

Ein Vordenker verlässt die Brücke

Nach dem Verkauf seines Unternehmens wird sich Fridjof Olms Mitte des Jahres zurückziehen.

Miterfinder des Marktkieker, Wiederentdecker des Sauerteigs – das Back Journal nimmt **Fridjof Olms** in die Ruhmeshalle des Bäckerhandwerks auf.

Es ist ein erlauchter Kreis, in den wir Fridjof Olms in dieser Ausgabe aufnehmen. In die Back Journal-Ruhmeshalle des Bäckerhandwerks kommen nämlich nur Persönlichkeiten, die die Branche nachhaltig geprägt haben – eine Aufstellung der bisherigen Mitglieder finden Sie auf den Seiten 18 bis 19. Warum finden wir nun also, dass der Hersteller von Vorteiganlagen, der sein Unternehmen gerade verkauft hat, die Branche weit mehr geprägt hat, als Kollegen, die ebenfalls als Bäcker-Zulieferer erfolgreich waren? Nun, dafür gibt es einige kleinere, vor allem aber zwei große Gründe: Zum einen gäbe es ohne Olms den Unternehmerpreis Marktkieker nicht, der seit nun mehr 27 Jahren die wichtigste Auszeichnung ist, die das Bäckerhandwerk kennt. Und zum anderen verdanken ihm die Bäcker, dass das Thema Vorteig – insbesondere Sauerteig – in den Backstuben wieder die Bedeutung bekam, die es nun wirklich verdient. Natürlich hat Olms den Sauerteig nicht entdeckt. Aber er hat Wege gefunden, die es den Bäckern ermöglichten, wieder rationell und auf reproduzierbare Weise mit Sauerteig zu arbeiten. Wir wollen uns lieber nicht ausmalen, was aus dem Bäckerhandwerk geworden wäre, wenn es den Vorteig den industriellen Wettbewerbern überlassen hätte.

Der Preis für Unternehmer. Eine kleine Zeitreise zurück in das Jahr 1987. Im Bäckerhandwerk herrscht Aufbruchstimmung. Viele Unternehmerinnen und Unternehmer haben mit der Filialisierung begonnen, einige gründen für den Erfahrungs-Austausch Erfa-Kreise. Neben das handwerkliche Können in Backstube und Verkauf treten neue Herausforderungen, denen sich eine ganze Bäcker-Generation stellen muss. Im klassischen Berufsbild wie im Selbstverständnis der Altvordern hat diese Umwälzung noch keinen Niederschlag gefunden. Wie trägt man nun am besten den Gedanken zu den Bäckern, dass Marketing, Management, Controlling und Innovation plötzlich eben so wichtig sind, wie die Qualität der Produkte? In zahlreichen Gesprächen entwickeln Olms und Günther Wohlers, damals Chefredakteur des Back Journal, die Idee des Marktkiekers. Man wollte einen Preis stiften, der – wie Olms schon vor Jahren sagte – diejenigen belohnt, die den Markt genau beobachten und vorbildlich darauf reagieren. Diese Unternehmerinnen und Unternehmer zeigten den Kollegen durch ihr Beispiel, wohin die Reise gehen kann und was im Bäckerhandwerk möglich ist. So hat der Marktkieker seit seiner ersten Verleihung im Jahr 1987 viel für das Selbstverständnis der Branche getan.

