

Check Up

Back.*Business*

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE



DUBAI-
SCHOKOLADE:
den Hype nutzen

Liebe Leserinnen und Leser,

der erste Advent hat nun offiziell die besinnliche Zeit des Jahres eingeläutet. Und auch, wenn die Branche weiterhin vor großen Herausforderungen steht, so wissen die meisten Bäckereien die Vorweihnachtszeit sinnvoll zu nutzen: Die Filialen werden festlich geschmückt und saisonale Artikel wie Stollen und Lebkuchen ergänzen das Sortiment. Dadurch steigt nicht nur die Motivation der Mitarbeiter, sondern auch die Kauflaune der Kundschaft.

Je näher das Jahresende rückt, umso mehr Bäckereien haben bereits ihre Forecasts für 2025 oder zumindest das erste Quartal abgeschlossen. Dabei wird nur ein Bruchteil von ihnen auf Künstliche Intelligenz zurückgegriffen haben. In naher Zukunft könnte jedoch die Mehrheit von ihnen KI nutzen, um Bilanzen aufzustellen und verlässliche Prognosen zu erhalten. Für welche Betriebe die Technologie schon heute einen Mehrwert leisten kann, lesen Sie ab Seite 4 in unserer bekannten Rubrik „Unter die Lupe genommen“.

Die neueste Technologie spielt in dieser Ausgabe auch ab Seite 14 eine zentrale Rolle. Im Bereich der Produktionstechnik haben viele Hersteller in den letzten Monaten wieder einige besonders innovative Maschinen auf den Markt gebracht. Ob Ofen, Gäranlage oder Dosiersystem – sämtliche Neuheiten sollen dabei unterstützen, die wichtigsten Ressourcen von Bäckereien schonen: Personal, Zeit und Geld. Wir haben einige Innovationen für Sie zusammengetragen.

Um nicht nur technisch, sondern auch mit Blick aufs eigene Sortiment stets auf dem neuesten Stand zu sein, müssen Bäckereien Produktrends im Blick haben. Ab Seite 18 erfahren Sie mehr zum aktuellen Hype Dubai-Schokolade und lesen, welche cleveren Wege backende Betriebe finden, um davon zu profitieren.

Um die Zukunft des eigenen Betriebs zu sichern, haben sowohl das Backhaus Heislitz als auch die Bäckerei Paß auf ein Bauprojekt gesetzt. Zusammen mit dem Planungsunternehmen Vollack haben sie die Neubauten nachhaltig und energieeffizient realisiert. Welche Erfahrungen die Bäckereien



Alle Jahre wieder: Produktionsmaschinen müssen in der Regel einmal im Jahrzehnt ausgetauscht werden.

gemacht haben, wie genau Vollack bei den Bauvorhaben vorgegangen ist und wo es im Bausektor in Hinblick auf Nachhaltigkeit noch Nachholbedarf gibt, lesen Sie ab Seite 26.

Im hinteren Teil dieser Ausgabe präsentieren wir Ihnen wie gewohnt Produktneuheiten einiger Hersteller. Ab Seite 30 dreht sich dabei selbstverständlich alles um vorweihnachtliche Highlights, mit denen Sie Ihre Kunden überzeugen können – vom winterlich-würzigen Brot bis hin zur süßen Stollen-Alternative.

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

INHALT

UNTER DIE LUPE GENOMMEN

Warenwirtschaft

4



4 Künstliche Intelligenz hat in den letzten Jahren rasante Fortschritte gemacht und wird von immer mehr Unternehmen eingesetzt. Was sie im Bereich der Warenwirtschaft schon heute leisten kann, schildern Rainer Veit und Dr. Christoph Andersch.

ADVERTORIAL

Top auf Brötchen und Salat: saftige Mini-Heringsfrikadellen

13

PRODUKTIONSTECHNIK

Energie, Kosten, Personal – Ressourcen sparen dank innovativer Maschinen

14

TREND

Dubai Schokolade: Wie Bäckereien den Trend für sich nutzen

18



18

Sie ist das Trendprodukt in diesem Herbst und Winter: die Dubai-Schokolade. Instagram und TikTok sind voll davon und heizen den Hype weiter an. Wir haben bei Backzutatenherstellern und Bäckereien nachgefragt, ob und wie sie sich an dem Rummel beteiligen.

