

Pro Vás...

Zpravodaj společnosti backaldrin s.r.o. • číslo 2 • září • ročník 2017



backaldrin®

The Kornspitz Company



**Trendy
v pekařském segmentu**

... hlavní téma semináře pro zákazníky

PANEUM se otevře na podzim

... novodobé muzeum pro širokospektrální využití

KORNSPITZ® ROKU 2017 NA „FEJSU“

... jak to dopadlo



• Dita Szabo
asistentka
společnosti backaldrin s.r.o.

Vážení obchodní přátelé,
píše se září 2017 a společnost backaldrin The Kornspitz Company stojí před jedním z dalších milníků. Dovolím si citovat: „*Chléb je doma po celém světě a spojuje lidi rozdílných kultur. Chléb je doma také tam, kde se lidé pekařského spolčenství.*“ Tato slova nemůže nikdo jiný s takovou láskou vyjádřit, než sám majitel společnosti backaldrin Peter Augendopler. Domy chleba nebo muzea se nachází široko daleko: v Německu, Brazílii, Švýcarsku, Rusku, Řecku a v nejbližší době se dočká i Rakousko. Novým zákaznickým centrem, které otevře své brány na podzim roku 2017, naváže backaldrin na tuto nejen kulturní tradici. Domem chleba chceme ještě více podtrhnout tvrzení, že je pekařské řemeslo nádherné a že stojí za to se mu věnovat. I Vy



se můžete stát našimi hosty, po jeho dostavbě bude k dispozici našim zákazníkům, odborné společnosti a všem dalším zájemcům z řad široké veřejnosti. Třeba právě Vy tady získáte tak očekávaný impuls pro Vaše obchodování.

Letos ani backaldrin s.r.o. Česká republika na jevišti novinek nezahálela. Oprášila stará pravidla soutěže Kornspitz® roku 2017 dala mu do vítku moderní kabát, který je více trendy a snad se do dalších let bude i lépe nosit. Do soutěže zapojila přes sociální síť Facebook konečného spotřebitele. Tedy toho, kdo do Vašich obchodů zavítá každý den, kdo vidí, jak si stojíte na pekařském poli s kvalitou Vašich výrobků. A musíme zkonstatovat, že Vaši fanoušci rozhodně nelenošili a prostřednictvím moderní techniky dali svoji existenci a přítomnost patřičně najevo.

To, že se dá profitovat na trhu s potravinami čerstvým, voňavým pečivem a chlebem, ví již

každý z nás. Pomyslná laťka kvality je už nyní posazená vysoko a stoupá výš a výš. Vyplácí se naslouchat i trendům doby, které jsou nenávratně spojeny se současným globálním stylem života a touhou poznat nepoznané – a to v podobě nových zvyklostí, jež máme možnost čerpat ze zkušeností a znalostí jiných kultur a civilizací, které se nenápadně mísí s našimi, i ve sféře stravování. Prohlédněte si pořádně z blízka soudobého konzumenta a přemýšlejte, co od nás skutečně očekává a po čem jeho srdce prahne.

Na začátku prázdnin zavítalo značkové pečivo Kornspitz mezi malé fotbalisty a podpořilo svým partnerstvím Fotbalovou školu Petra Čecha. Samozřejmě, že ani tomuto vrcholovému a úspěšnému sportovci není zdravý životní styl a s ním související stravování lhostejný.

V září se také může pekařské a cukrářské obecenstvo těšit na odbornou výstavu pro pekaře a cukráře „**Südback**“ v německém Stuttgartu, která proběhne ve dnech od **23. 9. – 26. 9. 2017**. Dorazte i Vy, naši zaměstnanci Vás budou očekávat **v hale 1, na stánku 1G51 a 1H51**, připraveni prodiskutovat aktuální trendy, inovace a horké novinky přímo z vývoje. Bude nám ctí Vás zde osobně přivítat a pozdravit!

Dita Szabo
asistentka
společnosti backaldrin s.r.o.



