

C 12331 D

N°11 27. NOVEMBER 2021

# Check Up

## Back.**Business**

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN  
FÜR DIE BACKBRANCHE



## SONNENENERGIE stromautark backen



**OHNE E-NUMMERN**  
natürlich färben



**STEUERFREIE  
WERKSWOHNUNGEN**



## STAFF ONLY

Mit Servant Leadership  
erfolgreich wachsen

# Liebe Leserinnen und Leser,

während Österreich ab dem 22. November zunächst für zehn Tage mit Option auf Verlängerung den landesweiten Lockdown verhängt hat, ist bei uns die epidemische Notlage zum 25. November ausgelaufen. Eine bundeseinheitliche Regelung zum Kampf gegen die vierte Corona-Welle gibt es in Deutschland nicht. Und das, obwohl die Inzidenzen so hoch sind wie nie. Zwar verschärfen die meisten Bundesländer die Corona-Regeln und führen die 2G-Regel ein, sodass Umgeimpfte zum Beispiel in Bayern, Brandenburg und Rheinland-Pfalz



Was ist für Bäckereien, Cafés und Restaurants finanziell besser? 2G-Regel oder ein kurzer Lockdown?

weitestgehend vom öffentlichen Leben ausgeschlossen sind. Doch eine Schließung der Gastronomie und Hotellerie ist nicht vorgesehen. Laut einer Studie gelten diese Betriebe nicht als Superspreader des Coronavirus, doch die 2G-Regel verursacht hohe Umsatzeinbußen. Schon im September verzeichnete das Gastgewerbe laut Statistischem Bundesamt unter anderem deswegen einen Umsatzrückgang um 3,5 Prozent. Während Angela Inselkammer, die Präsidentin des Bayerischen Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA Bayern sich gegen einen

erneuten Lockdown des Gastgewerbes ausspricht, wirft der Aufsichtsratsvorsitzende der Dorint-Hotelkette Dirk Iserlohe der deutschen Politik ein viel zu zögerliches Vorgehen vor und fordert einen landesweiten Lockdown. Denn nur dann gäbe es finanzielle Hilfen. Doch Betriebe zeigen sich laut der Deutschen Zoll- und Finanzgewerkschaft BDZ auch so mitunter trickreich, um Staatshilfen zu kassieren, indem sie zum Beispiel Kurzarbeit anmelden, wenn Beschäftigte erkranken, um keine Entgeltfortzahlung leisten zu müssen.

Finanziell drücken auch die steigenden Preise für Rohstoffe und Vorprodukte das Betriebsergebnis und bringen manches Unternehmen in finanzielle Schwierigkeiten. Factoring könnte die Lösung bringen. Mehr zu dieser Finanzierungsmöglichkeit und zu verschiedenen Anbietern lesen Sie auf Seite 14. Zum Thema moderne Unternehmensführung haben wir uns mit Hospitality-Berater Pierre Niehaus ausgetauscht. Der systemische Change-Coach ist überzeugt vom Servant Leadership: Die Bedürfnisse der Beschäftigten bilden die zentrale Rolle für den Erfolg eines Unternehmens. Wie das gelingen kann, verrät Niehaus im Interview ab Seite 22.

Weitere spannende Themen: Produktion von färbenden Lebensmitteln – ohne E-Nummern (ab Seite 18); Solarbakery baut Schiffscontainer zu mobilen, energieautarken Bäckereien um (ab Seite 40); zudem innovative Zutaten und Reformulierungen, wie Kakao aus Stammzellen, oder eine rein pflanzliche Milchalternative aus Algen- und Fababohnenprotein (S. 26).

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihr Redaktionsteam

## Check Up

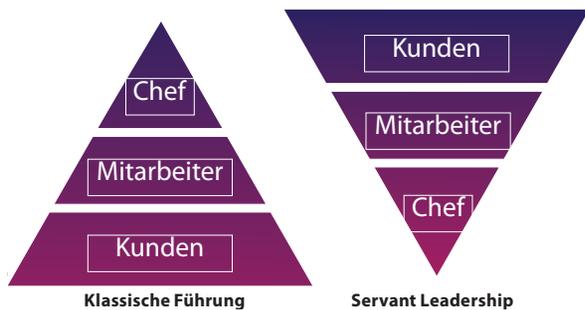
### Back.Business

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



## 18

**Lebensmittelfarbe ohne E-Nummern** ist derzeit das große Trendthema. Wir haben bei einem Farberhersteller zugeschaut, wie aus frisch geernteten Karotten orange Flüssigfarbe für das Einfärben von Eclairs bis Panna Cotta entsteht.



