

JOURNAL

März 2008

BÄKO

MITTELBADEN eG

Ein erster FRÜHLINGS GRUSS

AKTUELL

Deutsche Wirtschaft weiterhin auf Wachstumskurs.

Ankündigung
Frühjahrmesse in Iffezheim

Ausbildungsbetriebe
ausgezeichnet

Generalversammlung

SCHWÄLBCHEN Caffreddo
Latte – die neue Kaffee-
Spezialität für unterwegs

Verkaufstraining

BISS – das neue Bildschirm-
Informationssystem

Die Tricks der Diebe und
Betrüger

Aus dem Gebrauchtmart
Immer topaktuell informiert

Casino Baden-Baden
Einfach gute Unterhaltung

Alles Käse – oder doch nicht?
Markberichte

Köstliche Vielfalt
von Wolf ButterBack

Wir warben für Sie! –
Radio Regenbogen



„Ein ASS im Ärmel...“

www.baeko-mittelbaden.de



Geschätzte Mitglieder und Kunden unserer BÄKO Mittelbaden,

die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland zeigt sich recht robust. Obwohl das Wachstum in anderen Industrieländern an Dynamik verliert, befindet sich die deutsche Wirtschaft weiterhin auf Wachstumskurs. Auch im Geschäftsjahr 2008 erwartet man ein Wirtschaftswachstum von etwa 2% und die Aussichten sind gut, dass das Bruttoinlandsprodukt in den Folgejahren ebenfalls in ähnlicher Größenordnung zunehmen wird. Nach der Stagnation im Bäckerhandwerk in 2006 sind die Umsätze 2007 leicht gestiegen. Die Konditoren dürften ebenfalls einen leichten Wachstumskurs erfahren haben. Der zunehmende Außer-Haus-Verzehr begünstigte auch 2007 die Branche. Wegen des Anstieges der Preise für Agrar- und Molkereirohstoffe sowie höherer Personal- und Energiekosten hat sich die Ertragslage im Bäckerhandwerk nicht wesentlich verbessert. Die betriebswirtschaftliche Situation im Konditorenhandwerk ist unverändert.

Deutsche Wirtschaft weiterhin auf Wachstumskurs.



Für 2007 sollte zwar aufgrund leicht steigender Umsätze eine Besserungstendenz erwartet werden, insgesamt dürfte sich aber an der bisherigen Ertrageinstufung auch 2008 nichts Wesentliches verändern.

Ein hochwertiges und vielfältiges Angebot an Backwaren und Konditoren-erzeugnissen sowie ein reichhaltiges Snackangebot, eine angenehme Atmosphäre im Laden- und Cafébereich mit einem individuellen Ambiente dürften auch in Zukunft die Kundenbindung und -gewinnung erhöhen.

Zur Entwicklung der BÄKO Gruppe gehört eine Politik des aktiven Handelns. Der unternehmerische Leitgedanke im Bäcker- und Konditorenhandwerk muss weiterhin „AUFBRUCH“ lauten. Dabei geht es um neue Märkte, um Innovationen, um Investitionen, sowie Wachstum und neue Arbeitsplätze. Alles in allem gilt es den konsequenten Ausbau der

Kernkompetenz zu fördern, die absolute Leistungsstärke und Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten, die Warenbeschaffung sowie die Serviceleistungen störungsfrei zu forcieren und vor allen Dingen die Kundenbindung zu bewahren.

Die BÄKO Mittelbaden eG ist mit ihren umfassenden Aktivitäten auf dem globalen Beschaffungsmarkt und auf ihren sonstigen Geschäftsfeldern in der ansässigen Region gut aufgestellt und auf einem wirtschaftlich erfolgreichen Weg. Im Geschäftsjahr 2007 erzielte die Genossenschaft einen Gesamtumsatz von insgesamt 68.434.412,- Mio. Euro oder gegenüber dem Vorjahr + 7%. Trotz andauernder struktureller Veränderungen auf dem Brot- und Backwarenmarkt und anhaltender Konzentrationsprozesse im Bäcker- und Konditorenhandwerk hat die BÄKO Mittelbaden sich als Marktführer in der Region behauptet.

Die BÄKO Mittelbaden ist nicht nur Lieferant für Mehl, Rohstoffe, Frischdienst, Tiefkühlprodukte, Süßwaren, Handelswaren und Investitionsgüter, nein, sie reagiert im Bedarfsfall schnell und präzise und nutzt damit die Marktsituation. Ein sehr wichtiger Aspekt sind die Dienstleistungen: Finanzierungen, Ratenkaufverträge, Fachmessen, Seminare aller Art, Spezifikationsanforderungen u. v. m.

Im März 2008
Ihre BÄKO Mittelbaden eG

B. Neubauer · Geschäftsleitung

Impressum:
Bäko Journal

Herausgeber:
BÄKO Mittelbaden eG
Ottostraße 9
76227 Karlsruhe
GenR Freiburg 470074

Redaktionsleiter:
Roberto Conzatti
Tel. (0721) 9492-241
Fax (0721) 9492-249

Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Detlef Bauer
Fred Kunze
Daniela Langier
Melanie Padligur
Gabriele Walter

Layout, Satz, Repro, Druck:
Text & Bild Bahnmaier GbR
75228 Ispringen
Tel. (07231) 98 38 30
Fax (07231) 98 38 35



Ankündigung Frühjahrs- messe in Iffezheim

Frühjahrsmesse bei der BÄKO Mittelbaden eG im VIP Event-Bereich der Rennbahn in Iffezheim!