NACHHALTIGKEIT

„Wir bauen für heute und für die nächsten Jahrzehnte“

26



26

Energieeffizienz und Nachhaltigkeit bei Bauprojekten gewinnen zunehmend an Bedeutung. Das Backhaus Heislitz und die Bäckerei Paß berichten über ihre Neubauten, die sie zusammen mit dem Bau- und Planungsunternehmen Vollack realisiert haben.

RUBRIKEN

Editorial	2
News	8
Internationale Branchenmeldungen	22
Produktneuheiten	30
Handelsregister	32
Impressum/Fotohinweis	33
Wie kriegen Sie's gebacken? Diesmal: Jürgen Rosar, Senior Sales Director bei Baker & Baker Germany & Austria	34

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



Integriertes
Pestizid
Monitoring



zertifiziert nach
Sedex | SMETA

**SPECIALTY
BROKERS**



ÖZGÜR

Ihr Rohstoffmakler aus der Hansestadt Hamburg
www.specialtybrokers.de/ipm

KI in der Bäckerei – Zukunft oder schon Gegenwart?

Auch am Arbeitsplatz gewinnt Künstliche Intelligenz zunehmend an Bedeutung. Bislang greifen allerdings erst wenige Betriebe auf KI zurück, um ihre Warenwirtschaft zu optimieren. Rainer Veit vom Softwareanbieter Comp Data und Dr. Christoph Andersch vom KI-Start-up Paretos erläutern, welche Chancen die Technologie bietet.

Text: Jannik Gramsch

Zwar gilt Deutschland nicht gerade als Vorreiter in puncto Digitalisierung, doch auch hierzulande schreitet die Entwicklung deutlich voran: Laut Konjunkturumfrage des ifo Instituts nutzen bereits 27 Prozent aller Unternehmen Künstliche Intelligenz (engl.: Artificial Intelligence oder AI) – mehr als doppelt so viele wie im Vorjahr (13,3 Prozent). Dabei greift der Großteil der Betriebe auf sogenannte „Generative AI“ zurück, die beispielsweise dazu dient, E-Mails und Marketingtexte zu verfassen und zu übersetzen oder Kundenanfragen zu bearbeiten. Deutlich weniger genutzt werden hingegen die KI-Typen „Forecast AI“ und „Recommendation AI“. Diese sollen dazu in der Lage sein, treffsichere Vorhersagen zu liefern und darauf basierend Handlungsempfehlungen zu geben, um zum Beispiel den Produktionsprozess effizienter zu gestalten. So besagt es zumindest die Theorie.

Die damit verbundenen Erwartungen potenzieller Nutzer sind entsprechend hoch: „Von KI versprechen sich viele Leute wahre Wunderdinge“, konstatiert Rainer Veit, geschäftsführender Gesellschafter des Softwareanbieters Comp Data aus

dem baden-württembergischen Albstadt. Er sagt aber auch: „Aus meiner Sicht halten sich die Wunder derzeit noch in Grenzen.“

Warenwirtschaft bietet Potenzial

Ein Bereich, in dem Künstliche Intelligenz schon zeitnah etwas bewirken könne, sei die Warenwirtschaft. „In Deutschland werden jeden Tag unglaublich viele Lebensmittel vernichtet. Demgegenüber steht das Bedürfnis der Verbraucher, zu jeder Tageszeit genau die Produkte zu bekommen, die er möchte“, so Veit. Dieser Konflikt, mit dem sich auch Bäckereien laufend in ihren Produktionsplannungen auseinandersetzen müssen, könne von der KI zumindest ein Stück weit gelöst werden. „Vorherzusehen, was die Kunden am nächsten Tag kaufen werden, ist natürlich eine Kunst“ sagt Rainer Veit und führt aus: „Da kann eine selbstlernende KI eine Hilfe sein, da sie theoretisch dazu in der Lage ist, sehr schnell wahnsinnig viele Parameter zu berücksichtigen, um dann möglichst exakte Prognosen zu treffen.“ Damit scheint die Technologie wie geschaffen dafür, komplexe Abläufe wie den der Warenwirtschaft zu steuern. Vom

Einkauf übers Lieferketten-Management und die Lagerung bis hin zur Produktion und zum Verkauf – die Summe an einzelnen Arbeitsschritten lässt sich kaum in Zahlen ausdrücken. Hinzu kommt, dass „die Warenwirtschaft mittlerweile in vielen Betrieben rund um die Uhr abläuft – von früh morgens bis spät nachts, jeden Tag aufs Neue“, so Veit.

