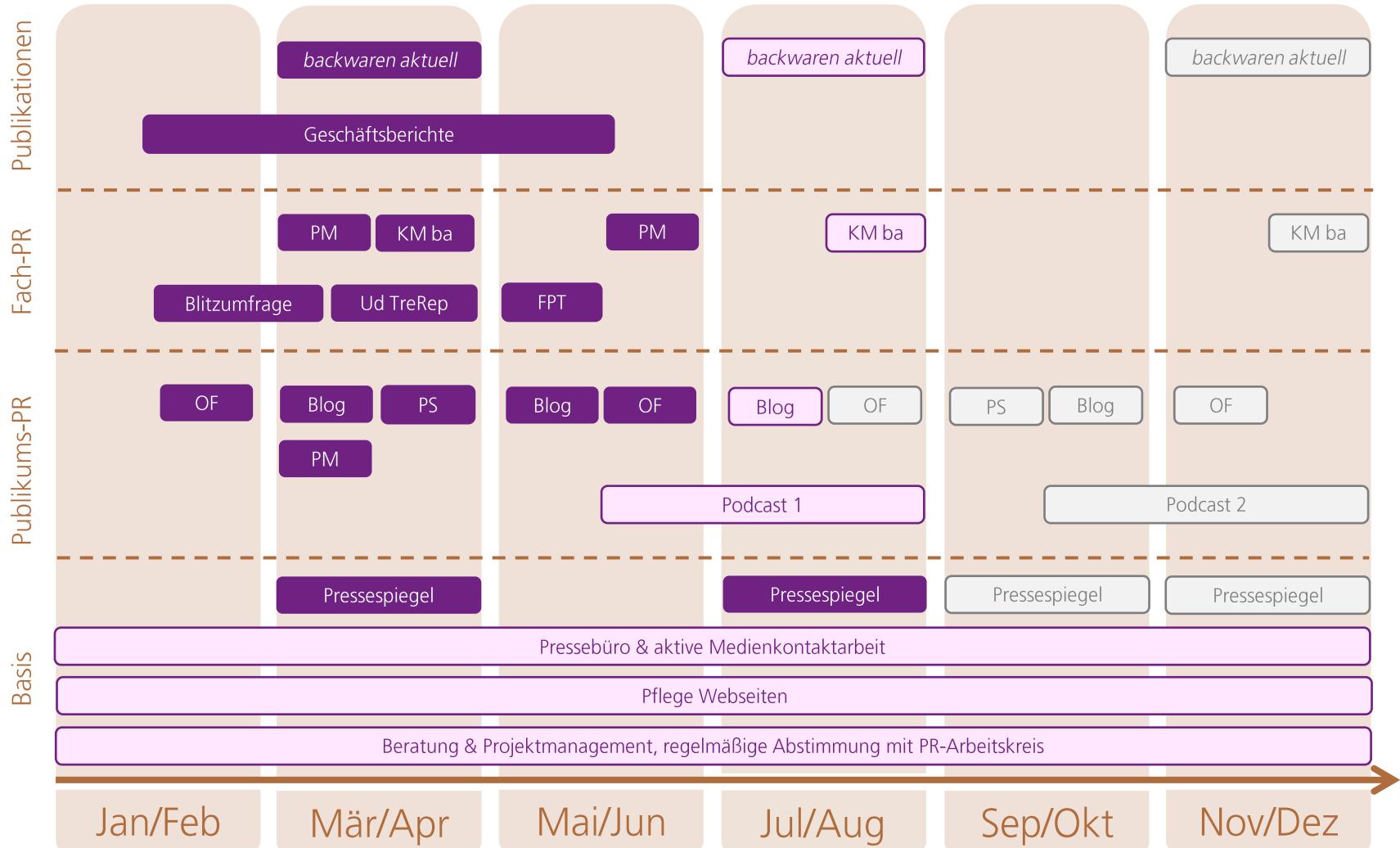


kommunikation.pw
food · beverages · lifestyle

WFB Quartalsberichte

24. Juli 2023

Projekte 2023



Q2/2023

Sitzungen & interne Kommunikation

Sitzung PR-AK (1 von 1)

Online, 21.04. | Themen:

- Update TrendReport
- Infos zum Planungsstand FMT
- Ideen/Wünsche/Ablauf körperliches Treffen Berlin
- Erinnerung Redaktionsschluss
backwaren aktuell

Abgeschlossen

Onboarding PR-AK (1 von 1)

Online, 04.05.

