



**BAKO**

04//2022

# backszene

INSPIRATIONEN . TRENDS . NEUIGKEITEN

## 08// **SÜDBACK**

Das BÄKO-Plus an Mehrwert

## 18// **UNTERNEHMERGEIST**

Bäckerei Bauer: Sympathie & Strategie

## 24// **MARKENBILDUNG**

Haubis setzt Impulse

## 34// **ENERGIE SPAREN: ABER WIE?**

Verstecktes Sparpotenzial im Betrieb

Gemeinsam-  
aus Leidenschaft

MEISTERMARKEN

MEISTER GOLDBACK PALMFREI  
MEISTER GOLDPLUNDER-PLATTE PALMFREI

- Komposition aus hochwertigen Ölen und Fetten
- Natürliche Aromen
- Ideale Konsistenz für eine problemlose Verarbeitung

# Liebe Leserin, lieber Leser,



Mag. Markus Geres  
Geschäftsführer BÄKO-ÖSTERREICH

---

## SÜDBACK 2022

---

Eine Messe ist unter anderem eine gute Gelegenheit, ein Branchen-Stimmungsbild wahrzunehmen und ich bedanke mich für den zahlreichen Besuch und die offenen Gespräche. Selbstverständlich leidet jeder Betrieb unter der kumulativen Belastung durch Rohstoff-Preiserhöhungen, Personalknappheit und Energiekostenbelastungen. Auch, wenn der Discount und Preiseinstiegsartikel bereits stark an Nachfrage gewinnen, haben viele Kollegen berichtet, (noch?) keine Nachfrageeinbrüche wahrzunehmen. Dies trotz der – zumeist niedriger als zur Kompensation der Kostensteigerung notwendigen – umgesetzten Preiserhöhungen. Auch, wenn es derzeit bei vielen noch läuft, stellt sich die Frage, wie lange man unter den derzeitigen Rahmenbedingungen, denen man „als Passagier“ ausgesetzt ist, bestehen kann. In der Vergangenheit konnte man Vieles durch unternehmerisches „Tun“ aus eigener Kraft richten. Politische Eingriffe

und Lenkungen erscheinen dieser Tage jedoch unumgänglich, denn die wiederholte Weitergabe erhöhter Produktionskosten auf Verkaufspreise hat bei den Kaufentscheidungen unserer Konsumenten definitiv Grenzen. Unter Betracht dieser schwierigen Umstände, waren wir umso mehr von der Offenheit Vieler gegenüber „Neuem“ positiv überrascht. Wieder einmal durften wir die Einstellung „Ärmel hochkrempeln und beeinflussen, was zu beeinflussen ist...“ als positiv und kämpferisch wahrnehmen.

---

## GESCHÄFTSMODELL 2.0?

---

Selbst bei kurzfristigen staatlichen Eingriffen, die der Teuerung entgegenwirken, bleiben zahlreiche gesellschaftliche Rahmenbedingungen bestehen, die ein Hinterfragen des bisherigen Geschäftsmodells wohl nicht ausbleiben lässt. Neben der zentralen Frage der künftigen Energieverwendung in einem CO<sub>2</sub>-neutralen Umfeld wird uns die Personalthematik – auch wenn

sich diese kurzfristig rezessionsbedingt etwas entspannen sollte – langfristig begleiten. Was tun, wenn die Ressource Personal einfach nicht zur Verfügung steht? 5.068 offenen Lehrstellen stehen(in OÖ) 1.255 Suchenden gegenüber, die Babyboomer Generation geht in Pension. Österreich liegt mit einer Erwerbstätigkeitsquote der 55-64 Jährigen von 55% auf Platz 18 im EU Vergleich! Ist die Lösung mehr Automatisierung/Digitalisierung, mehr Kooperation unter Kollegen, schmalere Sortimente, geänderte Öffnungszeiten, neue Arbeits-Besteuerungssysteme, verändertes Pensionsantrittsalter oder,...? Natürlich gibt es kein etabliertes Gesamtkonzept, dennoch haben wir in dieser Ausgabe wieder versucht, mögliche Ansätze darzustellen. Vielleicht ist auch etwas für Sie dabei.

Viel Spaß beim Lesen und noch ein gutes Weihnachtsgeschäft wünscht,

Ihr Markus Geres  
m.geres@baeko.at

**s**

szene

- 07 TERMINE
- 08 BÄKO AUF DER SÜDBACK
- 12 VDB SETZT IMPULSE
- 14 ZUKUNFTSFIT DANK BÄKO-SERVICES

**e**

einblicke

- 18 BÄCKEREI BAUER: STRATEGIE ZAHLT SICH AUS
- 22 KONDITOREI ILLECKER: HANDWERK BELEBT REGIONEN
- 24 HAUBIS: FAMILIENBETRIEB MIT INNOVATIONSKRAFT
- 28 DERMANN: MARKETINGGENIES AM WERK

**p**

produkt

- 32 KRAPPEN: KLASSIKER NEU INTERPRETIERT
- 34 KAFFEESCHAUM – VEGAN & LAKTOSEFREI
- 35 MACARONS: BUNTE GLÜCKLICHMACHER

**m**

marketing

- 38 DER BÄCKERMEISTER ALS AUTOR: FRANZ BRANDL
- 40 HOLLU: TIPPS VOM HYGIENEEXPERTEN
- 42 AGENDA AUSTRIA: ARBEITSMARKT IM WANDEL

**a**

ausstattung

- 46 MASCHINENBERICHT VON MICHAEL WÖHRER



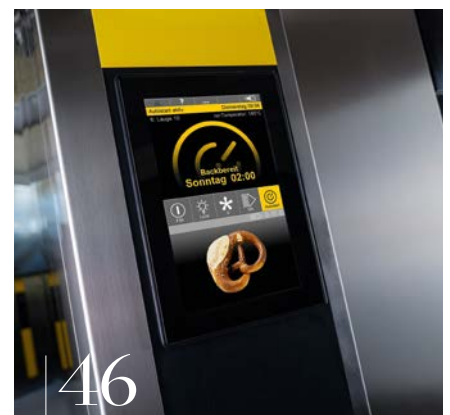
24

**FAMILIE.**  
seit 1902: Haubis



38

**FREUNDSCHAFT.**  
Brandl setzt auf Kooperation.



46

**ENERGIE SPAREN.**  
Technik am Puls der Zeit.

# Echter Mehrwert

BÄKO AUF DER SÜDBACK!



**„WAS BRAUCHT ES, UM AM MARKT DER ZUKUNFT ERFOLGREICH BESTEHEN ZU KÖNNEN?“**

Rohstoffe, Maschinen und Produkte mit Zusatznutzen waren am BÄKO-Messestand gefragt denn je.

Weiterlesen auf Seite 08

# wurth

ESSENZIELL SEIT 1934

*wir begleiten Sie  
vom Rohstoff bis zum Endprodukt*



Als führender Hersteller in Österreich für die Bereiche Eiserzeugung, Konditorei und Gastronomie stehen Nachhaltigkeit und Sicherheit an erster Stelle. Jeder Handgriff wird regelmäßig durch IFS- und BIO-Zertifizierungsstellen überprüft.

Zaubern Sie Ihre eigenen hausgemachten delikaten Kreationen mit unseren qualitativ hochwertigen Zutaten für Eiscremes, Fruchtdesserts, Backwerk und vieles mehr.

WURTH Essenzenfabrik GmbH  
Johannes-Gutenbergstraße 6, 2700 Wiener Neustadt  
[www.wurth.or.at](http://www.wurth.or.at) [verkauf@wurth.or.at](mailto:verkauf@wurth.or.at)

Frucht-  
pasten

Extrakte

Dessert-  
sauce

Eisbasen

Essenzen

Creme-  
pasten



# Termine 2023

24/05

## GENERALVERSAMMLUNG

GENERALVERSAMMLUNG UND BÄKO-UNTERNEHMERTAG

**Mittwoch, 24.05.2023**

BÄKO-ÖSTERREICH, IM SÜDPARK 194, A-4030 LINZ

19/06

## VDB-KOLLOQUIUM

WISSENSAUSTAUSCH FÜR VDB-MITGLIEDER

**Montag, 19.-20.06.2023**

SCHLADMING

S



**Qualitätsgarant seit 30 Jahren – Innovationen aus Ei.**

Eifix von EIPRO: Wenn es um hochwertige und kreative Eiprodukte geht, ist EIPRO seit 30 Jahren Ihr Partner.

Verlassen Sie sich auf die Qualität, den Geschmack und die Gelingsicherheit des Qualitätsgaranten: [www.eipro.de](http://www.eipro.de)

# Echter Mehrwert in neuer Dimension

BÄKO AUF DER SÜDBACK



© Messe Stuttgart

Unter dem Motto „Das BÄKO-Plus an Mehrwert“ fanden die zahlreichen Besucher am BÄKO-Stand auf der diesjährigen „Südback“ in Stuttgart reichlich Inspiration. Präsentiert wurden eine breite Palette an Innovationen, Food-Trends, modernen Maschinen bis hin zur brandneuen BÄKO-Technik-App.

Die größte deutsche Fachmesse für das Bäcker- und Konditorenhandwerk konnte dieses Jahr endlich wieder wie gewohnt stattfinden. Diese Chance nutzten zahlreiche Besucher. Vom 22. bis 25. Oktober prä-

Der Andrang am  
BÄKO-Stand war groß.

sentierten rund 600 Aussteller alles rund ums Backen – von Rohstoffen über Arbeitskleidung bis hin zur Digitalisierung. Besonders groß war der Andrang am BÄKO-Stand in Halle 10, an dem auch unsere Ansprechpartner Geschäftsführer Markus Geres und Robert Brandner, Key Account Manager Roman Toth, Alexander Kapl und Michael Calovini sowie unsere Experten für Maschinen und Geräte Michael Wöhler und Roland Burger den Interessierten mit Rat und Tat zur Seite standen.

## SERVICE AM PULS DER ZEIT

Die Welt befindet sich im Wandel, unsere Konsumenten ändern ihr Einkaufsverhalten nachhaltig. Da stellt sich die Frage, was es braucht, um auch in Zukunft weiterhin erfolgreich am Markt bestehen zu können. Antworten fand man auf der Südback, die als Drehscheibe für den Austausch von Ideen, Meinungen und Informationen sowie für die Präsentation von Trends, Entwicklungen und technischen Innovationen dient. Dass die digitale Transformation un-

Nachhaltige Verpackungen  
entsprechen dem Zeitgeist.

der Backkrume, verlängerter Frischhaltung  
und erhöhtem Backvolumen.

## HOHER REINHEITSGRAD

Bei den BÄKO-Saaten lag der Fokus besonders auf dem hohen Reinheitsgrad der Produkte. Über die spezifizierten Techniken, welche bei der Aufarbeitung der Rohwaren zum Einsatz kommen, wird beispielsweise die Abwesenheit von arteigenen Begleitmaterialien und Fremdkörpern gewährleistet. Am BÄKO-Messestand konnten sich die Interessierten selbst von der gewohnt hohen Qualität und Reinheit überzeugen. Die vielen Gespräche mit den Standbesuchern zeigten, dass neben der Qualität unserer Produkte vor allem die Verlässlichkeit und stabile Warenversorgung ein wichtiger Faktor ist, mit dem BÄKO voll punktet.

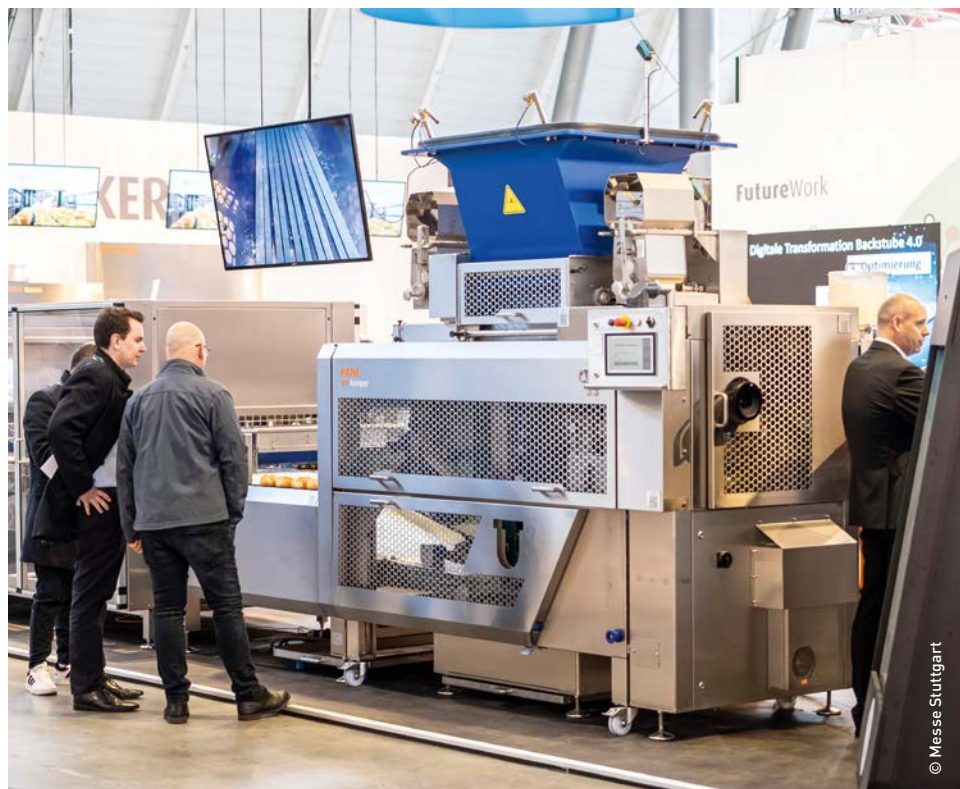


serer Backszene längst begonnen hat, zeigte sich auch am BÄKO-Stand. Gefragt waren vor allem Produkt- und Dienstleistungslösungen, die mit Zusatznutzen ausgestattet sind und echten Mehrwert bieten.

## ROHSTOFFE MIT MEHRWERT

Die Food-Trends der letzten Jahre zeigten klar: Unsere Kunden wollen hochwertige Produkte, die ihnen einen echten Zusatznutzen bieten. So zählen Gesundheits-, Nachhaltigkeitsaspekte ebenso wie Genuss- und Qualitätsbewusstsein zu den Verbraucheransprüchen. Mit einzigartigen und hochwertigen Rohstoffen bot Ihre BÄKO auch auf der südback perfekt auf die Bedürfnisse der Zielgruppe zugeschnittene Lösungen. Präsentiert wurden unter anderem moderne Backzutaten wie Hanfnüsse und Hanfmehl in Bio-Qualität. Das Nischenprodukt mit delikatem nussigem Geschmack wertet Backwaren auf. Die trendige Backzutat kann auch als Dekor eingesetzt werden, zum Beispiel in Form der geschälten Hanfnuss oder als Hanfmehl. Das verleiht den Backwaren eine einzigartige rustikal-handwerkliche Optik. Groß war auch das Interesse am gerösteten

Ackerbohenschrot und nativen Ackerbohnenmehl. Im Vergleich zu anderen Hülsenfrüchten hat die Ackerbohne einen geringen Eigengeschmack. Durch die Röstung entsteht ein nussiges Aroma. Die proteinreiche Zutat kann als natives Mehl oder als Schrot in Brot und Kleingebäck eingesetzt werden. Dies führt zu einer Aufhellung



Neue Trends, Ideen und Techniken am Puls der Zeit sind auch im Konditorhandwerk gefragt.