► Unter dem Motto:

**„Mit Ihrer BÄKO befinden Sie sich
immer auf der Gewinnerseite“**

veranstalten wir unsere diesjährige
Frühjahrsmesse vom **12.–14. April
2008**.

Auf einer 2800 m² großen Ausstel-
lungsfläche, verteilt auf 2 Etagen,
präsentieren sich alle namhaften
Firmen aus der Industrie in den
Bereichen:

- Rohstoffe
- Süßwaren

- Süßwaren – Saison
- Handelswaren
- Frischdienst/ Snack
- Tiefkühl
- Kleininventar und Technik

Sind Sie ein Gewinnertyp?
Testen Sie es selber, denn bei unserer
Messe dürfen Sie spielen...

In Zusammenarbeit mit der Spielbank
Baden-Baden bauen wir eigens über
unsere Messtage eine richtige Spiel-
bank mit Black Jack, einarmigen
Banditen und einem Roulettetisch auf.

Am Eingangsbereich erhalten Sie
„**Spiel-Jetons**“, welche Sie bei der
professionellen Spielbank-Betreuung
einsetzen können.

Natürlich sind **diese Jetons nur
über unsere Messtage gültig**.
Beim Verlassen unserer Messe wird
Ihr tatsächlicher Gewinn (Anzahl der
Jetons) und Ihr Namen registriert.
Die 20 besten Gewinnregistrierungen

erhalten nach unserer Messe durch
unseren Außendienst tolle Preise wie
z. B. ein rotes Coca-Cola Mountainbike
etc.



Als weiteren Anreiz erhalten Sie
2 Original-Eintrittskarten für die
Spielbank Baden Baden.

Viele Industriefirmen haben sich an
unserer **Spielbank-Aktion** beteiligt.
Je nach Auftragsvolumen und
Auftragswert erhalten Sie bei den
Firmen statt sonstiger Zugaben,
richtige Wert-Jetons, (2 €; 5 €;
10 €), welche Sie bei der Spielbank
in Baden-Baden einsetzen können.
Möchten Sie diese nicht einsetzen,
können Sie die Jetons jederzeit auch
gegen Bargeld eintauschen.

Wie immer laden wir Sie für
genüssliche und gemütliche Stunden
in unser Wohlfühlbistro ein.

Auf Ihr Kommen freut sich das
gesamte BÄKO-Team!

Ausbildungsbetriebe ausge- zeichnet – Wirtschaftsminister Ernst Pfister (MdL) würdigt Ausbildungsleistungen

Bei der Feierstunde der Hand-
werkskammer Karlsruhe wurden
anlässlich der Ehrung erfolgreicher
Ausbildungsbetriebe in der Bildungs-
akademie 34 Unternehmen aus dem
Kammerbezirk ausgezeichnet.

Die Unternehmen haben mit vor-
bildlicher Ausbildungsleistung unter-
strichen, dass sie auf qualifizierte
Mitarbeiter setzen und mit großem
Erfolg in die berufliche Ausbildung
investiert haben.

Ausgezeichnet werden Unternehmen,
die ein kontinuierliches Engagement
in der Ausbildung junger Menschen,
verbunden mit einem überdurch-
schnittlichen Prüfungsabschluss der
jungen Handwerkerinnen und Hand-
werkern, zeigen.

Nachstehend nennen wir die
Namen der **ausgezeichneten
Betriebe** und die **Preisträger** der
Werner-Stober-Stiftung des Jahres
2007.

Ausgezeichnete Ausbildungs- betriebe:

- Alfred Heckert, Bäckerei –
Konditorei, Graben-Neudorf

- Walter und Manfred Köhler GmbH,
Bäckerei & Konditorei, Graben-
Neudorf
- Walter Liedtke, Bäckermeister,
Gaggenau
- Gerhard Späth, Bäckerei, Rastatt
- Visel GmbH, Bäckerei, Konditorei
und Teigwaren, Karlsruhe
- Vogel Hausbräu GmbH & Co. KG,
Ettlingen

Preisträger der Werner-Stober-Stiftung:

- Maximilian Liedtke, Bäcker,
Gaggenau
- Walter Liedtke, Gaggenau
- Böckeler`s Cafe am Rathaus, Bühl

Liebe Mitglieder!

- Bitte merken Sie sich schon den Termin unserer 96. ordentlichen Generalversammlung vor. Diese findet am Mittwoch, 04. Juni 2008 um 15.30 Uhr wieder im „Bürgerhaus Neuer Markt“, EUROPAPLATZ, in 77815 Bühl (Baden) statt. Eine Einladung mit Tagesordnung und Anlagen werden Sie rechtzeitig erhalten.





NEUE KAFFEESPEZIALITÄT CAFFREDDO



SCHWÄLBCHEN Caffreddo Latte – die neue Kaffee-Spezialität für unterwegs

► CAFFREDDO, abgeleitet vom italienischen Caffè freddo („kalter Kaffee“) verkörpert mediterranen Lifestyle, Leichtigkeit und Lebensfreude. Caffreddo Latte ist eine kalte Kaffee-Spezialität, die aus röstfrischem Espresso (gepresst aus hochwertigem Arabica-Kaffee) in Verbindung mit Milch und Sahne hergestellt wird.

