

Hofer rüstet Filialen mit 450 Backshops auf

Der Discounter investiert über 100 Mio. Euro in frisches Brot.

Wien. Die Lebensmittelkette Hofer baut in allen 450 Filialen Backöfen auf. Ein Backbox-System, mit dem Brot und Backwaren in den Geschäften frisch gebacken werden, soll bis Ende 2015 im Großteil der Standorte umgesetzt sein. Deutlich über 100 Millionen Euro nimmt die Handelskette in die Hand, um pro Standort mindestens zwei Backöfen zu installieren und die Filialen um etwa 30 Quadratmeter große Backstuben zu erweitern.

Das Standardsortiment soll unter dem erhöhten Flächenbedarf nicht leiden. Im Gegenteil, die zu gebauten Backstuben sind so großzügig ausgelegt, dass man daraus einen Zukunftsplan für noch mehr Frischeprodukte ableiten könnte. Hofer-Chef Friedhelm Dold spricht von „mehr Frische in der Zukunft“, ohne Produkte oder Zeitraum näher zu definieren. Beobachter gehen jedoch davon aus, dass Hofer vorhat, mittelfristig zu einem „normalen“ Supermarkt zu werden – also auch Wurst und Fleisch offen aus einer Theke heraus zu verkaufen. Dies wäre eine direkte Kampf-ansage an die heimischen Marktführer Billa und Spar.

1000 neue Teilzeitjobs

Die großen Profiteure der Backbox neben den beiden Ofenherstellern Wiesheu und Rational sind vor allem 13 vornehmlich regionale Bäcker als Lieferanten. „Durch die Lieferungen an den Backshop von Hofer werden wir Mitarbeiterstand und Auslastung deutlich erhöhen können“, so Peter Györgyfalvay, Geschäftsführer des 320-Mann-Betriebes Kuchen-Peter aus dem niederösterreichischen Hagenbrunn. Auch der Arbeitsmarkt gehört zu den Gewinnern der Backbox, denn Hofer wird mehr als 1000 Teilzeitmitarbeiter neu aufnehmen.

Mit der 15-Cent-Kaisersemmel sendet Hofer auch preislich ein deutliches Signal an die Konkurrenz. Neben der Preisführerschaft soll aber auch die Qualität beim Gebäck gewahrt bleiben, sagt Helm. Bei der Einstellung der Backöfen werden sogar Luftfeuchtigkeit und die Höhenlage des Standortes berücksichtigt. (herbas)



In den neu eingeführten Backshops will Neo-Bäcker Hofer auch bei den Frischeprodukten Brot und Gebäck als Preisführer auftreten.

[Michelle Pauly]

Bäckereien bald nur mehr in der Stadt

Verdrängung. Nach Supermärkten entdecken auch die Discounter frisches Brot und Gebäck für sich. Bäcker versuchen neue Konzepte. Nur Semmeln zu verkaufen reicht heute nicht mehr.

VON HERBERT ASAMER

Wien. Das Match der Bäcker gegen Supermärkte und Discounter bekommt eine neue Dimension. Die Lebensmittelkette Hofer steckt bis 2015 über 100 Millionen Euro in neue Backstationen in ihren 450 Filialen. Bereits zuvor hatte Konkurrent Lidl Backbereiche an einem Teil seiner Standorte eingerichtet. In den Supermärkten ist frisches Brot und Gebäck bereits seit Jahren im Angebot.

„Ein logischer Schritt“, sagt Peter Schnedlitz, Vorstand an der WU für Marketing. „Nach dem Vorpreschen von Lidl war die Einführung bei Hofer nur eine Frage der Zeit. Aber über 400 Backstationen sind ein Hammer“, sagt Schnedlitz im Gespräch mit der „Presse“. Die Ladedichte sei ohnehin schon zu hoch, denn zu den rund 1500 Bäckerei-Standorten kommen noch um die 6000 Geschäfte des Lebensmittel Einzelhandels. Damit werde sich das Bäckersterben weiter beschleunigen. Das glaubt auch Kurt Mann, Inhaber der Wiener Backin-

stitution mit mehr als 70 Verkaufsfilialen. „In Wien gab es vor 20 Jahren noch 700 Bäckereien, heute sind es noch 110. Die Zahl werde sicher weiter nach unten gehen“, so Mann.

