Coronavirus sind nun auch in Deutschland und Europa Menschen daran erkrankt. Der wichtigste Übertragungsweg ist eine sogenannte Tröpfchen-Infektion. Schutz bietet daher eine umfassende Hygiene und regelmäßiges Händewaschen. Verbraucher sind dennoch verunsichert, ob sie sich auch über importierte Lebensmittel, Rohstoffe und Bedarfsgegenstände, wie Kleidung, Schuhe oder Papier, mit dem Virus anstecken könnten. Diesbezüglich gibt das **Bundesinstitut für Risikobewertung** (BfR) Entwarnung: Aufgrund der bisher ermittelten Übertragungswege und der relativ geringen Umweltstabilität von Coronaviren ist es nach derzeitigem Wissensstand unwahrscheinlich, dass importierte Waren Quelle einer Infektion mit dem neuartigen Coronavirus sein könnten. PR

Internorga: Per App den Messebesuch planen

Mit der mobile App der Hamburger Internorga (13. bis 17. März) können Messebesucher im Vorfeld Meetings planen, wichtige Programmpunkte, Konferenzen oder Aussteller vormerken. Alle Informationen sind auf dem Smartphone stets griffbereit – auch offline. Weitere Funktionen: Aktualisierung der Daten, Notizen zu Ausstellern, speichern und exportieren von Favoriten. PR



Die Internorga-App funktioniert auch offline auf der Messe

Bäckerei Schüren: Ladepark & vertical Farming

Der Hildener **Bäckermeister Roland Schüren** investiert mit Geldgebern 18 Millionen Euro in ein sogenanntes Leuchtturmprojekt, gefördert von der Landesregierung Nordrhein-Westfalen. Im Gewerbepark am Autobahnkreuz Hilden (A3/A46) errichtet Schüren Deutschlands wahrscheinlich größten Ladepark für Elektro-Autos sowie ein fünfstöckiges Gebäude mit Café-Bistro-Bäckerei, Büros und einer vertikalen Farm, die über vier Stockwerke reicht. Dort sollen Salate und Beeren wachsen, die direkt zu kleinen Gerichten und frischem Kuchen verarbeitet werden. **Seed & Greet** hat Schüren deshalb sein Projekt genannt. Zwei Klein-Windkraftanlagen ergänzen das Vorhaben.

Im neuen Schnellladepark wird zunächst vom US-Hersteller **Tesla** ein 16er Paletten-Supercharger mit einem 1-Megawatt-Trafo in Betrieb gehen, geplant sind 40 Stalls der neuesten Generation V3 mit einer Spitzenleistung von bis zu 250 Kilowatt. Auch **Fastned** wird dort Schnellladesäulen für E-Autos anderer Hersteller errichten. Laut Aussage des niederländischen Betreibers entstehen 22 Park-

plätze, an denen insgesamt bis zu elf Fastned-Schnelllader mit je bis zu 300 kW Leistung installiert werden können. Es sei möglich, dass man mit einigen wenigen Ladesäulen beginne und später weitere ergänze.

Schüren ist in der eMobility-Szene kein Unbekannter, er betreibt bereits an seiner Backstube in Hilden einen der größten privaten Ladeparks Deutschlands und hat auch den Fuhrpark seiner Bäckerei für die Lieferung an die umliegenden Filialen größtenteils auf E-Transporter umgestellt. 2017 gründete Schüren eine Selbsthilfegruppe für E-Transporter. PR

Tübingen: Ab 2021 Steuer für Einwegbecher

Um die Vermüllung der Stadt einzudämmen, führt Tübingen zum 1. Januar 2021 eine Verpackungssteuer ein: 50 Cent pro Einweg-Becher und -Teller und 20 Cent pro Einweg-Besteck-Set. Es gibt aber eine Obergrenze: 1,50 Euro pro Fast-Food-to-go-Menü – egal, wie viel Einweg-Geschirr pro Kunde verwendet wird. Der Lebensmitteleinzelhandel ist von der Steuer ausgenommen.

