



# BRANCHENSPIEGEL 2015

Für das Bäckerei-Konditorei-  
Confiserie-Gewerbe

Erstellt in Zusammenarbeit mit der

**SBC TREUHAND**   
TREUHAND FÜR BÄCKER UND CONFISEURE

Schweizerischer Bäcker-Confiseurmeister-Verband (SBC)

# Impressum



## **Schweizerischer Bäcker-Confiseurmeister-Verband**

Seilerstrasse 9, CH-3001 Bern  
Tel. 031 388 14 14, Fax 031 388 14 24  
[www.swissbaker.ch](http://www.swissbaker.ch), [info@swissbaker.ch](mailto:info@swissbaker.ch)  
[www.swissconfiseure.ch](http://www.swissconfiseure.ch)

Erstellt in Zusammenarbeit mit der



Treuhand und Unternehmensberatung für Bäcker und Confiseure  
Standstrasse 8, CH-3014 Bern  
Tel. 031 340 66 44, Fax 031 340 66 55  
[www.sbc-treuhand.ch](http://www.sbc-treuhand.ch), [bern@sbctreuhand.ch](mailto:bern@sbctreuhand.ch)

|            |                    |  |
|------------|--------------------|--|
| St. Gallen | Tel. 071 274 95 35 | E-Mail: <a href="mailto:stgallen@sbctreuhand.ch">stgallen@sbctreuhand.ch</a> |
| Chur       | Tel. 081 253 13 01 | E-Mail: <a href="mailto:chur@sbctreuhand.ch">chur@sbctreuhand.ch</a>         |
| Lugano     | Tel. 091 960 21 00 | E-Mail: <a href="mailto:lugano@sbctreuhand.ch">lugano@sbctreuhand.ch</a>     |
| Luzern     | Tel. 041 248 01 85 | E-Mail: <a href="mailto:luzern@sbctreuhand.ch">luzern@sbctreuhand.ch</a>     |
| Pully      | Tel. 021 721 78 11 | E-Mail: <a href="mailto:pully@sbctreuhand.ch">pully@sbctreuhand.ch</a>       |
| Zürich     | Tel. 044 377 54 77 | E-Mail: <a href="mailto:zuerich@sbctreuhand.ch">zuerich@sbctreuhand.ch</a>   |

## **Gestaltung:**

[werbwerkstatt.ch](http://werbwerkstatt.ch), Bern

Nachdruck (auch auszugsweise) nur mit ausdrücklicher Genehmigung des SBC erlaubt.

Für die bessere Lesbarkeit wurde in der Broschüre die männliche Form gewählt. Selbstverständlich sind aber immer beide Geschlechter in gleichem Mass angesprochen.

©2015, SBC

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| <b>1.</b> | <b>Einführung / Vorwort</b>                                   | <b>5</b>  |
| <b>2.</b> | <b>Wirtschaftliche Lage</b>                                   | <b>6</b>  |
| 2.1       | Ausgangslage Markt und Betriebe                               | 6         |
| 2.2       | Verbandsinformationen   | 7         |
| 2.3       | Mitgliederentwicklung   | 8         |
| 2.4       | Brotpreisentwicklung 2003–2014                                | 9         |
| <b>3.</b> | <b>Kennzahlen Branche</b>                                     | <b>11</b> |
| 3.1       | Betriebstypen   | 12        |
| 3.2       | Umsätze über 5 Jahre  | 12        |
| 3.3       | Abrechnungsart Mehrwertsteuer                                 | 13        |
| 3.4       | Lohnsummen  | 13        |
| 3.4.1     | Lohnsummen gesamthaft   | 13        |
| 3.5       | Durchschnittlicher Bruttoerfolg pro Betrieb in % über 5 Jahre | 14        |
| 3.5.1     | Bruttoerfolg 1  | 14        |
| 3.5.2     | Bruttoerfolg 2  | 14        |
| 3.6       | Personalaufwand (inkl. Eigenlöhne)                            | 15        |
| 3.7       | Cashflow (Gewinn vor Abschreibungen und Rückstellungen)       | 15        |
| 3.7.1     | Cashflow mit Unternehmerlohn                                  | 15        |
| 3.8       | Umsatz pro Mitarbeiter  | 16        |
| 3.9       | Umsatz pro m <sup>2</sup>                                     | 16        |
| 3.10      | Umsatz Café pro Sitzplatz und Tag                             | 17        |
| 3.11      | Kostenstruktur Erfolgsrechnung                                | 17        |
| 3.11.1    | Kostenstruktur Bäckerei-Confiserie                            | 17        |
| 3.11.2    | Kostenstruktur Bäckerei-Confiserie mit Filialen               | 18        |
| 3.11.3    | Kostenstruktur Bäckerei-Confiserie mit Café                   | 18        |
| 3.11.4    | Kostenstruktur Bäckerei-Confiserie mit Handelswaren           | 19        |
| 3.12      | Liquiditätsgrade  | 19        |
| 3.12.1    | Liquiditätsgrad Mieter  | 20        |
| 3.12.2    | Liquiditätsgrad Eigentümer                                    | 20        |
| 3.13      | Eigenfinanzierungsgrad  | 21        |
| 3.14      | Rechtsform  | 21        |
| 3.15      | Betriebsgrösse nach Umsatz (ohne Handelswaren)                | 22        |

|           |   |           |
|-----------|---|-----------|
| 3.16      | Betriebsgrösse nach Umsatz (mit Handelswaren)               | 22        |
| 3.17      | Anzahl Beschäftigte pro Betrieb inkl. Inhaber               | 23        |
| 3.18      | Firmenrating nach KMUaudit                                  | 23        |
| 3.19      | Sozialversicherungsübersicht                                | 24        |
| 3.19.1    | AHV-Jahresbeiträge  | 24        |
| 3.19.2    | Durchschnittliche AHV-Beiträge pro Kunde                    | 24        |
| 3.19.3    | Krankentaggeldversicherung                                  | 25        |
| 3.19.4    | Unfallversicherung  | 25        |
| 3.19.5    | Pensionskassen-Mitglieder                                   | 26        |
| 3.19.6    | Pensionskasse – Jahresbeiträge                              | 26        |
| 3.19.7    | Pensionskasse – Deckungskapital                             | 27        |
| 3.19.8    | PANVICApus Vorsorgestiftung                                 | 27        |
| 3.20      | Allgemeine Kennzahlen                                       | 28        |
| 3.20.1    | Das Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriegewerbe in Zahlen  | 28        |
| 3.20.2    | Der SBC in Zahlen   | 28        |
| <b>4.</b> | <b>Ausbildungsfakten</b>                                    | <b>29</b> |
| 4.1       | Einleitung  | 29        |
| 4.2       | Bildungskonzept – Modell 2015                               | 30        |
| 4.3       | Lehrverhältnisse  | 31        |
| 4.3.1     | Produktion Bäcker-Konditor-Confiseur – Lehrbeginn bis 2014  | 31        |
| 4.3.2     | Verkauf/Detailhandel  | 31        |
| <b>5.</b> | <b>Marktkennzahlen</b>                                      | <b>32</b> |
| 5.1       | Einkaufsgenossenschaften                                    | 32        |
| 5.1.1     | Kennziffern Pistor Firmengruppe                             | 32        |
| 5.1.2     | Über Pistor AG  | 32        |
| 5.1.3     | Über Proback AG   | 33        |
| 5.1.4     | Über Fairtrade SA   | 34        |
| <b>6.</b> | <b>Allgemeine Information</b>                               | <b>35</b> |
| 6.1       | Folgende Firmen haben am Branchenspiegel 2015 mitgearbeitet | 35        |

**Der 9. «Branchenspiegel für das Bäckerei-, Konditorei- und Confiserie-Gewerbe» stellt die wichtigsten Markt-, Branchen- und Betriebskennzahlen des vergangenen Jahres dar. Die Veränderungen zu den Vorjahren zeigen deutlich auf, wie sich die gesamte Branche sowie die einzelnen Betriebe entwickeln. Insgesamt werden die Zahlen von rund 600 Kunden der SBC Treuhand AG sowie Erhebungen des SBC und seiner Institutionen und Partner ausgewertet und fliessen in das Gesamtwerk ein. Mit neuen Analysetools können nun noch detailliertere und aussagekräftigere Resultate aufgezeigt werden.**

Der vorliegende Branchenspiegel enthält die jährlich erhobenen Zahlen und Fakten, deren Entwicklung sich von einem Jahr zum anderen verfolgen und vergleichen lassen, die aber auch Aufschluss über Trends Auskunft geben, welche die Zukunft unserer Branche prägen werden. Damit liegt ein Nachschlagewerk vor, welches über die Bäckerei-Konditorei-Confiserie-Branche hinaus von Interesse ist und als Entscheidungsgrundlage für Betriebsinhaber, Zulieferanten und Partner des Gewerbes für die Zukunftsgestaltung von Nutzen sein soll.

Dieses Werk entstand in Zusammenarbeit des Schweizerischen Bäcker-Confiseurmeister-Verbandes (SBC) mit den eigenen Treuhandstellen der SBC Treuhand AG sowie unter Mitarbeit der Richemont Fachschule Luzern, der Ausgleichskasse PANVICA und den Sponsoren und Partnern, welche im hinteren Teil des Werks aufgeführt sind.

Die Branchenkennzahlen basieren auf der Auswertung der Abschlüsse der rund 600 Kunden der SBC Treuhand AG und stellen somit ein valables Spiegelbild der Branche dar. Für eine Analyse eines einzelnen Betriebes dürfen die Zahlen aber nicht eins zu eins übernommen werden, für eine genaue Beurteilung muss die gezielte Kenntnis des betroffenen Unternehmens vorliegen. Standort, saisonale Gegebenheiten und der Betriebstyp – Lieferbetrieb, Filialbetrieb, mit oder ohne Tea-Room/Café, mit oder ohne Lebensmittel etc. – müssen bei einer Betriebsanalyse mit in Betracht gezogen werden. Die Treuhandstellen des SBC verfügen über eine langjährige Branchenerfahrung und Kennzahlen, die eine individuelle Betriebsanalyse ermöglichen.

Das Zahlenmaterial basiert in der Regel auf den Auswertungen der Ergebnisse 2014 und den Vorjahren.

Wir danken der SBC Treuhand AG für die ausgezeichnete Mitarbeit und die Erfassung der branchenbezogenen Kennzahlen sowie der Richemont Fachschule, der PANVICA und der Pistor für das Zurverfügungstellen von Datenmaterial.

Schweizerischer Bäcker-  
Confiseurmeister-Verband

**SBC** Treuhand AG



Kaspar Sutter  
Präsident



Beat Kläy  
Direktor



Bernhard Zihlmann  
Direktor

## 2. Wirtschaftliche Lage

### 2.1 Ausgangslage Markt und Betriebe

Die Schweizerische Volkswirtschaft und damit auch die Rahmenbedingungen für unsere Branche haben sich am 15. Januar 2015 mit dem Entscheid der Schweizerischen Nationalbank, den Mindestkurs zum Euro nicht mehr zu stützen, noch einmal entscheidend verändert. Erstmals seit den sechziger und siebziger Jahren wurde wieder ein Negativzins eingeführt, um die Geldmenge entsprechend zu beeinflussen. Neu am Vorgehen der SNB war, dass auch der Leitzins negativ wurde. Es ist ausserordentlich schwierig, in der jetzigen Situation Prognosen über die Konjunktur aufzustellen. Sicher ist, dass Verunsicherung vorherrscht, was nicht ein gesunder Boden für ein vernünftiges Wirtschaftswachstum ist.

Die Bäckerei-Konditorei-Confiserie-Branche steht natürlich mittendrin. Auf der einen Seite ist der Lebensmittelkonsum und insbesondere auch der Ausserhauskonsum recht stabil, der Einkaufstourismus und der Import billiger Brot- und Backwaren zu Schleuderpreisen fordern die Betriebe der Branche – auch wenn diese eine Qualitätsstrategie propagieren und nicht den Preiskampf mit anderen Anbietern suchen wollen und können. Der Konsument wird trotzdem anspruchsvoller, Frisch bedeutet heute, dass die Ware noch warm sein muss, das Sortiment kurz vor Ladenschluss noch vollständig.

Und trotzdem fragt der Konsument mittlerweile nach, was den mit den unverkauften Waren passiert. Der SBC hat das Thema der nachhaltigen Entwicklung und der Lebensmittelabfälle sehr intensiv an der diesjährigen FBK 2015 dargestellt. Nicht nur die Schweiz ist eine Überflussgesellschaft, das zeigt sich an den Abfällen. Im Durchschnitt kauft eine in der Schweiz lebende Person jährlich über 50 kg Brot und Backwaren. Das macht also über 400 Millionen Kilo in der Schweiz pro Jahr. Davon werden 100 Millionen nicht dem ursprünglichen Zweck zugeführt, also fast ein Viertel!