Umsatz der Bäcker nimmt zu

Eine Statistik der KMU-Forschung zeigt, dass die Zahl der Bäckereien in Österreich von 2005 bis 2012 um über 300 auf 1597 Betriebe zurückgegangen ist, die Umsatzerlöse jedoch um 15 Prozent auf 1,54 Mrd. Euro gewachsen sind. Die durchschnittliche Bäckerei hat rechnerisch von 13,7 Mitarbeitern auf 16,2 zugelegt. „Kleinere wurden mittlere Unternehmen, und mittlere haben sich zu großen weiterentwickelt“, beschreibt Reinhard Kainz von der Bundesinnung des Lebensmittelgewerbes einen deutlichen Strukturwandel. Die industrielle Herstellung und Belieferung des Lebensmittelhandels trage zu dieser Entwicklung wesentlich bei.

Einige Bäcker planen den alternativen Weg in die Gastronomie. Der Waldviertler Josef Weis-

haupt setzt mit „Joseph-Brot“ auf „sekundäre Umsätze“ und führt in zentraler Wiener Lage ein Bistro mit 60 Sitzplätzen. Auch Großbäcker Ströck will sich mit dem Konzept „Feierabend“ in der Gastronomie versuchen. Schnedlitz meint, dass so der Trend zu Convenience und Außer-Haus-Konsum eingefangen werden könne. Nur Semmeln zu verkaufen reiche heute nicht mehr, so der Handelsexperte. „Das Gastrosegment bietet auch bessere Ertragsmöglichkeiten und die Chance, sich als Marke zu positionieren.“ Ohne Cafés würden die Konditoreien seit 40 Jahren nicht mehr existieren, vergleicht Klaus Bernhard vom Verband der Backbranche.

Bernhard sieht den wesentlichen Grund für die Umwälzungen im One-Stop-Shopping. Die Bequemlichkeit, in einem Geschäft, wo man ohnehin Einkäufe mache, auch noch Brot und Gebäck mitzunehmen, sei kaum zu schlagen. Auf einen Preiskampf sollten sich die Bäcker nicht einlassen“, rät Bernhard angesichts der 15-Cent-Sem-

mel von Hofer. „Dann können wir gleich ein Massenbegräbnis veranstalten.“

Kurt Mann rät der Branche, den Ladenbau moderner zu gestalten und zu Standorten an hoch frequentierten Plätzen. WU-Vorstand Schnedlitz unterstützt die Sichtweise mit einem ehernen Grundsatz aus dem Handelsmarketing: „Ein Geschäft muss dorthin, wo die Menschen sind.“

Zukunft als urbanes Format

Er erwarte eine weitere Konsolidierung in weniger und gleichzeitig größere und frequenzstärkere Standorte. Diese gebe es am Land immer seltener oder sie seien dort von Lebensmittelgeschäften besetzt. „Die Bäckerei wird immer mehr zu einem urbanen Format“, so Schnedlitz. Die Bäcker müssen die Menschen, die auf Authentizität und Nachhaltigkeit setzen und den direkten Weg in die Bäckerei dem Supermarkt vorziehen, für sich gewinnen. Diese vornehmlich städtische Klientel wachse und sei auch bereit, höhere Preise zu zahlen.

Auch das noch



Einfach danke!

Lob kann laut Studien entscheidender für die Zufriedenheit von Mitarbeitern als die Höhe des Gehalts sein. Dennoch wird zu wenig gelobt. So ergab eine Umfrage der Social-Media-Plattform „Kraftwerk Anerkennung“, dass Mitarbeitern im Schnitt nur alle 75 Tage ein Lob ausgesprochen wird. Und während vier von fünf Führungskräften meinen, sie würden regelmäßig loben, empfindet dies nur einer von drei Mitarbeitern auch so.