Kornspitz® roku 2017 na „fejsu“

Dvuměsíční facebookové klání v soutěži Kornspitz roku 2017 skončilo a nám nezbyvá, než vyhlásit výsledky letošního, pro mnohé netradičního, ročníku. Nutno podotknout, že to byl ročník rekordní – ať co do počtu účastníků, tak i do počtu hlasujících.

Poměrně dlouhou dobu jsme si lámali hlavu nad tím, jak tuto tradiční a úspěšnou soutěž „omladit“, vnést do ní nové impulsy a také, jak motivovat další výrobce pečiva Kornspitz, aby se do tohoto prestižního utkání zapojili. Jedním z našich cílů bylo začlenit do hlasování i ty, kteří každý den rozhodují o tom, jaký pekařský výrobek je „dobrý“ a zda stojí za nákup, tedy přímo koncové spotřebitele. Ať totiž chceme nebo ne, hlavním ukazatelem „kvality“ našich produktů jsou naši zákazníci. Všichni víme, že dělat věci (podle našich měřítek) správně a hodnotně, ještě neznamená prodávat. A prodej je to, co nás všechny živí a spojuje. Jak ale přivést všechny naše zákazníky v přibližně stejný čas na jedno konkrétní místo? V dnešním světě není nic jednoduššího, stačí jen soutěž umístit na Facebook. Každý den se k internetu připojí téměř 5 milionů uživatelů a z nich téměř 70 % sleduje alespoň jedenkrát denně děj na sociálních sítích, přičemž naprostá většina lidí do 30 let je online nonstop*.

O tom, kde tento turnaj uskutečníme, jsme nemuseli přemýšlet moc dlouho. Letos tedy poprvé v historii rozhodli o výherci Kornspitz roku 2017 uživatelé Facebooku, naši i Vaši fanoušci. Zároveň jste ale i Vy, společně se svými zaměstnanci, přímo na prodejnách, za využití poskytnuté marketingové podpory, aktivně upozorňovali na své favority. Abychom Vaše věrné kupující a hlasující za jejich snahu a pomoc při výběru vítěze odměnili, protože jak se říká, zadarmo ani kuře nehrabe, rozhodli jsme se soutěž podpořit 27 dárkovými balíčky a zejména hlavní výhrou – mobilním telefonem Apple iPhone 7.

A jak samotný boj o titul Kornspitz roku 2017 probíhal? Podmínkou účasti v soutěži bylo umístění fotografie vyrobeného Kornspitzu na facebookový profil Kornspitz CZ. Fotky vznikaly přímo na provozovnách přihlášených pekárů. Dalším specifickým tohoto ročníku bylo i to, že focené soutěžní vzorky nebyly upečeny speciálně pro toto klání. Jednalo se o pekařské výrobky připravené na prodejně přímo k prodeji, bez ohledu na právě plynoucí soutěž. Tyto fotografie následně sbíraly hlasy fanoušků (tzv. „lajky“), a to rovnou celé dva měsíce.

V průběhu tohoto období měly přihlášené pekárny čas na to, informovat svoje zákazníky o existenci soutěže a svojí aktivitou na sociálních sítích získávat tolik cenné hlasy. Hlavní výhra – Apple iPhone 7 – byla pro hlasující bezesporu lákavá, takže hlasy přibývaly rychlostí blesku. Ačkoliv byla soutěž v začátku velmi vyrovnaná, po prvních týdnech se začali profilovat první „favorité“. Ukázalo se ale, že dva měsíce jsou dlouhá doba, a zejména na sociálních sítích se situace může změnit opravdu z hodiny na hodinu. V závěru se na přední místa hlasování začaly dostávat pekárny, které měly opravdu silnou fanouškovskou základnu a pravidelným sdílením neustále navyšovaly „lajky“ u svých bojujících Kornspitzů. Poslední hodiny

soupeření jsme pak byli svědky nervy drásajícího boje mezi dvěma pekárny a všichni jsme napjatě čekali, která z nich nakonec zvítězí.