Dabei sind gerade die Konsumenten wieder Spitzenreiter, welche den grössten Teil davon nicht konsumieren resp. in den Abfall werfen. Alle Branchenteilnehmer sind gefordert, eine nachhaltige Entwicklung in den Betrieben zu fördern und die Kunden zu sensibilisieren. Das könnte den positiven Effekt nach sich ziehen, dass es wieder zu einer höheren Wertschätzung des Brots und generell der Produkte der Branche führen wird. Es gilt, die klassischen Werte der gewerblichen Produktion den Kunden gegenüber wieder vermehrt zu kommunizieren:

- Verwendung regionaler oder lokaler Rohstoffe
- Produktion mehrmals täglich frisch vor Ort
- Kurze Transport- und Vertriebswege
- Persönlicher Bedienungs- und Beratungsverkauf
- Schaffung von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen

Der Druck auf jeden einzelnen Betrieb ist gross, das Marktumfeld angespannt bis erdrückend. Heute können die Produkte der Branche praktisch während 24 Stunden an 7 Tagen eingekauft werden. Und trotzdem behaupten sich die gewerblichen Bäckereien-Confisereien. Die Zahl der produzierenden Betriebe nimmt kontinuierlich ab, die Filialisierung dafür zu. Die Gesamtzahl an Verkaufsstellen liegt immer noch über 3000.

Die Betriebe, die sich heute erfolgreich am Markt behaupten, haben sehr gute Zukunftsaussichten. Denn sie verstehen es, die Produktions- und Verkaufsprozesse optimal zu steuern und die Bedürfnisse der Kunden zu erkennen und zeitgerecht umzusetzen.

## 2.2 Verbandsinformationen

### Schweizerischer Bäcker-Confiseurmeister-Verband

**Die im Juni 2012 vom Kongress des Schweizerischen Bäcker-Konditorenmeister-Verbandes und von der Generalversammlung des Schweizerischen Konditor-Confiseurmeister-Verbandes beschlossene Fusion ist per 1. Januar 2013 definitiv in Kraft getreten. Ab diesem Zeitpunkt sind die Mitglieder dieser zwei Organisationen neu vereint unter dem Dach des Schweizerischen Bäcker-Confiseurmeister-Verbandes (SBC).**

Der SBC, dessen Geschäftssitz in Bern ist, ist die einzige Berufsorganisation der Arbeitgeber in der Bäckerei-Konditorei-Confiserie-Branche der ganzen Schweiz. Mit rund 1600 Mitgliedern und über 3'000 Verkaufsstellen vertritt er die Interessen und Anliegen seiner Mitglieder mit Nachdruck und setzt sich für bestmögliche politische, wirtschaftliche und rechtliche Rahmenbedingungen im Bäckerei-Konditorei-Confiserie-Gewerbe ein. Er stellt gesamtschweizerisch eine zukunftsorientierte fachliche und unternehmerische Aus- und Weiterbildung in Produktion, Verkauf und Betriebswirtschaft sicher. Er ist ausserdem die zentrale Informations- und Koordinationsstelle und dient als Plattform für die Meinungsbildung und den Erfahrungsaustausch.

Der SBC setzt sich für ein politisches Umfeld ein, das die Interessen seiner Mitglieder und der Unternehmer angemessen berücksichtigt. Regelmässig äussert er sich so in Vernehmlassungen zu geplanten Gesetzesvorlagen, wirbt in den eidgenössischen Räten und in Gremien von Verbänden sowie Partnern für die Anliegen der Bäckerbranche und lässt sich öffentlich zu wichtigen und brisanten politischen Themen vernehmen und verfasst Argumentarien.

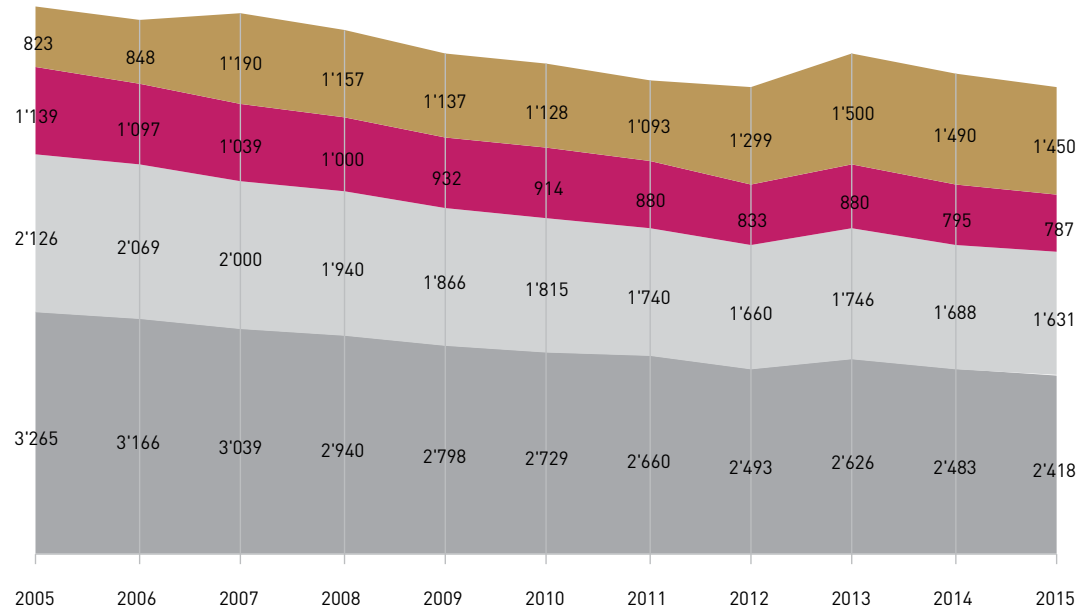
Er verfolgt eine zukunftsgerichtete und den Bedürfnissen seiner Mitglieder angepasste Wirtschaftspolitik. Diese richtet sich nach den mittel- und längerfristigen Entwicklungen in seinem wirtschaftlichen, sozialen und politischen Umfeld. In Politik und Wirtschaft unterstützt er die Anliegen und Bedürfnisse der Verbandsmitglieder im Rahmen seiner Möglichkeiten. Seine Wirtschaftspolitik sieht ihre Hauptaufgaben in der Wahrnehmung unternehmerischer und marktpolitischer Aspekte

Der Verband bietet mittels eigenständigen Institutionen eine breite Palette an Spezialisten und Dienstleistungen an, welche der Bäcker-Konditor-Confiseur in Anspruch nehmen kann. Den Spezialisten liegen jahrzehntelang erarbeitete branchenspezifische Erfahrungswerte und Kennzahlen vor. Sie verfügen dadurch über einen Marktvorteil gegenüber Dritten. Dazu gehören nebst der SBC Treuhand AG mit schweizweit sieben Standorten die Betriebsberatungs- und Bauplanungs AG (B&B), das eigene Aus- und Weiterbildungszentrum Richemont Fachschule in Luzern und Pully sowie die Ausgleichskasse PANVICA.

Daneben bietet der SBC seinen Mitgliedern kostenlose telefonische Rechtsberatung, zahlreiche administrative und rechtliche Hilfsmittel, moderne Internet-Lösungen im Bereich Arbeitssicherheit und Hygiene und nicht zuletzt das eigene Publikationsorgan, die wöchentliche Fachzeitung «panissimo».

## 2. Wirtschaftliche Lage

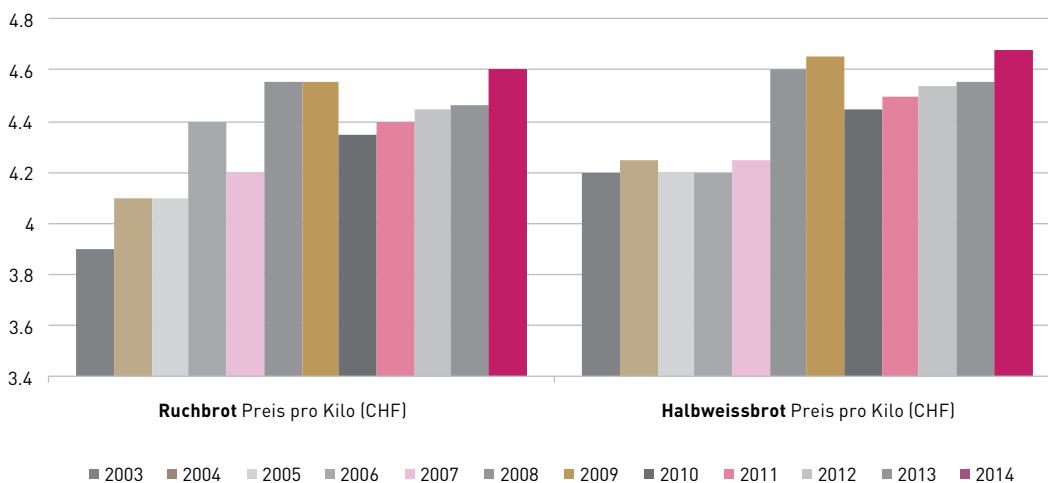
### 2.3 Mitgliederentwicklung SBC



- Filialen
- Mitglieder ohne Geschäft
- Mitglieder mit Geschäft
- Mitglieder gesamt



## 2.4 Brotpreisentwicklung 2003–2014



### Brot- und Schokoladepreise reagierten auf höhere Rohstoff- und Personalkosten

Die gewerblichen Bäckereien-Konditoreien-Confisereien sahen sich 2014/2015 mit steigenden Rohstoffpreisen und Personalkosten konfrontiert. Der Schweizerische Bäcker-Confiseurmeister-Verband (SBC) geht deshalb davon aus, dass die Preise in den gewerblichen Bäckereien-Konditoreien-Confisereien für Brot und Backwaren sowie Schokoladeartikel und Kaffee per 1.1.2015 gestiegen sind. Verschiedene Faktoren führten zu Preiserhöhungen bei den Rohstoffen Getreide, Kakao, Kaffee und Nüssen. Die Branche verfügt zudem ab 1.1.2015 über einen neuen Gesamtarbeitsvertrag (GAV), der eine Erhöhung der Mindestlöhne und ab 2016 generell 5 Ferienwochen für die dem GAV unterstellten Mitarbeitenden vorsieht. Dies führt zu Kostensteigerungen, da die handwerklich hergestellten Produkte vor allem auf steigende Personalkosten sehr sensibel reagieren.

### Brotgetreideernte 2014 mit sehr schwacher Weizenqualität

Die von extremen Niederschlägen geprägten Monate Juli und August führten zu einer qualitativ enorm schwachen Weizenernte. Die gewerblichen Bäckereien-Konditoreien-Confisereien sind auf eine gute Mehlqualität angewiesen, deshalb werden nur die hochwertigsten Weizenklassen verarbeitet. Dies führte gemäss dem Dachverband Schweizerischer Müller (DSM) zu einer durchschnittlichen Erhöhung der Mehlpreise um 5–10% je 100 kg Mehl. Verbunden mit den steigenden Personalkosten zeigt die durchschnittliche Brotkostenkalkulation des SBC eine Kostenzunahme von durchschnittlich 5% über das gesamte Brotsortiment.

### Generell teurere Rohstoffe

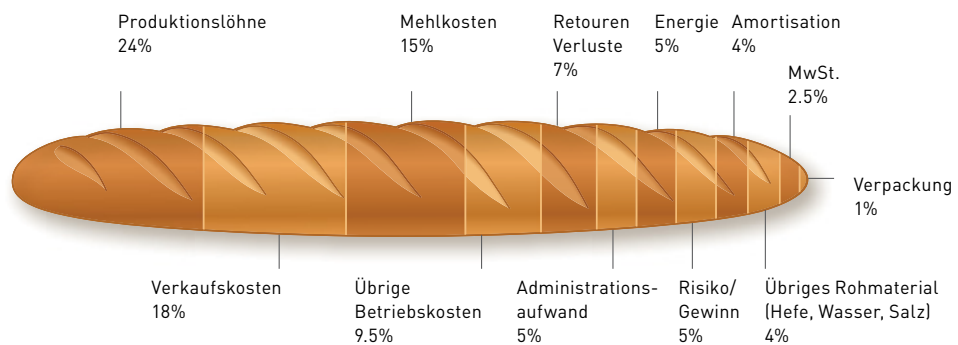
Im laufenden Jahr sind ebenfalls die Preise für Kakao und Kaffee sowie Nüsse gestiegen. Generell hat das Klima in den verschiedenen Anbauregionen zu schlechteren Ernten und damit höheren Rohstoffpreisen geführt. Dies wird vor allem in den Betrieben mit Confiserie- und Café-Anteil spürbare Auswirkungen auf die Endpreise haben.

## 2. Wirtschaftliche Lage

### Preis ist Unternehmerentscheid

Der SBC hat seinen rund 1'600 Mitgliederunternehmen empfohlen, die Preise individuell zu überprüfen und die Preiskalkulation den neusten Erkenntnissen anzupassen. Schlussendlich werden die Preise für Brot, Schokoladen- und Nussprodukte sowie Kaffee von jedem Unternehmer selber festgelegt. Er kann damit seiner spezifischen Situation Rechnung tragen.

### Brotpreiszusammensetzung einer durchschnittlichen Bäckerei-Konditorei-Confiserie



### 3. Kennzahlen Branche

Sämtliche Kennzahlen sind neu immer mit dem kalkulatorischen Unternehmerlohn ausgewiesen. Somit sind Einzelfirmen und juristische Personen besser vergleichbar.

