AKTUELLES AUS DER GROUPE MINOTERIES SA

GMSA INFO

08

SEPTEMBER 2026

VOM FELD BIS IN DIE BACKSTUBE: LASSEN SIE NEUE CHANCEN KEIMEN

INHALT

SEPTEMBER

Ernte 2026: Die Hitze hatte das letzte Wort 04
Vom Getreide zum Brot: Austausch mit Guy Parmelin 06
Tage der offenen Tür bei der Moulin du Valais SA 08
UrDinkel: neue Chancen für das Bäckerhandwerk 10
UrDinkel-Kugeln: Vielfältige Inspiration 14
Promarca: Unser Upcycling-Ansatz ausgezeichnet 15
Panettone: Handwerk zahlt sich aus 16
Aus der Backstube: Zwei Bäcker, zwei Perspektiven 18
Richemontplus®: Eine neue Partnerschaft 22
Anders Erfolgreich: Der Mensch im Mittelpunkt 24
Südback: Besuchen Sie uns 27

Um die Lesbarkeit und Verständlichkeit unserer Texte zu erleichtern, haben wir bewusst auf die geschlechtsspezifische Sprachformulierungverzichtet. Unsere Formulierungen in der männlichen Form beziehen stets alle Geschlechter mit ein.

04

Ernte 2026

Eine vielversprechende Ernte, gebremst durch die Hitzewelle. Die Erträge decken den Marktbedarf, kleinere Körner bleiben jedoch eine Herausforderung für die Müllerei.

06

Vom Getreide zum Brot

Austausch mit Guy Parmelin anlässlich des Besuchs des Bundesrates bei GMSA.

08

Grosses Interesse an der Getreidewirtschaft

Moulin du Valais SA öffnete ihre Türen für die Öffentlichkeit und lud zu zwei Tagen voller Entdeckungen und Austausch ein.

10

UrDinkel

Das Getreide, das begeistert und neue Chancen für das Bäckerhandwerk eröffnet.

14

UrDinkel-Kugeln

Genussvolle, originelle und rentable Spezialitäten, die mit den UrDinkel IP-SUISSE-Perlen begeistern.

15

Upcycling

Unser Ansatz wurde mit dem 2. Preis des Promarca Brand Sustainability Award ausgezeichnet.

16

Panettone

Eine Chance für Handwerksbäckereien, bei der sich Fachkompetenz auszahlt.

18

Aus der Backstube

Zwei Bäcker berichten, wie sie Qualität, Handwerk und Innovation im Alltag verbinden.

20

Richemontplus®

Eine neue Partnerschaft im Dienste des Bäcker-Fachwissens.

24

Anders Erfolgreich

Wie lässt sich ein Betrieb weiterentwickeln, ohne das aus den Augen zu verlieren, was unser Handwerk ausmacht? Erfahrungsbericht von Herrn Ronny von der Bäckerei Ronny in Mézières.

27

Südback

Treffen Sie uns mit unseren Partnern an den Ständen von Pain Paillasse 9A52 und Hematronic 7D17.

Jede Ernte markiert einen neuen Meilenstein für unsere Wertschöpfungskette. Die Ernte 2026 zeigt einmal mehr, wie wichtig die enge Zusammenarbeit zwischen Produzenten, Sammelstellen und Mühlen ist, um Mehle von höchster Qualität zu gewährleisten.

In einem Markt, in dem Regionalität, Rückverfolgbarkeit und gleichbleibende Qualität immer wichtiger werden, ist unsere langjährige Partnerschaft mit den Schweizer Sammelstellen ein entscheidender Vorteil. Von Genf bis Romanshorn ermöglicht uns dieses Netzwerk, unsere Versorgung zu sichern, die Qualität des Getreides zu steuern, die Produktion auf unsere Bedürfnisse auszurichten und eng mit den landwirtschaftlichen Gegebenheiten der jeweiligen Regionen verbunden zu bleiben.

Diese Zusammenarbeit basiert auf einem kontinuierlichen Dialog. Gemeinsam planen wir den Vertragsanbau, koordinieren die Anlieferungen, trennen die Partien und beurteilen die Weizensorten, um den Anforderungen unserer Kundinnen und Kunden gerecht zu werden. Diese oft im Hintergrund geleistete Arbeit verleiht unseren Mehlen eine unverwechselbare Identität, geprägt von den Terroirs und dem Know-how der Anbauregionen. Gleichzeitig gewährleistet sie die Verfügbarkeit von Rohstoffen für Qualitätslabel wie Walliser Roggenbrot AOP, Cuchaule AOP, Vaud Certifié d'ici oder «De la Région».

Dieses auf Vertrauen und einer langfristigen Partnerschaft basierende Modell ist eine bewusste Investition in nachhaltige Qualität, Versorgungssicherheit und eine starke Schweizer Wertschöpfungskette. In einem sich wandelnden landwirtschaftlichen Umfeld ist diese Resilienz nicht nur ein Vorteil – sie ist eine Verantwortung, die wir mit Überzeugung wahrnehmen.

Hinter jeder Ernte stehen agronomische Gegebenheiten, die die Qualität unserer Mehle beeinflussen. Lesen Sie auf Seite 4 und 5 die Bilanz der Ernte 2026 und erfahren Sie mehr über die prägenden Herausforderungen dieser Erntekampagne.

Alexandre Bardet
Leiter Einkauf-Nachhaltigkeit

ERNTE 2026

DIE HITZE HATTE DAS LETZTE WORT

Nach idealen Bedingungen bis Anfang Juni 2026 wurde der Brotweizen – wie viele andere Kulturen auch – von der Hitzewelle zu Beginn des Sommers stark beeinträchtigt.

Während Weizen Trockenheit gut verträgt, reagiert er empfindlich auf anhaltende Hitze. Während der Kornbildung führten die extremen Temperaturen zu einer beschleunigten Abreife und beeinträchtigten die Kornfüllung.

Eine vielversprechende Saison, ausgebremst durch die Hitzewelle

Mitte Juli war der grösste Teil der Ernte bereits abgeschlossen. Die Bilanz fällt durchschnittlich bis gut aus: durchschnittlich hinsichtlich der Qualität, gut hinsichtlich der Erntemengen. Trotz zufriedenstellender Erträge überwiegt bei vielen Landwirtinnen und Landwirten die Enttäuschung. Seit dem Herbst herrschten sehr günstige Anbaubedingungen, die eine aussergewöhnliche Ernte erwarten liessen. Die Hitzewelle hat dieses Potenzial letztlich jedoch geschmälert.

Reichliche Erträge sichern die Versorgung des Marktes

Angesichts der vor der Ernte vorhandenen Lagerbestände und der 2026 eingebrachten Mengen dürfte die Versorgung mit Getreide den gesamten Bedarf problemlos decken. Der Schweizerische Getreideproduzentenverband hat sogar Marktentlastungsmassnahmen eingeleitet, um Partien mit den geringsten Qualitätsmerkmalen aus dem Markt zu nehmen.

Kleinere Körner – eine Herausforderung für die Müllerei

Noch bevor sämtliche Laboranalysen vorliegen, lassen sich bereits einige Feststellungen treffen. Die in den Sammelstellen gemessenen Proteingehalte fallen eher tief aus. Wahrscheinlich konnten die Pflanzen aufgrund der Frühjahrstrockenheit die notwendigen Nährstoffe nicht optimal aufnehmen. Die hohen Temperaturen am Ende der Vegetationsperiode verkürzten zudem die Kornfüllungsphase. Dadurch sind die Körner vergleichsweise klein, was die Mehlausbeute in der Mühle beeinträchtigen könnte. Die Auswirkungen auf das Bäckerhandwerk wurden bereits bewertet und werden im Begleitkasten dieses Artikels erläutert.

Die Kosten bleiben unter Druck

An ihrer Sitzung hat swiss granum eine leichte Senkung des Richtpreises beschlossen. Diese beträgt im Durchschnitt CHF 2.50 pro 100 kg Weizen beziehungsweise rund 5 % des Weizenpreises. Die theoretischen Auswirkungen auf den Mehlpreis lassen sich zwar rasch berechnen, doch müssen zunächst sämtliche preisrelevanten Faktoren berücksichtigt werden. Seit Beginn des Krieges im Nahen Osten haben sich verschiedene Rohstoffe verteuert, insbesondere aufgrund der gestiegenen Transportkosten infolge höherer Treibstoffpreise. Dies macht sich auch bei jedem Dieselbezug unserer eigenen Lastwagenflotte bemerkbar. Hinzu kommen Faktoren wie der Anteil an Malz oder Gluten sowie die Mehlausbeute, die ebenfalls berücksichtigt werden müssen, bevor wir uns in den kommenden Wochen zur Preisentwicklung äussern können.

Nach einer Anbausaison, die alle Voraussetzungen für eine aussergewöhnliche Ernte zu bieten schien, hat die Hitzewelle erneut gezeigt, wie empfindlich das Gleichgewicht zwischen Erntemenge und Qualität ist. Die bevorstehenden Analysen werden die tatsächlichen Auswirkungen dieser Ernte präzise aufzeigen. Das Ziel der gesamten Wertschöpfungskette bleibt unverändert: den Bäckerinnen und Bäckern ein Mehl bereitzustellen, das höchste Ansprüche an Konstanz und Leistungsfähigkeit erfüllt.

