

Lebensmittelnahversorgung in den Eifel-Gemeinden Perspektiven für Bäckereien und Metzgereien

Aufbauend auf der Situationsanalyse zu den Bäckereien und Metzgereien werden hier Empfehlungen zur Sicherung und Verbesserung der hiesigen Lebensmittelnahversorgung gegeben. Diese Empfehlungen richten sich an alle derzeitigen und potentiellen Akteure, z.B. entsprechende Geschäftsinhaber, Bäcker und Metzger, das ZAWM, Gemeinden, Bürger, Vereine, Dorfgruppen und Solidarbetriebe sowie die lokalen Medien.

Die Analyse zu den Bäckereien und Metzgereien in den fünf Eifel-Gemeinden finden Sie in einem gesonderten Dokument. Außerdem wurden auch zum Themenfeld „Lebensmitteleinzelhandel“ Analyseergebnisse und Perspektiven erstellt sowie zu den Querschnittsthemen „Regionale Produkte und nachhaltige Versorgung“ eine Situationsbeschreibung und eine Liste an Beispielen.

Einführung

In der Gesamtbetrachtung ist festzuhalten, dass die Region der Eifel-Gemeinden Amel, Bütgenbach, Büllingen, Burg Reuland und Sankt Vith für einen ländlichen Raum über eine gute und vielfältige Versorgung mit Bäckereien und Metzgereien verfügt. In der Fläche sind allerdings durchaus gewisse weniger gut versorgte Gebiete zu erkennen und in der Statistik eine Abnahme von Betrieben. Die Konkurrenz durch die Lebensmittelindustrie, die Ansprüche der Kunden und ein gewisser Nachwuchsmangel stellen Schwierigkeiten dar.

Um in diesem Themenfeld eine gute Zukunft zu erreichen, gibt es zwei zentrale Stellschrauben: Zum einen gilt es, das Einkaufsverhalten der Bürger zu beeinflussen und ihre Wertschätzung für die lokale und handwerkliche Lebensmittelherstellung zu erhöhen. Zum anderen liegt ein großes, bislang weitgehend ungenutztes Potential in einer Zusammenarbeit verschiedener Akteure. Insbesondere die junge Generation an Bäckern und Metzgern wirkt dynamisch und sollte daran interessiert sein, ihre Berufsfelder zukunftssträchtig zu gestalten. Ein Zusammenschluss junger Bäcker und Metzger Ostbelgiens könnte gemeinsam branchenübergreifend verschiedene Maßnahmen ergreifen, die der Einzelne alleine nicht bewerkstelligen kann. Die Lust, sich gemeinsam dafür einzusetzen, dass das eigene Handwerk die Wertschätzung, die es verdient, erfährt, ist Grundvoraussetzung. Es muss eine Gruppe sein, die sich durch Lebendigkeit, Pack-An, gemeinsame Ideen und einen Blick nach vorne auszeichnet. Je nach Handlungsfeld (Nachwuchs, Nachhaltigkeit, Tradition, ...) könnte dieser Zusammenschluss mit unterschiedlichen weiteren Akteuren wie dem ZAWM, den Innungen, regionalen Produzenten, Gemeinden oder hiesigen Museen/ Geschichtsvereinen zusammenarbeiten.

Nachfolgend werden mögliche Maßnahmen in den Handlungsfeldern „Sensibilisierung für die Honorierung von Handwerksleistung und Produktqualität“, „Nachwuchs für Lebensmittelberufe“ und „Zukunftsfähige Bäckereien und Metzgereien“ dargestellt.

Die Handlungsfelder „Sensibilisierung der Bevölkerung für lokales Einkaufen“ und „Institutionelle Förderung der Lebensmittelnahversorgung“ sind für Bäckereien und Metzgereien ebenfalls sehr wichtig. Diesbezügliche Empfehlungen werden in dem Dokument „Perspektiven für den Lebensmitteleinzelhandel“ beschrieben und können dort nachgelesen werden. Auch zu dem dort beschriebenen Handlungsfeld „Kleine Verkaufspunkte und Mobilitätslösungen“ können Bäckereien und Metzgereien einen Beitrag leisten.

