

GMSA

INFO

Kundenzeitung
Groupe Minoteries SA

April 2019

Editorial

**Die FBK: als Treffpunkt
für Bäckerinnen und Bäcker –
ein Muss**

**Die GMSA ermöglicht
Wertschöpfung und Genuss**

GMSA 
MÜHLEN • MOULINS • MULINI

Editorial



Ohne sich grosse Gedanken zu machen, brauchen wir im Alltag sehr oft Abkürzungen, wenn wir von Unternehmungen und Organisationen sprechen. Nur noch selten werden die Namen in ihrer vollständigen Länge gebraucht: Denn entweder sind sie etwas allzu lang, vielfach etwas «sperrig» oder aber – je nach Landesteil – fällt die Aussprache alles andere als leicht. Wer denkt denn schon an die «Schweizerischen Bundesbahnen», wenn wir im Zug der «SBB» sitzen, oder an «Asea Brown Boveri», wenn wir in den Wirtschaftsnachrichten über die «ABB» lesen? Um diesem Problem beizukommen, spricht man im täglichen Umgang beispielsweise lieber kurz und knapp vom «SBC» (Schweizerischer Bäcker-Confiseur-Verband) oder dem DSM (Dachverband Schweizerischer Müller). Und trotzdem bleiben die Firmennamen – die Bezeichnungen der Organisationen/Verbände – wie sie nun mal sind, denn sie geben meist einen eindeutigen, unverwechselbaren Hinweis auf die Geschichte und/oder die Branche.

Unsere Muttergesellschaft (Groupe Minoteries SA) mit den ihnen bekannten und vertrauten Mühlen/Marken (Bruggmühle Goldach, Bonvita, Grands Moulins de Cossonay, Intermill, Mino-Farine, Steiner

Mühle), welche dazu da ist, die gemeinsamen Interessen und Aufgaben der Tochtergesellschaften (z.B. Logistik, Marketing, IT, Qualitätssicherung, Personalwesen, Rechnungswesen etc.) sinnvoll zu bündeln, um den Anforderungen gewachsen zu sein, wird intern – und zunehmend auch gegen aussen – schon längst «GMSA» genannt. Dem dreimal pro Jahr publizierten Informationsbulletin für unsere Kunden haben wir beispielsweise deshalb schon vor einiger Zeit den Namen «GMSAinfo» gegeben, weil sich diese Vereinfachung aus dem Sprachgebrauch des Alltages ganz natürlich herausgebildet hat. Im Geschäftsbericht sprechen wir denn auch seit langem praktisch ausschliesslich von der GMSA und nicht vom «Zungenbrecher» Groupe Minoteries SA. Trotzdem sehen wir keinen Anlass, den Namen unserer Muttergesellschaft – geschweige denn der verschiedenen Tochtergesellschaften – in irgendeiner Weise zu ändern, denn diese Bezeichnungen bilden Teil der unverwechselbaren Identität.

Vielmehr ist uns daran gelegen, im Hinblick auf die Wahrnehmung gegen aussen/innen, als grosse «Familie» etwas klarer, einfacher, schlichter aber auch konsequenter und damit auch besser verständlich – unter Respektierung unserer Vergangenheit,

die in einigen Fällen immerhin einige Jahrhunderte zurückreicht – aufzutreten. Inskünftig werden wir deshalb die Abkürzung «GMSA» in der Kommunikation in den Vordergrund rücken. Begleitet wird diese Abkürzung ganz schlicht und einfach von der dreisprachig gehaltenen «byline» Mühlen, Moulins, Mulini, die der Abkürzung nachgestellt wird, was in aller Einfachheit und ohne weitere Erklärung beschreibt, was wir letztlich machen und wo unsere Kompetenzen liegen.

Mit jeder juristischen Person (Mühle) oder Marke ist eine unterschiedliche Identifikation verbunden. Um diesem Aspekt – der auch die faszinierende Vielfalt und Tradition der schweizerischen Unternehmenskultur reflektiert – Rechnung zu tragen, listen wir die Namen der Firmen selbstverständlich nach wie vor in der Kommunikation auf. Damit wollen wir darlegen, dass wir gegenseitig aufeinander angewiesen sind und nur durch den Verbund in der «GMSA», welche eine Klammerfunktion einnimmt, stark sind.

GMSA 
MÜHLEN • MOULINS • MULINI

Bonvita
Bruggmühle Goldach
Grands Moulins de Cossonay
Intermill
Mino-Farine
Steiner Mühle

Die mit dieser Akzentverschiebung des Auftrittes verbundenen visuellen Anpassungen werden sich – je nach Bereich – über eine längere Periode hinziehen, um Zusatzkosten möglichst auszuschliessen.

Marc Müller

Marc Müller

Die FBK: als Treffpunkt für Bäckerinnen und Bäcker – ein Muss

Die 34. FBK vom 17. – 20. März war für das gesamte Verkaufsteam der GMSA ein unvergesslicher Moment.

Wir haben unser neues Corporate Design vorgestellt, mit dem wir die Kommunikation in der ganzen Schweiz vereinfachen. GMSA, so heisst unsere neue Marke. Indes werden wir auf regionaler Ebene – und zwar wie bis anhin – von unseren Geschäftsbereichen vertreten.

Die Besucher der Messe haben auch unsere Neuheiten entdeckt: das Alpenbrot Alpain aus geröstetem Bergweizen und das Antique-Brot aus UrDinkel und Emmer. Beide Brotkreationen sind das Ergebnis unserer engen Partnerschaft mit IP-Suisse und Naturel, die ebenfalls an unserem Stand waren.