## 22

**Vorgesetzte, die ihr Team empathisch und wertschätzend** anleiten, zeichnen das neue Arbeiten aus, ist Hospitality-Berater Pierre Nierhaus überzeugt. Die klassische Hierarchie wird dabei auf den Kopf gestellt. An der Spitze stehen die Bedürfnisse der Beschäftigten, danach kommen die Kunden und erst zuletzt die Chefs. Das Ziel: mit Gemeinschaftssinn wachsen.



## 40

**Mithilfe von Sonnenenergie** hat das Münchener Start-up Solarbakery eine mobile und stromautarke Lösung für Bäckereien entwickelt, welche die Probleme schwacher Infrastrukturen behebt und das Wachstum des Backwarenmarktes im globalen Süden fördern kann.

## INHALT

### UNTER DIE LUPE GENOMMEN

Auf Farbmission – so wird's orange 18

### AUSSER-HAUS-KONZEPT

Mia-Noa: Der erste abfallfreie Kaffeeautomat 4

### FINANZEN

Factoring: bankenunabhängig finanzieren 14

Werkswohnung zieht Mitarbeiter an 16

### MARKETING

Klima-Label bietet Orientierung für umweltschonenden Konsum 15

### UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Der Chef steht an zweiter Stelle 22

### INHALTSSTOFFE

Gesünder & nachhaltiger: neue Zutaten und Reformulierungen 26

### ENERGIE

Solarbakery: stromautarke Bäckerei 40

### RUBRIKEN

Editorial 2

News/Branchenkurzmeldungen 6

Internationale Kurzmeldungen 30

Produktneuheiten 42

Personalien und Termine 44

Handelsregister 46

Wie kriegen Sie's gebacken? 50

Diesmal: Katja Bayrak,  
Head of Business Development,  
Valora Food Service Deutschland

Vorschau; Impressum/Fotohinweis 51

**Nachhaltig und sicher:  
Weniger Pestizide in Ihren Rohstoffen!**

 Integriertes  
Pestizid  
Monitoring
 




**Ihr Rohstoffmakler aus der Hansestadt Hamburg**  
 Osterbrooksweg 69 | 22869 Schenefeld  
 Tel.: +49 40 84 00 46 57  
[www.specialtybrokers.de/ipm](http://www.specialtybrokers.de/ipm)

## Der erste abfallfreie Kaffeeautomat

**Der österreichische Automatenbetreiber Mia & Noa ist weltweit die erste Marke, die komplett auf Einwegplastik verzichtet. Die Kunden müssen ihren Becher mitbringen, um Kaffee kaufen zu können. Bestellt und bezahlt wird ausschließlich per App.**

**Text:** Paola Rentsch

**D**er Mensch sei nun einmal sehr bequem. „Nur wenn wir einen handfesten Vorteil haben und diesen auch erkennen können, verändern wir unser Verhalten“, ist Maren Knief Kleriker, Gründerin von Mia & Noa, überzeugt. Gemeinsam mit ihrem Geschäftspartner Sebastian Messer hat sie den ersten vollautomatisierten und abfallfreien Kaffeeautomaten entwickelt. Für den Coffee-to-go-Konsum sei das Mitbringen des eigenen Bechers die einzige nachhaltige Lösung, statt auf nachhaltigere Materialien bei Einwegmaterial zu setzen. Im Gegenzug bietet der Mia & Noa-Automat einen bequemen Zugang zu der ganz persönlichen Kaffeemischung.

In der Bestellapp kann nämlich die Kaffe Zubereitung je nach Vorlieben konfiguriert und auf dem Smartphone abgespeichert werden. Zur Auswahl stehen alle klassischen Kaffeerezepte. Die Kunden wählen ihr Lieblingsrezept als Basis und modifizieren es

Maren Knief Kleriker will mit ihren abfallfreien Kaffeeautomaten Mia & Noa die Welt ein umweltfreundlicher machen. Um Wegwerfplastik zu vermeiden sei keine Geste zu klein.



