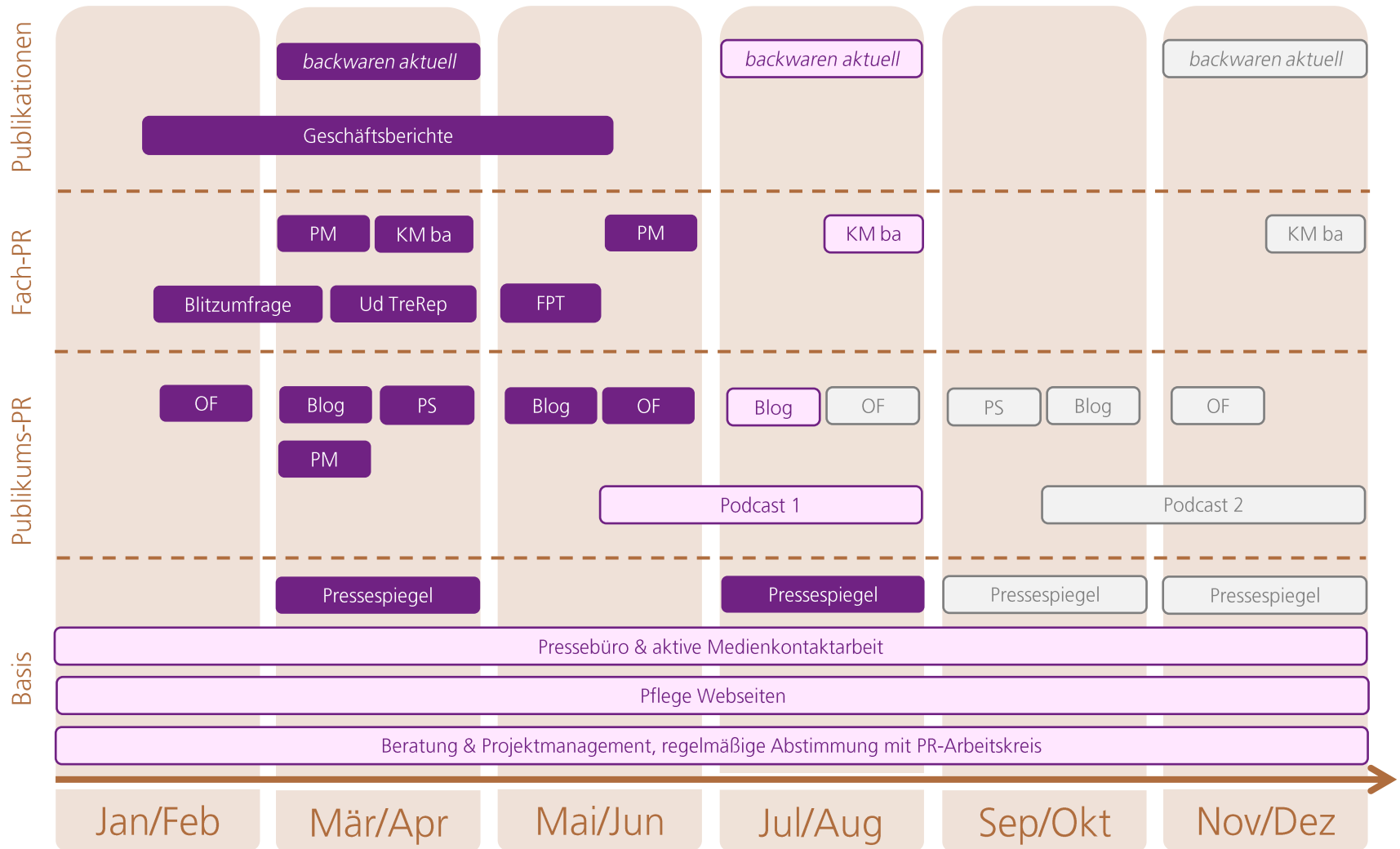


# WFB Quartalsberichte

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:

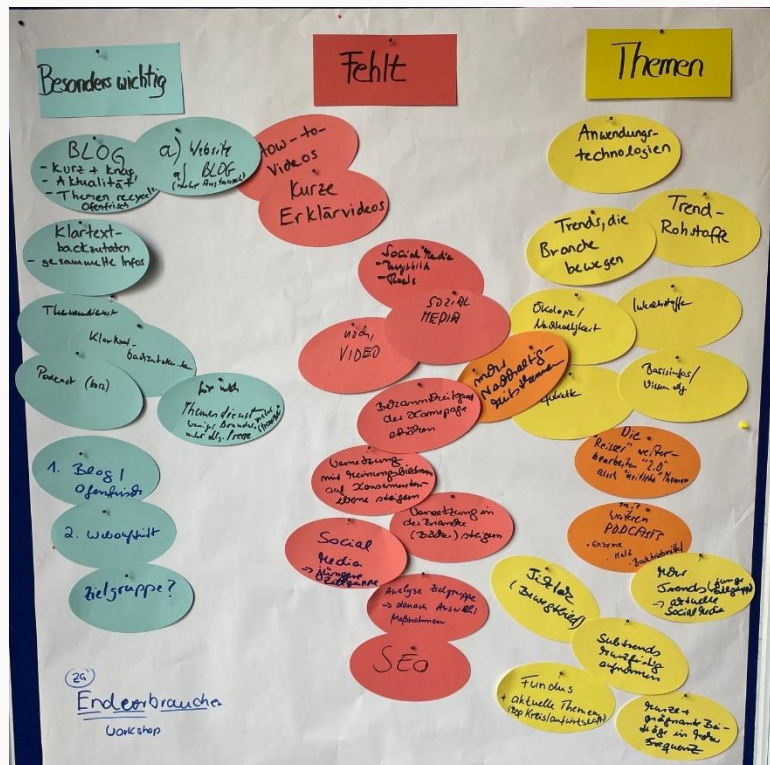
- Ein Blick zurück zu den Anfängen  
*Kommunikation 2014 bis 2018*
- Öffnung Richtung Endverbraucher  
*Verbraucher-Kommunikation 2018 bis heute*
- Stabile Basis in der Fachpresse  
*Fachkommunikation 2018 bis heute*
- Erfolge in Zahlen
- Erfolge in Worten
- Strategie-Update 2021
- Aktuelle Maßnahmen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

Abgeschlossen

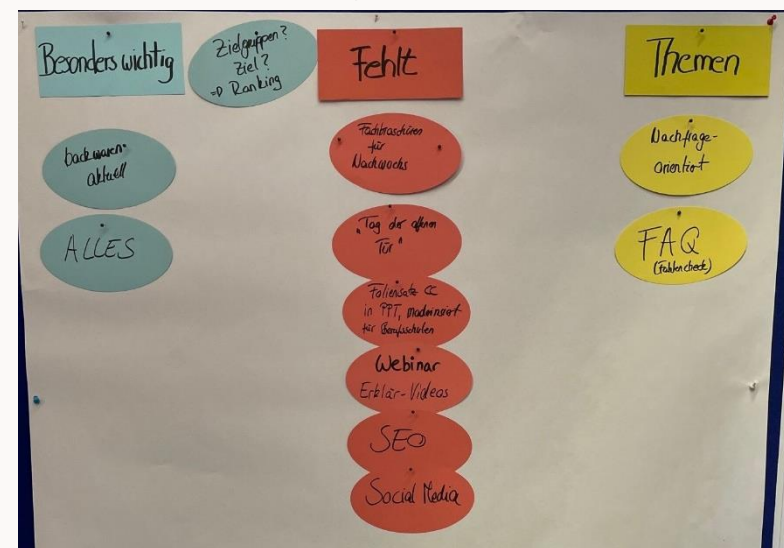
# Workshop PR-AK (1 von 1)

Berlin, 25.05. | Ergebnisse:

Mini-Workshop Verbraucher-Kommunikation



Mini-Workshop Fachkommunikation

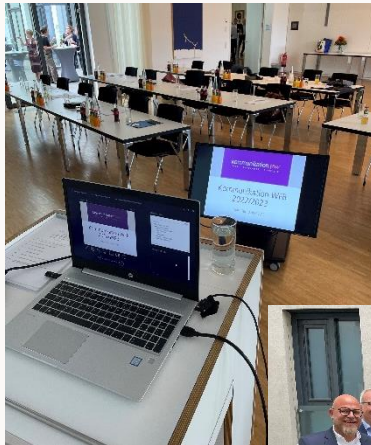


Abgeschlossen

## OMV

Berlin, 29.06.

- Vorstellung PR-Aktivitäten WFB



Abgeschlossen

## Geschäftsberichte (2 von 2)

Erstellung Geschäftsberichte WFB & BZV



Grafik & Inhalt



Grafik

Abgeschlossen

# Magazine & Broschüren

---





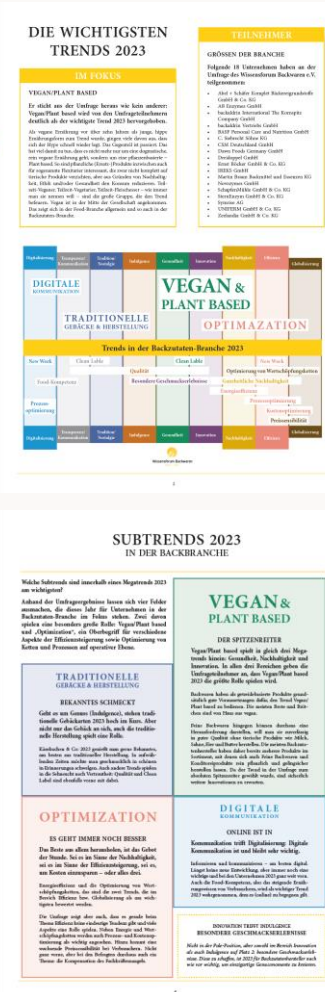
# Update TrendReport 2023 (1 von 1)

Erschienen am 23.05. (für TN FMT)

Allgemeine Veröffentlichung Ende Juni



Abgeschlossen



# Pressearbeit

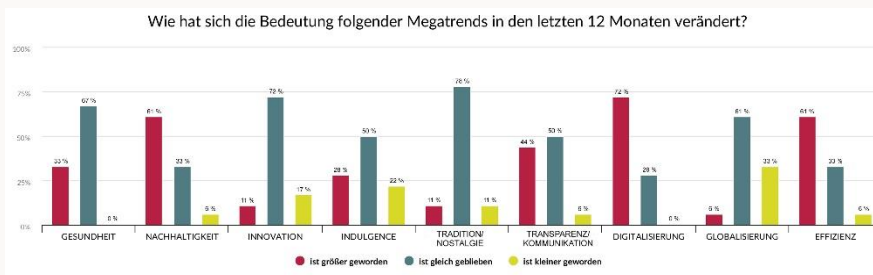
---

## 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 Backzutat-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 Energiepreisen und Inflation geführt, auch die Klimakrise ist präsenter denn je, das Wort Nachhaltigkeit in aller Munde. Lieferengpässe 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 neun 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 das **Update TrendReport 2023** einfließen und auf dem **Fachmedientalk 2023** vorgestellt. Zudem können wir die Inhalte langfristig als „Futter“ für die Fachkommunikation nutzen.