Ačkoliv bychom výhru přáli každému, kdo denně přispívá svojí houževnatou prací k dobrému jménu značky Kornspitz, první může být jen jeden. Vítězem, který v samotném závěru vytřel svým konkurentům pověstný rybníček a doslova a do písmene vybojoval titul Kornspitz roku 2017, se nakonec stal s 652 hlasy Miroslav Pařízek – Pekárna Vrdu. Na druhém a třetím místě, s celkovým počtem 557 a 193 hlasů se umístily INTEGRA H + H, s.r.o. z Lučan nad Nisou a nymburské Pekařství Kopecký s.r.o.

Nutno podotknout, že zásluhy na získaných hlasech neměl pouze Facebook nebo jeho uživatelé. Musíme zde vyzdvihnout také práci prodáváček a prodavačů, pekařek a pekařů, kteří na provozovnách přihlášených pekárů





• Výherkyně Apple iPhone 7 Veronika Uhlířová při přebírání ceny od jednatele společnosti backaldrin s.r.o. Petra Macha.

svým aktivním přístupem k soutěži a milým vystupováním zajistili pro své pekárny mnoho hlasů. Do soutěže šli s úsměvem a velkým zápletem, ačkoliv jejich práce není vždy jednoduchá. A proto jsme se rozhodli ocenit také zaměstnance, kteří sklídili na sociální síti nejvíce chvály – tedy prodavačky provozovny Pekárny Blansko a.s. a věnovat jim dárkové poukázky Sodexo Pass. Do soutěže se nakonec zapojilo celkem 47 pekárny ve 13 krajích České republiky, pro které hlasovalo více než 1800 uživatelů Facebooku. Vzhledem k této rekordní účasti by byla škoda ocenit pouze jedinou pekárnu, a proto jsme pro letošní rok vyhlásili také krajské výherce. Věříme, že tímto krokem a související marketingovou podporou přispějeme k dalšímu zvyšování kvality pečiva Kornspitz, ale i větší poptávce zákazníků po tomto značkovém produktu.

Těší nás, že se Kornspitz dobře prodává, a že i mezi mladými zákazníky se najde hodně příznivců tohoto druhu pečiva. O to větší radost máme z toho, že náhoda tomu chtěla a hlavní výhru v naší facebookové soutěži – Apple iPhone 7 – získala mladá cukrářka ze SŠ designu a řemesel v Kladně, slečna Veronika Uhlířová. Vítězce blahopřejeme a doufáme, že zachová cukrářině (*potazmo pekařině*) věrnost a že se s ní možná někdy v budoucnu setkáme znovu, třeba jako s naším obchodním partnerem nebo jako s účastnicí v soutěži Kornspitz roku.

Vítězi Kornspitz roku 2017, ale i jednotlivým krajským výhercům, srdečně gratulujeme. Všem soutěžícím děkujeme za účast a hlavně za čas a ochotu věnované této soutěži a věříme, že nám a značce Kornspitz zachováte přízeň i v následujících letech. Všem velice rádi pográtulujeme také osobně, a to při příležitosti slavnostního vyhlášení výsledků soutěže Kornspitz roku 2017, které se uskuteční 11. 10. 2017 v Domě kultury v Kladně.

Věříme, že se Vám nová podoba soutěže líbila a do dalších ročníků nám nezbývá, než si navzájem popřát více spokojených konzumentů pečiva Kornspitz, budoucím účastníkům více soutěživých zákazníků a FB fanoušků, ale i více štěstí, které je v každé soutěži potřeba.

V říjnu na shledanou!

Ing. Kateřina Kirpalová
manažer podpory prodeje
společnosti backaldrin s.r.o.

Název pekárny	Město	Počet hlasů	Celkové pořadí	Kraj
Miroslav Pařízek – Pekárna Vrdy	Vrdy	652	1.	Středočeský
INTEGRA H + H, s.r.o. – České Pekařství	Lučany n. Nisou	557	2.	Liberecký
Pekařství Kopecný s.r.o.	Nymburk	193	3.	Středočeský
PANE spol. s r.o.	Dolní Bousov	104	4.	Královéhradecký
Ing. Jan Růžička – Pekařství Růžička	Znojmo	102	5.	Jihomoravský
PECUD, výrobní a obchodní družstvo Žandov	Proboštov u Teplíc	78	6.	Ústecký
JIZERSKÉ PEKÁRNY spol. s r.o. – Pekařství Harmonie	Ústí nad Labem	61	7.	Liberecký
Pekařství M a M, s.r.o.	Prostějov	60	8.	Olomoucký
Pekařství a cukrářství Sázava s.r.o.	Lanškroun	53	9.	Pardubický
Cukrárna U Brány s.r.o.	Pelhřimov	49	10.	Vysočina

