

Gutes Brot und gute Arbeit

JOBMOTOR-SIEGERPORTRÄT (5): Die Freiburger Bäckerei Pfeifle will nicht um jeden Preis wachsen

Von Dominik Bloedner

FREIBURG. Wer hat in Südbaden die meisten Stellen geschaffen? Wer bindet seine Mitarbeiter am besten an den Betrieb? Beim Wettbewerb Jobmotor wurden außergewöhnliche Unternehmen ausgezeichnet. Die Bäckerei Pfeifle gewann den ersten Preis in der Kategorie Mitarbeiterbindung für Firmen mit bis zu 200 Beschäftigten.

Zehn Uhr vormittags in Freiburg-Haslach. In der Backstube am Stammsitz von Pfeifle ist es mollig warm. Die Mittagsschicht löst gerade die Nachtschicht ab. Auf dem Blech warten von Hand geformte Laibe des Verkaufsschlagers „Oberlindenbrot“ darauf, in den Ofen geschoben und auf 280 Grad heißen Natur-Tuffstein gebacken zu werden. Die Mitarbeiter mit ihren weißen Kopfbedeckungen packen die Ware in rote Plastikboxen, im Hof wartet schon der Lieferwagen.

Eng ist es hier, doch wachsen will Wolfgang Pfeifle nicht mehr. In Haslach könnte er ohnehin nicht. Und eine Produktion draußen, auf der grünen Wiese? „Nein, wir wollen keine Fabrik“, sagt der 46-jährige groß gewachsene Mann. Denn das würde dem widersprechen, wofür seine Familie seit inzwischen 110 Jahren oder vier Generationen steht. „Es würde uns die Freiheit nehmen, das, was wir machen, gut und richtig zu machen.“

Nichtsdestotrotz, in den vergangenen fünf Jahren ist Pfeifle, 2015 im Kammerbezirk Freiburg als „Handwerksunternehmen des Jahres“ ausgezeichnet, kräftig gewachsen. Nicht bei den Verkaufsstellen; nach wie vor sind zehn Filialen verteilt aufs Stadtgebiet; auch gibt es einen Stand auf dem Münsterplatz. Dieses Netz hatte der Vater von Wolfgang Pfeifle aufgebaut. Außerhalb Freiburgs wollte man nie präsent sein. Verdoppelt haben sich hingegen Umsatz und die Zahl der

Mitarbeiter. Rund einhundert Menschen arbeiten heute für die Bäckerei, etwa die Hälfte davon im Verkauf und sehr viele auf 450-Euro-Basis. In der Produktion sind es gut zwei Dutzend Mitarbeiter. Hinzu kommen Verwaltung, Vertrieb und die vierköpfige Geschäftsführung, der neben Wolfgang Pfeifle noch Karsten Elchlepp, der Verkaufsleiter Heinz Rösch und der Produktionsleiter Michael Schulze angehören.

Doch woher das Wachstum? Pfeifle hat die alte Regel der Öffentlichkeitsarbeit

beherzigt: Tue Gutes und rede darüber. Eine externe Fachfrau wurde beauftragt, für einen Mittelständler sei „unglaublich viel Geld in die Hand genommen“ worden, um sich das zuzulegen, was für größere Betriebe selbstverständlich ist: eine Corporate Identity. Alles ist einheitlich gestaltet, selbst der Besprechungsraum für die Mitarbeiter, den nie ein Kunde zu Gesicht bekommt, ist in diesem warmen Rot gehalten. Die Homepage wurde neu gemacht. Nach außen hin wurde in einer Marketingoffensive auf vielen Kanälen wie Facebook kommuniziert, worauf man Wert legt: Tradition, Handwerk, Qualität, ein ausgesuchtes, überschaubares Sortiment und Rohstoffe, von denen man wisse, woher sie kommen. Das Getreide etwa sei pestizidfrei und stamme aus dem Kraichgau. „Diese Versprechen muss man natürlich auch halten“, so Pfeifle. Sicher war nicht abträglich, dass immer mehr Kunden Wertigkeit bei Lebensmitteln goutieren – und bereit sind, für den Laib Brot oder die Brezel tiefer in den

Geldbeutel zu greifen, als für aufgebackene Gefrierteigrohlinge vom Discounter.

Auch die Mitarbeiter hätten zum Erfolg beigetragen. Mitarbeiterführung sei ein Riesenthema, sagt Pfeifle. Und dass er im Normalfall mehr zahle, als er müsste – auch den beiden Lehrlingen. Die Einführung des gesetzlichen Mindestlohns von 8,50 Euro die Stunde habe ihn daher nicht betroffen. Einen Betriebsrat gibt es nicht, das sei nie ein Thema gewesen.

Pfeifle sagt, dass er seinen Verkäuferinnen und Verkäufern in der Regel eine halbstündige Karenzzeit vor Ladenöffnung und nach Ladenschluss bezahlt. Dass er also die Arbeitszeit vergütet, die anfällt, wenn die Regale bei noch geschlossener Ladentür mit frischer Ware bestückt werden oder die Filiale nach Feierabend gereinigt wird. Laut der Gewerkschaft NGG ist das in der Branche nicht üblich. Und da ist noch das Thema Trinkgeld, eine Großbäckerei in der Region geriet unlängst in die Schlagzeilen, weil sie es einbehalten hatte. Bei Pfeifle darf das Thekenpersonal das Trinkgeld behalten; pro Monat können bis zu 50 Euro zusammenkommen. Der Chef hat vor fünf Jahren einen „legitimen Rahmen“ geschaffen. Trinkgeld werde mit der Kasse getippt, gehe mit dem Umsatz zur Bank und lande schließlich per Überweisung am Monatsende auf dem Konto des entsprechenden Mitarbeiters. Wolfgang Pfeifle erzählt, dass sich viele Menschen aus anderen Bäckereien bei ihm bewerben würden. Weil sie an „diesem kleinen Glück“ teilhaben möchten.



Geschäftsführer Wolfgang Pfeifle



Produktion in Freiburg-Haslach

FOTOS: THOMAS KUNZ

▶ Weitere Berichte zum Wettbewerb Jobmotor unter

<http://mehr.bz/jobmotor>

Eine Bildergalerie zur Preisverleihung gibt es unter <http://mehr.bz/preise2016>

Eine Bildergalerie zur Jobmotor-Party finden Sie unter <http://mehr.bz/preise-16>