Backqualität der Ernte 2026

Alle Details zur Backqualität der Ernte 2026 finden Sie im Beiblatt zu diesem Magazin, auf dem Blog unserer Website www.gmsa.ch oder direkt durch Scannen dieses QR-Codes.

← Scannen Sie den QR-Code, um mehr über die Ernte 2026 zu erfahren

VOM GETREIDE ZUM BROT

DER BUNDESRAT ZU BESUCH BEI DER GMSA

Ein Besuch, der in Erinnerung bleiben wird: Bei strahlendem Sommerwetter durfte die GMSA am Morgen des 25. Juni 2026 die sieben Mitglieder des Bundesrates sowie Bundeskanzler Viktor Rossi und die beiden Vizekanzlerinnen am Hauptsitz in Granges-près-Marnand willkommen heissen.

Die traditionelle «Schulreise» des Bundesrates führte dieses Jahr, auf Initiative von Bundespräsident Guy Parmelin, durch den Kanton Waadt. Im Mittelpunkt stand die Schweizer Wertschöpfungskette – vom Getreide bis zum Brot.

Die Gäste wurden von Céline Amaudruz, Präsidentin des Verwaltungsrats der GMSA, begrüsst und erhielten anschliessend im Rahmen einer Präsentation von CEO Alain Raymond einen Einblick in die vielfältigen Aktivitäten der Gruppe. Dabei standen insbesondere die Produkte und Innovationen sowie die strategische Bedeutung der Schweizer Müllereibranche für die Versorgung des Landes im Fokus.
Ein besonderes Augenmerk galt den aktuellen Herausforderungen der Branche und der Frage, wie die Wertschöpfung vom Getreide bis zum Brot in der Schweiz angesichts der zunehmenden Importe von Halbfertig- und Fertigprodukten nachhaltig gesichert werden kann.
Die Delegation besichtigte anschliessend die Mühle und lernte dabei die verschiedenen Schritte der Getreideverarbeitung kennen: von der Anlieferung des Getreides über die Mehlherstellung bis hin zur Logistik, die die tägliche Belieferung von Bäckereien, der Lebensmittelindustrie, Grosshändlern und dem Einzelhandel gewährleistet.

Im folgenden Interview blickt Bundespräsident Guy Parmelin auf die Höhepunkte seines Besuchs zurück und teilt seine Einschätzungen zu den aktuellen Herausforderungen und Zukunftsperspektiven der Schweizer Getreide- und Bäckereibranche.

INTERVIEW MIT GUY PARMELIN, BUNDESPRÄSIDENT

Herr Bundespräsident, beim Rundgang durch unsere Mühle konnten Sie den Weg des Getreides vom Korn bis zum Mehl mitverfolgen. Was hat Sie dabei besonders beeindruckt oder überrascht?

Guy Parmelin: *«Die Komplexität der gesamten Wertschöpfungskette und damit verbunden die hohe Professionalität der Mitarbeitenden vor Ort. Da es sich um Lebensmittel handelt, ist es unerlässlich, die Risiken auf ein Minimum zu reduzieren und eine sehr hohe Qualität der Rohstoffe sicherzustellen, die das Unternehmen verlassen.»*

Die Schweizer Getreide- und Backwarenbranche steht zunehmend im internationalen Wettbewerb. Welche Rahmenbedingungen sind aus Ihrer Sicht nötig, damit die Wertschöpfungskette vom Schweizer Getreide bis zum Schweizer Brot langfristig stark und wettbewerbsfähig bleibt?

Guy Parmelin: *«Zunächst braucht es eine starke einheimische Agrarforschung, die in der Lage ist, die verschiedenen Herausforderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von der Produktion bis zum Konsum zu bewältigen. Dazu gehört insbesondere die Entwicklung qualitativ hochwertiger, krankheitsresistenter Sorten, die beispielsweise an die Folgen des Klimawandels angepasst sind. Ebenso wichtig ist die Aufrechterhaltung eines gewissen Grenzschutzes, insbesondere in einer Zeit, in der Kriege, geopolitische Spannungen und zunehmender Protektionismus die Lieferketten stark unter Druck setzen. Dabei geht es vor allem darum, unsere Ernährungssicherheit nicht zu gefährden und die Abhängigkeit vom Ausland nicht weiter zu erhöhen. Schliesslich braucht es das Engagement des Detailhandels, Produkte aus Schweizer Getreide zu vermarkten, die sich durch ihre hohe Qualität und Nachhaltigkeit auszeichnen. Gleichzeitig gilt es, die Konsumentinnen und Konsumenten dafür zu sensibilisieren und das Bewusstsein zu stärken, dass die Sicherung unserer Ernährungssicherheit ihren Preis hat und die Bereitschaft voraussetzt, diesen zu tragen.»*

Wie sieht aus Ihrer Sicht eine Schweiz aus, die ihre Lebensmittelversorgung langfristig sichern kann? Welche Rolle sollte dabei eine starke Schweizer Müllereibranche spielen, um die Versorgungssicherheit zu stärken und die Verbindung zwischen der heimischen Landwirtschaft und dem Bäckereihandwerk nachhaltig zu sichern?

Guy Parmelin: *«Es ist eine Schweiz, die sich bewusst ist, dass ihre Versorgungssicherheit angesichts der bereits erwähnten internationalen Entwicklungen nicht mehr gewährleistet ist. Während der Bund die Rahmenbedingungen festlegt, kommt auch «swiss granum» eine entscheidende Rolle zu, um die Konsumentinnen und Konsumenten für diese neue Situation zu sensibilisieren. Dafür muss die Branchenorganisation in der Lage sein, entlang der gesamten Wertschöpfungskette tragfähige Kompromisse zu finden – von den Getreideproduzenten über die Müllerei, die Bäckereien und den Detailhandel bis hin zu den Konsumentinnen und Konsumenten.»*

Wir danken Bundespräsident Guy Parmelin herzlich, dass er sich Zeit für dieses Gespräch genommen hat. Seine Aussagen zeigen, wie wichtig eine starke Schweizer Getreidewirtschaft ist, um eine nachhaltige Wertschöpfung vom Getreideanbau bis zum Brot sicherzustellen. Es handelt sich um eine strategische Herausforderung, die alle Akteure der Wertschöpfungskette betrifft: von den Landwirten über die Müller bis hin zu den handwerklichen Bäckereien, die dieses Know-how jeden Tag in hochwertige Produkte verwandeln.

TAGE DER OFFENEN TÜR BEI DER MOULIN DU VALAIS SA

GROSSES ÖFFENTLICHES INTERESSE AN DER GETREIDE-WIRTSCHAFT

Am 5. und 6. Juni 2026 öffnete die Moulin du Valais SA ihre Türen für Schulklassen aus der Region, Familien und die breite Öffentlichkeit. Zwei Tage lang standen Entdecken, Austausch und Begegnungen im Mittelpunkt.

Als wichtiger Akteur der Walliser Getreidewirtschaft verarbeitet die Moulin du Valais SA das im Kanton produzierte Getreide zu einem vielfältigen Sortiment an Mehlen. Dazu gehören insbesondere das Mehl für das Walliser Roggenbrot AOP sowie Mehle aus alten Getreidesorten wie Schweizer UrDinkel und Emmer. Damit trägt das Unternehmen den Erwartungen von Bäckereien und Konsumenten hinsichtlich Vielfalt und Qualität Rechnung.

Am Freitag verfolgten rund 230 Schülerinnen und Schüler aus Riddes und Isérables den Weg des Getreides – vom Feld bis zu den Produkten, die täglich auf ihren Tisch gelangen. Im Austausch mit den anwesenden Fachleuten erhielten sie spannende Einblicke in die einzelnen Verarbeitungsschritte und lernten die Aufgaben der verschiedenen Akteure entlang der Wertschöpfungskette kennen.

Am Samstag besuchten rund 400 Gäste die Mühle. Das grosse Interesse zeigt, wie stark die Öffentlichkeit für die Berufe und das Fachwissen hinter hochwertigen Lebensmitteln sensibilisiert ist. Die Besucherinnen und Besucher konnten aus erster Hand erfahren, wie Produzenten, Müller und Bäcker zusammenarbeiten, um regionale Ernten zu verarbeiten und aufzuwerten – insbesondere den Roggen für das Walliser Roggenbrot AOP, ein Aushängeschild der Walliser Getreidewirtschaft.

Angesichts des zunehmenden Fachkräftemangels boten die Tage der offenen Tür jungen Menschen zudem die Gelegenheit, Berufe mit attraktiven Zukunftsperspektiven kennenzulernen. Das grosse Interesse und die zahlreichen Fragen während der Führungen unterstrichen die Bedeutung solcher Begegnungen zwischen der Berufswelt und der nächsten Generation.

Die Veranstaltung machte auch die enge Zusammenarbeit innerhalb der gesamten Wertschöpfungskette sichtbar. Hinter jedem Mehl und jedem Brot stehen engagierte Produzenten, technisches Know-how und handwerkliche Kompetenz, die den steigenden Anforderungen an Qualität, Herkunft und Rückverfolgbarkeit gerecht werden.

