



IBA 2009: Anneliese in Halle 17 mit Jubiläumsfeier



Der Anneliese-Messestand aus dem Jahr 1971



Anneliese auf der IBA 2009

Tradition & Zukunft

Am 1. Juni 1959 gründeten Anneliese und Heinz Mertes eine handwerkliche Bäckerei, die sich bereits nach kurzer Zeit zu einem kleinen Produktionsunternehmen für Bäckereigeräte entwickelte.

2009, im 50. Jubiläumsjahr des Unternehmens, betitelt Anneliese seine Produktpalette mit "industrial bakeware and racks" und zählt führende Backbetriebe in ganz Europa und Übersee zu seinen langjährigen Stammkunden.

Es gibt nicht nur 50 Jahre Anneliese zu feiern, sondern auch die mittlerweile bereits 14. Anneliese Teilnahme an einer iba. Die erste iba, die Anneliese als Aussteller besuchte, fand im Mai 1971 in Berlin statt. Damals firmierte "Anneliese" noch mit dem Logo "AM".

Ein runder Geburtstag während der diesjährigen IBA: Wir laden die "Wegbegleiter" der 50-jährigen Firmengeschichte herzlich zu unserer Geburtstagsfeier in die Halle 17 ein. Am Montag, dem 05.10.2009 ab 16.30 Uhr bedanken wir uns im Rahmen einer Feierstunde bei Kunden, Partnern, Kollegen und Mitarbeitern für die langjährige Treue.

Coppenrath & Wiese, Mettingen: Sensible Backwaren mit maßgeschneiderten Lösungen herstellen



Dipl.Ing. Andreas Beckmann, Bereichsleiter für conditions und engineering (links) mit Anneliese-Vertriebsleiter Frank Hofmann

Backfrisch, tiefgefroren und bundesweit in stets gleichbleibend hoher Qualität: Torten aus dem Kühlregal waren in den 70er Jahren eine kleine Sensation. Der Kaufmann Aloys Coppenrath und der Konditor Josef Wiese setzten ihre persönliche Vision in die Wirklichkeit um. Mitte der 70er avancierte die Schwarzwälder-Kirschtorte zum Verkaufsschlager. Sie ist bis heute eine der meistverkauften Torten. Die Hauptverwaltung des Familienunternehmens Conditorei Coppenrath & Wiese und das Logistikzentrum sind im niedersächsischen Osnabrück beheimatet. Gebacken wird im benachbarten Mettingen in Nordrhein-Westfalen. Dieser Standort dient auch dazu, die kontinuierlich steigende Verbraucherakzeptanz von tiefgekühlten Backwaren in Gesamtdeutschland bedienen zu können.

Anneliese gehört heute mit präzise auf die Anforderungen des Unternehmens maßgeschneiderten Produktlösungen zu den präferierten Lieferanten von Coppenrath & Wiese. Nur ein Beispiel stellen die stabilen Transportwagen und Luftroste (*siehe dazu auch unseren Beitrag "LuftRoste" weiter unten) zum Auskühlen und Zwischenlagern von Tortenböden dar. Derart sensible Produkte brauchen vor allem stabile Bleche und Transportwagen mit Präzisionsrollen streng nach HACCP-Konzept sowie IFS-Zertifizierung. Hygiene ist oberstes Gebot. Für die Nass-Reinigung kommen ausschließlich geschweißte, verschlossene Rohre zum Einsatz.



Das Werk von Coppenrath & Wiese in Mettingen



Sales Contact: Frank Hofmann

Frank Hofmann ist seit 1986 bei Anneliese und seit zehn Jahren im Vertrieb. Im Jahre 2004 übernahm er die Position des Vertriebsleiters und wurde Prokurist des Unternehmens. Coppenrath & Wiese, Mettingen, betreut Frank Hofmann neben weiteren "key accounts" im Bereich Central Europe (Deutschland, Schweiz, Österreich).

Kontakt unter:

Tel +49 2403-7001- 13
Fax +49 2403 7001- 29
Mobil +49 171 6280501
E-Mail: frank.hofmann@anneliese.de

Großbäckereien aktuell

Interview mit Helmut Martell - Hauptgeschäftsführer des Verbandes deutscher Großbäckereien und Generalsekretär des Europäischen Dachverbandes AIBI



Helmut Martell

1. Wie gestaltet sich zurzeit die Situation der Großbäckereien in Deutschland und Europa?

Im Großen und Ganzen kann man feststellen, dass in allen europäischen Ländern die Linienproduktion zunimmt und das traditionelle kleinere Handwerk an Zahl und Marktbedeutung abnimmt. Weiter lässt sich feststellen, dass in ganz Europa der LEH als Absatzmittler für Brot und Backwaren und die Bedeutung der filialisierenden Unternehmen wächst. Deutschland nahm und nimmt hier schon seit jeher eine Vorreiterrolle ein. Durch die erheblich ausgeweiteten Produktionskapazitäten für vorgebackene und tiefgekühlte Backwaren in Verbindung mit Bake-off-Stationen im Handel, in den Filialen und in neuen Vertriebslinien wie etwa Tankstellen ist der Bake-off-Sektor in allen europäischen Ländern das am schnellsten wachsende Marktsegment. In Deutschland dürften mittlerweile 20 bis 25 % aller hier hergestellten Backwaren Tiefkühlbackwaren sein.

