

Mittendrin

statt nur dabei

Viele Bäcker kaufen ihr Mehl regional ein. Die Bäckerei **Fonk im belgischen Sankt Vith** geht noch einen Schritt weiter und baut eigenen Roggen an.

Dass regionale Produkte im Trend liegen und auf Verbraucher äußerst anziehend wirken, hat nicht nur das Back Journal in letzter Zeit immer wieder aufgegriffen. Viele Bäckereien haben die Zeichen der Zeit erkannt, beziehen ihre Rohstoffe möglichst von heimischen Unternehmen und kommunizieren dies auch an ihre Kunden weiter. Wir haben einen Betrieb besucht, der sich nicht nur von heimischen Bauern beliefern lässt, sondern gleich in Kooperation mit ihnen produziert.

In drei Ländern zu Hause. Die Stadtgemeinde St. Vith liegt im Südosten der deutschsprachigen Gemeinschaft Belgiens. Dieser Teil der Bevölkerung ist in Belgien in der Minderheit, sie macht nur einen winzigen Prozentsatz aus. Hier ist die Bäckerei Fonk zu Hause. Es wird nach traditionell deutschem Standard gebacken, aber auch belgische Spezialitäten sind in der Produktpalette vertreten. Die Brüder Mario und Eric Fonk leiten den Familienbetrieb. Sie haben ihn 1998 von ihren Eltern übernommen und die seit 1947 bestehende Bäckerei in die dritte Generation geführt.

Abgrenzung in der Region. Die Bäckerei hat sieben Filialen, drei davon im nahe gelegenen Luxemburg, außerdem betreibt sie ein Liefergeschäft und ist auf den Märkten der Region unterwegs. Außer zwei Vorkassenzonen sind alle Filialen Sitzcafés. In Belgien sind mittelständische Filialisten eher eine Seltenheit. Zumal die Umgebung eher dörflich ist, gibt es unter den kleineren Bäckern der Gegend recht wenig Konkurrenzdenken. Die großen Wettbewerber und der LEH sind in den großen Kaufhäusern der Region jedoch durchaus präsent. Trotz des ländlichen Charakters der Gegend ist eine Menge los, schließlich befindet man sich mitten im Grenzgeschäft zwischen Belgien, Luxemburg und Deutschland. Da lohnt es sich, die Werbetrommel zu rühren, und sich von der Konkurrenz abzusetzen. Eric und Mario Fonk haben sich dafür etwas einfallen lassen: Sie bauen ihr eigenes Getreide an.

Regionalität mit Tradition. „Unser Anfangsgedanke war, ein regionales Brot ins Programm zu nehmen, also eines, dessen Rohstoffe komplett aus der Region kommen“, erläutert Mario Fonk.

Eric Fonk (links) und Peter Goffinet im Feld. In ihm und seinem Sohn hat die Bäckerei Fonk Partner gefunden, die modernen, innovativen Ackerbau betreiben. Marketing-technisch geschickt: Den Kirchturm im Hintergrund erkennt jeder aus der Gegend wieder. So dezent kann Werbung sein.

Die Ausrichtung auf regionale Rohstoffe gab es in der Bäckerei Fonk bereits beim Vater. Schon seit Jahrzehnten beziehen sie ihre Milch von einem Bauern in der Nähe, es wurden stets die heimischen Händler bevorzugt. Das gute Verhältnis zu ihren Lieferanten sowie faire Preise liegt den Bäckermeistern am Herzen. Es ist der Grundstein für eine gute Qualität der Ware und die Zuverlässigkeit der Lieferung. Jetzt betreiben die beiden in Kooperation mit einem Landwirt aus der Region selbst Ackerbau. Lange Zeit haben sie nach einem Partner gesucht, der innovativ und modern ist. Gefunden haben sie ihn in Landwirt Marcel Goffinet, der das Land der Bäcker bestellt. Schon bei der Aussaat setzt man auf umweltschonende Maßnahmen. Das Land wird pfluglos bestellt, was gut für den Boden ist. Möglich ist dies durch den Einsatz von innovativer Technik mit speziellen Sähmaschinen. Auch Cultan, eine neue Düngestrategie, wird seit kurzem mit großem Erfolg eingesetzt. Alles ist auf größtmögliche Nachhaltigkeit eingestellt.