Mit der Verarbeitung regionaler Getreidearten und alter Sorten leistet die Moulin du Valais SA einen aktiven Beitrag zur Stärkung einer regional verankerten Landwirtschaft und zur Schaffung von Wertschöpfung in der Schweiz. Gleichzeitig trägt sie dazu bei, traditionelle Kulturen und wertvolles Fachwissen langfristig zu erhalten.

Rückblickend bleiben vor allem die zahlreichen bereichernden Begegnungen zwischen Fachleuten, Besuchern und jungen Menschen in Erinnerung. Sie haben einmal mehr gezeigt, wie wichtig es ist, die Realität unserer Branche sichtbar zu machen und die vielfältigen Chancen aufzuzeigen, die sie bietet.

Unser herzlicher Dank gilt allen Personen und Partnern, die zum Erfolg dieser Tage der offenen Tür beigetragen haben. Ein besonderer Dank geht an unsere Produzenten, Mitarbeitenden, Bäckerkunden, die Bäckerlernenden des Kantons Wallis sowie an die Vereinigung Walliser Roggenbrot AOP für ihr Engagement, ihre Unterstützung und ihre wertvolle Mitwirkung bei der Organisation und Durchführung dieser Veranstaltung. Ebenso danken wir den Schulen, den Familien und allen Besucherinnen und Besuchern, deren Interesse und Teilnahme diese Veranstaltung zu einem gelungenen Treffpunkt rund um unsere Wertschöpfungskette gemacht haben.

URDINKEL

DAS GETREIDE, DAS BEGEISTERT UND NEUE CHANCEN FÜR DAS BÄCKERHANDWERK ERÖFFNET

Seit vielen Jahren hat UrDinkel einen festen Platz in den Bäckereien der Deutschschweiz. Dank des Engagements der gesamten Wertschöpfungskette und der Kommunikationsarbeit von IG Dinkel kennen dort die Konsumentinnen und Konsumenten heute die Vorzüge dieses ursprünglichen Getreides, seine Schweizer Herkunft und seine geschmacklichen Qualitäten.

Diese Bekanntheit ist das Ergebnis des Einsatzes von Landwirten, Müllern und Bäckern, die UrDinkel weit über eine Spezialität hinaus etabliert haben: als feste Referenz für Konsumenten, die Wert auf Authentizität, Natürlichkeit und Gesundheit/Bekömmlichkeit legen.

Aufbauend auf diesem Erfolg startet UrDinkel nun eine umfassende Informationskampagne in der Westschweiz. Ziel ist es, einem neuen Publikum die Vorzüge dieses besonderen Urgetreides näherzubringen und eine Wertschöpfungskette sichtbar zu machen, die sich auch auf der anderen Seite des Röstigrabens erfolgreich entwickelt.

«UrDinkel ist für mich die ideale Frucht nach Mais, weil er weniger anfällig auf Krankheiten ist und Mykotoxine besser unterdrückt. Auch passt der hohe Strohertrag bestens zu meinen Betrieb. Grundsätzlich produziere ich lieber gesunde Nahrungsmittel für unsere Bevölkerung als Futtermittel.» Christoph Hauser, Landwirt in Oron-le-Châtel

In seinem Betrieb hat sich UrDinkel nicht zufällig etabliert.

«Diese Kultur passt hervorragend zu unserem Standort und zu unserer Art der Bewirtschaftung. Sie verlangt Geduld, ermöglicht aber gleichzeitig eine bessere Wertschöpfung der landwirtschaftlichen Arbeit.»

Robust und gut an die klimatischen Bedingungen der Westschweiz angepasst, fügt sich UrDinkel optimal in die Fruchtfolge ein. Für die Produzenten der UrDinkel-Wertschöpfungskette bietet dieses Getreide zudem die Möglichkeit, die wachsende Nachfrage nach regionalen und nachverfolgbaren Produkten zu bedienen.

«Die Steinmühle bringt den Charakter des Korns voll zur Geltung» — Pablo Bader-Cortes, Müller, Moulin du Valais SA, Riddes

Die Qualität eines Brotes beginnt bei der Qualität des Mehls. Für Pablo Bader-Cortes ermöglicht die Vermahlung auf der Steinmühle, das volle Potenzial von UrDinkel auszuschöpfen.

«Die Steinmühlevermahlung erlaubt es uns, das Korn besonders schonend zu verarbeiten und seinen ganzen aromatischen Reichtum zu bewahren.»

Diese traditionelle Technik ist keineswegs ein nostalgischer Rückblick. Sie entspricht vielmehr den heutigen Marktanforderungen nach authentischen, möglichst naturbelassenen Produkten mit einer glaubwürdigen Geschichte.

Die UrDinkel-Steinmühlemehle verkörpern diese Philosophie und bieten Bäckern einen Rohstoff, der ihren Kreationen mehr Charakter verleiht.

«Eine Zutat, mit der man sich differenzieren kann

André Ronny, Bäcker-Konditor, Mézières (VD)

Alter, ausgedienter Mühlstein, Moulin du Valais SA, Riddes

Für handwerkliche Bäckereien geht die Bedeutung von UrDinkel weit über einen kurzfristigen Trend hinaus.

«Die Konsumenten suchen heute Produkte mit klarer Herkunft und einer glaubwürdigen Geschichte. UrDinkel erfüllt genau diese Erwartungen.»

Sein charakteristischer Geschmack, sein hoher wahrgenommener Wert und sein positives Image ermöglichen es, ein differenziertes Sortiment aufzubauen und gleichzeitig die handwerkliche Positionierung der Bäckerei zu stärken.

Für André Ronny liegt einer der grössten Vorteile zudem darin, dass UrDinkel den Dialog mit den Kunden fördert, die sich zunehmend für die Herkunft der Rohstoffe und die Herstellungsverfahren interessieren.

«UrDinkel verbindet Natürlichkeit, Genuss, regionale Herkunft und kontrollierte Qualität. Genau diese Werte prägen das Kaufverhalten vieler Konsumentinnen und Konsumenten» – Olivia Hümbeli, Leiterin Marketing und Kommunikation, IG Dinkel

Marktstudien und Erfahrungen aus der Praxis zeigen ein klares Bild: Konsumentinnen und Konsumenten möchten wissen, woher ihre Lebensmittel stammen und wie sie hergestellt werden.

Als Garantiemarke steht UrDinkel für alte, nicht mit Weizen gekreuzte Dinkelsorten, regionale Verarbeitung, kurze Transportwege, kontrollierte Qualität und eine klar nachvollziehbare Herkunft.

Die aktuelle Kommunikationskampagne macht diese Stärken noch sichtbarer und trägt dazu bei, UrDinkel in der Romandie weiter zu etablieren.

Ein Gewinn für Bäckereien und die gesamte Wertschöpfungskette

Die steigende Bekanntheit von UrDinkel unterstützt Bäckereien dabei, sich mit hochwertigen Spezialitäten, einer klaren Herkunft und einer glaubwürdigen Geschichte erfolgreich vom Wettbewerb zu differenzieren.

Die IG Dinkel stellt Bäckereien Werbe- und Promotionsmaterialien zur Verfügung und bietet bei Bedarf professionelle Unterstützung.

Christoph Hauser, Landwirt in Oron-le-Châtel

UrDinkel am Verkaufspunkt wirkungsvoll präsentieren

Auch wenn UrDinkel heute in der Deutschschweiz eine hohe Bekanntheit geniesst, bleibt das Entwicklungspotenzial gross.

Indem Sie die Botschaften der Kampagne weitertragen, Ihre UrDinkel-Spezialitäten hervorheben und die Geschichte dieser vorbildlichen Schweizer Wertschöpfungskette erzählen, leisten Sie einen wichtigen Beitrag zur langfristigen Verankerung von UrDinkel im Konsumverhalten.

Mit dem Angebot von GMSA stehen alle notwendigen Werkzeuge zur Verfügung, um Ihr UrDinkel-Sortiment weiter auszubauen und sich erfolgreich im Markt zu differenzieren:

- UrDinkel-Mehle
- UrDinkel-Steinmühlemehle
- Helle und dunkle Assemblage, Saatenmischungen sowie Pane-Maggia-Varianten
- Bewährte Rezepte und Produktkonzepte
- Technische Beratung und Unterstützung bei der Umsetzung

Sprechen Sie mit Ihrem GMSA-Kundenberater und entdecken Sie die neuesten UrDinkel-Steinmühlelösungen, um Ihr Sortiment weiter auszubauen und den Erwartungen Ihrer Kundschaft gerecht zu werden.

UrDinkel in Zahlen

5'300 ha
Anbaufläche in der Schweiz

70 %
Marktanteil bei Dinkel in der Schweiz

12.8 % – **680 ha** – Westschweiz

87.2 % – **4'620 ha** – Deutschschweiz

«UrDinkel verbindet Natürlichkeit, Genuss, regionale Herkunft und kontrollierte Qualität

Olivia Hümbeli, Leiterin Marketing und Kommunikation, IG Dinkel

URDINKEL-KUGELN

VIELFÄLTIGE INSPIRATION FÜR DAS WEIHNACHTSGESCHÄFT

Mit dem Start der Weihnachtsplanung rücken Produkte in den Fokus, die Aufmerksamkeit schaffen und einen echten Mehrwert bieten. Die IP-SUISSE UrDinkel-Kugeln eröffnen Bäckereien, Konditoreien und Confiserien vielfältige Möglichkeiten, originelle Spezialitäten mit handwerklichem Charakter zu kreieren. Ihre leichte, knusprige Textur sorgt für ein besonderes Genusserlebnis und verleiht kreativen Produktideen das gewisse Etwas.

