

Check Up

Back.**Business**

DAS ENTSCHEIDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE



Zab
liebt Dich!

DER
VERTRÄGLICHE
URWEIZEN



SPÜR DEN
UNTERSCHIED!





PINK WUNDER.

Naturfarben machen Appetit.
Holen Sie sich jetzt auf
www.riku.com unsere
kostenlose Farbscanner-
und Muster-App!


RINGE KUHLMANN
Bright ideas in natural colours

Liebe Leserinnen und Leser,



wer den Markt beobachtet und auf entscheidende Veränderungen reagiert, ist klar im Vorteil und kann unter Umständen davon profitieren. Das gilt für Kundenwünsche und Produktneuheiten ebenso wie für Expansionsvorhaben. Auch wenn immer mehr große Unternehmen in den vergangenen Jahren ihre Fili-

alanzahl verringern mussten, hat es sich doch gezeigt, dass gerade Bäckereifilialisten mittlerer Größenordnung mit geschickten Strategien erfolgreich expandieren konnten. Welche innovativen Konzepte dabei umgesetzt worden, lesen Sie ab Seite 8.

Dass eine Krise auch als neue Chance genutzt werden kann, zeigt der Fall der Pfalzgraf Konditorei, deren Produktion 2015 bei einem Brand zerstört wurde. Heute – nach dem Wiederaufbau – gehört das Werk zu den modernsten in Europa – auch dank ausgeklügelter IT-Ausstattung (Seite 26).

Bekanntlich sind auch die Essgewohnheiten der Verbraucher seit einigen Jahren von Veränderungen geprägt: So rückt das Mittagessen immer mehr in den Fokus der Außer-Haus-Anbieter. Angebote aus dem Bereich ‚Heiße Theke‘ bieten eine gute Möglichkeit, das Sortiment zu erweitern. Wir stellen auf den Seiten 12 bis 16 Produkte vor, die auf der Südback in Stuttgart (21. bis 24. September) zu sehen sein werden.

Und was gibt es in Sachen Forschung Neues? Wissenschaftler der Leibniz Universität Hannover wollen mit der Genschere das allergene Potenzial von Erdnüssen reduzieren und haben gleichzeitig ein Testkit entwickelt, mit dem Nahrungsmittelhersteller Verunreinigungen in ihren Produkten leichter aufspüren können (Seite 20). Niederländischen Forschern ist es zudem gelungen, ein Eiweiß-Ersatzprodukt aus recycelter Bierhefe zu entwickeln (Seite 24).

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Janina Ohrtmann

Janina Ohrtmann, Chefin vom Dienst Check Up Back.Business

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

INHALT

EXPANSION

Kurswechsel: Die Größten verkleinern sich – neue Chancen für Expansion 8

SÜDBACK

Heiße Theke: Geschmack, Tradition & Qualität überzeugen im Snack-Geschäft 12

ROHSTOFFE

Lebensmittelsicherheit: Erdnüsse – weniger Allergene & Schutz vor Kontamination 20

BRANCHE

Nachhaltig: Veganes Eiweiß aus Bierhefe 24

Transparenz: Gläserne Produktion dank modernster IT-Ausstattung 26

RUBRIKEN

Editorial 3

News / Branchenkurzmeldungen 4

Internationale Kurzmeldungen 18

Personalien & Termine 23

Produktneuheiten 25

Handelsregister 29

Impressum 30

Wie kriegen Sie's gebacken? 31

Check Up
Back.Business

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

Moderner Neubau soll Zukunft sichern

Die **Papperts GmbH & Co. KG** aus Poppenhausen plant den Neubau eines Backhauses in Eichenzell. „Wir müssen uns heute Gedanken über die Zukunft von Pappert machen“, sagt **Geschäftsführer Bernd Pappert**, der in dritter Generation die Bäckerei führt, über die Planungen. Denn die Bäckerei braucht perspektivisch mehr Platz. „Der Markt ist im Wandel, wir bekommen viele neue Standorte und auch in den bestehenden Fachgeschäften ist die Nachfrage nach den handwerklich hergestellten Broten und Brötchen groß“, so **Geschäftsführer Manfred Klüber**.

