

So wird eine 400 Jahre alte Bäckerei digitalisiert

Veröffentlicht am 08.11.2021 | Lesedauer: 6 Minuten

Checklisten auf dem Tablet, kaum Papier, Vorräte, die automatisch nachbestellt werden und Sauerteig, um den sich der Computer kümmert – Andreas Fickenschers Backhaus gehört zu den modernsten Deutschlands. So sichert er den Nachwuchs für seinen Betrieb und belebt zugleich alte Backtraditionen.

Der Familienbetrieb existiert seit fast 400 Jahren, doch das Geschäft aufrechtzuerhalten, wird immer schwieriger. So sah die Lage für Andreas Fickenschers vor fünf Jahren aus. „Wir hatten Probleme, unsere Azubi-Stellen zu besetzen“, erinnert sich der Geschäftsführer von Fickenschers Backhaus aus dem oberfränkischen Münchberg. Damit geht es ihm wie vielen seiner Kollegen: Immer mehr Bäcker müssen aufgeben, weil sie keinen Nachwuchs finden, der bereit ist, mitten in der Nacht aufzustehen und Brötchen zu formen.

Fickenschers beschließt, das Problem mit Hightech zu lösen. Er schafft spezielle Klimakammern an, in denen der Teig – vom Computer überwacht – über Nacht reifen kann. So lassen sich die Brötchen am Vortag vorbereiten und müssen morgens nur noch gebacken werden. Keine Auszubildende und kein Auszubildender braucht mehr vor sechs Uhr anzufangen. „Wir konnten 70 Prozent der Nacharbeit auf den Tag verlegen“, freut sich Fickenschers. Durch das Digitalisierungsprojekt konnte der Traditionsbetrieb seine Attraktivität gerade für die jungen Generationen deutlich steigern. „Auch das ist Nachhaltigkeit“, findet Fickenschers.

Wachstumstreiber Digitalisierung

Dass Digitalisierung und Innovation nicht nur etwas für Konzerne sind, sondern auch ein Wachstumstreiber für den Mittelstand sein können, legt eine im Auftrag der KfW durchgeführte Studie ([https://secure.adnxs.com/clktrb?id=764114&gdpr=1&gdpr_consent=0&cachebuster=\\${CACHEBUSTER}&t=2](https://secure.adnxs.com/clktrb?id=764114&gdpr=1&gdpr_consent=0&cachebuster=${CACHEBUSTER}&t=2)) nahe. Diese zeigt, dass Mittelständler mit Digitalisierungs- und Innovationsaktivitäten ihren Umsatz und ihre Mitarbeiterzahl steigern konnten – insbesondere im Vergleich zu Unternehmen die weder Innovations- noch Digitalisierungsvorhaben durchgeführt haben.

Auch für Fickenschers Backhaus haben sich die Investitionen ausgezahlt: Das Unternehmen ist gut durch die Corona-Krise gekommen und behauptet sich an neun Standorten erfolgreich gegen Backstationen und Billigketten. Für den Nachwuchs attraktiver zu werden war für Fickenscher allerdings nur ein Grund, in Technologie zu investieren. „Wir wollten auch zurück zum traditionellen Genusshandwerk“, betont der 49-Jährige, der nach seiner Bäcker- und Konditormeisterprüfung BWL studiert hat.

Mehr Langsamkeit, weniger Chemie

Deshalb startete Fickenscher seine Innovationsoffensive mit einem ganz analogen Medium: den alten Rezeptbüchern. Als er diese studiert, fällt ihm auf, dass die Generationen vor ihm viel mehr von einer ganz speziellen Zutat verwendeten – Zeit. Sauerteig zum Beispiel stellten die Urgroßväter her, indem sie über einen ganzen Tag hinweg immer wieder Mehl und Wasser mischten, bis sich im Teig die nötigen Bakterien bildeten.

Zeit, die vielen Bäckerinnen und Bäckern heute fehlt. Daher wird der Sauerteig meist entweder mit industriell hergestellter Hefe angesetzt oder schon fertig gefriergetrocknet angeliefert. Fickenscher beschließt, zum alten Verfahren zurückzukehren und investiert in spezielle Behälter, in denen Wasser und Mehl zu bestimmten Zeiten automatisch gemischt werden. Das verbessert nicht nur den Geschmack, sondern ist auch natürlicher, da keine Zusatzstoffe zum Konservieren notwendig sind.

Neue Technologie mit der KfW finanzieren

Die Rückbesinnung auf das Natürliche mithilfe von neuen Technologien hat allerdings ihren Preis. Allein die automatischen Reifekammern kosten etwa 800.000 Euro. Fickenscher nutzte zur Finanzierung einen Kredit der KfW.

Für Projekte mit einem klaren Digitalisierungs- oder Innovationsfokus bietet die KfW seit einigen Jahren ein spezifisches Darlehen zu besonders guten Konditionen an. Dieses lässt sich zum Beispiel nutzen, um die Einführung digitaler Vertriebskanäle zu finanzieren, in den 3-D-Druck einzusteigen oder die Cybersicherheit zu verbessern. Der „ERP-Digitalisierungs- und Innovationskredit“ ([https://secure.adnxs.com/clktrb?id=764115&gdpr=1&gdpr_consent=0&cachebuster=\\${CACHEBUSTER}&t=2](https://secure.adnxs.com/clktrb?id=764115&gdpr=1&gdpr_consent=0&cachebuster=${CACHEBUSTER}&t=2)) richtet sich sowohl

an Mittelständler als auch an Freiberuflerinnen und Freiberufler sowie

Einzelunternehmerinnen und Einzelunternehmer. Kreditsummen zwischen 25.000 und 25 Millionen Euro sind möglich. Beantragt wird das Darlehen über einen Finanzierungspartner vor Ort wie zum Beispiel die Hausbank. Der entsprechende Antrag lässt sich sogar digital vorbereiten: Auf der Seite des KfW-Förderassistenten ([https://secure.adnxs.com/clktrb?id=764116&gdpr=1&gdpr_consent=0&cachebuster=\\${CACHEBUSTER}&t=2](https://secure.adnxs.com/clktrb?id=764116&gdpr=1&gdpr_consent=0&cachebuster=${CACHEBUSTER}&t=2)) sind alle relevanten Dokumente verfügbar.

