

Check Up

Back.**Business**

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE

BÄCKEREI 4.0

ZUKUNFTSFÄHIG

DIGITAL



KÖNIG

UNSER WEBSHOP IST AB SOFORT VERFÜGBAR!
ZUM START UNSERES SHOPS BIETEN WIR IHNEN
NUR ONLINE ATTRAKTIVE EINFÜHRUNGSPREISE!

www.koenig-rex.shop

Besuchen
Sie uns!



Liebe Leserinnen und Leser,

Wie sehr das eigene Verständnis von Verantwortung gegenüber der Gesellschaft unser aller Leben bestimmt, zeigen die jüngsten Entwicklungen der Pandemie und die damit einhergehenden verschärften Restriktionen des öffentlichen Lebens für einen besseren Schutz der Allgemeinheit. Im Grunde wird uns seit einem dreiviertel Jahr drastisch vor Augen geführt, wie fragil unser System reagiert, wenn langfristige



Ziele außer Acht gelassen werden und das Handeln von kurzfristigen Befriedigungen bestimmt wird.

Kein Wunder also, dass parallel dazu, die Sorge um die Umwelt wächst. Aktuelle GfK-Analysen zeigen, dass Verbraucher deshalb zunehmend ihr Verhalten ändern. Es sind

vor allem die Kinder, die das Einkaufsverhalten der Haushalte beeinflussen. Vier von zehn (42 Prozent) Haushalten in Europa geben an, dass Umweltthemen in ihrem persönlichen Umfeld eine wichtige Rolle spielen. Was die Einstellung zur Nachhaltigkeit betrifft, so hat mehr als jeder dritte Haushalt in den untersuchten europäischen Ländern den Kauf von bestimmten Dienstleistungen und/oder Produkten aufgrund ihrer Auswirkungen auf die Umwelt oder die Gesellschaft eingestellt. Dabei haben die jüngeren Familienmitglieder den größten Einfluss auf den Einkauf in der Familie.

Sowohl Hersteller als auch Einzelhändler müssen sich mit den Anliegen der jüngeren Generation befassen, wenn sie weiterhin relevant bleiben wollen. Denn die GfK-Daten zeigen, dass die Konsumenten zunehmend der Ansicht sind, dass ihr Kaufverhalten einen positiven Einfluss auf die Umwelt haben kann. Herstellern wird mit 40 Prozent der größte Einfluss auf die Kontrolle und Begrenzung von Umweltschäden zugeschrieben, gefolgt von Regierungen mit 35 Prozent. Keine Marke kann es sich also leisten, diesen Trend zu ignorieren. Welche Möglichkeiten es in diesem Zusammenhang gibt, zeigt unser Beitrag „Produzieren für mehr Werte“ (ab Seite 14). Ebenso finden Sie nachhaltige Ideen in unserem Produktneuheiten-Special (ab Seite 32).

Die Digitalisierung kann die nachhaltige Produktion erleichtern und voran bringen. Um die Wettbewerbsfähigkeit von KMUs zu unterstützen, hat die Bundesregierung für deren digitalen Transformation neue Fördergelder bereit gestellt (Seite 27). Und die sind offenbar dringend nötig, denn laut einer aktuellen Umfrage des Backzutatenverbandes sind die Bäckereien noch viel zu wenig digital aufgestellt. Im Lagebericht „Bäckerei 4.0: Wie viel Digitalisierung braucht die Branche?“ gehen wir dem genauer auf den Grund (ab Seite 22).

Paola Rentsch,
Chefin vom Dienst

Check Up

Back.Business

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



32

Innovative Produkte: Ein Überblick über die neuen Entwicklungen im Bereich Produktionsanlagen, Rohwarenbeschaffung, Backzutaten und Fertigprodukte.



22

Bäckerei 4.0: Die Pandemie hat deutlich gemacht, dass es bei vielen Unternehmen aus dem Backwarenbereich – sowohl bei Zulieferern als auch Herstellern – einen großen Nachholbedarf bei der Digitalisierung gibt. Ein Lagebericht.



14

Nachhaltigkeit: Wie zukunftsorientierte Bäcker, Zutatenhersteller und Einzelhändler mit mehr globaler Verantwortung und innovativen Produkten Wettbewerbsvorteile erzielen.

INHALT

UNTER DIE LUPE GENOMMEN

Produzieren für mehr Werte	14
Nachhaltige Verpackungen	20

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

Management: Überholte Strukturen aufbrechen	10
---	----

ROHSTOFFE

Vermeiden von unbeabsichtigten Allergenen	12
---	----

DIGITALISIERUNG

Bäckerei 4.0: Wie viel Digitalisierung braucht die Branche?	22
Fördergelder für die digitale Transformation	27
IT: Gebrauchte Software senkt Investitionskosten	28
Multikanal-Strategie: Online-Handel sichert Wettbewerbsfähigkeit	30

PRODUKTNEUHEITEN

Innovativ: von Anlagen bis Zutaten	32
------------------------------------	----

RUBRIKEN

Editorial	2
News/Branchenkurzmeldungen	4
Internationale Kurzmeldungen	28
Personalien und Termine	34
Handelsregister	36
Impressum/Fotohinweis	38
Wie kriegen Sie's gebacken?	39
Diesmal: Doris Bach, Geschäftsführerin der Görlitzer Brotschmiede	

Nachhaltig und sicher:
Weniger Pestizide!