LAUDATIO

Ganz unauffällig, ganz viel bewegt



Kommentar von
Dirk Waclawek,
Chefredakteur

Es gibt ja Menschen, die um sich herum Hektik und Aktionismus verbreiten und sodann in einem Saal auch eine große Präsenz zeigen. Fridjof Olms zeigte diese Präsenz bei vielen Besuchen mit der Marktkieker-Jury oder bei Preisverleihungen – ohne groß die Stimme zu erheben oder sonst die Aufmerksamkeit auf seine Person zu lenken. Wenn Olms etwas sagte, wurde es ruhig im Saal. Da sprach offensichtlich jemand, der etwas zu sagen hatte, was dann auch die schnell merkten, die ihn bis dahin noch gar nicht persönlich kennengelernt hatten. Dem weitverbreiteten Bild des klassischen Unternehmertyps entsprach er damit nicht. Olms ist kein Basta-Mensch. Dass man auch still viel bewegen kann, hat er hinreichend bewiesen. Wenn er sich jetzt Mitte des Jahres komplett aus seinem Unternehmen zurückzieht, hat die Branche leider wieder eine Persönlichkeit weniger. Vor allem eine, die immer über den eigenen unternehmerischen Erfolg auf den der Branche geschaut hat. Interessanterweise haben die Bäcker ein sehr feines Gespür dafür, ob jemand neben dem Wohl seines Unternehmens auch ihres im Blick hat oder ob es ihm vor allem um das schnelle Geschäft geht. Olms wusste immer, dass die Branche ein langes Gedächtnis hat und man sich immer ein zweites Mal trifft. Darauf war seine Geschäftsphilosophie ausgelegt und deshalb hören und hörten die Bäcker auch zu, wenn er in kleiner oder großer Runde über die Zukunft des Handwerks sprach. Mit seinen Thesen ist er manchmal angeeckt, manchmal gab es auch berechtigten Widerspruch. Unsere Bäckerei des Monats in dieser Ausgabe zeigt ja auch wieder, wie schwer es ist, allgemeingültige Aussagen über den Erfolgsweg eines Bäckers zu treffen. Bedenkenswert war es immer, was Olms zu sagen hatte. Wir sind sicher, dass man mit seinem Namen auch in vielen Jahren die Begriffe Marktkieker und Vorteig verbinden wird. Wenn sich das deutsche Bäckerhandwerk im Wettbewerb mit der Industrie in den letzten 30 Jahren viel besser geschlagen hat als fast alle Kollegen im Rest Europas, ist das zu einem Teil auch das Verdienst von Olms.

Anzeige

TOP in Qualität & Preis!

Die **bäckerversicherung**
für Ihren Betrieb

Tel. 02595 • 2126-600

www.baecker-versicherung.com

helmig
& partner
versicherungs-
makler

Er rüttelte die Bäcker auf, sie hinterfragten, wie sie selbst zum Markt standen und wie sie sich entwickeln mussten. Gleichzeitig hob der gänzlich neue Preis auch das Selbstbewusstsein eines Berufsstandes, wurde doch plötzlich klar, welche Anforderungen das Management eines Bäckereibetriebes stellt, aber auch, wieviel Entfaltungsspielraum das traditionsreiche Bäckerhandwerk seinen Akteuren gibt. Der Marktkieker begleitete das Bäckerhandwerk fortan in den sich immer schneller wandelnden Märkten. Er war dabei, als die Bäcker die Snacks und den Kaffee entdeckten. Er sah, wie sich einige Bäcker zu Systemgastronomen entwickelten, während andere den Weg zu den Wurzeln des Bäckerhandwerks zurückgingen.

27 Jahre ehrenamtliche Arbeit. Ausrichter der ersten Marktkieker-Preisverleihungen war zunächst Isernhäger. Namensgeber des Preises ist übrigens das gleichnamige Hotel in Isernhagen, das den Raum für die ersten Preisverleihungen stellte. Gleichzeitig macht der Begriff Marktkieker aber auch klar, was von den Bäckern gefordert wird: Den Markt fest im Blick zu behalten. Als deutlich wurde, dass der Preis langfristig besser bei einer Fachzeitschrift als bei einem Lieferanten aufgehoben war, trat Olms freiwillig zurück und das Back Journal übernahm die Organisation. Seit der Stiftung ist Olms aber festes Mitglied der Jury und hat in den letzten 27 Jahren ehrenamtlich sicher über hundert Betriebe besucht, die für den Marktkieker von der Jury nominiert waren. Er war damit die Konstante in der Jury, die darauf achtete, dass die Gundayde des Preises aus der Präambel der Marktkieker-Satzung immer beachtet wurde: *„Der Markt stellt Backwaren-Unternehmer ständig vor neue Herausforderungen. Neben der Produktqualität, die eine unabdingbare Voraussetzung für den wirtschaftlichen Erfolg bleibt, wachsen die Anforderungen an das unternehmerische Geschick des Backwarenunternehmers. Mit dem Marktkieker – er steht als Sinnbild für ein vorausschauendes, innovatives und marktkonformes Handeln – wollen die Stifter des Preises das Bewusstsein für diese ständige Herausforderung im Backgewerbe wecken und fördern.“*

