

Schrott und Korn

ERNÄHRUNG Das Backhandwerk steckt in der Sinnkrise. Kaum noch jemand will eine Bäckerlehre machen, Discounter und Ketten beherrschen den Markt. Bei den wenigen kleinen Manufakturen, die wegfallen vom Billigbrot, stehen die Kunden Schlange.

Wer einen Streifzug durch Deutschlands Backstuben unternimmt und sich durch ihre Erzeugnisse kaut, trifft auf Brötchen mit perfekt krachender Kruste und auf Kanten, mit denen man Straßen pflastern könnte, auf edle und schäbige Läden, auf Biobäcker und solche, die irgendwelche Industrieklumpen in ihre Öfen schieben – und auf Lutz Geißler und Christina Weiß. Sie sind anders als alle anderen.

Ihre Bäckerei ist fast nie geöffnet, die Auswahl lächerlich klein. Sie stehen nicht einmal extra früh auf, um Brot und Brötchen morgens für den Verkauf bereitzuhaben. Ihr Arbeitstag beginnt um neun, in der Backstube hinter ihrem Haus werkeln sie in aller Ruhe an zwei, höchstens drei verschiedenen Sorten. Ab 17 Uhr verkaufen sie dann Roggenvollkorn (1000 Gramm für 6,50 Euro), Baguette (350 Gramm für 3,50 Euro) und Buchtelbrot (300 Gramm für 4,50 Euro). Die Kundinnen und Kunden haben ihre Bestellung schon drei Tage zuvor per E-Mail geschickt.

Ein Serviceparadies sieht anders aus; doch der Laden boomt. Schlag fünf Uhr nachmittags kommen die Leute von allen Seiten herbeigeradelt und -spaziert. Sie stehen Schlange vor dem Haus im völlig unhippen Hamburger Wohngebiet Sasel, in der Hand wiederverwendbare Brotpfandbeutel. Man ahnt: Wenn Menschen solche Mühsal auf sich nehmen, um ein simples Allerweltsprodukt zu ergattern, das dazu noch nicht einmal billig ist, muss entweder das Produkt außergewöhnlich gut sein – oder der Verkäufer ein Promi.

Bei den »Brotkumpels«, wie sich der Laden nennt, ist es eine Mischung aus beidem. Lutz Geißler ist unter Backfreunden eine Koryphäe, geradezu ein Guru. Sein Blog lesen Zigtausende, seine Bücher sind Bestseller. Er plaudert im Fernsehen über Brote, und wenn er zu seinen Kursen auf die Alm oder nach Mallorca lädt, zahlen seine Fans auch mal 3500 Euro für einen einwöchigen Kurs. In der Shutdown-Langeweile der Pandemie wurde Geißler endgültig zum Kult.

Im Garten hinter dem Haus, das Gras wächst wild, die Beete sind überwuchert, aus Zeitmangel oder vielleicht auch aus ökologischen Gründen, erzählt Geißler geduldig noch einmal seine Geschichte. Wie er, der gelernte Geologe, eher zufällig zum Brot kam, wie er mit der Akribie des Wissenschaftlers und dem

Eifer des Quereinsteigers an die Sache heranging. »Wenn ich etwas mache, dann mache ich es immer sehr genau.« Er wollte das gute alte Brot wiederentdecken und wiederbeleben. Wollte weg von den Industriebrotten, den mit chemischer Hilfe rasend schnell reifenden Teigen. Er wollte ohne Chemie und mit möglichst wenig Hefe backen, dafür dem Teig Zeit lassen. »Mehl, Wasser, Salz, Zeit«, das ist bis heute sein Rezept.

Geißler ist ein stiller Guru, fast ein wenig schüchtern, doch wenn er länger über sein Lebensthema redet, hat er etwas Mitreißendes. Während den traditionellen Bäckern die Leute ausgehen, kaum noch einer die Ausbildung anfangen will und die Branche gefangen ist im Trend zu immer mehr Effizienz, baut er an seiner Gegenbewegung, seinen Anti-Bäckereien. »Wir wollen ein Vorbild sein«, sagt Partnerin Christina Weiß. »Wir wollen, dass überall solche Stadtteilbäckereien entstehen, mit wenig Auswahl, aber mit hoher Qualität.«

Ein Franchisesystem? Sie winkt ab. Es gehe um die Idee, nicht ums Business.