Einführungs-
Termin für neue
PR-AK-Mitglieder



Abgeschlossen

Workshop PR-AK (1 von 1)

Berlin, 25.05. | Themen:

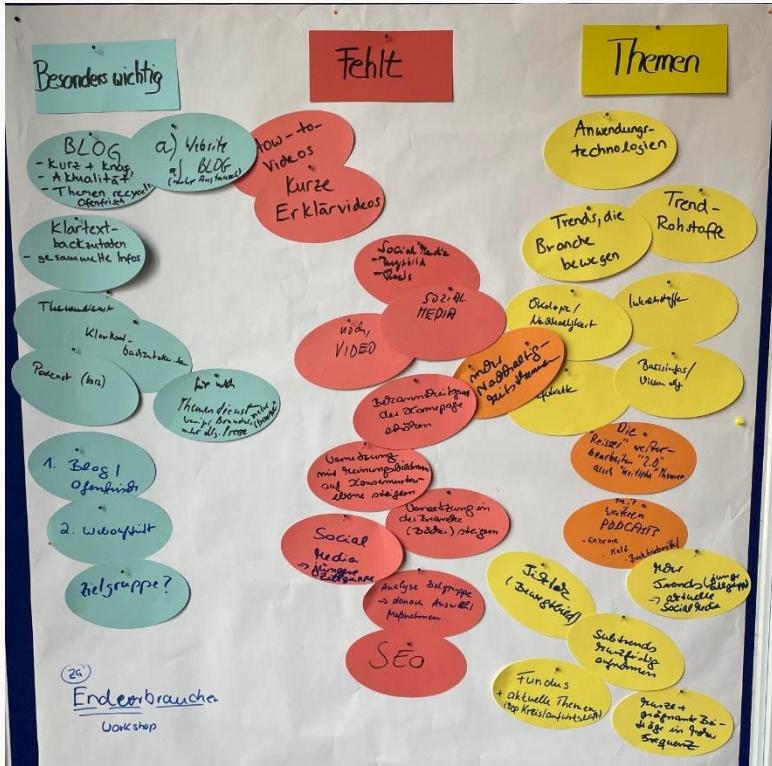
- Ein Blick zurück zu den Anfängen
Kommunikation 2014 bis 2018
- Öffnung Richtung Endverbraucher
Verbraucher-Kommunikation 2018 bis heute
- Stabile Basis in der Fachpresse
Fachkommunikation 2018 bis heute
- Erfolge in Zahlen
- Erfolge in Worten
- Strategie-Update 2021
- Aktuelle Maßnahmen im Überblick
- Mini-Workshop Maßnahmen & Themen Verbraucherkommunikation
- Mini-Workshop Maßnahmen & Themen Fachkommunikation

Abgeschlossen

Workshop PR-AK (1 von 1)

Berlin, 25.05. | Ergebnisse:

Mini-Workshop Verbraucher-Kommunikation



Mini-Workshop Fachkommunikation

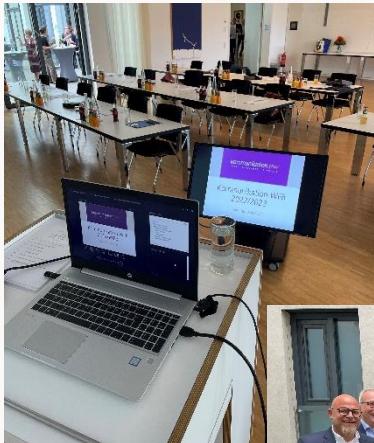


Abgeschlossen

OMV

Berlin, 29.06.

- Vorstellung PR-Aktivitäten WFB



Abgeschlossen

Geschäftsberichte (2 von 2)

Erstellung Geschäftsberichte WFB & BZV



GESCHÄFTSBERICHT
WISSENSFORUM BACKWAREN E.V.

Grafik & Inhalt



GESCHÄFTSBERICHT
BACKZUTATENVERBAND E.V.