Weitere wichtige Bereiche sind die Versorgung mit regionalen Produkten sowie weitere Aspekte zur Förderung eines nachhaltigen Einkaufsverhaltens (siehe Ideenliste zu diesen Querschnittsthemen).

Im Rahmen des LEADER-Projektes „Neues Leben für unsere Dörfer“ sind im weiteren Projektverlauf Arbeitsgruppen zu verschiedenen Handlungsfeldern – abhängig vom Interesse der Akteure und Bürger - angedacht.

Handlungsfeld „Sensibilisierung der Bevölkerung für die Honorierung von Handwerksleistung und Produktqualität“

Damit die Bäckereien und Metzgereien in den Dörfern erhalten bleiben, ist es elementar, dass die Dorfbewohner in diesen Geschäften einkaufen und bereit sind, für diese Produkte angemessene Preise zu bezahlen. Um immer mehr Bürger dazu zu motivieren, müssen regelmäßig die Vorteile handwerklich hergestellter Lebensmittel kommuniziert werden. Um die Zahlungsbereitschaft zu erhöhen und die Ansprüche bezüglich Auswahl und Verfügbarkeit von Produkten zu senken, muss das Wissen der Bürger über den Herstellungsprozess der Produkte verbessert werden. Der Dialog mit den Bürgern, die Transparenz und der Mut zur Preiserhöhung müssen miteinander einhergehen. Damit möglichst viele Altersgruppen erreicht werden, sollten unterschiedliche Medien genutzt werden.

Bei der Sensibilisierungsarbeit ist die sinnliche Komponente, das Sehen, Riechen und Schmecken der Produkte, von großer Bedeutung. Daher bieten sich insbesondere Veranstaltungen als Sensibilisierungsinstrument an. Dies kann z.B. ein Lebensmittel-Handwerkermarkt (verbunden mit einem Verkauf weiterer regionaler Produkte) sein. Der Handwerkermarkt in Weisten und der regionale Markt in Emmels zeigen das solche Veranstaltungsformate gut ankommen. Auch eine Ausstrahlung des Kino-Films „Brot“¹, der dieses Jahr erschienen ist, mit anschließender Diskussion und/oder Verkostung würde sich anbieten. Da die beiden Handwerke sehr lange Traditionen haben, wäre es angemessen, ihre Geschichte in Ostbelgien historisch aufzuarbeiten, z.B. in einer Ausstellung.

Gemeinsam können auch Aktionen, die die Kunden z.B. für faire Preise sensibilisieren, durchgeführt werden. Bspw. könnten mehrere Bäckereien ein „faires Brötchen“ mit in ihr