Die aktuelle Fläche in Poppenhausen stoße hier in einigen Jahren an Grenzen – eine Erweiterung am Stammsitz sei nicht mehr möglich. „Deshalb müssen wir jetzt die ersten Schritte machen und streben eine Baugenehmigung an“, sagt Pappert. Bis es zum ersten Spatenstich kommt, könnten aber durchaus noch zwei bis drei Jahre ins Land ziehen. Gut 25.000 Quadratmeter ist das Grundstück an der Bürgermeister-Ebert-Straße groß, etwa 8.500 Quadratmeter könnten davon für den Neubau genutzt werden. Geplant sei auch, die Abläufe im Backhaus zu verbessern, einen Holzofen sowie ein gläsernes Backhaus-Café zu integrieren und Büroflächen und Besprechungsräume inklusive eines Fitnessraums am neuen Standort unterzubringen. JO

Lila Bäcker: Gläubiger stimmen Insolvenzplan zu

Die Gläubiger der Bäckereikette **Lila Bäcker** (Unser Heimatbäcker) haben Mitte August den Insolvenzplan abgesegnet. Der derzeitige Schuldenstand des Unternehmens beläuft sich auf rund 70 Millionen Euro. Der Insolvenzplan sieht einen Schuldenschnitt vor. Die Gläubiger bekommen demnach zwischen 0,1 und 0,25 Prozent ihrer Forderungen erstattet. **Insolvenzverwalter Torsten Martini** schätzt, dass das Insolvenzverfahren Ende August beendet werden kann. Allerdings müssten dafür noch einige Prüfungen erfolgen.

Für die 2.180 Mitarbeiter des Unternehmens sehen die Prognosen gut aus. Es werden nach jetzigem Stand alle verbliebenen 270 Filialen erhalten bleiben. Bereits im Juli seien die Umsätze gestiegen, hieß es. Außerdem hat das Land Mecklenburg Vorpommern eine Bürgschaft über zehn Millionen Euro in Aussicht gestellt. JO

Neue Konkurrenz aus dem Catering-Bereich

Mit einem Pilot-Shop im Industriepark Höchst hat die **Compass Group** jüngst ihr neues Bäckereikonzept Deli Bread gestartet, das dem zunehmend mobilen und flexiblen Arbeitsumfeld gerecht werden soll. Der Marktführer im Bereich Catering will mit dem SB-Konzept die Generation der sogenannten Mobile Eater ansprechen – also dynamische Kunden, die nicht auf starre Essenszeiten festgelegt sind. Die Mahlzeiten und Getränke können vor Ort verzehrt, aber auch mit an den Arbeitsplatz genommen werden. Die Pilotfiliale verfügt auf 155 Quadratmetern über 38 Sitzplätze im Innenraum und 48 Plätze auf der 200 Quadratmeter großen Außenterrasse. Noch dieses Jahr soll ein weiterer Shop auf dem International Business Campus in Frankfurt eröffnen. JO

Harry hat Interesse an Kronenbrot-Werk

Die **Harry-Brot GmbH** mit Sitz in Schenefeld plant, über eine Tochtergesellschaft, den Produktionsstandort der insolventen **Kronenbrot GmbH** in Witten vorbehaltlich der Prüfung des Bundeskartellamts zu übernehmen. Die Verhandlungen zur Übernahme befinden sich im fortgeschrittenen Stadium, lautet es in einer Pressemeldung.