Grafik

Abgeschlossen

Magazine & Broschüren

Update TrendReport 2023 (1 von 1)

Erschienen am 23.05. (für TN FMT)
Allgemeine Veröffentlichung Ende Juni



Abgeschlossen

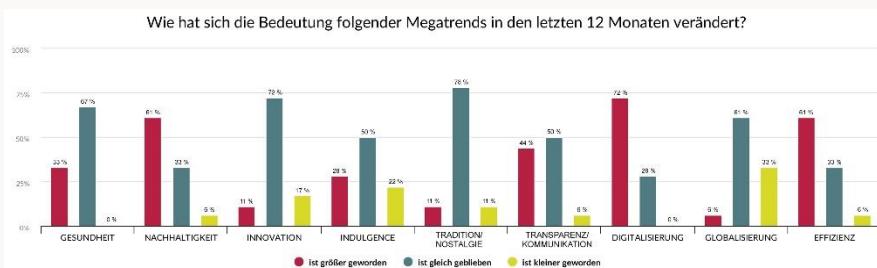
Pressearbeit

Blitzumfrage (1 von 1)

Laufzeit Blitzumfrage: 27.02. – 20.03.

Thema: Update TrendReport

Ziel: Anknüpfen an den erfolgreichen TrendReport 2022, Identifizierung der wichtigsten Trends und Entwicklungen 2023, grafische Aufbereitung in einem Vierseiter, Vorstellung auf Fachmedientalk im Mai 2023



Blitzumfrage: "Update TrendReport"

Ein Jahr nach unserem TrendReport - Was hat sich verändert?

Dank Ihrer Mithilfe konnten wir 2022 einen umfangreichen TrendReport inklusive einer komplexen TrendMap für die Backzutaten-Branche erstellen. Der TrendReport hat große Resonanz in den Medien gefunden und zu vielen positiven Rückmeldungen geführt. Ein Jahr später möchten wir wissen: Was hat sich verändert? Seit unserem TrendReport ist viel passiert: der Krieg in der Ukraine hat zu steigenden Energieraten und Inflation geführt, auch die Klimakrise ist prägender denn je, das Wort Nachhaltigkeit in aller Munde. Lieferengpässen und Rohstoffknappheit beschäftigen branchenübergreifend die Produzenten. Dafür gehen die Auswirkungen der Corona-Pandemie zurück, in Deutschland sind nahezu alle Maßnahmen abgeschafft. Und doch: Nicht alle kommen aus dem Homeoffice zurück.

Wie wirkt sich all das auf die neuen Megatrends und ihre Subtrends aus, die wir letztes Jahr identifizieren konnten? Welche werden größer, welche kleiner, welche werden 2023 eine besondere Bedeutung haben?

Die Ergebnisse werden in dem [Update TrendReport 2023](#) einfließen und auf dem [Fachmedientalk 2023](#) vorgestellt. Zudem können wir die Inhalte langfristig als „Futter“ für die Fachkommunikation nutzen.

Zur Bearbeitung der Fragen benötigen Sie etwa **15 Minuten**.

Mit Ihrer Teilnahme unterstützen Sie das Wissenforum Backwaren in der generischen Kommunikation rund um Backzutaten und Trends der Branche.

Vielen Dank!

[Zur Umfrage](#)

Blitzumfrage: "Update TrendReport"

Megatrends

Wie hat sich die Bedeutung folgender Megatrends in den letzten 12 Monaten verändert?

	ist größer geworden	ist gleich geblieben	ist kleiner geworden
GESUNDHEIT	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
NACHHALTIGKEIT	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
INNOVATION	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
INDULGENCE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TRADITION/ NOSTALGIE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TRANSPARENZ/ KOMMUNIKATION	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DIGITALISIERUNG	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
GLOBALISIERUNG	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
EFFIZIENZ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Abgeschlossen

Fachmedientalk (1 von 1)

Termin: 23.05.