Der Unternehmerlohn wird für alle Firmen nach folgendem Schema berechnet:

Kunde: Musterbetrieb

**1. Betriebliche Erfolgsrechnung** CHF CHF  
 Gesamtumsatz 900'000

**3. Unternehmerlohn**  
 verbucht -

**3.1 Fixanteil**

| Familienmitglieder | Anzahl | Satz   |        |        |
|--------------------|--------|--------|--------|--------|
| Erstes             | 1      | 40'000 | 40'000 |        |
| Zweites            | 1      | 40'000 | 40'000 |        |
| Drittes            | -      | 20'000 | -      |        |
| Viertes            | -      | 20'000 | -      | 80'000 |

**3.2 Umsatzanteil**

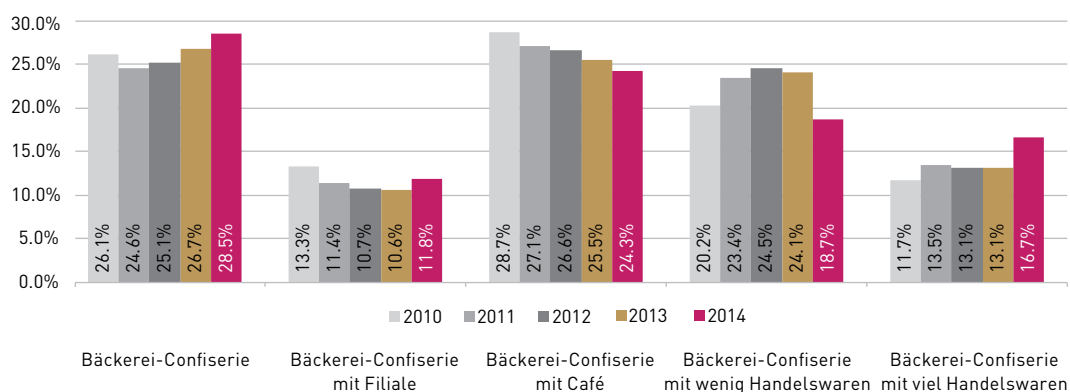
Gesamtumsatz in CHF

|                           |         |    |        |        |
|---------------------------|---------|----|--------|--------|
| < 250'000                 | 250'000 | 0% | 0      |        |
| > 250'000 - < 500'000     | 500'000 | 5% | 25'000 |        |
| > 500'000 - < 1'000'000   | 150'000 | 4% | 6'000  |        |
| > 1'000'000 - < 2'000'000 |         | 3% | 0      |        |
| > 2'000'000               |         | 2% | 0      |        |
| <b>Total Umsatz</b>       | 900'000 |    |        | 31'000 |

**Total Unternehmerlohn** 111'000

## 3. Kennzahlen Branche

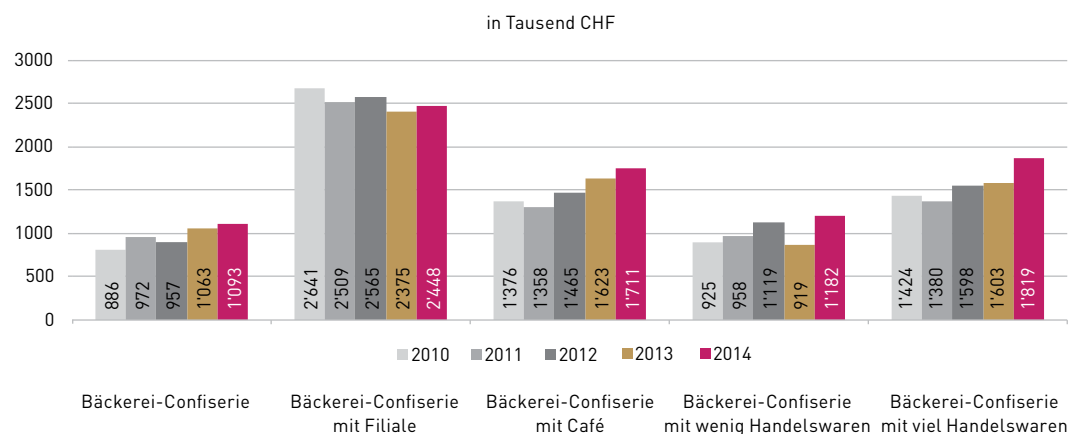
### 3.1 Betriebstypen



Neu wurde der Betriebstyp Bäckerei-Confiserie mit Filiale erhoben. Daher kann es generell zum Vorjahr zu Differenzen kommen.

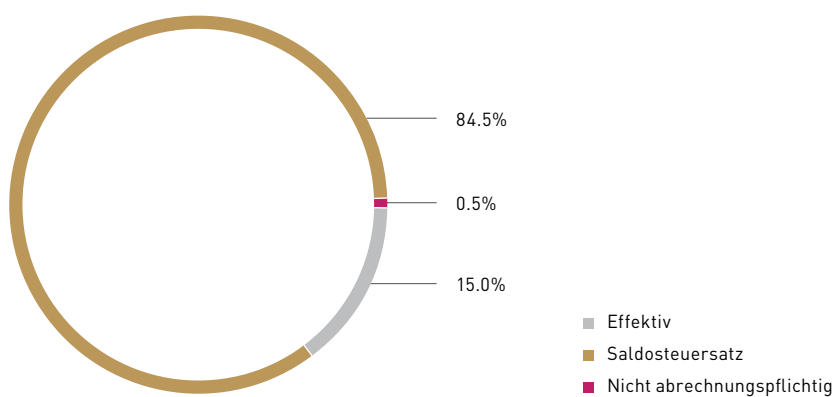
Der Anteil der Betriebe mit wenig Handelswaren ist weiterhin zu Gunsten der Betriebe mit viel Handelswaren rückläufig.

### 3.2 Umsätze über 5 Jahre



Die Umsätze der einzelnen Betriebe konnten abermals namhaft verbessert werden. Dies zeigt deutlich die Konzentration auf grössere Betriebe, wogegen die Kleinbetriebe laufend weniger werden.

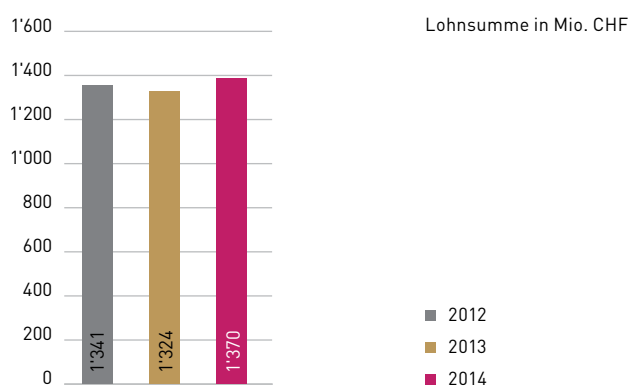
### 3.3 Abrechnungsart Mehrwertsteuer



Der Anteil der nicht abrechnungspflichtigen Betriebe existiert praktisch nicht mehr.

### 3.4 Lohnsummen

#### 3.4.1 Lohnsummen gesamthaft

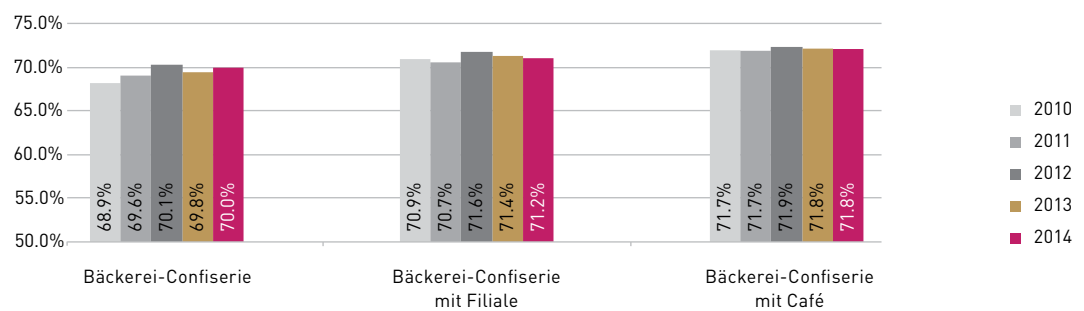


Die gesamthaft gemeldete Lohnsumme 2014 der Mitglieder der Ausgleichskasse PANVICA ist gegenüber den Vorjahren leicht gestiegen. Die Lohnsumme gilt als wichtigstes Kriterium zur Abrechnung bei der Ausgleichskasse PANVICA. Die Lohnsummen dienen nicht nur zur Abrechnung der Sozialversicherungsbeiträge, sondern auch für das Verbandsinkasso des SBC.

### 3. Kennzahlen Branche

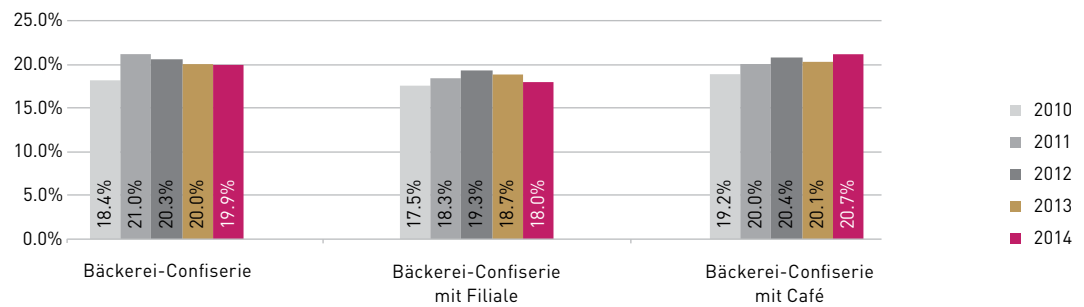
#### 3.5 Durchschnittlicher Bruttoerfolg pro Betrieb in % über 5 Jahre

##### 3.5.1 Bruttoerfolg 1



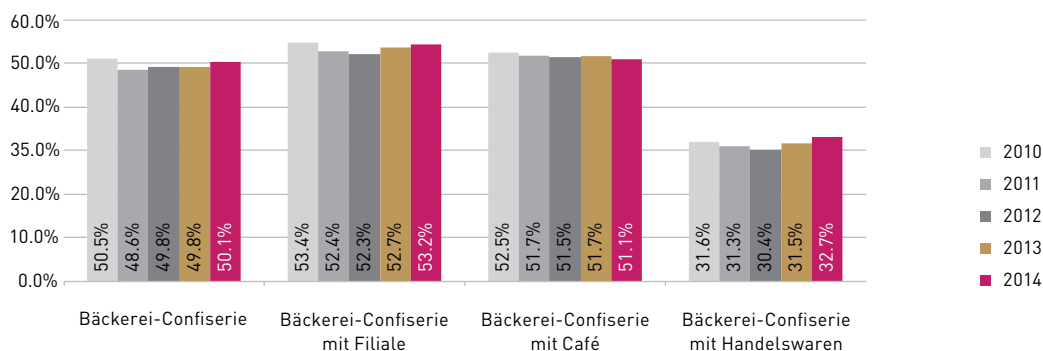
Die Bruttomarge ist praktisch unverändert oder gar leicht schwächer ausgefallen.

##### 3.5.2 Bruttoerfolg 2



Ausser bei den Betrieben mit Café ist der Bruttoerfolg 2 durchwegs tiefer ausgefallen.

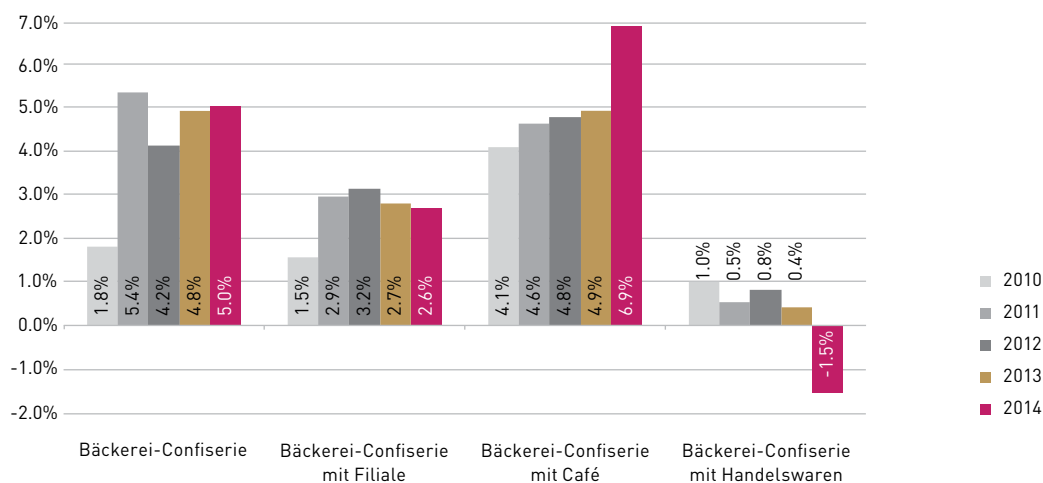
### 3.6 Personalaufwand



Im Gegensatz zu früheren Jahren konnte der Personalaufwand bei Betrieben mit Café reduziert werden. Alle anderen Betriebsarten weisen weiterhin eine Steigerung aus.

