

Feuer und Flamme für „Florians Kruste“

Die BÄKO und CSM Ingredients kooperieren seit Jahren intensiv in Sachen „Frühlingsbrot“ und „Herbstbrot“. In diesem Herbst tun sie sich zusammen, um auf dieser Basis ein ganz besonderes Konzept zu lancieren, das viele wichtige Erfolgsaspekte vereint – inklusive Förderung des regionalen Feuerwehrynachwuchses.



„Gutes genießen, Gutes tun“: Unter diesem Motto steht die aktuelle Gemeinschaftsaktion von BÄKO und CSM Ingredients.

„Florians Brot“ und „Herbstbrot“ sind seit Jahren bestens am Markt eingeführte Marken. In diesem Jahr gehen sie zusammen: „Mit dem Deutschen Feuerwehrverband, der darin organisierten Deutschen Jugendfeuerwehr, der BÄKO und CSM Ingredients sind vier starke Partner am Konzept ‚Florians Kruste‘ beteiligt. Wir alle waren uns einig: Der Herbst ist der ideale Zeitpunkt, um die Kooperation umzusetzen und so gemeinsam mit unseren Kunden und Konsumenten die Arbeit der hiesigen Jugendfeuerwehren zu unterstützen“, erläutert Manfred Laukamp, Director Activation Ingredients Central & East bei CSM. Aufgrund der jahreszeitlichen Komponente habe es nahe gelegen, die beiden starken Marken „Florians Kruste“ (bisher bekannt als „Florians Brot“) und „Herbstbrot“ zusammenzubringen: eine starke Kombination, zu deren Erfolg sicherlich auch die Kooperationserfahrung beitragen wird,

die CSM und BÄKO in ihrer mehr als 20-jährigen Zusammenarbeit gesammelt haben. Der Name „Florians Kruste“ ist kein Zufall: Der Heilige Florian ist der gemeinsame Schutzpatron der Bäcker und Feuerwehrleute. Diese Verbindung steht Pate für die Spendenaktion der teilnehmenden Bäckereien. In Kooperation mit dem Deutschen Feuerwehrverband unterstützen die Bäcker und deren Kunden die Arbeit der Jugendfeuerwehr mit 20 Cent vom Verkaufserlös eines jeden Brotes, die an die jeweilige örtliche Jugendfeuerwehr gehen und so gezielt das kulturelle und gesellschaftliche Leben von Jungen Menschen in den Regionen fördern.

Das Feuer wieder entzünden

Als CSM das „Florians Brot“ vor zehn Jahren erstmals präsentierte, kamen mehr als 400 000 Euro an Spenden zusammen. Diese beeindruckende Summe zeigt zum einen, wie sehr die Bundesbürger die Arbeit der Jugendfeuerwehren schätzen, zum anderen, dass mit der Idee, das Bäckerhandwerk und die Feuerwehren miteinander zu verbinden, ein Nerv getroffen wurde. In den vergangenen fünf Jahren lief das Konzept dann eher auf kleiner Flamme weiter, ohne größere Wahrnehmung bei Kunden und Konsumenten. „Jetzt



Bäcker und Feuerwehr – eine traditionelle Verbindung

Rudolf Römer, stellvertretender Bundesgeschäftsführer des Deutschen Feuerwehrverbands (DFV), weiß von vielen Gemeinsamkeiten zwischen Bäckern und Feuerwehrleuten zu berichten. Umso mehr freut ihn die Neuaufgabe der erfolgreichen Kooperation.

» Bäcker und Feuerwehr ziehen an einem Strang – wie beurteilen Sie diese Zusammenarbeit?

Feuerwehr und Bäckerhandwerk verbindet eine gute lange Tradition. Auch Bäcker sind oftmals ehrenamtliche Feuerwehrangehörige. Und aus vielfacher persönlicher Erfahrung weiß ich: Bei Einsätzen, insbesondere auch in der Nacht, sind die Wege zwischen Einsatzstelle/Feuerwehrhaus und Backstube kurz. Feuerwehren und Bäckereien sind im dörflichen wie auch städtischen Gepräge wichtige Akteure. Uns beide gibt es fast überall!