Eine einfache Basis mit unzähligen Möglichkeiten

UrDinkel-Kugeln bieten die ideale Grundlage für individuelle Kreationen, die perfekt zu Ihrem Betrieb und Ihrer Kundschaft passen. Ob umhüllt von dunkler, Milch- oder weisser Schokolade oder veredelt mit Kaffee-, Karamell-, Zitrus-, Beeren- oder weihnachtlichen Gewürznoten – der Vielfalt sind kaum Grenzen gesetzt.

Mit wenigen Anpassungen beim Aroma oder in der Dekoration lassen sich saisonale Spezialitäten, hochwertige Geschenkartikel oder ganzjährige Sortimentsergänzungen entwickeln.

Wenn ein Traditionshaus auf UrDinkel setzt

«UrDinkel ergänzt unser Sortiment ideal und entspricht genau dem, was heute gefragt ist. Zudem verlief die Produktentwicklung erfreulich unkompliziert.» Dennis Müller, Leiter Einkauf, Läckerli Huus AG

Zu den Unternehmen, die UrDinkel-Kugeln erfolgreich einsetzen, gehört Läckerli Huus – eine der bekanntesten Schweizer Premium-Confiserie-Adressen.

Das traditionsreiche Basler Unternehmen, berühmt für seine Basler Läckerli und sein über Generationen gepflegtes Handwerk, verbindet seit jeher Tradition mit Innovation. Die neuen Produkte «Amaretti mit Milchschokolade» und «Kaffee-Schokoladen-Dragées» zeigen eindrücklich, wie sich ein knuspriger UrDinkel-Kern in eine hochwertige Spezialität verwandeln lässt.

Unter der feinen Schokoladenhülle sorgt der leichte, knusprige Kern für zusätzliche Textur, Charakter und Genuss – und schafft damit ein Geschmackserlebnis, das in Erinnerung bleibt.

Machen Sie Ihr handwerkliches Können zum Wettbewerbsvorteil

In einem Markt, in dem Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend Wert auf Authentizität, Qualität und Individualität legen, verfügen handwerkliche Betriebe über einen entscheidenden Vorteil: die Fähigkeit, einzigartige Produkte zu schaffen.

UrDinkel-Kugeln ermöglichen es, mit überschaubarem Aufwand unverwechselbare Spezialitäten zu entwickeln, die Ihre Handschrift tragen, Ihre Markenidentität stärken und Ihr Sortiment gezielt aufwerten.

Exklusive Rezepte des Swiss Bakery Champion

Zur Unterstützung Ihrer Produktentwicklung stellen wir Ihnen die exklusiven Rezeptideen von Jürg Kaufmann, Chocolatier-Confiseur aus Buchs (AG) und Swiss Bakery Champion 2022/23, zur Verfügung.

Seine vier Kreationen zeigen die Vielseitigkeit der UrDinkel-Kugeln und liefern wertvolle Anregungen für die Entwicklung eigener Spezialitäten mit Wiedererkennungswert.

Knusprige Ideen für die Festtage

Die Weihnachtszeit bietet die ideale Gelegenheit, mit Neuheiten Akzente zu setzen und die eigene Fachkompetenz sichtbar zu machen. Mit den IP-SUISSE UrDinkel-Kugeln verfügen Sie über eine hochwertige Basis für genussvolle, kreative und wirtschaftlich attraktive Spezialitäten.

Ob als Weihnachtsspezialität, als Geschenkartikel oder als Grundlage für eine eigene Linie handwerklicher Dragées – entdecken Sie die vielfältigen Möglichkeiten der UrDinkel-Kugeln und lassen Sie sich von den exklusiven Rezepten von Jürg Kaufmann inspirieren.

AUSZEICHNUNG

VON PROMARCA AUSGEZEICHNET: UNSER UPCYCLING ANSATZ

Drei Innovationen, ein gemeinsames Ziel: Nebenprodukte der Lebensmittelverarbeitung in funktionelle Zutaten zu verwandeln. Dieser Ansatz wurde mit dem 2. Platz beim Promarca Brand Sustainability Award ausgezeichnet.

Was, wenn ein Teil der Rohstoffe von morgen bereits heute verfügbar wäre? Biertreber, Weizenkleie oder Stärkefraktion aus der Verarbeitung von Hülsenfrüchten verfügen weiterhin über interessante ernährungsphysiologische und technologische Eigenschaften. Statt sie als Endpunkt eines Prozesses zu betrachten, machen wir sie zum Ausgangspunkt für neue Lebensmittelanwendungen.

Von der Kreislaufwirtschaft zur Funktionalität

Mit unserem Know-how in der Vermahlung und Extrusion verarbeiten wir diese Nebenprodukte gezielt weiter, um neue funktionelle Eigenschaften zu erschliessen.

Drei 2025 lancierte Innovationen setzen diesen Ansatz konkret um. Das **Gourmet Vollkornkonzentrat IPS** auf Basis von Weizenkleie unterstützt Brotvolumen, Ballaststoffgehalt, Geschmack und Frischhaltung. Das **Granulat Erbse IPS** kann die Teigausbeute verbessern und trägt zu milden, lockeren und knusprigen Broten bei. Die **Assemblage Braumeister SN** wiederum erschliesst Biertreber eine neue Verwendung und ist reich an Proteinen sowie eine Quelle für Ballaststoffe.

Unser Anspruch **geht damit über die reine Verwertung von Ressourcen hinaus: Die daraus entstehenden Zutaten sollen auch einen technologischen und qualitativen Mehrwert im Endprodukt bieten.**

Messbare Ergebnisse – ein ausgezeichneter Ansatz

Je nach Anwendung ermöglichen unsere Lösungen die Integration von bis zu 12 % aufgewerteten Nebenprodukten in neue Rezepturen. Sie sind 100 % Clean Label, und bei bestimmten Anwendungen kann die Ausbeute um bis zu 10 % gesteigert werden.

Diese Verbindung von Kreislaufwirtschaft, Lebensmitteltechnologie und Produktperformance überzeugte die Jury des Promarca Brand Sustainability Award.

Bei der Preisverleihung am 24. August in Spreitenbach konnten wir unseren Ansatz den anwesenden Medien und den weiteren Finalisten vorstellen. Die Auszeichnung bestärkt uns in unserer Überzeugung: Mit dem richtigen Know-how kann aus einem Nebenprodukt eine wertvolle Ressource für neue Lebensmittelkreationen werden.

Welche Möglichkeiten ergeben sich für Ihre Anwendung?

Kontaktieren Sie unsere Beraterinnen und Berater, um mehr über die drei Innovationen zu erfahren und gemeinsam das Potenzial für Ihre Rezepturen und Prozesse zu prüfen.

ASSEMBLAGE

HANDGEMACHTE PANETTONE: EINE CHANCE FÜR DAS BÄCKERHANDWERK

Lange Zeit wurde der Panettone vor allem mit grossen italienischen Marken in Verbindung gebracht. Heute hat sich diese traditionelle Gebäckspezialität längst zu einem festen Bestandteil des Weihnachtsgeschäfts entwickelt. Gleichzeitig zeigt sich jedoch ein interessantes Paradox: Obwohl die Qualität eines Panettone in erster Linie von der richtigen Fermentation, der Auswahl hochwertiger Rohstoffe und dem handwerklichen Können abhängt, wird der Markt nach wie vor von standardisierten Industrieprodukten dominiert. Gerade darin liegt eine grosse Chance für das Bäcker-Confiseur-Handwerk.

Ein Produkt, das handwerkliche Kompetenz sichtbar macht

Nur wenige Festtagsspezialitäten verlangen ein derart hohes Mass an Fachwissen wie ein Panettone. Die Führung des Sauerteigs, die Kontrolle der Gärprozesse, die Verarbeitung hoher Anteile von Butter, Eiern und Zucker sowie die Entwicklung einer lockeren, langfasrigen Krume erfordern Erfahrung, Präzision und Geduld.

Genau diese Komplexität macht den Unterschied.

Wird ein Panettone nach allen Regeln der Kunst hergestellt, entsteht ein Produkt mit aussergewöhnlicher Frische, feiner Aromatik und einer einzigartigen Textur – Eigenschaften, die industrielle Produkte nur schwer erreichen und die von den Konsumentinnen und Konsumenten unmittelbar wahrgenommen werden.

Jeder handwerklich hergestellte Panettone erzählt eine Geschichte – die Geschichte des Betriebs, seiner Philosophie und seines Könnens.

Raum für Kreativität und Individualität

Neben der klassischen Variante mit kandierten Früchten hat sich der Panettone in den vergangenen Jahren zu einer vielseitigen Spezialität entwickelt.

Schokolade, Pistazien, Haselnüsse, Zitrusfrüchte, Kaffee, Karamell, Marroni oder Trockenfrüchte eröffnen unzählige Möglichkeiten, eigene Kreationen zu entwickeln und dem Produkt eine persönliche Handschrift zu verleihen.