### 3.7 Cashflow (Gewinn vor Abschreibungen und Rückstellungen)

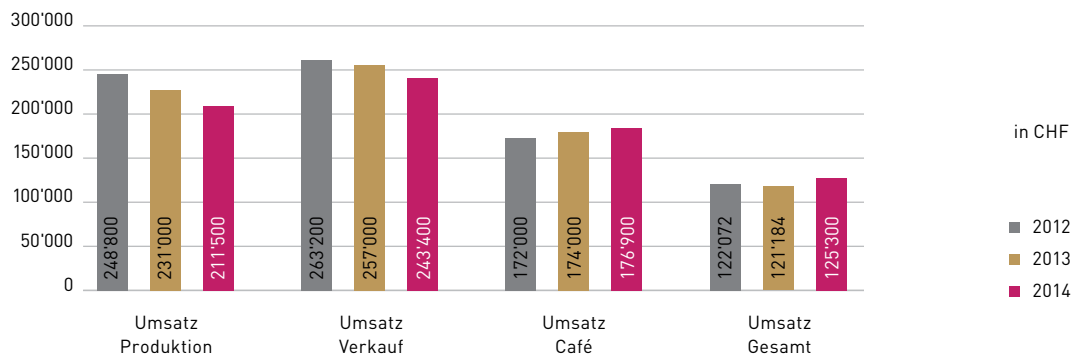
#### 3.7.1 Cashflow in % des Umsatzes



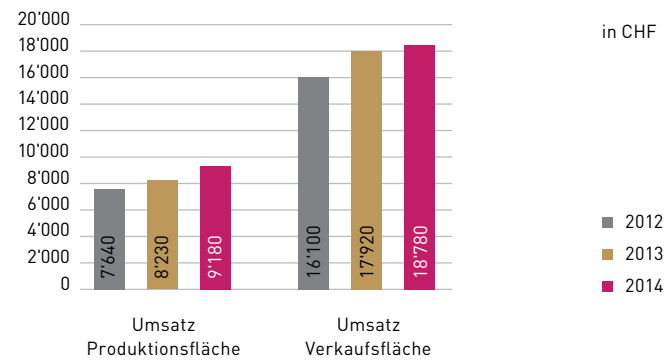
Aufgrund der Reduzierung des Personalaufwandes konnte der Cashflow bei Betrieben mit Café deutlich verbessert werden. Dramatisch ist die Entwicklung bei Betrieben mit Handelswaren, wo bereits ein Cash-Loss ausgewiesen wird. Ein Cashflow von 5% bis 6% darf als gut bezeichnet werden.

### 3. Kennzahlen Branche

#### 3.8 Umsatz pro Mitarbeiter



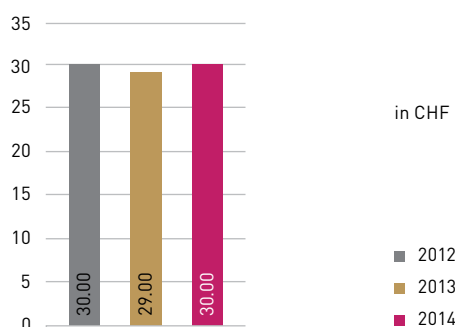
#### 3.9 Umsatz pro m<sup>2</sup>



Da der Trend zu eher kleineren Läden an guten (teuren) Lagen anhält, steigt der Umsatz pro Quadratmeter laufend an.



### 3.10 Umsatz Café pro Sitzplatz und Tag

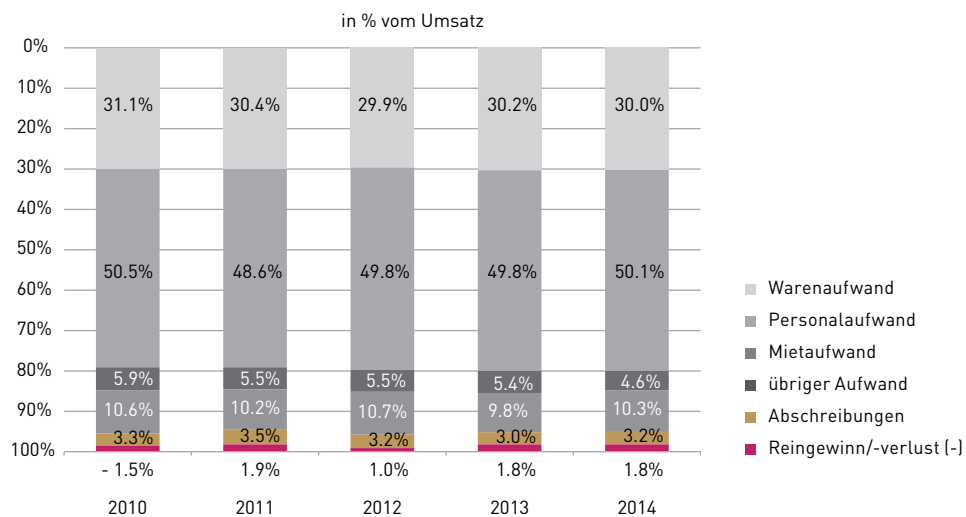


Umsatz pro Sitzplatz und Tag

Der Umsatz pro Sitzplatz im Café ist seit längerem sehr konstant.

### 3.11 Kostenstruktur Erfolgsrechnung

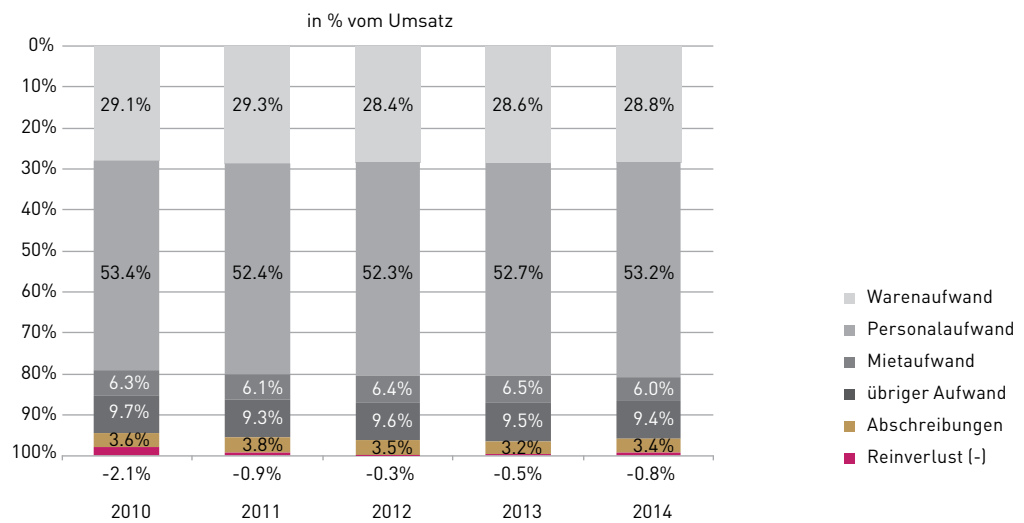
#### 3.11.1 Kostenstruktur Bäckerei-Confiserie



Der Reingewinn bleibt in den letzten Jahren bei zu knappen 1% bis 2%.

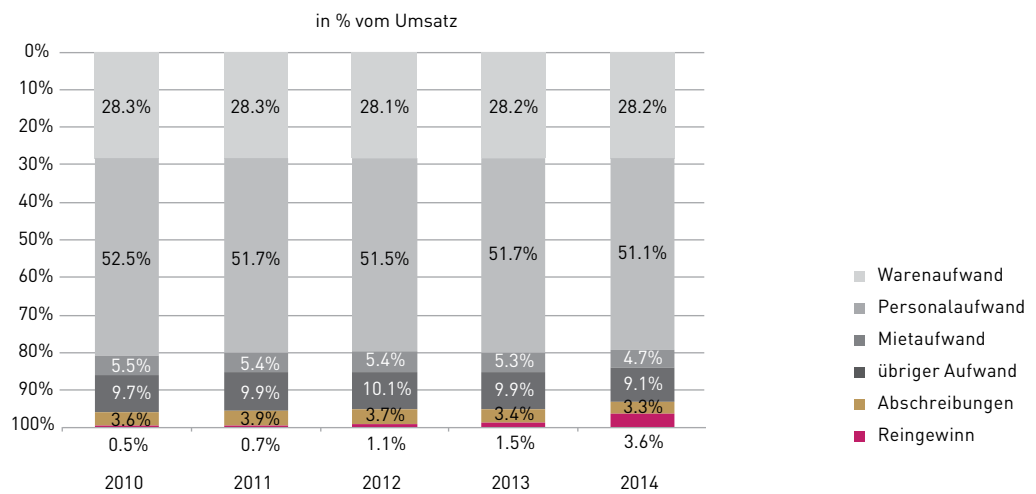
### 3. Kennzahlen Branche

#### 3.11.2 Kostenstruktur Bäckerei-Confiserie mit Filialen



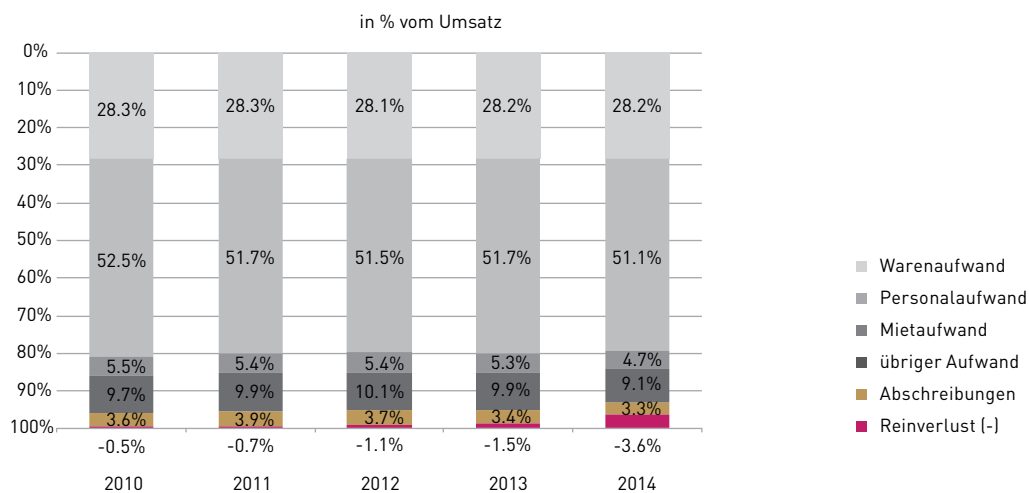
Aufgrund des höheren Personalaufwandes und des höheren Abschreibungsbedarfs ist hier durchwegs ein Reinverlust ausgewiesen.

#### 3.11.3 Kostenstruktur Bäckerei-Confiserie mit Café



Da der Personalaufwand sich leicht reduziert hat, konnte ein ansprechender Reingewinn erzielt werden.

### 3.11.4 Kostenstruktur Bäckerei-Confiserie mit Handelswaren



Der höhere Warenaufwand, sprich tiefere Marge, führte zu einem grösseren Reinverlust, welcher alarmierend ist.

### 3.12 Liquiditätsgrade

Die Liquiditätsgrade geben Auskunft über die Fähigkeit der Betriebe, ihren Zahlungsverpflichtungen fristgerecht nachzukommen. Dabei unterscheidet man zwischen drei Liquiditätsgraden:

#### Liquiditätsgrad 1 (Cash Ratio):

Flüssige Mittel im Verhältnis zum kurzfristigen Fremdkapital

Richtwert: 50–70%

#### Liquiditätsgrad 2 (Quick Ratio):

Flüssige Mittel und Forderungen im Verhältnis zum kurzfristigen Fremdkapital

Richtwert: 100%

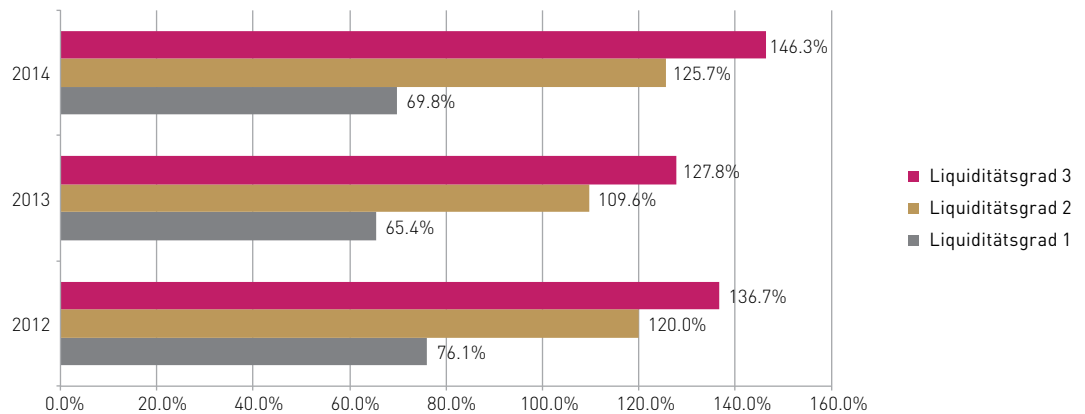
#### Liquiditätsgrad 3 (Current Ratio):

Umlaufvermögen im Verhältnis zum kurzfristigen Fremdkapital.