Der Standort Witten solle das Wachstum des Unternehmens in Nordrhein-Westfalen begleiten, heißt es aus Schenefeld. Dort sollen künftig 44 Mitarbeiter beschäftigt werden. Kronenbrot musste Ende Juli nach der zweiten Insolvenz innerhalb weniger Jahre seine Produktion einstellen. Bis dahin produzierte das Unternehmen in den Werken Witten, Würselen und Köln. JO



Tchibo baut Position im Kaffeemarkt aus

Tchibo erwirtschaftete im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 3,15 Milliarden Euro. Damit lag der Umsatz organisch knapp einen Prozent (nominal: minus zwei Prozent) unter dem des Vorjahres von 3,22 Milliarden Euro. Unterstützt durch Innovationen und die konsequente Umsetzung der Premium-Strategie sei der Umsatz bei Kaffee trotz sinkender Endverbraucherpreise deutlich gestiegen, heißt es von der Tchibo-Dachgesellschaft **Maxingvest**. Marktanteile seien im hart umkämpften Kaffeemarkt hinzugewonnen worden. Der Handelskonzern veröffentlicht lediglich den Gesamtumsatz, nicht die genaue Aufteilung zwischen Kaffee und Non-Food. Das Betriebsergebnis EBIT lag 2018 aufgrund verbesserter Deckungsbeiträge sowie geringerer Marketing- und Vertriebskosten mit 80 Millionen Euro deutlich über dem des Vorjahres von 17 Millionen Euro. Die EBIT-Umsatzrendite stieg auf 2,5 Prozent (Vorjahr: 0,5 Prozent). JO

Brand in der Produktion von Wback

In der Nacht zum 21. August hat es in der Großbäckerei **Wback** in Bönen, Burger-Brötchen-Produzent für die deutschen Burger King-Filialen, gebrannt. Nach Angaben der Polizei soll ein Defekt in der Abluftanlage den Brand ausgelöst haben. „Als wir eintrafen, stellten wir nicht nur in der Produktionshalle im Erdgeschoss in der Absauganlage Rauch fest“, so **Uwe Hasche, Sprecher** der

Böner Feuerwehr gegenüber des Westfälischen Anzeigers. „Auch aus den Edelstahlrohren drang Rauch. Die hatten sich so weit erhitzt, dass sie sich verfärbt hatten. Durch die Rohre breitete sich der Brand ins Obergeschoss aus und griff auf die Filteranlage über.“ Die beteiligten Feuerwehren schafften es, den Brand bis zum Morgen zu löschen. Die Produktion der Brötchen musste unterbrochen werden, konnte aber nach WDR-Meldungen am Nachmittag desselben Tages wieder aufgenommen werden. Über die Höhe des entstandenen Schadens gab es bei Redaktionsschluss noch keine Informationen. JO

Fördergelder-Vergabe für Klimaschutzprojekte

Mit dem Programm ‚Maßnahmen zur Anpassung an die Folgen des Klimawandels‘ fördert das **Bundesumweltministerium** Klimaschutzprojekte und -anpassungskonzepte von kleinen und mittleren Betrieben mit bis zu 100.000 Euro. Unternehmen können sich mit einer Projektskizze noch bis zum 31. Oktober 2019 bewerben. Das Projekt sollte verpflichtend eine Risiko- und Betroffenheitsanalyse enthalten mit Bezug zur Belegschaft, Standort, Produktionsprozess, Produktpalette und Wertschöpfungskette oder in das betriebliche Umwelt- oder Risikomanagement integriert werden. Ergebnis soll die Erarbeitung von konkreten Entscheidungen sein, die anstehen, um die perspektivisch erforderlichen Anpassungsmaßnahmen aufzuzeigen und zu ermöglichen. Weiterführende Informationen zum Programm unter: www.z-u-g.org/aufgaben/foerderung-von-massnahmen-zur-anpassung-an-die-folgen-des-klimawandels/. JO



BÖCKER

Natürlich mit Sauerteig!

Das BÖCKER Sortiment:

- Starter für Betriebssauerteige
- getrocknet, flüssig, pastös
 - Bio-Qualität
- glutenfreier Sauerteig
- glutenfreie Backwaren