## BÄKO-TECHNIK-APP

Auch der Technikbereich wartete mit großen Neuigkeiten auf. So feierte die BÄKO-Technik-App für das backende Handwerk auf der südback Premiere. Sie ist die digitale Version des beliebten BÄKO-Technik-Katalogs und enthält damit das Grundsoriment an Maschinen und Geräten für das backende Handwerk sowie Aktionsartikel und Neuerscheinungen. Als progressive Web-App kann sie auf verschiedenen Endgeräten (Smartphone, Tablet, PC) installiert werden und bietet dem User weiteren Zusatznutzen, wie die Speicherung von Favoriten und die Anfragemfunktion, mit der eine konkrete Ar-

tikelauswahl angefragt werden kann. Über die übersichtliche Kategorisierung und die Suchfunktion werden die Artikel leicht gefunden.

## INNOVATIVE MASCHINEN

Unter dem Motto „Technik von Profis für Profis“ wurden am BÄKO-Stand auch die Highlights der neuesten Maschinen präsentiert. Das Interesse am neuen „Merrychef conneX 12“ und dem Profimischer „SM 32“ war groß. Für die Zubereitung frischer, warmer Speisen auf kleinster Stellfläche eignet sich der neue BÄKO-line „Merrychef conneX 12“ ideal zum Garen, Toasten, Grillen, Backen und Regenerieren



© Messe Stuttgart

einer großen Bandbreite frischer und tiefgefrorener Gerichte, wie z. B. Sandwiches, Gebäck, Pizza, Fisch, Eierspeisen, Gemüse und Fleisch. Ausgestattet mit drei Jahren BÄKO-line-Garantie und einem umfangreichen Ausstattungspaket inklusive vorinstallierter Snackprogramme bietet das Gerät wichtige Mehrwerte. Der BÄKO-line

**DEBAG**  
GLOBAL BAKING TECHNOLOGY

## Ihr neuer DEBAG-Ansprechpartner

### Ein starkes Duo für die Filiale!

#### Ladenbackofen DECON

- multifunktional: backen, garen, regenerieren
- jetzt mit Hochleistungsbeschwädung – für besonders schonendes Backen

#### Gärvollautomat GU 1

- kompakt, leistungsstark, befahrbar
- ideal für Langzeitführung in der Filiale



**DECON:**  
jetzt mit Hochleistungsbeschwädung

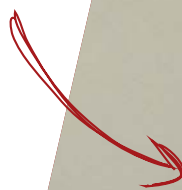


**GU 1:**  
Langzeitführung in der Filiale

**Johann Exel**  
Gebietsverkaufsleiter  
Österreich und Südtirol

- Bäcker- und Konditormeister

**Telefon:** +43 (0)676 9266099  
**E-Mail:** johann.exel@debag.com





Das Programm widmete sich dem Wandel und Fachkräftemangel, der Ressourcenschonung und Kundenbindung.

und das elektrische Umschalten von Rühren auf Schlagen runden die Ausstattung ab. Gerade in Zeiten, in denen das Personal und die Zeit knapp ist, sollte man die Chancen der Digitalisierung zu nutzen wissen. Die guten Gespräche und das ungebrochene Interesse an den Neuheiten und Trends sind ein weiterer Beleg für die Wandelbarkeit und Innovationskraft unserer Backszene. Wir bedanken uns bei allen, die vor Ort waren, für ihr Kommen, die netten Worte und das positive Feedback zum gesamten BÄKO-Team und unseren Angeboten und Serviceleistungen!

Profimischer „SM 32“ besticht wiederum durch V2A-Edelstahlausführung mit robuster, langlebiger Arbeitswelt und Kessel sowie Werkzeugen aus rostfreiem Edelstahl. Der kräftige Motor mit 3 kW Antriebsleistung deckt eine große Bandbreite ab: von einer geringen bis zu einer größeren Menge an hochempfindlichen Massen wie z.B. Sah-

ne, Eiweiß und Cremes. Die Drehzahl wird stufenlos elektronisch geregelt, die Kesselhöhenverstellung erfolgt mechanisch und stufenlos; eine LED leuchtet den Kessel aus. Das automatische, computergesteuerte Anlaufprogramm schont Werkzeug und Maschine. Die digitale Zeit- und Drehzahlanzeige, die elektronische Abschaltautomatik



## Bereit für die Krapfensaison mit SENNA Frittierfetten!



mit zertifiziertem nachhaltigem Palmöl

mit hochwertigem Erdnussöl

ohne tropische Fette & Öle



SENNA Fritter RSPO SG  
Art.Nr. 1221204 (4 x 2,5kg)

SENNA Goldfritter  
Art.Nr. 1221202 (4 x 2,5kg)

SENNA Fritter ZERO Tropical  
Art.Nr. 1221205 • 10kg



Entdecken Sie unsere Vielfalt unter [www.senna.at](http://www.senna.at)!

# „Mehr früher wissen“

VDB-VERANSTALTUNGEN SICHERN WISSENSVORSPRUNG



Die Vereinigung der Backbranche (VdB) setzt sich seit 2007 mit unermüdlichem Engagement ehrenamtlich für unsere Backszene ein. Als Plattform für Wissen und Vernetzung will sie ihren Mitgliedern den entscheidenden Informationsvorsprung verschaffen.

Die VdB ist ein unabhängiger, gemeinnütziger Verein, der sich ausschließlich über Mitgliedsbeiträge finanziert. „Unsere Unab-

hängigkeit ist ein zentraler Faktor. Wir wollen Besserwisser im positiven Sinn sein, den Horizont erweitern, Weiterbildung bieten und den Erfahrungsaustausch innerhalb der Backbranche fördern“, erklärt VdB-Obmann Michael Bruckner die Philosophie. Um 170,- € Mitgliedsbeitrag pro Jahr (bzw. 550,- € für alle Personen eines Betriebs) können die Serviceleistungen – wie regelmäßige Workshops mit ausgewählten Speakern – von Bäckern und Konditoren in Anspruch genommen werden.

---

## HOCHKARÄTIGE WORKSHOPS

---

Bei der Auswahl der Workshops beweisen die VdB-Organisatoren Weitblick. „Wir wollen wirklich nur Veranstaltungen mit echtem Mehrwert anbieten. Die Betriebe sollen so über den entscheidenden Wissensvorsprung bei strategischen Entscheidungen verfügen. Wir können keine Probleme

lösen, wir wollen aber eine Hilfestellung zur Problemlösung bieten“, erklärt Bruckner die Zielsetzung. Visionär war beispielsweise der Social Media-Workshop, der von der VdB erstmals im Jahr 2011 angeboten wurde – damals war das Thema ein absolutes Novum, heute zählt es zum Standard guten Marketings. Ähnliches galt für das Thema „Einwegpfand“, das 2021 in einem VdB-Workshop behandelt wurde. Ein halbes Jahr später folgte eine entsprechende Verordnung – VdB-Mitglieder waren gut vorbereitet. Bei Bedarf werden auch kurzfristige Webinare angeboten. Beim alljährlichen Kolloquium wird zum Wissensaustausch in ungezwungener Atmosphäre geladen. 2023 findet es von 19. bis 20. Juni in Schladming statt.

## 15 JAHRE VDB

Im Laufe der letzten 15 Jahre hat sich die Branche stark verändert. Das Bäckerhandwerk erlebte eine Renaissance. „Es gibt heute keinen schlechten Bäcker mehr“, freut sich der Experte über das hohe Qualitätsbewusstsein unserer Backszene. Bäcker haben sich zu Betriebswirten und Marke-



Michael Bruckner  
Obmann VdB

„Mit der richtigen Weiterbildung werden Sie zum Besserwisser im positiven Sinne.“

tingexperten weiterentwickelt. „Ohne Storytelling geht heute gar nichts mehr. Ich muss dem Kunden jeden Tag aufs Neue erzählen, warum er bei mir doppelt so viel für eine Semmel zahlt wie im Supermarkt“, so Bruckner über die Herausforderungen. Aktuell erleben wir eine echte Zeitwende: „Die Schwachstelle unserer Industrie, nämlich die bislang sehr billig verfügbare Energie, wird uns noch länger beschäftigen. Die Mobilität wird sich ändern und man muss sich überlegen, ob und wie man künftig noch tiefgekühlte Teiglinge hunderte kilometerweit durchs Land fährt. Die Werte der Menschen haben sich gewandelt, sie wollen mehr Work-Life-Balance. Gleichzeitig steigt die Wertschätzung für Handwerksprodukte. Ich kann nur jedem ans Herz legen, sich die Zeit zu nehmen, genau darüber nachzuden-

ken, wo er mit seinem Betrieb in zehn Jahren stehen möchte. Wie wird mein Markt aussehen? Wie meine Kunden? Was kann meine Nische oder mein Erfolgsweg sein?“, reflektiert der Brancheninsider. Aktuell hat die VdB-Österreich 124 Mitglieder, davon viele Betriebe. Die Vielfalt unserer Backszene liegt Bruckner am Herzen: Die VdB richtet sich mit ihrem Programm gleichermaßen an große wie auch an kleine Betriebe.



WEITERE  
INFORMATIONEN &  
MITGLIEDSCHAFT

[www.vdb-a.at](http://www.vdb-a.at)



## Ihr Spezialist für Butter und Butterfett

- › Deutsche Markenbutter
- › Tourierbutter (Platten)
- › Bäckerbutter
- › Butterfette



  
**HOCHBUTTER**

[www.hoche-butter.de](http://www.hoche-butter.de)

# Gemeinsam stärker werden

BÄKO-WIRTSCHAFTSKOMPASS, ERFA-GRUPPEN & EXKURSION

In wirtschaftlich fordernden Zeiten ist Weitblick und Zusammenhalt gefragt. BÄKO unterstützt ihre Mitglieder mit Angeboten wie dem Wirtschaftskompass, Erfa-Gruppen zur Vernetzung und Exkursionen.

**S** Aktuell befinden wir uns in einer Zeit des starken Wandels. Die Energiekrise und die Inflation sowie das veränderte Konsumverhalten unserer Kunden stellen unsere Branche vor ganz neue Herausforderungen: „Für Bäckereien und Konditoreien führte diese Entwicklung dazu, dass die Produktionskosten für das gewohnte Sortiment wesentlich teurer wurden. So haben sich teilweise heuer im Laufe des Jahres die Kosten für Energie in der Bäckerei vervierfacht. Mehl und andere Rohstoffe, Personalkosten und Fuhrparkkosten sind ebenfalls überproportional gestiegen. Da braucht es neue Ablauf-Konzepte und eine genaue Kalkulation, damit die erforderlichen Ergebnisse weiterhin erwirtschaftet werden können. Diese Klarheit erarbeiten wir mit dem BÄKO-Wirtschaftskompass“, erklärt Florian Kapelari, BÄKO-Experte für die wirtschaftliche Realisierungsbegleitung. Der Unternehmensberater war einst selbst Betriebsleiter in einer der führenden österreichischen Bäckereien und kennt die Backbranche in- und auswendig. Er organisiert den BÄKO-Wirtschaftskompass ebenso wie die beliebten Erfa-Gruppen und lehrreiche Exkursionen.



## DER BÄKO WIRTSCHAFTSKOMPASS

Der BÄKO Wirtschaftskompass ist eine Dienstleistung mit dem Ziel, mehr Transparenz für die Steuerung des Unternehmens zu schaffen. Neben einer ausgefeilten Finanzcontrollingsoftware, dem BWA Chefplaner plus®, bietet der BÄKO-Wirtschaftskompass bei Bedarf auch Analyse, Beratung und Begleitung/Coaching durch einen erfahrenen, externen Coach an. So gibt es fundierte Unterlagen für strategische Betriebsentscheidungen. Ein weiteres Thema ist die aktuelle Situation am Arbeitsmarkt, die neuer Kommunikationskonzepte bedarf. Zahlrei-

che Bäckereien und Konditoreien nutzten den Wirtschaftskompass bereits: „Mir fällt spontan eine Unternehmerfamilie ein, die ihre Investitionen so finanziert hatte, dass sie bis zur Pension schuldenfrei ist. Das führte jedoch zu sehr hohen Tilgungen, die nicht durch die Nutzungsdauer der Anlagen zu rechtfertigen waren und damit zu einem mittelfristigen Liquiditätsproblem. Mit unserer Begleitung wurde das Finanzierungskonzept überarbeitet und heute können sie auf eine entspanntere Liquiditätssituation schauen. Für den Betrieb gibt es nun auch nach der Pensionierung der Unternehmerfamilie eine Perspektive. Auch einige erfolgreiche Betriebsübergaben haben wir schon begleitet. Dabei deckt der Steuerberater die rechtlich-steuerliche Seite ab, der BÄKO-

Stockholm inspiriert mit  
einzigartiger Backszene.



Wirtschaftskompass sichert den organisatorisch-psychologisch richtigen Ablauf der Übergaben an die nächste Generation. Viele andere Kunden konnten durch die Bearbeitung von exakt auf ihren Betrieb angepasste Produktivitätskennzahlen und die gemeinsam erarbeiteten Maßnahmenpläne ihre Ertragslage nachhaltig verbessern“, erzählt Kapelari aus der Praxis. BÄKO-Mitglieder profitieren beim Wirtschaftskompass dank des BÄKO-Förderbeitrags von attraktiven Konditionen.