**Integrated[®]
Pesticide
Monitoring**

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

Schädlinge bei Hosselmann – Edeka und Real sind nicht begeistert

Laut **Lukas Huster, Sprecher der Stadt Hamm**, gab es Hinweise auf gravierende Hygienemängel sowie Schädlingsbefall in der Produktion der Bäckerei **Hosselmann**, sodass Anfang Oktober die Kontrolleure des Lebensmittelüberwachungsamtes den Betrieb gezielt inspiziert und den sofortigen Betriebsstopp verordnet haben. Mehrere Tage blieben die rund 200 Filialen geschlossen, bis alle Mängel beseitigt wurden. In einer auf der Webseite von Hosselmann veröffentlichten Erklärung heißt es: „Offenbar waren durch die laufenden Arbeiten bei der Betriebsumstellung und einem Maschinentausch Mäuse in die Backstube gelangt.“ Die Bäckerei wolle die mehrstufigen Eigenkontrollen zukünftig noch engmaschiger durchführen. Aber auf unsere Fragen, inwiefern das betriebseigene Schädlingsmonitoring verbessert wird, um künftig das Eindringen von Schädlingen zu unterbinden und was zuvor beim Monitoring falsch gelaufen ist, hat das Unternehmen nicht geantwortet. Dabei haben auch **Edeka** und **Real**, beziehungsweise **Penny**, Klärungsbedarf. Denn Hosselmann ist an einigen Standorten Mieter in der Vorkassenzonen und die Meldung über akuten Schädlingsbefall wirkt sich letztlich auch auf die Handelsketten rufschädigend aus. Ob und welche Auswirkungen sich auf die künftige Zusammenarbeit ergeben, wird sich noch zeigen. „Das Schädlingsmanagement auf der jeweiligen vermieteten Fläche obliegt der eigenen Verantwortung des Konzessionärs. Daher warten wir jetzt den Ausgang der weitergehenden Recherchen ab“, sagt **Real-Pressesprecher Frank Grüneisen**. PR

GfK: TK-Backwaren weiter im Umsatzhoch

Die Segmente TK-Süßspeisen (plus 37,1 Prozent), TK-Backwaren (plus 23,9 Prozent) und TK-Gemüse (plus 20,2 Prozent) waren im Juli die Top Drei. Insgesamt brachte der Juli 2020 der Tiefkühlkost (inklusive Speiseeis) ein Umsatzwachstum von 8,6 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat, konstatiert der **GfK Consumer Index 7/2020**. Allerdings bleibt das Ergebnis deutlich hinter der Entwicklung von

Food gesamt (plus 13,8 Prozent) zurück. Beim Speiseeis brachen die Umsätze sogar um 5,4 Prozent ein. Tiefkühlkost hat sich mit 15 Prozent Mehrumsatz im Juli 2020 indes deutlich besser entwickelt als Speiseeis. Dabei performen die Marken (plus 17,0 Prozent) deutlich besser als die Handelsmarken (plus 12,5 Prozent). Starker Treiber ist die Einkaufshäufigkeit (plus 5,4 Prozent; von durchschnittlich 2,8 auf 3,0 im Juli 2020). Auch die Menge pro Käuferhaushalt ist um 9,4 Prozent gestiegen und beträgt aktuell 3,4 Kilo (Vorjahr: 3,1 kg). PR

Kassengesetz: Aufschub der Länder ist ungültig

Das **Bundesfinanzministerium (BMF)** hat nochmals ausdrücklich klargestellt, dass abweichende Regelungen der Länder für das Kassengesetz keinen Bestand haben. Es gibt keinen weiteren Aufschub und die Nichtbeanstandungsregelung ist definitiv am 30. September 2020 ausgelaufen. Nur in Einzelfällen können Steuerpflichtige bei der zuständigen Finanzbehörde einen Antrag auf eine über den 30. September hinausgehende Befreiung von der Pflicht zum Einsatz einer zertifizierten technischen Sicherheitseinrichtung stellen. Die Gründe für die fehlende Aufrüstung der elektronischen Aufzeichnungssysteme und das Vorliegen einer Härte im Sinne des § 148 AO sind vom Steuerpflichtigen darzulegen und durch entsprechende Nachweise zu belegen.

Das BMF betont, dass das Gesetz zum Schutz vor Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen ein wichtiges Mittel ist, um Steuerhinterziehung zu bekämpfen, die letztlich allen schadet und vor allem steuerehrliche Einzelhändler benachteiligt. Die Länder haben vorgetragen, dass jährlich Steuerausfälle von bis zu zehn Milliarden Euro durch die Manipulationen an elektronischen Aufzeichnungssystemen entstehen. Gerade im Bereich der Kassen haben die Steuerpflichtigen und Unternehmer in den vergangenen Jahren versucht, strengere Anforderungen durch Aussitzen auszuhöhlen. Durch die Einführung des Gesetzes zum Schutz vor Manipulationen an digitalen Grundaufzeichnungen soll diesem Verhalten endlich ein Riegel vorgeschoben werden. PR

Thüringen: Helbing und Nahrstedt dominieren

Laut **Landesinnungsverband für das Bäckerhandwerk Thüringen** dominieren die beiden Bäckereigiganten **Helbing** und **Backhaus Nahrstedt** den Markt. Die beiden großen Filialbetriebe führen 91 und 77 Standorte. Gemeinsam übernahmen sie sogar die insolventen **Frischback**-Filialen. Mit mehr als fünf Millionen Euro Umsatz jährlich erwirtschafteten sie fast drei Viertel des Gesamtumsatzes aller Bäckerbetriebe im Freistaat. Die rund 300 kleinen traditionellen Familienbäckereien erzielen hingegen zusammen einen Marktanteil von etwa fünf Prozent. PR

Tee: Höhere Preise für Roh- und Fertigwaren

Die deutsche Teebranche freut sich über ein erfolgreiches Jahr 2019. Der Pro-Kopf-Konsum wuchs von Schwarz-, Grün-, Kräuter- und Früchtetees auf 68 Liter. Dabei stieg der Absatz über alle Segmente und Kanäle, besonders der Bio-Markt konnte zulegen. Verbraucher kauften 2019 verstärkt hochwertige und komplexe Mischungen, da Teetrinken sich dazu eigne, das eigene Ernährungsverhalten gesünder zu gestalten. Aber 2020 ist aufgrund des Lockdowns in den Ursprungsländern mit Ernteausfällen und Logistikproblemen zu rechnen. „Wir rechnen mit höheren Preisen für Roh- und Fertigwaren“, sagt **Frank Schübel, Vorsitzender des Deutschen Tee & Kräutertee Verbands**. PR