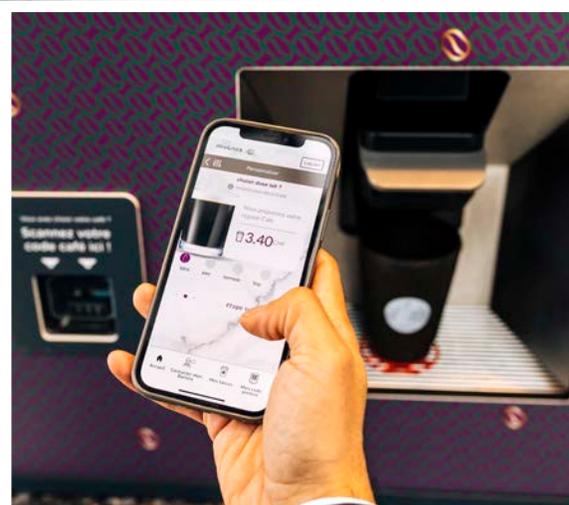
Das Lieblingskaffeetrink wird über die App konfiguriert, gespeichert und bestellt. Bis zu 1.000 Kaffees kann der Automat täglich servieren. Er wird täglich gereinigt.

nach Geschmack. Auch Milchart sowie Milch- und Zuckermenge können individuell gewählt werden, wie zum Beispiel Milchkaffee dunkel mit nur etwas Kuhmilch, Espresso doppio, Americano süß oder Capuccino mit Hafermilch. Bei jeder Bestellung wird die abgespeicherte Rezeptur beziehungsweise Mischung automatisch serviert – ohne die Sonderwünsche wiederholen zu müssen, es reicht den Bestellbutton zu drücken.

Mit Mia & Noa will Maren Knief Kleriker täglich einen kleinen positiven Beitrag für die Umwelt leisten. Es sei für sie eine Frage nach der Sinnhaftigkeit. „Ich möchte meinen Kindern erklären können, wofür ich mich jeden Tag erneut und unermüdlich einsetze“, erklärt die zweifache Mutter. Deshalb stammen auch die Kaffeebohnen aus Kooperationen, deren Bio-Anbau voll nachvollziehbar sei und werden in Mehrweggebinde ver-

packt. Die Kuh- und Hafermilch wiederum liefern die schweizer Produzenten direkt an die Kaffeeautomaten, um Transportwege zu reduzieren. Der hausgemachte Sirup für ‚Specialty Coffees‘ ist ebenfalls in wiederverwendbaren Behältern.

Bisher gibt es den Mia&Noa an fünf Standorten in Genf, Zürich und Lausanne. Der erste Automat wurde im Juli 2020 am neuen Bahnhof Chêne-Bourg in Genf eröffnet – eine typische Pendlerstrecke. In den nächsten fünf Jahren sollen es 60 „Kaffee-Bars“ sein, wie Knief Kleriker ihre Automaten nennt. Potenzial sieht sie reichlich in der Schweiz. Das dichte Schienennetz verbindet die Städten derart gut, dass Wohnen in Luzern, arbeiten in Zürich und Mittagessen in Bern normaler Alltag für viele Schweizer ist. Aber auch für Firmen, Krankenhäuser und Hochschulen sei das Konzept gut geeignet. ■



## Geringes Infektionsgeschehen in Cafés

Die Macher der Luca App (mehr als 36 Millionen Nutzer) haben eine aktuelle Auswertung von Co-



rona-Warnungen veröffentlicht, die von den Gesundheitsämtern an die Nutzerinnen und Nutzer verschickt wurden. Die Daten zeigen, dass im Verhältnis zu anderen Locations bei Cafés, Restaurants, Kinos, im Einzelhandel sowie im Theater und in Museen das Infektionsgeschehen gering ist. Hotspots sind hingegen Clubs und Bars. Im vergangenen Oktober haben die Gesundheitsämter bundesweit rund 130.000 Warnungen an die Gäste von Clubs und Bars gesendet. Das entspricht einem Anteil von rund 72 Prozent aller via Luca App ausgespielter Warnungen in diesem Zeitraum. „Mit den Zahlen wollen wir einen weiteren wichtigen Datenpunkt liefern, um Politiker\*innen, Betreiber\*innen aber auch Bürger\*innen dabei zu unterstützen, ihre Entscheidungen auf Basis möglichst guter und vollständiger Informationen zu treffen“, sagt Patrick Hennig, Chief Executive Officer des Luca-Entwicklers Culture4life. ■