Die Seele aus echtem Arabica-Kaffee, von SCHWÄLBCHEN im hauseigenen Verfahren röstfrisch zubereitet, das Herz aus feiner Milch, so zeigt sich der Muntermacher Kaffee eisfrisch von seiner edlen Seite.

Vier Sorten garantieren extra feinen Kaffeegenuss:

Anregend frisch schmeckt CAFFREDDO Latte Macchiato. Ein Schuss Sahne verleiht ihm den abgerundeten cremigen Geschmack.

Ein Hauch zarter Schokolade gibt dem CAFFREDDO Latte Cappuccino seine besondere Note. Temperamentvoll bringt der Klassiker CAFFREDDO Latte Espresso erfrischungssuchende Kaffeeliebhaber in Schwung. Und die neue zuckerfreie Variante CAFFREDDO

Latte Non Zuccherato können auch Kalorienbewusste unbeschwert genießen.

Feinster Genuss im 250 ml-Becher zum Wiederverschließen, auch für unterwegs.

CAFFREDDO

Mit original Espresso aus echtem Arabica-Kaffee.

Alles Gute. Natürlich von **SCHWÄLBCHEN**

SCHWÄLBCHEN MOLKEREI Jakob Berz AG, Bahnhofstraße 38, 65307 Bad Schwalbach

„Mich dürfen Sie nicht fragen, ich bediene hier nur!“

► So lautete das provokative Thema eines Verkaufstrainings, zu dem die BÄKO und Ireks in die Schulungsräume der Bäko's nach Karlsruhe und Offenburg eingeladen hatten.

Insgesamt 180 Damen und Herren kamen am 05. März 08 nach Karlsruhe und am 12. März 08 nach Offenburg,

um den Verbraucher von morgen, Markttrends, Kundentypen und die passende Argumentation kennen zu lernen. Auch der Umgang mit Kundenreklamationen und die Information über allergene Stoffe gehörten zu den Schulungsthemen.

Wilhelm Goedereis, Verkaufsleiter im Hause Ireks, zeigte aktuelle Ernährungsentwicklungen auf und gab Argumentationshilfen für die verschiedenen Kundentypen an die Hand. Voraussetzung für gute Verkaufsgespräche sind in jedem Fall sichere und fachkompetente Produkt-

kenntnisse. Aufmerksamkeit und Einfühlungsvermögen müssen ebenso zum Handwerkszeug gehören wie die Fähigkeit, kundenorientierte Verkaufstechniken anwenden und mit Einwänden umgehen zu können.

Der Umgang mit Reklamationen verlangt Fingerspitzengefühl – das mag nicht neu sein, geht aber immer wieder schief.

Nach zwei ausführlichen und intensiven Stunden der Schulung konnten die Damen und Herren bei einer Tasse Kaffee und Gebäck die frisch erworbenen Kenntnisse im Gespräch vertiefen.





BISS – das neue Bildschirm-Informationssystem für ihre Bäckerei

Nur ein Klick zur Info:

Ein neues Bildschirm-Informationssystem bringt Bäckereien mit den Kunden ins Gespräch.

► **Einfach, schnell und übersichtlich – so ist BISS, das neue Bildschirm-Informationssystem für Ihre Bäckerei. Damit bieten Sie den Kunden detaillierte und aktuelle Angaben über Ihre Produkte – und das auf modernste Art und Weise.**

Die ausführliche und kompetente Beratung steht bei vielen Kunden auf der Wunschliste ganz oben, wenn sie ein Geschäft betreten. Im täglichen und überaus stressigen Geschäftsablauf einer Bäckerei ist das nicht immer einfach zu bewerkstelligen.

B.I.S.S.®
Information mit Biss



Unterstützung können sich Bäckermeister jetzt von BISS holen. BISS, das ist ein Bildschirm-Informationssystem, das Kunden im Verkaufsraum ausführlich über die Produkte, die verkauft werden, informiert. Über einen modernen Flachbildschirm können alle gewünschten Informationen per Fingerklick abgerufen werden: Welche Körner sind im Sechskornbrot verarbeitet? Was sind die Zutaten im Fitnessbrot? Welche wichtigen Hinweise gibt es für Allergiker? Wie steht es mit den Brenn- und Nährwerten verschiedener Produkte?

Der Kunde hat leichtes Spiel mit dem neuen Angebot: Das Bildschirm-system ist einfach, schnell und übersichtlich zu bedienen und bleibt immer auf dem neuesten Stand – und das in jeder Filiale. Um die Ein-



speisung der Inhalte kümmern sich mittels modernster Technik die Administratoren – so können Sie sich ganz Ihren Kunden und Ihrer Arbeit widmen. In der Bäckerei selbst werden durch das Angebot keine zusätzlichen Personalkapazitäten gebunden. So wird der Bildschirm zum wichtigen Partner und Begleiter im täglichen Umgang mit den Kunden, die auf die Informationen zugreifen können.