Betriebsschließung: Klage könnte Erfolg haben

Vor kurzem fand die mündliche Verhandlung des **Landgerichts München** gegen Versicherungen wegen Leistungen aus Betriebsschließungspolice statt. Es ging um die Grundsatzfrage, ob und unter welchen Voraussetzungen Versicherungen bei coronabedingten Betriebsschließungen zahlen müssen. Es gibt zwar noch keinen Beschluss, aber positive Signale: Im Fall einer Klage gegen die Allianz erklärte die Richterin: „Wir sehen im vorliegenden Fall nichts, was dem Anspruch der Klä-

gerin entgegensteht.“ Sie stellte allerdings klar, dass jede Klage einzeln bewertet werden müsse. Die Allianz hatte darauf verwiesen, dass das Corona-Virus in den Policen nicht explizit genannt sei und wollte daher die Zahlung an den Gastwirt verweigern. Zudem zweifelt der Versicherungskonzern an, dass die Corona-Zwangsschließungen des Frühjahrs rechtmäßig waren und dass es sich um eine behördliche Anordnung handelte. Diese Argumente scheinen die Richterin aber nicht zu überzeugen. Die Allianz hat in ihren Verträgen eine Liste von Krankheiten und Erregern festgelegt, für die der Versicherungsschutz gilt – nicht erwähnte Erreger aber nicht ausdrücklich ausgeschlossen. PR

CSM verkauft sein Backzutatengeschäft

CSM Bakery Solutions, seit 2013 in Besitz des Investmentfonds **Rhône Capital**, will den internationalen Teil seines Backzutatengeschäfts an eine Investment-Tochtergesellschaft der britischen **Investindustrial VII L.P.** verkaufen, um sich strategisch auf die Tiefkühlbackwaren zu fokussieren. Investindustrial will sein neues Unternehmen auch in Zukunft unter dem Markennamen CSM Bakery Solutions laufen lassen. Alle bestehenden Geschäftsbereiche werden während des Verkaufsprozesses, der im ersten Quartal 2021 abgeschlossen sein wird, uneingeschränkt weitergeführt. Während der Übergangsphase bleibt das EU-Management-Team unter der Leitung von **John Lindsay, Sales & Chief Commercial Officer, Europe**, für die europäischen Geschäfte verantwortlich. Die **CSM Deutschland**

Helmut Schön (+Team)

Bäckermeister & Techniker / Coach & Mediator

Bäcker-Personal-Coach die selber erfahrene Bäckermeister sind
Von Bäcker zu Bäcker unabhängig – problemorientiert – praxisnah

www.baeckereitechnologie.de / Tel. +49 (0) 7425 – 327 880

Personal Coaching: > Ursachen erforschen
> Lösungen erarbeiten > Strategie entwickeln
> Betriebs- und Produktions-Strukturen erarbeiten

Produktionsberatung: > Technologische Erneuerungen
> Nährwertberechnung > Umsetzung begleiten

ERFA-Kreise / Für Praktiker fachliche Weiterbildung
Auf Augenhöhe ohne Kennzahlen für Produktion & Verkauf

Über 35 Jahre Betriebs- und Produktionsberatung
Seit mehr als 10 Jahren „praktische ERFA-Kreis-Arbeit“

GmbH, Tochtergesellschaft von CSM Bakery Solutions, bleibt nach wie vor in der Verantwortung von **Thomas Tanck** und **Kerstin Schmidt** als **Geschäftsführer*in**. Nach Abschluss des Verkaufs werden CSM und Rhône zwei Geschäftsbereiche behalten: Das Nordamerika-Geschäft, das als **Brill, Inc.** betrieben werden wird, und das Europa-Geschäft für Tiefkühlbackwaren, das nach Abschluss



des Verkaufs in einer eigenständigen Gesellschaft unter neuem Namen weiterbetrieben wird. Der Verkauf des europäischen und internationalen Backzutatengeschäfts von CSM wird dem Management dabei helfen, die verbleibenden beiden Geschäftsbereiche für weiteres Wachstum zu positionieren. **Rothschild & Co** fungierte als Finanzberater für CSM. **Sullivan & Cromwell LLP** war Rechtsberater von CSM, **UBS Finanzberater** und **Slaughter & May** Rechtsberater von Investindustrial. PR

Zwei Prozent weniger Backwaren aus NRW

In ganz Deutschland wurden 2019 Backwaren im Gesamtwert von 18,8 Milliarden Euro (plus 3,8 Prozent) produziert. Fast ein Viertel (23,7 Prozent) des bundesweiten Absatzwertes erwirtschafteten nordrhein-westfälische Betriebe. Das heißt: In NRW wurden in 474 Industriebetrieben Backwaren, wie Brot, Brötchen, Leb- und Honigkuchen sowie Kekse und Kleingebäck, im Wert von 4,5 Milliarden

Euro hergestellt. Laut des **Statistischen Landesamtes Information und Technik Nordrhein-Westfalen** war der Absatzwert damit um 1,5 Prozent höher als 2018. Jeweils ein Viertel (25,6 beziehungsweise 24,3 Prozent) des nordrhein-westfälischen Produktionswertes wurde in Betrieben der Regierungsbezirke Düsseldorf und Münster erzielt.

