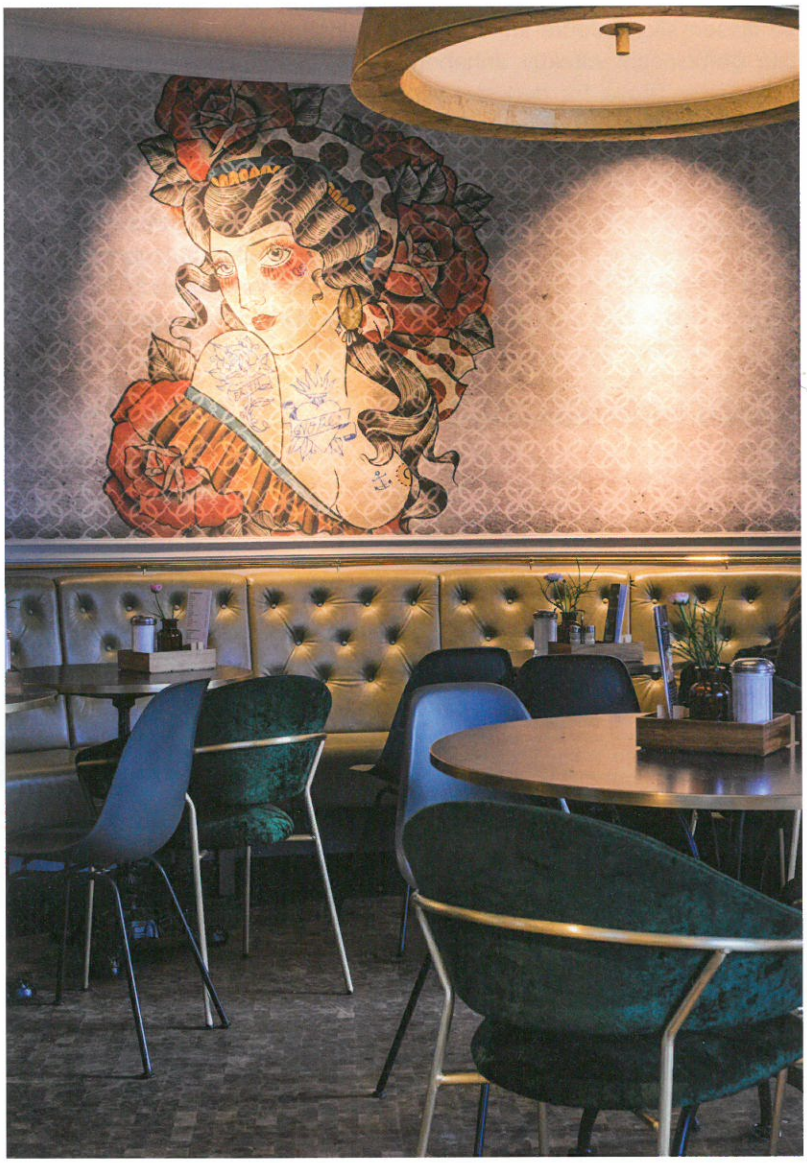
HANDWERK

Ausweitung der Backzone



Ansehnlicher Hybrid aus Restaurant, Lounge, Café – und Bäckerei: Birgit Kaisers „kaiser am leo" beim Freiburger Siegesdenkmal. Foto: D. Ruda

Das Bäcker-Handwerk ist zweifellos im Umbruch – Zusammenschlüsse, Expansion, aber auch ein Schrumpfungsprozess. Und ein Sortiment, das längst über Brezeln und Brot hinaus geht. Mitte Januar werden sich Johannes Rufs „Beckesepp" aus St. Peter und die Bäckerei Lienhart aus Freiburg zusammenschließen.

VON RUDI RASCHKE

Das Prinzip folgt dabei dem Zusammenkommen von Beckesepp und dem „Backhaus Schöpflin" in Freiburg-Haslach von 2017: Der Name Lienhart bleibt erhalten, es gibt einen Austausch von Backstuben und Produkten. Christian Lienhart, einer der beiden Chefs, wird den Betrieb einzelner Filialen fortführen, Bernd Lienhart wird als Produktionsverantwortlicher zu „Beckesepp" wechseln.