Geißler und Weiß backen lediglich an 100 Tagen im Jahr, und dann auch nur 220 Brote – alles per Hand geformt und abgewogen, lange gereift, ohne chemisches Beiwerk. Den Rest der Zeit geben sie Kurse, die stille Revolution muss schließlich angeführt werden. In ihre Seminare kommen immer mehr Leute, vor allem Akademiker, die selbst den Schritt zur eigenen Bäckerei gehen wollen, nachdem sie zu Hause Geißlers Rezepte bis aufs Milligramm Hefe genau nachgebacken haben. Viele sehnten sich nach handwerklicher Arbeit mit einem klaren Sinn, so Geißler. Und was

könnte da besser passen, als den Menschen das tägliche, bessere Brot zu geben?

So simpel und einladend das klingt, es ist in Wahrheit ein harter Ritt. In Deutschland herrscht Meisterzwang, und über allem thronen die Innungen. Geißler konnte sein Geschäft nur eröffnen, weil seine Partnerin Bäckermeisterin ist. Weiß, die in einer Biobäckerei begann, war schon bald frustriert von den realen Bedingungen in der Branche. Das begann in der Berufsschule. »Erst habe ich dort theoretisch gelernt, wie wenig es braucht, um ein Brot zu backen. Und im praktischen Teil schiebt man das alles beiseite und arbeitet nur noch mit Industriemischungen.«

Geißlers Geschäftsmodell ist so abseitig, dass er seine Idee nicht mal einer Bank vorstellte. Er finanzierte Backofen, Knetmaschinen und den Rest der Ausrüstung über Genussscheine, die er an seine Anhänger ausgab. Der Bauantrag sei rund anderthalb Jahre nahezu un bearbeitet liegen geblieben, erzählt er. Offenbar aus Sorge, da wolle einer mitten im Wohngebiet eine Großbäckerei aufziehen. Erst als jemand in der Behörde, der selbst nach Geißlers Rezepten Brot und Brötchen fabriziert, die Verbindung herstellte, sei die Sache plötzlich gelaufen. »Wenn es mir ums Geld ginge«, sagt Geißler und lacht, »würde ich bestimmt keine Bäckerei aufmachen.« Ihm gehe es vor allem darum zu beweisen, dass es anders geht.

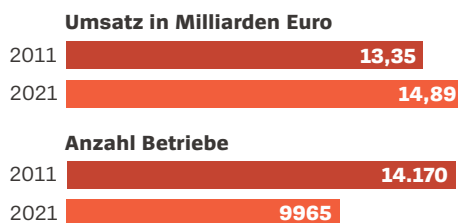
Überall im Land entstehen gerade solche Manufakturen wie die »Brotkumpels«, Edelbäckereien, die in kleinen Mengen backen, mit ausgesuchten Zutaten – und entsprechenden Preisen. Sie sind die letzte Chance, dem großen Back-Monopoly zu entkommen. Bäckereien werden immer weniger, dafür aber immer größer. 3 Prozent der Unternehmen dominieren 60 Prozent des Markts.

In Flensburg lässt sich die Entwicklung gut beobachten. Entlang der Friesischen Straße im Zentrum gab es noch vor ein paar Jahren auf anderthalb Kilometer Länge neun Bäcker. Heute sind es zwei. Im gesamten Stadtgebiet existiert kein einziger Einzelbäcker mehr. Den Markt beherrschen überregionale Ketten, von denen viele im Vorkassenbereich der Supermärkte operieren. Dazu kommen drei regionale Anbieter, Bäckereien mit ein bis zwei Dutzend Filialen.

Eine davon betreibt Dave Meesenburg, 57. Weil das Geschäft mehr Raum brauchte, hat

Kein Brotjob

Bäckerhandwerk in Deutschland



Quelle: Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks

»Wenn es mir ums Geld ginge, würde ich bestimmt keine Bäckerei aufmachen.«



Johannes Arit / DER SPIEGEL

Die Gründer der Backmanufaktur »Brotkumpels« Weiß und Geißler backen nur an 100 Tagen im Jahr

»Auf Augenhöhe« mit Aldi



Bäckerehepaar Daube hat sich mit dem Erzfeind verbündet

»Man hat jeden Tag das Ergebnis der eigenen Arbeit in den Händen.«



Bäckermeister Oberle sucht verzweifelt nach Nachwuchs

er die Wohnung seiner Eltern umgebaut und die Verwaltung dort angesiedelt. Er sitzt in einem Besprechungszimmer, das früher einmal sein Kinderzimmer war. An der Wand hängen Entwürfe einer neuen Werbekampagne, daneben der Stammbaum der Familie Meesenburg. Er reicht zurück bis 1665.