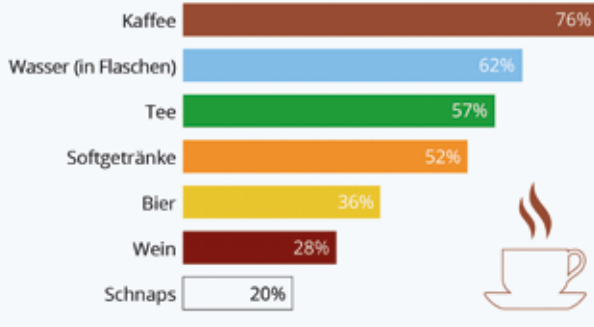
In 432 Betrieben wurden 2019 in NRW unter anderem 1,21 Millionen Tonnen (minus 3,3 Prozent gegenüber 2018) frisches Brot und Brötchen im Wert von 2,6 Milliarden Euro (plus 0,7 Prozent) produziert. Der durchschnittliche Absatzwert pro Kilo Brot/Brötchen hat sich gegenüber dem Jahr 2018 von 2,06 auf 2,14 Euro erhöht. Außerdem wurden in 67 Betrieben 134.000 Tonnen (plus 4,4 Prozent) Dauerbackwaren, wie Kekse, Kleingebäck, Lebkuchen und Waffeln, mit einem Absatzwert von 382 Millionen Euro (plus 8,1 Prozent) hergestellt. Der Absatzwert von feinen Backwaren (gesüßt, auch gefroren) betrug 1,5 Milliarden Euro (plus 1,1 Prozent). Im ersten Halbjahr 2020 wurden in 453 nordrhein-westfälischen Betrieben Backwaren im Wert von 2,1 Milliarden Euro hergestellt. Das waren 1,9 Prozent weniger als im entsprechenden Vorjahreszeitraum. Wie die Statistiker weiter mitteilen, beziehen sich die Angaben auf Betriebe von Unternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten. Kleinere Betriebe sowie in Privathaushalten hergestellte Backwaren wurden bei den vorliegenden Ergebnissen nicht berücksichtigt. Daher ist die Anzahl der Betriebe im Jahr 2020 um 21 Betriebe geringer. Dies kann verschiedene Ursachen haben: Schließungen, Betriebe haben weniger Beschäftigte, zum Beispiel wegen Kurzarbeit, und fallen damit unter die für die Statistik entscheidende Mindestzahl von 20 Beschäftigten oder der wirtschaftliche Schwerpunkt hat sich verändert – mindestens 50 Prozent des Umsatzes muss mit Backwaren erzielt werden. PR

MELDUNGEN IN EINEM SATZ

Probat, Hersteller von Kaffeeröstmaschinen und -anlagen, erweitert in Emmerich die Produktion (40 Millionen Euro Investition) bis Ende 2022 • Die saarländische **Globus Gruppe** weihte das neue Logistikzentrum in Puschkino (78.000 Quadratmeter, Kosten rund 73 Millionen Euro), nordöstlich von Moskau, ein – es entstehen 900 Arbeitsplätze in der Region • TK-Backwarenhersteller **Bakerman** darf ab sofort das Bio-Siegel für ausgewählte Artikel nutzen • Laut einer aktuellen Umfrage des **Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks** ist der Umsatz der Innungsbäcker während der Pandemie um durchschnittlich 13 Prozent runter gegangen – hochgerechnet seien das mehr als eine Milliarde Euro weniger • Ab Juli 2021 sind Wegwerfartikel, wie Besteck, Teller und Behälter aus Plastik sowie Styropor, gesetzlich verboten – der Bundesrat muss nur noch zustimmen •

Auf Kaffee können sich fast alle einigen

Anteil der Befragten, die folgende Getränke regelmäßig konsumieren



Die aktuelle **Statista Global Consumer Survey 2020** zeigt, dass 76 Prozent der für die Studie befragten Menschen in Deutschland regelmäßig Kaffee trinken. Damit wird das koffeinhaltige Getränk hierzulande von mehr Menschen getrunken als Wasser aus Flaschen oder Tee. Aber nicht nur auf die Frequenz kommt es an, sondern auch auf die Menge. Laut **Deutschem Kaffeeverband** trinke jede Bundesbürger*in über 160 Liter Kaffee im Jahr. Zum Vergleich: Der Pro-Kopf-Konsum von Wasser aus Flaschen lag 2019 bei rund 142 Litern. Basis: 2.081 Befragte (18 bis 64 Jahre) in Deutschland.

Weizen: Umwelt prägt Eiweißgehalt

Haben moderne Weizensorten mehr immunreaktives Eiweiß und fördern damit Weizenunverträglichkeit, also Zöliakie? Eine Studie zeigt: Der Glutengehalt ist bei neuen und alten Sorten zwar gleich, kann aber durch Umweltfaktoren, wie Niederschlagsmenge, steigen, zudem ist die kritische Eiweißmolekül-Gruppe der Gliadine stark gestiegen. Die Zahl der an Zöliakie Erkrankten, die auf das Weizeneiweiß Gluten allergisch reagieren, ist in den vergangenen Jahren stark gestiegen. Bis zu 1,0 Prozent der Erwachsenen sind betroffen. Forscher des **Leibniz-Instituts für Lebensmittel-Systembiologie** an der **Technischen Universität München** und des **Leibniz-Instituts für Pflanzengenetik und Kulturpflanzenforschung (IPK)** haben nach den Ursachen der Erkrankungshäufigkeit geforscht. „Viele Menschen befürchten, dass moderne Weizenzüchtungen mehr immunreaktives Eiweiß enthalten als früher und dies die Ursache für die gestiegene Erkrankungshäufigkeit ist“, sagt **Darina Pro-nin** vom Leibniz-Institut für Lebensmittel-Systembiologie, die im Rahmen ihrer Doktorarbeit maßgeblich an der Studie beteiligt war. Die For-

RAUS
AUS DEM
DORNRÖSCHEN-
SCHLAF!



WMF DORNRÖSCHENWOCHEN

Erwecken Sie jetzt Ihr Geschäft wieder mit WMF und nutzen Sie unsere märchenhaften WMF Zahlungs- und Leasingangebote für unsere professionellen Kaffeemaschinen zum Wiedereinstieg.