WEITERE  
INFORMATIONEN

[www.baeko.at](http://www.baeko.at)



## ERFAHRUNGEN AUSTAUSCHEN

Neben der Konsultation von Experten ist in Krisenzeiten ebenso der Austausch mit Kollegen wichtig. Die von der BÄKO organisierten Erfahrungsgruppen sind für viele Bäcker und Konditoren zum wichtigen Fixpunkt geworden. Zweimal jährlich treffen sich rund 15-25 Unternehmer und Betriebsleiter persönlich. Dazwischen finden regelmäßige Online-Meetings statt. „Jederzeit können auch konkrete Fragestellungen in den WhatsApp-Gruppen diskutiert werden. Ziel der Gruppen ist, dass die Unternehmer in diesen Gruppen gleichgesinnte Gesprächspartner finden und so ihren Horizont erweitern können. Das Motto ist: Beratung von Chef zu Chef“, erklärt Kapelari, der mit der Koordination der Erfahrungsgruppen betraut ist. Ein Austausch, der sich auszahlt: „Das Wichtigste ist, dass zu konkreten Fragestellungen praktische und bereits in anderen Betrieben bewährte Antworten gefunden werden. Feedback von Kollegen ist wertvoll, da ja jeder ähnliche Aufgabenstellungen hat und Erfahrungen aus anderen Betrieben zur Lösung beitragen. Nach so einer Tagung fahren alle motiviert und mit konkreten Ideen nach Hause. Und natürlich kommt die gesellige Seite nicht zu kurz.“

## EXKURSION NACH STOCKHOLM

Kapelari blickt positiv in die Zukunft unserer Branche: „Ich persönlich finde es wichtig,



Florian Kapelari  
BÄKO-Experte

„Mit dem Vertrauen auf die eigenen Stärken und guter Transparenz im Unternehmen kann auch eine herausfordernde Zukunft gemeistert werden.“

sich klarzumachen, dass die eigenen unternehmerischen Entscheidungen bisher gut waren. Mit dem Vertrauen auf die eigenen Stärken und guter Transparenz im Unternehmen kann auch eine herausfordernde Zukunft gemeistert werden.“ Was sich darüber hinaus noch lohnt, ist kreative Lösungen zu finden und auch „über den Backofenrand“ zu blicken. Exkursionen in andere Betriebe bzw. andere Länder sorgen für neue Perspektiven. Deshalb organisiert BÄKO-Experte Kapelari – abseits von den Coronajahren – jährlich eine spannende Exkursion für Bäcker und Konditoren. 2023 geht es vom 7. bis 10. Mai in die schwedische Hauptstadt Stockholm. Dort gibt es eine interessante Bäcker- und Bäckercafé-Landschaft. Mit einer deutschsprachigen Führerin werden ausgewählte Unternehmen besichtigt und Persönlichkeiten der schwedischen Backszene kennengelernt. Wer Interesse hat, sollte sich am besten gleich per E-Mail an [gabi@kapelari.com](mailto:gabi@kapelari.com) voranmelden. Die Teilnehmerzahl ist auf 15 Personen begrenzt.





## Inspirationen für die Weihnachtsbäckerei

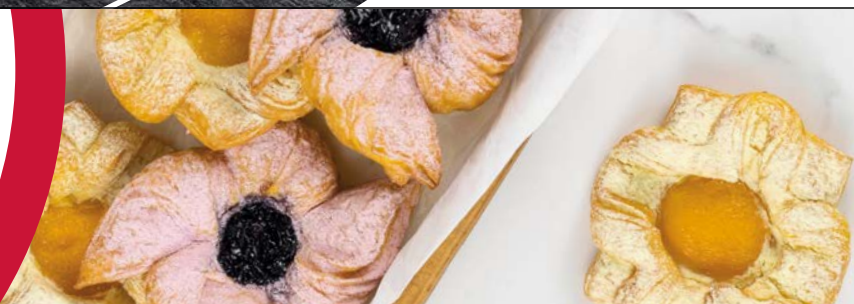


Hier Rezeptideen  
downloaden.



CHOCOLATE ACADEMY

## Wir bringen Farbe auf Ihre Backwaren!



### Jetzt neu: Spektral

Werten Sie Ihre Backwaren im Handumdrehen optisch auf mit unserem palmfreien Dekorzucker in den Farben pink, gelb und braun.

- ✓ Mit guten Siebeigenschaften und hoher Haftfähigkeit
- ✓ Feuchtigkeitsbeständig sowie frost- & taustabil
- ✓ Mit natürlichen Farben
- ✓ Maschinengängig
- ✓ Temperaturstabil bis 35 °C

Mehr Infos auf [www.puratos.at](http://www.puratos.at)

**BRINGT  
FARBE IN  
IHRE THEKE!**



**puratos**  
Food Innovation for Good

# Im Rampenlicht

UNSERE PRODUKTE SIND UNSERE STARS!



**„WIR ALLE HABEN UNSERE BERUFSWAHL AUS LIEBE ZUM HANDWERK GETROFFEN.“**

Bäckermeister Wolfgang Bauer ist stolz auf die Produkte aus Meisterhand.

Weiterlesen auf Seite 18

# „Jammern ist mir fremd“

WOLFGANG BAUER: VISIONÄR, HANDWERKER & GESCHÄFTSMANN

Die Bäckerei Bauer in Mühlbach am Hochkönig gilt seit 1908 als Vorzeigebetrieb. Der große Erfolg macht die Verdoppelung der Produktionsfläche nötig.

Wo andere jammern, sprüht Wolfgang Bauer, Seniorchef der Bäckerei Bauer, förmlich vor positiver Energie und Elan. Die Liebe zum Handwerk, Fleiß und kluger Geschäftssinn sind in jedem seiner Worte spürbar. Nichts – weder Teuerungen, noch gesundheitliche Probleme – kann dem Bäcker- und Konditormeister, der auch Tourismusobmann der Region Mühlbach-Dienten ist, die Freude an der Arbeit nehmen. Nicht umsonst hat er die Begeisterung für seinen Beruf auch an seine Söhne weitergegeben. Wolfgang Bauer jun. führt bereits den Bäckereibetrieb mit zwölf Filialen. Reinhard Bauer ist für die hauseigenen Luxus-Appartements im Müllerhaus zuständig und als Prokurist der Bäckerei im Einsatz.

---

## POSITIVES VORBILD

---

„Es ist ein gutes Gefühl zu wissen, dass der eigene Betrieb in den Händen der Söhne gut aufgehoben ist. Meine Söhne geben beide Vollgas, arbeiten fleißig, planen umsichtig und haben Führungskompetenz. Wenn man sieht, es geht weiter, dann hat sich die eigene harte Arbeit umso mehr gelohnt“,

**Gute Qualität ist  
jeden Cent wert!**

freut sich Bauer, dass seine Kinder ebenso viel Spaß am Handwerk und Tourismus haben wie er selbst. Auf die Frage, wie er es geschafft hat, diese Freude an die nächste Generation weiterzugeben, antwortet Bauer in seiner charmant-verschmitzten und besonnen-realistischen Art: „Ich habe nie

gejammert. Wenn man als Elternteil immer nur über die harte Arbeit jammert, braucht man sich nicht wundern, wenn die Kinder andere Wege einschlagen. Vielmehr habe ich meinen Söhnen realistisch vorgelebt, dass man arbeiten muss, daran aber eine Freude haben soll.“



Wolfgang Bauer im Zentrum seiner Liebsten: Gattin Karin, die Söhne Reinhard (l.) und Wolfgang.

## BETRIEB MIT GESCHICHTE

Wolfgang Bauer sen. hat den Betrieb am 1.1.1989 – Gattin Karin hat das Datum exakt im Kopf – gemeinsam mit seiner Frau übernommen. Gegründet wurde die Bäckerei Bauer im Jahr 1908 vom Großonkel Wolfgang Bauer. Zuvor war die Mühle-Bäckerei und das Sägewerk Saag am Schrambach im Besitz der Mitterberger Kupferbergbau Gesellschaft – Aufzeichnungen darüber reichen bis ins Jahr 1707 zurück. 1908 pachtete der Großonkel die Bäckerei von den Mitterberger Bergknappen, bis er sie letztlich im Jahr 1927 kaufte. Ein Jahr später baute er eine hauseigene Mühle, die bis ins Jahr 1933 vom Wasser des Schrambachs angetrieben wurde. Danach wurde der gesamte Betrieb durch eine Fränzis-Turbine und einem Dynamo mit 14 KW Leistung vollelektrisiert. Die Mühle, die Bäckerei und das Sägewerk waren einer der ersten vollelektrisierten Betriebe in Mühlbach am Hochkönig. 1945 erfolgte der Umbau auf Elektromotorantrieb. 1961 fand die Übersiedlung des Betriebes an den jetzigen Standort durch Franz & Rosa Bauer statt. Seit 1989 führt Wolfgang Bauer nun gemeinsam mit seiner Familie diesen Betrieb, den der Visionär gleich einmal komplett umgekrempelt hat.

## WEG MIT DEN BACKMISCHUNGEN

„Wir haben sofort alle Fertigmischungen und Vormischungen eliminiert und soweit als möglich auf regionale Produkte und Bio-Qualität gesetzt. Getreide aus der Re-

Die Stimmung in der Backstube ist gut.  
Das Team soll wachsen – Fachkräfte  
werden händerringend gesucht.



gion, das wir in unserer Hightech-Mühle selbst weiterverarbeiten, ist wichtiger Teil unseres Erfolgsgeheimnis“, erzählt der sympathische Salzburger. So wurde der Betrieb im Jahr 1997 als einer der ersten mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet und bio-zertifiziert. Doch nicht nur bei seinem Sortiment agierte der Bäckermeister mit Weitblick, auch bei der Produktion: „Da mein Vater an Bäckerasthma gestorben ist, habe ich meine Backstube so modernisiert, dass es keinen Mehlstaub mehr gibt. Die Hygienestandards sind damit 1A, darüber hinaus ist die Backstube topmodern. Bis auf Butter und Rosinen wird bei uns nichts mehr mit der Hand verwogen. Diese vollautomatisierten Prozesse begeistern Kollegen aus der ganzen Welt, schließlich können wir so maximale Rezeptsicherheit bieten“, freut sich

Bauer. Sein motiviertes Team hat darüber hinaus eine große Freude mit den technischen Highlights: „Unsere Konditoren lieben zum Beispiel das Ultraschallschneidegerät, mit dem sie zwei ganze Sachertorten in zehn Sekunden aufschneiden können. Auch bei Snacks kommt sie zum Einsatz, zum Beispiel können wir Mozzarella drei Millimeter dünn aufschneiden.“ Seit 1997 wird auch täglich mit dem hauseigenen Holzbackofen im Garten gebacken. Die – mittlerweile zwei – Holzbacköfen werden mit meterlangen Buchen- und Erlenscheitern beheizt und das Ergebnis sorgt bei den Kunden für wahre Begeisterungstürme. Produkte wie das Bio-Sauerteigbrot oder das eigens für den Salzburger Rupertikirtag kreierte Rupertibrot haben ihre treue Anhängerschaft in der Salzburger Bevölkerung. Beliebt ist auch die



Getreide aus der Region wird in der hauseigenen Mühle verarbeitet.



hauseigen geschliffene Schokolade mit ausgefallenen Zutaten wie Bergkäse oder Heublumen. Ab 100 Stück wird die Schleife für den jeweiligen Anlass maßgefertigt – sei es als Hotel-Goodie oder für Hochzeiten oder sogar Scheidungen. Das kommt an: Monatlich werden 500 kg bis zu einer Tonne davon produziert.

### ES BRAUCHT UNTERNEHMERGEIST

Doch nicht nur die Liebe zum Handwerk zeichnet einen erfolgreichen Betrieb wie diesen aus, es braucht auch Unternehmergeist. So verzichtete Bauer einst bewusst auf einen Umsatz von einer Million Schil-

ling durch eine Partnerschaft mit 18 Supermärkten, die er bis dahin belieferte: „Das war die schwerste und beste wirtschaftliche Entscheidung unserer Karriere. Du kannst bei dem Preisdruck durch den Handel nur schwer mit. Wenn sich heute Rohstoffe und Energie verteuern, erhöht sich auch der Preis unserer Brote. Punkt. Es muss ohnehin so gut sein, dass die Kunden das mittragen“, erklärt der Bäckermeister. Die Nachfrage ist ungebrochen hoch, sodass derzeit eine Verdoppelung der Backstube von 1.000 m<sup>2</sup> auf 2.000 m<sup>2</sup> im Gespräch ist. Sorge bereitet dem findigen Unternehmer einzig der derzeitige akute Personalmangel. „Wir suchen aktuell 17 Fachkräfte für unseren Betrieb. Neben topmoderner Ausstattung und einem tollen Team bieten wir auch finanzielle Anreize. So bekommt ein Lehrling beim positiven Lehrabschluss ein Auto im Wert von 15.000 Euro – trotz dieser Möglichkeit haben wir noch niemanden gefunden“, hofft der Salzburger, dass sich in Zukunft wieder mehr junge Menschen für seinen schönen Handwerksberuf begeistern lassen. Wenn man Bauer so reden hört, darf man zu hoffen wagen, dass die spürbar ehrliche Freude ansteckend wirkt: „Wir haben alle unsere beruflichen Entscheidungen aus Liebe zum Handwerk getroffen – ich bin wirklich Konditor und Bäckermeister aus Leidenschaft. Jammerer mag ich nicht. Darum sehe ich positiv in die Zukunft und freue mich, dass meine Söhne eine ebenso große Freude und Talent für diesen schönen Beruf haben und alles weitergeht.“



**Bäckerei Café Konditorei Bauer**  
A-5505 Mühlbach am Hochkönig, Dorf 248  
Tel.: 06467 7220  
[www.baecckerei-bauer.at](http://www.baecckerei-bauer.at)

# Backszene belebt Regionen

WIE UNSER HANDWERK DEN SOZIALEN ZUSAMMENHALT FÖRDERT

Konditoren, Bäcker und Chocolatiers machen mehr als nur gute Torten, Gebäck und Schokolade. Sie tragen wesentlich zum Gemeinschaftsleben bei. Kein Erntedankfest ohne das Hl. Brot, kein Nikolaus ohne den Lebkuchenkramperl, kein Ostermarkt ohne süße Schokohasen – bei Veranstaltungen setzen sie wichtige Impulse für ihre Region.



Die nächste Generation schätzt Tradition ebenso: Sophie sowie Rosa und Charlotte Illecker.

In unserer Backszene finden sich schier endlos viele Beispiele, wie Konditoren, Bäcker und Chocolatiers in ihrer Heimatregion Impulse setzen. Das beginnt vom Backen mit den Kindern aus Kindergarten und Schulen, reicht über Beiträge zu nahezu allen traditionellen Festen, regionalen Events, Schulbasars und Märkten bis hin zur eigenen Veranstaltung von Festen. Wir sind also nicht nur Lebensmittelproduzenten, sondern auch Kulturträger, die einen wichtigen Beitrag zur Erhaltung der Gemeinschaft leisten. In Gemeinden ohne Bäckerei, Konditorei oder Nahversorger stirbt der Ortskern. Das schwächt den sozialen Zusammenhalt und der PKW-Verkehr nimmt zu. Wer will das schon?

## MEINE REGION, MEIN KONDITOR

„Mein Bäcker bzw. Konditor ist immer für mich da.“ Dieses Verständnis gilt es, den Kunden immer wieder in Erinnerung zu rufen, damit sie uns auch in schweren Zeiten die Treue halten. Denn nur so können wir weiterhin unseren wichtigen Beitrag zur In-



frastruktur leisten. Um die Gemeinschaft zu stärken und den Ortskern zu beleben, ist Eigeninitiative gefragt. Ein Beispiel für gelebte Tradition ist das alljährliche Lebkuchen-Genussfest in Molln, das vor mehr als zehn Jahren vom Konditormeister Josef Illecker ins Leben gerufen wurde.