Wir meinen: Lob ist wichtig und sollte nicht nur auf Mitarbeiter beschränkt bleiben. Daher: Vielen Dank, dass Sie diese Zeitung gekauft und gelesen haben! [Fotolia]

Präsident Hollande holt sich Rat vom Erfinder der „bösen“ deutschen Reformen. Frankreichs Linke steht kopf.

Peter Hartz „IV“ soll Frankreich retten

SUBTEXT

VON KARL GAULHOFFER

François Hollande ist zurzeit wahrlich nicht zu beneiden. Gestern erst verlor Monsieur le Président eine Wette gegen 65 Millionen Franzosen: Er hatte ihnen hoch, heilig und wiederholt versprochen, kraft seines glorreichen Amtes die Arbeitslosenkurve noch 2013 nach unten zu drücken. Nun wissen wir: Im Dezember erreichte sie einen neuen Höchststand. Ein Waterloo präsidentialer PR. Zudem hat ihm soeben seine Lebensgefährtin den Laufpass gegeben, nur weil er sich eine – für französische Staatsoberhäupter völlig standesgemäße – Mätresse geleistet hatte. Warum musste ihn auch dieser verdammte Paparazzo auf dem Moped erwischen, unterwegs zum Rendez-vous! Und am schlimmsten: Jetzt wird auch noch eine weniger pikante, aber politisch umso gefährlichere Liaison publik: Der Sozialist, der sich neuerdings Sozialdemokrat schimpft, hat sich mit Peter Hartz getroffen. Mit

dem Gottseibeius der französischen Linken! Mit dem Erfinder des Arbeitslosengeldes „Hartz IV“, dem Ausbund diabolischer Reformen, die Deutschlands Wirtschaft so pervers prosperieren lassen! Dem Schwarzen Peter für eine soziale Eiszeit, in der weite Teile der deutschen Gesellschaft verelenden, unter dem Joch eines menschenunwürdigen Prekariats, das ein paar böse Bosse immer reicher macht!

So trommelten es die gallischen Gewerkschaften, bis es die Franzosen nicht mehr glauben wollten. Weil die Germanen einen ziemlich munteren und zufriedenen Eindruck machen, ja voller Mitleid und Sorge über den Rhein blicken, wo alles schief läuft: kein Wachstum, keine Jobs, zu wenig Export, hohe Schulden. Mit dem Stolz verschwindet jedes Vorurteil. Als Geläuterter ist Hollande vor Kurzem vor sein Volk getreten. Er, der sich anfangs als Mensch gewordene Alternative zur Austeritätspolitik der deutschen Kanzlerin präsentiert hat, spricht plötzlich mit Merkels Zunge. Mehr Wettbewerbsfähigkeit, Unternehmen entlasten, „das Angebot schafft die Nachfra-

Der Sozialist hat sich mit Peter Hartz getroffen. Mit dem Gottseibeius der französischen Linken!

ge“ – jetzt wissen standhafte Linke, wer ihrem Anführer die ketzerischen Lehren einflüstert: der Hartz!

Schon im Vorjahr infiltrierte sich der offenbar unausgelastete 74-Jährige geschickt in ein „Ideenlaboratorium“ linker Politeliten. Hernach gab er „Le Point“ ein Interview und streute Rosen: Er bewundere die Franzosen, die Deutschen hätten ihnen nichts vorzuschreiben. „Peter Hartz – er ist es, das deutsche Wunder!“ titelte das Magazin entzückt. Nun entnahm ein Redakteur der „Saarbrücker Zeitung“ einem französischen Hartz-Text die Weisheit, dieser habe sich am 12. November mit Hollande im Elysée getroffen – tatsächlich wird in dem Text nur eine Zusammenkunft der EU-Staats- und Regierungschefs erwähnt. Aber das Hollande-Umfeld gab einen informellen Gedankenaustausch zu. Also: danebengeschossen und trotzdem getroffen. Hollande sollte nicht nur die Frau an seiner Seite wechseln, sondern auch seine Sprecher. Und, natürlich, Hartz zum Berater machen.

karl.gaulhofer@diepresse.com