Mehr Infos unter +49 7331 257 257, über kundencenter@wmf.com oder kontaktieren Sie Ihren Ansprechpartner.*



DESIGNED TO PERFORM

wmf.com

scher haben daher den Eiweißgehalt von alten und modernen Weizensorten untersucht, um eventuelle Unterschiede aufzuspüren. Untersucht wurden insgesamt 60 Weizensorten, die in der Zeit zwischen 1891 und 2010 angesagt waren. Für jedes Jahrzehnt wurden fünf Sorten ausgewählt und in den Jahren 2015 bis 2017 unter jeweils gleichen geografischen und klimatischen Bedingungen angebaut.

Das Ergebnis: Moderne Weizensorten enthalten zwar etwas weniger Eiweiß, der Glutengehalt ist jedoch über all die Jahre konstant geblieben. Verändert hat sich allerdings die Zusammensetzung des Glutens, wie das Team im Fachmagazin *Journal of Agricultural and Food Chemistry* berichtet. Gluten besteht im Wesentlichen aus zwei Gruppen von Eiweißmolekülen: Gliadine und Glutenine. Vor allem die Gruppe der Gliadine steht im Verdacht, für die Unverträglichkeit verantwortlich zu sein. Darüber hinaus fanden die Forscher auf Eiweißebene jedoch keine Hinweise darauf, dass sich das immunreaktive Potenzial des Weizens durch die züchterischen Maßnahmen verändert hat.

In der Studie stellen die Forscher nun fest: Der Anteil der kritisch gesehenen Gliadine nahm in den Weizensorten über die Jahre um rund 18 Prozent ab. Dagegen stieg der Gehalt der Glutenine um etwa 25 Prozent an. Darüber hinaus zeigte sich, dass auch die Niederschlagsmenge im Erntejahr den Glutengehalt beeinflusst. „Überraschenderweise hatten Umweltbedingungen wie die Niederschlagsmenge sogar einen größeren Einfluss auf die Eiweißzusammensetzung als die züchterischen Veränderungen“, erläutert **Professorin Dr. Katharina Scherf** vom IPK. PR

Sesam-Bagel: zu viel Pflanzenschutzgift

Rewe, Edeka und weitere Supermärkte haben Bagels Sesam in der 340 Gramm Packung zurückgerufen. In dem Produkt, das von dem Soester Großhändler **Aldente GmbH** unter der Marke Aldente's Brotwelt vertrieben wird, sei das Pflanzenschutzmittel Ethylenoxid vor allem auf den Sesamsamen nachgewiesen worden. Der Barcode der betroffenen Charge lautet 4044808580032. Ethylenoxid ist potenziell giftig und krebserregend beim Einatmen. Symptome einer Vergiftung sind Kopf-

schmerzen, Schwindel sowie Übelkeit oder Erbrechen. PR



Rückruf Aldente-Bagels: Die Sesamen enthalten zu viel des giftigen und krebserregenden Pestizids Ethylenoxid

Mit Coaching Ziele & Veränderungen erreichen

Helmut Schön ist Inhaber der **JhD Bäckertechnologie** in Trossingen. Neben der Betriebs- und Produktionsberatung von Bäckerfilialisten bietet er seit drei Jahren auch Personal-Coaching und Mediation in der Produktion und im Verkauf an.

Herr Schön, Sie sind am Markt vorrangig dafür bekannt, als neutraler Berater um die neuesten technologischen Entwicklungen zu kümmern und es in der Produktion umzusetzen. Nach Ihrer persönlichen Weiterbildung zum Personal-Coach, beraten Sie nun auch Führungskräfte in den Bäckereien. Um welche Themen geht es dabei vorrangig?

Warum der Faktor Mensch so wichtig ist, warum Veränderung so schwer ist, wie Veränderungen und Ziele in der heutigen Zeit erreicht werden. In diesem Zusammenhang ist der Aspekt der praktizierenden Verantwortung entscheidend.

Von Bäckereien werden Sie immer wieder beauftragt, Lösungen in Konfliktsituationen zu begleiten. Wie kam es zu dieser Erweiterung ihres Beratungsprofils?

Es macht mir Freude, sich mit den Menschen und deren Psyche zu beschäftigen. Und wo könn-

te ich das nach meiner Mediationsausbildung besser einsetzen, als bei der eigenen Berufsfamilie der Bäcker und Konditoren. Hier kenne ich alle Arbeitsabläufe und Herausforderungen. Viele der Berufskollegen geben mir auch das Feedback, dass meine innerliche Ruhe und mein Fachwissen der ideale Schlüssel ist, um an ihre Angestellten heran zu kommen.

Bieten Sie auch online Coaching an?

Ja, aktuell in einem gesicherten Chat-Raum beim Begleiten von Gesprächen oder Sitzungen. Das muss immer im Einzelfall entschieden werden, wie weit es Sinn macht. Aber bei einer Mediation muss man sein Gegenüber sehen und fühlen. Nur so kann man sich auf sein Gegenüber einlassen und richtig reagieren. Daher hat eine Beratung von Mensch zu Mensch auch digitale Grenzen! PR