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

Mit Ihrer Teilnahme unterstützen Sie das Wissensforum 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 BACKER SOLLTE SICH MIT TRENDS BESCHÄFTIGEN“**

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

Fleischesser wandeln sich zu Flexitariern, vegetarische und vegane Ernährungsfarmen finden immer mehr Anhänger. Wie sehen Sie die Entwicklung für Backzutatenhersteller? In der Tat handelt es sich bei den genannten Ernährungstrends um mächtigste Treiber der Innovation im Lebensmittelbereich der veganen Jahre. Die Entwicklung verlangt unsere Mitglieder in den Unternehmen, demnach schon vor langer Zeit. Das hat sich auch deutlich im TrendReport unserer Branche niederschlagen, den wir im vergangenen Jahr erhoben und in dem wir neun Megatrends identifiziert haben. Hierbei sahen unsere Mitglieder vor allem im aufstrebenden Vegan/Plant Based das größte Wachstumspotential und diese Entwicklung spielt natürlich auch bei der Planung und Produktentwicklung eine Rolle. Daher finden sich in den meisten Segmenten unserer Mitgliedsunternehmen Produkte, mit denen Kunden in der backenden Branche qualitativ hochwertige Brote, Cakes und Feingebäck für Verbraucher, die sich zum vegetarisch oder sogar vegan ernähren wollen, herstellen können.

... und wie für Handwerksbäcker? Grundsätzlich entspricht es sich, dass sich jeder Bäcker mit dem aktuell vorherrschenden Trend beschäftigt und für sein Unternehmen, entsprechend den Wünschen der Kunden und im Einklang mit dem eigenen Konzept, entscheidet, mit welchem Sortiment er die größten Erfolge erzielen kann. Backwaren haben gute Voraussetzungen, um dem Trend zu folgen, denn Backwaren bringen als getriebene Produkte von Haus aus schon viel veganes Potenzial mit. Unsere Mitgliedsunternehmen können dem lisäksi als Partner zur Seite, um gemeinsam den Trend in Erfolg umzuwandeln. Gerade im Bereich Feine Backwaren kann der Wechsel auf tierische Produkte wie Butter, Ei, Milch und Sahne durchaus eine Herausforderung darstellen.

Welche Trends bestimmen außerdem die Forschungs- und Entwicklungsarbeit in den Mitgliedsunternehmen? Eindeutig das unsere Megatrends, die wir seit Jahren identifiziert haben, es geht auf den Punkt bringt, und Themen wie Nachhaltigkeit, Gesundheit, Genuss, aber auch Effizienz und Digitalisierung weiterhin auf der Agenda der Unternehmen stehen. Da wir uns im 21. Jahrhundert befinden, geht es darum aus, dass sich einige Neuentwicklungen zum Herbst hin auf den Plan greifen werden. Zudem wird weiterhin sehr intensiv an der Optimierung bestehender Rezepturen gearbeitet, auch gemeinsam mit den Kunden aus der backenden Branche. Das hat zum einen mit dem Trend hin zu veganen Produkten bzw. allgemein Nachhaltigkeit zu tun, aber natürlich auch mit den Voraussetzungen der Rohstoffverfügbarkeit.

Stetigste Energie- und Rohstoffpreise, Inflation und Lieferkettenprobleme sind aktuelle Themen, die nicht nur die Backbranche beschäftigen. Wie sehen Sie die wirtschaftliche Lage der Backwarenhersteller und welche Auswirkungen hat dies? Natürlich ist die aktuelle Lage für unsere Mitgliedsunternehmen genauso wie für zahlreiche Unternehmen aus anderen Branchen eine Herausforderung. Und auch wir als Verband stehen in einer Reihe mit den anderen Verbänden der Ernährungswirtschaft und uns helfen die täglich wechselnden Aufgaben und Themen um. Weiter konnten sich unsere Mitgliedsunternehmen den Veränderungen bestmöglich stellen. Als Verband unterstützen wir auf politischer Ebene, um die Bedürfnisse unserer Mitglieder an die entsprechenden Stellen in der Politik zu adressieren.