Glutenfrei
von Böcker



Halle 6
Stand
6E65

Einkäufe sollen **schnell** und **bequem** sein

Die Deutschen setzen beim Einkauf auf Bequemlichkeit: Am liebsten möchten sie alle Besorgungen an einem Ort erledigen. 59 Prozent der Kunden kaufen am liebsten dort, wo sie ihre Einkaufszettel rasch abarbeiten können. Eine fachkundige Beratung bei Käse, Wurst und Co. sei dagegen nur jedem vierten Verbraucher wichtig, besagen die Ergebnisse einer aktuellen **Nielsen-Studie**. Noch wichtiger als der Zeitfaktor sind den Konsumenten Sonderangebote (65 Prozent). Dabei knausern die Verbraucher nicht nur mit dem Geld, sondern zunehmend auch mit der Zeit. „Einkaufen muss praktisch sein“, betonte **Nielsen-Experte Frank Küver**. Die Bundesbürger gingen immer seltener einkaufen, gäben dabei jedoch immer mehr aus. Im vergangenen Jahr war jeder deutsche Haushalt nach Angaben der Markt-

forscher im Schnitt rund 193 Mal einkaufen und gab dabei im Mittel jedes Mal rund 20 Euro aus. Zum Vergleich: 2017 waren es noch 196 Einkäufe mit Ausgaben von 19,40 Euro. JO

KORREKTUR



In Check Up Back.Business Nummer 11 berichteten wir in der Rubrik ‚Personalien und Termine‘ über die neuen Mitglieder im Vorstand des Backzutatenverbands. Bei der Zuordnung von Udo Berg (Zeelandia) ist uns ein Fehler unterlaufen. Dieser ist nicht als Vorsitzender aus dem

Verband ausgetreten, sondern als Vorsitzender des Expertenkreises. Vorsitzender des Verbandes ist selbstverständlich weiterhin Dr. Detlev Krüger (Martin Braun-Gruppe). Bitte entschuldigen Sie die fehlerhafte Information. JO

MELDUNGEN IN EINEM SATZ

Die **Bäckerei Berns** aus Viersen, die acht Filialen betreibt und 56 Arbeitnehmer sowie drei Auszubildende beschäftigt, hat Insolvenz angemeldet – der Geschäftsbetrieb wird mit Zustimmung des vorläufigen Insolvenzverwalters vollumfänglich aufrechterhalten • **SSP – The Food Travel Experts** und die **Deutsche Bahn Station & Service AG** eröffneten am Frankfurter Hauptbahnhof eine Filiale des Berliner Start-ups **Haferkater**, das sich vor allem auf Porridge mit abwechslungsreichen Toppings zum Mitnehmen sowie ab mittags auf Bowls auf Quinobasis, hausgemachte Salate, Wraps und Backwaren konzentriert • Der Nürnberger Traditions-Lebkuchenhersteller **Schmidt** setzt seine Produktion zukünftig komplett auf Fairtrade-Schokolade um • Vanille bleibt weiterhin teuer, da Experten mit einer 20 bis 25 Prozent geringeren Erntemenge als im Vorjahr rechnen • Die **Bäckerei Rothe GmbH** mit Sitz in Burbach und neuen Filialen will eine neue Produktion mit 1.400 Quadratmeter für Backstube und Lager sowie 450 Quadratmeter für Verkauf und Verwaltung bauen; das geplante Café wird 140 Sitzplätze bieten und eine überdachte Terrasse • Die **Wilhelm Gruyters GmbH** aus Krefeld hat nach Februar 2016 erneut Insolvenz angemeldet, der Geschäftsbetrieb des Unternehmens mit derzeit 55 Mitarbeitern soll vorerst weiter laufen – nicht betroffen von der Insolvenz ist die **Conrad Schulte Feingebäck GmbH & Co. KG**, die seit 2016 Partner der Keksfabrik Gruyters ist • Die knapp 20.000 Beschäftigten im hessischen Bäckerhandwerk bekommen nach Angaben der **Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten** (NGG) mehr Geld: Rückwirkend zum 1. August steigen die Löhne und Gehälter um 2,7 Prozent • In der **Bäckerei Braaker Mühle** (Schleswig-Holstein) ist am 22. August beim Einbau einer neuen Kesselanlage durch eine Ölverpuffung das Dach des Kesselgebäudes in Brand geraten; verletzt wurde niemand; der Produktionsbetrieb sei am nächsten Morgen ohne Einschränkungen angelaufen • Die **Bäckerei Berns KG** aus Viersen hat einen Eigenantrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens über ihr Vermögen gestellt; das Amtsgericht Mönchengladbach ordnete Sicherungsmaßnahmen an und bestellte einen vorläufigen Insolvenzverwalter • **Edeka** und **Netto** geben ihren Kunden ab sofort in einer dreimonatigen Testaktion die Chance, zwischen den drei bekanntesten Nährwertkennzeichnungsmodellen (**Nutri-Score**, das Modell des **Max-Rubner-Instituts** und des **Lebensmittelverbands Deutschland**) zu wählen, indem es alle drei Modelle auf 16 ausgewählten Eigenmarken abdruckt •