Nachhaltiger Erfolg. Die Felder von Fonk stehen in der dritten Vegetationsperiode, 40 Prozent ihres Roggenmehls stammt mittlerweile aus eigenem Anbau. „Ziel ist natürlich, unser ganzes Mehl aus eigener Produktion zu bekommen“, so Eric Fonk. Er hatte auf seinen Reisen zwischen Lehre und Meister in kleinen und großen Betrieben in Deutschland und Luxemburg auch in einer Mühle gearbeitet. Diese Erfahrungen kommen ihm jetzt zu Gute. Denn die Fonks wollen diesen Weg weiter verfolgen, werden in Zukunft noch mehr Roggen und Dinkel anbauen. Denn als Getreideproduzenten haben sie bisher großen Erfolg. Für gute Mehlqualität konnten Sie bisher ohne Beimischung nur von ihrem eigenen Getreide mahlen lassen. „Unser Getreide hat eine so gute Qualität, da ist es nicht nötig, es mit anderen Qualitäten zu mischen“, freuen sich die Brüder. Auch hier arbeiten sie mit einem festen Partner zusammen, der Walzenmühle Wagner in Sommerau bei Trier, bei der sie ihre Ernte auch nachtrocknen lassen können. Das ist wichtig, denn Feuchtigkeit kann dem besten Getreide schaden und ist ein immer präsent Problem.

Do it yourself. Doch die Bäckerei produziert nicht nur ihr eigenes Getreide. Sie stellen seit sechs Jahren Marmelade selbst her, die sich durch einen hohen Frucht- und einen niedrigen Zuckergehalt auszeichnet. 13 Sorten Konfitüre werden in der normalen und in der Diät-Variante hergestellt. Außerdem ist Eric Fonk nicht nur Bäcker, sondern auch Imker, und liefert so den Honig für die Bäckerei aus eigener Herstellung. Drei hauseigene Honigsorten umfasst das Programm. Die Aufstriche werden nicht nur in der Produktion verwendet. Hochwertig und geschmackvoll verpackt, können sie in jeder Filiale der Bäckerei erworben werden.

Charmantes Marketing. Viel Zeit und Geld würde verschwendet sein, wenn man diese Umtriebigkeit nicht an die Kunden weiterkommunizieren würde. Die Bäckerei Fonk tut dies mit großem Geschick. Auf ihren Getreideanbauflächen in der Umgebung von Sankt Vith stehen große Schilder mit Aufschriften wie: „Hier wächst des Getreide für Ihr Brot“ oder „Qualitätsroggen für die Brotherstellung.“ Darauf ist neben dem Logo der Bäckerei stets eine Comicfigur abgebildet, die für die Bäckerei Fonk steht.



Mario (rechts) und Eric Fonk leiten die Familienbäckerei. Die Aufgaben sind dabei nicht nach Produktion und Filialen verteilt, wie bei Zweiertams oft üblich.

Sie stellt einen Bäcker dar, gut ersichtlich an Kittel und Bäckerschiffchen, welches das Logo der Bäckerei trägt. Bei anderen Abbildungen hat dieser ein Schubblech in der Hand, auf dem Ackerschildern trägt er Gummistiefel, Sichel und Roggenähren. Eine Werbemaßnahme, die gut gewählt ist, denn in Belgien ist der Comic populärer als in Deutschland. Die berühmtesten Comic-Künstler kommen aus Belgien, daher erfreuen sich Comics der größten Beliebtheit und sind als Kunstform anerkannt.

Multimediales Auftreten. In den Filialen wirbt man mit Plakaten, welche den Bäcker und den Bauern in ihrem Feld zeigen, das Menschen aus der Region direkt vorort können. Denn im Hintergrund steht eine Kirche, die jeder Einheimische als eine örtliche erkennt. Außerdem läuft in jeder Filiale gut sichtbar eine Diashow auf einem Monitor. Mittels dieser kann die Bäckerei sich dem Kunden vorstellen, für Produkte werben und auf Aktionen aufmerksam machen. Auch Bilder aus der Imkerei und der Produktion werden hier gezeigt. Die Brüder stehen nicht nur mit ihrem Namen für ihre Bäckerei, sondern sind höchstpersönlich auf den Bildern zu sehen. Auch der handwerkliche Charakter aller Tätigkeiten wird betont. Das gibt der Bäckerei ein Gesicht, die Kunden nehmen die Fonks als „ihre“ Bäcker an. Regional wirbt Fonk ansonsten vor allem über das Radio, um als Marke regionale Bekanntheit zu erlangen.

