

Auch bei 15 000 Brezeln pro Tag wird jede per Hand geschlungen

Die Badische Backstub' setzt auf eine behutsame Erweiterung ihres Filialnetzes / „Mit den Backautomaten der Discounter arrangiert“

Von unserem Redaktionsmitglied
Dirk Neubauer

Ettlingen. Das Wort „Backstub“ steckt im Firmennamen und das Logo zeigt die Brezel. In der Konsequenz legt der Ettlinger Bäckereifilialist Badische Backstub' auch künftig auf eine handwerkliche Herstellung Wert, obwohl dadurch der Personalkostenanteil von 15 Prozent über dem Branchendurchschnitt liegt. Dies machte Geschäftsführerin Denise Weber gestern in Ettlingen vor Medienvertretern deutlich. Auf Brezelherstellung per Roboter verzichtete sie bewusst. Weber: „Die 15 000 Brezeln, die am Tag hergestellt werden, werden alle von Hand geschlungen. Jede sieht anders aus. Jeder Mitarbeiter hat seinen eigenen Schlingstil.“

Bislang ist das Unternehmen mit seinen 28 Filialen zwischen Weingarten und Durmersheim präsent und hat im vergangenen Jahr nur zwei weitere Verkaufsstellen eröffnet. Expandiert werde nicht auf Kosten der Frische. Zwar liebgelbt Weber mit Filialen in Rastatt, Baden-Baden, Bruchsal und Heidelberg – dafür seien aber neue Logistik- und Lagerhaltungskonzepte erforderlich.

Weil das Filialnetz im Kerngeschäftsbereich rund um Karlsruhe schon relativ eng geknüpft ist, will Weber künftig verstärkt Gastronomen, Hoteliers, Kantinen und Seniorenzentren beliefern. Bislang bringen diese nach ihren Worten zehn Prozent des Gesamtumsatzes von zuletzt 17,4 Millionen Euro. Ein Mitarbeiter betreue ausschließlich die gewerblichen Kunden.

Mit der Konkurrenz durch die Discounter, die seit einigen Jahren etwa Brötchen aus Backautomaten anbieten, habe sich ihr Unternehmen arrangiert. „Wir haben eine ganz andere Auswahl“, kontert Weber. Außerdem kämen die wöchentlich 45 Tonnen Mehl für die Produktion in der Ettlinger Backfabrik ausschließlich aus Heilbronn, spricht sie die Regionalität an.

Das Unternehmen setzt auf den Mix aus verschiedenen Verkaufsstellen: von der eigenen Filiale über einen Stand in 1a-Lage der Kaiserstraße bis hin zu der Vorkassenzone der Lebensmittelmärkte. Einige dieser Multis fahren derzeit die Strategie, bei auslaufenden Verträgen nur noch an konzerneigene Bäckereien zu vermieten. Man setze daher bewusst nicht auf einen Lebensmittelkonzern, so Weber gegenüber den ENN.

Eine Herausforderung ist für die Badische Backstub' – wie allgemein in der Branche – die Nachwuchsgewinnung: Die erste Filiale öffnet um 5.30 Uhr; die letzte schließt um 22 Uhr, spricht Weber die Arbeitszeiten an. Da falle es schwer, junge Menschen für den Verkauf zu gewinnen. Beim Bäckernachwuchs sieht es nicht anders aus. Die Zahl der Azubis hat sich so auch reduziert: Im Verkauf waren es 2013 noch 13 (2012: 21), in der



BACKWAREN VOM NACHWUCHS: Um begehrte Azubis zu gewinnen, zahlt die Badische Backstub' besonders guten Lehrlinge eine Prämie zum Azubi-Gehalt. Foto: Fabry

Produktion fünf (acht). Ein Bäcker-Azubi verdiene laut Tarif je nach Lehrjahr zwischen 430 und 670 Euro – „nicht wirklich viel“, räumt Weber ein. „Gut

zwei Drittel“ ihrer Azubis brächten besonders gute Leistungen in Schule und Betrieb und kämen so dank Prämien auf ein Gehalt zwischen 700 und 1 000 Euro.

Firmen-Visitenkarte

- Badische Backstub' F u. E. Weber GmbH (Ettlingen)
- Gründungsjahr: 1977
- Produkte: Backwaren

- Geschäftsführer: Wilfried Weber, Denise Weber
- Umsatz: 2013: 17,4 (2012: 16,9) Millionen Euro
- Jahresüberschuss: k. A.
- Mitarbeiterzahl: 2013: 334 (2012: 315) Mitarbeiter
- www.badische-backstub.de