Mit seinem Rückzug aus dem Geschäftsleben hat Olms auch beschlossen, die Mitgliedschaft in der Marktkieker-Jury aufzugeben. Wir bedauern das sehr, war doch Olms mit seiner Erfahrung eine Instanz in der Juryarbeit, die immer wieder die Frage nach vorn brachte, ob eine Bäckerei eben nicht nur gut, sondern exzellent und den Kollegen ein Vorbild sein konnte. Wir wissen aber, dass er sich mit der ihm eigenen Konsequenz

diesen Entschluss gut überlegt hat. Um Leistungen von Unternehmern glaubwürdig beurteilen zu können, sollte man selbst im aktiven Geschäftsleben stehen.

Selbstverpflichtung. Wir wissen nicht, ob die Klage berechtigt ist, dass unter den Zulieferern der Bäckerbranche die Unternehmerpersönlichkeiten seltener werden. Wir sind aber sicher, dass Olms so eine Persönlichkeit ist – und zwar eine, die um einen Zusammenhang weiß: Geht es den Bäckern – also den Kunden – gut, profitieren davon auch direkt die Zulieferer. Olms hat in diesem Sinne viel dafür getan, dass die Branche nicht stehen blieb, sondern sich weiterentwickelte. Schließlich kann man langfristig nur mit den Kunden Geschäfte machen, die es auch in zehn oder 20 Jahren noch gibt. Ein schöner kaufmännischer Grundsatz, der doch leider nicht mehr allen bewusst ist, die im Bäckerhandwerk ihre Geschäfte machen. Er passt dabei nicht nur auf die Erfindung des Marktkiekers, sondern auch auf Olms zweite Mission: Die Wiederentdeckung des Sauerteigs.

Sauerteig-Pionier. Plaudern Sie einmal mit Otto-Normalverbaucher über das beliebte Thema „Gute Bäcker – Schlechte Bäcker“ beziehungsweise „Gutes Brot – Schlechtes Brot“. Der Konsument wird Ihnen mit hoher Wahrscheinlichkeit sagen „Einen guten Bäcker erkennt man daran, dass er Sauerteig verwendet.“ Vom fachlichen Gehalt der Antwort abgesehen zeigt sie doch, welche Bedeutung dem Sauer von Seiten der Kunden zugemessen wird. Es soll ja auch tatsächlich mal eine Zeit gegeben haben, in der viele Bäcker zu bequem waren, sich mit dem Thema „Eigener Sauerteig“ zu beschäftigen. Kritikern sagten sie: „Warum auch, die Brote verkaufen sich doch auch so?“ Dass die Bäcker sich wieder von dieser bequemen Ansicht verabschiedet haben, sich wieder um ihre Brotqualität kümmerten und damit zumindest einen Teil des Umsatzes nicht an die Industrie verloren, ist sicher auch das Verdienst von Olms. Isernhäger lie-



Seit 27 Jahren geht es nicht ohne ihn: Fridjof Olms bei der Überreichung des Marktkiekers an einen Preisträger – hier Dein Bäcker Engel aus Höxter.



Fridjof Olms mit der Skulptur, die das deutsche Bäckerhandwerk veränderte. Der Marktkieker war das Ergebnis eines Künstlerwettbewerbs.

ferte den Bäckern Verfahren, mit denen sie zu überschaubarem Aufwand und mit reproduzierbaren Ergebnissen wieder ihren eigenen Sauerteig führen konnten und damit in der Lage waren, ihren Backwaren wieder eine ganz individuelle Note und Geschmack zu geben. So ist Olms sicher nicht der Entdecker des Vorteigs, wohl aber Pionier des gerätegeführten Sauerteiges. Er stellte damit für sich und seine Kunden eine klassische Win-Win-Situation her, half er ihnen doch, langfristig im Geschäft zu bleiben.

