

10. Backforum

# Der Mensch (beinahe) im Mittelpunkt

Nachdem es an neun Backforen innert fünf Jahren vor allem um Technologie, Betriebsstrategien und dergleichen ging, stand das 10. Backforum von Anfang letzter Woche unter dem Motto «Der Mensch im Mittelpunkt». Die «alten» Themen drängten aber doch teils nach vorne.

Seit fünf Jahren gibt's die Vereinigung der Backbranche Schweiz (www.vdb-ch.ch) und damit das halbjährliche Backforum als Branchentreffpunkt. Am 10. Backforum zum Thema «Der Mensch im Mittelpunkt» in Pfäffikon (SZ) waren leicht mehr Vertreter aus gewerblichen Bäckereien vertreten als aus Industriebäckereien, daneben Rohstoff- und Technologiezulieferer und in der Aus- und Weiterbildung tätige Personen.

Rund ein Drittel kam bereits am Vorabend zum Feierabend-Talk mit Michael und Fritz Wehrli, die 2011 die Leitung der Zürcher Wehrli-Gruppe übernahmen. Letztere führt neben einer Bäckerei auch eine Mühle und ein Museum. Die Ausführungen drehten sich wie meist v. a. um Fragen des Markts, des Standorts und der Qualität und zu einem kleinen Teil ums Tagungsthema – den in diesem Umfeld tätigen Menschen.



Podiumsteilnehmer: oben Peter Schüpbach und Hanspeter Köppel, unten Kaspar Sutter, Konrad Pfister und Stefan Wicky.

## Personalvermittler Bäckerei

Im Mittelpunkt sind der Mensch und das persönliche Gespräch aber bei der international auf die Vermittlung von Kaderpersonal für die Backbranche spezialisierten Euroteam Consulting (www.etpm.net). Deren Vertreter Frank Schüttrumpf schilderte, dass der Fachkräftemangel der Branche Umsatzeinbussen bewirkt und dass ihre Personalvermittlung (80% davon für die Produktion, 20% für Marketing und Vertrieb) aufwändiger und internationaler geworden ist. «Es fehlt an der Qualität, nicht an der Quantität der Bewerber», erklärte Schüttrumpf, «doch mit mehr Aufwand als früher finden wir die richtigen Leute.» Er ermutigte junge Berufsleute zu Wanderjahren im In- und Ausland und einer folgenden höheren Ausbildung.

## Ausbildung aus viererlei Sicht

Moderiert vom gelernten Bäckermeister und engagierten Fachlehrer Peter Schüpbach wurde das

Bildungssystem der Branche mit vier eher lang geratenen Kurzreferaten und einer Podiumsdiskussion kritisch analysiert.

Hanspeter Köppel als Vertreter der Lebensmitteltechnologie beschrieb die sich Richtung mehr Durchlässigkeit und Modularität bewegende Bildungssystem, die für junge Berufsleute zu hohen Kosten der Berufsprüfung, den Mangel an Fachleuten der Lebensmitteltechnologie und die generelle Vernachlässigung der Weiterbildung. Bäckermeister und SBKV-Präsident Kaspar Sutter verwies auf den Stellenwert der Ausbildung für seinen Berufsverband, den neuen Beruf Bäcker-Konditor-Confiseur, das nötige Anspornen der Berufsleute zur Weiterbildung und die wichtige Förderung der Qualität der Auszubildenden. Er sagte, dass heute kurze, modulare Weiterbildungen gefragter sind und betonte: «Die Mitarbeitenden sind das höchste Kapital eines Betriebs.» Stefan Wicky, Leiter der Jowa-Bä-

ckerei Grenchen, bezeichnete die Rekrutierung als den Schlüssel zum Erfolg in der Berufsbildung. Er schilderte, die Backstube für Lernende, die Schnupperwoche, die Selektion der Lernenden im Team, das Ausbildungssystem der Jowa und die Bedeutung des Austauschs zwischen Lehrbetrieb und Berufsschule. Er betonte: «Ein Lernender darf und muss sogar Fehler machen, um daraus zu lernen.» Konrad Pfister, Geschäftsführer des Sutterbegg in Basel, zeigte wie der Betrieb seine Lernenden fördert (u. a. mit der erfolgreichen eignen Filiale für Lernende). Er stellte fest, dass die so motivierten Lernenden wie auch die für ihre Arbeitsstelle dankbaren IV-Bezüger einen positiven Effekt auf alle Mitarbeitenden haben. Für Pfister ist aber klar: «Jeder Betrieb hat die Lernenden, die er verdient.» Er ist überzeugt, dass das Ausbilden von Lernenden sich lohnt und appelliert an Betriebe, die nicht Lernen ausbilden, dies zu prüfen.

