

Tekst 8

Siegeszug der Retrobäcker

Immer mehr Kunden schmecken die industriellen Teigwaren der Backshops und Filialisten nicht mehr. Lieber suchen sie Bäckereien, die traditionelles Handwerk pflegen. Höhere Preise für Brötchen nehmen sie gern in Kauf

(1) Kakao, Zeitung und Brötchen. Bei Alois Mensing, 59, wandern zwei Handwerkerfrühstücke über die Ladentheke. Während die Kundschaft wieder in den Kleinlaster steigt, geht der Bäckermeister nach hinten in die Backstube. Fünf mannshohe Öfen stehen hier nebeneinander. In einem der Stikkenöfen schmorten vor vielleicht einer Stunde noch die Handwerker-Semmeln. „Die Jugend der Brötchen ist kurz“, zitiert Alois Mensing, ein Bäcker in fünfter Generation, eine alte Weisheit seines Handwerks. Und legt gleich noch nach: „Teigruhe ist durch nichts zu ersetzen.“

(2) Mit solchen Sprüchen hätte Mensing in seiner Branche noch vor Kurzem nur mitleidiges Lächeln geerntet. Die Zukunft schien eine andere zu sein: Fertigmischungen, Teiglinge¹⁾, Aufbackstationen. Großfilialisten, Selbstbedienungs-Backshops und Discounter mit Öfen im Verkaufsraum eroberten mit Kampfpreisen von zehn Cent pro Brötchen die Innenstädte. Viele traditionelle Bäcker konnten da nicht mehr mithalten. Binnen zehn Jahren sank die Zahl der Handwerksbäcker um ein Drittel auf nur noch rund 16 000 Betriebe. Nun ist 24 eine Trendwende zu beobachten: Die Kunden haben die traditionellen Handwerksbetriebe neu schätzen gelernt.

(3) Offensichtlich schmeckt längst nicht mehr allen, was da in den

meisten der 45 000 Backwarengeschäfte verkauft wird. Es sind in aller Regel vorgefertigte Waren. Teiglinge, die teilweise in Osteuropa zusammengerührt, in Fabriken vorgebacken und hinter der Verkaufstheke nur noch kurz gebräunt werden. „Was da verkauft wird“, sagt Walter Freund vom Institut für Lebensmittelwissenschaft der Uni Hannover, „können Sie allenfalls warm noch gerade so essen.“

(4) Auch im westfälischen Borken erlebte Bäckermeister Mensing die Invasion der Discounter. „Als die mit einem Preis von 13 Cent pro Brötchen hier einstiegen, war die Angst erst mal groß.“ Mensing überlegte, was er tun sollte – und hob die Preise an. 28 Cent kostet das Brötchen bei ihm. Nur so könne er die extrem stark gestiegenen Mehl- und Butterpreise kompensieren. „Etliche Kunden blieben weg, das tat erst mal weh. Doch die Entscheidung war richtig. Der Trend hat sich gedreht.“ Nun radeln viele Kunden durch die halbe Stadt, um seine handgeformten Brötchen zu kaufen: „Die Umsätze steigen.“

(5) Es gibt ein Leben nach *Kamps & Co*²⁾. „Für ein gutes Brot sind Kunden bereit, auch etwas mehr zu zahlen“, sagt Ernährungswissenschaftler Freund. Aber in der Mehrzahl der Backstuben ist die Botschaft noch nicht angekommen.

Viele Bäcker hätten in den vergangenen Jahren selbst zur Krise ihres Handwerks beigetragen, sagt Freund: „Es behauptet zwar jeder, dass er nur die beste Qualität bietet. Doch viele Handwerksbäcker verwenden inzwischen selbst Fertigmischungen, um ein möglichst breites Sortiment kostengünstig anbieten zu können. Die Folge: sinkende Qualität und zunehmende Uniformität.“ Das Omega-3-Brot schmeckt beim Bäcker in Flensburg genauso wie in Oberammergau – und oft auch nicht besser als im Supermarkt.