## Backzutat für ein stärkeres Immunsystem

Auf der Frankfurter Food Ingredients Europe hat Good Mills Innovation sein neues Nährstoffkonzentrat Good Fibers 10+1 Backwaren präsentiert. Die Zutaten wie Getreide, Gemüse, Obst und Weizenkeimkonzentrat tragen dazu bei, die Vielfalt der Darmbakterien zu erhalten. Das fördert das Mikrobiom im Darm und stärkt das Immunsystem. Bei richtiger Dosierung können auf den Backwaren entsprechende gesundheitsbezogene Angaben gemacht werden. ■

## Steigende Kosten drücken Betriebsergebnis

Prof. Dr. Ulrike Detmers, Präsidentin des Verbands Deutscher Großbäckereien beklagt steigende Kosten von 25 bis 70 Prozent. Diese würden „die Betriebsergebnisse jetzt und im schlimmsten Fall auch zukünftig“ belasten. Nach Angaben des Verbands sind die Preise im Vergleich zum Vorjahr von Weizen um 60 Prozent, Roggen um 70 Prozent, Leinsamen, Sesam, Sonnenblumen- und Kürbiskerne um 30 Prozent, Margarine sowie Obstsorten um 25 Prozent gestiegen. Hauptgründe seien klimabedingt schlechte Ernten sowie die kritische Bewertung von bestimmten chinesischen Rohwaren. Hinzu kommen die höheren Kosten für Energie, Kartonagen, Folien, Etiketten und Logistik. Detmers verweist auf die schwierige Situation und, dass „die Herausforderungen jetzt und zukünftig allen Akteuren der Branche viele gute Entscheidungen abverlangen.“ ■

## Kurzarbeitergeld: Verlängerung geplant

Das Bundesarbeitsministerium will die Corona-Sonderregeln für das Kurzarbeitergeld verlängern und hat der Bundesregierung einen entsprechenden Verordnungsentwurf zur Abstimmung vorgelegt: Der erleichterte Zugang zum Kurzarbeitergeld und die verlängerte Bezugsdauer soll bis 31. März 2022 gelten. Unter anderem reicht es derzeit aus, wenn mindestens zehn Prozent der Beschäftigten von Arbeitsausfall betroffen sind – ohne die Sonderregel muss mindestens ein Drittel betroffen sein. Zwar verzeichnen seit Ende des Lockdowns die Betriebe wieder steigende Umsätze und die Kurzarbeit konnte für einen Großteil der Beschäftigten beendet werden, aber die rasant steigenden Infektionszahlen verheißen nichts Gutes. Auch leiden viele Hersteller unter den gestörten Lieferketten. Betriebe, die bis zum Ende des Jahres die Bezugsdauer von 24 Monaten noch nicht ausgeschöpft haben, könnten 2022 von der Verlängerung profitieren. ■

## Transformation zum grünen Unternehmen

Die hybride Veranstaltungsreihe Mission Now unterstützt Unternehmer und Führungskräfte durch Keynote Lectures (u. a. Ranga Yogeshwar und Sarah Wiener), Best Practice Vorträge (u. a. Tesla und Allianz), Vorstellen von Lösungsanbietern, Webinaren und Workshops bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und der Umwandlung hin zum grünen Unternehmen. Das Hauptthema ist die Nachhaltigkeit und in diesem Zuge vor allem Human Ressource, Digitalisierung und Energie. Termine März bis November 2022 in Bremerhaven, Köln, Hamburg und München. Info: missionnow.de ■

## Gastgewerbe: höhere Löhne & flexibles Arbeiten

Der Deutsche Hotel- und Gaststättenverband (Dehoga) Rheinland-Pfalz wagt einen Vorstoß, um die Branche attraktiver für die Beschäftigten zu gestalten. Im neuen Entgelttarifvertrag wurde eine Mindestlohnabstandsklausel vereinbart: Den unteren beiden Lohngruppen sollen grundsätzlich 5,0 Prozent über dem Mindestlohn gezahlt werden. Bei einem von der Ampel-Koalition angestrebten Mindestlohn von 12,00 Euro entspräche dies 12,60 Euro. Damit sei laut der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten die Branche weg vom Image der Mindestlohnbranche. Auch die unbefristete Übernahme von Azubis gehöre zur Vereinbarung. ■

## To-go: Kuchen in der Dose

Die in Kyoto/Japan ansässige Patisserie Rakkansha hat sich ein originelles To-go-Konzept für ihre Kuchen ausgedacht:



Rakkansha füllt Minitorten in transparente Dosen ab.

