

Steinmetz: Auferstanden aus Ruinen

Das mit den "Ruinen" sollte man nicht so wörtlich nehmen, aber das, was da gerade in Hamburg passiert, ist schon eine ziemlich gute "Performance" wie man in neudeutsch so schön sagt. Akteure sind zwei Hamburger, die in der Branche nicht ganz unbekannt sind, Tobias Steinmetz als "der" Familie Steinmetz und Klaus-Peter Wesseling, vor x Jahren erfolgreicher CEO des Backring Nord in Hamburg.



Steinmetz-Mehl, Steinmetz-Brot - jeder, der sich je mit der Backbranche und ihren Marken beschäftigt hat, kennt den Namen Steinmetz, meist im Zusammenhang mit dem Begriff "gewaschenes Getreide". Das wiederum geht auf Stefan Steinmetz zurück, der Ende des 19. Jahrhunderts ein Verfahren zum Patent

anmeldete, nach dem mit Wasser und mechanischen Mitteln die äußeren Randschichten des Getreides und damit ein Großteil der unerwünschten und meist menschen- oder umweltbedingten Belastungen entfernt werden. Lange bevor "Bio" und "free-from" erfunden waren, galt das als Inbegriff von Health & Wellness, nur hieß das damals Reformkost oder so. Industrielle wie handwerkliche Bäcker, die sich mit Gesundheitsbewusstsein vom Durchschnitt unterscheiden wollten, buken Steinmetz-Brot.

Als dann die Ökos mit Demeter und Bioland-Zertifikate in den 70er und 80er Jahren neue Glaubensbekenntnisse und Maßstäbe setzten, begann das Imperium zu bröckeln. Die Industrie wog die Kosten der zusätzlichen Regalplatzierung gegen die Umsätze ab und ließ das Steinmetz-Sortiment auslaufen. Gleichzeitig fehlte es an Argumentation, Handwerker, die mehr damit beschäftigt waren, ihre Filialnetze aufzubauen, davon zu überzeugen, Steinmetz-Brote ins ihre Regale zu legen. Noch eine Mehlsorte in der Produktion, die es zu verwalten und verarbeiten gibt, noch eine Schulungseinheit für die Verkäuferinnen - "wer gesund leben will, der kann ja gleich nach drüben (in den Bioläden) gehen."

Nun sind sie wieder da, die Idee und das Steinmetz-Mehl und die daraus gebackenen Brote. Verkauft werden die Backwaren allerdings vorwiegend an den Handel, der sie in seinen Bake-Off-Stationen aufbackt und mit Traditions- und Gesundheitsappeal vermarktet. Den Händlern kommt die Spezialität gerade recht, um im Kampf um den Backwarenkunden ihre Professionalität und die Besonderheit ihres Sortimentes in den Vordergrund zu stellen. Gebacken wird die Ware unter Kontrolle von Steinmetz in ausgesuchten Bäckereien.

Tobias Steinmetz und Klaus-Peter Wesseling haben vor vier Jahren in Hamburg ihr Unternehmen gegründet, um Produkte aus Steinmetz-Mehl herzustellen und zu vermarkten. Zwei Schienen werden bedient, a) Traditionsbrote wie Grahambrot, Kraftbrot etc. nach Originalrezepten von 1982 und b) unter "Steinmetz pur" moderne Produkte wie Baguettes. Beides wurde für das Finish in der Backstation entwickelt und mit Begriffen wie "Transparenz", "Mehl aus der Region" und "frei von" beworben. Derzeit erweitern die beiden ihr Sortiment Nudeln, Frühstückskexen und vieles mehr - natürlich in "Steinmetz-Qualität".

Auch das Mehlgeschäft kommt neuerdings wieder in Schwung. Einerseits sind es Luxushotels und Fluglinien aus dem arabischen Raum, die ihre Backwaren mit dem besonderen Mehl aus Hamburg herstellen, andererseits transportieren Bäcker in Japan und Südkorea mit dem Steinmetz-Logo ein Qualitätsversprechen, das der Vorstellung der dortigen Konsumenten von "deutscher Backkultur" entspricht. Alles in allem eine gelungene Wiederauferstehung der traditionsreichen Marke.