[Interview: Falk Steins]

BÄKO-magazin 5/23

Abgeschlossen

# Pressemitteilung (2 von 3)

Thema: Veröffentlichung Update TrendReport

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



**Wissensforum Backwaren**  
Gut. & Recht.

**PRESSEMITTEILUNG**

Wissensforum Backwaren e.V.: Vegan ist Top-Trend 2023 bei der Herstellung von Backwaren und pflanzlicher Zutaten gefragt

Berlin, 29. Juni 2023 – Eine Umfrage unter Backzutaten-Herstellern zeigt: Vegan bzw. Plant based ist Spitzenreiter unter den Trends in der Back-Branche 2023. Aber auch traditionelle Gebäcke wie Kleinkuchen & Co. sowie eine traditionelle Herstellungsweise sind bei Backwaren gefragt.

In einer Umfrage des Wissensforums Backwaren e.V. unter Unternehmen aus der Backzutaten-Branche wurde Vegan/Plant based als der wichtigste Trend 2023 hervorgehoben. Vegan/Plant based spielt in gleich drei Megatrends hinein: Gesundheit, Nachhaltigkeit und Innovation. In allen Bereichen geben die Umfrageteilnehmer an, dass Vegan/Plant based 2023 die größte Rolle spielen wird.

Gute Voraussetzungen, aber auch Herausforderungen für Bäcker

Backwaren haben als getriebene Produkte grundsätzlich gute Voraussetzungen dafür, den Trend Vegan/Plant based zu bedienen. Die meisten Brote und Brötchen sind von Haus aus vegan. Feine Backwaren wie Kuchen und Torten können hingegen eine Herausforderung darstellen, will man sie zurechtzulegen in guter Qualität ohne tierische Produkte wie Milch, Sahne, Eier und Butter herstellen. Dabei spielt das Thema auch für Bäcker und Backzutaten-Hersteller eine große Rolle. Hier sind Fachwissen, Kreativität und Innovationsgeist gefragt.

„Vegane Produkte stehen so hoch im Kurs, weil die Zielgruppe einfach viel größer geworden ist“, erklärt Christof Crone, Vorsitzender und Geschäftsführer des Wissensforums Backwaren e.V. „Denn diese besteht inzwischen nicht nur aus strengen Veganern, sondern auch aus Flexitariern, die zwar nicht komplett auf tierische Produkte verzichten, aber aus Gründen von Nachhaltigkeit, Ethik und/oder Gesundheit den Konsum reduzieren und sich oft für vegane Varianten entscheiden lassen.“

Vertrautes darf nicht fehlen

Auch wenn sich Hierdurch eine gewisse Widerspruchlichkeit ergibt: Nicht nur vegane Varianten, auch eine traditionelle Herstellung sowie traditionelle Gebäckarten sind 2023 laut Umfrage angesagt. Dazu zählen etwa Kleinkuchen wie der beliebte Kleinkuchen.

„Vielleicht möchte man in aufstrebenden Zeiten einfach gerne ab und an geschmacklich in schönen Erinnerungen schwelgen, das vermittelt Vertrauen und Sicherheit“, vermutet Crone. „Kann ein Sinn kann so gut Erinnerungen wecken wie der Geschmackssinn.“

Auch wenn sich Hierdurch eine gewisse Widerspruchlichkeit ergibt: Nicht nur vegane Varianten, auch eine traditionelle Herstellung sowie traditionelle Gebäckarten sind 2023 laut Umfrage angesagt. Dazu zählen etwa Kleinkuchen wie der beliebte Kleinkuchen.

„Vielleicht möchte man in aufstrebenden Zeiten einfach gerne ab und an geschmacklich in schönen Erinnerungen schwelgen, das vermittelt Vertrauen und Sicherheit“, vermutet Crone. „Kann ein Sinn kann so gut Erinnerungen wecken wie der Geschmackssinn.“