Abgefüllt in transparente Dosen, können die Leckereien unterwegs gelöffelt werden. Dabei werden die verschiedenen Zutaten sorgfältig geschichtet, sodass die Dosen auch optisch ein Highlight sind und auf Instagram und Co.

viral gehen. Im Angebot sind sieben verschiedene Sorten, darunter Blue Soda, Frommage, Cream Puffs und Purin. Der Frommage-Kuchen ist eine Mischung aus Frischkäse und roter Bohnenpaste. Während Blue Soda auf Panna

Cotta basiert. Ein ähnliches Kuchendosenkonzept produziert die Patisserieketten Okashi Gaku

mit Hauptsitz in Hokkaido.

Das Sortiment der sogenannten Shortcakes reicht von Erdbeersahnetorte bis Tiramisu und wird in einem Automaten, der vor dem Geschäft an der Straße steht, verkauft. ■

Die Shortcakes in Dosen (250 und 330 ml) werden von der Patisserie Okashi Gaku in Verkaufsautomaten angeboten.



## Lieferketten-Risiko nachhaltig minimieren

Um Unternehmen auf ihrem Weg zu unterstützen, Risiken in der Lieferkette zu beheben, hat die Bundesregierung den CSR Risiko-Check eingerichtet. Das Online-Instrument auf [www.csr-risiko-check.de](http://www.csr-risiko-check.de) zeigt auf, welche relevanten Risiken aktuell in der Lieferkette des jeweiligen Betriebs vorhanden sein könnten und wie diese am besten angegangen werden können. Dies sind wertvolle und unverzichtbare Informationen, die regelmäßig mit dem CSR-Risiko-Check binnen weniger Minuten überprüft werden sollten, um die Lieferkette nachhaltiger und ethischer gestalten zu können. Firmen, die ihre CSR-Risiken ermittelt haben, können mithilfe von drei Tools auf der Webseite sofort beginnen – zu finden im Hauptmenü unter 'CSR-Risikomanagement': 1. Eine Schritt-für-Schritt Anleitung zur Bewältigung der Risiken. 2. Eine Checkliste, wie Unternehmen ihren Einfluss auf



Binnen Sekunden können Unternehmen das Risiko von internationalen Lieferketten auf [www.csr-risiko-check.de](http://www.csr-risiko-check.de) prüfen und eine individuelle Beratung vereinbaren.

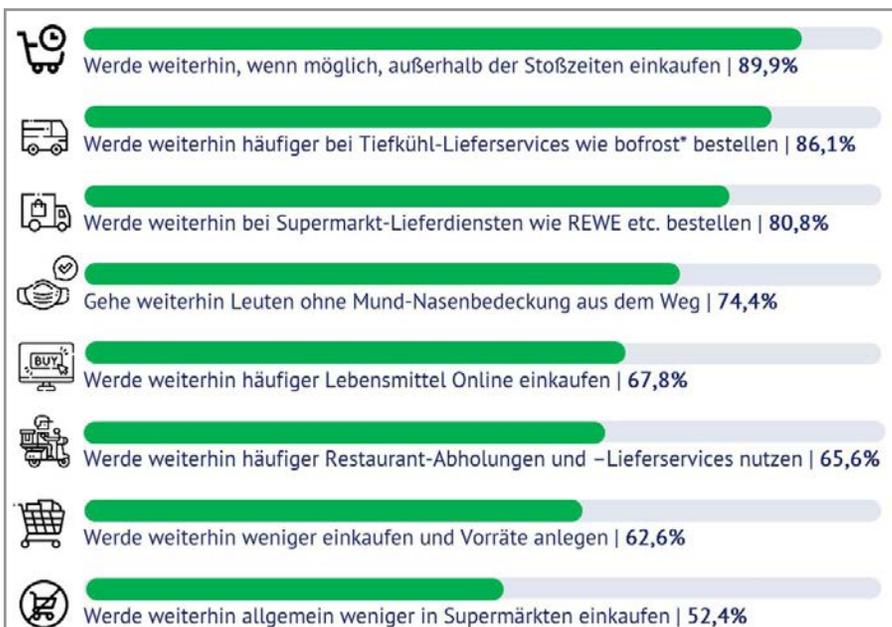
Geschäftspartner nutzen können, um ihre Lieferkette nachhaltiger zu gestalten. 3. Den neuen Quick Check Priorities. Dieser zeigt individuell auf das Unternehmen abgestimmt an, welche Lieferkette Priorität hat, sodass klar ist, wo das Unternehmen am besten anfangen sollte. Die Prioritätenliste wird auf Grundlage der Antworten auf eine Reihe von kurzen Fragen erstellt, die sowohl die CSR-Risiken in der Lieferkette als auch die Möglichkeiten zu deren Bewältigung bewerten. Weitere Fragen beantwortet: Caroline Zamor, Senior Projektmanagerin CSR, UPJ e.V., Netzwerk für Corporate Citizenship und CSR, in Berlin, [caroline.zamor@upj.de](mailto:caroline.zamor@upj.de), [www.upj.de](http://www.upj.de) ■