Diskret zu Ihren Diensten!



KURSWECHSEL

Die Größten verkleinern sich – neue Chancen für Expansion

Immer mehr große Filialbäcker wie Edeka, Rewe oder Oebel müssen Standorte ab- beziehungsweise ganz aufgeben. Denn Größe allein zahlt sich nicht aus: vor allem Personal- und Transportkosten sind oft zu hoch. Mittlere und kleinere Betriebe aus der Region könnten jedoch ihr Absatzgebiet clever erweitern, denn sinkende Ladenmieten und der wachsende Außer-Haus-Markt bieten große Chancen, sich mit neuen Konzepten gegen die Konkurrenz zu behaupten. Welche Strategien dabei verfolgt werden:

Wachstumspotenzial bei den voranschreitenden Betriebsaufgaben sieht die familiengeführte **Höflinger Müller GmbH** (156 Filialen). „Dieser Prozess ist gerade in Deutschland noch lange nicht abgeschlossen“, heißt es im Geschäftsbericht. Die Geschäftsführung beabsichtigt, Wettbewerber entweder ganz oder einzelne Filialen zu übernehmen. Für den einen sind Betriebsaufgaben eine Katastrophe, für den anderen eine Chance. Auf dem Bäckereimarkt findet eine Kräfteverschiebung statt. Auffallend ist: Nur Betriebe, die sich permanent modernisieren, sich nah am Trend weiterentwickeln – sowohl hinsichtlich Sortiment, Digitalisierung als auch Mitarbeiterführung – können sich erfolgreich behaupten.

So haben sich auch die Höflinger-Müller-Filialen in den vergangenen Jahren weg vom reinen Backwarenverkauf hin zum Bäckerei-Cafe mit Gastronomieangebot entwickelt. Exemplarisch für den derzeitigen Bäckermarkt. Zusätzlich betreibt Höflinger Müller Backstationen im Supermarkt. Das Unternehmen mit den Distributionskanälen Wiederverkauf an Handel und Gastronomie sowie Filialbereich agiert am Markt strategisch mit den Marken Müller und Weinzierl, ist aber vereinzelt auch noch mit Filialen der Marke Höflinger vertreten. Der Kern-



markt von Höflinger Müller ist München, Oberbayern und Niederbayern. Vor allem das dichte Filialnetz im Großraum München im Umkreis von 150 Kilometern macht es für Wettbewerber schwierig, in den Markt einzudringen. Bedeutender Wettbewerbsvorteil sind die hochfrequenten Filialstandorte. Mittelfristig plant die Bäckerei den Ausbau ihres Filialnetzes durch Eröffnung und Übernahme zusätzlicher Standorte in ausgesuchten 1A-Lagen wie Bahnhöfe, Einkaufszentren und Innenstädte.

Die derzeitige Entwicklung der Ladenmieten begünstigt Höflinger Müllers Expansionspläne. Denn während die Mieten für Gewerbe und Wohnungen seit neun Jahren unaufhörlich steigen, 2018 rund 7,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr, sinken die Einzelhandelsmieten: Der Preisindex* fiel im vierten Quartal 2018 um 1,2 Prozent, so das Ergebnis einer Analyse von **vdpResearch**. In Kleinstädten bis 100.000 Einwohnern sind die Ladenmieten sogar durchschnittlich um 5,4 Prozent günstiger. Mittlere Städte liegen irgendwo dazwischen. Um

*Der Verband deutscher Pfandbriefbanken (vdp) veröffentlicht regelmäßig auf Basis konkreter Transaktionszahlen Miet- und Preisindizes zur Entwicklung der Wohn- und Gewerbeimmobilienmärkte. Der durch das Analysehaus vdpResearch erstellte Index ist Bestandteil der Immobilienpreisbeobachtung der Deutschen Bundesbank.