## KONDITOREI LEBZELTEREI ILLECKER SETZT IMPULSE

Heuer fand es im Rahmen des „Festes der Volkskultur“ im sogenannten „Hoisn Haus“

**Josef und Romana Illecker tun viel Gutes für ihre Region.**



statt. Das pittoreske „Hoisn Haus“ ist eine ehemalige Maultrommelwerkstatt, die unter Denkmalschutz steht. In diesem beschaulichen Ambiente konnten beim Genussfest im Herbst mehr als 50 verschiedene Lebkuchenspezialitäten verkostet werden. Tausende Besucher nutzten die Gelegenheit und probierten auch den eigens kreierten Festtagslebkuchen, der hochoffiziell angeschnitten und verkostet wurde. Die kleinsten Besucher wurden von Märchenerzählerin Christa Schmollgruber in Traumwelten entführt. Bei Veranstaltungen wie diesen treffen mehrere Generationen aufeinander und haben zusammen eine gute Zeit. Und das offline – also im sozialen Miteinander fernab von Smartphone und der Schnellebigkeit unserer digitalisierten Welt. Der Botschafter von Österreichs Mehlspeisekultur Josef Illecker mit Gattin Romana und Tochter Sophie, die ebenfalls Konditormeisterin ist, leisten somit einen wichtigen Beitrag für ihre Heimatregion. Damit sind sie nicht die einzigen. Unser Handwerk engagiert sich an so vielen Ecken und Enden unserer Gesellschaft. Umso wichtiger ist es, dass unsere Backszene zusammenhält und weiterhin stark bleibt!



**Café Konditorei Lebzelterei Illecker**  
A-4591 Molln, Hafnerstraße 7  
Tel.: 07584 2021  
[www.konditorei-illecker.at](http://www.konditorei-illecker.at)

# „Erlebnisse schaffen Emotionen“

ANTON HAUBENBERGER V ÜBER WERTE,  
BEGEISTERUNG & MARKENBILDUNG





© Haubis GmbH

Handfeste Werte bilden seit über 100 Jahren die Basis des Familienunternehmens Haubis in fünfter Generation. Das traditionelle Bäcker-Handwerk stets in Ehren haltend wurde Erfolgsgeschichte geschrieben. Sowohl in der Produktentwicklung in Petzenkirchen (NÖ), als auch bei der Weitergabe dieses Wissens in der Brot-Erlebniswelt Haubiversum. Für Geschäftsführer Anton Haubenberger V ist dies eine tolle Art der langfristigen Kundengewinnung und -bindung, wie er im Interview mit BackSzene ver-  
rät.

„Haubis“ – ein Name, eine Marke. Nicht nur Vor- und Nachname wurden in der Familie Haubenberger mittlerweile zum fünften Mal weitergegeben, sondern auch die Begeisterung fürs Handwerk. Flaggschiff der Haubis Markenwelt ist klar die beliebte Brot-Erlebniswelt „Haubiversum“ in Petzenkirchen. Dieses vereint ein Ausflugsziel, in welchem man spannende Einblicke in die Produktion bekommt, mit einem Café mit integrierten Haubis Backshop. Zahlreiche Besucher nutzen Jahr für Jahr die Chance, Handwerk zu erleben.

## HAUBIS ERZÄHLT GESCHICHTEN

Seit 1902 hat sich das Familienunternehmen Haubis der Tradition verpflichtet, die österreichische Backkultur zu bewahren und weiterzugeben. Dies gelingt mit bewährten Rezepturen, einem größtmöglichen Anteil an Handarbeit und mit aus-  
gesuchten Zutaten: vor allem mit Getreide und Mehl aus Österreich. Mittlerweile

zählen über 900 Mitarbeiter zum Familienunternehmen, die Österreich und einige Länder weltweit mit ofenfrischem Brot und Gebäck versorgen.

## HAUBIS ALS WERTVOLLE MARKE

Markenbildung wird bei dem niederösterreichischem Unternehmen groß geschrieben und konsequent umgesetzt. So werden die 15 Haubis Filialen in Niederösterreich und Oberösterreich als „Botschafterinnen“ der Marke Haubis gesehen. Bei der Planung wurde genau überlegt: Wie fühlt sich die Marke Haubis an? Welchen optischen Eindruck gibt sie? Wie riecht – und – vor allem – wie schmeckt sie? Es gibt kaum einen besseren Ort als die Haubis Backstuben & Cafés, um das firmeneigene Verständnis von Brotkultur mit allen Sinnen zu erleben. Die Filialen wurden – soweit es der Standort zulässt – großzügig geplant, bewusst leicht und luftig gestaltet und kombinieren Naturmaterialien mit klassischen Designelementen. Spieglecken machen den Kaffeehausbesuch auch für die Kleinsten zum tollen Erlebnis. Ziel ist ein kulinarisches Rundumerlebnis für alle. Haubis versteht seine Filialen als Treffpunkt, die Frühstücksvariationen sind stets bis in den Nachmittag erhältlich. Die Brot-Kultur wird auch hier hochgehalten. Haubis hat im Laufe seiner Firmengeschichte viele Wege gefunden, über die das gesammelte Wissen rund um das Handwerk mit Interessierten aller Bereiche geteilt werden kann. Mittlerweile leitet der fünfte Anton Haubenberger die Geschicke des Betriebs – im Interview mit der BackSzene erzählt er



**Anton Haubenberger V  
setzt auf das Miteinander:  
Das Team zählt.**

über das „Haubenberger“-Gen, die Bedeutung der Brot-Erlebniswelt und den Wandel in unserer Branche:

**Haubis ist seit jeher ein Familienunternehmen. Was ist das Erfolgsgeheimnis der guten innerfamiliären Zusammenarbeit?**

Am Ende sind es unsere Werte, die wir in der Familie, in der Firma verfolgen und die Art und Weise, wie wir sie leben und weitertragen. Das Miteinander ist hier ein großes Thema: Wie wir gemeinsam Genussmomente für unsere Kunden schaffen – das ist am Ende das Geheimnis des Erfolgs. Das umfasst unter anderem die Freude am Genuss, die uns seit eh und je begleitet und die wir weitergeben wollen. Außerdem haben wir diese Firmenwerte aus Erzählungen erarbeitet, nicht einfach erfunden und gesagt, „So wollen wir jetzt sein“, sondern wir glauben aus der Geschichte heraus, dass wir so waren und definieren daraus, wie wir in Zukunft weiter bleiben wollen.

**Wie verläuft die Übergabe von Generation zu Generation reibungslos?**

Wenn es ein „Gen“ gibt, das in unserer von Generation zu Generation – und damit von Anton zu Anton – überspringt, dann ist es die Freude am Weitblick und die Begeisterung für Innovation. Dementsprechend beeindruckend fügt sich das Schaffen jedes einzelnen in die Geschichte des Unternehmens ein. In Summe soll man alles mit Freude machen, dann macht man es auch gut.



Haubis ist bekannt für das tolle Frühstücksangebot - auch in der Gastronomie.

Das Haubiversum war eine der ersten Wie wichtig ist aktives Employer Branding und was muss man als Arbeitgeber heutzutage bieten um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter langfristig an sein Unternehmen zu binden?

Der Arbeitnehmermarkt hat sich verändert. Heutzutage müssen sich längst Unternehmen sich bei potentiellen neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bewerben und nicht mehr die Bewerber beim Unternehmen. Hier spielen gute Bewertungen auf Plattformen genauso eine Rolle wie attraktive Zusatzleistungen. So bietet Haubis Gesundheitsvorsorge, Weiterbildungen, Karriereentwicklungschancen, Sport und Freizeitangebote, flexible Arbeitszeiten oder Vergünstigen bei Haubis Produkten und Partnerfirmen und vieles mehr an.

Haubis hat seit jeher ein breites und innovatives Sortiment. Stichwort: Teuerung! Werden dadurch die Versorgung und der Preis stärker in den Vordergrund treten?

Das ist ein schwieriges Thema. So ein sprichwörtliches „Semmerl“ fair zu kalkulieren, und zwar für alle Beteiligten, ist zu einem echten Balanceakt geworden. Es sind einfach viele Variablen, die momentan gleichzeitig nach oben schnellen. Früher war mal das Mehl teurer, mal das Salz oder der Zucker. Da hat sich die Preisgestaltung entsprechend nivelliert und wir konnten gerade hochpreisigere Rohstoffe mit gerade niedrigpreisigen abstützen. In der aktuellen Situation fällt diese Hilfestellung weg. Zudem betrifft sie die Grundbedürfnisse jedes und jeder einzelnen – nämlich Wohnen, Heizen und Essen. Das schafft bei den Menschen Unsicherheit.

Erlebniswelten. Welche Rolle hat es im Markenaufbau gespielt? Wie sieht die Rolle heute aus?

Die Brot-Erlebniswelt bietet den Besuchern die Möglichkeit die Marke Haubis mit allen Sinnen zu erleben. Sie können hinter die Kulissen schauen und sich von der Echtheit und der Qualität der Marke und Produkte überzeugen. Erlebnisse schaffen Emotionen und Erinnerungen. Für Haubis ist die Erlebniswelt die direkteste Art, dem Kunden die Marke vorzustellen und in ihren Köpfen dauerhaft zu verankern. Es ist eine tolle Art der langfristigen Kundengewinnung und Kundenbindung.



© Haubis GmbH

Wir LIEFERN NUR DAS BESTE FÜR Sie!

Als Familienunternehmen mit langer Meistertradition wissen wir, worauf es besonders ankommt: auf das Vertrauen, das uns Kunden aus über 50 Ländern weltweit entgegenbringen. Und dieses Vertrauen setzt absolute Verlässlichkeit voraus: bei den verwendeten Rohstoffen, in der geprüften Verarbeitung, bei der hohen Liefersicherheit und natürlich in erster Linie in der vielfach ausgezeichneten Güte unserer Produkte.

**Greisinger GmbH**, Klamer Straße 10, 4323 Münzbach, office@greisinger.com, www.greisinger.com



**GREISINGER**  
Ihr Fleischermeister



**DIE ZUTATEN VOM PROFI FÜR IHRE ERFOLGSPRODUKTE.**



z.B.: GUSTO- oder HONIGSCHINKEN,  
500 g Packung

# „Im Familienbetrieb spürt man die Kraft vieler Herzen.“

DERMANN SETZT AUF TEAMWORK, PRODUKTINSZENIERUNG & OFFENHEIT

**e** Der Wiener Traditionsbetrieb DerMann punktet mit hochwertigen Produkten, cleveren Marketingaktionen sowie Transparenz im sogenannten „Brotway“, wo jeder Einblick ins Bäckerhandwerk nehmen kann. Geschäftsführer Michael Mann verrät im Interview was es braucht, um nachhaltig erfolgreich zu sein.

DerMann ist seit 160 Jahren im Geschäft. Was ist Ihr Erfolgsgeheimnis?

Ich sehe unser größte Stärke darin, ein Familienunternehmen zu sein. Wir sind hemdsärmelig aufgestellt und haben auch keine Scheu, selbst Hand anzulegen. Das war zum Beispiel im letzten und auch in diesem Sommer aufgrund von Mitarbeitermangel notwendig. Wir sind in der glücklichen Lage, auf Marktveränderungen rasch reagieren zu können. Als Familienunternehmen in fünfter Generation sind wir am Markt sehr gut etabliert und bieten täglich/saisonbedingt bis zu 200 Produkte an. Wir

wollen weiterhin auf gesunden Beinen stehen und bestmögliche Qualität anbieten. Was die Filialentwicklung betrifft, so wollten wir in den nächsten Jahren die 100. Filiale eröffnen. Dieser Plan wird aber momentan nicht so intensiv verfolgt – das liegt an der derzeit schwierigen Situation hinsichtlich steigender Preise bzw. Personalmangel.

Sie sind Bäckermeister in fünfter Generation – wie funktioniert die innerfamiliäre Zusammenarbeit?



Natürlich bin ich mit meinem Vater, unserem Geschäftsführer, meinem Bruder oder anderen Führungskräften nicht immer einer Meinung, wo gibt es schon perfekte Harmonie? Wenn sich mehrere Menschen um etwas bemühen, sich mit einer Sache identifizieren und sich für eine Sache begeistern, dann spürt man die Kraft vieler Herzen. In und an einem Familienbetrieb zu arbeiten, ist eine besondere Aufgabe.

### Wie behält man als Geschäftsführer den Überblick über so viele Filialen?

Das funktioniert natürlich nur durch die Teamleistung unserer tollen MANNschaft auf deren Unterstützung man sich verlassen kann. Natürlich gestützt auf eine klassische, betriebswirtschaftlich orientierte Organisationsstruktur. Filialen werden von Filialleitern geführt, die wiederum einem Gebietsverkaufsleiter (GVL) unterstehen. GVL

### Brotway mit gläsernen Scheiben gibt Einblick in die Welt des Backens.



haben 12-15 Filialen unter sich. Die nächste Stufe ist der Verkaufsleiter. All diese Personen haben monatliche Umsatzvorgaben. Jede Filiale wird wie ein Profit Center geführt und abgerechnet. Wichtige Kennzahlen für uns sind dabei Umsatz, Personalkosten bzw. Stundenleistung, der Retourwarenteil am Umsatz sowie die Inventurdifferenz. Zuletzt ist auch noch der Backanteil in der Filiale interessant. Erhoben werden auch die monatliche Kundenanzahl und der durchschnittliche Verkaufswert pro Filiale.

### Mit dem Brotway bieten Sie eine breite Bühne für das Bäckerhandwerk. Wie kamen Sie auf diese Idee?

Der Brotway ist bzw. war die Idee/Vision meines Vaters. Er ist eine Besonderheit in unserer MANNufaktur. Wir haben eine exklusive Besuchergalerie gebaut, die gesamte Produktion ist rundum verglast, sodass jeder Besucher, jeder Mitbewerber oder die Lebensmittelbehörde zu jeder Zeit den Bäckern und Konditoren auf die Finger sehen kann und das ganz ohne Anmeldung und ungefiltert.

Diese Transparenz stellt allerhöchste Ansprüche an Qualität und Hygiene. So etwas kann man sich natürlich nur trauen, wenn man, so wie wir, wirklich hinter dem steht, was MANN täglich tut. Neben den tiefen Einblicken in die Arbeitsweise der Bäcker bietet der Brotway aber noch mehr: Durch modern aufbereitete Informationen erfahren Besucher am Brotway die Geschichte des Brotes und erleben den Weg vom Korn bis zum fertigen Produkt dabei an verschiedenen Stationen. Touchscreens, Bilder, selbstständige Informationsanlagen und Ausstellungsstücke zum Angreifen veranschaulichen die Kunst des Backens.

### Was bringen Aktionen wie „Backbusster – Brotway-Stars“ und wie wirken sie



### Brotway-Stars: DerMann weiß Produkte zu inszenieren.

### sich auf Frequenz und Umsatz aus?

Da halte ich mich ans Lehrbuch für Marketing, der Begriff setzt sich aus vier Marketinginstrumenten zusammen: Produkt, Platz, Preis und Werbung. Für mich ist das erstgenannte, das Produkt, das wichtigste. Als gelernter Bäckermeister bis ich vollends überzeugt, dass unsere Kunden uns wegen der Produktqualität das Vertrauen schenken. Es ist also nicht zufällig, dass bei unseren Aktionen und Werbungen immer das Produkt der Star ist.