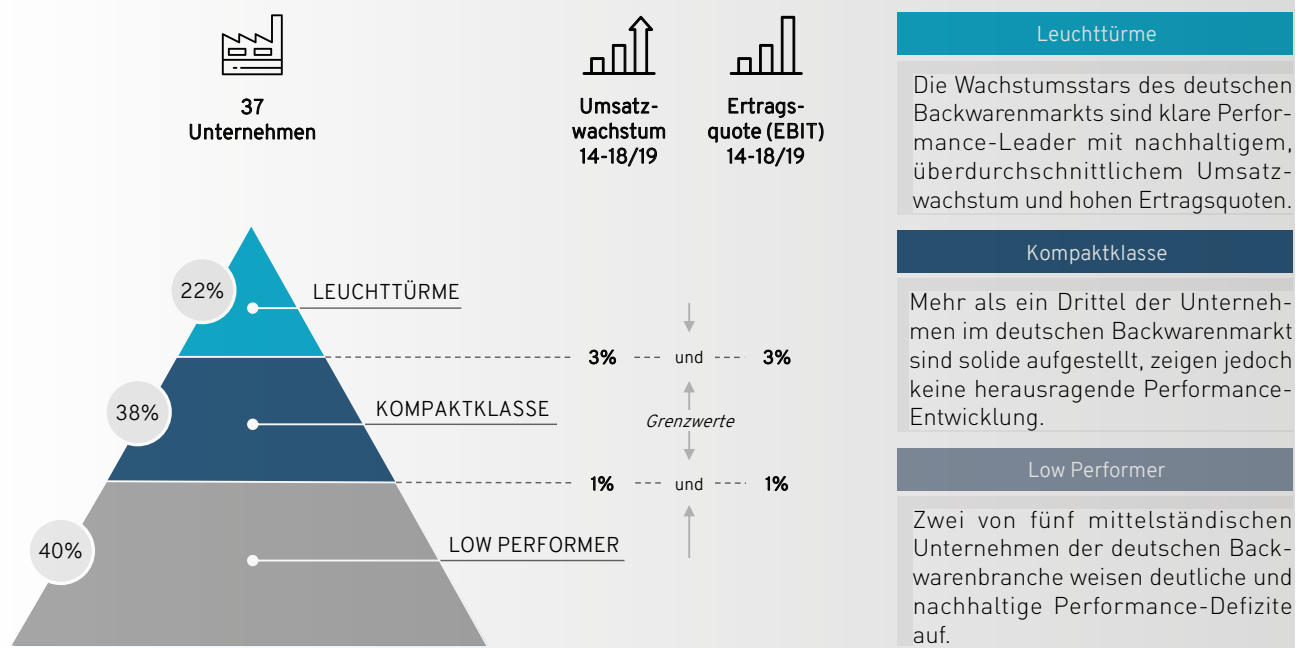
Gendarstellung: Stresstest Backwaren

Die Zuordnung der 37 Unternehmen der Backwarenbranche zu den drei Leistungsklassen Low Performer, Kompaktklasse und Leuchtturmunternehmen ist von **Munich Strategy** nicht wie in Heft 12 von Check Up Back.Business angegeben auf Basis ihres Jahresumsatzes vorgenommen worden. Die Begriffe Low Performer, Kompaktklasse und Leuchtturmunternehmen sind im Artikel falsch verwendet worden (grauer Kasten auf Seite 18 und 19) und die Zuordnung der 37 Unternehmen (grauer Kasten auf Seite 19) zu den Leistungsklassen ist nicht korrekt. Die Zuordnung der Unternehmen zu den drei Leistungsklassen durch Munich Strategy erfolgte stattdessen auf Basis ihres durchschnittlichen Umsatzwachstums 2014-2018/19 und ihrer

durchschnittlichen Ertragsquote (EBIT) 2014-2018/19. Diese Zuordnung ist von Munich Strategy bisher nicht veröffentlicht, die komplette Studie ist aber unter folgendem Link bestellbar: www.munich-strategy.com/studie-stresstest-backwaren-2020/ Die Grafik unten zeigt, wie die Zuordnung erfolgte, sodass zum Beispiel die **Anton Hosselmann GmbH & Co. KG** nicht in die Gruppe der Low-Performer gehört. Laut Angaben der Großbäckerei liegt der geschätzte Umsatz des Berichtsjahres 2018 in realen Zahlen um 6,32 Prozent höher als zum Vorjahr. Somit hat das Unternehmen eine EBIT-Marge zu den Umsatzerlösen von 8,8 Prozent. Rechnet man zum Eigenkapital des Unternehmens das Gesellschaftskonto des Kommandisten hinzu, so beträgt die Eigenkapitalquote zum Gesamtkapital im Berichtsjahr 92,28 Prozent.

DREIKLASSENGESELLSCHAFT IM DEUTSCHEN BACKWARENMARKT

Die Unternehmen des deutschen Backwarenmarkts lassen sich auf Basis ihrer Kennzahlen in drei verschiedene Leistungsklassen zuordnen:



Management: überholte Strukturen aufbrechen

Zum 19. Mal verlieh die Mestemacher Gruppe den renommierten Gleichstellungspreis Managerin des Jahres. Gewürdigt werden Top-Managerinnen der obersten Leitungsebene, wie die frisch gekürte Vorstandschefin der Hamburger Hafen Logistik AG Angela Titzrath. Als erste Frau an der Spitze hat sie das Unternehmen während des Lockdowns sicher manövriert und einen Gewinn von 50 Millionen Euro erwirtschaftet.

Job. „Denn es waren nur Herren da“, erzählt die Mitte September zur ‚Managerin des Jahres‘ gekürte **Angela Titzrath** bei der Festveranstaltung im Hotel Adlon in Berlin. Das Aufbrechen auch solcher Strukturen und wirtschaftlicher Erfolg waren Grund genug für die Jury des Mestemacher Preises, die HHLA-Chefin einstimmig zu küren.

Die **Sprecherin der Mestemacher-Gruppe** und **Initiatorin** des Preises, **Professorin Dr. Ulrike Detmers**, beschreibt Titzrath als „unvergleichlich in der Männerwelt Wirtschaft“. Seit fast 30 Jahren habe sie dort eine „bewundernswert steile Managementkarriere hingelegt“. Sie habe mit Abschlüssen in Wirtschaftswissenschaften und Romanischer Philologie sowie fünf Fremdsprachen im Gepäck ihre Karriere bei **Daimler** gestartet und in den elf Jahren dort schnell internationale Ressorts übernommen.