## Wie werden künftig Lebensmittel gekauft?

Eine aktuelle Online-Marktforschungsumfrage zeigt, dass 72,7 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher ihr Einkaufsverhalten in Zeiten der Corona-Pandemie verändert haben und planen, dies auch danach beizubehalten (94,6 Prozent). Eine wichtige Grundlage für die Standortwahl von Bäckereifachgeschäften, die Zusammenstellung des

Gastroangebots sowie das Nutzen von verschiedenen Verkaufskanälen. Deshalb verkaufen jetzt auch Rosa und Hermann Ackermann, Inhaber der mehrfach ausgezeichneten Dorfbäckerei im saarländischen Bliesmengen-Bolchen (1.800 Einwohner) ihre Backwaren unter [www.dorfbaeckerei-ackermann.de/shop](http://www.dorfbaeckerei-ackermann.de/shop). Von Weck-Brötchen über Kranzkuchen bis Christstollen in den Varianten Cranberry-, Aprikosen-Walnuss-, Mandel- oder Amarena-Kirschstollen werden deutschlandweit und darüber hinaus geliefert. Die Brötchen

werden als Halbgebackene verschickt und müssen von den Kunden zu Hause nur kurz im Ofen aufgebacken werden. Der Versand beträgt ein bis zwei Liefertage bei einer Bestellung von Montag bis Mittwoch, mit einer Versandgebühr von 5,90 Euro innerhalb Deutschlands. Expressversand und die Lieferung in Nachbarländer liegen deutlich höher. Die Bezahlung kann über jede gängige Zahlungsmethode erfolgen. Die Dorfbäckerei geht mit der Zeit und die Familientradition – regionale Zutaten und lange Teigruhe – zahlt sich aus. Für ihr Lebenswerk wurden die Ackermanns bereits vor drei Jahren mit dem CSM-Zachariaspreis ausgezeichnet und die Kundinnen und Kunden im Saarland wählten die Bäckerei auf Platz 1 bei „wer kennt den Besten?“. ■



Quelle: Bofrost Kundenpanel Oktober 2021; n = 1,489 befragte Kund\*innen, Online-Befragung – Mehrfachnennung möglich

## Dr. Oetker Gruppe aufgeteilt: **Martin Braun** gehört jetzt zu Geschwister Oetker Beteiligungen

Der jahrzehntelange Zwist zwischen den acht Erben des 2007 verstorbenen Rudolf-August Oetker wurde Anfang November endgültig beigelegt, der Konzern in zwei Teile aufgespalten. Alfred, Carl



Lebensmittel wie Pizza, Torten und Gastro-Convenience bleiben in der Dr. Oetker Gruppe (u. a. Wolf Butterback, Coppentrath & Wiese). Backzutaten von Martin Braun gehörten hingegen jetzt zur Geschwister Oetker Beteiligungen KG.