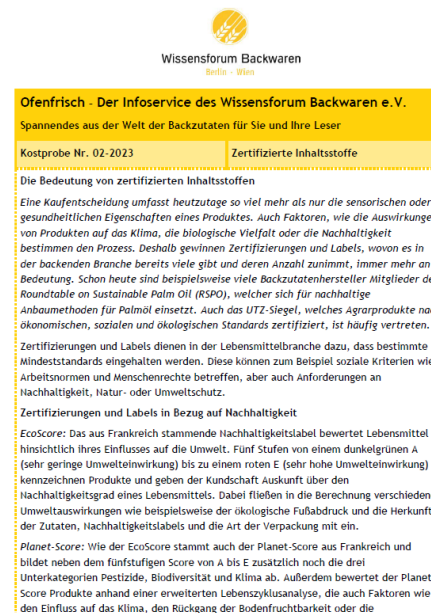
Abgeschlossen

Versendet an die Publikumspressse am  
27.04.



Abgeschlossen

Versendet an die Publikumspresse am  
21.06.



Abgeschlossen

# Pressespiegel Q2 (2 von 4)

**back.intern.**  
Wir machen Sie schlauer

HOME > 2023 > APRIL > 5 > MENSCHESS HETREDE MIT VIEL POTENZIAL

## Heimisches Getreide mit viel Potenzial

15.04.2023

Wissenforum Backwaren  
back.intern.



Die erste Ausgabe des **backwaren aktuell** 2023 liegt dem Leserpublikum auf dem silbernen Thema: **Hafer**. Hafer ist nicht nur als Müll oder Müllersatzmittel bekannt. Auch in der Backwarenbranche ist er zunehmend in Verwendung. Die Backwaren der Kategorie **Hafer** werden zunehmend in der Herstellung der Backwaren und in der Herstellung der Backwaren eingesetzt. Die Backwaren der Kategorie **Hafer** werden zunehmend in der Herstellung der Backwaren und in der Herstellung der Backwaren eingesetzt.

10  
wirtschaft economy

## TRENDS IN DER BACKBRANCHE

DAS WISSENSFORUM BACKWAREN V. HAT 2022 ERHOBEN, WELCHE THEMEN BACKZUTATEN-HERSTELLER BESCHÄFTIGTEN, DABEI WURDEN RUND 100 TRENDS IDENTIFIZIERT UND NEUN AUFGABEN IHRER BESONDEREN BEDUTUNG ALS MEGATRENDS EINGESTUFT.

CARSTEN GÖRKE

### Backwaren im gesellschaftlichen Wandel

Backwaren sind ein wichtiger Bestandteil unserer Ernährung. Sie sind nicht nur ein Genussmittel, sondern auch ein wichtiger Bestandteil unserer Kultur. Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.



Carsten Görke

### Das Konzept von Megatrends und Subtrends

Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

### Einblick in die Backwarenbranche

Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

### Einblick in die Backwarenbranche

Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

### Einblick in die Backwarenbranche

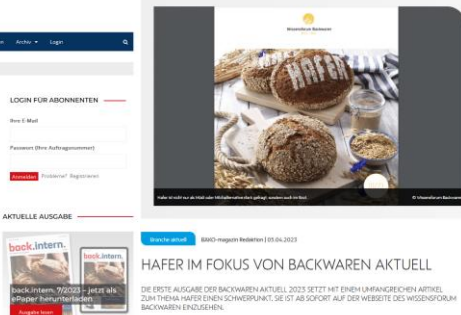
Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

### Einblick in die Backwarenbranche

Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

### Einblick in die Backwarenbranche

Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Backwarenbranche ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

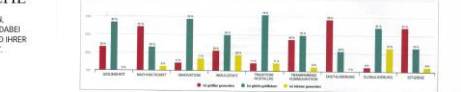


Hafer ist nicht nur als Müll oder Müllersatzmittel bekannt. Auch in der Backwarenbranche ist er zunehmend in Verwendung. Die Backwaren der Kategorie **Hafer** werden zunehmend in der Herstellung der Backwaren und in der Herstellung der Backwaren eingesetzt. Die Backwaren der Kategorie **Hafer** werden zunehmend in der Herstellung der Backwaren und in der Herstellung der Backwaren eingesetzt.