**Manche Kollegen haben die Theorie, „wenn ich durch eine Marketingaktion mehr Mohnflesserl verkaufe, verkaufe ich dafür weniger Salzstangerl – die Menschen benötigen immer dasselbe“. Stimmen Sie dem zu? Lohnt sich Marketing dann überhaupt?**

Das mit Salzstangerl und Mohnflesserl kann ich in gewisser Weise noch nachvollziehen: wenn ein Kunde ein Kilo Brot kauft, wird





Um die Produkte bekannter zu machen, setzt man auf Marketing – professionelle Fotos gehören dazu!

zuholen oder über Bestellungen bei unseren Partnern, die auch nach Hause liefern, wie etwa Gurkerl, Mjam oder Alfies.

**Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie und was tun Sie, um genügend gutes Personal für Ihre vielen Filialen zu finden?**

Unsere MANNschaft zählt rund 850 Mitarbeiter, davon ca. 650 Mitarbeiter im Verkauf. Ich bin sehr stolz sagen zu dürfen, dass ich ein hervorragendes Team habe. Unsere Mitarbeiter fühlen sich auch wohl, wir haben etliche Mitarbeiter, die seit Jahren und Jahrzehnten bei uns arbeiten, auch sie gehören zur Familie. Das merke ich vor allem daran, dass sie häufig ihre eigenen Kinder in das Unternehmen bringen. Erst kürzlich hatte ich im Büro so einen erfreulichen Fall. Wir bilden aber auch Lehrlinge aus, wir waren im Herbst auf der Jobmesse und so weiter. Wenn sich jemand bewerben möchte: einfach versuchen, ich freue mich.

**Was planen Sie für die Zukunft Ihres Betriebs?**

Als Nachfolger meines Vaters sehe ich mich dafür verantwortlich, dass unser Unternehmen mit seiner Mannschaft noch persönlicher wird und wir den erfolgreichen Weg meines Vaters weitergehen können. Ein weiteres Ziel sehe ich in der Steigerung unseres Bekanntheitsgrades und der Gewinnung der Kinder und Teenager, die wir als potenzielle Kunden stärker an uns binden müssen.



**Kurt Mann Bäckerei & Konditorei**  
**A-1230 Wien, Perfektastraße 100**  
**Tel.: 01 866990**  
**www.dermann.at**

er selten noch ein zweites Kilo spontan dazu kaufen. Den Erfolg einer Marketingaktion konkret zu messen, ist also mitunter schwierig. Darum nutzten wir Marketingaktionen, auch Preisrabatte, vorwiegend um neue Produkte bekannt zu machen, um unsere Kunden zum Probieren zu animieren oder um Personen, die noch nicht unsere Kunden sind, zu überzeugen, uns kennenzulernen. Ich bin sehr stolz auf unsere Produkte und bin von der Qualität überzeugt. Darum bin ich sicher: Wenn mir ein Kunde eine Chance gibt und mein Produkt kostet, habe ich die Möglichkeit, ihn zu überzeugen. Wenn es ihm dann genauso gut schmeckt wie mir, wird er sicher wiederkommen.

**Seit jeher unterstützt DerMann mit zahlreichen karitativen Projekten Menschen in Not. Wie kommen Sie zu so kreativen Ideen wie zum Beispiel den „Friedens-Krapfen“ als Spendenprojekt für die Ukraine?**

Es stimmt, wir spenden seit vielen Jahren täglich für verschiedene karitative Organisationen wie Sozialmärkte, Hilfswerk etc. Das ist mir wichtig und ich engagiere mich da auch persönlich. Unlängst haben mein Büroteam und ich in der Gruft selbst für Be-

dürftige gekocht. Deshalb komme ich auch oft selbst auf die Ideen, wo und wie man anderen helfen könnte. Erfolg ist nicht immer nur das Ergebnis von Fleiß, Intelligenz und unternehmerisch guten Entscheidungen, es gehört auch Glück dazu. Es haben nicht alle Menschen so viel Glück im Leben wie ich, deshalb möchte ich auch etwas zurückgeben.

**Sie nutzen auch Online-Vertriebswege wie Mjam oder Gurkerl. Wie zufrieden sind Sie mit damit?**

Unser Filialnetz ist auf klassische Laufkundschaft und Stammkunden ausgerichtet. Dort bieten wir das komplette Sortiment und auch einen Raum, um sich wohlfühlen, etwa bei einem ausgiebigen Frühstück oder einem Arbeitstermin mit WLAN und Steckdosen. Wir investieren viel Zeit, Geld und vor allem Liebe in unsere Filialen. Trotzdem ändern sich die Gewohnheiten der Menschen, etwa durch Homeoffice. Ich weiß nicht, wo die Entwicklung hingeht, aber ich weiß, dass man sich immer anpassen muss. Wenn der Kunde nicht zu mir kommt, dann muss ich zum Kunden kommen. Unsere Produkte kann man deshalb bequem bestellen: entweder in unserem Vorbestell-Shop, um die Ware nur noch ab-



# Krapfen: Kunterbunt und narrisch guat!

GLANZ & GLASUR SIND ANGESAGT

Krapfen sind Jahr für Jahr echte Verkaufsschlager. Neben den Klassikern mit Vanille- oder Marillenfüllung punkten Sie heuer mit ausgefallenen Kreationen. Und: Es darf farbenfroh glänzen und leuchten!

Glanz & Glamour war gestern! Heuer lautet das Motto: Glanz und Glasur. In der diesjährigen Krapfensaison sollte an Farbe nicht gespart werden. Sie macht das Leben gleich bunter und hebt die Laune. Damit Ihre Krapfen heuer zum echten Hingucker werden, haben wir für Sie ein brandneues Produkt in unser Sortiment aufgenommen: Füll & Glanz – für individuelle Füllungen,

leuchtende Spiegelglasuren und farbenfrohe Marmorierungen.

## WEIL DAS AUGE MITISST

Mit Füll & Glanz gelingen aromatische und glänzende Überzüge kinderleicht. Schnell und rationell in der Verarbeitung, bindet das Instant-Geleepulver ohne Kochen flüssige Lebensmittel oder Getränke. Die Konsistenz und Süße können Sie selbst wählen. Mirror Glaze liegt nach wie vor voll im Trend. Der einzigartige Glanz und die cremige Textur kommen bei den Kunden gut an. Marmorie-

rungen verleihen Ihren Mehlspeisen wie zum Beispiel Cremeschnitten oder Käsekuchen das „gewisse Etwas“. Füll & Glanz ist maschinengängig, back- und gefrierstabil. Man kann es vielseitig mit anderen Konditoreipasten kombinieren. Daraus lassen sich einzigartige Krapfenspezialitäten zaubern bzw. verzieren – wie zum Beispiel ein köstlicher Eierlikör-Krapfen oder der beliebte Vanille-Kirsch-Krapfen. Die Krapfensaison darf voll ausgekostet werden: Sei es mit Eigenkreationen, Klassikern in neuem Glanz, individuellen Füllungen und Verzierungen bis hin zu tiefgekühlten Premiumkrapfen – Ihre BÄKO steht Ihnen mit einem umfangreichen Sortiment hochwertiger Zutaten als Impulsgeber zur Seite!

## Grundrezepte Krapfenteig

### ZUTATEN

#### TEIG STAMAG KRAPPEN 100 %

Art.-Nr.	Zutat	Menge
75544	STAMAG Krapfen 100 %	10,000 kg
605987	Vollei	2,500 kg
600247	Rum	0,300 kg
61204	Hefe*	0,700 kg
	Wasser, ca.**	1,800 l
<b>Gesamt</b>		<b>15,300 kg</b>

\* Die Hefemenge den Produktionsbedingungen anpassen.

### VERARBEITUNGSHINWEISE

- Knetzeit: 3 + 10 Minuten, Spiralkneter (bis sich der Teig von der Kesselwand löst)
- Teigtemperatur: 27 – 29 °C
- Teigruhe: ca. 10 Minuten
- Teigeinlage: 0,040 kg
- Stückgare: ca. 80 Minuten (32 °C, 75 % relative Luftfeuchtigkeit)

### ZUBEREITUNG

- Die rundgewirkten Teiglinge auf Gärgutträger setzen, etwas andrücken und zur Gare stellen. Nach der Gare absteifen lassen und bei einer Fetttemperatur von ca. 170 °C von jeder Seite zwei Mal backen.

### ZUTATEN

#### TEIG STAMAG KRAPPEN 100 % EI

Art.-Nr.	Zutat	Menge
75544	STAMAG Krapfen 100 % Ei	10,000 kg
600247	Rum	0,300 kg
61204	Hefe*	0,700 kg
	Wasser, ca.**	3,500 l
<b>Gesamt</b>		<b>14,400 kg</b>

\*\* Bei Einsatz von Kopfmaschinen (Semmelanlagen) muss die Teigfestigkeit der Maschine angepasst werden.

## Eierlikör-Krapfen

### ZUTATEN

#### EIERLIKÖR-FÜLLUNG

Art.-Nr.	Zutat	Menge
610837	Dreiddoppel Füll & Glanz	1,200 kg
79593	Zucker	0,300 kg
1000	Dreidoppel Konditoreipaste Eierlikör	0,210 kg
71629	Eierlikör	3,000 l
606212	Milch	3,000 l
<b>Gesamt</b>		<b>7,710 kg</b>

### ZUBEREITUNG

#### EIERLIKÖR-KRAPFEN

- Dreidoppel Füll & Glanz mit Zucker mischen. Milch, Eierlikör und Dreidoppel Konditoreipaste Eierlikör verrühren und die Zuckermischung einrühren.
- Im Anschluss die Masse ca. 2 Minuten im schnellen Maschinengang aufschlagen und etwa 10 Minuten quellen lassen.
- Danach die Füllung weitere 5 Minuten im schnellen Maschinengang aufschlagen, bis die Masse homogen ist und die Eierlikör-Krapfen damit füllen.
- Anschließend die Eierlikör-Krapfen mit Wiener Glasur hell überziehen, mit Wiener Glasur Spezial dunkel kreuzweise überfädeln und nach Wunsch (z.B. Dreidoppel Dekor Eierlikörflasche und Dreidoppel Dekor Osterhase) dekorieren.



## Vanille-Kirsch-Krapfen

### ZUTATEN

#### VANILLE-FÜLLUNG

Art.-Nr.	Zutat	Menge
610837	Dreiddoppel Füll & Glanz	1,200 kg
79593	Zucker	0,300 kg
1029	Dreidoppel Konditoreipaste Vanille Bourbon	0,025 kg
606212	Milch	6,000 l
<b>Gesamt</b>		<b>7,525 kg</b>

### ZUTATEN

#### KIRSCH-FÜLLUNG

Art.-Nr.	Zutat	Menge
610837	Dreiddoppel Füll & Glanz	0,240 kg
	Kirschsaff	1,440 l
<b>Gesamt</b>		<b>1,680 kg</b>

### ZUBEREITUNG

#### VANILLE-KIRSCH-KRAPFEN

- Dreidoppel Füll & Glanz mit Zucker mischen. Milch und Dreidoppel Konditoreipaste Vanille Bourbon verrühren und die Zuckermischung einrühren.
- Im Anschluss die Masse ca. 2 Minuten im schnellen Maschinengang aufschlagen und etwa 10 Minuten quellen lassen.
- Danach die Füllung weitere 5 Minuten im schnellen Maschinengang aufschlagen, bis die Masse homogen ist. Die Kirsch-Füllung in gleicher Weise herstellen und die beiden Füllungen miteinander marmorieren.
- Die Vanille-Kirsch-Krapfen damit füllen und mit Wiener Glasur weiß überziehen.

### TIPP

Für ein „blutrünstiges“ Dekor als Halloween-Gebäck, einen Teil Wiener Glasur weiß mit einem öllöslichen roten Lebensmittel-farbstoff einfärben. Die rote Glasur mit einem Teelöffel auf die Oberfläche der überzogenen Krapfen tropfen lassen und mit Dreidoppel Dekor Halloween Kürbisse garnieren.



# Barista Milchschaum: vegan & laktosefrei

JETZT NEU BEI IHRER BÄKO!

Wer seinen Kunden optimalen Kaffeegenuss bieten möchte, sollte auch pflanzliche Milchalternativen auf der Karte haben. Für den perfekten veganen und laktosefreien Schaum sorgen unsere neuen Barista Produkte von JOYA!

Egal, ob beim Coffee-to-go oder dem Genuss im Kaffeehaus – die Kunden von heute wünschen sich Individualisierung. Kurz gesagt: Sie wollen sich auch ihren Kaffee nach ihren Vorlieben und Bedürfnissen selbst zusammenstellen können. Deshalb sollten moderne Kaffeeanbieter heute zumindest eine – besser mehrere – vegane Alternative zu Kuhmilch im Sortiment haben. Für den perfekten Milchschaum, der übrigens auch Nicht-Veganern hervorragend schmeckt, sorgen unsere neuen Barista Produkte der Marke JOYA. Für Soja-Fans bietet sich JOYA SOJA BARISTA an – ein Drink auf Sojabasis, der sich sehr gut auf-

schäumen lässt. In den letzten Jahren erfreuen sich auch Haferdrinks großer Beliebtheit. Der JOYA HAFER BARISTA Drink sorgt für perfekten Milchschaum bei Kaffee oder Matcha und ist bei Ihrer BÄKO in Bio-Qualität erhältlich. Er überzeugt mit cremiger Textur und mildem Geschmack und wird im 8x1 Liter Karton geliefert.

## *Dalgona Coffee*

### ZUTATEN SCHAUM

Art.-Nr.	Zutat	Menge
608105	Löskaffee	2 EL
2612	brauner Zucker	2 EL
610817	Joya Bio Hafer Drink Barista	2 EL

### ZUTATEN DRINK

Art.-Nr.	Zutat	Menge
610817	Joya Bio Hafer Drink Barista	200 ml
42120	Schokoladestreusel	
60841	Karamellgebäck Lotus	

### ZUBEREITUNG

- Instantkaffee, Zucker und Joya Bio Hafer Barista in ein hohes Gefäß geben und mit dem Mixer schaumig schlagen.
- Ein hohes Glas bis zur Hälfte mit Hafer Barista aufgießen. (warm oder kalt)
- Mit dem Kaffeeschaum toppen, mit Schokostückchen bestreuen und servieren.

## *Haselnuss Cappuccino*

### ZUTATEN

Art.-Nr.	Zutat	Menge
610816	Joya Soja Drink Barista	150 ml
	Espresso	40 ml
	Haselnussmus	1 TL

### ZUBEREITUNG

- Espresso in eine Cappuccino Tasse brühen und mit Haselnussmus vermischen.
- Joya Soja Barista aufschäumen und ebenfalls in die Cappuccino Tassen geben.
- Nach Wunsch mit Zimt bestreuen und servieren.



# Kunterbunte Glücklichmacher

SILVESTER, VALENTINSTAG & CO: MACARONS KOMMEN AN!

Als Mitbringsel zur Silvesterparty, am Valentinstag oder zum Muttertag: Kunden greifen gerne zu süßen Macarons, wenn sie jemanden glücklich machen wollen. Dieser „jemand“ können natürlich auch Sie selbst sein.