Der Betrieb existiert seit bald 125 Jahren. Meesenburgs Großvater hat ihn 1938 gepachtet und 1952 übernommen. Inzwischen beschäftigt das Unternehmen 140 Mitarbeiter und betreibt 16 Filialen. Meesenburg wuchs, um zu bleiben. In den Neunzigerjahren fiel das sogenannte Nachtbackverbot: Seit 1996 darf auch vor vier Uhr am Morgen gebacken werden. Damit kommen größere Verbände mit professioneller Verwaltung besser klar als selbstständige Bäckermeister, die die Ruhezeiten für ihre Familien und den Papierkram benötigen.

Nicht nur die Firma ist über die Jahre gewachsen, auch die einzelnen Filialen sind es. Die kleinen Standorte waren nicht mehr rentabel. Jetzt betreibt Meesenburg Bäckereien in Einkaufszentren mit 140 und sogar 200 Sitzplätzen. Die Gastronomie macht inzwischen rund 40 Prozent des Firmenumsatzes aus. Ein wichtiges Geschäft, seit die Konkurrenz im reinen Backwarenverkauf immer härter wird. Supermarktketten unterhalten eigene Großbäckereien. Dazu kommen die Selbstbedienungsbackstationen, die industriell hergestellte Rohlinge aufbacken und zu Billigpreisen verramschen. Meesenburg selbst will über einen Radius von 60 Kilometern hinaus nicht expandieren, »sonst stimmt die Qualität der Waren nicht mehr, wenn sie in der Filiale ankommen«.

Joachim Sopha, 60, ist einer von Meesenburgs vier Meistern, die nachts um zwei ihren Dienst antreten. »Bäcker aus Leidenschaft«, wie er sagt. Wenn er um zehn Uhr nach Hause gehe, dann spüre er, was er geschafft habe. Es mache ihn »glücklich zu sehen, wenn Leute kaufen, was ich backe«. Sopha ist auch Vorsitzender des Betriebsrats und Chef des DGB in Flensburg. Neulich war er in München und hat in der Innenstadt nach einem Bäcker gesucht, den er noch nicht kannte. Er hat keinen gefunden, nur Filialen von zwei Ketten mit Tausenden Mitarbeitern. »Wir verlieren die Vielfalt«, klagt er.

Die großen Betriebe sind gegenüber den kleinen ökonomisch im Vorteil, weil sie teure Maschinen einsetzen und so mit vergleichsweise wenigen Leuten auskommen. Löhne und Gehälter machen bei Meesenburg fast 40 Prozent der Kosten aus. In Großbetrieben sind es im Schnitt nur 20 Prozent. Die Branche bewege sich in einem Teufelskreis, meint Sopha. Wegen der miesen Gehälter und der anstrengenden Arbeitsbedingungen werde es immer schwieriger, neue Leute zu finden. »Damit wir attraktivere Arbeitszeitmodelle anbieten können, brauchen wir aber erst mal mehr Personal.«

Wem die Kraft fehlt, selbst in großem Stil zu wachsen, um den Feind zu besiegen, der muss ihn umarmen. Der Hamburger Traditionsbäcker Daube, gegründet 1886, hat sich dazu entschlossen.

Daube hat Aldi umarmt. Eine riskante Liaison. Aldi ist das Feindbild vieler Bäcker, seit der Discounter begann, Billigbrötchen anzubieten. 2010 klagte der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks gar gegen Aldi Süd und dessen Werbeslogans wie »Ab sofort

backen wir den ganzen Tag Brot und Brötchen für Sie.« Der Vorwurf: Das Aufbacken in Automaten habe nichts mit der Arbeit in einer echten Backstube zu tun. 2015 legten beide Seiten den Streit vor dem Duisburger Landgericht bei.

