

Geht nicht, gibt's nicht

Die Bäko-Genossenschaften sind wichtige Dienstleister für das Bäcker- und Konditorenhandwerk. Sie bündeln nicht nur den Einkauf, sondern stehen ihren Mitgliedern auch in vielen anderen unternehmerischen Belangen zur Seite.

Beinahe täglich fährt ein Lastwagen der Bäcker- und Konditoren-Einkaufsgenossenschaft (Bäko) München Altbayern und Schwaben eG bei Anton Lidl aus Berg am Starnberger See vor. Der Obermeister der Bäckerinnung Starnberg bekommt dann fast alles frei Haus geliefert, was er zur Herstellung seiner Back- und Konditorwaren braucht: Milch, Sahne, Quark, Joghurt und frische Früchte für die Kuchen und Torten, Mohn, Sesam und Sonnenblumenkerne für die Vollkornsemmeln, Marmelade für die Krapfen sowie Salate, Wurst und Käse für das Mittagsangebot. „Wir legen Wert auf hochwertige Rohstoffe und überzeugen mit gutem Geschmack“, sagt der Obermeister. Bei ihm komme nichts aus der Tüte. Die Bäckerei und Konditorei Lidl ist ein gewachsener mittelständischer Betrieb mit 14 Verkaufsstellen und rund 95 Mitarbeitern.

Schlagfertige Organisation

Um sein Qualitätsversprechen halten zu können, setzt Lidl auf die Bäko München. „Ich bin mit ihrer Leistung und den Preisen sehr zufrieden.“ Die Genossenschaft sei in vielen Fällen stärker und frischer als die Konkurrenz. Der Bäckermeister ist aber nicht nur wegen der Qualität und dem Service Mitglied, sondern aus Überzeugung. „Die Genossenschaft ist ein Teil von dir, deshalb musst du zur Genossenschaft stehen.“ Ohne die Bäckos wären die Innungen kaum noch in der Lage, auf neue Herausforderungen zu reagieren. „Kein anderes Handwerk hat so eine schlagfertige Organisation wie die Bäko. Sie ist lebenswichtig für unsere Betriebe“, betont Lidl.

Welche Herausforderungen die Bäckereien und Konditoreien in Bayern zu meistern haben, das weiß auch Helmut Wiedemann. Der Wettbewerb mit dem Lebensmitteleinzelhandel und den Discountern, die Konzentration auf immer weniger Betriebe mit immer mehr Verkaufsstellen und die Suche der einzelnen Betriebe nach Alleinstellungsmerkmalen, um Kunden zu halten oder neue anzulocken, dominieren das Geschäft. „Jede Woche macht im Schnitt eine Bäckerei in Bayern für immer zu“, sagt der



Genossenschaftliches Qualitätsmanagement nicht nur für Sonnenblumenkerne: Die Bäckos sorgen dafür, dass die Waren geprüft und nach gültigem Lebensmittelrecht untersucht werden.

geschäftsführende Vorstand der Bäko München Altbayern und Schwaben eG.

Die Bäko München erwirtschaftete 2014 einen Jahresumsatz von 182 Millionen Euro. Damit ist sie die größte Bäko in Bayern. Mit insgesamt 1.269 Mitgliedsbetrieben ist sie in dieser Hinsicht sogar mit Abstand die Nummer eins in Deutschland. Gegründet wurde sie 1923 als Einkaufs- und Liefergenossenschaft der Bäcker-Innung München (Elbim). Nach mehreren Fusionen heißt die Genossenschaft heute offiziell Bäko München Altbayern und Schwaben eG. 249 Mitarbeiter sorgen an den Standorten Taufkirchen bei München, Straubing, Augsburg und Kempten dafür, dass die Betriebe immer sofort mit allem versorgt werden, was sie benötigen.

Weil die Bäcker und Konditoren den Preiskampf gegen die Discounter nicht gewinnen können, müssen sie nicht nur eine höhere Qualität bieten und auf regionale Produkte setzen, sondern auch neue Geschäftsmodelle suchen. „Wir begleiten diesen Wandel“, sagt Wiedemann. Die Bäcker setzen immer stärker auf „Snacking“ oder Außer-Haus-Verzehr. Gemeint sind kleine Mahlzeiten für zwischendurch. Immer mehr Menschen essen nicht mehr regelmäßig zu Hause,

sondern unterwegs auf dem Weg zur Arbeit oder bei der Freizeitgestaltung. Rund 50 Prozent aller Bundesbürger, die außer Haus frühstücken, täten das in einer Bäckerei, berichtet Wiedemann. Auch ein Drittel des außer Haus getrunkenen Kaffees werde in Bäckereien verkauft. Aus diesem Grund führen die Bäckos schon lange nicht mehr nur die Rohstoffe für Backwaren, Kuchen und Torten sowie Verpackungsmaterial im Sortiment, sondern eben auch Kaffee, Süßwaren, Tiefkühlware, Salate, Obst oder Wurst und Käse für belegte Semmeln.