Weg vom angestaubten Bäcker-Image: Die neuen Filialen der Bäckereikette Junge aus Schleswig-Holstein (201 Filialen in Lübeck, Hamburg und Berlin) überzeugen mit unterschiedlichen Looks von rustikal-verspielt bis edel-clean, aber immer mit witzigen Bäcker-Details wie die Teigrollen oder Getreide- und Kräutersträuße, die von der Decke herunterhängen.

Leerstand zu vermeiden, sind in den Top-Lagen die Mieten zum Teil noch drastischer zurückgegangen. In der Hamburger City zum Beispiel um 20 bis 40 Prozent, laut Angaben des internationalen Maklers **Jones Lang LaSalle** (JLL). Wegen des Online-Handels schwindet die Nachfrage nach stationären Verkaufsflächen. Durchschnittlich stehen acht Prozent leer. Vermieter suchen daher andere Konzepte – etwa Auto-Showrooms oder Coworking-Flächen. Aber auch Gastronomen wie Quick-Service-Restaurants, Coffee- und Backshop-Ketten sowie Filialbäcker mieten sich öfter ein. Sie profitieren von dem wachsenden Außer-Haus-Markt, sofern sie hochwertige Snacks, Kaffeespezialitäten und ein erweitertes gastronomisches Angebot offerieren. Denn die real wachsenden Umsatz- und Marktanteile werden nicht mehr mit herkömmlichen Backwaren erzielt. Bäcker stehen zunehmend in Konkurrenz zu Fast-Food-Ketten, konstatiert die Hamburger Filialbäckerei **von Allwörden** (526 Filialen unter diversen Marken wie Nur Hier, Dallmeyers, Coffee & More, Knaack, AllCafé etc., zum Teil als Franchise) in ihrem Geschäftsbericht.

Trend: Filial-Duos in einer Straße

Die wachsende Nachfrage nach Snacks und Co. sowie sinkende Ladenmieten führen in manchen Städten zu einer wahren Bäckerflut: Mehr als 20 Bäckereien drängen sich allein im engeren Bereich der Freiburger Innenstadt. In Bonn befinden sich auf nur 300 Meter Fußweg vom Hauptbahnhof bis zum Bonner Münster 13 Bäckereien. Auch der Trend hin zu Filial-Duos in einer Straße ist zu beobachten. In Hamburg führt zum Beispiel jede große Kette



je zwei Filialen in stark frequentierten Straßen, ob **Dat Backhus**, **Schanzenbäckerei**, **Nur Hier** oder Bäckerei **Junge**. Die Gründe sind vielfältig: sich ergänzende Ladenkonzepte, Platzprobleme, betriebswirtschaftliche Überlegungen, Übernahmen von kleineren oder alteingesessenen Bäckereien. Hinzu kommt die steigende Kaufkraft in Deutschland – laut des Nürnberger Marktforschungsunternehmens **MB Research** ist diese im Jahr 2018 um 2,6 Prozent auf 23.322 Euro pro Einwohner beziehungsweise insgesamt auf 1.932,5 Milliarden Euro gewachsen. Die höchste Kaufkraft weist dabei der Landkreis Starnberg mit 34.532 Euro pro Kopf auf. Das lässt immer mehr Bäcker Expansions- und neue Konzeptpläne schmieden. Antreiber sind natürlich der Wettbewerbsdruck und die sich immer schneller wandelnden Kundenansprüche.