*Pramen: mailkit.eu



Trendy v pekařském segmentu

Hlavní téma semináře pro zákazníky

Na sklonku školního roku jsme opět našli pojitko k rozvinutí další debaty s našimi zákazníky, tedy s Vámi, a společně jsme vyrazili do mateřské firmy backaldrin The Kornspitz Company v Astenu u Lince se zamyslet nad tématem „Trendy v pekařském segmentu“. Co nového jsme se dozvěděli, bychom Vám chtěli připomenout, anebo pro ty, kteří se nemohli zúčastnit, alespoň zprostředkovaně poskytnout postřehy v následujícím článku.

V posledních letech odborníci na výživu odhalují nejbizarnější trendy ve zdravé stravě. Některé z nich jsou neznámé a jiné nás dokáží překvapit svou neobvyklostí. Rozhodně se nemusíme bát vyřknout, že jsou občas až výstřední. Následně bychom Vám chtěli zprostředkovat pohled na nejdůležitější změny týkající se potravinářské oblasti, ale i na témata, která s tímto úzce souvisejí a považujeme je za podstatné, abychom o dané problematice získali komplexní pohled a porozuměli souvislostem. Téměř všechny údaje, které zde budou uvedeny, pochází z podkladů společnosti Canadean. Tato firma je známá svými podrobnými průzkumy trhu i ve spotřebitelské sféře na celém světě. Další řádky se vztahují k anketě provedené s 25.000 – 50.000 osob z až 50 zemí světa.

Popis soudobého konzumenta – spotřebitele

Pro člověka dnešní doby je charakteristická snaha o udržitelnost, morálku, zodpovědnost vůči okolnímu světu a budoucím generacím. Podporuje především uplatňování svých cílů a nezávislosti, požaduje jedinečná řešení a chce být určitým způsobem „sledován“. Je pro něj důležité vyjádřit vlastní prožitky a city bez ohledu na zvyky. Také je silně ovlivněn sociodemografickými vlivy – jako je například migrace obyvatelstva, tedy s tím souvisejícím sblížením kultur, globálním životním stylem. Mění stravovací návyky. Má touhu po vysokém životním standardu. Na jeho chová-

ní působí digitální a sociální média. Snadný a rychlý přístup k informacím mu umožňuje se prosadit a zároveň podílet na vývoji nových produktů. Jeho přáním je skloubit čas a finance. Roste pro něj význam volného času.

Co ovlivňuje konzumenta při nákupu potravin?

Dle společnosti Canadean, je pro konečného zákazníka důležitá především důvěra a dobrý pocit. Při provedené anketě na otázku: „Co ovlivňuje konzumenta při nákupu potravin?“ dotázaní odpověděli:

- 64 % dotázaných uvedlo, že je při koupi potravin pro ně důležité, když je výrobek známý a důvěryhodný.
- 62 %, že hledají výrobek, který je pro ně zdravý a prospěšný.
- 61 % si uvědomuje cenu.
- 58 % hledá individuální potraviny dle konkrétních parametrů, jako je například bez obsahu laktózy, určité velikosti balení produktů nebo bez přídavku cukru.

Jak je vidět, důležitou roli při nákupu hrají zdravé potraviny.

Celosvětový problém zvaný „Diabetes“

Jednou z největších výzev představuje v konzumaci cukru výskyt civilizační choroby tzv. „cukrovky“ (*diabetes mellitus*).