Ferdinand und Julia Johanna Oetker, die Kinder aus der dritten Ehe von Rudolf-August Oetker, vereinen unter dem Dach der neuen Holding ‚Geschwister Oetker Beteiligungen KG‘ acht Unternehmen (knapp zwei Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2020, 8.000 Beschäftigte): Martin Braun Backmittel und

Essenzen KG; Henkel & Co. Sektkellerei KG (u. a. Henkel, Freixenet, Fürst von Metternich, Wodka Gorbatschow); Chemiefabrik Budenheim KG; Oetker Hotel Management Company GmbH (u. a. Le Bristol), Columbus Properties, Inc.; Atlantic Forfaitierungs AG; Online-Weinhandel Belvini.de GmbH; sowie die Kunstsammlung Rudolf-August Oetker GmbH. Als Co-Chief Executive Officers fungieren Alfred und sein Bruder Carl Ferdinand Oetker. Julia Johanna Oetker wird als Gesellschafterin an der strategischen Ausrichtung der neuen Gruppe mitwirken.

Die übrigen Gesellschaften bleiben im Besitz der fünf Kinder aus der ersten und zweiten Ehe von Rudolf-August Oetker: Richard und Philip Oetker, Rudolf Louis Schweizer, Markus von Luttitz sowie Ludwig Graf Douglas. Sie führen unter dem Dach der Oetker-Gruppe (rund 4,4 Milliarden Umsatz im Jahr 2020) die Segmente: Nahrungsmittel (u. a. Wolf Butterback, Tortenhersteller Coppentrath & Wiese, Dr. Oetker Pizza, Puddingmischungen, Backwaren und -zutaten, Dr. Oetker Professional), Bier & alkoholfreie Getränke (u. a. Radeberger, Jever, Schöffelhofer), Getränkelieferant (Flaschenpost), Hotels (u. a. Brenners Park-Hotel), Daten- und Informationsverarbeitung (Oediv) sowie Weiteres (u. a. Oetker Digital, Roland Transport, Handelsgesellschaft Sparrenberg). ■

## **Florians Kruste** unterstützt die Jugendfeuerwehr

Handwerksbäcker und ihre Kunden können mit ‚Florians Kruste‘ die Nachwuchsarbeit der Feuerwehr unterstützen: 20 Cent jedes verkauften Brotes gehen an die lokale Jugendfeuerwehr. Eine Aktion, die perfekt in die Zeit der Charity-Aktivitäten zum Ausklang des Jahres passt. Namenspathe ist der Heilige Florian, der gemeinsame Schutzpatron der Bäcker und Feuerwehrleute. Zur Auswahl stehen drei Rezepturen auf Grundlage von Produktlösungen der CSM-Marke Ulmer Spatz. Informationen rund um das Spendenkonzept, passende Produktlösungen, Werbemittel unter dem Motto ‚112 sei dabei‘, Mehlschablone und Tipps für die Umsetzung hält CSM Ingredients bereit. ■





## **Die gläserne Bäckerei**

**Im neuen Globus SB-Warenhaus in Eschborn können die Kunden dabei zusehen, wie Bäcker und Konditoren Brote und Kuchen backen.**





Globus setzt im neu eröffneten Markt auf mehr Transparenz und Frische: In der Bäckerei und Konditorei sind 28 Mitarbeitende beschäftigt. Gebacken wird in einem Zweischichtsystem, damit Kunden zu jeder Zeit frische Backwaren kaufen können. Im Angebot: zwölf Brotsorten, acht Brötchensorten, elf Sorten Plundergebäck, sechs Sorten Kuchenschnitten, bis zu 14 Sorten Sahne To-go-Artikel sowie weitere Saisonartikel. Hinzu kommt ein kleines Bio-Sortiment, darunter vier Brotsorten sowie weizenfreie Backwaren. Die Backwaren aus der Meisterbäckerei werden abgepackt und proportioniert verkauft sowie einzeln an den Snackinseln in der Kassenzone.



100% BIO



Wir wünschen Ihnen Frohe Weihnachten!

## Bestes Bio-Mehl für beste Bäcker.

### Qualität – Sicherheit – Vertrauen

Mit diesen Werten stehen wir bei unseren Kunden ein und pflegen seit jeher eine partnerschaftliche Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette.

Als 100-prozentige Bio-Mühle vermahlen wir heimisches Bio-Getreide zu Bio-Premium-Mehlen in höchster Qualitätskonstanz. Bereits bei der Anlieferung prüfen wir jede Getreidepartie, um sie, je nach Beschaffenheit, in verschiedene Silozellen einzulagern. Dadurch können unsere Møller die Mehlqualität exakt steuern und auf Kundenwunsch individuell mischen.



