# Einst Spinner, heute Marktführer

Die Münchner Hofpfisterei ist auf dem besten Weg, zur ersten nationalen Biobäckerkette zu werden **VON KATHRIN BURGER**

Sauerteigpulver, Invertzucker, Quellmehl, Amylasen, Lezithin – all das und rund 400 weitere Zusatzstoffe kann ein Bäcker in seinen Teig mixen, ohne dass der Verbraucher etwas davon erfährt. Brot hat heute mit dem einst so natürlichen Lebensmittel nur noch wenig gemein. Das missfällt inzwischen vielen Verbrauchern – und fördert den Absatz von Biobrot. Es kommt ohne Zusatzstoffe aus. Davon profitieren Deutschlands Ökobäckereien, wie zum Beispiel die Münchner Hofpfisterei. Lange Jahre hat sie nur Süddeutschland mit ihren Broten versorgt. Vergangenes Jahr expandierte das Münchner Unternehmen in den Norden nach Berlin.

Über 900 Mitarbeiter sind in Backstube, Lagerhallen, den 150 Filialen oder als Lkw-Fahrer bei der Hofpfisterei tätig. Täglich wandern 30 000 Brote durch die Öfen in der Münchner Kreittmayrstraße. Sie brachten 2008 einen Umsatz von fast 60 Millionen Euro. Das Plus entsprach dem der vergangenen Jahre. Und das, obwohl die Bundesbürger seit Jahren immer die gleiche Menge, nämlich rund 85 Kilogramm Brot und Backwaren pro Jahr und Kopf verzehren. »Wir haben also Marktanteile hinzugewonnen«, sagt Friedbert Förster, Marketingchef des Unternehmens.

## *Der Versuch, Brot in Nürnberg zu produzieren, scheiterte*

Den Zuwachs verdankt die Firma auch ihrer ständigen Suche nach neuen Absatzkanälen. Es gibt heute Kooperationsverträge mit den großen Handelsketten wie Rewe, Edeka und Tengelmann. Auch viele Feinkostläden in Süddeutschland bieten Pfister-Brote an. Gewinnwachstum und Expansion in Zeiten der Finanzkrise? »Brot ist krisensicher«, meint Caroline Ebertshäuser, PR-Frau bei der Hofpfisterei.

Die Familie Stocker, Inhaber der Bäckerei, hat bereits in den 1980er Jahren auf ökologischen Landbau umgestellt. »Es entstand das Bewusstsein, dass so viel Chemie im Brot nicht das Richtige sein kann«, erklärt Ebertshäuser. Auch die Katastrophe in Tschernobyl stärkte den Wunsch nach Natürlichkeit und bäuerlicher Tradition. »Damals ist Siegfried Stocker von Dorf zu Dorf gefahren, um die Landwirte zum Umdenken zu überreden«, erzählt Ebertshäuser. Denn es gab zu dieser Zeit nicht genug Biobauern in Bayern. Für viele war Stocker ein Spinner. Erst von 1984 an bezieht die Hofpfisterei das Biogetreide zu 80 bis 90 Prozent aus der Region.

**MIT DEM HOLZSCHIEBER** werden die Brote im Steinofen gedreht

Foto (Ausschnitt): Lux/Wache/Agentur Focus

Produziert wird nach den strengen Vorgaben des Naturland-Verbandes. Hierbei müssen 100 Prozent des Getreides aus ökologischem Anbau stammen, Backhilfsmittel sind im Brot gänzlich verboten. Es gibt einen bereits 25 Jahre alten Ursauerteig. Der wird täglich mit Mehl und Wasser angesetzt, um ihm dann 24 Stunden Zeit zum Gären zu lassen. Danach kommen Salz und Gewürze hinzu. Was beispielsweise im Dinkel-Grünkern-Brot steckt, kann der Kunde im Laden auf dem Etikett ablesen.

Aber ist das noch »bio«, wenn Brote nach Berlin kutschiert werden, mäkelte unlängst die *taz*. Ebertshäuser findet schon. »Die Unterhaltung eines Backbetriebes in Berlin würde die $CO_2$-Bilanz in höherem Maße belasten, als zweimal in der Woche nach Berlin zu fahren.« Zudem gab es keine Alternative. Denn: Hofpfister-Brot schmeckt so, weil die Münchner Luft die Zusammensetzung des Sauerteiges beeinflusst. Ein Versuch, Brote in Nürnberg zu produzieren, scheiterte bereits. »Das schmeckt einfach anders«, so Förster. Deshalb wird das Brot nun zu 65 Prozent in München gebacken, und in Berlin kann es, je nach Nachfrage, fertig gebacken werden. Der Verkauf sei gut angelaufen. Ende Februar wurde bereits die dritte Berliner Filiale in Berlin-Steglitz eröffnet.