Genau darin liegt eine der grossen Stärken des Handwerks. Während industrielle Produkte standardisiert bleiben müssen, können Bäckereien und Confiserien individuelle Spezialitäten schaffen, die ihre Identität widerspiegeln und einen echten Wiedererkennungswert besitzen.

Schweizer Handwerk setzt Akzente

Besonders im Tessin hat sich in den vergangenen Jahren eine beeindruckende Panettone-Kultur entwickelt. Mehrere Betriebe haben sich mit hochwertigen Kreationen einen Namen gemacht und gezeigt, welches Potenzial in dieser Spezialität steckt.

Diese Entwicklung ist längst nicht mehr auf die Südschweiz beschränkt. Immer mehr Schweizer Bäcker-Confiseure nehmen an nationalen und internationalen Wettbewerben teil und beweisen, dass Schweizer Handwerkskunst mit den besten internationalen Referenzen mithalten kann.

Ihr Erfolg bestätigt einen klaren Trend: Konsumentinnen und Konsumenten sind bereit, für Qualität, Authentizität und echtes Handwerk einen höheren Preis zu bezahlen.

Zwei Lösungen für unterschiedliche Anforderungen

Jeder Betrieb arbeitet anders. Während einige Bäcker die traditionelle Führung mit Sauerteig pflegen und perfektionieren, suchen andere nach einer flexibleren Lösung, die konstante Ergebnisse gewährleistet.

Aus diesem Grund bieten wir zwei speziell für die Panettone-Herstellung entwickelte Mehle an.

Die erste Lösung, das **Panettone-Mehl 1169.25**, richtet sich an Fachleute, die mit Sauerteig-Starter beziehungsweise Madre arbeiten und traditionelle Herstellungsverfahren bevorzugen. Dank ihrer hohen Stabilität und Backstärke eignet sie sich hervorragend für stark angereicherte Teige und unterstützt optimale Ergebnisse bei anspruchsvollen Rezepturen.

Die zweite Lösung, das **Panettone Mehl Plus+ 1171.25**, enthält einen getrockneten Sauerteig als Starterkultur. Sie vereinfacht die Produktionsorganisation, erhöht die Prozesssicherheit und ermöglicht eine gleichbleibende Qualität – ideal für Betriebe, die mehr Flexibilität wünschen oder nicht täglich mit einem eigenen Sauerteig arbeiten.

Unabhängig von der gewählten Methode steht immer dasselbe Ziel im Mittelpunkt: ein hochwertiger Panettone, der Ihre Handschrift trägt.

Überlassen Sie diese Chance nicht der Industrie

Der Panettone gehört zu den wenigen Produkten, bei denen das Handwerk noch einen klaren Wettbewerbsvorteil gegenüber der Industrie besitzt.

Er macht Fachkompetenz sichtbar, belohnt Präzision und eröffnet gerade während der wichtigsten Verkaufsperiode des Jahres ein enormes Potenzial zur Differenzierung.

Damit Sie Ihre eigenen Kreationen erfolgreich entwickeln können, stellen wir Ihnen erprobte und bewährte Rezepturen für beide Lösungen zur Verfügung. Sie profitieren von einer zuverlässigen technischen Grundlage und behalten gleichzeitig die Freiheit, Ihre persönliche Interpretation umzusetzen.

Unsere Spezialisten **Marcel Ammon** und **José Luis Monteiro** unterstützen Sie gerne bei Ihren Versuchen, beantworten Ihre Fragen und begleiten Sie bei der Entwicklung Ihres Sortiments.

Überlassen Sie den Panettone dieses Jahr nicht der Industrie. Machen Sie ihn zu einer Visitenkarte Ihres handwerklichen Könnens, zu einem Botschafter Ihres Betriebs und zu einer der stärksten Spezialitäten Ihres Weihnachtsgeschäfts.

BÄCKEREI-PORTRÄT

ZURÜCK ZU DEN WURZELN

Wie alte Getreidesorten und die Steinmühle einem Brot eine neue Identität verleihen

Manche Brote verkauft man wegen ihres Geschmacks. Andere wegen ihrer Geschichte. Das Urkornbrot verbindet beides.

Mit UrDinkel und Emmer, langsam auf der Steinmühle vermahlen und mit langer Teigführung hergestellt, steht dieses Brot für eine Entwicklung, die in vielen Handwerksbäckereien an Bedeutung gewinnt: zurück zu ursprünglichen Rohstoffen, traditionellen Verfahren und Produkten mit einer glaubwürdigen Geschichte.

Für Johann Eichenberger war diese Entwicklung kein kurzfristiger Trend. Das Urkornbrot gehörte bereits seit Jahren zu seinem Sortiment. Die neue steingemahlene Assemblage bedeutete deshalb keine Revolution, sondern eine konsequente Weiterentwicklung.

Bäckerei-Porträt

Die Bäckerei-Konditorei Eichenberger AG in Langnau im Emmental steht seit Generationen für traditionelles Bäckerhandwerk. Der Familienbetrieb verbindet hochwertige Rohstoffe, regionale Verbundenheit und handwerkliche Qualität mit dem Anspruch, Brote zu entwickeln, die Tradition und die Erwartungen der heutigen Kundschaft vereinen.

«Die Steinmühle bedeutet für mich eine Rückkehr zum Ursprung. Zusammen mit den alten Getreidesorten passt das perfekt zu unserer Betriebsphilosophie.»

Weniger verändern als erwartet

Viele Bäcker erwarten bei einer neuen Vermahlung umfangreiche Anpassungen. Die Erfahrungen aus der Backstube zeigen jedoch etwas anderes. Die Knetzeit verkürzte sich leicht, ebenso konnte die Wasserzugabe etwas reduziert werden. Ansonsten blieb die Rezeptur praktisch unverändert.

«Eigentlich mussten wir gegenüber unserem bisherigen Urkornbrot nichts ändern.»

Auch Frischhaltung, Verarbeitung und Qualität übertrafen die Erwartungen. Damit zeigte sich, dass traditionelle Herstellungsverfahren keineswegs komplizierter sein müssen.

Die eigentliche Arbeit beginnt im Verkauf

Technisch war das Brot schnell etabliert. Die grössere Herausforderung lag an einem anderen Ort: im Verkauf. Denn die Vorteile der Steinmühlevermahlung oder alter Getreidesorten erschliessen sich nicht jedem Kunden auf den ersten Blick.

Deshalb spielte das Verkaufsteam eine entscheidende Rolle.

«Unsere Verkäuferinnen mussten den Kunden die Geschichte erzählen. Das war sehr erfolgreich. Nicht nur das Produkt, sondern auch seine Herkunft wurde zum Verkaufsargument.»

Geschmack allein genügt nicht

Natürlich überzeugt das Brot durch sein Aroma. Ebenso beeindruckt seine aussergewöhnliche Frischhaltung. Doch Johann beobachtet, dass viele Kunden vor allem den Zusammenhang zwischen Rohstoff, Herstellung und Tradition schätzen.

«Wer die Geschichte kennt und das Brot probiert, ist begeistert.»

Gerade Konsumenten, die sich bewusst mit Ernährung beschäftigen, suchen heute Produkte mit nachvollziehbarer Herkunft.

Ein Brot für eine neue Generation

Besonders interessant ist eine Entwicklung, die Johann in den letzten Jahren beobachtet.

«Immer häufiger interessieren sich junge Familien bewusst für solche Brote. Sie suchen authentische Lebensmittel, möchten wissen, wie sie hergestellt werden, und akzeptieren dafür auch einen höheren Preis.»

Nicht alle Kunden reagieren gleich. Manche kaufen ausschliesslich dieses Brot, andere bleiben bei ihren Gewohnheiten. Doch genau darin sieht Johann die Stärke des Produkts. Es schafft Differenzierung.

Mehr als nur ein Brot

Fragt man Johann nach dem grössten Mehrwert des Urkornbrotes, nennt er nicht nur die alten Getreidesorten oder die Steinmühle. Entscheidend ist das Zusammenspiel aus Rohstoffen, traditioneller Verarbeitung, langer Teigführung und einer Geschichte, die glaubwürdig erzählt werden kann.

«Das hebt sich deutlich von einem konventionellen Brot ab.»

Impulse für die Praxis

Die Erfahrungen zeigen, dass Innovation nicht zwangsläufig bedeutet, neue Zutaten oder aufwendigere Prozesse einzuführen. Manchmal besteht Innovation darin, traditionelle Verfahren neu zu entdecken und sie den heutigen Konsumenten verständlich zu vermitteln.

Steingemahlene Mehle, alte Getreidesorten und lange Teigführungen schaffen nicht nur ein charaktervolles Brot. Sie ermöglichen Handwerksbäckereien, sich über Qualität, Authentizität und Herkunft zu differenzieren – Werte, die für eine wachsende Zahl von Konsumentinnen und Konsumenten zunehmend kaufentscheidend werden.

Ob Gourmet Vollkornkonzentrat oder Urkorn-Assemblage – beide Konzepte zeigen, dass sich Tradition und Innovation erfolgreich verbinden lassen.

