

## Hygienekonzepte optimieren

„Die Hygienekonzepte in den Filialen müssen weiter optimiert werden, um auf der einen Seite den Kunden ein sicheres Gefühl zu vermitteln, auf der anderen Seite aber auch um die Produktion hygienisch einwandfrei zu betreiben. Hier spielt auch das Thema Digitalisierung eine Rolle, wie z. B. bargeldlose Bezahlssysteme. Darüber hinaus sind Investitionen in die Effizienz der Arbeitsabläufe sinnvoll, um die Verbindung zwischen den verschiedenen Arbeitsschritten zu verbessern. In der Produktion sind die Bäckereien und Konditoreien weiter gefordert, in digital gesteuerte Maschinen zu investieren, um die Effizienz zu steigern. Moderne Maschinen stehen auch mit ihrem Hygienic Design für Nachhaltigkeit. Das Produktdesign spielt darüber hinaus im Sichtbereich der Filialen eine große Rolle. So können z. B. moderne Brotschneidemaschinen durch ihre Optik sich in das Ambiente stimmig einfügen und durch die Technik überzeugen – und dies auch im SB-Bereich.“

**Dr. Johannes Rath, Geschäftsführer  
Rego Herlitzius**



## Qualität im Fokus

„Wir leben in ungewissen Zeiten. Oftmals sind Lieferketten nicht planbar. Variablen erschweren eine derzeitige Prognose zur Entwicklung des Bäckereihandwerks. Vieles wird vermutet, erhobene Daten gibt es größtenteils noch nicht. Sicher wird es weiterhin eine Verschiebung bei den Betriebsgrößen geben: Die Anzahl kleinerer Betriebe oder Einzelbäcker nimmt ab, während der Anteil von Filialisten weiter ansteigt. Auch der Fachkräftemangel und die Personalknappheit im Back- und Gastrogewerbe werden anhalten. Sie verhindern eher einen neuen Standort als die verkehrsmäßigen Rahmenbedingungen. Die Erweiterung des Sortiments wird bei städtenahen Konzepten immer ein Thema sein, denn Frühstücksbuffet- und/oder Mittagessen-Angebote sind standortabhängige Entscheidungen. Rohstoff-, Einkaufs- und Energiepreise werden weiter steigen, demzufolge wird auch die Materialknappheit anhalten. Ein Nebeneffekt der gestiegenen Preise ist der Wunsch des Kunden nach guter Qualität. Themen wie Bio, Sauerteig sowie natürliche und regionale Rohstoffe werden stärker in den Fokus rücken.“

**Helmut Sürken, Vertriebsleiter/Prokurist  
Schmees Ladenbau**

