

# Brot-Botschaften

Bei Preissenkungen schwimmt die Großbäckerei aus Gütersloh derzeit gegen den Strom. Sie will die **Preise** stabil halten und damit kalkulierbar machen.

Text: **Ulrike Pütthoff**

**>>** Mestemacher soll Kultmarke werden, plant Prof. Dr. Ulrike Detmers. Der Name habe das Potenzial dafür, sagt die Gesellschafterin und Mitglied der Geschäftsführer der Gütersloher Großbäckerei. Die Brotspezialitäten können sich dann in einer Reihe mit Bionade, Coca-Cola, Maggi usw. wiederfinden. Die Botschaften von Mestemacher seien ebenso glaubwürdig und authentisch wie die genannten Labels. „Wir als Unternehmen kommunizieren unsere Mission“, sagt Detmers. So brächten die Gütersloher einerseits gesunde und zur Bevorratung geeignete Produkte „unters Volk“.

Andererseits ist mit einer Kultmarke ein gewisses Engagement eng verbunden. Für den Marktführer im Nischensegment Brotspezialitäten und insbesondere für die Hochschul-Professorin Detmers ist dies die Vereinbarkeit von Familie und Beruf. Dafür sitzt das Unternehmen nicht unerhebliche finanzielle Mittel frei, etwas für Events wie Kita-Preis, der Managerin sowie des Spitzenvaters des Jahres oder Kunst auf Dosen.

Derzeit baut das Familienunternehmen auch eine Online-Cumunity auf. Über die virtuelle Gemeinschaft sollen die User der Mestemacher-Internetseite noch enger vernetzt werden. Vom Basisjahr 2000 bis zum Berichtsjahr 2008 konnte die Besucherzahl im Netz um 10.8000 Prozent gesteigert werden. Täglich informieren sich bis zu 500 Personen auf der Internetseite. Über Printmedien, TV- und Radio-Werbung wurden 2008 rd. 190 Mio. Verbraucher erreicht.

Unter anderem konnte das Familienunternehmen deshalb in den vergangenen acht Jahren seinen gesamten Umsatz um 217 Prozent, zuletzt um 7,4 Prozent auf 111 Mio. Euro erhöht. Der Preissteigerungen wurden Anfang 2008 weitergegeben, konnten aber nach der Entspannung zum Beispiel am Roggenmarkt nicht rückgängig gemacht werden, weil Personal-, Energie-, Fracht- und andere Kosten in die Höhe schnellten, erklärt

## Macht-Mit-Aktion

Mit guten Beispielen für eingespielte „Papa und ich“-Teams haben Mestemacher und der Deutsche Kinderschutzbund die Macht-Mit-Aktion ins Leben gerufen. Kids sollen von März bis Ende August selbstgemalte Bilder einschicken. Die 50 einfallreichsten Projekte gehen dann auf eine Wanderausstellung und werden anschließend zu Gunsten des Kinderschutzbundes versteigert. Parallel zur Aktion schmücken in diesem Jahr Kindermalereien die Kunst-Brot Dosen „Panem et Artes“. Von jeder verkauften Dose aus dieser Edition gehen ebenfalls 5 Cent an den Kinderschutzbund.



Foto: Mestemacher

**BROT- UND IDEEN-GEBER:** v.l. Albert Detmers, geschäftsführender Gesellschafter, Prof. Dr. Ulrike Detmers, Mitgesellschafterin und Mitglied der Geschäftsführung, Leitung Zentrales Markenmanagement und Social Marketing, sowie Fritz Detmers, ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter.

**„Überall wo es die Bild gibt, da gibt es auch Mestemacher-Brot.“**

Fritz Detmers

Albert Detmers, geschäftsführender Gesellschafter der Mestemacher GmbH. Für dieses Jahr hofft er, die Preise stabilisieren zu können. Positiv hat sich auch die Tochter Aerzener Brot und Kuchen GmbH entwickelt. Neben Brot im Preiseinstieg wurde die Kuchenrange ausgeweitet und modernisiert.

Obwohl der Firmenchef auf Grund der schwierigen Wirtschaftslage im In- und Ausland nicht mit weiteren Zuwächsen rechnet, blicke er weiterhin zuversichtlich in die Zukunft. Sorgen bereitet ihm allerdings die Entwicklung auf den Auslandsmärkten. Der Großbäcker ist in 80 Ländern aktiv. „Wo die Bild-Zeitung ist, ist auch Mestemacher“, erklärt dazu sein Bruder Fritz Detmers, ebenfalls geschäftsführender Gesellschafter.

Die Exporte nahmen 2008 zwar um 6 Prozent zu und machen heute 18 Prozent vom Gesamtumsatz aus. Doch nicht zuletzt bereiten die Devisenmärkte Schwierigkeiten. Mestemacher-Produkte seien zwar im Ausland beliebt, aber ihre Verkaufspreise lägen deutlich über den Preisen der nationaler Backwaren. Die ausländischen Partner hätten bereits um Reduzierung gebeten – eine Bitte, der Mestemacher nicht nachkommen kann, weil die Situation unüberschaubar und das Risiko einfach zu hoch sei.