Unabhängigkeit vom LEH

Filialbäcker, die auch Standorte im Vorkassenbereich von Supermärkten betreiben, wollen unabhängiger von Lebensmittel-Einzelhandelsketten



Die Backshopkette Back-Factory hat ihre Niederlassungen optisch modernisiert: eine Kombination aus Naturelementen und kühlem Industriedesign.

werden. Das ist ein wesentlicher Punkt ihrer Expansionsstrategie. So kompensiert die **Landbäckerei Stinges** (Brüggen/Nordrheinwestfalen, 116 Filialen) Standort-Schließungen bei Partnern im Lebensmitteleinzelhandel (LEH), die zunehmend selbst backen, durch Neueröffnungen. Das Unternehmen entwickelt gezielt Stand-alone-Flächen und stellt seine Geschäfte auf das gastronomische Ladenkonzept ‚Land-Cafe‘ um. Hierfür hat Stinges seine Filialen optisch neu gestaltet, um auch deren gastronomische Attraktivität zu steigern. Das kommt bei den Kunden gut an, sodass der Umsatzanteil der Gastronomie mittlerweile relativ hoch ist und weiter wächst.

Auch bei der Dortmunder Bäckerei **Hofmeister-Brot** schwächelt die Umsatzentwicklung seiner Vorkassenstandorte bei Discountern. Daher fokussiert sich das Unternehmen nun auf umsatzstarke Standorte mit hohem gastronomischem Potenzial, die unter der Marke Crusteo betrieben werden. Ähnlich neu stellt sich der Betrieb **Achim Lohner** (Polch/Rheinland-Pfalz) auf. Der ursprünglich traditionelle Handwerksbetrieb konnte Bäckerfilialen im Vorkassenbereich von Rewe und Edeka einrichten und wuchs dadurch relativ schnell. Da die Mietverträge in der Regel auf fünf Jahre ausgelegt sind und einige nicht erneuert wurden beziehungsweise werden, hat Lohner sukzessive neue Standorte entwickelt und durch qualitatives Wachstum die Marke Die Lohner's etabliert. Vor allem die Einrichtung spielt dabei eine zentrale Rolle. Zudem sichern kontinuierliche Investitionen im Bereich der Backstube den Erhalt und den Ausbau des Unternehmens.

Neue Filialkonzepte und Designs

Eine erfolgreiche Expansionspolitik betreibt seit Jahren auch der ehemals kleine Familienbetrieb **Bäcker Görtz** (Rheinland-Pfalz). Im Portfolio: 168 Filialen, zum Teil als Franchise. Darüber hinaus beliefert die Bäckerei vom Produktionsstandort in Ludwigshafen aus große Firmenkunden mit Brot und Brötchen. Die Expansion sowie Entwicklung neuer Filialkonzepte, etwa mit Event-Backen und Gastronomie, soll fortgesetzt werden. Ziel sei es, die Marktführerschaft bei den klassischen Bäckereien auszubauen. Bis zu zwölf neue Filialen sollen dieses Jahr eröffnet werden. Zusätzlich fokussiert sich Bäcker Görtz sehr stark auf die Digitalisierung, „um so die verschiedenen Unternehmensbereiche und Teams bestmöglich zu unterstützen und die jeweiligen Arbeitsprozesse so effizient wie möglich gestalten (...) und zukünftig steigende Personal-, Rohstoff- und Energiepreise besser kompensieren zu können“, ist im Geschäftsbericht zu lesen.

Um den Anschluss am Markt nicht zu verlieren, müssen sich auch Backshop-Ketten den Herausforderungen stellen. Der Hamburger Systemgastronom **Back-Factory** (100 Filialen), **Tochtergesellschaft von Harry-Brot**, stärkt daher kontinuierlich seine Alleinstellungsmerkmale als Snack-Profi. Dazu gehören ebenso innovative Kreationen wie ein überarbeitetes Ladenkonzept: Die Einrichtung ist geprägt von einem modernen Industrie-Stil, der sich aus Stahl und Naturprodukten zusammensetzt, etwa Holz- und Moos-elemente. Ferner können Gäste in vielen Stores beim Zubereiten der Snacks zusehen. Zehn Standorte wurden vergangenes Jahr dem neuen Look entsprechend umgebaut. Für 2019 sind weitere zehn geplant.