Podíl počtu nově hlášených osob trpících touto chorobou a současně tedy i celkový počet

všech nemocných jedinců v populaci neustále roste. V roce 2015 se na celém světě vyskytovalo 415 mil. lidí s cukrovkou. To znamená, že se to týkalo každého jedenáctého člověka – v roce 2040 by to měl být už každý desátý (642 mil. obyvatel s cukrovkou). V různých zemích na tuto situaci velmi razantně reagují a to především zvyšováním daní – obzvláště u produktů s obsahem cukru s cílem zredukovat podíl cukru v potravinách. Co to ale v praxi znamená? Dochází ke kontrolovaným dávkám cukru, avšak ne k úplnému vypuštění. Různé sušenky, čokolády a další sladkosti jsou nabízeny v menších gramážích, anebo jsou používány do výroby jiné druhy sladidel – třeba med, kterého si konzumenti mimořádně cení, ale také cukr z finské břízy (*přírodní sladidlo získané z březového dřeva vhodné právě pro diabetiky*), dále například kokosový cukr (*zajímavostí je, že obsahuje inulín, nerozpustnou vlákninu, která slouží jako prebiotikum – potravina pro bifidobakterie v našich střevích*).

Dále existují konzumenti snažící se přeorientovat svou chuť. Sladké nahrazují pikantními pokrmy. Zde se dostává ke slovu koření nebo regionální bylinky, potažmo i léčivé rostliny, ale k těm se vrátíme ještě později. Krátce pro pobavení a to na téma, jak my lidé si sami, dle potřeby, umíme některé věci nalhávat. Dle výše zmíněné agentury na průzkum trhu, konzumentovi stačí často v pokrmu změna jedné „zdravé“ složky potraviny. Posuďte sami

– 37 % dotázaných konzumentů řeklo, že se vůči svému zdravému stylu života cítí méně vinní, když jejich pokrm obsahuje přinejmenším jednu zdravou složku. Tím je míněn třeba koláč s rebarborou a podobně.

Síla rostlin

Přírodní produkty jsou preferovány, ale nejsou zase až tak podstatné. 61 % spotřebitelů jsou toho názoru, že složky bohaté na živiny pocházející z přírody jsou pro ně atraktivní. 25 % považují za lákavé výrobky obohacené uměle. Pod pojmem přírodní potravina si většina konzumentů představuje výrobky označené výživovými tvrzeními o nepřítomnosti složek jako bez konzervačních látek, bez umělých přídatných látek nebo bez geneticky modifikovaných surovin.

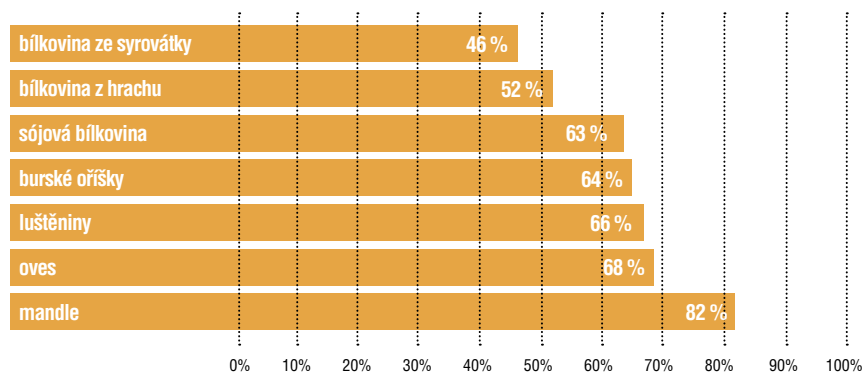
Trend č. 1 se nazývá: Bílkoviny

V lidské výživě jsou nezbytné pro tvorbu a obnovu tkání organismu, jsou součástí enzymů a hormonů, zajišťují transport látek a jsou zdrojem energie. Nejmenší stavební složkou bílkovin jsou aminokyseliny. Teprve ty jsou dále v organismu využitelné, podle jejich množství a skladby určujeme jejich kvalitu. Bílkoviny jsou zastoupeny v luštěninách, obilovinách, zelenině a bramborách.

A co na to říká anketa?

- 43 % respondentů si dělá generelně starosti z toho, že konzumují málo rostlinné stravy.
- 56 % se snaží jíst co nejvíce zeleniny.
- **32 % chce více luštěnin** – a to je **pro nás pozitivní zpráva**, protože **chléb nebo pečivo s luštěninami**, pokud chceme nabízet chleby s označením se zdrojem bílkovin nebo s vysokým obsahem bílkovin, není v pekařské praxi krokem do neznáma. Ano, zde můžeme profitovat.