## Neue Entwicklungen bei den Megatrends

Im Vorjahr erfragte das Wissensforum Backwaren e.V. die Megatrends der Branche. Jetzt ist ein neuer Trendreport verfügbar, in dem die Auswirkungen der aktuellen globalen Entwicklung auf die Branchentrends untersucht wurden.

TEXT ANDREA STURM



Ein neuer wichtiger, herausragender Megatrend ist die **Hafer-Revolution**. Hafer ist nicht nur ein Getreide, sondern auch ein wichtiger Bestandteil unserer Ernährung. Die Hafer-Revolution ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Hafer-Revolution ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

Die Hafer-Revolution ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Hafer-Revolution ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

Die Hafer-Revolution ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen. Die Hafer-Revolution ist in den letzten Jahren stark gewachsen und wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

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

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



## «backwaren aktuell»: Ausgabe 01-2023 zum Download

Donnerstag, 6. April 2023

Berlin. (wifo / efo) Weltweit ist Hafer ein Trendgetreide. Allein auf Europa bezogen hat die Gattung Avena – und die aus ihr gewonnenen Erzeugnisse – vor allem in den Nordländern eine lange Tradition. Haferflocken, Hafermehl, Hafergrütze, Haferkleie, medizinische Backwaren. Haferflocken soll im Mittelalter sehr beliebt gewesen sein. Der Zuckeraustauschstoff Xylitol als Nebenprodukt der Hafer-Vermahlung ist heute besonders wegen seiner antikarionischen Wirkung beliebt. Branchenweit bekannt ist Xylitol spätestens seit Emil Fischer 1890 – und der finnischen Faerz Gruppe, die aus Hafer alles herstellt, was herzustellen geht. So bauten die Finnen von 1919 bis 2021 ein Werk in Lahti auf, das die Nebenprodukte der eigenen Hafer-Vermahlung (für die eigene Großbäckerei und -konfektoren) gut zu verwerten und zu vermarkten versteht.

Es wundert also nicht, dass sich die erste Ausgabe 2023 von „backwaren aktuell“, herausgegeben vom Wissensforum Backwaren, thematisch auf den Hafer und seine Erzeugnisse konzentriert. Erweitert wird das Spektrum durch einen kulturhistorischen Abriss vom Schiffszweck bis zum feinen Biskuit, die Bilanzierung von „Butter oder Margarine“ in mehrfacher Hinsicht, die Vereinbarung von „Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit“ im Mittelstand sowie durch einen nützlichen Blick auf die „mikrobiologischen Kriterien für tiefgefrorene Konditoreiprodukte“ aus Sicht des Lebensmittelrechts. **Angenehme Lektüre.**

## Startseite > Panorama

# Trendreport 2022 zeigt: Vegan ist Spitzenreiter bei Backwaren – „Die Zukunft isst pflanzlich“

Erstellt: 29.05.2023, 06:24 Uhr

Von: Lea Seitz



Vegane und pflanzenbasierte Ernährung bleibt der wichtigste Trend für die Backbranche im Jahr 2023. Diese Ansicht vertritt die große Mehrheit der vom Wissensforum Backwaren im Februar und März befragten

grundsätzlich gute Voraussetzungen dafür, den Trend Brote und Brötchen von Haus aus vegan sind. Anders sieht es aus bei tierischen Produkten wie Milch, Sahne, Eier und Butter. Backwarenhersteller haben daher bereits mehrere Produkte und Konditoreiprodukte rein pflanzlich und veganeigener erwartet, heißt es im Rahmen eines Pressegesprächs. „Es gibt

Dr. Georg Böcker, stellvertretender Vorsitzender

Abgeschlossen



Blog, Webseiten,  
Podcast

---

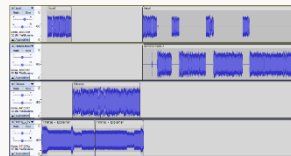
## Webseiten WFB, BZV, KBZ

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

Abgeschlossen

# 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](mailto:info@kommunikationpur.com)