Mit 30 Jahren wurde Angela Titzrath **Geschäftsführerin der Mercedes-Benz Credit of Canada**. Dort habe sie rund eine Milliarde Dollar Umsatzvolumen verantwortet. Sie war außerdem **Mitglied der nordamerikanischen Geschäftsführung von Daimler-Benz InterServices** und **kaufmännische Leiterin des Mercedes-Benz-Werks** im spanischen Victoria. Vorstandserfahrung sammelte die erfolgreiche Managerin als Vertriebsverantwortliche für die Busse von Daimler. 2012 wechselte Titzrath als **Personalchefin** in den **Vorstand der Deutschen Post DHL**. 2016 wurde die heute 54-jährige Vorstandsmit-

glied der HHLA mit ihren mehr als 6.000 Beschäftigten. Seit Jahresbeginn 2017 ist sie Vorstandsvorsitzende. Die europäische **Logistic Hall of Fame** ernannte Titzrath im vergangenen Jahr zum **Logistics Leader of the Year**.

Prof. Dr. Detmers, die auch **Vorsitzende der Geschäftsführung** der Großbäckerei Mestemacher



Angela Titzrath, Vorsitzende des Vorstandes Hamburger Hafen und Logistik Aktiengesellschaft, erhielt von Professorin Dr. Ulrike Detmers in diesem Jahr den zum 19. Mal verliehenen Mestemacher Preis 'Managerin des Jahres'

Ganz nach Hamburger Manier mit „Moin, meine Herren“, begann die frisch berufene **Vorstandschefin der Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA)** ihre erste Sitzung im neuen

ist, nennt Titzrath „eine kluge Stoikerin“, die mit ruhiger Hand das Steuer halte. So sei sie ein „leuchtendes Vorbild, besonders für weibliche Nachwuchsführungskräfte“. Sie könne loslassen und ihr Ego kontrollieren. Auch der **Kommunikationswissenschaftler Professor Dr. Bernd Blöbaum** von der **Universität Münster** denke ungern an die Vorschusslorbeeren für einige Männer und daran, was aus ihnen wurde, erklärt er in seiner Festrede. Er neige dazu, der „Managerin des Jahres“ mehr zu vertrauen als dem „Manager des Jahres“, sagt der **Geschäftsführende Direktor des IfK, Institut für Kommunikationswissenschaft**. Blöbaum würdigt außerdem den Preis als einen, der schon lange vor der Diskussion um Frauen in Führungspositionen und Gender-Sternchen ins Leben gerufen worden war. Das war bekanntlich 2002, Titzrath ist mittlerweile die 19. Preisträgerin.

Leidenschaft und Durchsetzungskraft

Auch **Professor Dr. Rüdiger Grube, HHLA-Aufsichtsratschef** und doch den meisten der Anwesenden eher noch als Bahnchef in Erinnerung, lobt sich in seiner Laudatio als einen der frühen Förderer der diesjährigen Preisträgerin. Glücklicherweise zeigt sich Grube, dass Titzrath in einem entscheidenden Moment auf ihren Vater gehört habe. Hätte es doch um ein Haar diese vielversprechende Karriere gar nicht gegeben, weil die klassische Musik und Jazz liebende Querflötistin zeitweise an eine professionelle Musikerinnenlaufbahn gedacht habe. Leidenschaftlich manage sie den Hafen und habe tradierte Strukturen aufgebrochen, so der Aufsichtsratschef. Sie habe es sogar geschafft, unter Corona-Bedingungen im ersten Halbjahr mit der HHLA einen Gewinn von fast 50 Millionen Euro zu erwirtschaften. „Bitte mach‘ so weiter“, so Grube zu Titzrath.

Gleichwohl würdigt Grube die Leistung der Preis-Initiatorin. Sie setze sich beharrlich für die Frauenförderung ein. Den Mestemacher Preis nennt er eine „Ermunterung an Frauen und Ermahnung an Männer, Frauen stärker zu ermutigen“. Grube ist überzeugt, dass sich mit einer Quote allein das Ziel nicht erreichen lasse, mehr weibliche Führungskräfte zu gewinnen. Vielmehr zeige das Beispiel Titzrath, wie sich Frauen in männerdominierten Bereichen durchsetzen könnten. Dennoch sei sie bei ihrer Ankunft am neuen Arbeitsplatz von einer Fachzeitschrift als „teuerste Azubine Hamburgs“ verspottet worden, erzählt Grube. Da

habe sie wohl jemand nicht gekannt, wird sie später selbstbewusst sagen. Im Übrigen habe sie derjenige dann auch als „Königin der Logistik“ bezeichnet, nachdem der Unternehmenswert der HHLA beträchtlich gestiegen war, so Grube. Dennoch fragt Titzrath rhetorisch, ob man 2020 so einen Preis überhaupt annehmen dürfe. Noch immer gebe es viele Barrieren. Allerdings gehe es ihr nicht um die Frage, wer der bessere Chef sei, ob Mann oder Frau, oder ob eine Quote schneller helfe. Ihr gehe es vielmehr um Integration und Debatte.

Der Preis der Gütersloher Pumpernickel- und Vollkornbäckerei dürfte Titzrath Mut machen für die Aufgaben, die mit Corona weiter wachsen. Da steht einiges an, denn trotz des Gewinns im ersten Halbjahr muss die HHLA Millionen einsparen. In den ersten sechs Monaten hat das Unternehmen nur noch halb so viel verdient wie im Vergleichshalbjahr 2019. Titzrath hofft trotz starken Rückgangs bei Umschlag, Umsatz und Gewinn – wie sie auf der Hauptversammlung sagte – auf Anzeichen einer Erholung. Aber sie traue sich bislang keine konkrete Prognose zu. Mittlerweile hat der Mehrheitsgesellschafter, die Stadt Hamburg, ihre Anteile aufgestockt – anstelle der anstehenden Dividende. Im vergangenen Jahr erwirtschaftete die HHLA bei einem Umsatz von 1,35 Milliarden Euro einen operativen Gewinn von 200 Millionen Euro. Titzraths Fokus liegt nicht auf Größe: „Wir werden nicht der größte Hafen sein können. Wir sollten der beste Hafen sein, bei Innovation und Technologie“. Außerdem hält sie es für sinnvoll, wenn die deutschen Häfen kooperieren. Gespräche mit der Firma Eurogate laufen.