To-do-Liste auf dem Tablet

Bäckermeister Fickenscher hat mittlerweile nahezu alle Aspekte seines Geschäfts digitalisiert. Papier ist fast überall verschwunden, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzen Tablets. Rohstoffe werden automatisch nachbestellt, wenn der Vorrat zur Neige geht. So viel Digitales war manchem Mitarbeitenden zu viel, gibt Geschäftsführer Fickenscher zu. „Der Knackpunkt ist oft die Schnittstelle Mensch.“ Um Berührungsängste abzubauen, hat der Bäcker ein einfaches Rezept gefunden. „Möglichst nicht mit den großen Sachen anfangen, sondern mit den Problemen der Mitarbeiter.“

Ein Schmerzpunkt war lange Zeit der Schichtübergang. Wenn morgens die neue Mannschaft in die Backstube kam, gab es oft Murren, weil andere Teammitglieder das Licht angelassen hatten oder eine Kühltür offen stand. Fickenscher findet eine einfache Lösung: Auf den Tablets der Mitarbeitenden erscheint am Ende der Schicht eine kleine Checkliste mit allen To-Dos. So bleibt nichts unerledigt. Diese simple digitale Lösung entfesselte einen wahren Ideensturm. „Die Mitarbeiter überschütteten mich mit Sachen, die sie nerven“, berichtet Fickenscher. Schritt für Schritt versucht er, die Baustellen mit digitalen Lösungen zu beseitigen.

Ein Opfer ist das Faxgerät. Bis vor einiger Zeit war dieses noch im Einsatz, um Kundenbestellungen aus einem Laden in die Produktion zu übermitteln. „Aber Krümel sind der Feind des Faxgeräts“, lacht Fickenscher. Deshalb riefen die Mitarbeitenden in der Vergangenheit im Schnitt fünfmal am Tag in der Backstube an, um nachzufragen, ob die Order auch angekommen sei. Fickenschers erster Reflex ist, den Ablauf radikal zu digitalisieren, also alles per Tablet abzuwickeln. Doch dann müsste das Ladenpersonal während des Kundengesprächs gleichzeitig tippen – gerade für ältere Kräfte keine leichte Übung.

Analog plus digital – die Mischung macht`s

Deshalb entscheidet sich Fickenscher für eine Analog-digitale-Mischung: Die Mitarbeitenden können die Bestellung weiter auf einen Zettel schreiben und diesen dann mit dem Tablet fotografieren. „Man muss immer schauen, was dem Mitarbeiter wirklich nutzt“, betont Fickenscher.

Aktuell hat der Digitalpionier unter den deutschen Bäckern ein besonders ambitioniertes Projekt gestartet: Künstliche Intelligenz (KI) soll künftig in die Backstube einziehen und bei der Produktionsplanung helfen. Diese läuft bisher überwiegend aus dem Bauch heraus ab: Das Personal im Laden schaut sich am Ende der Woche an, wie viele Brötchen und Rosinenschnecken über die Theke gegangen sind, und schätzt daraus die Nachfrage für die kommenden Tage. Diese Daumenpeilung ist recht gut, doch eine KI kann es unter Umständen besser.

Denn sie schaut sich nicht nur die Verkäufe der vergangenen Jahre an, sondern bezieht in ihre Prognose zum Beispiel auch das Wetter oder nahende Feiertage mit ein. Eine Doktorandin der Universität Hohenheim testet in Fickenschers Backhaus gerade einen Algorithmus, der den Absatz vorhersagt. Der Geschäftsführer ist begeistert über die neuen Möglichkeiten, die er auch in einer Folge des KfW-Podcasts Zukunft:digital

([https://secure.adnxs.com/clktrb?](https://secure.adnxs.com/clktrb?id=764117&gdpr=1&gdpr_consent=0&cachebuster=${CACHEBUSTER}&t=2)

[id=764117&gdpr=1&gdpr_consent=0&cachebuster=\\${CACHEBUSTER}&t=2](https://secure.adnxs.com/clktrb?id=764117&gdpr=1&gdpr_consent=0&cachebuster=${CACHEBUSTER}&t=2)) zum Thema macht.

Über seinen Ansatz sagt er: „Das würde auch die Nachhaltigkeit erhöhen, weil weniger Überproduktion entsteht.“



KfW

Die KfW fördert die Transformation der Wirtschaft zu mehr Nachhaltigkeit – egal, ob Sie die Energieeffizienz steigern, in Innovationen investieren oder gründen möchten.

[MEHR ERFAHREN](#)

WELT | BRAND STORY

Was ist eine Brand Story?

Die WELT als ePaper: Die vollständige Ausgabe steht Ihnen bereits am Vorabend zur Verfügung – so sind Sie immer hochaktuell informiert. Weitere Informationen: <http://epaper.welt.de>

Der Kurz-Link dieses Artikels lautet: <https://www.welt.de/234215314>