» Wird es (gemeinsame) Aktionen/Veranstaltungen geben, bei denen die „Florians Kruste“ präsentiert wird?

Zusammen mit CSM haben wir nun zum wiederholten Male den Startschuss für eine lebendige Kooperation auf Ortsebene gegeben. Unser Ziel

ist es, dass die traditionelle Verbindung der Bäcker zu ihren Feuerwehren und umgekehrt durch Aktionen und die Zusammenarbeit im Ort bzw. im Stadtteil gelebt wird. Man kennt und wertschätzt sich. Das soll Ausdruck der Partnerschaft sein und bleiben. Und hier werden viele gute Ideen um die „Florians Kruste“ entstehen.

» Welche Verwendung ist für die erzielten Spendengelder vorgesehen?

In Deutschland gibt es zum Glück in jedem Ort eine Feuerwehr. Und in jeder Feuerwehr gibt es vielfältiges Engagement und unterschiedliche Herausforderungen. Auch zum Erhalt und zur Zukunftssicherung des Systems der helfenden Hände. Ich bin mir sicher: Jeder an die Feuerwehren bzw. Jugendfeuerwehren weitergegebene Euro ist gut investiert!

Interview: sts

ist die Zeit gekommen, das Erfolgskonzept wieder groß und laut zu machen. Wir hoffen, auf diese Weise erneut eine höhere sechsstellige Spendensumme erzielen zu können. Die Voraussetzungen sind optimal, denn diesmal haben wir mit der BÄKO einen weiteren starken Partner an unserer Seite“, freut sich Laukamp, zumal die Kommunikationskanäle noch breiter aufgestellt sind als bei der Ersteinführung des Konzepts: „So werden wir u. a. auch über unsere Social-Media-Kanäle auf die ‚Florians Kruste‘ aufmerksam machen.“ Via www.baecker-werbeportal.de können zudem zahlreiche individualisierte Werbematerialien erstellt werden.

Wie wichtig der Einsatz der Feuerwehren gegen die Gewalt der Elemente ist, muss man nach den Ereignissen dieses Jahres niemandem erklären. Dennoch werden in Zeiten kommunaler Sparmaßnahmen die Mittel zur kontinuierlichen Nachwuchsförderung immer knapper – eine Spendenaktion ist in diesem Umfeld willkommen und wirkt sich auf das Ansehen des Bäckers in der Region sehr positiv aus.

Flexibel in der Umsetzung

Das Konzept zeichnet sich durch Vielfältigkeit und Variabilität von Zutaten aus; so können z. B. unterschiedliche Produktlösungen von CSM als Grundlage dienen. Der Einsatz hochwertiger BÄKO-Rohstoffe wie etwa Walnüssen, Sonnenblumen- und Kürbiskernen zur Veredelung sorgt für einzigartige Aromenvielfalt und ein saftiges Genusserlebnis.

Für die Umsetzung, Bekanntmachung und Vermarktung des Konzepts haben CSM Ingredients und die BÄKO einen Infolyer entwickelt, den teilnehmende Bäckereien und Bäckerinnungen nutzen sollten. Hinzu kommt

als weiterer Erfolgsfaktor, dass das Konzept durch Regionalität überzeugt – Feuerwehr findet auf dem Lande statt. „Nicht zuletzt aus diesem Grund ist die ‚Florians Kruste‘ ideal geeignet für eine Kooperation mit der BÄKO. Denn Konzepte mit regionaler Note sind genau das, was die Genossenschaften sich wünschen. Und nicht nur sie: Auch Konsumenten fragen regionale Lösungen verstärkt nach. Vielfältigkeit und Variabilität erlauben es darüber hinaus, individuelle Verbrauchergewohnheiten auf den Punkt zu treffen. All diese Faktoren entsprechen dem heutigen Zeitgeist“, bricht Manfred Laukamp eine Lanze für das Konzept. ■



Starke Partner: Karl-Heinz Banse (Präsident DFV, l.) und Manfred Laukamp (CSM Ingredients) präsentieren die „Florians Kruste“.