Das Ganze ist auch Ausdruck einer schwierigen Nachwuchsproblematik, sagt Johannes Ruf, der nicht nur den „Beckesepp" in vierter Generation führt, sondern auch verantwortlicher Obermeister der Bäckerinnung ist seit 2014. Für Ruf als Unternehmer geht es darum, dass er auf Kapazitäten in Freiburg zurückgreifen kann, während er die Backstube im heimischen St. Peter neu bauen wird.

Als Innungschef sieht er grundsätzlich für die Zukunft einen weiteren Rückgang an Betrieben, der sich schwer aufhalten lässt. „Die Frage ist, wie wir die Vielfalt unseres Handwerks erhalten". Für ihn sieht das Zukunftsszenario ein Überleben von zwei Arten von Bäckereien vor: zum einen die Nische ganz kleiner, gesunder Betriebe, die mit ihrer Philosophie schwer eine Ausbreitung überstehen würden, wie Ruf sagt. Zum anderen jene, die expandieren, was innerhalb der Innung kein Problem im Miteinander darstelle.

Tatsächlich fällt auf, dass es vermutlich mehr Unterschiede denn je gibt, eine Bäckerei zu führen. Der Freiburger Alexander Bühler, einer aus der Nische mit exzellentem Ruf, ist dazu übergegangen, ausgerechnet den Samstag zum Ruhetag zu machen – auf der Suche nach besonderem Personal will er etwas Besonderes wie ein freies Wochenende in einem harten Job bieten.

Ruf kämpft dagegen um erweiterte Öffnungszeiten, auch weil er an sechs seiner neun Standorte nicht nur als Bäcker, sondern auch als Supermarktbetreiber agiert. Und dort hartnäckig auf das Paradox einer geöffneten Backtheke in einem sonst geschlossenen Supermarkt am Sonntag hinweist. Aber auch, weil er das veränderte Kundenverhalten erlebt. Bei ihm ist selbst der Tag des Herrn einer, an dem um 17 Uhr noch frisches Brot erwartet wird.

Und auch die Ausweitung der Backzone, also der Wandel vom schlichten Weckletresen zum Café mit Snacks, Frühstück und Mittagstisch ist bei ihm längst Thema. Die Frage wird sein, wie die Qualität der Produkte zu halten oder auszubauen ist. „Wir müssen uns bewusst sein, dass überall, wo Menschen und nicht Maschinen etwas machen, die Qualität schwankt", sagt Ruf. Selbst das Mehl sei nicht immer das Gleiche, es gelte, an manchen Tagen damit klarzukommen, dass man bei 90 bis 95 Prozent liegt.

*****

Ein paar Wochen vor dem Jahreswechsel feiert Birgit Kaiser die Einweihung ihrer bereits 43. Filiale in der Region, im Freiburger Norden an der Zähringer Straße. Für die Superfreiburger unter den Bürgern ist es ein Feiertag: Der

größte Alnatura Deutschlands und somit des gesamten Universums wird in Betrieb genommen, unter dem gleichen Dach nimmt an diesem Tag auch Kaiser eine Filiale in Betrieb. Wie immer ein Hybrid, den man inzwischen kennt, aber nicht klar bezeichnen kann: Eine Bäckerei, die auch Frühstück und drei Gerichte zu Mittag serviert, ein Café mit angeschlossenem Brotverkauf? Eine Lounge, in der alles Bio ist, vom Ei bis zum Orangensaft? Kaisers Betriebe vereinen Unterschiedliches, meist in einem Raum.

Vermutlich ist das das Expansionsgeheimnis von „Kaisers Gute Backstube", die am Stammsitz in Ehrenkirchen längst zur Riesenhalle aufgegangen ist. An diesem Standort steht noch eine Erweiterung um ein Drittel ins Haus. Rund 500 Mitarbeiter arbeiten bereits für Kaiser, vor 25 Jahren war es ein Fünfzigstel davon.

Birgit Kaiser hat im regionalen Backwesen ein wenig die Quadratur des Kreises erreicht: Es ist trotz der Vielzahl an Filialen keineswegs nur Massenware, sie beliefert bereits länger Alnatura mit Bio-Produkten. Die Frühstücke und Mittagstische finden in einer Atmosphäre statt, für die sich Kaiser Inspiration in Mailand, Kopenhagen und London holt. Die Bäckerei-Cafes oder beinahe-Restaurants, die in größerer Dimension die Namen „Die Kaiserin" oder „Der Kaiser" tragen, sind alle individuell eingerichtet, manchmal auch mit Stadtteilbezug. „Wir wollen kreativ sein", sagt Kaiser über ihr Einrichtungs-Faible, aber „der Gesamtmix ist entscheidend", was das Zusammenspiel von Ambiente und Angebot angeht. Dass manche Filialen der einstigen Backstube heute freitags ein „Rotbarsch in Weißweinsauce mit Salzkartoffeln und Gemüse" ins Angebot genommen haben, nennt sie „bundesweit einzigartig", was die Pionierleistung der Umwandlung angeht.