In Deutschland setzen bislang 7,4 Prozent aller Bäckereibetriebe auf Bio. Der Umsatz mit Ökobrot erreichte 2008 rund 243 Millionen Euro. Zwei Jahre zuvor waren es lediglich 183 Millionen Euro. Bioland hat mit 325 Bäckern mit Abstand die meisten unter Vertrag. Die Großen nach dem Marktführer Hofpfisterei heißen Herzberger (ein Tochterunternehmen des Einzelhändlers tegut), Backbord, Schedel oder Kaiser. Zum Vergleich: Die Hofpfisterei produziert täglich 40 Tonnen Brot, die Nummer zwei, Herzberger, bringt es auf 25 Tonnen.

Insgesamt gab es 2007 mehr als 15 000 Backbetriebe in Deutschland, berichtet der Zentralverband des Bäckerhandwerkes. Biobäckereien beschäftigen allerdings mehr Menschen als ihre konventionellen Konkurrenten. In der Hofpfisterei müssen die Brote im Steinofen immer wieder mit einem großen Holzschieber umgeschichtet werden, in anderen Biobäckereien werden die Laibe oft noch von Hand geformt. Biobäckern verdanken die Verbraucher auch, dass es heute noch Sauerteigbrot gibt. In den 1960er Jahren hatten Bäckerlehrlinge dieses Wissen gar nicht mehr auf ihrem Stundenplan.

Allerdings spalten sich selbst innerhalb der Biobranche die Geister, wenn es um Fragen der Qualität geht. »Es gibt große Unterschiede zwischen dem EU-Biosiegel und den Verbandssiegeln«, sagt Anke Kähler, Fach- und Strategieberaterin für Biogetreide/Backwaren. »Bäckereien, mit dem EU-Biosiegel verwenden zwar ökologisch angebautes Getreide, aber man weiß oft nicht, wo das herstammt.« Zudem können auch die in der Biobranche verpönten Backhilfsmittel zum Einsatz kommen.

## *Die Ökobrote sind bis zu 25 Prozent teurer als herkömmliche Laibe*

Obwohl die Nachfrage nach Biobroten in den vergangenen Jahren gestiegen ist, stagnierte die Zahl der Ökobäckerbetriebe. Das liegt vor allem am Nachschub von biologischem Getreide. »Nur wenige Bauern haben umgestellt«, so Kähler. Der Grund: Der Getreidemarkt war bis 2007 von niedrigen Auszahlungspreisen für die Bauern geprägt. Zudem müssen die Landwirte nach der Umstellung auf Öko Ertragseinbußen von zunächst etwa 40 Prozent verkraften. Erfüllen sie aber schließlich alle Kriterien, steigt der Preis für ihre Ökoware: Im Vergleich zum herkömmlichen Weizen bringt ein Sack Bioweizen rund das Doppelte ein. Allerdings hängt der Preis für Bioware vom Weltmarktpreis für Getreide ab. Je nachdem, ob der sinkt oder steigt, zieht das Biogetreide mit.

Hofpfister-Brote sind bis zu 25 Prozent teurer als herkömmliche Laibe. Doch die Kundschaft ist treu. Wie treu, das haben die Münchner Bäcker vergangenes Jahr wieder erfahren. Die Verbraucherorganisation Foodwatch schoss gegen das Unternehmen, weil sie drei Zusatzstoffe in Brezeln und Krapfen gefunden hatte. Das stoße sich mit dem Werbeslogan »Bewusster Verzicht auf Zusätze«. Ein großer Artikel in der *Süddeutschen Zeitung* hatte darüber berichtet. Da half der Hofpfisterei auch nicht, dass es dabei um Zusatzstoffe ging, die in der Biobranche durchaus zugelassen sind. Das Unternehmen musste die Formulierung aus ihren Werbebroschüren streichen. »Das war verrückt, weil wir seit Jahren akribisch über die Zutaten Auskunft geben«, so Ebertshäuser. Aber man habe selbst das ohne Umsatzeinbußen überstanden.