Macarons sind bunt, hübsch, zart und schmecken gut. Als trendiges kleines „Guzi“ entsprechen sie voll und ganz dem Zeitgeist der „kleinen Sünde Zwischendurch“ und regen zum Impulskauf an. Das kleine Mitbringsel hat sich heimlich still und leise in vielen Bäckereien und Konditoreien zum echten Verkaufsschlager unter den Zusatzverkäufen gemauert. Auch als Beilage zum Kaffee kommen Macarons bei den Kunden an.

## HERSTELLUNG KEIN ZUCKERSCHLECKEN

Nicht nur die Konditoren unter unseren Lesern wissen: Ihre Herstellung ist kein Zu-



ckerschlecken. Zumindest sprichwörtlich betrachtet nicht. Als Aushängeschild der französischen Konditorkunst benötigt es einiges an Know-how, Feingefühl und Zeit, um perfekte Macarons zu produzieren. Da das Personal in unserer Branche bekanntlich knapp ist und die Zeitressourcen immer weniger werden, hat Ihre BÄKO hochwertige, fixfertige Macarons im Sortiment. Sie sind

schnell aufgetaut und eignen sich hübsch verpackt als perfektes Mitbringsel für diverse Veranstaltungen. Aber Vorsicht: Das mit einer zartschmelzenden Creme gefüllte Mandelgebäck hat absolutes Suchtpotenzial!

**BAKO**

**ERHÄLTlich BEI DER  
BÄKO-ÖSTERREICH**

609550	TK Macarons 8 Sorten, 48 Stück sortiert
609655	TK Macarons 8 x 18 Blister, 144 Stück
610235	TK Macarons Himbeere 2 x 48 Stück
610233	TK Macarons Karamell 2 x 48 Stück
610234	TK Macarons Pistazie 2 x 48 Stück
610231	TK Macarons Schokolade 2 x 48 Stück
610230	TK Macarons Vanille 2 x 48 Stück
610232	TK Macarons Zitrone 2 x 48 Stück



*Temperamento,  
gusto e passione*

NATURLIEV Tradizione



## Die geheime Backzutat: perfekte Kühlung.

Der gute Geschmack von Brot, Gebäck oder Torten entscheidet sich schon bei der Qualität der Kühlung von Zutaten, Rohstoffen und Teiglingen. Kühl- und Gefriergeräte von Liebherr sind speziell auf die Anforderungen von Bäckerei und Konditorei ausgerichtet: Die indirekte Luftführung schützt die empfindliche Ware, während innovative Funktionen das Handling erleichtern – zuverlässig Tag für Tag. Entdecken Sie unsere robusten Kühl-Profis: [home.liebherr.com/FoodService](http://home.liebherr.com/FoodService)

# LIEBHERR

Kühlen und Gefrieren  
Bakery



# Freundschaft

WEIL LIEBE ZUR KULINARIK VERBINDET



**„NUR GEMEINSAM KÖNNEN WIR DIE  
URSPRÜNGLICHE BACKTRADITION WIEDER AUFLEBEN LASSEN.“**

Franz Brandl schätzt Freundschaft & wünscht sich mehr Vernetzung

Weiterlesen auf Seite 38

# Der Brandl und seine Freunde

KOCHBUCH AUS BÄCKERMEISTERHAND

Im Herbst wurde das neue Backbuch von Franz Brandl „Der Brandl und seine Freunde“ in der Backstube in der Linzer Bismarckstraße im Rahmen der „Nacht des Genusses“ präsentiert.

Franz Brandl hat nicht nur eine tiefe Stimme, er hat auch viel zu erzählen. Doch das tut er ungerne alleine, sondern vielmehr im Kreise seiner Freunde. Und wenn ein Bäckermeister aus Leidenschaft auf die kulinarischen Größen unserer Gastroszene trifft, entsteht daraus viel mehr als ein amikales Fachsimpeln. So wurde aus der Kooperation mit den besten Köchen Oberösterreichs wie Philip Rachinger vom Mühlthalhof in Neufelden, Lukas Nagl vom Bootshaus in

Traunkirchen, Sebastian Rossbarth und Marco Barth vom Linzer Haubenlokal Rossbarth, Christian Göttfried (Restaurant Göttfried), Manuel Grabner (Holzpoldl, das Kuyo), Carina Kaiser und Florian Gintenteiler (Rahofer), Helmut Rachinger (Fernruf7), Michaela Walchshofer (Alte Metzgerei) und Christine Sonnleitner (Café Bohne) ein Buch: „Der Brandl und seine Freunde“.

## REZEPTE RUND UMS THEMA BROT

Darin finden Hobbyköche, Liebhaber der Backkunst und kulinarisch Interessierte eigens

kreierte Rezepte rund ums Thema Brot zum Nachkochen und -backen. Brandl-Spezialitäten wie den legendären Brioche-Knopf oder das beliebte Semmel finden sich darin ebenso wie Wiener Schnitzel oder „Kuyo“-Burger. Neben traditionellen Rezepten bis hin zu modernen Gerichten findet der Genießer auch zahlreiche Tipps des Bäckermeisters sowie der hochdekorierten Küchenchefs. „Es ist wichtig und toll, dass die Menschen mehr selber backen. Sie sehen, wie viel Arbeit dahintersteckt, lernen wertvolle Rohstoffe mehr zu schätzen und haben eine wesentlich höhere Wertschätzung für unsere Produkte. Transparenz ist sehr wichtig für unsere Branche“, erklärt Bäckermeister Franz Brandl, warum seine Rezepturen nicht „streng geheim“ sind.



Freunde hat Franz Brandl viele: Im Buch mit dabei u.a. Philip Rachinger (r.) und Christian „Götti“ Göttfried (l.)

## KOCHEN, BACKEN & ESSEN VERBINDET

Brandl setzt seit jeher auf Kooperationen – sowohl mit seinen Kollegen wie im Verein „Wir Eigenbrötler“, als auch mit Gastronomen. „Es lohnt sich immer, sich beim gemeinsamen Essen zu vernetzen und neue Ideen zu entwickeln. Daraus entstehen nicht nur innovative Projekte, es macht auch Spaß und die Freude an der Arbeit gehört zu unserem Beruf dazu“, betont der Bäckermeister. Sein Wunsch wären eine noch stärkere Vernetzung innerhalb unserer BackSzene und tolle Kooperationsprojekte wie die Genusslandstraße oder eine Wiederbelebung des „Bäckermarkts“ in den Linzer Promenadengalerien, der zuletzt 2019 stattfand. Konkurrenzdenken ist dem Bäckermeister in vierter Generation fremd: „Gemeinsam aufzutreten ist immer schön. Nur so können wir die ursprüngliche Backtradition wieder aufleben lassen“, freut sich Brandl über die guten Kontakte zu seinen Freunden. So kam es letztlich

auch zu seinem 208 Seiten umfassenden Buch, das in der Bäckerei Brandl und in der Linzer Buchhandlung ALEX (deralex.at) erhältlich ist.

## IMPULSE FÜR UNSERE BACKSZENE

Wer viel zu erzählen weiß, und dies auf eine unprätentiöse und sympathische Art tut, dem hören die Menschen gerne zu. Mit Werken wie diesen leistet Brandl einen wichtigen Beitrag für das Image unserer Backszene in der Gesellschaft: Weg vom eigenbrötlerischen Nachtarbeiter, hin zur ehrlichen Transparenz sowie der nötigen Prise Stolz auf unseren Beruf und unser schönes Handwerk. Man könnte Franz Brandl stundenlang zuhören – da würde sich ein Hörbuch als neues Projekt ja schon fast aufdrängen – wie er gemeinsam mit seinen Freunden unsere Backszene belebt. Man darf gespannt sein, womit uns der engagierte Bäckermeister in Zukunft überraschen wird.



Im Dialog mit Helmut Rachinger.



# Sichere Hygiene in der Backstube

DIGITALE HACCP & GHP-DOKUMENTATION

Lebensmittelproduzenten sind zur Lebensmittelhygiene verpflichtet. HACCP-Konzepte bzw. GHP-Vorgaben erfordern einiges an Dokumentationsaufwand. Die App NOA von Hollu unterstützt Bäckereien und Konditoreien dabei als digitaler Hygienemanager.

HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)-Konzepte und GHP (Gute Hygiene-

praxis)-Vorgaben sichern Hygienestandards in lebensmittelverarbeitenden Betrieben. Sie belegen, dass wir tadellose Produkte anbieten. Unsere heimischen Handwerksunternehmen arbeiten alle gemäß hoher Hygienestandards – im Arbeitsalltag in der Backstube ist das selbstverständlich. Was allerdings oft zum Zeitfresser wird, ist der Aufwand, all dies lückenlos zu dokumentieren. Gedruckte Listen zur Überprüfung und Ein-

haltung der HACCP- & GHP-Vorgaben sind eine gängige Möglichkeit der Dokumentation. Es besteht dabei allerdings die Möglichkeit, dass im Stress ein Zettel verloren geht oder man schlichtweg den Überblick verliert.

**Hochwertige Produkte erfordern hohe Standards.**



## DIGITALE TOOLS FÜR MEHR TRANSPARENZ

Moderner und effizienter gestaltet sich dagegen die digitale Dokumentation. Der österreichische Hygieneexperte Hollu hat zu diesem Zweck eine App entwickelt: Der digitale Hygienemanager NOA beinhaltet zahlreiche Vorlagen mit den gesetzlich vorgeschriebenen Mess- und Kontrollpunkten. Nach Installation der NOA-App kann man sofort loslegen und die Vorlagen an den eigenen Betrieb anpassen. So kann professionelles Hygienemanagement völlig papierlos und praktisch auf Knopfdruck umgesetzt werden.

## RECHTSKONFORMITÄT GEWÄHRLEISTET

Die Vorlagen sind in acht verschiedenen Sprachen verfügbar und mit Fotos verknüpft, was für eine sichere Anwendung und hohe Reinigungsqualität sorgt. Da alle Daten digital erfasst und abgespeichert werden, ist die Dokumentation Schritt für Schritt nachverfolgbar. Für die Bäcker und Konditoren ergibt sich daraus bei Behördenkontrollen ein echter Vorteil. Mit der Software NOA erhält man darüber hinaus auch Zugang zu Onlinekursen einer eigens entwickelten Smart Learning Plattform „NOAhow“. Dort



gibt es unter anderem einen Onlinekurs zum Thema HACCP & GHP. Mitarbeiter können sich auf diesem Weg flexibel, interaktiv und smart fortbilden.

WEITERE  
INFORMATIONEN



[www.noa.online](http://www.noa.online)



# #NOAGuide – HYGIENEPROZESSE DIGITAL MANAGEN



Digitale Reinigungsorganisation für Ihr Team gesucht? In der App #NOAGuide sind Arbeitsschritte einfach dargestellt – mit Piktogrammen, Bildern und in mehreren Sprachen.

Mehr unter [www.noa.online](http://www.noa.online)



let me guide you

[www.devidental.com](http://www.devidental.com)

[hollu Systemhygiene GmbH](http://hollu.com) | Tel. +43 5 0979 | [www.hollu.com](http://www.hollu.com)

so geht sauber.



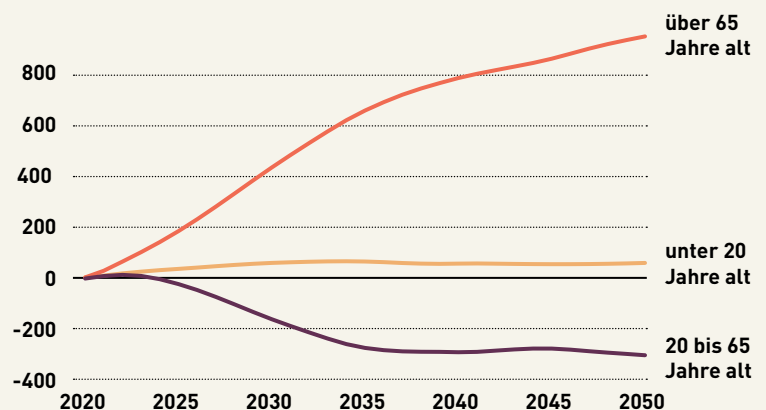
# Leergefegter Arbeitsmarkt?

AGENDA AUSTRIA SUCHT URSACHEN



## Veränderung in der Bevölkerungsstruktur

Zuwachs bzw. Rückgang an Personen gegenüber 2020, in Tausend



Quelle: Eigene Berechnungen, Statistik Austria.

Man sollte meinen, wenn alles teurer wird, arbeiten die Menschen mehr, um ihren Lebensstandard aufrecht erhalten zu können. Das Gegenteil ist allerdings der Fall – viele arbeiten freiwillig weniger als zuvor. Warum ist das so?

Kaum ein Thema brennt unserer Backszene derzeit so unter den Nägeln wie der akute Personalmangel. Zahlreiche Bäcker und Konditoren sind gezwungen, gut laufende Filialen nur eingeschränkt zu öffnen oder ganz zu schließen, da es an Mitarbeitern fehlt. Paradox ist vor allem die Tatsache, dass trotz der anhaltenden Teuerung viele Menschen nicht mehr Vollzeit arbeiten möchten.

## ALLES WIRD TEURER

Die Teuerung ist keine Phase, sondern wird bestehen bleiben. Das prophezeit zumindest Dr. Franz Schellhorn, Direktor des unab-

hängigen Instituts Agenda Austria in seinem Vortrag im Rahmen der GoodMills-Academy „Wie nachhaltig wirtschaftet der Staat?“. Die Gründe sind vielfältig: „Wir drohen in eine schwere Energiekrise zu stolpern. Die zögerliche Haltung der EZB schwächt den Euro, also importieren wir laufend Inflation. Die explodierenden Energiepreise beschleunigen den Ausbau der Erneuerbaren. Das treibt die Preise weiter in die Höhe („Green Inflation“). Die Globalisierung wird nicht rückabgewickelt – aber der Trend zur Lokalisierung und zur Diversifizierung der Lieferketten sorgt für steigende Preise. Im Zuge der steigenden Lebenserhaltungskosten kommt es zu hohen Lohnabschlüssen und einer Lohn-Preis-Spirale. Wir werden älter und konsumieren mehr“, fasst der Ökonom zusammen.

Demografie zeigt: Fachkräftemangel wird sich weiter zuspitzen.

## WAS MUSS SICH ÄNDERN?

Für Schellhorn ist klar, dass Österreich Veränderungen braucht: „Für viele Probleme gibt es Lösungen: Wir müssen den Staatshaushalt sanieren und die Ausgabendynamik bremsen: Zum Beispiel mit der Einführung einer Ausgabenbremse nach skandinavischem Vorbild. Mit entschlossenen Modernisierungen ist es möglich, die für jedermann sichtbaren Probleme zu adressieren. Um allen Kindern eine gute Bildung zu ermöglichen, sollte man die „London Challenge“ nach Österreich bringen. Die Pensionen sollten dahingehend reformiert werden, dass man erst später in Frühpension gehen kann. Weil Österreich die Arbeitskräfte ausgehen, sollte man am Arbeitsmarkt nach dem Prinzip „Fördern und Fordern“ agieren. Private Vorsorge sollte steuerlich unterstützt werden. Der Klimaschutz muss vorangetrieben werden, aber entideologisiert werden. Denn

ohne Innovation wird das nichts“, bringt Schellhorn die Lösungsansätze der Agenda Austria auf den Punkt.