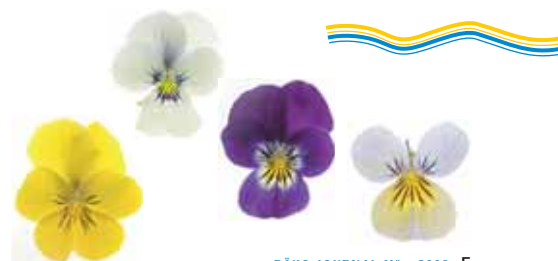
Die Zeiten, in denen in großen Ordnern herumgekramt werden muss, um die gewünschte Information zu finden, sind mit dem Bildschirm-Informationssystem BISS vorbei. Dass andere Kunden deshalb warten müssen, ist ebenfalls Vergangenheit – ein Verweis auf den Bildschirm genügt. Im Kundengespräch kann der Bildschirm auch als unterstützendes Element eingesetzt werden – visualisierte Infos bleiben präserter.

Das zuverlässige Informationsangebot wird die Zufriedenheit der Kunden stärken und außerdem einen guten Gesamteindruck hinterlassen. Es ist außerdem eine Möglichkeit, das Recht auf Information des Kunden nachhaltig zu stärken. Wenn künftig neue Regelungen oder Gesetze erlassen werden, die beispielsweise die Kennzeichnungspflicht von Produkten betreffen, lassen diese sich kostengünstig über den Bildschirm umsetzen.

Das BISS-System ist auch die ideale Plattform, um das Unternehmen und Sonderaktionen zu präsentieren – auch in Form von attraktiven und ansprechenden Bildern. So gibt es die Möglichkeit, Ihr Personal vorzu-

stellen, was Unternehmen zunehmend als Instrument nutzen, um Nähe zu den Kunden aufzubauen. Auch Werbung für Produkte, die im Laden zusätzlich verkauft werden, finden ihren Platz im Bildschirmangebot. In 70 Prozent der Fälle werden Kaufentscheidungen am Regal getroffen. Eine attraktive Präsentation kann da entscheidend sein – bewegte Werbung ist immer ein Blickfang.

Die Aufstellung des Bildschirms kann durch Werbung refinanziert werden, was nebenbei auch für zusätzliche Einnahmen sorgen kann. BISS wird vom Unternehmen Ambiente TV in Karlsruhe bereitgestellt, das Installation, Wartung Reparatur, Verwaltung, Produktion der Inhalte und die Werbevermarktung übernimmt. Die Bäckerei selbst muss sich um die Erledigung dieser Aufgaben nicht kümmern. Mit BISS können Sie Ihren Kunden zeigen, dass Sie auch in diesem Bereich auf dem modernsten Stand der Technik sind. Sie erzielen damit maximale Qualität mit einem minimalen Aufwand.





Die Tricks der Diebe und Betrüger

► **Allein im Jahr 2006 wurden in Deutschland Waren im Wert von über 4 Mrd. Euro gestohlen – eine dauerhafte Belastung gerade für kleine und mittlere Unternehmen, denen der Mitarbeiterdiebstahl zusätzlich zu schaffen macht.**

Die Tricks der Ladendiebe und Betrüger werden immer kreativer und professioneller. Neben der Erkennung der verschiedenen Verhaltensweisen von möglichen Ladendieben ist es auch wichtig, dass das Verkaufspersonal zumindest die am meisten benutzten Tricks der „Langfinger“ kennt.

1. Die gebräuchliche Methode:

Die Ware verschwindet direkt in der Einkaufstasche, in großen Manteltaschen oder weiteren offenen Jacken. Die Methode kommt in über 90% der Fälle zum Tragen. Sie betrifft die sogenannten „Gelegenheitsdiebe“, die heute wieder wesentlich häufiger auftreten. Darauf ist besonders zu achten, wenn ein Kunde im wärmeren Frühjahr oder sogar im Sommer mit einer dicken Jacke bekleidet das Geschäft betritt.

2. Das „Trojanische“ Pferd:

Eine offene, präparierte Handtasche wird auf einen Warenstapel gestellt. Der Ladendieb täuscht vor, etwas in der Tasche zu suchen. In Wirklichkeit öffnet er die im Taschenboden eingelassene Klappe und zieht die unter der Tasche befindliche Ware in die Tasche.

3. Der Ablenkungstrick:

Es handelt sich dabei um eine Methode, die gerne beim Ladendiebstahl durch mehr als eine Person angewandt wird. Meist wird dieser Trick angewendet, wenn sich in einem Bäckereifachgeschäft nur ein Verkaufsmitarbeiter aufhält oder allein hinter der Theke steht. Während eine Person die Aufmerksamkeit der Verkäuferin auf sich lenkt, begehen in der Zwischenzeit die Komplizen bzw. der Komplize den Ladendiebstahl. Oder: Eine Person fragt nach

dem Artikel, der nicht im Verkaufsraum, sondern im hinteren Geschäftsbereich bzw. auf Lager vorrätig ist. Dadurch muss das Verkaufspersonal den Verkaufsraum für eine kurze Zeit unbeaufsichtigt lassen, um den Artikel zu holen.

4. Der Kinderwagentrick:

Ein Kinderwagen ermöglicht es, eine große Anzahl gestohlener Waren zu verstecken und zu entwenden. Die Ausrede des Ladendiebstahls bei der Überführung („Das muss der Kleine wohl eingesteckt haben“) erschwert die Beweislage, da Minderjährige nicht strafbar sind.