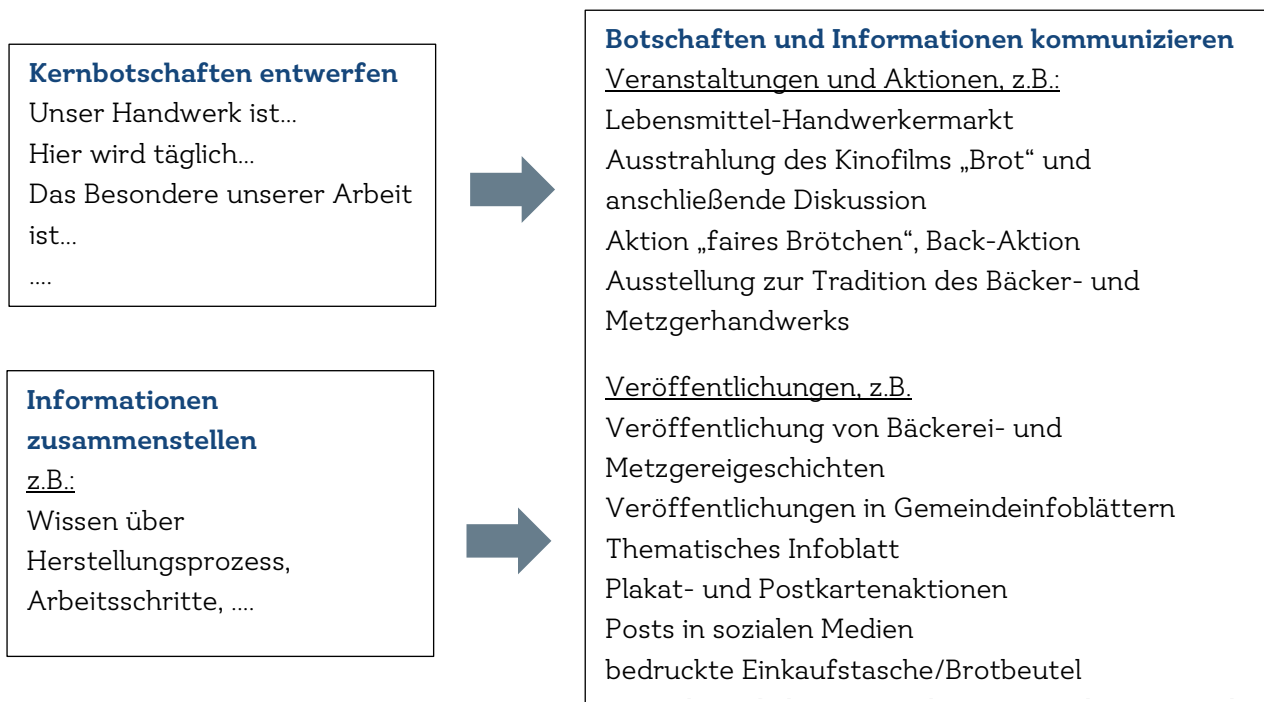
¹ siehe: <https://www.filminstitut.at/de/brot/>

Sortiment nehmen. Das faire Brötchen wird zu einem Preis, den der Bäcker selbst für seine Arbeit und Investition in das Produkt als wertschätzend empfindet, verkauft.

Veranstaltungsformate können mit Veröffentlichungen, z.B. in Zusammenarbeit mit der lokalen Presse, kombiniert werden. Das Thema der Nachwuchsgewinnung sollte in Zusammenarbeit mit dem ZAWM bei den genannten Sensibilisierungsmaßnahmen mit aufgegriffen werden.

An der Sensibilisierungsarbeit können sich viele unterschiedliche Gruppen beteiligen: die Bäckereien und Metzgereien, die Bürger selbst, die lokale Presse, das ZAWM, die Innungen, die Gemeinden und Dorfgruppen. Darüber hinaus können sich weitere Gruppen mit spezifischen Maßnahmen einbringen, zum Beispiel Geschichtsvereine und/oder Museen können sich einbringen, indem sie die Tradition der hiesigen Bäckereien und Metzgereien thematisieren. Entscheidend sind in der ersten Reihe allerdings die Initiative der Bäcker und Metzger selbst und deren Zusammenarbeit.

Die folgende Darstellung zeigt ein mögliches Vorgehen und Ideen für Kommunikationswege.



1: Darstellung "Sensibilisierung der Bevölkerung für die Honorierung von Handwerksleistung und Produktqualität"

Handlungsfeld „Nachwuchs für Lebensmittelberufe“

Das ZAWM Eupen ist in diesem Handlungsfeld bereits sehr aktiv, zum einen mit Angeboten für alle von ihm angebotenen Ausbildungsberufe wie Lehrstellenbörse, Markt der Lehrberufe und Schnupperangeboten, zum anderen durch spezifische Maßnahmen der Abteilung Lebensmittelberufe wie die Erstellung von Werbeplakaten zu den Aus- und Weiterbildungsangeboten im Lebensmittelhandwerk.