Online-Strategie. Ein weiteres hilfreiches Mittel zur Werbung ist die Internetseite der Bäckerei. Auf www.fonk.info gibt es weit mehr zu entdecken als Neuigkeiten und die übliche Vorstellung der Bäckerei und ihrer Produkte. Über ihre Tätigkeiten als Getreideproduzenten kann man sich hier aufs Genaueste in-



Oben: In der Filiale in der Innenstadt von St. Vith ist zur Mittagszeit einiges los. Relativ neu ist das Eisgeschäft. U. links: Gelungene Zusammenarbeit mit dem Hof Goffinet, hier mit dem Juniorchef Marcel Goffinet. Schilder werben auf den Äckern für das regionale Brot. U. rechts: Die neuen Filialen in Luxemburg sind nicht weit.

formieren. Selbst Maschinentypen und Düngestrategie werden genau erklärt. Dazu gibt es eine ausführliche Fotogalerie. Auch die Imkerei wird vorgestellt. Die Ackerflächen sind bei google Maps gekennzeichnet. So präsentieren die Bäcker im Internet das gesamte Portfolio ihrer vielen Kompetenzen. Geplant ist ab Mitte September außerdem ein Internetshop, über den man die Produkte auch online beziehen kann.

Kompetenz verpflichtet. Zum Versand bieten sich zum Beispiel die Pralinen an, eine der Spezialitäten der Bäckerei Konditorei Fonk. Überhaupt sind die Konditoreiprodukte der Bäckerei sehr erfolgreich. „Es gibt viele Wege, eine gute Abschöpfung im Konditorenbereich zu erzielen“, so Eric Fonk, der die Scheu der Deutschen Kollegen nicht versteht. „Außerdem muss man sich schon richtig präsentieren. Wir machen zum Beispiel keine Blechkuchen.“ Auch ein gewisser Service gehört dazu.

Bestellannahme bis abends um 18 Uhr und ein Lieferservice für die Produkte sind eine Selbstverständlichkeit. Neben dem Konditorengeschäft ist vor zwei Jahren außerdem noch ein lukratives Eisgeschäft dazugekommen. 18 verschiedene Geschmacksrichtungen bietet die Bäckerei Fonk von Ostern bis in den Herbst hinein an, darunter neun Sorten im Milcheisbereich.

Unterschiedliche Einflüsse. Das Sortiment der belgischen Bäckerei unterscheidet sich nicht wesentlich von dem einer deutschen Bäckerei, trotz-

Anzeige



Back Journal abonet+

JETZT IM PREMIUM-ABONNEMENT BESTELLEN!

WIR BERATEN SIE GERNE, RUFEN SIE UNS AN:

Tel.: 0541-202 98 46

kaufmann@backjournal.de

Bestellen leicht gemacht: Telefonisch: 0541-202 98 46 oder per Fax: 0541-202 98 49

JA, ich bestelle das Back Journal zum Abo-Jahrespreis von 105 Euro inkl. MwSt. und Versand (Auslandspreis 130 Euro inkl. MwSt. und Versand). Das Abonnement gilt für 12 Monate und beinhaltet 13 Ausgaben und verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn ich nicht 8 Wochen vor Beendigung der Bezugszeit schriftlich kündige.

Ich bin damit einverstanden, dass Sie mir weitere Produktinformationen zusenden und Sie mich über Sonderangebote auf dem Laufenden halten: Bitte senden Sie mir diese Informationen an meine angegebene E-Mail Adresse/Fax Nr. oder rufen Sie mich gerne unter angegebener Telefonnummer an.