Mit quengelnden Kindern das Auto wenden... Wie schon geschrieben, soll es tatsächlich mal eine Zeit gegeben haben, in der man Backwaren nur verteilen musste, die Kunden kamen ja von allein. Die Anforderungen, die ein Handwerksbäcker dagegen heute erfüllen sollte, formulierte Olms einmal auf einer Marktkieker-Jurysitzung: „Der Bäcker sollte so gut sein, dass eine Mutter, die mit drei quengelnden Kindern im Auto unterwegs ist, auf einer vielbefahrenen Straße wendet und – weil die Parkplätze knapp sind – noch einhundert Meter läuft, nur um bei ihm und nicht irgendwoanders einzukaufen.“ Eine ganz schön hohe Hürde, zugegeben. Aber wir wissen, dass sie von einer ganzen Reihe von Bäckern doch übersprungen wird. Und für die Zukunft der Branche vielleicht noch ein anderes Olms-Zitat aus einem kürzlich geführten Interview: „Zukunft haben die Unternehmerinnen und Unternehmer, die ihren lokalen Markt zu prägen verstehen und nicht der Versuchung erliegen, sich mit einem zu breiten Sortiment zu positionieren. Ein gutes Brot oder Gebäck bleibt die preiswerteste Delikatesse, die man sich gönnen kann. Diese Chance werden die guten Handwerksbäcker nutzen.“

Dirk Waclawek

IMPRESSUM

42. JAHRGANG

Back Journal

est. 1973

Verlag: INGER Verlagsgesellschaft mbH,
Luisenstraße 34 (ehem. 1a),
49074 Osnabrück

Postfach 1220,
49002 Osnabrück,
Zentrale: 0541 580544-30

**Herausgeber/
Verleger/
Geschäftsführer:** Trond Patzphal
Telefon: 0541 580544-57
Telefax: 0541 580544-98
E-Mail: patzphal@ingerverlag.de

**Verlagsleitung/
Chefredaktion:** Dirk Waclawek V.i.S.d.P.
Telefon: 0541 580544-51
Telefax: 0541 580544-99
E-Mail: waclawek@ingerverlag.de

**Redaktions-
anschrift:** Luisenstraße 34 (ehem. 1a),
49074 Osnabrück
Fax: 0541 580544-51
E-Mail: backjournal@ingerverlag.de

Redaktion: Gregor Vogelpohl (gv)
Tel.: 0541 580544-45
E-Mail: vogelpohl@ingerverlag.de

Erich Meyer (eme)
Tel.: 0541 580544-55
E-Mail: meyer@ingerverlag.de

Stefan Ludwig (sl)
Tel.: 0541 580544-48
E-Mail: ludwig@ingerverlag.de

Elke Moormann (elmo)
Tel.: 0541 580544-35
E-Mail: moormann@ingerverlag.de

Ute Nerstheimer (un)
Tel.: 0541 580544-42
E-Mail: nerstheimer@ingerverlag.de

Saskia Klimpel (sk)
Tel.: 0541 580544-53
E-Mail: klimpel@ingerverlag.de

Grafik: Antonia Bartholomäus
Tel.: 0541 580544-40
E-Mail: bartholomaeus@ingerverlag.de

Julia Stele
Tel.: 0541 580544-41
E-Mail: stele@ingerverlag.de

Silvi Harri
Tel.: 0541 580544-67
E-Mail: harri@ingerverlag.de

Lisa Bratschke
Tel.: 0541 580544-66
E-Mail: bratschke@ingerverlag.de

Internet: www.ingerverlag.de

Anzeigen: Anzeigenpreisliste 55
vom 01. Januar 2014

Bei telefonisch aufgegebenen
Anzeigen haftet der Verlag
nicht für die Richtigkeit.