Hier gilt es, die ertappte Mutter oder den ertappten Vater deutlich auf Folgen des Diebstahls oder dessen Versuch aufmerksam zu machen. Die Personalien sollten auf jeden Fall vermerkt werden.

5. „Gebrauchte Kassenbons“:

Häufig ist gerade im Lebensmittelbereich festzustellen, dass Kunden ihre Bons an der Kasse liegen lassen. Mit einem solchen Bon kann ein Ladendieb „einkaufen“ gehen. Er sucht nach den eingetippten Preisen die Waren aus und packt sie in seine Tasche. Zur Tarnung wird noch ein zusätzliches kleines Teil gekauft, das er „vorher vergessen hatte“. An der Kasse wird nur noch das neue Teil bezahlt und der Kassenbon als Legitimation für die anderen Waren vorgelegt.

6. „Ineinanderpacken“:

Manche Bäckereifachgeschäfte verkaufen auch Artikel in Kartons verpackt, z.B. Tchibo-Artikel. Dadurch hat ein Dieb die Möglichkeit, Waren im Karton zu verstecken. Hier ist die Aufmerksamkeit der Kassensmitarbeiter besonders gefordert. Es sollte selbstverständlich für das Verkaufspersonal sein, Kartonwaren oder andere Hohlkörper immer genau zu prüfen.

7. Der „Schwangerschaftstrick“:

Weibliche Ladendiebe täuschen manchmal eine Schwangerschaft vor, um unter dem weiten Umstandskleid Waren zu verstecken. Einzige Möglichkeit bei begründetem Verdacht: Die Person in ein Gespräch verwickeln

und ihr zumindest zeigen, dass sie bemerkt worden ist. Oder mit gezielten Fragen versuchen herauszufinden, ob die Frau wirklich schwanger ist, was nicht einfach ist.

8. Der „Zeitschrift in Zeitschrift-Trick“:

Eine z. B. teure Computerzeitschrift oder ein anderer teurer Artikel wird in ein wesentlich günstigere Zeitschrift gesteckt. Hierbei ist die Aufmerksamkeit der Kassensmitarbeiter gefordert, dieses zu kontrollieren.

9. Der „Helm-Trick“:

Der „Kunde“ kommt mit einem Motorradhelm oder auch einem Fahrradhelm in das Geschäft und steckt, wenn er nicht beobachtet wird, Kleinartikel in den Helm. Hierbei ist Aufmerksamkeit geboten, wenn dieser „Kunde“ nicht auf den ersten Blick als Motorradfahrer zu erkennen ist (fehlende Motorradjacke usw.).

10. Der „Umetikettier-Trick“:

Häufig lassen unachtsame Mitarbeiter Preisauszeichner im Geschäft liegen. Dies kann dann leicht von Betrügern genutzt werden, um sich die Preise „selbst zu machen“. Die Auszeichner sind heutzutage selbst von Laien leicht zu benutzen. Alle Preisauszeichnungsgeräte in einem Geschäft sollten immer verschlossen und nur für Verkaufsmitarbeiter zugänglich sein.

11. Der „Regenschirm-Trick“:

Der Regenschirm bietet den Vorteil für den Dieb, dass er nicht geöffnet werden muss und Artikel darin versteckt werden können. Vorbeugung: Schirmständer für die Kunden am Eingang. Ansonsten hilft nur, Kunden mit Schirm sehr genau beobachten.

12. Der „Begleiter-Trick“:

Häufig wird auf den Begleiter eines Kunden, der an der Kasse steht, nicht geachtet, da dieser anscheinend keine Ware hat, sondern den Hauptkunden nur begleitet. Hier ist immer besondere Aufmerksamkeit gefordert und der Begleiter sollte zumindest angesprochen werden.





AUS DEM GEBRAUCHTMARKT!

WMF-Kaffeemaschine „Presto“, neuwertig

WMF-Kaffeemaschine „Bistro Easy“

Wohlfühlmöbel – Tische und Hocker

BÄKO-Eismaschine mit Verkaufsvitrine

Glastür-Kühlschrank 120 cm breit

Glastür-Gefrierschrank 60 cm

Kuchenlagerschrank – Edelstahl-Bleche 60/40 cm

Wabäma-Brot Schneidemaschine-Automat

Glittermetall-Zwetschgen-Entsteinmaschine

1 Tiefkühlcontainer 12 m lang, 2,5 m breit und 2,60 m hoch, 60 m², Kälteanlage, FCKW-frei, Verdampfer, Schaltkasten
€ 4.000,- zzgl. MwSt. zzgl. Frachtkosten

Für Sie immer top-aktuell informiert!

► Ein Bericht aus dem Hause Ihrer BÄKO. Jedes Jahr laden wir Sie zu zwei Hausmessen in exklusivem Umfeld ein. Aber auch im Laufe des gesamten Jahres sind unsere Mit-



arbeiter auf dem aktuellsten Stand der Dinge.



Damit das so bleibt, werden unsere Mitarbeiter im Verkauf alle zwei Wochen geschult. Über neueste Entwicklungen aus dem Markt berichtet die Einkaufsabteilung, über neue Produkte und Marketingmaßnahmen informieren die Hersteller.