Birgit Kaiser sagt an diesem Tag aber auch Nachdenkliches über die Expansion: Dass sie ein Jahr erlebt hat, dessen Ereignisse sie auf zwei verteilen hätte können. Dass sie jetzt konsolidieren wolle, am Bestand arbeiten und nicht mehr in dieser Geschwindigkeit wachsen wolle. Dass es Baustellen gibt, wo vielleicht besser ein Standort geschlossen wird, ohne dass Mitarbeiter gehen müssen. Aber sie lässt auch durchblicken, dass es ihre Strategie war, sich Standorte zu sichern, die meistens auf Jahrzehnte belegt sind.

Auch bei Öffnungszeiten und Mitarbeitern sieht Kaiser den Bedarf, in Zeiten von Vollbeschäftigung etwas runter vom Gas zu gehen. Es gibt sicherlich keinen freien Samstag oder Sonntag mit einer Schließung des Filialnetzes, aber ein Anfang zur Reduktion ist gemacht. Für Birgit Kaiser steht 2019 ein Feintuning an, in dem auch Schulungen und Coachings, vor allem jedoch die Arbeit an der Qualität im Vordergrund stehen. Aber

building brands.
telling stories.
enabling business.

Wir sind feyka&herr – die Agentur für ganzheitliche Markenentwicklung und Multichannel Marketing.
www.feykaherr.com

feyka
&herr

egal ob Bio oder nicht, neue Brotkreationen oder bestehende: Der Wandel der Bäckereien bildet sich bei Kaisers vor allem im lukrativen Mix des erweiterten Angebots über die Tagesstrecke ab.

*****

Und dann gibt es noch Wolfgang Pfeifle: Er ist nach eigenen Angaben der wohl Einzige, der den Handmade-Anspruch einer kleinen Manufaktur mit einem Betrieb von zehn Filialen und der Belieferung für sämtliche Hieber-Supermärkte unter die Bäckermütze bekommt. Tatsächlich ist das eine Nische für sich. Pfeifle will am Standort des alten Familienbetriebs in Freiburg-Haslach auch überhaupt nicht mehr erweitern müssen. „Ich habe lange überlegt, was es bringen könnte, noch mehr Adressen, mehr Verkaufspersonal und eine neue Backstube zu führen – ich bin zu keinem vernünftigen Ergebnis gekommen."

Auch das gehört 2019 zu diesem Handwerk: Bäcker Pfeifle belässt es bei der Anzahl der Filialen, ihm fällt auch keine für ein Downsizing ein. Er entwickelt weitere Produkte, neue Brote und süße Stücke mit viel Aufwand, aber er profitiert auch als Arbeitgeber von der Entwicklung im Markt der Brotliebhaberei, der Puristen oder der Artisan-Bäcker: Hier geht es überall um die Reife lang angesetzter Teige mit Vorlauf, entscheidend ist dann nicht mehr so sehr, was in der Nacht zwischen drei und sechs Uhr morgens passiert.

Also hat Pfeifle sein Team in der räumlich überschaubaren Haslacher Backstube zuletzt nahezu verdoppelt, gearbeitet wird in einer klassischen und in einer Tagesschicht. Auch dies ein Angebot für ambitionierte Bäcker, die sich zwischen den besten Arbeitgebern auf dem Markt entscheiden können. Sie können sich den Vorteigen widmen, den teilweise jahrealten Sauerteig-Kulturen und der Ursprünglichkeit möglichst weniger, dafür umso hochwertigerer Zutaten. Pfeifle spürt, dass die Nachfrage danach immer größer wird.

Zeitgemäße Bäckerei, das ist: Zusammenschlüsse zum Erhalt der Vielfalt oder stark erweiterte Gastronomie-Konzepte rund ums Weckle, aber eben auch eine Reduktion auf das Wesentliche – andere Auffassungen dürften es in diesem Markt schwer haben. Beim Kunden, aber auch bei den fast noch wertvolleren Arbeitnehmern der Branche.