Richtwert: 150–200%

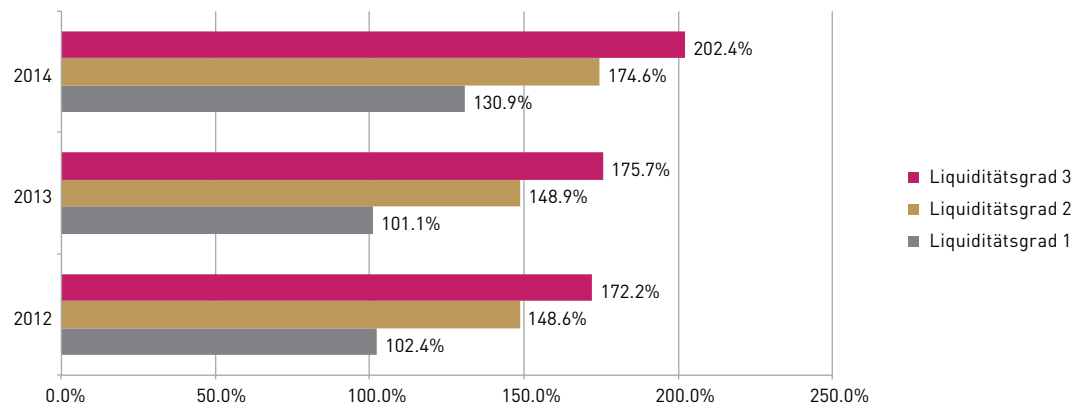
### 3. Kennzahlen Branche

#### 3.12.1 Liquiditätsgrad Mieter



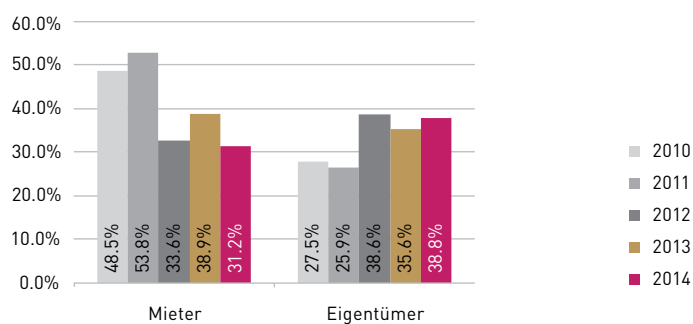
Die Liquiditätsgrade sind nach wie vor gut.

#### 3.12.2 Liquiditätsgrad Eigentümer



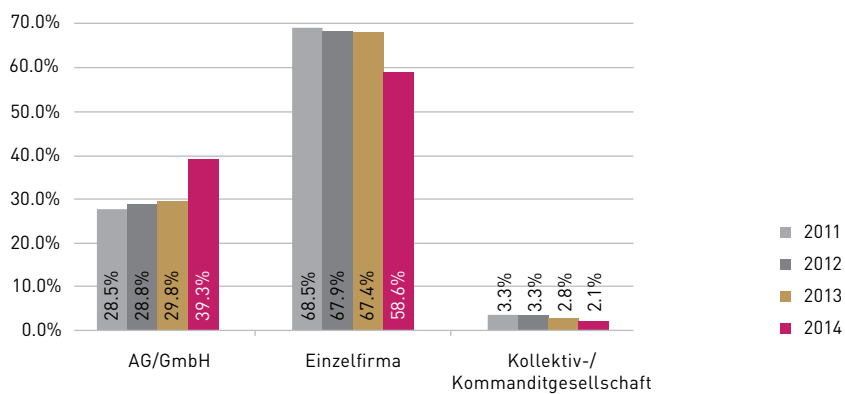
Die Liquiditätsgrade sind gut bis sehr gut und übertreffen jene der Mieterbetriebe bei weitem.

### 3.13 Eigenfinanzierungsgrad



Der Eigenfinanzierungsgrad der Mieter ist wieder schwächer geworden. Jener der Eigentümer wurde besser und darf als gut bezeichnet werden.

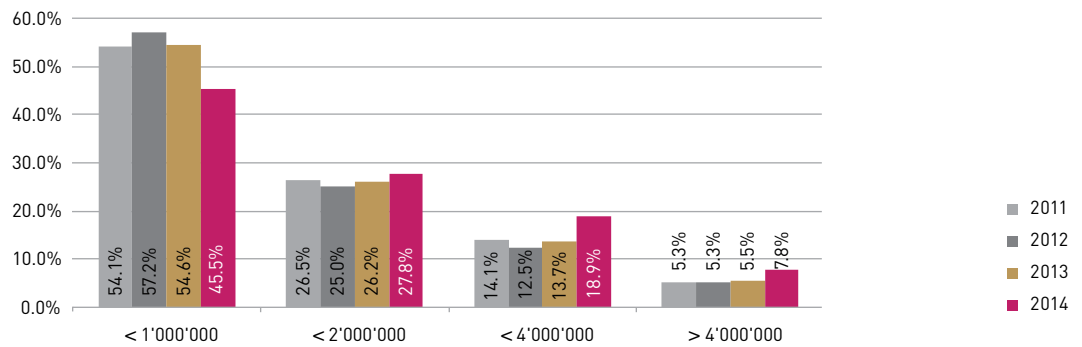
### 3.14 Rechtsform



Der Wechsel von der Einzelfirma zur AG/GmbH hält unvermindert an. Dies dürfte auch auf die Konzentration zu grösseren Betrieben zurückzuführen sein. Die Kollektiv-/Kommanditgesellschaft verliert zunehmend an Bedeutung.

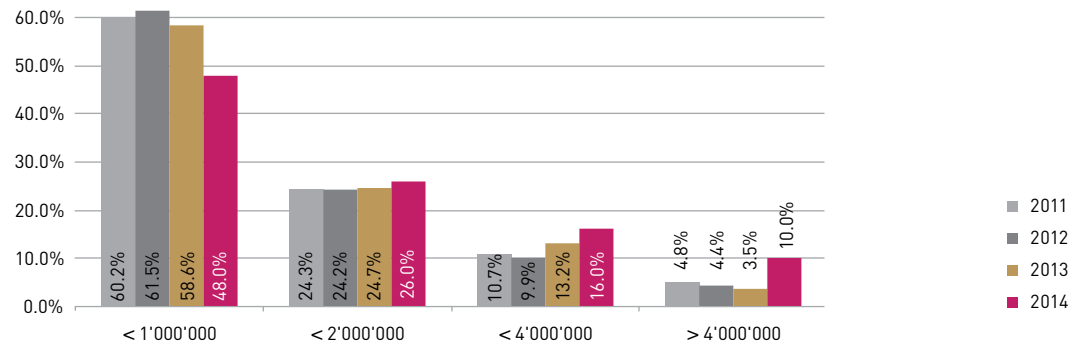
### 3. Kennzahlen Branche

#### 3.15 Betriebsgrösse nach Umsatz (ohne Handelswaren)



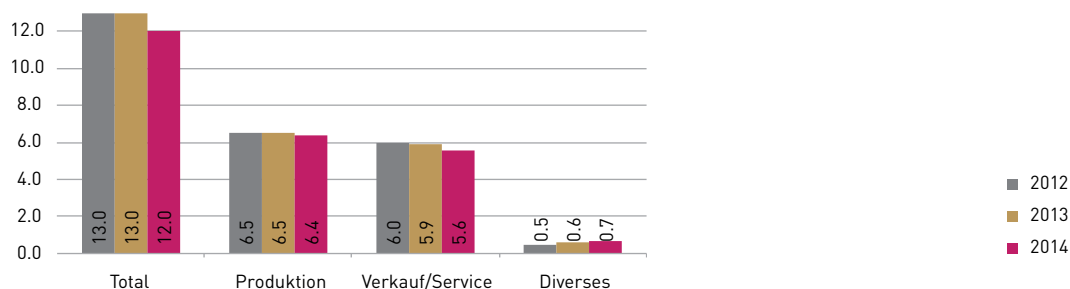
Die Betriebe werden laufend grösser. Betriebe mit weniger als CHF 1'000'000.- machen nicht mehr die Hälfte der Betriebe aus.

#### 3.16 Betriebsgrösse nach Umsatz (mit Handelswaren)



Was für Betriebe ohne Handelswaren zutrifft, gilt auch für Betriebe mit Handelswaren.

### 3.17 Anzahl Beschäftigte pro Betrieb inkl. Inhaber



Neu wird die Rubrik «Diverses» ausgewiesen. Hier werden Reinigungs-, Liefer- und Administrationspersonal geführt.

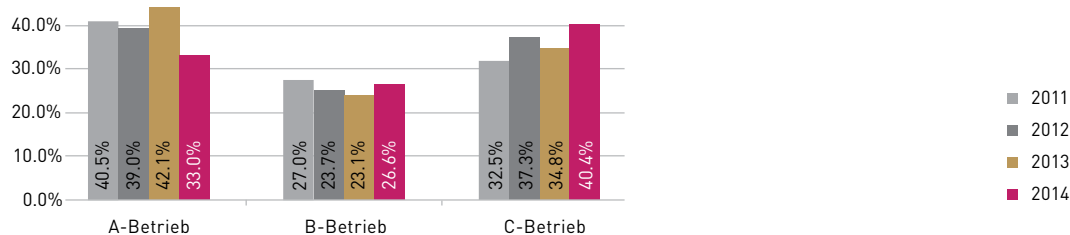
### 3.18 Firmenrating nach KMUaudit

Berücksichtigt werden die «harten» Faktoren: Liquiditätsgrad, Eigenfinanzierungsgrad und Rentabilität.

**A-Betrieb:** Ein gesundes Unternehmen mit guten bis sehr guten Zukunftsaussichten.

**B-Betrieb:** Ein Unternehmen mit mässigen bis möglichen Risiken und ausreichenden Zukunftsaussichten.

**C-Betrieb:** Ein Unternehmen mit mittleren bis grösseren Risiken mit geringen bis schlechten Zukunftsaussichten.

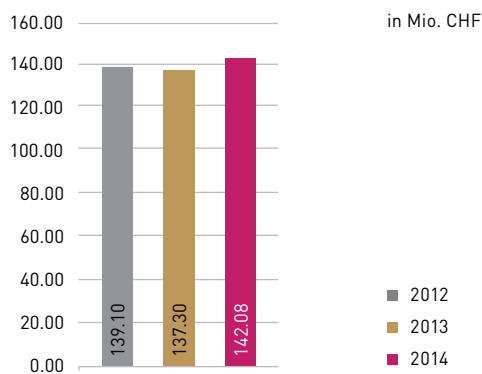


Die C-Betriebe haben zu Lasten der A-Betriebe wieder deutlich zugenommen und sind nun die grösste Gruppe.

## 3. Kennzahlen Branche

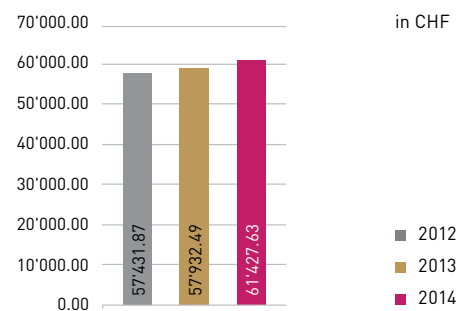
### 3.19 Sozialversicherungsübersicht

#### 3.19.1 AHV-Jahresbeiträge



Die AHV-Jahresbeiträge der Mitglieder werden anhand der gesamten Lohnsumme ermittelt. Steigen die Lohnsummen, nehmen auch die Beiträge entsprechend zu.

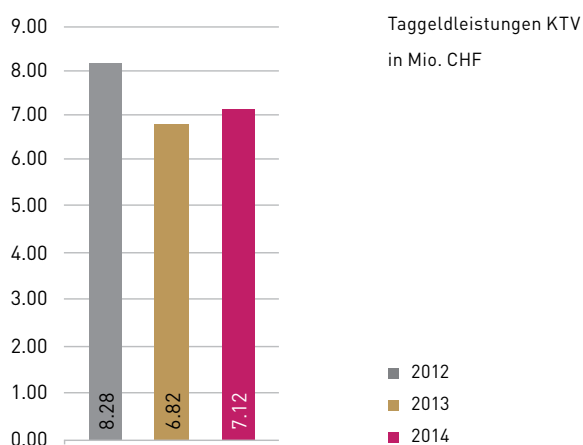
#### 3.19.2 Durchschnittliche AHV-Beiträge pro Kunde



Die durchschnittlichen AHV-Beiträge pro Mitglied erhöhten sich im letzten Jahr leicht. Dies ist darauf zurückzuführen, dass sich trotz Abnahme der Mitgliederzahl die Gesamtlohnsumme vergrößert hat. Nach wie vor ist eine Konsolidierung von Betrieben festzustellen.