## ARBEITSLOSIGKEIT SINKT

Was unsere Branche derzeit besonders beschäftigt, ist vor allem der Personalmangel. Die Arbeitslosigkeit ist auf einem historischen Tiefstand, gleichzeitig gibt es viele Stellen zu vergeben. Der demographische Wandel zeigt sich dahingehend, dass die geburtenstarken Jahrgänge – die sogenannten Babyboomer – in Pension gehen. Ein weiteres Problem ist der „regionale Mismatch“, verursacht dadurch, dass Menschen ihren Wohnort nicht für einen Arbeitsplatz wechseln wollen. So finden Keller oft in ihrer Heimatstadt Wien keinen

Job, während sie in Westösterreich händelringend gesucht würden. Corona hat die Situation noch verschärft: Einerseits kommen seither weniger Arbeitskräfte aus dem Ausland nach Österreich, andererseits wollen die Österreicher vermehrt nur noch Teilzeit arbeiten. In der Kurzarbeit hat sich gezeigt, wie angenehm mehr Freizeit ist und gleichzeitig, dass man auch mit weniger Einkommen auskommt. „Der Fachkräftemangel wird für viele Betriebe definitiv ein Zukunftsthema bleiben, da der demographische Wandel ihn eher noch verschärft. Hinzu kommt das Energiethema, das uns noch für längere Zeit beschäftigen wird. Der Staat wird hier nicht dauerhaft helfen können“, erklärt der Volkswirt Dr. Jan Kluge, Experte für Wirtschaftsstandort und Digitalisierung der Agenda Austria und rät: „Die Betriebe können ihre Attraktivität über die Bezahlung und über die Ausgestaltung der

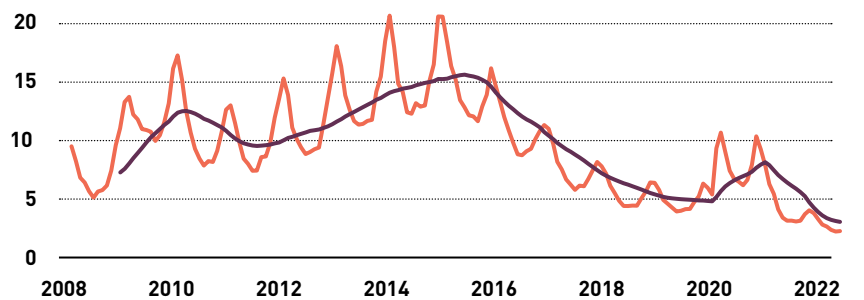
Arbeitsbedingungen steuern. Gerade für jüngere Beschäftigte sind die Regelungen für Arbeitszeit und Urlaub häufig wichtiger als der Monatslohn. Selbst Betriebe, die nicht mehr zahlen können, sollten sich also überlegen, ob sie ihre Arbeit anders organisieren können, um so für junge Menschen wieder attraktiver zu werden.“

## WAS KANN DER STAAT TUN?

Dennoch kann auch der Staat einiges dazu beitragen, dass sich die Personalnot wieder ein wenig entschärft. Es muss dafür gesorgt werden, dass wirklich nur noch jene Menschen in Teilzeit arbeiten, die das wirklich wollen. Kluge fasst die Verbesserungsvorschläge der Agenda Austria zusammen: „Der Staat hat einige Stellschrauben zur Bekämpfung des Fachkräftemangels in der Hand. Zum Beispiel wäre eine Erhöhung der Erwerbsbeteiligung von Frauen durch den Ausbau der Kinderbetreuung dringend geboten. Das Gleiche gilt für eine Pensionsreform, die ältere Menschen länger in Beschäftigung hält. Außerdem gibt es österreichweit noch immer über 250.000 Arbeitslose. Hier könnten die Sanktionen verschärft werden, wenn angemessene Jobangebote wiederholt abgelehnt werden, wie das zum Beispiel in Dänemark gemacht wird. Weiterbildungsangebote könnten außerdem die Zahl der Mangelberufe reduzieren.“

### Wie viele Arbeitslose auf eine offene Stelle kommen

Anzahl der Personen



— Arbeitslose je offene Stelle  
— Durchschnitt\*

Anmerkung: Arbeitslose Personen inkl. Schulungsteilnehmer.  
\* zwölfmonatiger gleitender Durchschnitt.

Eigene Berechnungen, BMA.

## OH, ES RIECHT GUT!

- Gewürze und Aromen sind das A und O in Gebäcken für die kalte Jahreszeit. Entdecken Sie eine bunte, winterliche Geschmacksvielfalt mit **Dawn Aromen**.
- **Konzentrierte, back- und frosterfeste Aromen** aus edlen Früchten, Gewürzen und Ölen – fein aufeinander abgestimmt für die perfekte Aromatisierung und Abrundung von Teigen, Massen und Eis.



[www.dawnfoods.com](http://www.dawnfoods.com)

[f](https://www.facebook.com/dawnfoodsgermany) [@dawnfoodsgermany](https://www.instagram.com/dawnfoodsgermany)

Ihr Ansprechpartner in Österreich:  
josef.schusterbauer@dawnfoods.com  
Tel. 0043 664 2433776



**Belmonte Rum**  
Art.-Nr. 2.01700.112  
Gebinde: 4x 1 kg



**Stollengewürzaroma**  
Art.-Nr. 2.01389.521  
Gebinde: 4x 1 kg

# Der beste Lebkuchen aus Honiglebkuchen

Art. Nr. 4161 / 15 kg Karton



KOMPLET Mantler  
GmbH & Co KG  
A-3573 Rosenberg 12  
+43 2982 2901-0  
office@mantler-komplet.at  
www.mantler-komplet.at



## Tiroler Fruchteküche



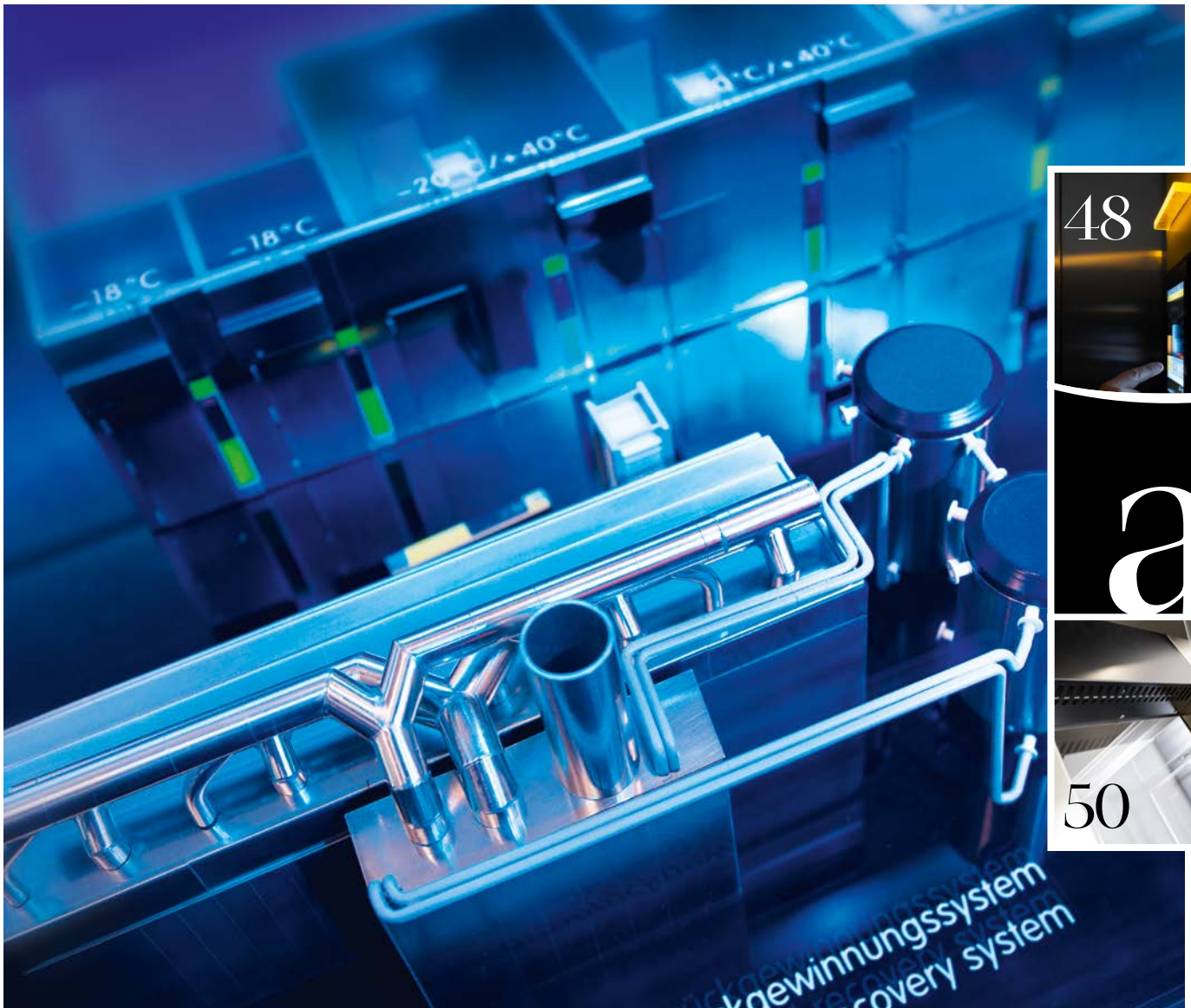
### Ihr Partner in der Backsaison



Unterweger Fruchteküche GmbH  
[www.fruechtekueche.at](http://www.fruechtekueche.at)

# Weniger Energiekosten?

INNOVATIVE LÖSUNGEN SIND GEFRAGT



**„EFFIZIENTE ANLAGEN, CLEVERE KONZEPTE UND  
OPTIMIERTE ABLÄUFE ZAHLEN SICH AUS.“**

Michael Wöhrer über Einsparpotenziale in den Betrieben.

Weiterlesen auf Seite 46



# Energieverbraucher und Einsparpotenziale

Die aktuelle Entwicklung der Energiekosten ist für viele Betriebe der Backbranche eine große Herausforderung. Daher widme ich mich in diesem Maschinenbericht noch einmal dem Thema Energie, weil es mir wichtig ist, dass sich unsere Kunden diesbezüglich Gedanken machen.

Bereits in diesem Jahr haben die Bäckereien mit massiven Energie-, Rohstoff- und Personalmangel und Personalkostensteigerungen zu kämpfen. In den meisten Fällen führten die erforderlichen Preisanpassungen der Backwaren zu Verlusten in der Kundenzahl oder zur Verringerung des Umsatzes. Vor allem die Gas- aber auch Stromkosten schießen in ungeahnte Höhen und entwickeln sich dadurch zum existenzbedrohenden Faktor.

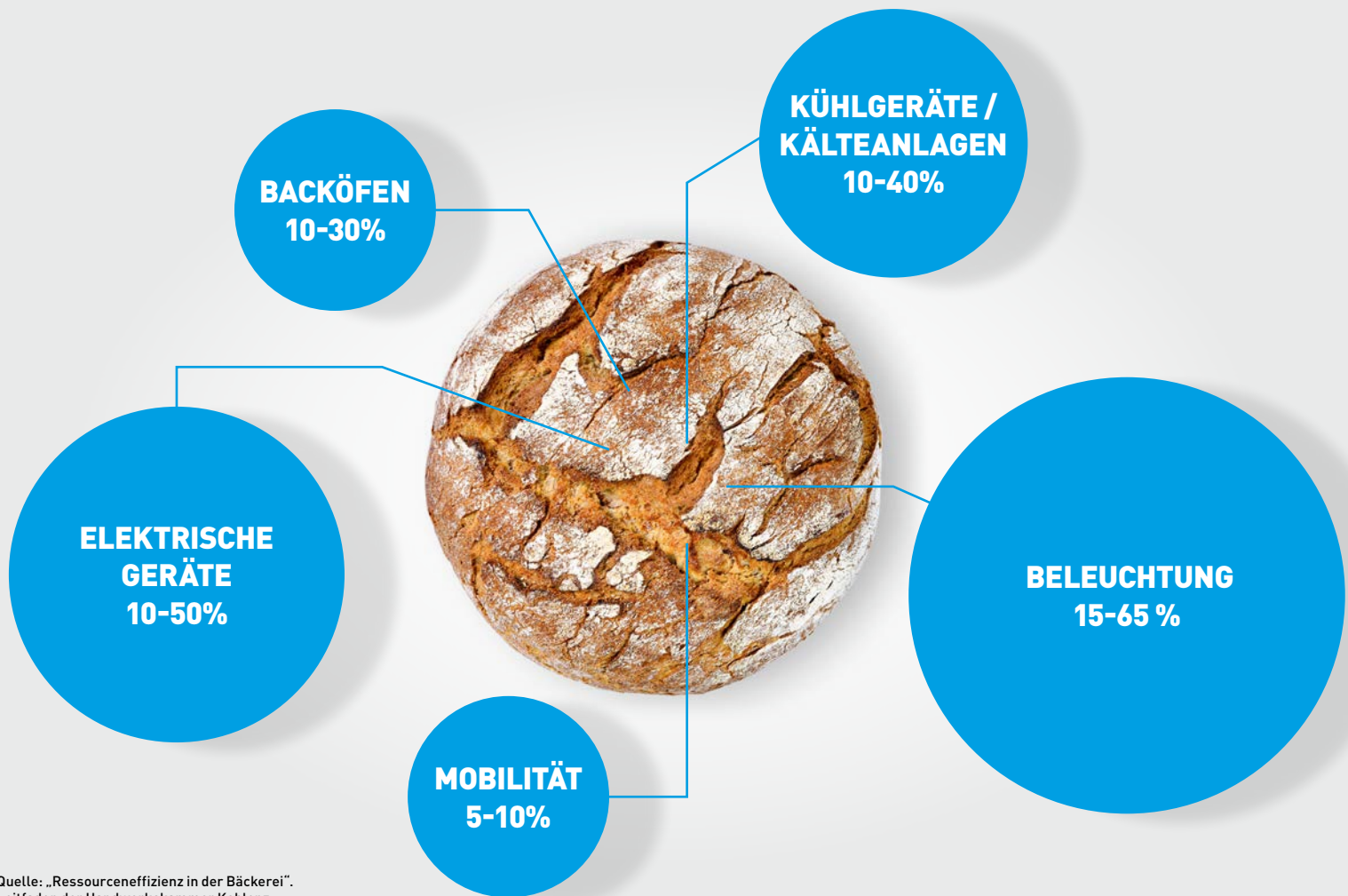


**Michael Wöhler**  
Leiter der BAKO-ÖSTERREICH  
Maschinen- und Geräteabteilung

Doch das ist noch nicht das Ende der Kostenspirale. Das nächste Jahr wird für den überwiegenden Teil der Betriebe die allergrößte Herausforderung, denn die Energiebörsen kennen nur noch eine Richtung – steil nach oben. Alles hofft, dass sich diese Entwicklung schnellstmöglich umkehrt, doch das ist nicht vorhersehbar, sagen Unternehmensberater mit dem Schwerpunkt

Energieversorgung. Nach aktuellen Beschaffungspreisen an den Börsen wird es für viele Bäckerei-/Konditorei-Unternehmen im kommenden Jahr zu einer Verfünfbis Versiebenfachung der Nettokosten für Gas und einer Verdreifachung der Netto-Stromkosten kommen.