Kommende Angebote werden abgestimmt; die Fachberater unseres Hauses berichten über Erfahrungen aus dem Einsatz. Also immer top-aktuell im Markt für Sie unterwegs!





Casino Baden-Baden Einfach gute Unterhaltung

► Das Casino Baden-Baden bietet neben Führungen am Vormittag, dem Spielangebot im Großen Spiel mit Roulette, Black Jack und Poker sowie über 130 Spielautomaten im Automatenspiel ein abwechslungsreiches Unterhaltungsprogramm und eine hervorragende mediterrane Küche im Casino-Restaurant Sommergarten.



Veranstaltungs-Highlights wie Tanzabende, eine Mode- und Lifestyle-Show, Eric Prinzing & Band alias Elvis Presley mit seiner Las Vegas Show, eine Halloween-Party mit dem bekannten Magier Nicolai Friedrich sowie die Casino Silvester-Night versprechen abwechslungsreiche Unterhaltung im Casino Baden-Baden.



Eine aktuelle Übersicht der Veranstaltungen sowie den Poker-Turnierplan erhalten Sie auf der Homepage des Casinos unter: www.casino-baden-baden.de.

Die Spielbank Baden-Baden wird auch Sie durch erstklassigen Service und ein beeindruckendes Ambiente überzeugen.



Begleitet werden diese Veranstaltungen stets durch ein exklusives gastronomisches Angebot, das einen unvergesslichen Abend im Casino garantiert.

Sie suchen eine außergewöhnliche Location für Ihre geschäftliche oder private Veranstaltung? Der Amerikanische Saal bietet mit 200 m² einen exklusiven Rahmen für Ihr Jubiläum, Firmenevent oder eine abwechslungsreiche Weihnachtsfeier.



Der Lady Day, Lucky Day sowie das Welcome-Weekend gehören bereits zu den festen Größen im monatlichen Veranstaltungskalender der Spielbank Baden-Baden.



Der Spielbetrieb ist täglich von 14.00–2.00 Uhr, freitags und samstags bis 3.00 Uhr geöffnet. Führungen finden in der Zeit von 10.00–12.00 Uhr (November–März) und von 9.30–12.00 Uhr (April – Oktober) statt. Letzter Einlass ist um 11.30 Uhr.

Zum Eintritt in den Spielbetrieb benötigt man einen gültigen Personalausweis oder Reisepass, das Mindestalter beträgt 21 Jahre. Wir bitten um angemessene Garderobe, für Herren Sakko und Krawatte.



**Casino Baden-Baden • Kaiserallee 1, 76530 Baden-Baden • Tel.: 0 72 21/30 24-0
E-mail: info@casino-baden-baden.de • www: casino-baden-baden.de**





Alles Käse – oder doch nicht?

Käsebrötchen im Fokus der Lebensmittelüberwachung: Käsezubereitungen werden rechtlich beanstandet.

► Derzeit werden in verschiedenen Bundesländern von den jeweils zuständigen Lebensmittelkontrolleuren Proben von Backwaren gezogen, die mit Käse bestreut oder überbacken sind. Bei den kontrollierten Gebäcken handelt es sich meist um Brötchen, Laugengebäcke und ähnlichem, in dem das Wort „Käse“ im Produkt-namen auftaucht. Wie verschiedene Landesinnungsverbände jetzt mitteilen, gibt es in diesem Zusammenhang hier erste Beanstandungen von Seiten der Lebensmittelüberwachung.

Um diesen Käseüberzug zu erzielen, wird nicht nur reiner Käse, sondern vielfach auch eine spezielle Käsezubereitung verwendet, die etwa unter

den Namen „Bäckerkäsemix“, „Bäcker-mix“, „Bäcker Mischung“ o.ä. von Zutatenlieferanten angeboten werden.

Bei diesen Produkten handelt es sich um Zubereitungen aus Käse, pflanzlichen Fetten, Magermilchpulver, Stärke, Milcheiweiß und Salz. Darüber hinaus enthalten sie Schmelzsalz (E 331), Konservierungsstoff (E 251) und Farbstoff (E 160a) Glucono-delta-Lacton und andere. Diese Käsezubereitungen sind zwar billiger, sind aber nicht Käse im Sinne der Käseverordnung.

Nach dieser Vorschrift sind Käse frische oder in verschiedenen Graden der Reife befindliche Erzeugnisse, die aus dickgelegter Käsereimilch hergestellt sind. Käsereimilch ist die zur Herstellung von Käse bestimmter Milch, auch unter Mitverwendung von Buttermilcherzeugnissen, Sahneerzeugnissen Süßmolke und Molken-sahne (Molkenrahm). Als Käsereimilch gelten auch Buttermilcherzeugnisse, Sahneerzeugnisse zur Herstellung von Frischkäse, Süßmolke, Sauer-

molke und Molken-Sahne (Molkenrahm), auch unter Zusatz von Milch und Sahneerzeugnissen, zur Herstellung von Molken-eiweißkäse.

Wer eine nicht zu 100 Prozent aus Käse bestehende Zubereitung auf einem „Käsebrötchen“ aufbringt, begeht eine Verbrauchertäuschung.

Da die Käsezubereitungen zwar billiger sind, aber nicht nur aus Käse im Sinne der Käseverordnung bestehen, sondern zu einem erheblichen Teil pflanzliche Fette enthalten, mag ihre Verwendung zwar sinnvoll sein, verstößt jedoch gegen lebensmittelrechtliche Vorschriften.