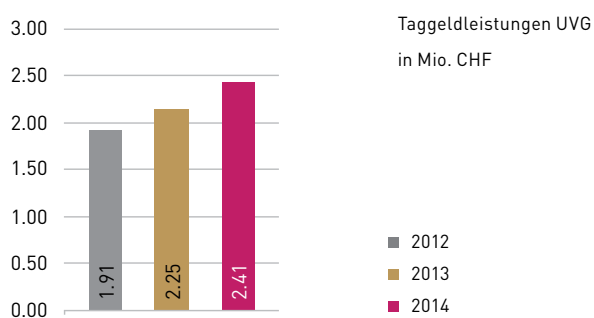


### 3.19.3 Krankentaggeldversicherung



Das wirtschaftlich schwierige Umfeld ist ein wesentlicher Grund für die Zunahme der Taggeldleistungen. Auch in den nächsten Jahren ist vermutlich mit einem Anstieg zu rechnen. Seit 01.01.2014 führt unser Risikoträger, die innova Versicherungen AG, das Case Management durch. Für eine Beurteilung des Erfolgs durch die Einsetzung des Case Managements ist der Zeitraum zu kurz.

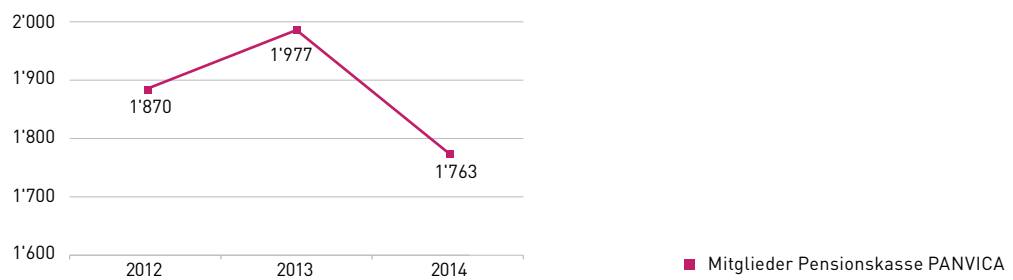
### 3.19.4 Unfallversicherung



In den letzten Jahren ist eine stetige Zunahme der Taggeldleistungen infolge Berufs- und Nichtberufsunfall festzustellen. Das Unfallrisiko im Betrieb kann durch Sicherheitsmassnahmen seitens der Arbeitgeber positiv beeinflusst werden. Das Vermeiden von Nichtberufsunfällen liegt in der Verantwortung jedes einzelnen Mitarbeitenden und ist deshalb nur schwer beeinflussbar.

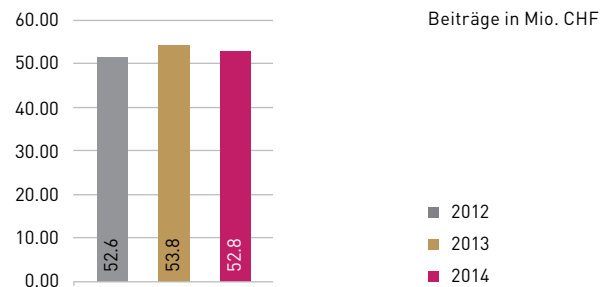
### 3. Kennzahlen Branche

#### 3.19.5 Pensionskassen-Mitglieder



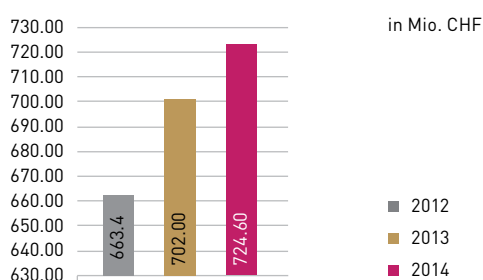
Die Zahl der angeschlossenen Betriebe hat sich im Jahre 2014 um nahezu 10% reduziert. Diese auf den ersten Blick starke Abnahme ist in erster Linie struktureller Natur. Es trifft aber auch zu, dass sich die Pensionskasse PANVICA vermehrt dem harten, zunehmend von Versicherungsbrokern mitgestalteten Konkurrenzkampf ausgesetzt sieht.

#### 3.19.6 Pensionskasse – Jahresbeiträge



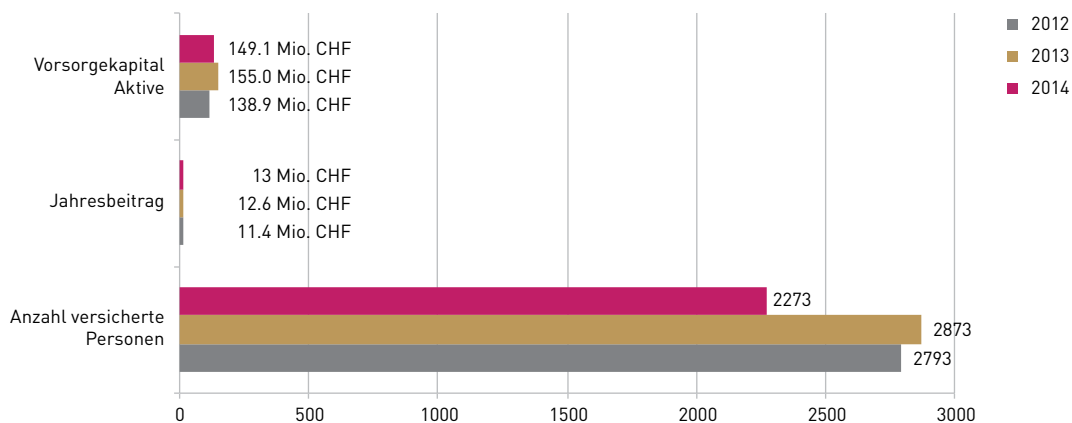
Die Jahresbeiträge umfassen nicht nur die Arbeitgeber- sowie die Arbeitnehmerbeiträge, sondern auch die Freizügigkeitseinlagen und die freiwilligen Einkäufe. Die Abnahme gegenüber dem Vorjahr ist darauf zurückzuführen, dass die Freizügigkeitseinlagen gegenüber dem Vorjahr abnahmen. Im Vorjahr handelte es sich um mehrere ausserordentliche Freizügigkeitseinlagen.

### 3.19.7 Pensionskasse – Deckungskapital



Das Gesamtdeckungskapital umfassend das Vorsorgekapital der aktiv versicherten Personen und das Vorsorgekapital der Rentner in der Pensionskasse PANVICA erhöhte sich. Dieses Kapital gilt es unter den Aspekten der Sicherheit, der Renditeerwartungen und der Risikofähigkeit entsprechend optimal anzulegen. Der Wert verzeichnet eine stetige Zunahme.

### 3.19.8 PANVICAplus Vorsorgestiftung



Seit dem 1. Juli 2007 hat die Ausgleichskasse PANVICA eine erweiterte Möglichkeit im Rahmen der beruflichen Vorsorge durch die PANVICAplus Vorsorgestiftung geschaffen. Im Jahre 2014 ist ein leichter Rückgang bei der Anzahl der versicherten Personen zu verzeichnen. Wie bei der Pensionskasse PANVICA liegt der Grund in der strukturellen Veränderung.

## 3. Kennzahlen Branche

### 3.20 Allgemeine Kennzahlen

#### 3.20.1 Das Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriegewerbe in Zahlen

|                     |   |
|---------------------|---|
| <b>über 3'000</b>   | Verkaufsstellen des Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriegewerbes versorgen die Schweizer Bevölkerung flächendeckend mit Brot- und Backwaren. |
| <b>1,5 Mio.</b>     | Kundenkontakte finden pro Tag in den Verkaufsstellen statt (Schätzung des SBC).   |
| <b>30'000</b>       | Arbeitsplätze sind direkt oder indirekt mit dem Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriegewerbe verbunden.                                       |
| <b>3'700</b>        | Lernende in Produktion und Verkauf sind gegenwärtig in Ausbildung.  |
| <b>2.2 Mia. CHF</b> | beträgt der Jahresumsatz des Schweizer Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriegewerbes.   |

#### 3.20.2 Der SBC in Zahlen

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>2'418</b>       | Mitglieder zählt der SBC (davon 1'631 mit eigenem Geschäft).  |
| <b>160</b>         | Mitarbeiter stehen im Dienst des SBC und seiner Mitglieder.   |
| <b>24</b>          | Kantonalverbände und 4 Sektionen bilden die regionale und lokale Organisationsstruktur des SBC.   |
| <b>rund 6'000</b>  | Personen besuchen jährlich die Kurse der Fachschule Richemont.  |
| <b>über 2'000</b>  | telefonische Fachberatungen leistet die Fachschule pro Jahr.  |
| <b>über 10'000</b> | Abonnenten erhalten monatlich das «Richemont Fachblatt».  |
| <b>5'222</b>       | lautet die verkaufte Auflage, mit der das «panissimo» wöchentlich erscheint. Gedruckt und verteilt wird eine Auflage von 6'500 Exemplaren.  |
| <b>ca. 80'000</b>  | versicherte Personen zählt das Dienstleistungsunternehmen PANVICA im Bereich der Sozial- und Personenversicherungen. Insgesamt werden rund 3'500 Selbstständig-erwerbende und 3'000 Betriebe betreut. |
| <b>rund 600</b>    | Kunden vertrauen in die Dienstleistungen der SBC Treuhand AG.   |
| <b>rund 350</b>    | Um- und Ausbauten hat die B&B Betriebsberatung und Bauplanung AG in den letzten 10 Jahren ausgeführt.   |
| <b>über 1'400</b>  | mal jährlich beanspruchen SBC-Mitglieder den Rechtsdienst für kostenlose Auskünfte und Hilfe in juristischen Fragen.  |

## 4. Ausbildungsfakten

### 4.1 Einleitung

Der Schweizerische Bäcker-Confiseurmeister-Verband (SBC) verfügt mit seiner Stiftung Richemont Fachschule und der Richemont Dienstleistungs AG über ein national und international tätiges Bildungs- und Kompetenzzentrum. Mit über 20'000 Schülertagen gehört Richemont zu den grössten Anbietern in der beruflichen Aus- und Weiterbildung der Schweiz.

Der SBC organisiert im Auftrag des Staatssekretariats für Bildung, Forschung und Innovation (SBFI) und den Kantonen in engster Zusammenarbeit mit seiner Richemont Fachschule für die Schweiz die Aus- und Weiterbildung für die Branche Bäckerei, Konditorei und Confiserie. Die kantonalen Verbände sind für die Durchführung der überbetrieblichen Kurse (Produktion) und die Qualifikationsverfahren verantwortlich. Im Detailhandel werden die überbetrieblichen Kurse schweizweit durch Richemont organisiert und durchgeführt. Der SBC erarbeitet im Auftrag des SBFI sämtliche Bildungsverordnungen und Bildungspläne, inklusive den Qualifikationsverfahren. Er organisiert und führt die gesamtschweizerische Aus- und Weiterbildung durch, einschliesslich Berufsbildner/innen, Experten und Expertinnen, Instruktoren und Instruktoreninnen und alle damit verbundenen Koordinationsarbeiten auf allen Stufen, inklusive der höheren Berufsbildung. Dazu gehören auch die Erstellung und Produktion aller Lehrmittel, Kurs- und Prüfungsunterlagen, und das in den drei Landessprachen. Dazu kommen neu auch internetbasierte, digitale Lerninstrumente und Lehrmittel. Die Bildungskosten werden – nebst den direkten, verbilligten Kurskosten – vorwiegend durch die Mitglieder des SBC finanziert.

Da wie bekannt die Bundes- resp. Kantonssubventionen für berufsbegleitende Weiterbildung leider gänzlich weggefallen sind, investieren der SBC, respektive seine Mitglieder, jährlich zwischen 2.1 – 2.4 Millionen CHF in die Bildung. Eine grosse Investition in die Zukunft, die von allen Mitgliedern mitgetragen wird. Mit Überzeugung steht der SBC hinter dem dualen Berufsbildungssystem, welches sich seit Jahren bewährt hat. Die praktische Ausbildung im Betrieb ermöglicht einen praxisnahen und schnellen Einstieg in die Berufswelt, welche mit der permanenten Vernetzung der beiden weiteren Lernorte (Berufsfachschule und überbetriebliche Kurse) eine qualitativ hochstehende Basisausbildung garantiert. Nach der beruflichen Grundbildung standen nun auch die höhere Berufsbildung mit den Berufsprüfungen in der Produktion und im Detailhandel sowie die höhere Fachprüfung der Gesamtbranche zur Überarbeitung an. Die Prüfungsordnungen und Wegleitungen dazu sind nun fertiggestellt und somit kann die Vorbereitung im Herbst 2015 auf Deutsch starten. Die Richemont Fachschule darf auch sehr viele internationale Kursbesucher – sowohl aus Europa wie Asien – in Luzern zu massgeschneiderten Bildungsgängen empfangen. Im Gegenzug werden auch Kurse und Beratungen im nahen und entfernten Ausland durchgeführt. Durch die nationale und internationale Tätigkeit ist die Richemont Fachschule gut vernetzt und profitiert von den vielen Erfahrungen ihrer Mitarbeitenden.