Hintergrund: Die Verpackungssteuer fällt in Deutschland grundsätzlich auf nicht wiederverwendbare Verpackungen und nicht wiederverwendbares Geschirr an, sofern dieses zur Abgabe von Speisen verwendet wird, die direkt vor Ort verkauft und verzehrt werden. Die Verpackungssteuer ist eine kommunale Steuer, deren Satz je nach Gemeinde in Deutschland stark variieren kann. Steuerpflichtig ist hierbei nicht der Hersteller der Verpackung, sondern der Verkäufer. Bemessungsgrundlage zur Festlegung der Höhe der Verpackungssteuer ist jeweils die kleinste Einheit einer Einwegverpackung, also zum Beispiel eine Einwegflasche oder entsprechendes Einweggeschirr.

Diese Steuer wurde erstmals im Juli 1992 in Hessen von der Stadt Kassel eingeführt. Anschließend verbreitete sie sich deutschlandweit, allerdings wurde die in Kassel eingeführte Verpackungssteuer vom Bundesverfassungsgericht im Jahr 1998 für verfassungswidrig erklärt und daher wieder abgeschafft. Bis Mitte 1997 hatten in ganz Deutschland knapp 50 Städte und Gemeinden eine kommunale

Verpackungssteuer eingeführt. Wegen des Urteils des Bundesverfassungsgerichtes ließ Tübingen ein Rechtsgutachten erstellen. Das Ergebnis: Die entsprechende kommunale Satzung widerspricht weder Bundesrecht noch entsprechenden EU-Richtlinien. Denn die Rechtslage habe sich seit dem Kassel-Urteil verändert. PR

Lebensmittelfolie aus Shrimps und Krabben

Kunststofffolien haben einen großen Anteil am Verpackungsmüll, auch im Backwarenbereich. Wegen der Müllproblematik sieht das 2019 in Kraft getretene Verpackungsgesetz vor, die Recyclingquote von Kunststoffverpackungen von derzeit 36 Prozent auf künftig 63 Prozent zu verbessern. Die Anforderungen an Lebensmittelfolien haben sich dementsprechend verändert: Sie sollen nachhaltig hergestellt werden und biologisch abbaubar oder wiederverwertbar sein. Das **Fraunhofer-Institut für Mikrostruktur von Werkstoffen und Systemen (IMWS)** in Halle/Saale entwickelt nun gemeinsam mit dem Folienspezialisten **Polifilm Extrusion** aus

Weißandt-Görlau eine biobasierte Mehrschichtfolie für Lebensmittel. Grundstoff ist das natürlich vorkommende Biopolymer Chitin, welches aus den Schalen von Krustentieren, wie Shrimps und Krabben, extrahiert wird. Das Chitin wird zu Chitosan modifiziert, das zum Beispiel auch in der Abwasserbehandlung oder als Futtermittel eingesetzt wird. „Das Chitosan besitzt neben einer antibakteriellen Wirkung eine sehr gute Biokompatibilität, es ist bioabbaubar, nicht toxisch und hat eine natürliche Barrierewirkung“, erklärt **Sandra Richter, Projektleiterin** am **Fraunhofer IMWS**. Gleichzeitig soll eine entsprechende Methode zur Qualitätskontrolle erarbeitet werden. Geplante Marktreife der Chitosanfolie: August 2021. PR

Intergastra: Sonderpreis für Brot mit Insekten

Auf der diesjährigen Intergastra in Stuttgart erhielt **Brento** aus dem schwäbischen Herlikofen den Sonderpreis ‚Food for Future‘ verliehen. Innovationsgrad, Bedeutung für die Praxis, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit waren für die Juro-

KARTOFFELECKE

*Knuspriger Biss,
innen kartoffelart*



Garniervorschlag



Die ideale Erweiterung
Ihrer Snackrange

Profitieren Sie von dem
Kartoffeltrend!

- ✓ Saftiger Buttercroissantteig mit Kartoffelflocken
- ✓ Lecker knusprige Oberfläche durch das Dekor aus Kartoffelgranulat
- ✓ Sehr lange Frischhaltung nach dem Backen
- ✓ Perfekt zum Belegen oder für Ihr Spezialbrötchen-Sortiment
- ✓ 100 g Stückgewicht

wolf
ButterBack

weil Qualität verbindet

Wolf ButterBack KG, Magazinstraße 77, 90763 Fürth
Tel. 0911 67044-0, Fax 0911 67044-40, www.butterback.de