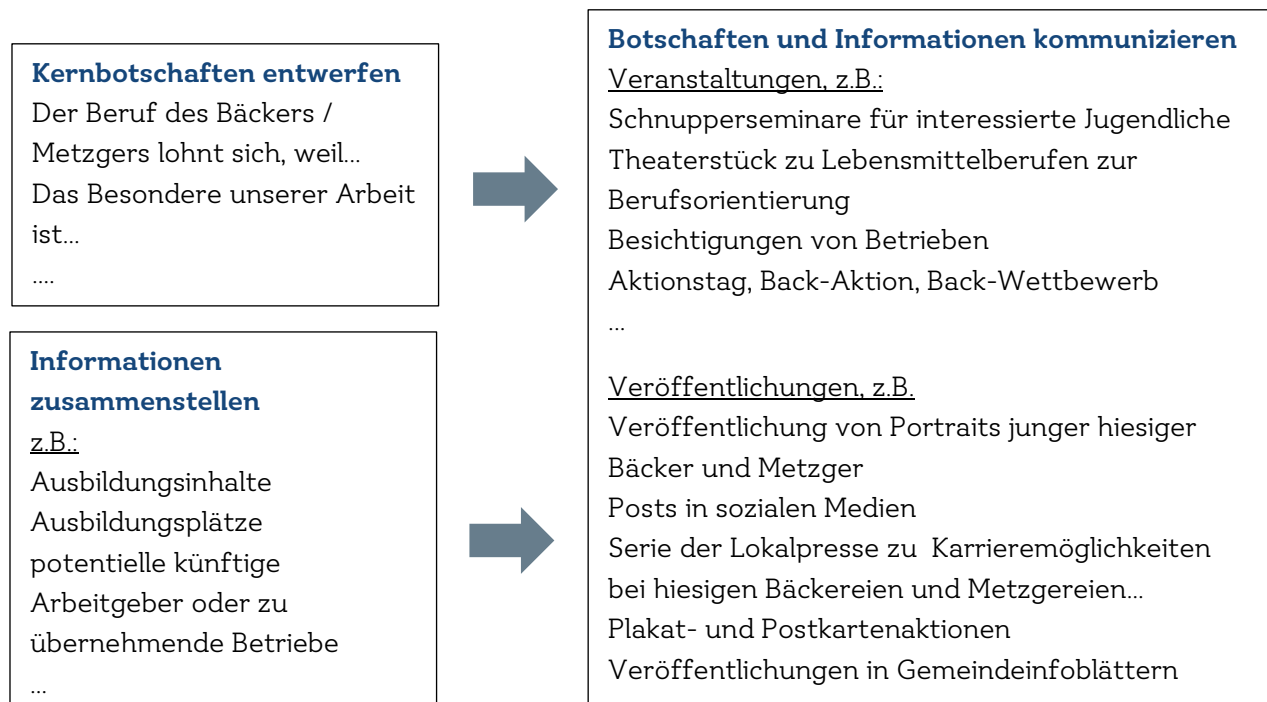
Auch in dem Projekt und Schulkatalog „Wirtschaft macht Schule“, das Primar- und Sekundarschüler für berufliche Perspektiven in Ostbelgien sensibilisiert, gibt es Möglichkeiten. Einige Bäckereien machen bereits mit und zeigen interessierten Schulklassen ihre Betriebe.

Diese bestehenden Aktivitäten sind eine gute Ausgangsbasis und sollten von mehr Betrieben genutzt werden. Bislang werden sie vornehmlich von größeren Betrieben genutzt. Indem kleinere Betriebe sich zusammenschließen und gemeinsam Angebote an den Nachwuchs machen, z.B. mit einem gemeinsamen Stand beim Markt der Lehrberufe, würden sie Präsenz zeigen, ohne dass die daraus resultierende Arbeitsbelastung für den Einzelnen zu groß würde.