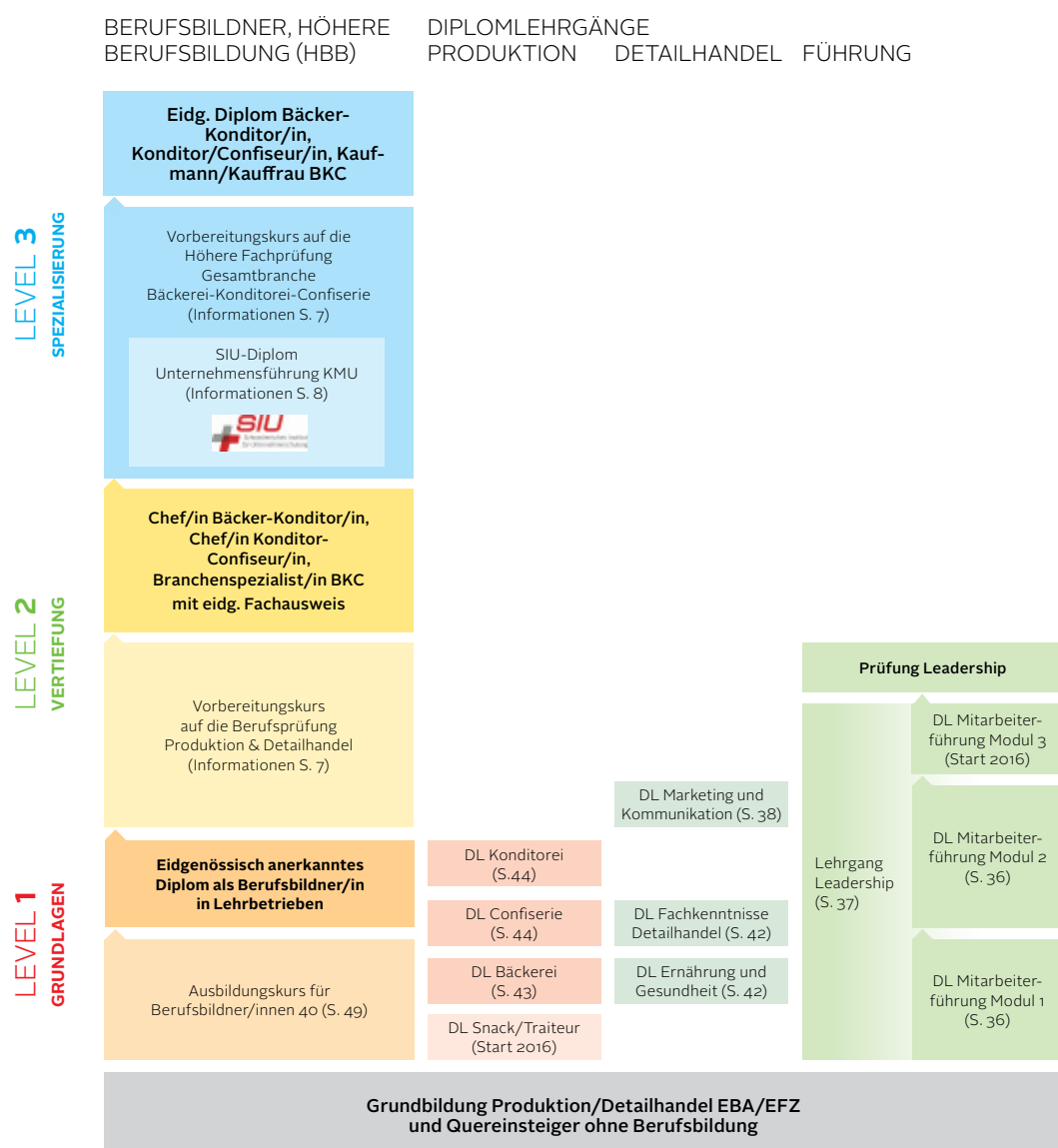
## 4. Ausbildungsfakten

### 4.2 Bildungskonzept – Modell 2015

Die Bäckerei-, Konditorei- und Confiseriebranche verfügt über ein zielgerichtetes und effizientes Aus- und Weiterbildungsangebot. Die Berufsbildung wurde und wird laufend den Bedürfnissen des Marktes angepasst.

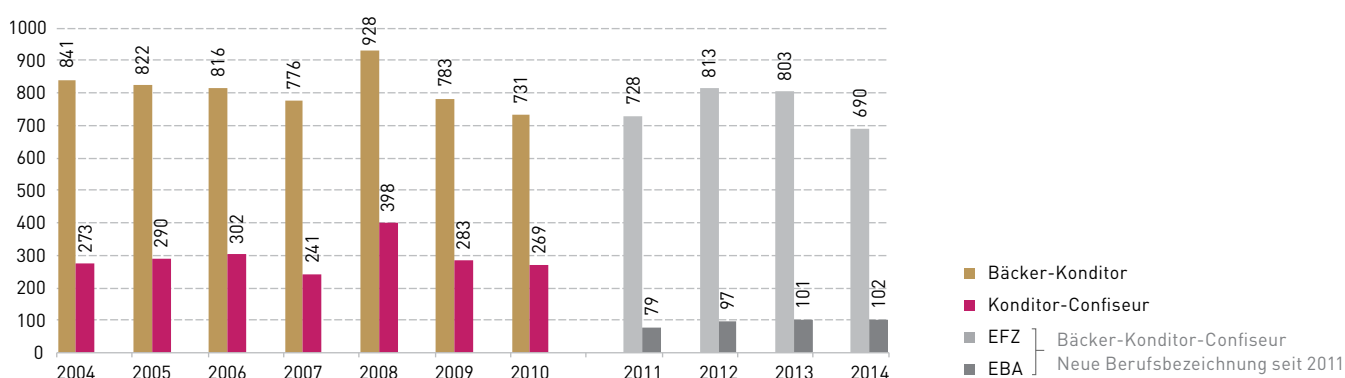
Die separaten Broschüren zu sämtlichen Lehrgängen mit detaillierten Informationen können Sie auf der Webseite [www.richemont.cc](http://www.richemont.cc) herunterladen, via E-Mail [richemont@richemont.cc](mailto:richemont@richemont.cc) oder telefonisch (+41 41 375 85 85) anfordern.

Neben dem Fachspezialisten wird vermehrt Wert auf den Führungsspezialisten gelegt, wobei die Lehrgänge auf verschiedenen Levels angeboten werden. So kann zum Beispiel das Thema Mitarbeiterführung auf drei Levels oder direkt mit dem Lehrgang Leadership erlernt werden. Die entsprechenden Daten finden Sie jeweils auf unserer Webseite.



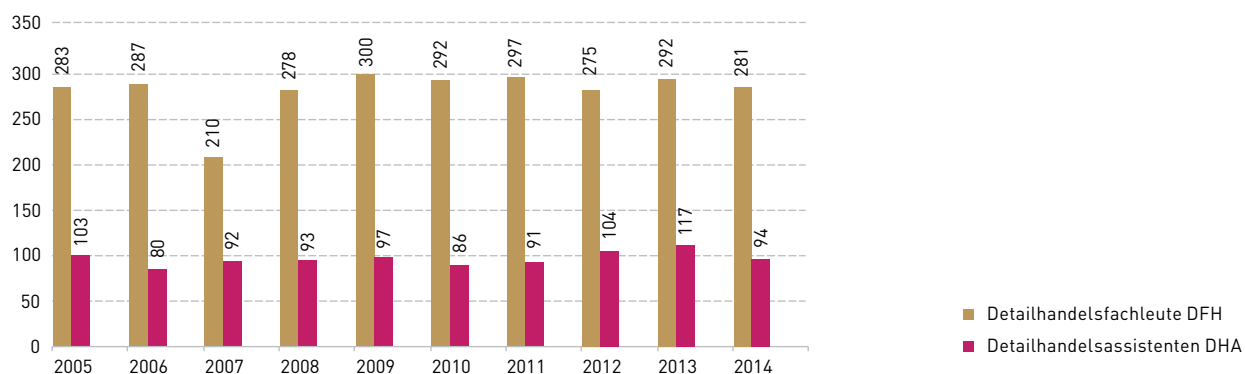
### 4.3 Lehrverhältnisse

#### 4.3.1 Produktion Bäcker-Konditor-Confiseur – Lehrbeginn bis 2014



Der Trend der rückläufigen Anzahl Lernenden in der Produktion konnte noch nicht gestoppt werden. Es ist wichtig für die zukünftige Entwicklung der Branche, dass wir gemeinsam genügend Berufsnachwuchs ausbilden. Packen wir die Herausforderungen als Ausbildungs- und Prüfungsbranche an, denn nur wer ausbildet, hat in Zukunft genügend gelerntes Fachpersonal.

#### 4.3.2 Verkauf / Detailhandel



Bereits steht 2015 die zweite 5-Jahres-Überarbeitung der Bildungspläne DHF und DHA an. Die Kommission Grundbildung arbeitet sehr gut zusammen und hat die Arbeiten auf verschiedene Schultern verteilt. Was erstaunt und nachdenklich stimmt, ist die hohe Anzahl Lehrabbrüche im ersten Ausbildungsjahr. Bis im Mai 2015 haben 60 Lernende mit Lehrbeginn 2014 ihre Ausbildung im Detailhandel abgebrochen.

Wir danken allen Berufsbildner/innen für die gute Ausbildung und Betreuung der Lernenden. Denn damit tragen sie einen grossen Beitrag zur Erhaltung unseres Berufsnachwuchses bei. Durch ständige Weiterbildung sind sie immer auf dem neuesten Stand und bleiben am Ball.

## 5. Marktkennzahlen

### 5.1 Einkaufsgenossenschaften

Die Pistor Firmengruppe bietet mit der Pistor AG, der Proback AG und der Fairtrade SA kompetente Unterstützung in praktisch allen Bereichen der Bäckerei- und Gastro-Branche.

1916 als Einkaufsgenossenschaft der Bäcker-Konditoren der Schweiz gegründet, ist die Firmengruppe heute in einer Genossenschafts-Holding organisiert. Alle drei Betriebsgesellschaften operieren auf der gleichen Ebene.

#### 5.1.1 Kennziffern Pistor Firmengruppe

| <b>Pistor Firmengruppe</b>              | <b>2013</b>  | <b>2014</b>  |
|---|--------------|--------------|
| <b>Konsolidierter Umsatz</b> (Mio. CHF) | <b>825.9</b> | <b>850.0</b> |
| <b>Personalbestand</b>                  |              |              |
| Mitarbeitende                           | 479          | 484          |
| Umgerechnet in Vollzeitstellen          | 413          | 417          |

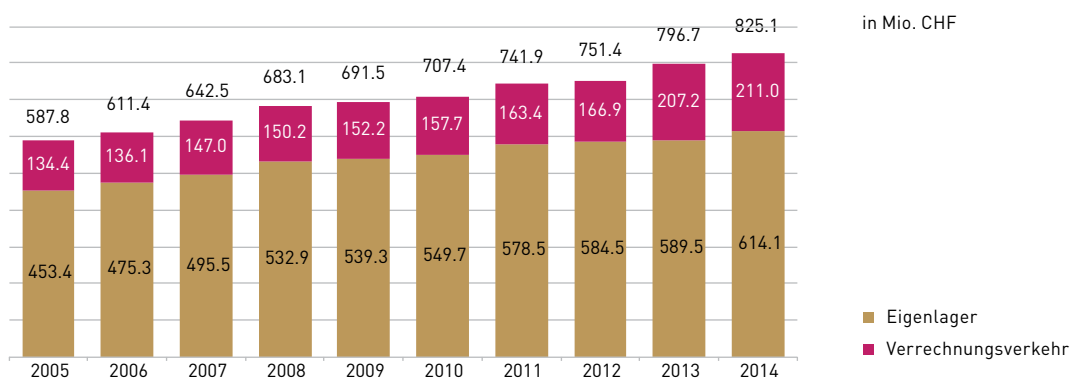
#### 5.1.2 Über Pistor AG

Pistor ist in der Schweiz das führende Handelsunternehmen für die Bäcker-Konditor-Confiseur-Branche und einziger unabhängiger Grosshändler im Gastronomiebereich. Pistor Kunden profitieren von einem umfassenden und spezialisierten Sortiment für die Bereiche Backstube, Küche, Café, Restaurant, Kiosk und Laden.

| <b>Pistor AG</b>               | <b>2013</b>  | <b>2013</b>  |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| <b>Gesamtumsatz</b> (Mio. CHF) | <b>796.7</b> | <b>825.0</b> |
| Umsatz Eigenlager              | 589.5        | 614.1        |
| Umsatz Verrechnungsverkehr     | 207.2        | 211.0        |
| <b>Umsatz</b> (Mio. CHF)       | <b>589.5</b> | <b>614.1</b> |
| Bäckerei-Konditorei-Confiserie | 373.8        | 382.7        |
| Gastronomie                    | 215.7        | 231.4        |
| <b>Personalbestand</b>         |              |              |
| Mitarbeitende                  | 468          | 474          |
| Umgerechnet in Vollzeitstellen | 405          | 410          |



### Entwicklung Gesamtumsatz Pistor AG 2005–2014 (Mio. CHF)



#### 5.1.3 Über Proback AG

Die Proback AG ist seit 30 Jahren als Non-Profit-Organisation der Pistor Holding Genossenschaft unter anderem für die Förderung und Erhaltung der Marktpräsenz sowie für die betriebswirtschaftliche Unterstützung der Bäckerei-, Konditorei- und Coniserie-Branche tätig.

