

Richemont-Tagung 2016

Eigenbrötler, Holzofenbäcker und Teilzeit-Vegetarier

Die von rund 250 Personen besuchte Tagung zum attraktiven Thema «Positionierung durch Differenzierung» bot viele gute Anregungen.



Willkommensbuffet der Bäckerei Wick.



Referent Konrad Pfister.



Philipp Fankhauser und Band sorgten für Stimmung.



Der erstaunlich pragmatische Vegi-Gastronom Rolf Hiltl im Gespräch mit Moderator Sven Epiney.

Fotos: Christof Erne

Das Ambiente im Hotel Seedamm Plaza in Pfäffikon (SZ), die Moderation durch Sven Epiney, die Persönlichkeit der Gesprächspartner und Referenten, die musikalische Unterhaltung durch Blueser Philipp Fankhauser mit Band und mehrere kulinarische Höhepunkte sorgten gemeinsam für einen tollen Anlass und gute Stimmung. Wertvolle Inputs boten bereits die Einleitungen von Richemont-Direktor Reto Fries und SBC- und Richemont-Präsident Kaspar Sutter. Fries wies auf die im Bau befindlichen Industriebäckereien der Grossverteiler mit 36-Stunden-Triebführung und die steigende Vielfalt der Essenstypen hin. Er rief dazu auf, als Fachgeschäft ein Spezialist für die Kundenbedürfnisse zu sein und dies auch zu kommunizieren. Sutter schilderte den Kampf um Preise, Marktanteile und behördliche Auflagen und motivierte zum Nutzen der Chancen. «Innovation ist nicht abhängig von der Grösse eines Betriebs und nicht auf Produkte beschränkt», betonte er.

Sechs innovative Unternehmer

In recht persönlichen Talks schilderten sechs Erfolgsunternehmer die Differenzierung ihrer Firma:

■ Jens Jung (John Baker, Zürich) wagte es für 16 000 CHF/Monat ein Lokal bei Bahnhof Zürich Stadelhofen mit 30 000 Passanten/Tag zu mieten. Er produziert die Bio-Backwaren vor den Kunden und ist in sozialen Medien stark präsent.

■ Daniel Amrein (Eigenbrötler, Wauwil) verkaufte nach der Übernahme des elterlichen Betriebs das Café und konzentriert sich mit Leidenschaft auf Bio-Brote, -Klein- und Süssgebäcke, die er auf dem Markt in Luzern und online verkauft. Damit lebt er seinen Traum.

■ Roni Merz (Merz, Chur) liess an einer vielbefahrenen Ausfallstrasse eine neue, offen einsehbare Produktion samt Laden und Drive-in bauen. Trendige Architektur und das Reduzieren von Food-Waste sind besondere Schwerpunkte.

■ Markus Schneider (Panello, Egglisau) produziert in einer offenen Backstube in einem früheren Volg-Laden nahe der deutschen Grenze Öko-Backwaren. Selbst viele Deutsche kaufen bei ihm ein. Geöffnet ist ab 5.30 Uhr. «Ein Produkt muss super gut sein, dann kommen die Leute von selbst», ist er überzeugt.

■ Reto Schmid (La Conditoria, Sedrun) suchte in seinem kleinen Dorf mit wenig Umsatzpotenzial eine Zukunft. Er entwickelte die

wohl kleinste Bündner Nusstorte und investierte in deren Produktion dank Verkauf einer Landreserve. 2015 setzte er 3 Mio. Törtchen ab – dreimal mehr als budgetiert. «Geht mit Leidenschaft Euren eigenen Weg», rät er Berufskollegen.

■ Michael Brüderli (Suteria, Solothurn) eröffnete auf Anfrage bei einem Ableger der Fachhochschule Nordwestschweiz in China eine Chocolaterie. Es brauchte Hartnäckigkeit, wenn das Personal oder die Bewilligung fehlte, aber teils auch den Mut, etwas abzubrechen.

Sich von andern differenzieren

Über neue Konzepte für die Bäckerbranche und Differenzierung referierte Konrad Pfister, Geschäftsführer der Fleischli AG, Niederglatt. Die Firma eruierte mit einer breiten Kundenumfrage (Versand an 23 000 Haushalte, 5,6 % Rücklauf) die Bedürfnisse von Kunden und Nichtkunden. 46 % der Antworten leben in 1- und 2-Personen-Haushalten. Der Hauptgrund, nicht bei Fleischli einzukaufen, ist der Standort. Neben diesem animieren v. a. Qualität, Angebot und Bedienung zum Einkauf beim Beck. Darum überprüft die Firma jetzt teils Sortiment, Portionengrößen und Standorte. Mit Erfolg hat sich

die Fleischli AG differenziert: mit einem als Wohlfühloase gestalteten BackShop bei einer Avia-Tankstelle, Anreichern der meisten Backwaren mit Vitamin B9 (Folsäure) und Massnahmen gegen Food-Waste und zur neutralen CO₂-Bilanz. Eine Studentin machte zum letzten Punkt eine Bachelorarbeit. Diese zeigte, dass Mehl, Strom und tierische Produkte die grösste CO₂-Belastung bringen, bei den Produkten Sandwichs und Patisserie. Die tiefste Belastung hat mit nur 1 % Retouren das Holzofenbrot. «Ich wünsche mir für unsere Branche Mut für Neues und unkonventionelle Ideen», schloss Pfister.

Vegi-Restaurant & Szene-Club

In einem spannenden Talk schilderte Rolf Hiltl (4. Generation des Zürcher Vegi-Restaurants) die Entwicklung vom verzichtorientierten «Vegetarierheim und Abstinenz-Café» zum am gesunden Genuss ausgerichteten Trendlokal, in dem tagsüber stets neue Vegi-Kreationen zelebriert werden und abends im Club Party angesagt ist. «Warum nicht um 22 Uhr in einer Bäckerei eine Party machen?», regt er an. Er ist Teilzeit-Vegetarier und sieht den Vegetarismus pragmatisch und recht locker. Christof Erne