Mimo jiné sportovně založení konzumenti hodnotí obzvlášť pozitivně tyto suroviny s obsahem bílkovin:



Z tohoto zjištění vyvozujeme, že **bílkoviny na rostlinné bázi** jsou favorité mnoha konzumentů. Důvody, proč tomu tak je, jsou různé – např. zdraví, finance, alergie, nesnášenlivost, ale i etika.

Trend č. 2 se jmenuje účinné (léčivé) z přírody – tj. tedy superpotraviny

Definice je již z posledního příspěvku známá, a tak jen krátce pro připomenutí – Slovník Oxfordské angličtiny popisuje superfood (česky *superpotraviny*) jako „*Výživově bohatou potravinu, považovanou za zvláště prospěšnou pro zdraví, tělesnou a duševní pohodu.*“

Superpotraviny nám slibují hned několik „zá-zraků“:

- již výše zmiňovanou **tělesnou a duševní pohodu**,
- jsou pomocníkem **při výkyvech (nárůstu) naší tělesné hmotnosti** (72 % lidí po celém světě se snaží svoji tělesnou hmotnost zredukovat nebo alespoň udržet; 58 % o to usiluje tělesnou aktivitou a stejným procentuálním podílem zdravou stravou; 53 % menšími porcemi jídla),
- jsou **otevřeny k experimentům** – konzumenti rádi „*koketují*“ s potravinami jiných kultur (73 % vyzkouší nové ovoce alespoň příležitostně a 69 % nové druhy zeleniny; 75 % má požitek z vyzkoušení produktů jiných kultur; 75 % konzumentů vyzkouší rádo výrobky z jiných částí světa),

d/ lidé je vnímají jako **léčivé** (54 % má ten názor, že *potraviny působí minimálně stejně dobře jako léčiva, která nepodléhají lékařskému předpisu*).

Sociální média a jejich vliv na konzumenta

Sociální média změnila naši každodenní komunikaci. Počet uživatelů a jejich aktivní čas strávený zde neustále stoupá. Dochází přitom k výměně osobních informací v podobě textů, fotek, audio a video souborů. Každý uživatel může vést aktivně dialog s jiným uživatelem a interaktivně vystupovat. A to se týká i stravy a umístování příspěvků v podobě receptů. Zeptejte se nyní sami sebe, kolik z Vás uveřejnilo svůj oblíbený recept včetně fotky? Naše údaje pochází z Německa: 46 % uživatelů alespoň příležitostně sdílelo fotky umístěného jídla; 56 % je komentovala a 39 % uveřejňuje alespoň občas svůj vlastní tip na recept.

Věřte, že sociální média mají silný vliv na konzumenty i v České republice a dokážeme si živě představit, že se nebudou o moc lišit od výsledků ankety v Německu.

Při výběru trendy pečiva do Vaší nabídky se inspirujte na následujících stránkách backademie, kde naleznete zástupce zdravého životního stylu, o kterém jsme nyní zprostředkovaně, alespoň na papíře přemýšleli. Za superpotraviny zde naleznete kurkumu v bagetách, zdravou sladkou lahůdku v podobě špaldového koláče s mrkví a pečivo s nádechem Středomoří – Luciano bagety.

Nechte si chutnat a brzy na shledanou na jednom z dalších seminářů naší mateřské firmy.

Dita Szabo
asistentka
společnosti backaldrin s.r.o.

*Pramen: Prezentace Alois Lachinger – TREND UPDATE. Podklady společnosti na zpracování anket, statistik a údajů Global Data – Canadean převážně z roku 2015/2016. International Deibates Federation. <http://vyvazenezdravi.cz/>



Špaldový koláč s mrkví

Receptura

Hmoty:

1,400 kg	Wiener Dinkelrührmix (č. výř. 2246)
0,700 kg	voda (20 °C)
0,600 kg	olej (20 °C)
0,600 kg	mrkev strouhaná
0,300 kg	vlašské ořechy
0,005 kg	skořice
3,605 kg	těsto

Příprava:

Doba tření:	2 – 3 minuty
Teplota pečení:	200 – 180 °C
Doba pečení:	40 – 50 minut



Výroba:

Výše uvedené suroviny smícháme všechny najednou a třeme cca 3 minuty dohladka. Připravenou hmotu rozetřeme na plech a pečeme. Po vychladnutí dekorujeme Wiener Fondantem nebo rozehřátou čokoládovou polevou.