Mit Premium gegen den Preisdruck

Um sich dem Preiswettbewerb mit den Discountern und Backshops zu entziehen, konzentriert sich die **Wiener Feinbäckerei Heberer** (Mühlheim/Nordrhein-Westfalen, 221 Filialen) auf eine Premium-Marken-Strategie. Bestehende Flächen werden hierfür kontinuierlich modernisiert und ausgewählte Standorte zu Flagship-Stores ausgebaut, wie im Offenbacher Einkaufszentrum Komm. Darüber hinaus will Heberer sein Filialnetz in einigen Kernregionen durch gezielte Zukäufe, zum Beispiel im Raum Hanau und Erfurt, weiter verdichten. Anvisiert werden dabei immer hochfrequentierte Standorte. Denn Heberer führt in Deutschland die meis-

ten Filialen in Top-City-Lagen und an Verkehrsknotenpunkten. Doch obwohl die Ladenmieten derzeit sinken beziehungsweise laut einer JLL-Studie in allen deutschen Metropolen stagnieren, sind diese an sogenannten 1A-Standorten immer noch sehr hoch: am Münchener Marienplatz 360 Euro je Quadratmeter, gefolgt von der Berliner Tauentzienstraße mit 330 Euro und der Frankfurter Zeil mit 310 Euro. Um Provisions- und Mietkosten zu senken, wandelte Heberer daher umsatzstarke Filialen am Frankfurter Flughafen in ein Franchisemodell um, betrieben von **SSP Deutschland**. Der Systemgastronom führt allein an diesem exponierten Standort 15 weitere Geschäfte als Franchisenehmer, darunter **Starbucks**, **BackWerk**, **Kamps** und **Le Crobag**.

Systemgastronomen in 1A-Lagen

Bei gut laufenden, aber teuren Standorten scheint für Unternehmen das Franchisemodell oft die bessere Alternative zu sein, um so nach außen als Marke präsent zu bleiben. Das führt allerdings auch dazu, dass die Systemgastronomie in den hochfrequentierten Lagen überhand nimmt und immer mehr

Konzerne in die 1A-Lagen ziehen. Ein aktuellstes Beispiel ist die Wiener Innenstadt: Hier sind die Mieten noch höher als in München oder Frankfurt. Laut **Stefan Krejci, Immobilienexperte** bei **Remax**, liegen die Spitzenmieten bei 400 Euro pro Quadratmeter netto, exklusive Betriebskosten und Steuern. „Das geht sich für einen Gastronomen nicht aus“, sagt Krejci und meint damit, dass sich ein derart teurer Standort für Familienbetriebe nicht lohnt. So wollte der Wiener **Cafetier Berndt Querfeld** (unter anderem Café Landtmann, Café Museum, Café Mozart) ursprünglich das renommierte Kaffeehaus **Griensteidl** auf dem Michaelerplatz in der österreichischen Hauptstadt übernehmen. Die Kosten schreckten ihn ab: Bei einer angenommenen Miete von 150.000 Euro pro Monat – laut Querfeld weniger als die tatsächlich geforderte Miete – müsste der Cafetier an einem durchschnittlich besuchten Tag 12.500 Kaffees verkaufen und an schlechten Tagen 6.250, damit sich das Lokal rentiert. Nun eröffnet **Rewe** eine **Billa-Corso**-Filiale. Ein Prestigeprojekt: 650 Quadratmeter auf zwei Stockwerken mit dem Fokus auf den schnellen Sofort-Verzehr.

Paola Rentsch



Mitten im Markt Messe Stuttgart

**Aus Liebe zum Handwerk.
Fein. Feiner. Die südback!**

21.–24.09.2019 | Messe Stuttgart



www.suedback.de

Rund 700 Aussteller aus 20 Ländern in sechs Hallen. Entdecken Sie alle Facetten der sechs Messeschwerpunkte, informieren Sie sich über die Vielfalt an Themen und genießen Sie die Atmosphäre einer echten Trend- und Fachmesse für das Handwerk. Wir freuen uns auf Sie!

südback – die Fachmesse für Bäcker und Konditoren.