Thema: Vorstellung Update TrendReport

Referenten:

- Christof Crone
(WFB)
- Gerrit Rosch
(WFB, *Martin Braun*)
- Georg Böcker
(WFB, *BÖCKER*)
- Wilko Quante
(BZV, *UNIFERM*)
- Dr. Mathias Warwel
(BZV, *IREKS*)



Medium	Teilnehmer (13)
BÄKO-magazin	Andrea Diener
back.intern	Mario Töpfer
back.intern	Brigitte Ahrens
Check Up Back.Business	Paola Rentsch
ABZ/KoCa Backmedien DFV	Lynn Esenwein
Back Journal	Dr. Benno Kirsch
DBZ Magazin	Christian Bremicker
brot+backwaren, backspiegel	Helga Baumfalk
BROTpro	Edda Klepp
RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel	Sibylle Menzel
Lebensmittel Praxis	Susanne Klopsch
Österreichische Bäcker & Konditor Zeitung (AT)	Hildegard Resch
Das Lebensmittelhandwerk (Öst. Agrarverlag) (AT)	Andrea Sturm
Handelsmagazin CASH (AT)	Stefan Pirker

Abgeschlossen

Media Relations

- ✓ BÄKO-magazin (Anfrage Interview C. Crone → erstellt)
- ✓ biowelt-online.de (Fragen zu Endverbraucher-Webseite & Podcast)



„JEDER BÄCKER SOLLTE SICH MIT TRENDS BESCHAFTIGEN“

Christof Crone ist Vorsitzender und Geschäftsführer des Wissenforums Backwaren. Ansprechpartner für alle, die mit Backmühlen und Backzutaten arbeiten. Er weiß, welche Megatrends aktuell angegangen sind.

Früherer war nicht bei Backzutaten, vegane und vegane Ernährungsformen finden immer mehr Achtung. Wie sieht die Entwicklung für Backzutatenhersteller? In der Tat handelt es sich bei den genannten Megatrends um ausgewogene Tendenzen der menschen im Laufe der Jahre. Die Entwicklung verfolgen unsere Mitglieder in den Unternehmen. Gegenwärtig schont sie aber nicht. Das hat sich auch deshalb in den Trends unserer Branche gezeigt, dass wir mit dem Thema, wie es erkennt wird, in dem wir neue Megatrends identifiziert haben. Hierbei sahen unsere Mitglieder vor allem im Süden des VeganPlant-Basis das größte Potenzial. Veganer und vegetarische Produkte aus Haus aus schon viel veganes Potenzial mit. Unsere Mitgliedsunternehmen stehen den Bäckern als Partnerin zur Seite, um gemeinsam mit ihnen die entsprechenden Differenzierungen im Bereich Feine Backwaren, kann der Verzicht auf tierische Produkte wie Butter, Ei, Milch und Sahne durchaus eine Herausforderung darstellen.

Stetige Energie- und Rohstoffpreise, Inflation, soziale Ungleichheiten und akute Krisen, die nicht nur die Menschen beeinträchtigen, wie sie die wirtschaftliche Lage der Backzutatenunternehmen und welche Auswirkungen hat diese?

Natürlich ist die aktuelle Lage mit Längen-Markt und dem Preisdruck für zulieferende Unternehmen aus anderen Branchen eine Herausforderung. Und auch wir als Verbund stehen in einer Reihe mit anderen Verbänden der Ernährungsindustrie und anderen Branchen, die ebenfalls unter diesen Megatrends, ebenso wie unter den anderen Herausforderungen, die auf den Markt bringen, und Themen wie Nachhaltigkeit, Gesundheit, Genuss, aber auch Effizienz und Digitalisierung weiterhin auf der Agenda der Unternehmen stehen. Und im Laufe der nächsten Jahre gehen wir davon aus, dass diese neuen Neuerungen zum Herbst hin auf den Plan gerufen werden. Zudem wird weiterhin

[Interview: Falk Stein]

BÄKO-magazin 5/23

Abgeschlossen

Pressemitteilung (2 von 3)

Thema: Veröffentlichung Update TrendReport

Versendet in zwei unterschiedlichen Versionen an die Fach- und an die Publikums presse am 29.06.



Wissenforum Backwaren
Berlin + Wien

PRESSEMITTEILUNG

Wissenforum Backwaren e.V.: Vegan ist Top-Trend 2023
Bei der Herstellung von Backwaren sind pflanzliche Zutaten gefragt

Berlin, 29. Juni 2023 – Eine Umfrage des Wissenforum Backwaren e.V. zeigt: Vegan bzw. Plant based ist Spitzenreiter unter den Trends in der Back-Branche 2023. Aber auch traditionelle Gebäcke wie Käsekuchen & Co., sowie eine traditionelle Herstellungsmethode sind bei Backwaren gefragt.