**Verlagsleitung
Anzeigenverkauf:** Sonja Shirley
Tel.: 0234 915271-76
E-Mail: shirley@ingerverlag.de

**Anzeigen-
verwaltung:** Volker Kohl
Tel.: 0234 915271-16
Fax: 0234 915271-19
E-Mail: kohl@ingerverlag.de

**Abonnenten-
service:** INGER Verlagsservice
Föhrster Str. 8, 31061 Alfeld
Tel.: 05181 8004-40
Fax: 05181 8004-81
E-Mail: abo@ingerverlag.de

Druckerei: Silber Druck oHG
Am Waldstrauch 1, 34266 Niestetal

Urheberrecht: Alle im Back Journal erschienenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, auch Übersetzungen, vorbehalten. Reproduktionen jeder Art bedürfen der schriftlichen Genehmigung des Verlages. Das Back Journal wird ganz oder in Teilen im Print oder digital vertrieben. Unter dieses Verbot fällt insbesondere die Vervielfältigung per Kopie, die Aufnahme in elektronische Datenbanken, Internet etc. Für unverlangt eingesandtes Bild- und Textmaterial wird keine Haftung übernommen. Namentlich gezeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Eine Gewähr für die Richtigkeit der Veröffentlichung kann trotz sorgfältiger Prüfung nicht übernommen werden. Die Redaktion behält sich vor, Zuschriften und Leserbriefe bei Veröffentlichung zu kürzen. Aus der Nennung von Markenbezeichnungen in dieser Zeitschrift können keine Rückschlüsse darauf gezogen werden, ob es sich um geschützte oder nicht geschützte Zeichen handelt. Diese Zeitschrift ist auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.

Bezugspreise: Back Journal (13 Ausgaben im Jahr) zum jährlichen Bezugspreis von 150 Euro (Abopreis 120 Euro inkl. MwSt., zzgl. 30 Euro Versandkostenpauschale Inland, gleich Jahresbezugspreis Inland, Versandkostenpauschale Ausland 50 Euro inkl. MwSt., gleich Jahresbezugspreis Ausland). Zu Ihrem Print-Abonnement können Abonnenten per Abonnement ein Digital-Abo bestellen. Für Abonnenten kostet das Back Journal Digital-Abo 30,- Euro (inkl. 19% MwSt.) und für Non-Print-Abonnenten 120,- Euro (inkl. 19% MwSt.). Das Abonnement ist zeitlich nicht befristet. Abonnementkündigungen müssen zwei Monate vor Ablauf des Bezugsjahres schriftlich an den Verlag erfolgen. Bei Nichterscheinen in Folge höherer Gewalt, Materialverknappung, Streik o.ä. besteht kein Anspruch auf Nachlieferung bzw. Schadensersatz.

Copyright©2015 für alle Beiträge, sofern nicht anders angegeben, bei der INGER Verlagsgesellschaft. Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste, Internet und Vervielfältigungen auf Datenträgern wie CD-ROM, DVD-ROM etc. nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und Zeichnungen wird keine Haftung übernommen.

ZKZ: 01120

ISSN: 0940-0362

Beilagen: keine

Gerichtsstand: Gerichtsstand ist Osnabrück.

Es gelten die **Allgemeinen Geschäftsbedingungen** der INGER Verlagsgesellschaft mbH, die im Internet unter www.ingerverlag.de einzusehen sind.



Auflage iwv geprüft.

Back Journal Verlagsgruppe - ein Objekt der



Weitere Titel der INGER Verlagsgesellschaft mbH:



SIE HABEN FRAGEN? RUFEN SIE UNS AN!

Abo-Service:
Christa Wulf

Tel.: 05181 8004-40, Fax: 05181 8004-81
E-Mail: abo@ingerverlag.de

Redaktion:
Dirk Waclawek

Tel.: 0541 580 544-51
E-Mail: waclawek@ingerverlag.de

**Anzeigenverkauf/
Kleinanzeigen:**
Sonja Shirley

Tel.: 0234 915271-76
E-Mail: shirley@ingerverlag.de