Vorname/Name _____

Straße/Nr. _____

PLZ/Ort _____

Telefon/Fax _____

E-Mail _____

Unterschrift _____

103/10 aus 02/10

dem gibt es gravierende Unterschiede. Zunächst ist in Belgien das Brötchengeschäft generell kleiner als in Deutschland. Dafür werden mehr große Brote verkauft, eine Nachfrage an Singlebroten gibt es kaum. Auch französische Spezialitäten wie Tartes und Eclairs sind in Belgien beliebt und daher auch im Sortiment der Bäckerei Fonk vertreten. Auf Kaffeekompetenz wird in Belgien großen Wert gelegt, normalen Filterkaffee kennt man hier nicht, es muss mindestens Café Crema sein. Auch hier setzen die Fonks auf regionale Premiumqualität. Ihren Kaffee lassen sie sich von der luxemburgischen Kaffeemanufaktur Mondo del Caffé liefern. Dieser ist fair gehandelt und wird für die Bäckerei besonders magenschonend geröstet. Der Lieferant prüft regelmäßig die Qualität des Kaffees in den Filialen und das Personal wird im Umgang mit den Siebträgermaschinen geschult.

Orientierung am Kunden. Nicht nur im Kaffeegeschäft konnte in den letzten Jahren ein starkes Wachstum verzeichnet werden, auch das Snackgeschäft boomt. Die Fonks setzen auf Abwechslung, neben Suppen, Salaten und ab und zu einer Pizza sieht Mario Fonk aber nach wie vor großes Potential in den klassischen Bäckersnacks.



Fotos: Fonk

„Den vielen Spielarten eines belegte Baguettes sind ja quasi keine Grenzen ge-



In der besuchten Filiale werden Pralinen wie Schmuckstücke in einer großen runden Vitrine ausgestellt. Auch Eclairs und Tartes (unten) sind im Sortiment.

setzt, und im Merrychef warm und kross aufgebacken hat man einen vollwertigen Mittagssnack.“ Zur Mittagszeit ist in den Filialen einiges los, vieles wird ganz nach Wunsch direkt vor Ort zubereitet. Auch in Sachen Ladenbau richten sich die Brüder nicht nach einem einmal erdachten Standard, sondern achten auf die regionalen Gegebenheiten. Daher sieht jede Filiale anders aus, Fonk arbeitet zu diesem Zweck mit den verschiedensten Ladenbauern zusammen. So gibt es sehr moderne Filialen, welche die Bäckerei als jungen dynamischen Betrieb darstellt, als auch ganz klassische Geschäfte, die den traditionellen Charakter unterstreichen. Die beiden jüngsten Filialen liegen in Luxem-

Anzeige



Kompakt-Studiengang Produktionsmanagement

Führungskräfte in der Bäckereiproduktion müssen fachlich top sein, ihre Zahlen im Griff haben, Innovationen voran treiben, rechtliche Rahmenbedingungen kennen und vor allem ihr Team führen und motivieren, manchmal ohne entsprechende Ausbildung für diese Aufgaben und viel "learning by doing".

Dieser Studiengang vermittelt tiefes Wissen in allen erforderlichen Bereichen und ist **auch für die 2. Reihe ein wertvolles Instrument der Weiterentwicklung!** Beim letzten Durchgang an der Bundesakademie in Weinheim haben Führungskräfte aus Top-Betrieben mit 5 bis 130 Filialen aus ganz Deutschland und dem angrenzenden Ausland sehr erfolgreich teilgenommen.



Neue Termine: Modul 1 am 6. - 8. Sept. / Modul 2 am 27. - 29. Sept.
Modul 3 am 18. - 20. Okt. / Modul 4 am 06. - 08. Nov.

Es referieren Prof. Dr. Jürgen-M. Brümmer, Prof. Dr. Klaus Lösche, Dipl. Psychologin Iris Ohlig und 6 weitere Top-Referenten. Die Gebühren betragen nur 1.290 Euro, bei Bedarf zzgl. Übernachtung im Haus.

Infos und Anmeldung: Akademie Deutsches Bäckerhandwerk Weinheim / Tel. 06201-1070
Fax: 06201-182579 / E-Mail: info@akademie-weinheim.de / Internet: www.akademie-weinheim.de



Das neue Schmuckstück der Bäckerei ist der Mercedes Sprinter mit Tiefrahmen für einen breiteren Kofferaufbau von BSK Fahrzeuge. Damit macht man vor allem auf Märkten eine gute Figur. Denn es können bequem zwei Verkäufer bedienen, wobei Sie durch den niedrigen Verkaufsaufbau näher am Kunden sind.

burg. Um dort Geschäfte betreiben zu dürfen, war ein langwieriger bürokratischer Weg zu gehen. „Das hat unser Vater noch in die Wege geleitet“, erinnern sich die Brüder. Weitere Expansion ist vorab nicht geplant, das Unternehmen soll auf bestehender Fläche wachsen. Dabei wären in der Produktion durchaus noch Kapazitäten vorhanden.