Eine weitere Brotneuheit mit Charakter ist das Paillasse Celtic, das unser langjähriger Partner Paillasse Marketing anbietet.

Grosse Beachtung fand die Präsentation der neuen GMSApp, mit der unsere Bäckerkunden Mehl online unkompliziert und effizient bestellen können.

Nicht zu vergessen sind unsere Premium- und Lizenz-Brote sowie unser Sortiment edelvita «Bio Suisse Knospe», mit welchem wir 2018 erneut zwei Bio-Gourmet-Auszeichnungen gewonnen haben.

Wir danken allen Kunden, die uns an unserem Stand besucht und sich für unsere Neuheiten interessiert haben. Die vielen freundlichen Kontakte und spannenden Gespräche bestätigten uns, dass die Bäcker-Confiseurbranche dank vielen kompetenten und aktiven Berufsleuten mit viel Dynamik positiv in die Zukunft schaut.



Die GMSA ermöglicht Wertschöpfung und Genuss

Bis der Endkonsument ein feines Brot, ein Biomüesli oder ein paniertes Schnitzel geniessen kann, braucht es eine funktionierende Wertschöpfungskette. Wir sind stolz, einen Teil davon zu sein und unseren Beitrag zu leisten.

Die Müllerei als traditionelles Gewerbe war in den letzten Jahrzehnten einem starken Wandel unterworfen. Die Anforderungen und Bedürfnisse unserer Kunden stiegen.

Partner der Backwarenindustrie und dem Detailhandel

Die Qualität von Müllereiprodukten definiert sich im Wesentlichen durch die Konstanz in teigphysikalischer, mikrobiologischer und rückstandsanalytischer Hinsicht wie auch durch die Sicherstellung der deklarierten Herkunft des Rohstoffes. Um den zu Recht sehr hohen und wechselnden Ansprüchen des Marktes zu genügen sind wir darauf bedacht, die personellen und produktionstechnischen Voraussetzungen – gepaart mit einer praxistauglichen Qualitätssicherung auf höchstem Niveau – miteinander zu verknüpfen. Um diesen Anforderungen über das ganze Sortiment zu entsprechen, kommt der Beschaffung – wie auch der anforderungsreichen Lagerung – eine zentrale Rolle zu.

Partner der gewerblichen Bäcker

Das Bäckergewerbe ist – wie übrigens die gesamte agrarische Wertschöpfungskette – grossen Veränderungen ausgesetzt. Unsere Aufgabe ist es, unsere Kunden/Partner – soweit es uns möglich ist – zu unterstützen, zumal wir eine Schicksalsgemeinschaft bilden. Damit sind Taten und keine Lippenbekenntnisse gefragt. Die GMSA entwickelt in Zusammenarbeit mit dem Bäckergewerbe umfassende Brot- und Marketingkonzepte, um das Produktsortiment in Ergänzung mit den Hausspezialitäten des einzelnen Anbieters zu ergänzen und abzurunden. Dazu kommt eine Fachberatung, die sich nicht nur auf die Endprodukte beschränkt, sondern nach



Wunsch auch betriebswirtschaftliche/finanzielle Aspekte umfasst. Als einzige Mühle in der Schweiz bieten wir unseren Kunden die Option der Verrechnung mit dem Model «Pistor Plus», der gleichnamigen Genossenschaft, welche im Besitz der Bäcker ist, an. Zudem unterstützen wir die renommierte Fachschule Richemont, Luzern wie auch die Proback AG, die beide eine zentrale Rolle im Bereich der Schulung einnehmen.

Partner der Lebensmittelindustrie

Der wachsende Markt für Convenience-Lebensmittel verlangt hochstehende, qualitativ konstante, kundenspezifisch verarbeitete Komponenten/Zutaten, die bis in den Ursprung lückenlos rückverfolgt werden können und darüber hinaus den strengsten Anforderungen an die Lebensmittelsicherheit zu genügen vermögen. Als erfahrener Verarbeiter von Getreide aller Art, Hülsenfrüchten und Ölsaaten wie auch weiterveredelten Mehlen aus Brotgetreide (Paniermehle/Panaden) sind wir in der Lage, der 2. Verarbeitungsstufe wertvolle Impulse zu verleihen.

Partner der Landwirtschaft

Die Müllerei bildet einen wichtigen Teil der agrarischen Wertschöpfungskette. Wir arbeiten deshalb sehr eng mit den Produzenten, Getreidesammelstellen, der Agrar-genossenschaft fenaco wie auch den unabhängigen Getreidehändlern zusammen. Zudem unterhalten wir eine enge Zusammenarbeit mit den landwirtschaftlichen Forschungsanstalten mit besonderem Fokus auf den Bereich der Züchtung von Brotgetreide. Darüber hinaus stehen wir in regelmässigem Kontakt mit den Label-Organisationen (FiBL, IP-Suisse, Demeter, AOP etc). Als gewichtiger Abnehmer von agrarischen Rohstoffen schweizerischer Provenienz engagieren wir uns für eine eigenständige, selbstbestimmte Landwirtschaft und scheuen uns deshalb auch nicht, unsere Meinung im Hinblick auf die Agrarpolitik in den Jahresberichten/Zwischenberichten mit aller Klarheit zum Ausdruck zu bringen, um den Selbstversorgungsgrad mindestens auf heutigem Niveau erhalten zu können.

Marcel Wächter