Wissenforum Backwaren
Berlin + Wien

PRESSEMITTEILUNG

Backzutaten-Branche: Vegan ist Top-Trend 2023
Wissenforum Backwaren veröffentlicht Update Backzutaten-TrendReport

Berlin, 29. Juni 2023 – Eine Umfrage unter Backzutaten-Herstellern zeigt: Vega Plant ist Spitzenreiter unter den Trends in der Back-Branche 2023. Dari hinsichtlich der drei am bedeutendsten genannten Trends für dieses Jahr ist Vega Plant vor dem traditionellen Gebäck & Käsekuchen. Dies ist der Ergebnis einer gemeinsamen Umfrage des Wissenforum Backwaren e.V. und der Experten des TrendReport des Wissenforum Backwaren auf. Die Ergebnisse der „Update Backzutaten-TrendReport 2023“ zusammengefasst. Das Update basiert bereits 2022 erschienenen TrendReport des Wissenforum auf und kann auf [www.wissenforum-backwaren.de](#) heruntergeladen werden.

Als Teil des Backwaren- und Gebäckmarktes ist das Wissenforum Backwaren e.V. seit 2012 eine umfangreiche Trendsanalyse für die Back-Branche erstellt und damit Maßstab für Megatrends und rund 100 Subtrends wurden darin identifiziert, in einer kontinuierlichen Zusammentragung und anschließend mit Beispielen und Branchen-Zitaten unterfüttert. Beide der Report bildete eine Umfrage, die im Frühjahr 2022 um Unternehmen der Backzutaten-Branche durchgeführt wurde.

Ein Jahr später wurden diese erneut befragt. Ergebnisse wie der Angriff Ressourcenknappheit auf die Backwaren- und Gebäckbranche und die damit verbundene beeinträchtigte Rohstoff- und Lieferverfügbarkeiten, aber auch die Klimakrise und immer präsenter gewordene Themen Nachhaltigkeit haben unmittelbare Auswirkungen auf die Backzutaten-Branche. Der Fokus der Umfrage lag daher darauf, wie sich die Trends vergangenen 12 Monaten entwickelt haben und welche im Jahr 2023 im Vordergrund stehen.

„Wir konnten vier besonders wichtige Trends für dieses Jahr herausdiskutieren“, erläutert Christof Crone, Vorsitzender und Geschäftsführer des Wissenforum Backwaren e.V., „Vegan/Plant based ist eindeutig der absolute Spitzenreiter der aktuellen Fr. Trends. „Vegan“ ist eine zentrale Begrifflichkeit, die in der Branche sehr viel Raum für Kurs“, führt Crone weiter aus. Er habe sich aber auch gezeigt, dass es auf operativer Ebene, absatz der reinen Food-Trends, verstärkt um Optimierung von Herstellungsprozessen, Kosten, Lieferketten und Performance von Produkten. Steigerung der Effizienz in allen Bereichen, ganz besonders der Energie, gehöre. „Optimierung, wie wir diese Trend beschaut haben, ist ein weiteres großes Thema unserer Branche – wie viele andere Branchen auch – derzeit untrreitbar.“ Als viertes Trend haben die Umfrageergebnisse das Thema digitale Kommunikation hervor, auch diese werde in der Branche immer wichtiger, so Crone.

„Vegan Produkte stehen so hoch im Kurs, weil die Zielgruppe einfach viel größer geworden ist“, erklärt Christof Crone, Vorsitzender und Geschäftsführer des Wissenforum Backwaren e.V., „denn diese besteht inzwischen nicht nur aus streng Veganen, sondern auch aus Fleistartern, die zwar nicht komplett auf tierische Produkte verzichten, aber aus Gründen von Nachhaltigkeit, Ethik und/oder Gesundheit den Konsum reduzieren und sich öfters vegane Varianten schmecken lassen.“

„Vegane Produkte stehen so hoch im Kurs, weil die Zielgruppe einfach viel größer geworden ist“, erklärt Christof Crone, Vorsitzender und Geschäftsführer des Wissenforum Backwaren e.V., „denn diese besteht inzwischen nicht nur aus streng Veganen, sondern auch aus Fleistartern, die zwar nicht komplett auf tierische Produkte verzichten, aber aus Gründen von Nachhaltigkeit, Ethik und/oder Gesundheit den Konsum reduzieren und sich öfters vegane Varianten schmecken lassen.“

Vertrittet die Branche einen Markt, der eine gewisse Widerprüfung erfordert? Nicht nur vegane Varianten, auch eine traditionelle Herstellung sowie traditionelle Gebäckarten sind 2023 laut Umfrage angefragt. Dazu zählen etwa Käsekuchen wie der beliebte Käsekuchen.