Nun steht das Bäckerpaar Katharina und Frank Daube gemeinsam in einer Aldi-Filiale in Hamburg-Barmbek und erklärt, warum Discounter und Handwerk super zusammenpassen. Aldi verkauft seit ein paar Monaten zusätzlich zum eigenen Sortiment Produkte regionaler Bäcker. Aldis Ware macht gut drei Regalmeter aus. Für Daubes sechs Brotvariationen und drei Sorten Gebäck reicht dagegen ein Meter. »Traditionelles Bäckerhandwerk aus Deiner Region« prangt groß auf einer Tafel über dem Daube-Angebot. Die Preisschilder sind dunkelrot hinterlegt, fast eine Art Warnhinweis: Vorsicht, Sie verlassen die Aldi-Preiszone. Ein Pfund Weizenmischbrot aus dem Discountersortiment gibt es für 99 Cent. Der 500-Gramm-Laib Roggenmischbrot von Daube kostet 3,39 Euro. Zu Beginn der Kooperation hätten Kunden schon mal versehentlich zu teurer Daube-Ware gegriffen und sich dann an der Kasse gewundert, berichten Aldi-Angestellte.

Der Deal: Die Bäckerei liefert neun Produkte an sieben Filialen. Die wiederum fahren das eigene Sortiment von 30 auf 20 Backartikel zurück. Die Auswahl habe man gemeinsam getroffen, sagt Aldi-Regional-Geschäftsführer Helge Möller. »Aber klar, wir haben nicht unsere Bestseller rausgenommen.« Der Discounter kooperiert mit mehr als 35 Bäckerbetrieben und will so vor allem die Kundinnen und Kunden locken, die Wert auf regionale Produkte legen. Ende Juli wurden bereits

Cafés mit 200 Plätzen



Geschäftsführer Meeseburg setzt mit seinen 16 Filialen auf Skaleneffekte

650 der 2250 Aldi-Nord-Filialen von regionalen Bäckern beliefert. Möglichst bald soll das in allen Filialen der Fall sein.

Der Preisunterschied ist erheblich, und das habe seinen Grund, sagt Frank Daube. Zeit sei beim Teig ein wichtiger Faktor. »Brot ist wie Wein und Käse. Je reifer, desto besser.« In seiner Backstube habe der Teig Zeit zum Quellen, dadurch entfalte sich ein besseres Aroma. Die Restfeuchtigkeit halte sich viel länger als beim industriell gefertigten Brot. Seins schmecke auch nach zwei Tagen noch. Und sei echte Handarbeit. »Schauen Sie mal die Einschnitte bei der Kruste an. Die sind unterschiedlich«, ergänzt seine Frau. »Die Aromen sind in der Kruste«, fachsimpelt er. So richtig lecker werde Brot, wenn es bei 280 Grad angebacken werde und dann die Temperatur runtergehe.

Die Aldi-Manager stehen dabei und verziehen keine Miene. »Ich bin sehr überzeugt von unserem Sortiment«, sagt Möller. »Wir können über Masse ganz andere Preise anbieten.« Industriebäcker liefern gefrorene Teiglinge an Aldi, die dann in den Filialen vor Ort aufgebacken werden.

In Barmbek ist das Daube-Regal am Nachmittag noch ziemlich gut gefüllt. Fast alle Kunden, die während seines Besuchs Brot oder Brötchen kaufen, greifen zur günstigen Aldi-Ware. Sein Bestseller ist das Schoko-Franzbrötchen für 1,69 Euro.

Einige Bäckerkollegen hätten skeptisch bis ablehnend reagiert, als sie von der Zusammenarbeit mit Aldi erfuhren, berichtet Katharina Daube. Als Obermeisterin der Hamburger Bäcker-Innung repräsentiert sie ihren Berufsstand. Im Handwerk gebe es oft noch eine Haben-wir-immer-so-gemacht-Haltung,

sagt ihr Mann. Die Kritiker fürchteten Preisdrückerei, Image- und Kundenverlust und Knebelverträge.

Sie arbeite mit Aldi »auf Augenhöhe zusammen«, sagt Katharina Daube. Aus dem Vertrag könnten beide Seiten schnell wieder aussteigen – etwa wenn der Absatz nicht so läuft wie geplant. »Wir könnten die Notbremse ziehen«, sagt Frank Daube.