Mit uns als Partner profitieren Bäcker von unserer langjährigen Bio-Expertise.

### Wir sind der Partner für Bio-Bäcker:

Meyermühle  
Landshuter Kunstmühle  
C.A. Meyer's Nachf. AG  
Telefon 0871 607-0  
Email: [info@meyermuehle.bio](mailto:info@meyermuehle.bio)  
Web: [www.biomehl.bio](http://www.biomehl.bio)



## Peter Gabler, Ex-Geschäftsführer von Back-Factory, wird Valora-Franchisepartner



BackWerk (2001 gegründet) ist die erste Selbstbedienungsbäckerei und europäischer Marktführer. Das Sortiment wird regional und saisonal stets den Bedürfnissen der Kunden angepasst und in den Filialen frisch produziert. Es umfasst belegte Brötchen, heiße Snacks, süße Gebäcke und Backwaren. In immer mehr BackWerken ergänzen eine Saftbar mit frisch gemachten Smoothies und Fruchtsäften sowie eine Suppen- und Smoothie-Bar das Angebot.

Verteilung der Verkaufsstellen (mehrheitlich Franchise):

Schweiz	1
Österreich	24
Niederlande	31
Deutschland	286 (366 inklusive Back-Factory)

**P**eter Gabler galt als Vorreiter bei der Entwicklung von Selbstbedienungsbäckereien und war wegweisend für die Bäcker-Gastronomie in Deutschland: Nun muss der Gründer und ehemalige Geschäftsführer der Back-Factory umdenken. Denn nachdem die Schweizer Valora Gruppe im Oktober den 2002 von Harry-Brot gegründeten Snackanbieter aufgekauft hat, wurde die Position von Gabler obsolet. Allerdings bleibt er dem Format treu. „Es ist geplant, dass Peter Gabler fünf umsatzstarke Back-Factory Filialen übernehmen wird. Damit wird er zu den Top Ten Franchisepartnern von Valora Food Service Deutschland zählen“, sagt Pressesprecherin Bianca Thiel. Um welche Standorte es sich handelt, darf Thiel allerdings nicht sagen. „Peter Gablers Engagement ist ein großer Vertrauensbeweis“, ergänzt Karl Brauckmann, Managing Director der Geschäftseinheit Valora Food Service Deutschland.

Durch die Übernahme des Selbstbedienungssnackanbieters Back-Factory sowie den Marken Ditsch und BackWerk gehört die Schweizer Valora-Gruppe nun zu den Top-5 der Quick-Service-Unternehmen in Deutschland. Die Marke Back-Factory mit mehr als 80 Verkaufsstellen wird jedoch von der Bildfläche verschwinden und in das Format BackWerk (gehört seit 2017 zu Valora) überführt.

Die Umstellung von Sortiment, Markenauftritt und Franchiseverträgen erfolgt in mehreren Schritten: Zunächst wird inhaltlich das Angebot erweitert. Danach erfolgt das Rebranding und das äußere Erscheinungsbild wird auf die Marke BackWerk angepasst. Diese führt aktuell 340 Standorte in Deutschland, den Niederlanden, Österreich und der Schweiz. Durch die komplementär gelegenen Back-Factory Standorte dringt die Marke BackWerk nach dem Rebranding mit ihrem Food-Service-Angebot in weitere deutsche Innenstädte vor, sodass es künftig mehr als 420 Verkaufsstellen sein werden. Alle Standorte erhalten das digitale Self-Checkout, das bereits bei BackWerk integriert ist.

Die Back-Factory Stores werden aktuell etwa hälftig als Franchisebetriebe und Eigenstellen geführt. Letztere sollen an selbständige Unternehmerinnen und Unternehmer übergeben werden. Die Nachfrage seitens Franchisenehmer und Existenzgründerinnen und -gründer sei laut Karl Brauckmann gut. „Aufgrund des attraktiven Standortportfolios von Back-Factory sind wir überzeugt, dass so Kontinuität im Storebetrieb sichergestellt ist“, sagt Brauckmann. Die Verwaltung von Back-Factory in Hamburg wird mit der von Valora Food Service Deutschland in Essen zusammengelegt. Beim Einkauf und bei der Logistik setzen die Schwei-