Die mobile Filiale. Investiert wurde jüngst noch in das mobile Geschäft. Mehrmals pro Woche ist die Bäckerei auf den Wochenmärkten der Region vertreten, dazu kommt ein Haus-zu-Haus-Liefergeschäft. Auf der Internorga 2009 bestellten sich die Brüder daher bei der BSK Fahrzeug GmbH einen Mercedes Sprinter in einer speziellen Ausführung. Er verfügt über einen Tiefrahmen

mit einem extra breiten Kofferaufbau. Dieser gewährleistet nicht nur viel Stauraum für ein breites Sortiment, sondern auch Bewegungsfreiheit, wenn mehr als eine Person im Verkauf ist. Der niedrige Verkaufsaufbau lässt den Verkäufer tiefer stehen, so dass dieser nicht so hoch über dem Kunden steht und sich besser mit ihm unterhalten kann. Das Fahrzeug läuft auf einem 12-Volt-Batterieblock und kann daher sowohl auf Überlandtouren als auch auf Märkten mit sehr langer Nutzungsdauer eingesetzt werden. Denn während der Fahrt lädt die Mercedes Lichtmaschine den Block permanent nach. Das Liefergeschäft läuft sehr gut, es zählt für die Bäckerei Fonk wie eine zusätzliche, umsatzstarke Filiale. Daher ist die Bäckerei auf solide, zuverlässige Fahrzeuge angewiesen.

IN KÜRZE

Fonk's Backwaren AG
Eric und Mario Fonk
Talstr. 10 - Industriezone 1
B-4780 St. Vith

Tel.: +32 (0)80 / 28 09 80
Fax.: +32 (0)80 / 28 09 89
info@fonk.info
www.fonk.info

Gegründet: 1947
Fachgeschäfte: 7
Radius des Filialnetzes: 40 km
Beginn / Ende der Produktion: 0 Uhr – 13:30 Uhr

Mitarbeiter gesamt: 65
Darunter Auszubildende: 5
Produktion: 25
Verkauf: 32
Verwaltung: 4
Fahrer: 4

Preise ausgewählter Produkte (Euro)

Brötchen: 0,28 Euro
Kugel Eis: 1 Euro
Tarte: ab 4,65 Euro

Cappuccino: 2 Euro
Milchcafé: 2 Euro



Nicht nur in den Filialen hat Eric Fonk fleißige Mitarbeiterinnen. Der Bäckermeister ist auch Imker und vertreibt drei Sorten Honig in seinen Filialen. Außerdem stellt er seine Arbeit in Schulen, Kindergärten und auf einem Kinderbereich auf der Internetseite vor.

Zwei Fliegen mit einer Klappe. Als Lieferant eines Krankenhauses nutzt die Bäckerei Fonk dessen interne Audits als Aushängeschild. Bei den Audits der belgischen Krankenhausbetreibern erzielen sie dank ihres Hygienemanagements auffallend gute Resultate. Ein Punkt, den man an die Kunden weiterkommunizieren kann. Neben regionalem Marketing und regionalem Einkauf tritt Eric Fonk auch in der regionalen Jugendarbeit auf. In den Schulen und Kindergärten der Umgebung gibt es Projektwochen, die über gesundes Essverhalten informieren. Dazu gehören neben dem gesunden Frühstück und Vorträgen auch eine Besichtigung der Backstube. „Das ist eine tolle Imagepflege“, sagt Eric Fonk. „Wir zeigen die andere, spannende Seite des Bäckerhandwerks. So mancher hat deswegen schon einen Ferienjob oder eine Schnupperwoche bei uns verbracht.“ Das Problem, gute Auszubildende zu finden, ist in Belgien ebenso präsent wie in Deutschland. Außerdem macht ihm die Arbeit in den Schulen der Region Spaß. Die Bäckerei Fonk geht den regionalen Weg eben auf ihre Art mit großer Konsequenz. Dieser ist für sie nicht nur eine wirkungsvolle Marketingstrategie, es geht ihnen vor allem darum, sich in ihre Heimat zu integrieren und als Bäcker Teil der Gemeinschaft zu sein.

Katrin Nemeč