Eine effiziente Herangehensweise seitens der Bäcker und Metzger ist wichtig, damit diese Arbeitsbelastung nicht zu groß wird. Deshalb bietet es sich auch an, Kommunikationsmaßnahmen zur Nachwuchsgewinnung mit oben genannten Sensibilisierungsmaßnahmen zur Wertschätzung der Lebensmittelberufe zu kombinieren.

Ein großes Potential zur Nachwuchsgewinnung stellt sicherlich der Dialog junger, motivierter, hiesiger Bäcker und Metzger mit Jugendlichen dar. Gerade diese Personen benötigen allerdings häufig aktuell keinen Nachwuchs in den eigenen Betrieben. Ihr Engagement würde also eher einen idealistischen Hintergrund haben, als dem eigenen betriebswirtschaftlichen Interesse dienen. Genau dieses teils idealistische Engagement für den eigenen Berufszweig ist aber von Nöten, um langfristig eine gute Versorgung mit hochwertigen und vielfältigen Back- und Fleischwaren in der Region zu gewährleisten und sollte im Gegenzug von Bürgern und älteren Kollegen wertgeschätzt werden.

Die Darstellung zeigt ein mögliches Vorgehen und Ideen für Kommunikationsmedien. Vielfältige Ideen für Kommunikationsmaßnahmen findet man z.B. auch auf der Internetseite back-dir-deine-zukunft.de, der Nachwuchsplattform der deutschen Innungsbäcker.



2: Darstellung "Nachwuchs für Lebensmittelberufe"

Handlungsfeld „Zukunftsfähige Bäckereien und Metzgereien“

Die Geschäftsinhaber selber tragen die Hauptverantwortung für das Gelingen ihrer Geschäfte und machen dies in der Regel gut. Wie bereits oben beschrieben ist insbesondere eine Zusammenarbeit der Bäcker und Metzger sehr wichtig, um die Bürger für die Honorierung ihrer Handwerksarbeit zu sensibilisieren, damit in der Folge fairere Preise für die hergestellten Produkte verlangt werden können. Darüber hinaus gibt es im Bereich Zusammenarbeit noch weitere Potentiale, die erschlossen werden können. Hierzu zählen zum Beispiel die Zusammenarbeit mit Vereinen und Ferienunterkünften im Dorf und deren Belieferung oder ein branchenübergreifender Austausch zur Reduzierung des Verpackungsmülls.

Hier sollen auch noch mal die Gebiete, die mit Backwaren weniger gut versorgt sind, genannt werden, weil sie ein Potential als Einzugsgebiet darstellen: Dies sind das gesamte Treeschland mit der Hauptortschaft Manderfeld, das Einzugsgebiet Rodt – Hinderhausen, das Einzugsgebiet Maldingen – Braunlauf – Crombach, das Einzugsgebiet Elsenborn – Nidrum sowie das Einzugsgebiet, das sich kreisförmig um die Stadt Sankt Vith herum bis ins südliche Ourtal befindet. Ob eine neue Bäckerei oder Bäckereiverkaufsstelle an einem dieser Standorte wirtschaftlich tragfähig betrieben werden könnte, ggf. in Kombination mit einem Café, müsste im Einzelfall analysiert werden, ist aber durchaus denkbar. In jedem Fall sind diese Gebiete gut geeignet für niedrigschwellige Angebote bestehender Bäckereien wie Abholpunkte für Backwaren oder Lieferangebote. Bei Lieferangeboten sollte ein rentables Konzept aufgestellt werden, z.B. durch eine kleine Lieferpauschale, die verlangt wird, die Bündelung mehrerer Lieferungen an einen Abholort oder die Zusammenarbeit mit einem Solidarbetrieb, der die Lieferung übernimmt.