Weit mehr als Backwaren

Auch bei der Bäko Franken Oberbayern-Nord eG ist Snacking längst ein großes Thema. „Wir liefern heute Waren, da haben wir vor zehn Jahren noch gar nicht daran gedacht“, sagt der geschäftsführende Vorstand Thomas Kuhlmann. Vor 20 Jahren hätten die Bäckereien noch zu 100 Prozent reine Backwaren angeboten, inzwischen sei der Anteil auf rund 60 Prozent gesunken. „Die Bäckereibetriebe sind heute schon halbe Gastronomiebetriebe.“ Die Bäckos passen sich diesem Trend an. „Wir würden die ausgefallensten Produkte liefern, wenn die Menge passt.“

Die Bäko Franken Oberbayern-Nord gehört ebenfalls zu den Großen der Branche. 2013 lag sie mit 111 Millionen Euro Umsatz und rund 700 Mitgliedsbetrieben nach Umsatz auf Platz acht der deutschen Bäckos. 1901 gründeten 44 Nürnberger Bäckermeister in der „Bäckerherberge“ die „Rohstoff-Einkaufsgenossenschaft von Mitgliedern der Bäckerinnung Nürnberg und Umgebung eGmbH“. Sie war die vierte im damaligen Reichsgebiet eingetragene Bäcker-genossenschaft. In den folgenden Jahrzehnten wuchs die Genossenschaft beständig und fusionierte mit anderen Bäckos. Heute arbeiten 150 Mitarbeiter in der Betriebszentrale in Langenzenn bei Nürnberg und den Betriebsstätten Leupoldsgrün und Ingolstadt.

Rund 14.000 Produkte führt die Bäko Franken im Sortiment, davon sind 8.500 ständig auf Lager. Für jeden Bäcker gebe es die gewünschte Qualität. „Eigentlich ist das Hauptanbauggebiet für Sultaninen die Türkei, aber australische Sultaninen sind ein Premiumprodukt, weil das Klima dort sehr gut passt. Deshalb holen wir auch Sultaninen aus Australien“, gibt Neal Bauer ein Beispiel. Er ist Geschäftsführer und Vorstandsvorsitzender der Bäko Franken. Auch Haselnüsse aus der Türkei, Kürbiskerne aus China oder Kokosflocken von den Philippinen gehören zum Angebot.

Ähnlich wie die Münchner bieten auch die Franken einen Maschinenservice, Gebraucht- und Leihmaschinen oder einen Verleih von Verkaufsanhängern an. Zusätzlich gibt es eine Musterbackstube für die Weiterbildung der Mitglieder.

Auch Messen und Seminare gehören zum Standardrepertoire. Ein besonderes Augenmerk der Bäckos liegt auf der Qualitätskontrolle der Ware. Externe Labors sorgen für Sicherheit. Kontrollen durch die Bäko im Wareneingang, aber auch im Ursprung ergänzen das Leistungspaket. „Unser Kunde konzentriert sich auf die Produktion. Wir sorgen dafür, dass die Ware geprüft und nach gültigem Lebensmittelrecht untersucht wird“, sagt Thomas Kuhlmann.

Ein weiteres wichtiges Thema sind Schulungen für die Mitgliedsbetriebe, oft in den Räumen der Bäko. Da geht es dann zum Beispiel um die Umsetzung bestimmter Hygienerichtlinien oder die Auszeichnung von Stoffen in Backwaren, die Allergien auslösen können. Über diese sogenannten Allergene muss seit Mitte Dezember vergangenen Jahres auch bei losen Backwaren informiert werden.

Rund um die Uhr erreichbar

Die Bäko Bad Reichenhall eG bietet ebenfalls solche Schulungen an. Sie gehört zu den kleinsten Bäckos in Deutschland. Mit 9,5 Millionen Euro Umsatz (2014), 100 Mitgliedsbetrieben und 18 Mitarbeitern belegt sie nach Umsatz Platz 30 von insgesamt 32 deutschen Bäckos. Gegründet wurde sie im Februar 1918 von 22 Bäckern in Berchtesgaden als Selbsthilfeeinrichtung in Zeiten der Rohstoffknappheit. Sogar Kohle und Holz wurden damals geliefert. Bis heute ist die Bäko Bad Reichenhall nur in den beiden Landkreisen Berchtesgadener Land und Traunstein tätig. Trotzdem er-

halten die Mitgliedsbetriebe die gleichen Leistungen wie bei den großen Bäckos. „Wir sind genauso strukturiert, nur eben kleiner“, sagt Geschäftsführerin Irmen-gard Rossingoll.

Eine Fusion mit anderen Bäckos, um stärker zu werden, lehnen die Bad Reichenhaller ab. „Wir wollen klein bleiben, solange es geht“, sagt Rossingoll. „Das ist auch der geografischen Lage in unseren Landkreisen geschuldet. Die Bäcker honorieren, dass wir in der Nähe sind.“ Die ohnehin große Nähe der Bäckos zu den Bäckerinnungen ist in Bad Reichenhall sogar institutionalisiert: Rossingoll ist nicht nur Bäko-Chefin, sondern gleichzeitig die Geschäftsführerin der Bäckerinnung Berchtesgadener Land.

Allen Bäckos gemeinsam ist, dass sie die Idee der Genossenschaft leben. Solidarität mit den Mitgliedern steht an erster Stelle. „Ohne die Bäckos würde es die kleinen Betriebe schon gar nicht mehr geben“, sagt der Starnberger Obermeister Anton Lidl. „Geht nicht, gibt’s nicht. Wir sind sieben Tage die Woche für unsere Kunden erreichbar“, betonen auch Thomas Kuhlmann und Neal Bauer. Und Helmut Wiedemann sagt: „Die Bäckos sind tadellos modern aufgestellte Dienstleistungsunternehmen und ein Garant für den Erfolg unseres Handwerks. Alle Bäcker und Konditoren sind gut beraten, sich der genossenschaftlichen Idee zuzuwenden und auch mitzumachen.“ Das allerdings ist ein Appell, mit dem die Bäckos offene Türen einrennen. Denn die Zahl der Bäcker und Konditoren in Bayern, die Mitglied in ihrer Bäko sind, liegt bei nahezu 100 Prozent. *fc*



Milch, Quark, Joghurt und frische Früchte für Kuchen und Torten: Die Bäckos liefern ihren Mitgliedern alles, was diese für den täglichen Betrieb brauchen.