## Interessantes Podiumsgespräch

Schüpbach thematisierte in der anschliessenden Podiumsdiskussion auch das gesunkene Niveau der Lernenden, die vielen Lehrabbrüche, die hohe Durchfallquote bei der Berufsprüfung, der starke Rückgang der neuen Lernenden (vgl. Seite 3) und die eher geringe Anzahl Lernender in Industriebäckereien. Konrad Pfister brachte die Idee eines finanziellen Anreizes für Lehrbetriebe ins Spiel. Das gesunkene Niveau der Lernenden identifizierte Köppel als gesellschaftliches Problem, Sutter sieht einen Teil des Problems aber auch in einer falschen Beratung durch Lehrer und Berufsberater. Wicky zeigte sich überzeugt: «Es braucht in unserer Branche Jugendliche von jedem Niveau.» Sutter betonte, dass es wichtig ist, die guten Berufsleute in der Branche zu halten.

**«Die Attraktivität des Berufs muss gesteigert werden»,**



Commander Daniel Hösli



Filialbäcker Georg Heberer

forderte Pfister deshalb und sagte, dass zu viele Betriebe noch gross-teils nachts arbeiten. Wicky meinte zur Schwierigkeit, an gute Lernende zu kommen: «Man muss sich auch die Frage stellen, wie man ein guter Ausbildungsbetrieb wird.»

#### Von Filialen und Marken

Georg Heberer von der in weiten Teilen Deutschlands mit total 360 Filialen vertretenen Wiener Feinbäckerei Heberer ([www.heberer.de](http://www.heberer.de)) schilderte die Struktur des handwerklich arbeitenden, qualitätsorientierten Grossbetriebs, der die Anforderungen ans Sortiment und Personal der gesellschaftlichen Entwicklung anpasst (Flexibilität, interkulturelle Kompetenz), eine Querfinanzierung unter den Produkten zulässt und das Sortiment alle drei Jahre stark ausdünn.

Für die «Bäckerei als Marke» plädierte Markus Webhofer vom Institute of Brand Logic, der mithalf, die Bäckerei Ruetz ([www.ruetz.at](http://www.ruetz.at)) zum führenden Anbieter im Tirol zu machen: «Bäckereien dürfen nicht austauschbar sein und müssen neben gutem Brot auch eine gute Unternehmenskultur aufbauen, die vom ganzen Team mitgetragen wird.» Dazu müssen sie ein eigenes Profil haben und wieder-

holt gegen innen und aussen kommunizieren. Er ermunterte dazu, mit dem Ansprechen aller Sinne aus alltäglichen Produkten etwas Besonderes zu machen und sagte:

---

**«Konsumenten gehen in einen Laden und spüren sofort, ob sie sich dort wohlfühlen.»**

---

#### Fulminantes Schlussbouquet

Am Ende der Tagung stand auf eindrückliche Weise wieder der Mensch im Mittelpunkt: Daniel Hösli, langjähriger Captain und heute Trainer der militärischen Kunstflugstaffel Patrouille Suisse, zeigte mitreissend und mit attraktiven Bildern und Filmsequenzen untermalt auf, wie wichtig das gegenseitige Vertrauen und genaue Einhalten der Vorgaben im Team der Patrouille Suisse sind. «Wir haben uns hochgearbeitet zu einer Schweizer Marke für Präzision und Zuverlässigkeit», freute er sich und erklärt, dass die Crewmitglieder belastbar und teamfähig sein müssen und neue Mitglieder vom ganzen Team einstimmig aufgenommen werden müssen. Hösli's Referat zeigte live, wie Begeisterung ansteckt und Ziele erreichen lässt.

Christof Erne



Markenspezialist Markus Webhofer



Personalvermittler Frank Schürumpf