Luciano bagety

Receptura:

10,000 kg	pšeničná mouka
2,400 kg	Lucian mix (č. výr. 3156)
0,350 kg	droždí
8,600 kg	voda
1,000 kg	cibule restovaná (nebo olivy, případně sušená rajčata)
<u>22,350 kg</u>	<u>těsto</u>

Příprava:

Doba míchání:	4 – 5 minut pomalu 3 – 7 minut rychle
Mísicí stroj:	spirálový
Teplota těsta:	24 – 26 °C
Doba zrání:	25 – 30 minut
Navážka:	0,210 kg
Teplota pečení:	250 – 260 °C
Doba pečení:	16 – 18 minut

Výroba:

Z výše uvedených surovin vymícháme středně tuhé těsto. Vyzrálé těsto vydělíme, vytvarujeme bocháňky a necháme krátce odležet. Poté bocháňky tvarujeme do baget, které odsadíme na vlnitý plech. Po vyknutí bagety ovlažíme a podélně 4krát nařízneme do hloubky cca 1 cm. Dobře vypečeme. Před koncem pečení otevřeme tahy.





Pečivo s kurkumou

Receptura

Těsto:

10,000 kg	pšeničná mouka
0,500 kg	Kurkuma mix (č. výř. 3465)
0,200 kg	sůl
0,300 kg	droždí
5,500 kg	voda
0,400 kg	olej
<u>16,900 kg</u>	<u>těsto</u>

Příprava:

Doba míchání:	5 – 7 minut pomalu 5 – 7 minut rychle
Mísicí stroj:	spirálový
Teplota těsta:	28 – 30 °C
Doba zrání:	5 – 10 minut
Navážka:	0,058 kg
Teplota pečení:	250 – 260 °C
Doba pečení:	13 – 15 minut

Výroba:

Z výše uvedených surovin vymícháme středně tuhé těsto. Vyzrálé těsto vydělíme, vytvarujeme a odsadíme na plech. Po nakynutí povlažíme a pečeme v zapářeném prostoru.





PANEUM se otevře na podzim

U příležitosti 50 letého jubilea firmy položil Peter Augendopler v roce 2015 základní kámen nového Domu chleba. Na podzim 2017 bude „PANEUM – zázračná komnata chleba“ otevřena všem zájemcům.

Široko daleko věnují pozornost různé domy chleba významu vzácných potravin. „Museum kultury chleba“ v Ulmu, „Museu do Pão“ v Brazílii nebo „Maison du Blé et du Pain“ ve Švýcarsku jsou příklady institucí, ve kterých má slovo chléb svůj výraz. „PANEUM – zázračná komnata chleba“ zasadí nový milník. Iniciátor projektu Peter Augendopler: „My sami jsme pekaři a tímto projektem chceme dosáhnout časově odpovídajícího komunikačního a informačního centra pro odborný svět. Každý rok jsou ve společnosti backaldrin hosty tisíce pekařů,

cukrářů a jiných odborných návštěvníků. Péče partnerských vztahů s našimi zákazníky a odborná výměna v domě získává na dalším významu.“

Zázračná komnata chleba

„PANEUM“ se skládá ze tří stavebních těl. Hosté vstoupí nejprve do soklové budovy kvadratického tvaru, která zahrnuje prostory pro pořádání různých akcí a seminářů. Nad ní se nachází límeč z betonářské oceli, který znázorňuje volně tvarovaný oblak s prostory vhodnými pro výstavu – zázračné komnaty Domu chleba.

Všechny vystavené objekty budou souviset s chlebem, pečením, obilím a druhově příbuznými souvisejícími tématy se společností. Na podzim bude „PANEUM“ pro všechny předem ohlášené zájemce otevřeno.

