

Mehr Qualität – mehr Umsatz

Gerd Weber, Inhaber der Bäckerei Abele, hat die Produktion umgestellt / Lange Teigführung und eigene Kreationen

Baden & Württemberg

GAGGENAU (wo). Stolz präsentiert Gerd Weber das Brot mit der Nummer 522. Ein Weizenmischbrot mit Einkornschrot, 1,5 Kilogramm zum sportlichen Preis von 5,90 Euro. Dass das buchstäblich preiswert ist, das belegt die Verkaufszahl seit Anfang dieses Jahres. „Es wird nachgefragt, weil die Qualität stimmt“, ist Weber überzeugt. Und weil es in besonderer Weise angeboten wird – mit Infozettel, auf dem die fortlaufende Produktionsnummer steht und den der Meister persönlich unterschrieben hat.

Das „Hausbrot“ ist nur eines von vielen Beispielen aus dem kleinen, aber feinen Sortiment der Bäckerei Abele, die Gerd Weber 2003 mit seiner Frau Annemarie übernommen hat. Eine gut eingeführte Bäckerei in Gaggenau, die aber den zunehmenden Marktdruck zu spüren bekam. „Wir mussten etwas unternehmen, um uns zu differenzieren“, blickt Bäckermeister Weber zurück. Vor vier Jahren hat er mit Unterstützung von Betriebsberater Helmut Schön begonnen, die Produktion umzustellen. Nach und nach wurden die Vormischungen aus der Backstube verbannt und auf hauseigene Rezepturen gesetzt. „Mit Vorteigen, eigenem Sauerteig, weichen Teigen und langen Teigruhen“, wie Weber betont. Dabei wird mit teilweise sehr niedrigen Hefezugaben von 0,5 bis 0,8 Prozent gearbeitet. Zur Qualitätsstrategie gehört, dass in der Produktion ausschließlich Meer-



■ Annemarie und Gerd Weber (rechts) mit einem Teil des insgesamt 22-köpfigen Backstuben- und Verkaufsteams. Foto: Wolf

salz und Grandewasser zum Einsatz kommen. Laut Weber zur Verbesserung des Aromas und um den gesundheitliche Effekt der Produkte zu betonen.

Nach etwa einem Jahr war Produktion dann umgestellt. „Aber es ist eigentlich ein stetiger Prozess, zumal mein Mann sich mit Blick auf die Qualität nicht so schnell zufrieden gibt“, erklärt Annemarie Weber.

„Die Umstellung war mit viel Aufwand verbunden. Aber es hat sich gelohnt“, so das Fazit von Gerd Weber. Für das Backstubenteam war es eine Herausforderung, mit noch mehr Fachkompetenz und Sorgfalt zu Werke zu gehen. Aber es mache ja auch Spaß, an der Qualitätsschraube zu drehen und an neue

Kreationen zu tüfteln. Und Immerhin habe man jetzt ein unverwechselbares Sortiment in höherer Qualität, freut sich Gerd Weber. Und das macht sich auch umsatzmäßig bemerkbar. Der ist in den vergangenen zwei Jahren um 15 bis 20 Prozent gestiegen. Und das vorwiegend im hart umkämpften Kerngeschäft. Was besonders hoch zu werten ist. Denn Hauptumsatzträger der Bäckerei Abele ist das Brot- und Brötchenangebot mit insgesamt 80 Prozent. 15 Prozent macht Weber mit Kuchen und Feingebäck. Nur 5 Prozent im Segment Snacks und Kaffee.

Insgesamt vier Standorte betreibt Inhaberpaar Weber, darunter auch ein Verkaufspavillon als Testmarkt. Insgesamt

sind in der Backstube zehn Mitarbeiter aktiv, im Verkauf sind es zwölf – inklusive Aushilfen, einem Bäckerlehrling und einer Auszubildenden im Verkauf. Zur Unverwechselbarkeit der Bäckerei Abele tragen auch zwei traditionelle, aber besondere Aspekte bei. Sie ist seit rund 20 Jahren Partner des Regionalkonzepts Kraichgau Korn und hier wird das Indianerbrot angeboten. Ein Weizenmischbrot mit Körner- und spezieller Kräutermischung. Davon gehen täglich 25 Stück über die Theke. Eine Menge, die die neueste Kreation schon getoppt hat: Das Chiabrot wird mehr als 250 Mal in der Woche nachgefragt. Ein weiteres Indiz dafür, dass Webers Qualitäts-Brot-Konzept aufgeht.