„Vielleicht möchte man in aufwühlenden Zeiten einfach gerne ab und an geschmacklich in schönen Erinnerungen schwelgen, das vermittelt Vertrautheit und Sicherheit“, vermutet Crone, „außerdem ein bisschen so gut Erinnerungen wecken wie der Geschmackssinn.“

Abgeschlossen

Themendienst (1 von 2)

Thema: Pseudogetreide

Versendet an die Publikumspresse am
27.04.

Abgeschlossen

Ofenfrisch-Reihe (2 von 4)

Thema: Zertifizierte Inhaltsstoffe

Versendet an die Publikums presse am
21.06.



Wissenschaftsforum Backwaren
Berlin - Wien

Ofenfrisch - Der Infoservice des Wissenschaftsforum Backwaren e.V.

Spannendes aus der Welt der Backzutaten für Sie und Ihre Leser

Kostprobe Nr. 02-2023	Zertifizierte Inhaltsstoffe
Die Bedeutung von zertifizierten Inhaltsstoffen	
<p>Eine Kaufentscheidung umfasst heutzutage so viel mehr als nur die sensorischen oder gesundheitlichen Eigenschaften eines Produktes. Auch Faktoren, wie die Auswirkungen von Produkten auf das Klima, die biologische Vielfalt oder die Nachhaltigkeit bestimmen den Prozess. Deshalb gewinnen Zertifizierungen und Labels, wovon es in der backenden Branche bereits viele gibt und deren Anzahl zunimmt, immer mehr an Bedeutung. Schon heute sind beispielsweise viele Backzutatenersteller Mitglieder der Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO), welcher sich für nachhaltige Anbaumethoden für Palmöl einsetzt. Auch das UTZ-Siegel, welches Agrarprodukte nach ökonomischen, sozialen und ökologischen Standards zertifiziert, ist häufig vertreten.</p> <p>Zertifizierungen und Labels dienen in der Lebensmittelbranche dazu, dass bestimmte Mindeststandards eingehalten werden. Diese können zum Beispiel soziale Kriterien wie Arbeitsnormen und Menschenrechte betreffen, aber auch Anforderungen an Nachhaltigkeit, Natur- oder Umweltschutz.</p> <p>Zertifizierungen und Labels in Bezug auf Nachhaltigkeit</p> <p>EcoScore: Das aus Frankreich stammende Nachhaltigkeitslabel bewertet Lebensmittel hinsichtlich ihres Einflusses auf die Umwelt. Fünf Stufen von einem dunkelgrünen A (sehr geringe Umweltwirkung) bis zu einem roten E (sehr hohe Umweltwirkung) kennzeichnen Produkte und geben der Kundschaft Auskunft über den Nachhaltigkeitsgrad eines Lebensmittels. Dabei fließen in die Berechnung verschiedene Umweltauswirkungen wie beispielsweise der ökologische Fußabdruck und die Herkunft der Zutaten, Nachhaltigkeitslabels und die Art der Verpackung mit ein.</p> <p>Planet-Score: Wie der EcoScore stammt auch der Planet-Score aus Frankreich und bildet neben dem fünfstufigen Score von A bis E zusätzlich noch die drei Unterkategorien Pestizide, Biodiversität und Klima ab. Außerdem bewertet der Planet-Score Produkte anhand einer erweiterten Lebenszyklusanalyse, die auch Faktoren wie den Einfluss auf das Klima, den Rückgang der Bodenfruchtbarkeit oder die</p>	

Abgeschlossen

Pressespiegel Q2 (2 von 4)

Die erste Ausgabe der „Backwaren aktuell“ 2023 setzt mit einem umfangreichen Artikel zum Thema Hafer einen Schwerpunkt.

Die Ausgabe kann auf der Website des Wissenforum Backwaren kostenfrei heruntergeladen werden (QR-Code scannen).