Ein herzlicher Dank gilt Ueli der Beck und Johann Eichenberger für ihre wertvollen Praxiserfahrungen und ihre Bereitschaft, diese mit der Branche zu teilen.

> **«Immer häufiger interessieren sich junge Familien bewusst für solche Brote**
>
> Johann Eichenberger

Lassen Sie sich von ihren Erfahrungen inspirieren, neue Wege zu gehen und Ihren Kundinnen und Kunden Brote mit echtem Mehrwert anzubieten.

Urkorn-Assemblage MDP

- UrDinkel & Emmer
- Steinmühlenvermahlung
- Aromatischer Geschmack
- Lange Frischhaltung
- Authentisches Handwerk
- Tradition neu interpretiert
- Echter Mehrwert für Ihre Kundschaft

AUS DER BACKSTUBE

VOLLKORN NEU GEDACHT

Wer sich für ein Vollkornbrot entscheidet, tut dies oft ganz bewusst. Ballaststoffe, Natürlichkeit und eine ausgewogene Ernährung spielen für viele Konsumentinnen und Konsumenten eine wichtige Rolle.

Wie Ueli der Beck das Vollkornbrot neu interpretiert.

«Die Menschen möchten gesund leben, aber der Genuss steht immer im Vordergrund.»

Gleichzeitig zeigt der Alltag in der Bäckerei ein anderes Bild.

Viele Menschen schätzen zwar die ernährungsphysiologischen Vorteile von Vollkornbrot, greifen am Ende aber lieber zu einem Brot, das sie mit mehr Genuss verbinden.

Bäckerei-Porträt

Die Ueli der Beck AG zählt zu den etablierten Handwerksbäckereien der Region Bern. An mehreren Standorten entstehen täglich über zwanzig Brotsorten sowie zahlreiche Spezialitäten. Das Unternehmen verbindet traditionelles Bäckerhandwerk mit hochwertigen Rohstoffen, regionaler Verbundenheit und dem Anspruch, Brote zu entwickeln, die den Erwartungen der heutigen Konsumentinnen und Konsumenten entsprechen.

Wie lässt sich beides miteinander vereinen? Mit dieser Frage beschäftigte sich auch die Bäckerei Ueli der Beck.

Genuss als Ausgangspunkt

Nicht jede Innovation beginnt mit einer neuen Rezeptur. Manchmal beginnt sie mit einer Beobachtung.

«Die Menschen möchten gesund leben, aber der Genuss steht immer im Vordergrund.»

Diese Erfahrung führte zu einer grundlegenden Überlegung. Gesucht war kein weiteres Vollkornbrot, sondern ein echtes Vollkornbrot, das die ernährungsphysiologischen Vorteile eines hohen Ballaststoffgehalts mit einer lockeren Krume, einer feinen Textur und einem Geschmack verbindet, der möglichst viele Menschen anspricht. Auf der Suche nach einem passenden Konzept entschied sich die Bäckerei für das Gourmet Vollkornkonzentrat.

Neben den backtechnischen Eigenschaften überzeugte vor allem ein Gedanke.

«Die Nachhaltigkeit und die Möglichkeit, Weissbrotabschnitte sinnvoll wiederzuverwenden und daraus gleichzeitig ein feines Brot herzustellen, haben uns überzeugt.»

Die Verbindung von Genuss, Nachhaltigkeit und einem verantwortungsvollen Umgang mit Rohstoffen entsprach genau der eigenen Philosophie.

Wenn der Ofen überrascht

Ob eine Idee überzeugt, entscheidet sich jedoch nicht am Schreibtisch, sondern in der Backstube.

Bereits die ersten Backversuche machten deutlich, dass dieses Brot einen anderen Weg einschlägt als klassische Vollkornbrote. Das Volumen überraschte ebenso wie die lockere Krume und die einfache Verarbeitung.

«Dass ein Körnerbrot so viel Volumen hat, ist nicht selbstverständlich.»

Auch Kleinbrote gelangen auf Anhieb, und schon bald wurde die Rezeptur zusätzlich für ein Mehrkornbrot weiterentwickelt. Entscheidend war jedoch etwas anderes. Das Brot wirkte leicht, fein und modern – ohne dabei seinen Charakter als echtes Vollkornbrot zu verlieren.

Vollkorn, das Freude macht

Viele Konsumentinnen und Konsumenten verbinden Vollkornbrot noch immer mit einer eher dichten Krume und einer groben Textur. Genau dieses Bild stellt dieses Brot in Frage.

Obwohl es reich an Ballaststoffen ist, überzeugt es mit einer überraschend lockeren Krume, einer angenehmen Saftigkeit und einem ausgewogenen Geschmack. Gleichzeitig bleibt es lange frisch und eignet sich damit hervorragend als Alltagsbrot.

«Es ist viel feiner zum Essen. Es erinnert eher an ein Ruchbrot. Es ist etwas körniger, aber nicht so grobkörnig wie ein klassisches Vollkornbrot.»

Diese Eigenschaften spiegeln sich auch in den Rückmeldungen der Kundschaft wider.

«Oft hört man, dass Kinder oder der Mann kein Vollkornbrot essen. Dieses Brot schmeckt auch ihnen.»

Nicht selten reagieren Kundinnen und Kunden überrascht, wenn sie erfahren, dass es sich tatsächlich um ein echtes Vollkornbrot handelt.

«Ja, darüber wurde sogar diskutiert, weil es so fein ist.»

Gerade diese Reaktionen zeigen, dass sich das Bild des Vollkornbrotes verändern kann. Vertrauen entsteht durch Erfahrung. Ein neues Brot muss sich seinen Platz erst erarbeiten.

Auch bei Ueli der Beck war das nicht anders. Anstatt auf grosse Versprechen zu setzen, entschied sich das Team für den direkten Austausch mit der Kundschaft. Degustationen gehörten ebenso dazu wie persönliche Gespräche am Verkaufspunkt.

«Wir haben sehr viel degustiert und den Kunden das Brot erklärt. Man muss die Leute probieren lassen und mit ihnen darüber sprechen.»

Mit Erfolg

Bereits zwei Monate nach der Einführung traf die Bäckerei eine bemerkenswerte Entscheidung. Das bisherige Vollkornbrot wurde durch das neue ersetzt. Nicht weil plötzlich mehr Vollkornbrot verkauft wurde, sondern weil sich die Kundinnen und Kunden bewusst für dieses Brot entschieden.

Impulse für die Praxis

Die Erfahrungen aus der Backstube zeigen vor allem eines: Vollkorn neu zu denken bedeutet nicht, seine ernährungsphysiologischen Vorteile neu zu erfinden. Entscheidend ist vielmehr, sie mit den Erwartungen der heutigen Konsumentinnen und Konsumenten zu verbinden.

> **«Die Menschen möchten gesund leben, aber der Genuss steht immer im Vordergrund**
>
> Ueli der Beck

Ein echtes Vollkornbrot, das reich an Ballaststoffen ist und gleichzeitig mit Genuss, einer lockeren Krume, einer feinen Textur und guter Frischhaltung überzeugt, eröffnet neue Perspektiven für das Vollkornsortiment.

Vielleicht liegt genau darin die Zukunft moderner Vollkornbrote: Nicht zwischen Gesundheit und Genuss zu wählen – sondern beides selbstverständlich miteinander zu verbinden.

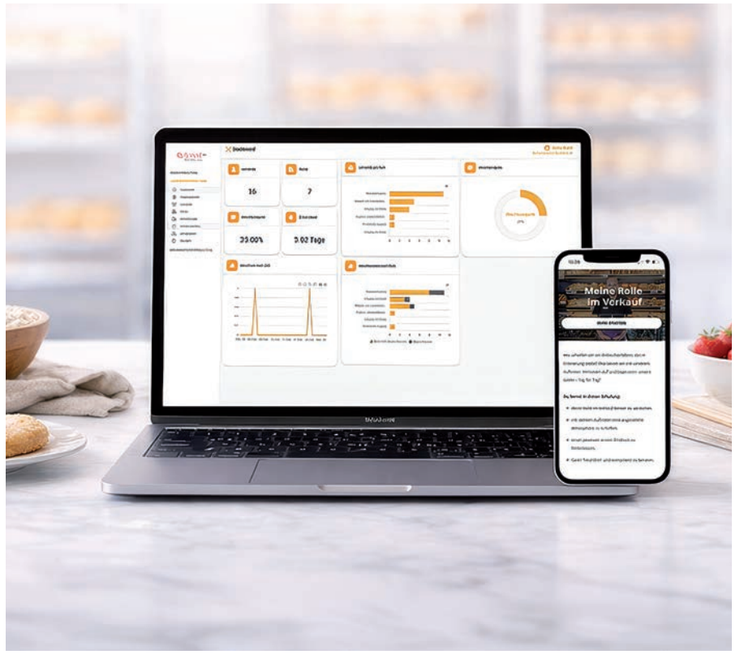
Gourmet Vollkornkonzentrat

- Echtes Vollkorn
- Reich an Ballaststoffen
- Lockere Krume
- Feine Textur
- Gute Frischhaltung
- Nachhaltige Verwertung von Nebenprodukte

RICHEMONTPLUS®

EINE NEUE PARTNERSCHAFT IM DIENSTE DES BÄCKERFACHWISSENS

Die Weitergabe von Wissen, die kontinuierliche Weiterentwicklung von Kompetenzen und die Förderung von Innovationen standen bei GMSA schon immer im Mittelpunkt. In einem Umfeld, in dem sich die Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten laufend verändern und sich Unternehmen ständig an neue Gegebenheiten anpassen müssen, ist der Zugang zu qualitativ hochwertigem Fachwissen ein entscheidender Erfolgsfaktor.