Dazu sieht er derzeit keinen Grund. Sein Problem ist gerade ein anderes: Für die eigenen Läden findet Daube kaum noch Verkäufer oder Verkäuferinnen. Da sei er froh, mit Aldi einen Vertriebskanal ohne zusätzlichen Personalaufwand zu haben. Nach zwei Monaten zieht er eine positive Bilanz: »Der zusätzliche Umsatz ist zwar nicht gigantisch, aber durch die wegfallenden Verkaufskosten sind wir im Ergebnis sehr zufrieden.«

Tatsächlich ist das größte Problem der meisten Bäckereien gegenwärtig nicht die kostenbewusste Kundschaft, sondern der Mangel an Bäckern. Klaus Oberle, 58, Inhaber von »Becke-Klaus« in Sasbachwalden, macht seine beiden Verkaufsstellen deshalb nur noch an fünf Tagen in der Woche auf. Seit Januar sind die Läden am Sonntag und am Montag dicht.

Oberle führt den Betrieb in vierter Generation. »Mein Vater starb früh, danach führte meine Mutter die Bäckerei als Witwenbetrieb weiter.« Mit 23 Jahren wurde er Chef, direkt nach der Meisterprüfung. »Die Frage, ob das die richtige Entscheidung war, stellte sich für mich nie. In meiner Generation wurdest du zum Bäcker erzogen, wenn zu Haus ein Familienbetrieb da war. Ohne Diskussion.«

Bereut habe er es nie. »Es ist ein wunderschöner, unheimlich vielseitiger Beruf«,

schwärmt Oberle. »Man kann kreativ sein und hat jeden Tag das Ergebnis der eigenen Arbeit in den Händen.«

Doch auch Oberle leidet darunter, dass langjährige Mitarbeiter abspringen und die Branche wechseln. Auch mit finanziellen Anreizen könne er sie nicht halten. »Das Gehalt ist zweitrangig.« Oberle redet sich den Frust von der Seele. »So tickt unsere Gesellschaft eben: Freizeit steht an erster Stelle, zählt mehr als alles andere, auch als lange Verbundenheit.«

Rund drei Monate dauert es laut Bundesagentur für Arbeit durchschnittlich, bis eine offene Bäckerstelle besetzt wird. Oberle hat zweieinhalb Jahre nach einem Bäckergehilfen gesucht, mit wachsender Verzweiflung. Obwohl er alles unternommen habe, wie er bekundet: Facebook, Zeitungsannonce, überall blieb die Resonanz bei null. »Ich habe nur einen Gesellen bekommen, weil der mit seiner aktuellen Stelle unzufrieden war und von sich aus wechseln wollte.«

Ein guter Azubi sei wie ein Sechser im Lotto. »Bewerbungen kriegt man schon«, sagt Oberle. Aber manchem müsse er zuerst die Grundrechenarten beibringen oder wie man einen Besen richtig hält, schimpft der Meister. Zudem fehle vielen schlicht die Motivation. »Wenn heute einer von der Schule abgeht und gar nicht weiß, was er machen will, dann hat er als letzte Rettung den Bäckerjob. Und so stellt er sich auch an.«

Lutz Geißler und Christina Weiß sind für ein neues Buchprojekt in den vergangenen Monaten quer durch Deutschland gefahren, haben auf gut Glück 60 Bäckereien aufgesucht, mit den Verkäuferinnen und Verkäufern gesprochen und die Ware probiert. Ihr Fazit hat sie selbst erschreckt: »Das Beste war noch, wenn es neutral geschmeckt hat«, so Weiß' hartes Urteil. »Neutral ist das neue Gut.«

Man könne meist auf den ersten Blick sehen, wie viel echtes Handwerk noch in den Produkten stecke. Wenn um die Brote fertig gedruckte Banderolen gewickelt seien, möglichst mit hochtrabenden Genussnamen, seien das ziemlich sicher Massenprodukte, von der Industrie im Komplettset angeboten, von der Mischung bis zur Vermarktung.

Geißlers Anspruch mag der eines typischen Quereinsteigers sein, der sich ins Missionarische verrennt. Aber Leute wie er könnten zu den Rettern des Handwerks werden.

»Ich sehe das Ganze betriebswirtschaftlich«, sagt Frank Daube. Auch er ist Quereinsteiger, war 18 Jahre lang Polizist, sattelte dann auf Bäckermeister um und stieg mit seiner Frau in den Familienbetrieb ein. Daube kann Brotmanufakturen wie jener von Geißler und Weiß durchaus etwas abgewinnen: »Sie heben das Image der Bäcker.« Aber sie würden natürlich nur eine Nische bedienen, »eine, die zum Zeitalter passt«. In seiner Bäckerei sei bei fünf Euro pro Laib preislich die Schallmauer erreicht.

Benjamin Bidder, Markus Brauck, Maria Marquart, Sebastian Späth