2. Gibt es Länder mit signifikanten Marktzuwächsen?

In den alten Mitgliedsländern der EU behauptet sich der Brot- und Backwarenkonsum überraschend gut im Wettbewerb mit anderen Lebensmitteln, während er in Osteuropa, wo er überproportional hoch war, zurückgeht. Dies bezieht sich in erster Linie auf die Menge, nicht unbedingt auf die Wertumsätze, da zahlreiche höherwertige Innovationen auf den Markt gebracht werden. Insgesamt werden für getreidebasierte Lebensmittel aus einer Vielzahl von Gründen gute Entwicklungschancen prognostiziert. Dies gilt sowohl für Europa als auch im weltweiten Maßstab.

3. Wie entwickelt sich der Anteil von Frischwaren in Bezug zu Tiefkühlwaren?

Frische Backwaren sind nach wie vor die Hauptumsatzträger; das raschere Wachstum findet sich jedoch in allen europäischen Ländern im Tiefkühlsektor. Wie vorhin schon erwähnt, schätzen wir für Deutschland mittlerweile einen Tiefkühlanteil von rund 20 bis 25 % des Gesamtmarktes. Dazu trägt auch bei, dass zahlreiche handwerkliche Bäckereien über ihre Einkaufsgenossenschaften, die die Tiefkühlagerkapazitäten beträchtlich ausgeweitet haben, immer mehr Tiefkühlprodukte dazukaufen.

4. Konsumentenverhalten: Wirkt sich die Finanz- und Wirtschaftskrise auf das

Verhalten der Kunden bei Brot und Backwaren aus?

Gegenwärtig sind nach GfK-Angaben die Deutschen noch ziemlich zuversichtlich, was den privaten Konsum angeht. Allerdings dürften sich nach früheren Erfahrungen in wirtschaftlich schwierigen Zeiten immer mehr Verbraucher auch im Discountbereich eindecken, so dass ein zusätzlicher Druck auf die Erträge der Hersteller ausgeübt wird. Ob es bei den erwarteten steigenden Arbeitslosenzahlen im nächsten Jahr zu drastischen Änderungen im Lebensmittelkonsum kommt, ist derzeit schwer vorauszusagen. Nach einer Sonderuntersuchung der früheren ZMP aus dem Jahre 2008 ist es sogar nicht ausgeschlossen, dass in wirtschaftlich schwierigen Zeiten die Verbraucher wieder vermehrt traditionelle Lebensmittel wie Brot und Backwaren kaufen.

5. Gibt es deutlichere Trends zu Gunsten bestimmter Produkte?

In allen Backwaren-Subsegmenten gewinnen Spezialitäten gegenüber den Standardsortimenten an Bedeutung. Dies gilt sowohl für den Brot- und Kleingebäcksektor als auch für die große Gruppe der Feinbackwaren. Im Filialbereich haben daneben seit Jahren auch Snacks und andere Kombinationsprodukte an Bedeutung zugenommen.

6. Wie verläuft die Kostenentwicklung bei der Herstellung von Brot und Backwaren?

Die Kostenentwicklung stellt die Branche seit Jahren vor erhebliche Probleme. Ich erinnere nur an die unerwarteten Getreidepreissteigerungen im Jahre 2007, die im Jahre 2008 durch die Explosion der Ölpreise abgelöst wurde. Gegenwärtig ist auf den Getreidemärkten und den Dieselmärkten eine gewisse Entspannung festzustellen, während die Energiekosten, die bei der Herstellung anfallen, deutlich gestiegen sind. Und seit Jahresbeginn steigen auch wieder die Dieselpreise. Es wird viel kaufmännische Überzeugungskunst dazugehören, dies in Form von kostengerechten Abgabepreisen im Markt durchzusetzen.

7. Kommt die Warenkennzeichnung?

Wir haben in ganz Europa ein außerordentlich detailliertes Lebensmittelkennzeichnungsrecht, von dem allerdings in den meisten Staaten unverpackte Backwaren ausgenommen sind. Gegenwärtig bereitet die EU-Kommission eine so genannte Lebensmittelinformationsverordnung vor, in der das gesamte Kennzeichnungsrecht zusammengefasst und teilweise nochmals verschärft werden soll. Vermutlich können die Mitgliedsstaaten hiervon aber wieder die unverpackten Backwaren ausnehmen. In der vergangenen Legislaturperiode waren von deutscher Seite Verordnungsentwürfe vorgelegt worden, die eine umfassendere Kennzeichnung der unverpackten Lebensmittel vorsahen. Beispielsweise sollte die so genannte Allergenkennzeichnung verbindlich vorgeschrieben werden. Diese Pläne werden derzeit nicht weiter verfolgt. Ob sie in der nächsten Legislaturperiode wieder aufgegriffen werden, hängt sehr stark vom Wahlausgang im September ab.

LuftRoste - Die ideale Lösung



Das LuftRost von Anneliese ist die bereits tausendfach bewährte Alternative zum klassischen Holzrost. Das Anneliese LuftRost vermeidet durch die große LuftRost-Lochung ein Schwitzen des Brotes. Es ist stabil, leicht, hygienisch und preisgünstig. Das LuftRost ist nicht nur die passende Lösung beim Ausbacken und Gären, sondern ist darüberhinaus auch vielfältig einsetzbar beim Lagern, Kühlen und Transportieren von Backwaren. Leicht zu reinigen wird es allen hygienischen Ansprüchen gerecht. Alle LuftRoste haben 15 mm große Rundlochungen, die eine optimale Luftzirkulation während des Ausbackens gewährleisten.