Bäckereien als besonders energieintensive Betriebe schließen zumeist Lieferverträge mit Versorgern zu Festpreisen für ein bis drei Jahre ab; bei vielen laufen diese gerade (oder zum Jahresende) aus. Jedoch: Wer jetzt einen Vertrag braucht, bekommt gar keinen oder zu Konditionen, die nicht bezahlbar sind. Als kleiner Lichtblick ist lediglich zu vermerken, dass die Energie für 2024 und den folgenden Jahren an den Börsen erheblich günstiger gehandelt wird.



Für mich gibt es drei zentrale Aufgabenstellungen für die Verantwortlichen der österreichischen Politik:

1. Kurzfristige Maßnahmen zur Verhinderung eines breiten Zusammenbruchs der Bäckerei- und Konditorei-Strukturen
2. Mittelfristige Umsetzung in den nächsten ein bis drei Jahren
3. Nachhaltige Energie-Einsparungen im Bäcker- und Konditoren-Handwerk sowie Einzelhandel (Drei- bis Fünfjahres-Zeitraum)

### EINSPARPOTENZIALE IN DER BACKBRANCHE:

**Backöfen:** Mehr als die Hälfte des gesamten Energieeinsatzes einer Bäckerei entfällt

auf die Backöfen. Dementsprechend groß ist hier das Einsparpotenzial. Insbesondere bei der Neuanschaffung von Backöfen sollte auf die neueste und energiesparendste Technologie geachtet werden:

- Ausrüstung mit Stufenbrenner, Herd- und Herd-Gruppen-Steuerung bei Neuanschaffung von Backöfen
- Wärmerückgewinnung aus Schwaden und/oder Abgasen für Warmwasserbereitung für die Raumheizung, dabei unterschiedliche Temperaturniveaus berücksichtigen
- Verbesserung der Backflächenauslastung durch Optimierung des Produktionsprozesses
- Optimierung der Ofen-Einschaltzeiten sowie Abschalten nicht mehr benötigter Backflächen. Besonders in den Filialen

### Einsparpotenziale in der Backstube

sind oft alle Herde eingeschaltet, auch wenn wenig gebacken wird. In der Regel bäckt die Verkäuferin am liebsten mit dem zweiten und dritten Herd, weil es bequemer ist. Es reicht auch, wenn in den übrigen Herden das Licht brennt, wenn weniger gebacken wird.

- Nachrüsten einer Abgasklappe im Kamin zur Vermeidung des Auskühlens während Stillstandzeiten
- Kontrolle und Reduzierung der Schwadmenge auf das notwendige Maß

**Kühlgeräte / Kälteanlagen:** Der Energieverbrauch von Kühlanlagen ist relativ hoch, da sie jeden Tag durchgehend die gewünschte Temperatur bereitstellen müssen.

Energiesparende  
LED-Beleuchtung von MIWE



MIWE ECO-Modus spart Energie  
und ist schnell einsatzbereit.



Anfallende Abwärme kann u.a. für die Gebäudeheizung oder Warmwasseraufbereitung genutzt werden.

- Nutzung moderner Gärsteuerungsverfahren mit Langzeitführung bei Vermeidung von Tiefkühlphasen und Abkühlung mit möglichst kleinen Temperaturdifferenzen
- Abwärmenutzung zur Warmwassererzeugung/Heizungsunterstützung
- Kälteschutzvorhänge oder Pendeltüre im Tiefkühlraum
- Regelmäßiges Abtauen und Reinigen der Kühlrippen

**Elektrische Geräte:** Im Backhandwerk kommt eine Vielzahl an elektrischen Verbrauchern zum Einsatz, dazu gehören u.a. Kneten, Rührmaschinen, Spülmaschinen usw. Durch technische und organisatorische Maßnahmen können sowohl in der Backstube als auch im Verkaufsraum bzw. in Filialen Einsparpotenziale erschlossen werden.

- Anschaffung energiesparender Geräte: richtige Dimensionierung beachten

- Geschirrspüler an Warmwasser anschließen
- Bei Neuanschaffung eines Gewerbespülautomaten: interne Wärmerückgewinnung und automatische Abluft
- Umstellung von elektrischer Warmwassererzeugung auf Gas oder Heizöl sowie Einbindung von Abwärme

**Beleuchtung:** In Bäckereien spielt die Art der Beleuchtung, die Beleuchtungsstärke und die Lichtfarbe eine entscheidende Rolle. Auch wenn die Beleuchtung nicht zu den größten Stromfressern in der Bäckerei gehört, lassen sich aufgrund der teilweise langen Einschaltdauer relativ einfache Einsparmöglichkeiten realisieren. Kommt es in der Backstube vor allem auf eine ausreichend helle Ausleuchtung an, steht in den Filialen insbesondere die ansprechende Präsentation der Backwaren im Vordergrund.

- Veraltete Beleuchtung durch effiziente Technik ersetzen
- Beleuchtung bedarfsorientiert ausrichten

und gegebenenfalls zonieren sowie getrennt schalten

- Bei genügend Tageslicht Licht ausschalten
- Bedarfsgerechte Schaltung, bei wenig genutzten Räumen durch Präsenzmelder
- Außenwerbung/Schaufenster mit Dämmerungs- und Zeitschalter ausschalten
- Regelmäßige Reinigung des gesamten Beleuchtungssystems

**Mobilität:** Besonders bei Bäckereien mit mehreren Filialen, die mitunter mehrmals am Tag mit Backwaren beliefert werden, ist die Mobilität ein Kostenfaktor. Neben der Auswahl des richtigen Fahrzeugs können Fahrverhalten und organisatorische Maßnahmen zur Reduzierung des Energieverbrauchs beitragen.

- Bei Neuanschaffung energiesparende Fahrzeuge wählen: ggf. alternative Antriebe
- Optimierung der Routenplanung: Auswahl der Fahrzeuge abhängig von Auslastung des Laderaums, zu fahrender Entfernung und Lieferzeiten
- Regelmäßige Überprüfung des Reifendrucks



Energierückgewinnung: MIWE eco nova verwertet Schwaden und Rauchgas getrennt für höchste Effizienz.

- Mitarbeiter zum spritsparenden Fahrverhalten anleiten und motivieren

**Organisation & Controlling:** Durch eine Reihe von schnell umsetzbaren, organisatorischen Maßnahmen sowie durch die Einführung eines Energiecontrollings lassen sich langfristig gute Erfolge zur Verbesserung der betrieblichen Energieeffizienz erzielen.

- Mehr Qualität als Quantität
- Dokumentation und Auswertung des Energieverbrauchs und der Energiekosten zur Kennzahlenermittlung, somit ergeben

sich Vergleichsmöglichkeiten mit Betrieben der Branche und die Bewertung der Verbrauchsentwicklung im Betrieb

- Belegschaft zum sparsamen Umgang mit Energie regelmäßig sensibilisieren, motivieren und schulen
- Einführung eines Lastmanagements, um Lastspitzen und damit Mehrkosten zu vermeiden
- Regelmäßiges Überprüfen und Optimieren der Wirkung von Einsparmaßnahmen
- Retourenquote im Auge behalten
- Mitarbeiter für die Themen sensibilisieren
- Energieverträge regelmäßig prüfen, gege-

benenfalls sind Sonderkonditionen über die BÄKO-ÖSTERREICH oder Innungen möglich

- Investitionen in effizientere Geräte und Anlagen tätigen

### DIE ABC-ANALYSE (PROGRAMM STRUKTUR ANALYSE)

Dies ist ein betriebswirtschaftliches Analyseverfahren. Es teilt eine Menge von Objek-



**GUTENBERG**

**WIR HABEN ALLE ZUTATEN FÜR IHRE DRUCKPROJEKTE**

Profitieren Sie von unserer jahrelangen Erfahrung und lassen Sie sich optimal beraten!

[www.gutenberg.at](http://www.gutenberg.at)

Gutenberg-Werbering GmbH  
Anastasio-Grün-Straße 6, 4020 Linz  
office@gutenberg.at | +43 732 69 62 0  
[www.gutenberg.at](http://www.gutenberg.at)



ten in die Klassen A, B und C auf, die nach absteigender Bedeutung geordnet sind. Eine typische ABC-Analyse gibt beispielsweise an, welche Produkte oder Kunden am stärksten am Umsatz eines Unternehmens beteiligt sind (A) und welche am wenigsten (C).

to-Methode) befasst sich mit der Beziehung zwischen Aufwand und Ergebnis: 80 % der Wirkung können durch 20 % der beteiligten Faktoren erreicht werden.

schwendungsarten. Seit einiger Zeit werden noch zwei Verschwendungsarten zusätzlich hinzugezählt. Daraus leitet sich der Begriff 7 + 2 Verschwendungsarten ab.

**Die klassischen Verschwendungsarten sind:**

1. Überproduktion
2. Wartezeiten
3. Unnötiger Transport
4. Unnötige Bestände, günstige Ergonomie (daraus folgende Überarbeitung)
5. Überflüssige Bewegung (Suchen, Umschichten)
6. Unnötige Bearbeitung
7. Fehler (Nachtarbeit, Ausschuss)

**Die beiden Neuen sind:**

1. Ungünstige Ergonomie (daraus folgende Überarbeitung)
2. Falsch oder nicht ausreichend genutzte Talente der Mitarbeiter

Philosophen und Mediziner sind überzeugt davon, dass positives Denken nicht nur zufriedener und entspannter, sondern auch gesünder macht. Ich denke: Was dem Menschen hilft, hilft auch dem Unternehmen!

### 1,2,3 – VON LEAN-ZAHLEN DIE SIE KENNEN SOLLEN

**7 + 2 Verschwendungsarten:** In der klassischen Wirtschaftsliteratur existiert im Zusammenhang mit Verbesserungsprozessen die Definition der sieben Ver-

### PRODUKTE / ERGEBNISSE BEZOGEN

**80/20-Regel:** Das nach Vilfredo Pareto benannte Pareto-Prinzip (oder die Pare-

**IMPRESSUM** „BÄKO BACKSZENE – Inspirationen.Trends.Neuigkeiten“ ist eine unabhängige, nicht parteipolitisch orientierte, kostenlose Kundenzeitschrift. Sie informiert die Kunden, Partner und Geschäftsfreunde der BÄKO-ÖSTERREICH mit Themen und Beiträgen über und rund um die Backbranche und erscheint 4 x jährlich. Derzeitige Auflage: 3.500 Exemplare. // Zugunsten einer besseren Lesbarkeit werden geschlechtsspezifische Bezeichnungen überwiegend in männlicher Form verwendet. Gemeint und angesprochen sind aber natürlich immer beide Geschlechter. // **Medieninhaber, Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich** BÄKO-ÖSTERREICH e. Gen., A-4030 Linz/Pichling, Im Südpark 194, Telefon +43 (0) 732 / 30 57 07 - 0, Telefax +43 (0) 732 / 30 57 07 - 223. // **Redaktion** afp werbeagentur gmbh, A-4020 Linz, Südtirolerstraße 33, Telefon +43 (0)732 / 787833, Fax DW 4, office@afp.at, www.afp.at **Chefredakteurin** Mag. Claudia Rathmoser (afp) // **Ständige und zeitweilige Redaktionsmitglieder seitens BÄKO-ÖSTERREICH** Robert Brandner (Geschäftsführung, r.brandner@baeko.at), Mag. Markus Geres (Geschäftsführung, m.geres@baeko.at), Michael Wöhner (Maschinen und Geräte, m.woehrer@baeko.at), Mag. Caroline Guger (Marketing, c.guger@baeko.at) **Carina Zandonelli** (BÄKO-Fotos, c.zandonelli@baeko.at) // **Leserservice** marketing@baeko.at // **Layout und Grafik** afp werbeagentur // **Fotos BÄKO-ÖSTERREICH**, Hersteller, iStock, shutterstock, afp // **Unterlagen** Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Datenträger wird keine Haftung übernommen. // **Anzeigenverkauf und -verwaltung** Mag. Caroline Guger (c.guger@baeko.at), BÄKO-ÖSTERREICH, p. A. w. o., Gültige Anzeigenpreise 01/2021 // **Druck:** Gutenberg, 4020 Linz, Vertrieb: BÄKO-ÖSTERREICH, p. A. w. o. // Die Verwertung der Layouts, Texte und Bilder, auch auszugsweise, ist ohne schriftlicher Zustimmung der Redaktion urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmung und für die Verarbeitung in elektronischen Systemen. BÄKO-ÖSTERREICH und die Redaktion der BÄKO BACKSZENE zeichnen für die in beigeestellten Artikeln vertretenen Meinungen und für die Inhalte von Inseraten nicht verantwortlich; sie behalten sich ohne Angabe von Gründen vor, Artikel nicht zu veröffentlichen und Inserate nicht zu schalten.

Ihr kompetenter Partner  
für Edelstahl-, Bäckerei-,  
Konditorei- und  
Großkücheneinrichtungen

Seit über 135 Jahren

Unsere Adresse:  
Strothauer GmbH  
Von-Miller-Straße 12  
D - 67661 Kaiserlautern  
Tel.: +49(0)631-53563-0 Fax: +49(0)631-53563-28  
info@strothauer-gmbh.de  
www.strothauer-gmbh.de  
facebook.de / strothauer-gmbh

# SO FRUCHTIG, SO SAFTIG, SO LECKER!

## APFELKRAPPEN

- ✓ Feines Siedegebäck mit fruchtigen Apfelstückchen
- ✓ Mit extra Apfelfruchtfüllung
- ✓ Großes Volumen und handwerkliche Optik
- ✓ Bereits gezuckert
- ✓ Einfach auftauen und fertig!
- ✓ 110 g Stückgewicht

DER  
BESONDERE  
APFELGENUSS  
FÜR DIE  
KRAPPENZEIT!



LIVENDO®

# NATUR SAUERTEIGE

## Natürlich gutes Brot backen!

Mit den neuen und einzigartigen Natur Sauerteigen von Lesaffre Austria.

Die perfekte Wahl für Bäcker, die traditionelles Sauerteigbrot backen möchten, aber nicht über den entsprechenden Platz, die Ausrüstung, das Personal oder die Zeit verfügen. Sie machen das Backen von Brot und Gebäck einfach, effizient und flexibel.

Die Sauerteige werden nach der Methode der reinen Naturfermentation hergestellt, sodass sie der traditionellen dreistufigen Sauerteigfermentation entsprechen und die Anforderungen des Österreichischen Lebensmittelbuches (Codex) für Natursauerteig-Brot erfüllen.