(6) Denn ein gutes Brot braucht Zeit. „Der Teig muss reifen wie ein Wein“, sagt Bäckermeister Josef Frick, Eigentümer einer alteingesessenen Bäckerei im baden-württembergischen Weingarten. „Ein Brötchenteig muss zwei bis drei Stunden gären, um seinen Geschmack zu entwickeln“, sagt der 71-Jährige, dem seine Handwerkskunst unlängst den kuriosen Titel *Slow Baker des Jahres* eingebracht hat. Vor allem aber bringt es ihm Geld. „Wir haben mittlerweile sechs Verkaufsstellen und über 1000 Kunden pro Tag und Filiale.“

(7) Vor der Billigkonkurrenz ist Frick spätestens seit dem Tag nicht mehr bange, als 50 Meter neben seiner Filiale in Ravensburg die Kette *Back-Werk* in einer früheren Bäckerei einen Selbstbedienungsshop eröffnete. „Ich rechnete damit, dass die mir mindestens 15, 20 Prozent abnehmen würden. Doch das Gegenteil geschah: Wir haben unseren Umsatz dort verdoppelt!“

(8) Die deutsche Brot- und Bröt-

chenbranche entwickelt sich immer mehr zu einem zweigeteilten Markt, beobachtet Peter Becker, Präsident des *Zentralverbands des Bäckehandwerks*. „40 bis 45 Prozent der Kunden kaufen ihr Brot in der Bäckerei. Der Rest greift auf industrielle Produkte zurück.“ Obwohl statistisch noch immer an jedem Tag irgendwo in Deutschland für einen Bäcker der Ofen aus ist, scheint die große Krise überstanden. Der Gesamtumsatz der Handwerksbäcker lag im letzten Jahr bei zwölf Milliarden Euro und damit bereits wieder leicht über dem



135 Niveau des Vorjahres.

(9) Bäckermeister Alois Mensing fürchtet auch die Supermärkte nicht – er ist dort selbst vertreten. Der Bäckermeister beliefert jeden Morgen 14 eigene Verkaufsstellen im Westmünsterland, darunter auch Back-Shops in Filialen einiger Großfilialisten. Dafür investierte er in eine neue Backstube und fand Wege, konkurrenzfähig zu bleiben. Der Erfolg macht sich in der Kasse bemerkbar. Der Bäckermeister setzt mittlerweile mehrere Millionen Euro im Jahr um und beschäftigt 115 Mitarbeiter. Der Laden läuft, und die Zukunft ist auch gesichert: „Ich habe vier Söhne – drei von ihnen sind Bäcker.“

Welt am Sonntag

noot 1 Teigling: een meestal industrieel vervaardigd voorgevormd stuk deeg

noot 2 Kamps & Co: een van de grootste producenten van bakkerijproducten in Europa

Tekst 8 Siegeszug der Retrobäcker

- 1p 23 „Mit solchen ... Lächeln geerntet.“ (Zeile 18-21)
Warum?
A Bäcker verdienten sehr wenig.
B Die Qualität seiner Brote war mangelhaft.
C Die Übernahme der Bäckerei war eine Verpflichtung für ihn.
D Man sah das Bäckerhandwerk nicht mehr als zeitgemäß an.
- 1p 24 Welche Ergänzung passt in die Lücke in Zeile 33?
A aber
B also
C außerdem
- 1p 25 „zusammengerührt“ (Zeile 43)
Was bringt der Verfasser mit diesem Wort zum Ausdruck?
A Bewunderung.
B Geringschätzung.
C Gleichgültigkeit.
- 1p 26 „Nur so ... Butterpreise kompensieren.“ (Zeile 59-61)
Weshalb sind diese Preise so gestiegen?
A Das wird nicht erklärt.
B Die Großfilialisten haben das gemeinsam vereinbart.
C Die Nachfrage nach Mehl und Butter ist gestiegen.
D Es gibt keine billigen Ersatzprodukte.
- 1p 27 “Doch die Entscheidung war richtig.” (regel 63)
Welke beslissing had bakker Mensing genomen?
- 1p 28 “Viele Bäcker ... Handwerks beigetragen” (regel 76-78)
Waarvoor hebben warme bakkers volgens alinea 5 de crisis in hun vakgebied ook aan zichzelf te wijten?
- 1p 29 „Ein Brötchenteig ... zu entwickeln“ (Zeile 97-100)
Wie schließt dieser Satz an den Spruch „Teigruhe ist durch nichts zu ersetzen“ (Zeile 16-17) an?
A Mit einer Erklärung.
B Mit einer Relativierung.
C Mit einer Schlussfolgerung.
D Mit einer Steigerung.
- 1p 30 “Retrobäcker” (Titel)
Welke van de in de tekst genoemde personen behoren tot deze categorie?
Citeer de namen.