Die Nachfrage nach massgeschneiderten und individuellen Dienstleistungen in den Bereichen Nachfolgeplanung, Betriebswirtschaft und Marketing ist auch im vergangenen Jahr weiter gestiegen. Das Bedürfnis nach individuellen Dienstleistungen, Workshops und gezielter Mitarbeiterförderung vor Ort zeigt, dass es Unternehmer vermehrt als wichtig erachten, für eine erfolgreiche Zukunftsplanung mit einer kompetenten Marktkennerin und Vertrauenspartnerin wie der Proback AG zusammenzuarbeiten.

Die Proback AG hat sich in den letzten Jahren erfolgreich als neutrale Anlaufstelle und Netzwerkerin für Jung- und Neunternehmer etabliert.

## 5. Marktkennzahlen

### Tätigkeitsspiegel 2014

| Bereich  | Anteil | Details  |
|--|--------|--|
| Geschäftsvermittlung und Start-up                  | 30%    | Geschäftsübergabe, Geschäftsvermittlung, Start-up für Jungunternehmer  |
| Unternehmensführung und Controlling                | 25%    | Betriebsführungssystem «BFS», Controlling, Beratungsgespräche und Coaching, Betriebsanalysen, ERFA-Gruppen-Support und -Leitung  |
| Verkaufsförderung, Werbung und visuelle Gestaltung | 30%    | Kundenumfrage, Standortbeurteilung, Werbung und visuelle Gestaltung, Imageförderung, Aktivitäten-Planungstag, Kundenfocus, Mitarbeiterförderung vor Ort, Internetauftritt  |
| Planung und Nachhaltigkeitsmanagement              | 5%     | Zukunftsplanung, Teambildung und -entwicklung  |
| Netzwerk- und telefonische Beratungstätigkeit      | 10%    | Anlaufstelle für Personalfragen, Organisation, Verkauf, Administration, Finanzen, Netzwerk für neue Standorte für Bäckereibetriebe, Denkfabrik mit diversen Aktivitäten wie z.B. «Besuch bei Berufskollegen», Fachreferate und Präsentationen in den Bereichen «Trends – Chancen – Perspektiven» |

#### 5.1.4 Über Fairtrade SA

Die international tätige Handelsfirma bietet Lebensmittelrohstoffe höchster Qualität zu fairen Preisen an. Fairtrade verfügt über ein enges Beziehungsnetz zu zuverlässigen Lieferanten in den Ursprungsländern. Zum umfassenden Leistungsangebot gehören eine einwandfreie Vertragsabwicklung, pünktliche Auslieferung und Qualitätskontrolle.

Der Wechsel der Geschäftsführung, meteorologische und währungstechnische Turbulenzen prägten das Jahr 2014 stark. Die Fairtrade SA erreichte trotzdem ein positives Geschäftsergebnis.

| Fairtrade SA                        | 2013        | 2014        |
|-------------------------------------|-------------|-------------|
| <b>Gesamtumsatz</b> (Mio. CHF)      | <b>41.1</b> | <b>42.3</b> |
| <b>Umsatzanteile Produkte</b> (in%) |             |             |
| Haselnuskerne                       | 38          | 37          |
| Mandeln                             | 31          | 27          |
| Zucker                              | 11          | 9           |
| Kakaoprodukte                       | 10          | 9           |
| Konserven                           | 1           | 6           |
| Diverse Produkte                    | 9           | 12          |

### 6.1 Folgende Firmen haben am Branchenspiegel 2015 mitgearbeitet



#### Schweizerischer Bäcker-Confiseurmeister-Verband

Seilerstrasse 9, CH-3001 Bern  
Tel. 031 388 14 14, Fax 031 388 14 24  
[www.swissbaker.ch](http://www.swissbaker.ch), [info@swissbaker.ch](mailto:info@swissbaker.ch)  
[www.swissconfiseure.ch](http://www.swissconfiseure.ch)



#### SBC Treuhand AG

Standstrasse 8, CH-3014 Bern  
Tel. 031 340 66 44, Fax 031 340 66 55  
[www.sbc-treuhand.ch](http://www.sbc-treuhand.ch), [bern@sbctreuhand.ch](mailto:bern@sbctreuhand.ch)

|            |                    |  |
|------------|--------------------|--|
| St. Gallen | Tel. 071 274 95 35 | E-Mail: <a href="mailto:stgallen@sbctreuhand.ch">stgallen@sbctreuhand.ch</a> |
| Chur       | Tel. 081 253 13 01 | E-Mail: <a href="mailto:chur@sbctreuhand.ch">chur@sbctreuhand.ch</a>         |
| Lugano     | Tel. 091 960 21 00 | E-Mail: <a href="mailto:lugano@sbctreuhand.ch">lugano@sbctreuhand.ch</a>     |
| Luzern     | Tel. 041 248 01 85 | E-Mail: <a href="mailto:luzern@sbctreuhand.ch">luzern@sbctreuhand.ch</a>     |
| Pully      | Tel. 021 721 78 11 | E-Mail: <a href="mailto:pully@sbctreuhand.ch">pully@sbctreuhand.ch</a>       |
| Zürich     | Tel. 044 377 54 77 | E-Mail: <a href="mailto:zuerich@sbctreuhand.ch">zuerich@sbctreuhand.ch</a>   |



#### Richemont Fachschule

Seeburgstrasse 51, CH-6006 Luzern  
Telefon 041 375 85 85, Fax 041 375 85 90  
[www.richemont.cc](http://www.richemont.cc), [info@richemont.cc](mailto:info@richemont.cc)



#### Ausgleichskasse PANVICA

Talstrasse 7, Postfach 514, CH-3053 Münchenbuchsee  
Tel. 031 388 14 88, Fax 031 388 14 89  
[www.panvica.ch](http://www.panvica.ch), [info@panvica.ch](mailto:info@panvica.ch)



#### Pistor AG

Bäcker-Konditor-Gastro-Service  
Hasenmoosstrasse 31, CH-6023 Rothenburg  
Tel. 041 289 89 89, Fax 041 289 89 90  
[www.pistor.ch](http://www.pistor.ch), [info@pistor.ch](mailto:info@pistor.ch)



#### panissimo

Seilerstrasse 9, CH-3001 Bern  
Tel. 031 388 14 14, Fax 031 388 14 25  
[www.swissbaker.ch](http://www.swissbaker.ch), [panissimo@swissbaker.ch](mailto:panissimo@swissbaker.ch)

**Als KMU  
sicher und  
rentabel  
Geld anlegen.**

[www.valiant.ch/cash-deposit](http://www.valiant.ch/cash-deposit)  
**Wir sind einfach Bank.**

**VALIANT**  
WERTE, DIE SIE WEITERBRINGEN




**B & G** Betriebsberatung  
Bauplanung AG

**Plant und baut für alle Bäcker,  
Confiseure, Cafetiers.**

**Ganzheitlich, von der Betriebs-  
beratung zur technischen  
Bauplanung und Realisierung.**

**Betriebsberatung und Bauplanung AG**  
Effingerstrasse 14 | 3011 Bern | Tel. 031 336 10 00  
Fax 031 336 10 10 | [info@bebau.ch](mailto:info@bebau.ch) | [www.bebau.ch](http://www.bebau.ch)

**mino-farine**  
GRANGES-MARNAND · STON

**BRUGGMÜHLE  
GOLDACH**

**STEINERMÜHLE**  
simply organic since 1995

**GRANDS MOULINS  
DE COSSONAY**

**intermill**

# Schweizer Biobrot vom Bäcker

**Volltreffer!  
Roggenbrot  
plus**



**edelvita**<sup>®</sup>

**BIO SUISSE**

# panissimo

Wer «panissimo» liest ist informiert über

- die Aktualitäten, Trends und Ideen in der Branche
- aktuelle Sonderthemen
- Weiterbildungskurse, Fachmessen und Wettkämpfe
- und vieles mehr.

Über eine Stellenanzeige im «panissimo» finden Sie engagierte Mitarbeitende.

Redaktion «panissimo»  
Seilerstrasse 9, 3001 Bern  
panissimo@swissbaker.ch  
Ein Jahresabo kostet nur Fr. 80.–,  
für Lernende nur Fr. 40.–.

Anzeigenmarketing:  
Publicitas Publimag AG  
Seilerstrasse 8, 3001 Bern  
service@publimag.ch  
Tel. 031 387 22 11



**SBC TREUHAND**  
TREUHAND FÜR BÄCKER UND CONFISEURE



## Brötchenduft ist unwiderstehlich – unsere Unternehmensberatung auch.

Die richtige Strategie führt zum Erfolg. Deshalb schauen wir überall hin, wo es betriebswirtschaftlich Sinn macht, einerseits. Andererseits analysieren und verdichten wir alle Informationen aus Marketing, Buchhaltung, Produktion und Vertrieb. So haben Sie als Unternehmer jederzeit einen klaren Überblick über die betriebswirtschaftlich sinnvollen Massnahmen und Lösungen.

**Hauptsitz** SBC Treuhand AG  
Standstrasse 8 · Postfach 113 · CH-3000 Bern 22 · Tel. 031 340 66 44 · Fax 031 340 66 55  
bern@sb-treuhand.ch · www.sbc-treuhand.ch

Unsere weiteren Standorte: Pully, Luzern, St. Gallen, Chur, Zürich, Lugano



**Vertrauen ist so wichtig wie das tägliche Brot**

**La confiance est aussi importante que le pain quotidien**

Profitieren Sie von unserem fachlichen Know-How und von der Branchenkenntnis in Sachen:

- Finanz- und Rechnungswesen
- Beratung
- Personaladministration
- Steuerberatung
- Informatiklösungen
- Vermittlung, Coaching
- Analysen, Schätzungen, Gutachten
- Wirtschaftsprüfung

Profitez de notre savoir-faire professionnel et de notre connaissance de la branche :

- Comptabilité financière
- Conseil en entreprise
- Administration du personnel
- Conseils fiscaux
- Solutions informatiques
- Médiation, coaching
- Analyses, estimations, expertises
- Révision



Seit über 80 Jahren beraten und unterstützen wir Firmen und Private in Fragen rund um Treuhand, Steuern, Informatik und Unternehmensberatung.

Depuis plus de 80 ans, nous conseillons et soutenons les entreprises et les particuliers en matière de comptabilité, de fiscalité, d'informatique et de conseil en entreprise.

#### **Hauptsitz**

SBC Treuhand AG  
Standstrasse 8 • Postfach 113 • CH-3000 Bern 22 • Tel. 031 340 66 44 •  
Fax 031 340 66 55 • [bern@sbc-treuhand.ch](mailto:bern@sbc-treuhand.ch) • [www.sbc-treuhand.ch](http://www.sbc-treuhand.ch)

Unsere weiteren Standorte:

St. Gallen, Tel. 071 274 95 35  
E-Mail: [stgallen@sbc-treuhand.ch](mailto:stgallen@sbc-treuhand.ch)

Chur, Tel. 081 253 13 01  
E-Mail: [chur@sbc-treuhand.ch](mailto:chur@sbc-treuhand.ch)

Luzern, Tel. 041 248 01 85  
E-Mail: [luzern@sbc-treuhand.ch](mailto:luzern@sbc-treuhand.ch)

Pully, Tel. 021 721 78 11  
E-Mail: [pully@sbc-fiduciaire.ch](mailto:pully@sbc-fiduciaire.ch)

Lugano: Tel. 091 960 21 00  
E-Mail: [lugano@sbc-fiduciaire.ch](mailto:lugano@sbc-fiduciaire.ch)

Zürich, Tel. 044 377 54 77  
E-Mail: [zuerich@sbc-treuhand.ch](mailto:zuerich@sbc-treuhand.ch)

Der Branchen-Treffpunkt

FBK



22. – 25. Januar 2017, Bern

33. Schweizer Fachmesse für Bäckerei-,  
Konditorei- und Confiseriebedarf

Trends &  
Innovationen



Schokolade



Kaffee



Snacks



Glacé



Cake Design

[fbk-2017.ch](http://fbk-2017.ch)





# Nachhaltig handeln ...

## **... heisst Verantwortung übernehmen.**

Einen verantwortungsvollen Umgang mit Menschen und Ressourcen leben wir tagtäglich und investieren so in unsere gemeinsame Zukunft.

**Näher ist sympathischer.**

Pistor AG | Rothenburg | Tel. 041 289 89 89 | [info@pistor.ch](mailto:info@pistor.ch) | [www.pistor.ch](http://www.pistor.ch)

***pistor***