Denn wer eine solche eben nicht zu 100 Prozent aus Käse bestehende Zubereitung auf ein „Käsebrötchen“ oder beispielsweise eine „Käsebrezel“ aufbringt und in der Verkehrsbezeichnung nicht darauf hinweist, dass es sich hierbei nicht um Käse im Sinne der Käseverordnung handelt, begeht eine Verbrauchertäuschung nach § 11 LFGB.

Quelle: Allgemeine Bäckerzeitung

Haselnusskerne

► Die bisherigen Frostperioden in der Türkei haben keinen Schaden angerichtet, die Vegetation hat sich der Jahreszeit entsprechend entwickelt. An der Schwarzmeerküste sind für die nächsten Tage frühlingshafte Temperaturen angesagt, die der Natur zu einem Schub verhelfen werden. Der Beginn der Blüte wird so gegen Mitte März erwartet. Die Nachfrage hat in den letzten Wochen etwas nachgegeben, was zu leicht rückläufigen Preisen geführt hat. Inwieweit sich dieser Trend weiter fortsetzt, kann erst während bzw. nach Abschluss der Blütephase genauer beurteilt werden. Vorderhand bleiben die Preise in etwa auf gleichem Niveau.

Mandeln

► Die Entwicklung der neuen Ernte in Kalifornien verläuft bei nahezu optimalen klimatischen Bedingungen bis dato sehr gut. Als besonders vorteilhaft wird die hervorragende Überlappung der Blüte der verschiedenen Sorten bezeichnet. Ein wichtiger Faktor, weil die Mandel zur Befruchtung eine andere als die eigene Sorte benötigt. Diese sehr guten Aussichten haben in Kalifornien zu vermehrtem Verkaufsinteresse geführt. Die Käufer verhalten sich im Moment allerdings noch abwartend. Trotzdem erachten wir das Potenzial für festere Preise grundsätzlich als

größer als die Chancen für Bewegungen nach unten.

Pflanzenöl

► Die Nachfrage (Biodiesel) im Pflanzenölmarkt ist ungebrochen hoch. Die Verfügbarkeiten bleiben knapp. Die Preise bleiben weiterhin auf hohem Niveau und werden gemäss Fachleuten noch weiter steigen.

Sonnenblumenkerne

► Seit September 2007 haben die Sonnenblumenkerne eine Preissteigerung von ca. 30% erreicht. Die weltweite Nachfrage (insbesondere durch China) hat die Preise stark nach oben getrieben. Zudem werden die Kontrakte zu den abgemachten Preisen vielfach nicht eingehalten. Eine Entspannung ist mittelfristig nicht in Sicht.

Kürbiskerne

► Im Rahmen der Anspannung der anderen Saaten, ziehen auch hier die Preise im Ursprung kontinuierlich an. Die Versorgungslage in den Sommermonaten könnte laut den Fachleuten vor Ort angespannt werden.

Sesam

► In den letzten Wochen hat sich die Beschaffungs- und Preissituation bei den Sesamsaaten massiv zugespitzt. Infolge grosser Nachfrage weltweit (im Besonderen China!) und

knappen Mengen im Ursprung haben sich die Preise fast verdoppelt. Zudem erfolgen die Verschiffungen ab Ursprung weiterhin verspätet. Langfristige Kontrakte, die hoffentlich erfüllt werden, zögern diese Entwicklungen vorerst hinaus.

Leinsaat

► Leinsaat hat in den letzten Wochen zugelegt und eine Korrektur wird auch durch die Anbauprognosen eher unwahrscheinlich. Aller Wahrscheinlichkeit werden die kanadischen Bauern die Anbaufläche reduzieren (etwa 30%) und stattdessen Mais und Weizen zur Energiegewinnung anbauen.

Blaumohn

► Seit Herbst 2007 haben die Preise für Blaumohnsamen eine Steigerung von über 50% erfahren, wobei das Preisniveau bereits im Herbst sehr hoch war. Zurzeit können keine Kontrakte ab Ursprung gemacht werden, da die Anbauländer über zuwenig Ware verfügt. Ausserdem werden die Lieferungen sehr unpünktlich ausgeführt. Insbesondere die Beschaffung verkehrsfähiger Ware (geringer Morphingehalt) ist in dieser prekären Situation sehr schwierig. Aus Sicht der vorandenen Bestände und der noch zu erwartenden Nachfrage, aus Europa und Russland, ist das jetzige Preisniveau noch nicht der Höchststand.



Köstliche Vielfalt von Wolf ButterBack

► Seit der Gründung des Unternehmens 1991 hat sich Wolf ButterBack für seine Tiefkühlteiglinge einem äußerst hohen Qualitätsstandard verschrieben. Ausschließlich reine Markenbutter kommt bei der Teigbereitung zum Einsatz. Eine lange Teigführung garantiert den guten Geschmack und ausgesuchte Rohstoffe, selbst herge-



stellte Füllungen und viele noch handwerkliche Schritte im Produktionsablauf zeichnen die Produkte aus. Daran hat sich bis heute nichts geändert.

Über 100 verschiedene Standardprodukte führt Wolf ButterBack mittlerweile im Sortiment, und ständig werden neue Kreationen entwickelt.