Vor diesem Hintergrund sind wir besonders stolz, offizieller Partner von Richemontplus® zu werden – der neuen digitalen Lern- und Wissensplattform des Kompetenzzentrums Richemont.

Seit Jahrzehnten gilt Richemont als Referenz in den Bereichen Bäckerei, Konditorei und Confiserie. Mit Richemontplus® geht die Institution nun einen weiteren wichtigen Schritt und stellt der gesamten Branche ein modernes, leicht zugängliches und zukunftsorientiertes Instrument zur Verfügung.
Richemontplus® ist jederzeit und von jedem Endgerät aus zugänglich und vereint exklusive Inhalte, die von ausgewiesenen Fachleuten entwickelt wurden: Schulungsvideos, technische Demonstrationen, Rezepte, Fachartikel, Markt- und Trendanalysen sowie praxisnahe Empfehlungen zur Unterstützung der beruflichen Weiterentwicklung.

Für Unternehmen der Branche bietet diese Plattform eine einzigartige Möglichkeit, die Kompetenzen ihrer Mitarbeitenden gezielt auszubauen und gleichzeitig von einer kontinuierlichen Quelle der Inspiration zu profitieren. Ob es darum geht, Herstellungstechniken zu perfektionieren, neue Konsumtrends zu entdecken, das eigene Angebot weiterzuentwickeln oder die Marktveränderungen aktiv mitzugestalten – Richemontplus® stellt praxisorientierte und unmittelbar umsetzbare Inhalte zur Verfügung.

In einer Zeit, in der die kontinuierliche Weiterbildung zunehmend zu einem strategischen Erfolgsfaktor wird, ermöglicht die Plattform einen flexiblen und unkomplizierten Zugang zu Wissen. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter kann sich entsprechend den individuellen Bedürfnissen und im eigenen Tempo weiterentwickeln und dabei vom Know-how führender Fachspezialisten profitieren.

Über unsere Rolle als offizieller Partner hinaus freuen wir uns darauf, dieses Projekt aktiv mitzugestalten.

Richemontplus® ist weit mehr als eine Weiterbildungsplattform – sie ist ein Ort des Austauschs, an dem Fachwissen, Erfahrungen und Innovationen zusammenkommen und die Zukunft unserer Branche prägen.

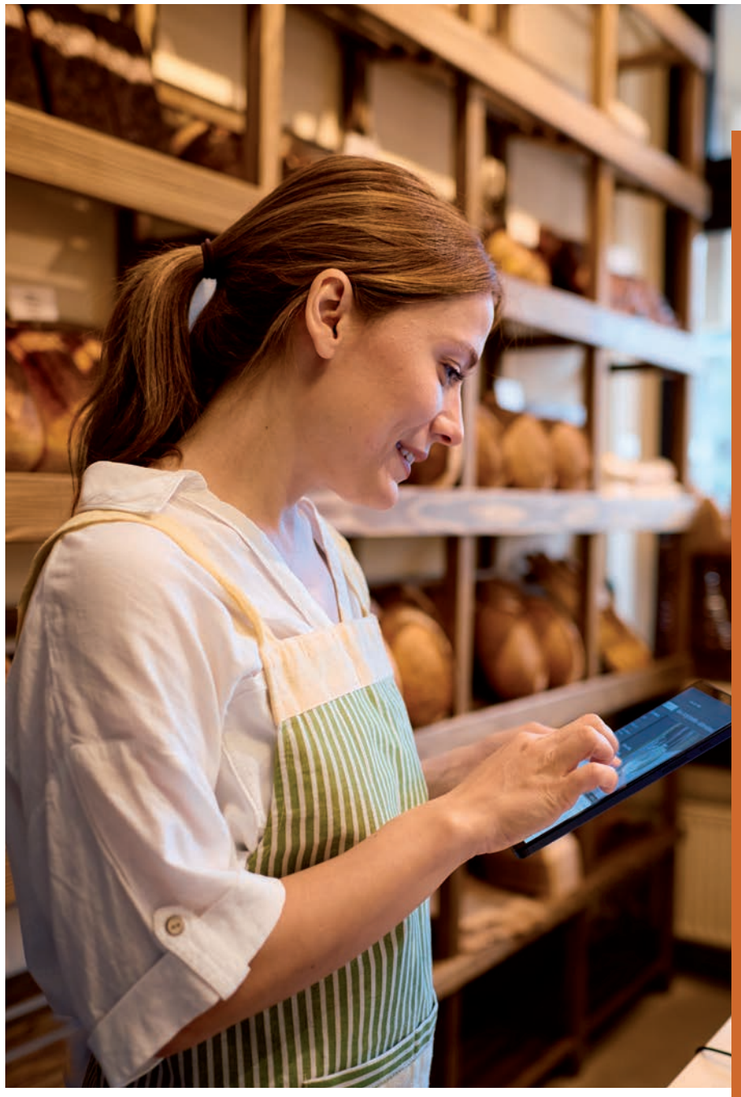
GMSA wird die Plattform regelmässig mit eigenen Beiträgen bereichern – darunter Rezepte, Fachartikel, praktische Empfehlungen, Marktanalysen sowie Inhalte rund um unsere Produkte und Lösungen. Unser Ziel ist es, Bäckerinnen und Bäckern, Konditorinnen und Konditoren sowie Unternehmerinnen und Unternehmern konkrete Impulse zu geben, um die täglichen Herausforderungen erfolgreich zu meistern, ihre Leistungsfähigkeit zu steigern und Chancen für die Zukunft zu nutzen.

Wir sind überzeugt, dass die Stärke unserer Branche auf dem Austausch von Wissen und auf der Fähigkeit aller Beteiligten beruht, gemeinsam innovative Lösungen zu entwickeln. Die Partnerschaft mit Richemont entspricht genau dieser Überzeugung und Vision.

Wir laden Sie herzlich ein, Richemontplus® zu entdecken und die vielfältigen Möglichkeiten dieser Plattform zu nutzen. Ob zur Weiterbildung Ihrer Mitarbeitenden, zur Erweiterung von Fachkompetenzen, zur Entdeckung neuer Ideen oder als Quelle frischer Inspiration – Richemontplus® ist ein wertvolles Instrument für die Weiterentwicklung Ihres Unternehmens.

Wir danken dem Team von Richemont herzlich für das entgegengebrachte Vertrauen und freuen uns auf die zahlreichen Projekte, die wir gemeinsam zum Nutzen der gesamten Branche verwirklichen werden.

Entdecken Sie die Plattform unter: www.richemontplus.com



Anlässlich der Richemont-Bildungstage in Luzern durften wir am 25. August einen «Apéro mit Inspiration» rund um unsere Steinmühlenmehle gestalten.

Die Veranstaltung bot eine ideale Gelegenheit, die besonderen Eigenschaften unserer Steinmühlemehle sowie die vielfältigen handwerklichen Backwaren, die sich daraus herstellen lassen, vorzustellen. Die zahlreichen Gespräche mit den Teilnehmenden machten diesen Anlass zu einem inspirierenden Austausch über Qualität, Tradition und Kreativität im Bäckerhandwerk.

Wir bedanken uns herzlich bei allen Gästen für ihre Teilnahme, ihr Interesse und die bereichernden Gespräche. Ein besonderer Dank gilt auch der Richemont Fachschule Luzern für ihr Vertrauen und die Möglichkeit, diesen «Apéro mit Inspiration» im Rahmen der Bildungstage durchzuführen. Es freut uns, mit diesem Anlass einen Beitrag zum fachlichen Austausch und zur Förderung des Bäckerhandwerks geleistet zu haben.

ANDERS ERFOLGREICH

WENN ERFOLG DURCH DIE MENSCHEN ENTSTEHT, DIE EINEN BETRIEB AUFBLÜHEN LASSEN

Was wäre, wenn sich der Erfolg eines Unternehmens nicht nur an Zahlen messen liesse, sondern auch daran, wie es diejenigen fördert, die täglich zu seinem Erfolg beitragen?

Die Geschichte von Ronny zeigt einen Weg, auf dem wirtschaftlicher Erfolg, Wissensweitergabe und die Freude am Beruf Hand in Hand gehen.

Das Bäckerhandwerk befindet sich im Wandel. Die Erwartungen der Kundinnen und Kunden verändern sich, qualifizierte Mitarbeitende zu finden wird anspruchsvoller und die Verantwortung der Betriebsinhaber wächst stetig.

Viele Handwerksbetriebe stellen sich deshalb dieselbe Frage: **Wie lässt sich ein Betrieb weiterentwickeln, ohne das aus den Augen zu verlieren, was unser Handwerk ausmacht?**

Für Ronny beginnt die Antwort weder bei einer neuen Rezeptur noch bei einer modernen Maschine. Sie beginnt mit einer einfachen Überzeugung.