Geschäftsinhaber, die in absehbarer Zeit in Ruhestand gehen, sollten frühzeitig nach einem Nachfolger Ausschau halten und können die Nachfolgeberatung der WFG Ostbelgien nutzen. Sie können sich auch beim ZAWM melden und in den dortigen Meisterkursen ihren Betrieb vorstellen und auf diesem Weg ggf. einen potentiellen Übernahmekandidaten kennen lernen. Falls kein Nachfolger gefunden wird, könnte auch in neue Richtungen gedacht werden. Könnte eine Backstube z.B. für ein neues Geschäftsmodell, bei dem Senioren ehrenamtlich und aus Freude an der gemeinsamen Aktivität backen und ihre Rezepte weitergeben, genutzt werden?²

Bäckereien und Metzgereien, die sich als nachhaltige Geschäfte positionieren möchten, sollten ihre Produktionsmengen knapp kalkulieren und ggf. Überschüsse vergünstigt anbieten. Sie finden weitere Ideen in der Beispielliste „Regionale Produkte und nachhaltige Versorgung“.

Die folgende Darstellung zeigt Ideen, die Geschäftsinhabern Anregungen geben können.

² siehe z.B.: <https://www.kuchentratsch.com/>

Geschäftskonzept anpassen? - Möglichkeiten prüfen und ggf. umsetzen

z.B.:

Werbung mit besonderen Qualitäten wie Nachhaltigkeit, Bio-Produkte, regionale Produkte?
Anbieten neuer Produkte?, z.B. Bio-Backwaren, Backwaren aus Altbrot
Anbieten rentabler Lieferdienste? ggf. Lieferung an bestimmte Abholpunkte
selber Abholpunkt werden? z.B. für regionale/ biologische Obst-/Gemüseboxen?
Verkauf von Stoff-Brotbeuteln oder andere Lösungen als Alternative zu Wegwerf-Brot-
und Brötchentüten?
neue Arbeitsplatz- und Arbeitszeitmodelle für das Personal?

Zusammenarbeiten

zwischen Bäckern und Metzgern, z.B.:

Sensibilisierungskampagne für die Lebensmittelberufe (siehe oben)
gemeinsames Infoblatt
Abstimmung, z.B. zu einem einheitlichen Lieferangebot
gemeinsame Suche nach Lösungen, z.B. für die Wertschöpfung aus Abfallprodukten

mit verschiedenen Akteuren, z.B.:

branchenübergreifender Austausch zu gemeinsamen Themen, z.B. regionale Produkte und Nachhaltigkeit
Zusammenarbeit mit Vereinen, Unternehmen, HoReCa, Ferienunterkünften, ... aus der eigenen Ortschaft
Zusammenarbeit mit regionalen Produzenten/ Kooperativen
Zusammenarbeit mit Dorfgruppen/ Nachbarschaftsgruppen/ einzelnen Bürgern, die in ihrem Dorf/Viertel einen Abholpunkt für Lebensmittel einrichten wollen (Lieferung von Vorbestellungen an eine zentrale Stelle)
Zusammenarbeit mit solidarwirtschaftlichem Betrieb, z.B. beim Lieferdienst
Zusammenarbeit mit Ehrenamtlichen, z.B. als Unterstützung bei Aktionstagen

Frühzeitig Geschäftsnachfolgen klären

1. frühzeitige Nachfolgersucher, z.B. via Mund-zu-Mund-Propaganda (gibt es vielleicht einen Interessenten im eigenen Ort oder der näheren Umgebung?)
2. Nachfolgeberatung der WFG nutzen (ggf. Beratungsprämie nutzen)
3. Kontaktaufnahme mit ZAWM – Nachwuchs-Bäckern/Metzgern das eigene Geschäft vorstellen
4. falls kein/e Bäcker/Metzger als geeigneter Nachfolger gefunden wird, andere Optionen prüfen, z.B. die Übernahme durch ein social business

falls Wohn- und Arbeitsbereich miteinander verbunden sind, Lösungen dafür suchen, z.B. im Gespräch mit einem Architekten

3: Darstellung "Zukunftsfähige Bäckereien und Metzgereien"