SCAN ME



SCAN ME



klarertext-backzutaten.de

WEBSITE DES MONATS

Die neue Website des Wissenforums Backwaren informiert leicht verständlich über Themen aus der Welt der Backzutaten. Infografiken machen gleich und bringen die wichtigsten Fakten kurz und knapp auf den Punkt. Blog-Kolumnen Laser in Kategorie Rohbackware, Backwarenherstellung, Kaffee, v. m. weiter überzeugen. Die Webpage bewertet auch den neuen Produkttest, der in diesem Monat stattgefunden hat. Ganz frühzeitig Experten und Interviewer wie zum Beispiel Dr. Georg Wenzel und Dr. Michaela Körber erläutern die Ergebnisse. In der Geheimreise gibt Sauerreiperte Dr. Georg Wenzel einen kleinen Einblick in die Backzutaten der Regionen.

„Vegan“ als Spitzensreiter bei Backwaren

neu

Vegan und pflanzlich – die Trends 2023

Vegan und pflanzlich – die Trends 2023



Vegan und pflanzenbasierte Ernährung bleibt der wichtigste Trend für die Backbranche im Jahr 2023. Diese Ansicht vertrat die große Mehrheit der vom Wissenschaftsforum Backwaren im Februar und März befragten
r Gesellschaft angekommen. Eine pflanzenbasierte (plant based)
lexiatur interessant, die zwar nicht komplett auf tierische
hängigkeit, Ethik oder Gesundheit den Konsum tierischer
intretender Vorsitzender Wissenschaftsforum Backwaren bei einer

grundätzlich gute Voraussetzungen dafür, den Trend Brote und Brötchen von Haus aus vegan sind. Anders sieht es Qualität ohne tierische Produkte wie Milch, Sahne, Eier und Butter von Backzutatenherstellern haben daher bereits mehrere Produkte und Konditoreiprodukte rein pflanzlich und gelingsicher erwartet, wie es im Rahmen eines Pressegesprächs „Es gibt gute Dr. Georg Böcker,stellvertretender Vorsitzender

Abgeschlossen

Blog, Webseiten,
Podcast

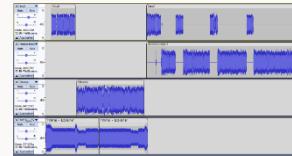
Webseiten WFB, BZV, KBZ

- ✓ Einstellen von Pressemitteilungen auf wissensforum-backwaren.de
- ✓ Einpflegen der Artikel aus *backwaren aktuell* auf wissensforum-backwaren.de
- ✓ Einstellen Update TrendReport auf wissensforum-backwaren.de
- ✓ Aktualisierung der Termine auf www.backzutatenverband.de
- ✓ Einpflegen von Blogbeiträgen & Podcast-Folgen auf klartext-backzutaten.de

Abgeschlossen

Podcast (1 von 2)

- ✓ Vorbereitung, Technik-Test und Aufzeichnung Folge 3 (Hefe)
- Postproduktion
- Freigabe
- Veröffentlichung



Läuft

Blogbeitrag

(2 von 4)

Thema: Sauerteig
VÖ: 26.05.



BACKZUTATEN

Sauerteig – ein Triebmittel zwischen Tradition und Trend

Sauerteig ist ein natürliches Teigtriebmittel, das seit Jahrtausenden zur Herstellung von Brot – und inzwischen auch anderen Backwaren – ...

WEITERLESEN

Ausblick Q3/2023

Presseservice (1)

Thema: Backtrends/Weihnachtsgebäck

*backwaren aktuell
02/2023*

ET: Anfang August

Ofenfrisch-Reihe (1)

Thema: Roher Teig

Kurzmeldung (1)

Thema: ET *backwaren aktuell 02/2023*

Blogartikel (1)

Thema: Leitsätze für Brot und Kleingebäck

Endverbraucherwebseite

Erstellung FAQ & Backzutaten-Lexikon

Podcast

Fertigstellung und Veröffentlichung der aktuellen Folge in Q3

Kurzmitteilungen, Webseitenpflege, Pressebüro, Pressespiegel, Beratung ...

Ausstehend



kommunikation.pur GmbH
Geschäftsführerin Sandra Ganzenmüller
Sendlinger Straße 31, 80331 München
Telefon: 089.23 23 63 45
Fax: 089.23 23 63 51
E-Mail: info@kommunikationpur.com