

Bequeme Backkunst: Wie Convenience die Bäckerei-Branche verändert

Entdecken Sie, wie Convenience in Bäckereien Effizienz mit handwerklicher Qualität vereint. Fachkräftemangel und neue Trends im Fokus.



Verschiedene Backstufen bei Convenience: Je weniger verarbeitet ein Produkt ist, desto mehr Spielraum bleibt für persönliche Anpassungen und kreative Backtechniken. © CMS Ingredients

Convenience-Produkte im Bäckerhandwerk

Im Bäckerhandwerk stehen Convenience-Produkte zunehmend im Fokus – eine Reaktion auf den Fachkräftemangel und die Notwendigkeit, flexibel zu bleiben. Der Einsatz von Backmischungen und Fertigprodukten scheint der Realität vieler Betriebe Rechnung zu tragen. Die Debatte um Vorprodukte in der Backstube wird von unterschiedlichen Sichtweisen geprägt. Während einige Bäcker auf traditionelles Handwerk setzen,

entscheiden sich viele, Convenience-Lösungen zu integrieren. Diese Produkte ermöglichen nicht nur eine größere Vielfalt im Sortiment, sie erleichtern auch den Produktionsprozess. Einheitliche Qualität, Zeitersparnis und einfache Handhabung sind nur einige der Vorteile, die Convenience bieten kann.



In Zeiten steigender Nachfrage nach pflanzenbasierten Lebensmitteln ist die neue Produktlinie „Generate“ von CSM besonders interessant. © CMS Ingredients

Individuell mit verschiedenen Convenience-Stufen

Der individuelle Umgang mit Convenience im Bäckerhandwerk erfordert ein gewisses Maß an Entscheidungsfreiheit. Je weniger verarbeitet ein Produkt ist, desto mehr Spielraum bleibt für persönliche Anpassungen und kreative Backtechniken. Hersteller wie **CSM Ingredients** bieten eine Vielzahl von Convenience-Stufen an, die von konzentrierten Backmitteln bis zu Komplettmischen für besondere Gebäckspezialitäten reichen. Dies erweitert nicht nur die Möglichkeiten, sondern stellt auch sicher, dass die Produkte auf die Bedürfnisse des jeweiligen Betriebs abgestimmt werden können.

In Zeiten steigender Nachfrage nach pflanzenbasierten Lebensmitteln ist die neue Produktlinie „Generate“ von CSM besonders interessant. Diese Marke verbindet moderne Snackkonzepte mit kreativen, veganen Rezepturen, die über die Backware hinausgehen und beispielsweise pflanzliche Aufstriche in den Fokus rücken. Der Trend zeigt, dass auch im Bereich der

Convenience eine bewusste und innovative Herangehensweise möglich ist.

Ein spannendes Beispiel für offene Kommunikation im Umgang mit Convenience ist Oliver Mahl, Geschäftsführer der deutschen **Bäckereien Apel** und **Thiele**. Während eines Gesprächs auf der Südback erläuterte er, dass er seinen Kunden gegenüber stets transparent sagt, wenn er Convenience-Produkte verwendet. Er ist überzeugt, dass solche Produkte Teil der modernen Backtechnologie sind und auch im handwerklichen Bereich ihren Platz haben. „Backen ist nicht nur Kreativität“, so Mahl, und erweist sich damit als Vorbild für Offenheit in der Branche. Die Kombination aus Effizienz und Handwerk hat längst Einzug in die großen Backbetriebe gehalten. Die Entscheidung für oder gegen Convenience-Produkte steht oft im direkten Zusammenhang mit den Herausforderungen des täglichen Geschäftsbetriebs und den Erwartungen, die moderne Verbraucher an die Qualität und Vielfalt der Backwaren stellen. Regionales Bäckerhandwerk sollte dabei nicht aus dem Blickfeld geraten, denn hier stimmen Qualität und Nachhaltigkeit und es bleibt Wertschöpfung im Land.

Besuchen Sie uns auf: baeckerzeitung.at