Nun liegt die Vermutung nahe, dass ein Unternehmen sich einfach eine KI einkauft, um damit innerhalb kürzester Zeit sämtliche Arbeitsschritte effizienter zu gestalten. Doch diesen Anspruch haben bestehende KI-Systeme de facto gar nicht, denn der Bedarf in den Betrieben ist alles andere als ganzheitlicher Natur: „Das gängige Szenario sieht ja so aus, dass eine Bäckerei in einem ganz bestimmten Bereich der Warenwirtschaft, beispielsweise in der Produktion, technologischen Optimierungsbedarf sieht – und nicht gleich all ihre Systeme austauschen möchte“, sagt Veit. Außerdem seien Bäckereibetriebe zunehmend professioneller geworden – teilweise gezwungenermaßen, da die Margen heute nicht mehr so üppig sind, wie sie es früher einmal waren. Deshalb müssten sie heute viel genauer kalkulieren. Aus Sicht der Softwareanbieter sei es deshalb wichtig, sich entweder auf einen Bereich zu spezialisieren, oder so viele Spezialisten wie möglich vereinen zu können, die für jeden Problemfall die richtige Lösung parat haben. Comp Data verfolgt letzteren Ansatz und kooperiert deshalb mit den Experten von Optimo Bercher aus Friedrichshafen und KMZ Kassensysteme aus Hechingen. Mittlerweile zählen die drei Unternehmen zusammen mehr als 150 Mitarbeiter. Künstliche Intelligenz spielt in den einzelnen Anwendungen von Comp Data und den Partnerfirmen bislang allerdings noch keine Rolle. Laut Rainer Veit biete die Technologie zwar großes Potenzial, befinde sich derzeit aber eher noch in den Kinderschuhen.

Bessere Entscheidungen dank KI

Doch einige Anbieter von KI-basierter Software sind in den letzten Jahren am Markt aufgetaucht. Einer von ihnen ist das Start-up Paretos aus Heidelberg. Das Unternehmen, welches vor rund vier Jahren von Thorsten Heilig und Fabian Rang gegründet wurde, erhielt vor Kurzem die Auszeichnung einer internationalen Technologie-Jury als eines der 27 vielversprechendsten deutschen Start-ups. Paretos hat es sich auf die Fahne geschrieben, Betriebe mithilfe einer Datenanalyse-Plattform



Rainer Veit kann als Geschäftsführer von Comp Data fast 50 Jahre IT-Erfahrung vorweisen. Ebenso lang zählt das Unternehmen Bäckereien zu seinen Kunden.

dabei zu unterstützen, bessere Geschäftsentscheidungen zu treffen. Die verwendeten Algorithmen sollen beispielsweise dazu in der Lage sein, die Nachfrage nach Produkten zu prognostizieren oder die Lagerhaltung zu optimieren. So könnten Unternehmen Zeit sparen und auch finanziell profitieren.

Dr. Christoph Andersch verantwortet den Bereich Business Development bei Paretos. Bezogen auf den Mehrwert der Software sagt er: „Wir bewegen uns im Umfeld von Decision Intelligence.“ Es geht also darum, Entscheidungen so intelligent wie möglich zu treffen – in diesem Fall auf Basis Künstlicher Intelligenz. „In jedem Geschäftsbereich eines Unternehmens ist permanent Entscheidungsfindung gefragt, sei es strategischer oder operativer Art. Und es gibt ganz viele Entscheidungen, die vor einem sehr komplexen Hintergrund getroffen werden müssen“, so Dr. Andersch. Am Beispiel von Bäckereien veranschaulicht er diese Komplexität anhand von Fragen, die Entscheider sich permanent stellen müssen: „Wie viele Brötchen sollen in den Filialen A, B und C gebacken werden? Brau