1331

HOFPFISTEREI. Ein appetitlicher Duft nach frisch gebackenem Brot zieht über den Hof. „Ich rieche das schon gar nicht mehr", sagt Margaretha Stocker, „außer, es ist was angebrannt."

Aber das kommt selten vor in der Backstube der Hofpfisterei mitten in der Münchner Innenstadt. Friedlich gärt der Sauerteig 24 Stunden lang in seinem tonnengroßen Bottich, wird anschließend von armdicken Haken geknetet und wandert durch den Teigschacht auf ein Laufband. Mit meterlangen hölzernen Brotschießern bestücken Gesellen die vier Meter tiefen Steinbacköfen mit den Laiben, die dort fast zwei Stunden lang bei milden 200 Grad brutzeln. „Diese aufwendige Natursauerteig-Führung in drei Stufen, das macht außer uns fast niemand", sagt Siegfried Stocker stolz. „Aber die sorgt für den Geschmack." Der 60-Jährige leitet mit seiner Frau den größten Öko-Backbetrieb Deutschlands.

Rund 140 Filialen hat die Hofpfisterei, fast alle in Bayern. Mit mehr als 900 Mitarbeitern erzielt sie knapp 60 Millionen Euro Jahresumsatz. Dass das Geschäft gut läuft, obwohl mittelgroße Bäckereien oft kämpfen müssen, verdanken die Stockers der schon vor 20 Jahren begonnenen Ausrichtung auf die Öko-Nische.

Aufgewachsen in der alten Hofpfisterei inmitten eines Wohnviertels erlebt Siegfried Stocker den Lärm der nächtlichen Backarbeit und der anrollenden Laster mit. „Davon ist mir der Eindruck geblieben, dass man mit seiner Umwelt verträglich auskommen soll." In seiner Überzeugung bestärken ihn, der damals in der Branche als Spinner abgetan wird, der Reaktorunfall von Tschernobyl 1986 sowie Berichte über die Grundwasserverseuchung durch Dünger und Spritzmittel.

Inzwischen verkauft Stocker nur noch Öko-Brote, rund 30 Sorten, 20 000 Stück pro Tag. Das Getreide stammt aus ökologischer Landwirtschaft, verarbeitet in der firmeneigenen Mühle, gebacken ohne Zusatzstoffe. Der Betrieb unterwirft sich der ökologischen Selbstkontrolle: vom Lärmschutz bis zur Umweltbilanz.

„Die Philosophie des reinen Brotes stammt schon von meinem Vater her", erzählt Stocker, „Mehl, Wasser, Salz gehört ins Brot und sonst nix." Ludwig Stocker bringt mit seinem „guten, echten Bauernbrot" die Bäckerei wieder in Schwung,

Pfister-Brote aus dem Plattenbackofen, die Hofpfisterei Mitte des 19. Jahrhunderts Früh auf Ökologie gesetzt

nachdem 1945 Haus und Mühle bei einem Bombenangriff zerstört werden.

In ihrer mehr als 600-jährigen Geschichte hat die Hofpfisterei (aus dem Lateinischen von pistor, der Bäcker) immer wechselnde Pächter. Der Hofpfister versorgt den bayrischen Hof zu den in der Stadt üblichen Preisen mit Brot und Mehl, wirtschaftet jedoch auf eigene Rechnung: Er pachtet die Mühle, bezahlt Knechte und Getreide.

1917 pachtet Ludwig Stocker die Hofpfisterei von der Krongutsverwaltung und konzentriert sich nach dem Krieg zunächst auf den Getreidehandel. Auf dem Dach der Pfistermühle installiert er eines der ersten Funkgeräte, die es in München gibt. So ist er vor der Konkurrenz über die aktuellen Getreidepreise informiert.

1958 dann verkauft die Gutsverwaltung Grundstück und Gebäude an ein Unternehmen, das dort ein Hotel erweitern will. Stocker erwirbt ein neues Domizil in der Kreittmayerstraße, wo bis heute die Pfisterbrote gebacken werden.

Auf das ganze Land will sein Sohn Siegfried die erfolgreiche Hochpreis-Qualitätsstrategie – ein Zwei-Kilo-Pfisterlaib kostet bis zu 8,60 Euro – aber nicht ausdehnen. Das Brot schmecke wegen des empfindlichen Sauerteigs unterschiedlich, wenn es aus mehreren Betriebsstätten komme. Zudem verschicke man mit zunehmendem Erfolg Brote per Internetbestellung. „Und ich sehe keinen Sinn darin, um jeden Preis größer zu werden", sagt Stocker. „Für die Langlebigkeit eines Betriebs ist zu schnelles Wachstum mit zunehmendem Risiko nicht förderlich. Das Überleben als Unternehmensziel darf nicht aus dem Blick geraten." Er wolle die Hofpfisterei „auf allen Ebenen nachhaltig" führen. Das bezieht sich auch auf die nächste Generation: Tochter Nicole, Juristin, und Sohn Alexander, Betriebswirt, arbeiten bereits mit und haben je 24,5 Prozent der Geschäftsanteile übernommen.

Bei aller Öko-Wirtschaft sind die Stockers keine naiven Idealisten. „Nach einer Umfrage, die wir in den Filialen gemacht haben, kaufen etwa 80 Prozent der Kunden das Brot nicht weil Öko draufsteht, sondern weil's ihnen halt schmeckt", sagt Stocker und seine Frau fügt schmunzelnd hinzu: „Manche haben sogar gesagt, sie kaufen das Brot trotz Öko." ■

FOTOS: LAIF, FRISCHMUTH/ARGUS, ALTMANN BERLIN; ILLUSTRATION: BRIGITTE SCHÄFTE