Backfertige Buttermittlinge

ren unter der Leitung von **Prof. Wolfgang Fuchs** von der **Dualen Hochschule Baden-Württemberg** die Kriterien bei der Vergabe. Das Start-up stellt Brotbackmischungen mit einem Insektenanteil von rund zehn Prozent und hochwertigen alten Getreidesorten wie Urkorn, Einkorn und Hanfmehl her. Bei der Juryauswahl stand nicht das Brot an sich im Vordergrund – es schmeckt wie normales Brot –, sondern die Idee, eine zusätzliche wertvolle Eiweißquelle hinzuzufügen und diese mit altem Urgetreide zu kombinieren. PR

Schokolade mit weniger Zucker & vollem Aroma

Wissenschaftler der **University of Reading** in Großbritannien haben unter der Leitung von **Professorin Lisa Methven** eine Milkschokolade entwickelt, die 44 Prozent weniger Zucker als herkömmliche Milkschokoladerezepturen enthält. Bei Sensoriktests mit 160 Probanden, die regelmäßig Schokolade konsumieren, erhielt die zuckerreduzierte Variante annähernd gleich positive Bewertungen wie die konventionelle Schokolade. Für den Test wurde ein Schokoladenriegel entwickelt, der eine spezielle Zuckerlösung enthält, die den Kristallzucker mit einem mineralischen Trägerstoff kombiniert, um die Geschmacksrezeptoren auf der Zunge effizienter mit der Süße zu versorgen. PR



Spezielle Zuckerlösung: Ein mineralischer Trägerstoff versorgt Geschmacksrezeptoren effizienter mit der Süße

Kakao & Gelantine werden teurer

„Hohe Kosten für landwirtschaftliche Rohstoffe belasten die Ertragslage vieler Hersteller“, sagt

Bastian Fassin, Vorsitzender des Bundesverbandes der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI). Kakao habe sich im letzten Quartal im Vergleich zum Vorjahr um 23 Prozent verteuert, bei Gelatine lag die Preissteigerung sogar bei 65 Prozent. Grund dafür sei auch die Afrikanische Schweinepest. Magermilchpulver, Palmfett, Zucker und Haselnüsse wurden ebenfalls zwischen 20 und 50 Prozent teurer. „Solche dramatisch gestiegenen Kosten in der Breite gab es in den vergangenen Jahren nicht“, sagt Fassin. Auch der Brexit belastet die Branche: Rund fünf Prozent der deutschen Süßwarenproduktion im Wert von 800 Millionen Euro werden zurzeit nach Großbritannien exportiert, viele praktische Fragen seien hier noch offen. Hinzu kommen US-Strafzölle in Höhe von 25 Prozent auf Kekse und Waffelprodukte.

In den Zahlen des vergangenen Jahres haben sich die Sorgen der Hersteller derweil noch nicht niedergeschlagen. Die Produktionsmenge stieg nach vorläufigen Zahlen im Vergleich zu 2018 um 1,2 Prozent auf 3,7 Millionen Tonnen. Der Umsatz wuchs im gleichen Zeitraum etwas stärker um 2,3 Prozent auf 12,5 Milliarden Euro (siehe Grafiken rechts). BDSI-Chef Fassin meint, eine Erhöhung der Preise sei zwar theoretisch möglich, „aber das wird der Wettbewerb richten.“ **Lambertz-Chef Hermann Bühlbecker** sagte gegenüber der Deutschen Presse-Agentur jedoch, er halte eine Verteuerung von Süßgebäck für möglich. Grund hierfür seien die vielen Spekulanten am Kakaomarkt. PR

Zacharias-Preis: jetzt bewerben

Mit dem Zacharias-Preis werden jedes Jahr Backbetriebe ausgezeichnet, die sich mit kreativen Marketingideen sowie engagierter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in besonderer Weise um das Image handwerklich hergestellter Backwaren verdient gemacht haben. Nun geht der renommierte Branchenpreis in die nächste Runde. Bis zum 31. Mai können Handwerksbäcker und Konditoren die Chance nutzen und sich mit zukunftsweisen den Vermarktungs- und PR-Konzepten für den Zacharias-Preis 2020 bewerben. Die diesjährigen Gewinner werden am 10. September im Hotel Westin Hamburg, unter dem Dach der Hamburger Elbphilharmonie gekürt. Infos zur Bewerbung unter: www.zacharias-preis.de. PR