PANEUM – zázračná komnata chleba

Lokalita:	Asten u Lince, Rakousko
Začátek stavby:	srpen 2015
Dokončení stavby:	podzim 2017
Výška budovy:	20 m
Celková plocha:	990 m ²



Kornspitz®

partnerem Fotbalové školy Petra Čecha

Začátkem prázdnin učtil Kornspitz to pravé sportovní nadšení všech malých budoucích a zdravě zapálených fotbalistů. Tato značka opět byla, jako ostřílená stálice, partnerem již 12. ročníku Fotbalové školy Petra Čecha, která každoročně probíhá po dobu 7 dnů v Tréninkovém centru AC Sparta Praha. Vzhledem k rostoucímu zájmu o účast bylo nutné navýšit kapacitu školy a tak přibyl ještě i druhý turnus a to ve Zruči u Plzně. Celkem se této akce zúčastnilo 155 dětí ve věku od 7 – 15 let.

Na chlapce a děvčata v červených dresech čekal nevšední program. Každodenní fotbalové tréninky byly samozřejmostí. Některé však byly výjimečné osobní účastí samotného Petra Čecha. S tímto českým fenoménem si mládež mohla i popovídat a nejen s ním, ale i s dalšími známými osobnostmi našeho fotbalu jako např. s Ladislavem Krejčím nebo Radimem Řezníkem. Není divu, že po dni plném aktivit všem účastníkům řádně vyhládlo. A právě v tento okamžik se největším „frájerem“ dne stal originál Kornspitz snack. Než děti stihly dojíst lahodnou svačinu, zvládli jsme krátce Petra Čecha vyzpovídat.

„Jaké pečivo resp. pekařské výrobky preferujete v Londýně, a na které se těšíte do Čech?“

Pečivo mám moc rád, ačkoliv si ho díky své profesi nemohu dopřát úplně dle svých přání. Do Čech se vždy těším na český chléb, který je v jakékoliv podobě prostě speciální. Křupavá chlebová kůrka je pro mě větší lahůdkou než mnohé speciality na slavnostních rautech. V Londýně je to nejčastěji celozrnný chléb, který je pro nás sportovce nejvhodnější.

„Co peče paní Čechová a jak často?“

Peče všechno a především moc ráda. Ať už jsou to muffiny, nebo jakékoliv bábovky, palačinky na mnoho způsobů nebo sladké rolády. Vedle toho také domácí housky, chleba a především – všechno je to skvělé.

„Co bylo nejčastější svačinou vašeho „mládí“ při cestách do školy a na zápasy?“

Na zápasy jsme cestovali autobusem, mnohdy spoustu hodin – takže možnosti svačin byly



• Petr Čech s jedním z účastníků fotbalové školy.

poměrně omezené. Pověštinou krajíce chleba se šunkou, sýrem a někdy také řízkem.

„Co byste mohl jako sportovec popřát českým pekařům v „soutěži“ o spokojeného zákazníka?“

Pekařství má u nás takovou tradici, že se o budoucnost našich pekařů a jejich zákazníků nebojím. Veškeré chleby, housky, rohlíky, bábovky, buchty, koláče k naší zemi prostě patří, a pokud se bude nadále péct dle našich zvyklostí a chutí, zákazník si cestu k pečivu vždy najde.

Děkujeme za rozhovor!

Fotbalová škola tímto ročníkem rozhodně nekončí. Má do dalších let před sebou ještě velký kus práce a vytyčených cílů. Mezi nové výzvy patří prohloubení mezinárodní spolupráce s Arsenalem Londýn, zapojení více známých fotbalistů do tréninků, navýšení počtu mezinárodních účastníků a rozvinutí zájmu dětí o jazykové znalosti především angličtiny. Držíme palce a pevně věříme, že Kornspitz je a bude i nadále pro všechny účastníky této školy nepostradatelným partnerem!

Marek Vykusa
obchodní manager
společnosti backaldrin s.r.o.

VEGIPAN[®]

Vegipan[®]

speciální chléb bez droždí



backaldrin[®]

The Kornspitz Company