«Das Herz unseres Betriebs sind die Mitarbeitenden.»

Dieser Satz zieht sich wie ein roter Faden durch das Gespräch. In gut zwanzig Jahren ist sein Betrieb um rund 400 Prozent gewachsen. Trotzdem spricht Ronny kaum über Zahlen. Entscheidend ist für ihn, was dieses Wachstum ermöglicht hat: investieren, die Zukunft sichern und einen Betrieb schaffen, in dem Menschen sich weiterentwickeln können.

Wirtschaftlicher Erfolg ist für ihn kein Ziel an sich.

Erfolg ist das Ergebnis einer klaren Haltung.

Auch das Handwerk hat sich verändert. Früher genügte ein gutes Produkt, um Kundinnen und Kunden zu begeistern. Heute erwarten sie mehr: Qualität, ein Einkaufserlebnis und eine glaubwürdige Geschichte.

«Wir verkaufen nicht nur Brot. Wir bieten unseren Kundinnen und Kunden ein Erlebnis.»

Um den Erwartungen seiner Kundinnen und Kunden gerecht zu werden und das Einkaufserlebnis laufend weiterzuentwickeln, setzt Ronny auf eine Eigenschaft, die ihn seit jeher begleitet: Neugier.

Für ihn bedeutet das, offen für Neues zu bleiben, den Kundinnen und Kunden genau zuzuhören, sich mit anderen Unternehmern auszutauschen und auch Gewohntes immer wieder zu hinterfragen. So entstehen neue Ideen und Impulse, die er in seinen Betrieb einfliessen lässt – mit dem Ziel, das Angebot und das Einkaufserlebnis kontinuierlich zu verbessern.

Dazu passt auch eine Weisheit seiner Mutter, welcher er bis heute folgt:

«Nimm von jedem das Beste mit.»

Vielleicht ist genau das eine der wichtigsten Erkenntnisse seines Weges: nie aufzuhören zu lernen. Denn wer neugierig bleibt, entwickelt sich weiter – und mit ihm auch der eigene Betrieb.

Wie viele Unternehmer war auch Ronny lange überzeugt, alles selbst im Griff haben zu müssen. Mit der Zeit erkannte er, dass ein Betrieb selten durch eine einzelne Person wächst. Er entwickelt sich dann weiter, wenn jeder seinen Platz findet.

«Wenn Mitarbeitende ein Projekt selbst tragen, engagieren sie sich automatisch stärker.»

Damit verändert sich auch die Rolle des Unternehmers. Entscheidend ist nicht, auf alles eine Antwort zu haben, sondern den Mitarbeitenden den Raum zu geben, ihr Potenzial zu entfalten.

Vertrauen entsteht nicht von selbst. Es muss wachsen – und beginnt immer beim eigenen Vorbild.

«Ich kann von meinen Mitarbeitenden nichts verlangen, was ich nicht selbst bereit bin zu tun.»

Für Ronny entsteht Respekt weniger durch Worte als durch Taten. Diese im Alltag gelebte Konsequenz schafft Vertrauen, stärkt das Engagement der Mitarbeitenden und bildet aus seiner Sicht das Fundament eines nachhaltig erfolgreichen Unternehmens.

Eine weitere, aus der Erfahrung gewachsene Überzeugung zieht sich wie ein roter Faden durch seine Geschichte:

«Wenn du gibst, bekommst du auch etwas zurück.»

Zeit in andere zu investieren, Vertrauen zu schenken und Verantwortung zu übertragen, ist für ihn keine Frage der Grosszügigkeit, sondern eine bewusste Führungsentscheidung. Indem ein Unternehmen die Kompetenzen und die Eigenverantwortung seiner Mitarbeitenden fördert, schafft es die Voraussetzungen für nachhaltigen Erfolg.

Dieselbe Haltung prägt auch seine Sicht auf Wachstum. Für ihn ist Wachstum kein Selbstzweck. Es soll ermöglichen, zu investieren, die Arbeitsbedingungen zu verbessern, die Zukunft vorzubereiten und den Menschen, die täglich zum Unternehmenserfolg beitragen, eine bessere Balance zu bieten.

In einer Branche, in der persönlicher Verzicht oft als selbstverständlich gilt, vertritt Ronny ein anderes Verständnis von Leistung: nachhaltiger Erfolg, der auf Vertrauen, Eigenverantwortung und Respekt gegenüber den Menschen basiert.

«Wir haben diesen Beruf aus Leidenschaft gewählt. Diese Freude an unserem Beruf müssen wir bewahren.»

«Wir haben diesen Beruf aus Leidenschaft gewählt. Diese Freude an unserem Beruf müssen wir bewahren.

André Ronny, Bäckerei Ronny in Mézières

Erfolg bedeutet für ihn nicht, sich selbst aufzugeben. Ein Betrieb kann hohe Ansprüche stellen, ohne die Menschen dahinter auszubrennen. Er kann wachsen, ohne jene aus den Augen zu verlieren, die ihn täglich tragen.

Diese Überzeugung reicht weit über den eigenen Betrieb hinaus. Hinter

Mitarbeiterinnen der Bäckerei Ronny, Mézières

Nimm von jedem das Beste mit.

André Ronny, Boulangerie Ronny à Mézières

jedem Brot stehen Produzenten, Müller, Partner, Mitarbeitende und Lernende – eine ganze Wertschöpfungskette, die Ronny als Stärke unseres Handwerks versteht.

Sein Engagement als Botschafter der Westschweizer UrDinkel-Kampagne steht exemplarisch dafür. Es geht ihm darum, regionale Rohstoffe aufzuwerten, die Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette zu stärken und die Herkunft der Produkte sichtbar zu machen.

«Zukunft sichern heisst Wissen weitergeben»

Für Ronny beginnt die Zukunft des Berufs lange vor einer Betriebsübergabe.

Während viele Betriebe heute – oft aus Zeit- oder Personalmangel – weniger ausbilden oder ganz darauf verzichten, hat er sich bewusst für einen anderen Weg entschieden. Sein Betrieb investiert kontinuierlich in die Weiterbildung aller Mitarbeitenden und bildet gleichzeitig sechs Lernende aus.

Für ihn geht es dabei um weit mehr als die Sicherung des eigenen Fachkräftebedarfs.

Ausbildung ist Verantwortung gegenüber dem Beruf.

Junge Menschen auszubilden bedeutet, ihnen Freude am Handwerk zu vermitteln, sie zu fördern und vielleicht die Unternehmerinnen und Unternehmer von morgen auf ihrem Weg zu begleiten.

Die Zukunft unserer Branche wird nicht allein von Innovationen oder Investitionen abhängen.

Sie hängt ebenso davon ab, ob wir bereit sind, Wissen, Erfahrung und Begeisterung an die nächste Generation weiterzugeben.

Ronny erhebt mit seinem Weg keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit. Er zeigt vielmehr, dass eine andere Art des Unternehmertums möglich ist: eine, in der Vertrauen die Grundlage für Leistung bildet, Innovation den Werten des Handwerks treu bleibt und Erfolg sich auch an der Qualität der Beziehungen zu Mitarbeitenden, Partnern und Kundinnen und Kunden messen lässt.

Diese Sichtweise teilen wir bei GMSA.

Als Mühlenunternehmen liefern wir nicht nur hochwertige Mehle, Produkte und Dienstleistungen. Wir möchten die handwerklichen Bäckereien im Alltag begleiten, Impulse geben und gemeinsam Lösungen entwickeln, die den Herausforderungen unserer Branche gerecht werden.

Denn die gesamte Wertschöpfungskette ist nur dann erfolgreich, wenn wir sie gemeinsam stärken.

Wir danken Ronny herzlich für seine Offenheit, sein Vertrauen und die Bereitschaft, seine Erfahrungen mit uns zu teilen. Sein Beispiel macht Mut. Es zeigt, dass unsere Branche von Menschen lebt, die Verantwortung übernehmen, Wissen weitergeben und mit Zuversicht in die Zukunft blicken.

Lassen Sie uns diese Zukunft gemeinsam gestalten.

Zukunft sichern heisst Wissen weitergeben

André Ronny, Boulangerie Ronny à Mézières

Mitarbeiter in der Produktion der Bäckerei Ronny, Mézières

SÜDBACK 2026

BESUCHEN SIE UNS

- Am **Stand 9A52** mit **PAIN PAILLASSE**
- Am **Stand 7D17** mit **HEMATRONIC**
  Spezialisten für Sauerteiganlagen

UND ENTDECKEN SIE

- Neuheiten, Inspirationen und konkrete Lösungen
- Differenzierende Produkte mit Mehrwert
- Praxisnahes Fachwissen
- Mehr Attraktivität für Ihr Sortiment
- Neue Impulse für Ihr Geschäft

KOMMEN SIE VORBEI

Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

südback
Trade Fair for the Bakery and Confectionery Trades
Oct. 24–27, 2026
Messe Stuttgart (DE)

24. – 27.10.2026

Messe Stuttgart
www.suedback.com

essencedesign

GMSA

Groupe Minoteries SA
Route des Moulins 31
Postfach 68
1523 Granges-près-Marnand

Telefon: +41 26 668 51 11
E-Mail: groupe@gmsa.ch