Soziales Engagement

Neben der Siegetrophäe Oeconomia erhält die HHLA-Chefin ein Preisgeld von 5.000 Euro. Das wird dem Frauenprojekt „chickpeace“ in Hamburg zugute kommen, bei dem Frauen aus Syrien, Äthiopien, Somalia oder Afghanistan einen Cateringservice aufgebaut haben, erklärte Titzrath. Die HHLA-Chefin ist selbst mittlerweile in den Aufsichtsrat der Lufthansa gewählt worden. Im Übrigen grüßt sie ihre Vorstandskollegen heute selbstverständlich mit „Moin, meine Damen und Herren“. Doch aus ihrer Sicht könnten es ruhig noch mehr Managerinnen sein.

Grace Pönitz

Vermeiden von unbeabsichtigten **Allergenen**

Wegen Produktionsbedingungen und vorbelasteter Rohwaren können Hersteller nicht immer Allergene in ihren Backwaren ausschließen. Ein Riesensproblem, zumal es hierfür keine klare gesetzliche Risikodefinition gibt. Ein neuer Zertifizierungsstandard mit eigenem Produktlabel soll Produzenten und Verbrauchern mehr Sicherheit geben.

Unbeabsichtigte Allergeneinträge in Backwaren, wie etwa von Eiern, Nüssen, Gluten, Sesam oder Soja, können aufgrund von Produktionsbedingungen oder vorbelasteter Rohware nicht immer vollständig ausgeschlossen werden. Sie stellen Hersteller, Handel und Allergiker derzeit vor große Herausforderungen. Denn in relevanten Mengen können Allergene bei betroffenen Verbrauchern zu unerwünschten allergischen Reaktionen führen. Aktuell existiert keine klare und einheitliche Risikodefinition und -bewertung für unbeabsichtigte Allergeneinträge in Lebensmitteln. Deshalb hat die **Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft (DLG)** das „DLG-geprüfte Allergen-Management“ mit eigenem Produktlabel (siehe Foto rechts). Dieser neue Zertifizierungsstandard zur Vermeidung unbeabsichtigter Allergeneinträge* in Lebensmitteln schließt nun die fehlende gesetzliche Regelung.

Mehr Produktsicherheit

„Unser neues Label bringt allen Marktbeteiligten die Sicherheit, nach der sie seit langem suchen“, so **Projektleiter Mathias Deibel** von der DLG, die als Zertifizierungsstelle die Audits der Produktionsstandorte durchführt. „Hersteller dokumentieren mit dem neuen Label ihre gute fachliche Praxis im Allergen-Management und Lebensmittelallergiker erhalten verlässliche Informationen für ihre Kaufentscheidung“, ergänzt **Andrea Wallrafen, Geschäftsführerin** des **Deutschen Allergie- und Asthmabundes (DAAB)**. „Dass wir zum Start der Pilotphase namhafte Unternehmen, wie beispielsweise das Familienunternehmen **Hipp**, gewinnen konnten, unterstreicht das große Potenzial dieses Labels. Der Bio-Babynahrungsspezialist beteiligt sich mit Produkten aus dem Segment Säuglingsmilchnahrung, Milch- und Getreidebrei sowie Müsli“, sagt Mathias Deibel.

Prüfkriterien

Die Anforderungen der Zertifizierungskriterien liegen deutlich über dem gesetzlichen Standard und regelmäßigen Allergen-Management-Audits in den Produktionsstätten. Zumal die DLG-Zertifizierung bestehende Standards, wie International Featured Standards (IFS) und BRC Food Certification (BRC), ergänzt. Die Basis des Zertifizierungsprozesses bilden neueste wissenschaftliche und medizinische Erkenntnisse. Die Prüfkriterien beinhalten unter anderem: eine umfassende quan-

titative innerbetriebliche Risikobewertung in Bezug auf unbeabsichtigte Allergeneinträge. Diese können damit in der Produktion gezielt verhindert und tatsächlich bestehende gesundheitliche Risiken anhand einheitlicher, aktueller und wissenschaftlich fundierter Bewertungskriterien klar kommuniziert werden. Daher wird auch Risikokommunikation unbeabsichtigter Allergeneinträge unter die Lupe genommen. Werden alle Anforderungen erfüllt, dürfen Lebensmittel das Label DLG-geprüftes Allergen-Management führen.

Vorteile für Hersteller und Handel

Zertifizierte Hersteller erhalten ein Alleinstellungsmerkmal, mit dem sie am POS punkten können. Denn eine verlässliche Allergenkennzeichnung auf Lebensmitteln bedeutet für Betroffene eine



Das neue Produktlabel der Zertifizierung ‚DLG-geprüftes Allergen-Management‘ hat der DLG gemeinsam mit dem Deutschen Allergie- und Asthmabund (DAAB) entwickelt. Ausführliche Informationen unter: www.DLGTS.com/Allergenmanagement

deutlich höhere Lebensqualität, da sie unter anderem weniger Einschränkungen bei der Lebensmittelauswahl beachten müssen. Weil die Zahl der Lebensmittelallergiker stetig steigt, vergrößert sich auch kontinuierlich das Kundenpotenzial. Zu diesem zählen nicht nur direkt Betroffene, sondern auch deren Angehörige und Freunde, die sich bei ihren Einkäufen auf den Lebensmittelallergiker einstellen.

Paola Rentsch

* unbeabsichtigte Einträge von Stoffen, die zu den 14 Hauptallergenen gemäß Lebensmittelrecht zählen.