2006 wurde in dem damals in Betrieb genommenen Werk 2 am Fürther Standort eine Siedegebäcklinie installiert. Seither stehen *Butterberliner* in verschiedenen Varianten, fruchtig oder cremig gefüllt, gezuckert oder natur, zur Auswahl. Ebenso werden *Hefe-Donuts* gefüllt und ungefüllt sowie mit ansprechenden Glasuren



angeboten. Alle Siedegebäcke werden aus einem reinen Butterteig hergestellt und in Butterreinfett gebacken. Dadurch sind die Gebäcke besonders gut bekömmlich, bleiben lange frisch und überzeugen durch einen feinen Buttergeschmack.

Zum Schlemmen und Genießen verführt das *Berlinerkissen mit roter Grütze und Vanillecreme* mit seiner neuartigen und harmonischen Doppelfüllung aus einer sehr fruchtigen und

natürlich schmeckenden roten Grütze aus Kirschen, Himbeeren und Johannisbeeren sowie einer zarten Creme mit natürlicher Vanille.

Beide Füllungen werden unterschiedlich in das Gebäck eingespritzt, die Vanillecreme an den Rand und die rote Grütze in die Mitte, so dass sich ein überraschendes Geschmackserlebnis einstellt.

Dieses hochwertige Siedegebäck aus reinem Butterteig bietet viel Potential für den ganzjährigen Zusatzumsatz, und der hohe Kirschanteil in der Grütze lässt großen Spielraum in der Namensgebung für den Verkauf im Laden.



Dem Trend nach Gesundheit und Wellness folgt Wolf ButterBack mit dem *Keimkraft-Kipferl*.

Feiner Butterteig mit wertvollen Körnern wie ganzen Kürbiskernen, Sonnenblumenkernen, Dinkelschrot und Leinsamen sowie die zusätzliche Bestreuung mit Dinkelschrot bieten ein knuspriges und schmackhaftes Gaumenerlebnis.

Doch die besonderen positiven Eigenschaften des Gebäcks werden durch die Beigabe von Keimlingsmehl aus 11 verschiedenen gekeimten Körnern wie z. B. Mais, Dinkel, Lupine, Rotklee und Linse erzielt. Denn dieses Mehl enthält eine Vielzahl an Vitaminen, Mineralien und Spurenelementen, die in ihrer Konzentration annähernd an Vollkornmehl heranreichen. Durch den Keimprozess werden nicht nur die Vitamine im Korn multipliziert sondern die Spurenelemente aufgeschlossen und für den menschlichen Körper erst verfügbar gemacht. Erst vor kurzem ist wissenschaftlich belegt worden, dass Keimkraftmehl die Abwehrkräfte stärkt und den Stoffwechsel in vielerlei Hinsicht positiv beeinflusst.

Im Snackbereich wurde die Produktlinie um eine weitere Pizza ergänzt. Die *Pizza Margherita* besteht aus einem feinen Butter-Hefeteig, der die

Basis bildet für einen schmackhaften Belag aus frischen Tomatenwürfeln, würziger Tomatensoße und einem Käsemix aus Edamer und Gouda.



Auf der Hausmesse der BÄKO Mittelbaden eG vom 12.04.–14.04.2008 in Iffezheim können diese und mehr Produkte von Wolf ButterBack verkostet werden.



Jochen Bruder, Gebietsverkaufsleiter des Unternehmens, wird allen Kunden und Interessenten gerne zur Verfügung stehen.



Wolf ButterBack KG

Magazinstraße 77, D-90763 Fürth, Deutschland

Telefon: +49 911/6 70 44-0

Telefax: +49 911/6 70 44-40

Internet: www.butterback.de

E-Mail: info@butterback.de

BÄKO in Aktion mit Radio Regenbogen

Wir warben für Sie!

► Das knackige Geräusch, mit dem herzhaft in die rösche Kruste eines Brötchens gebissen wird... Sonores Schnarchen, bis es von einem Wecker unterbrochen wird... Flotte Musik. Zwei Wochen lang konnten Ihre Kunden im Januar morgens und abends die Werbespots zur Imagewerbung auf Radio Regenbogen hören, die Ihre BÄKO für Sie geschaltet hat.

Nach den Analysen des Mediendienstes haben etwa 3,2 Millionen Hörer die Spots gehört.



„... als hätten Sie es selbst gemacht!“

Neu!

Entdecken Sie unser neues Kipferl mit den besonderen Eigenschaften des Keimlingsmehls.

“Keimkraft-Kipferl”

- Rundum **kraftvoll** mit ganzen Kürbiskernen, Sonnenblumenkernen, Dinkelschrot und Leinsamen.
- Mit **vitalen** Spurenelementen, Vitaminen und Mineralien durch die Beigabe von Mehl aus gekeimten Körnern.
- Sehr **lange Frischhaltung** mit dem hohen Wasserbindevermögen des Keimkraftmehls.

- **Besonders würzig** und aromatisch mit der Komposition aus 11 verschiedenen Keimen wie z.B. Dinkel, Lupine, Hirse und Bockshornklee.

100 g pro Stück
1 x 60 Stück im Karton



Vitalität *so lieb'ich es!*
& Frische

Backfertige
Butterteiglinge