



Hohe Investitionen, zeitgemäße Produkte und eine moderne Unternehmensführung sichern den Erfolg der Mestemacher Gruppe

Die Westfalen sind ein besonderer Menschenschlag, authentisch und beständig. So lassen sich auch die schmackhaften Brotkreationen erklären, die bei der Großbäckerei MESTEMACHER im nordrhein-westfälischen Gütersloh Tag für Tag aus den Backöfen geholt werden. Sie sind natürlich wegen ihrer ausgezeichneten und bekömmlichen Zutaten und beständig wegen ihrer langen Haltbarkeit. Allen voran steht der Pumpernickel, eine typisch westfälische Spezialität, die viel mit dem Aufstieg der Firma zu tun hat.

Begonnen hat die Unternehmensgeschichte im Jahr 1871, als der Schuhmacher *Johann Heinrich Mestemacher* seinem Sohn und Bäckermeister *Wilhelm* einen eigenen, kleinen Betrieb einrichtete. Durch die wachsende Industrialisierung strömten immer mehr Menschen in die

Gut gerüstet für den Weg in die Zukunft

Städte. Gearbeitet wurde nicht mehr am Lebensmittelpunkt der Familie, plötzlich benötigten die Leute Lebensmittel, die sie nicht mehr selbst herstellen konnten, dazu zählte auch das tägliche Brot. Als es Ende jenes Jahrhunderts möglich wurde, Brote tafelfertig geschnitten zu verpacken und durch Pasteurisation haltbar zu machen, konnte dieses wichtige Grundnahrungsmittel auch über weite Strecken transportiert und versendet werden.

Wilhelm Mestemacher konzentrierte sein Geschäft auf das Backen von Pumpernickel und verschickte seine Spezialität ins ganze Land, aber auch zu den niederländischen und englischen

Nachbarn. Denn diese Delikatesse war damals schon über die Grenzen Westfalens hinaus bekannt und besonders beliebt bei wohlhabenden Familien in städtischen Haushalten.

Eine weitere Käufergruppe waren die Anhänger der Lebensreformbewegung, die Ende des 19. Jahrhunderts die negativen Folgen der Industrialisierung auf den Menschen kritisierte und zur Rückkehr zu natürlichen Lebensweisen aufrief. Dazu gehörte auch die vollwertige Kost. So machte sich MESTEMACHER mit seinen Kreationen im Laufe der Zeit einen hervorragenden Namen sowohl in Deutschland als auch international. Im zweiten

Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts gelang der Sprung nach Übersee, und der schwarze, fertig geschnittene Pumpernickel kam in die USA. Durch ihre Lagerfähigkeit von mindestens einem halben Jahr konnten die Brote auch dort frisch und bekömmlich in die Geschäfte gebracht werden. Schon damals hat das Unternehmen den für seine Produkte benötigten Roggen in einer eigenen Mühle gemahlen.

Der Familienbetrieb, den die unterschiedlichen Inhaber mit viel Geschick und unternehmerischem Talent durch die Wirren der Zeit steuerten, lag zumeist in den Händen von weiblichen Mitgliedern der Familie *Mestemacher* - zuletzt bei der Enkelin des Firmengründers, *Lore Schittenhelm*, geborene *Mestemacher*, und deren Ehemann *Willy Schittenhelm*. Ihnen gelang es nach dem Krieg in den Zeiten des Wirtschaftswunders, ihrem Pumpernickel in einer neuen, runden Form als *Cocktailnickel* neuen Schwung zu geben und die Mitarbeiterzahl des Betriebes auf 120 zu steigern.

Der Jahresumsatz stieg auf 145 Millionen Euro

Weil sich in der Familie *Mestemacher* aber kein Nachfolger für die Unternehmensführung fand, entschlossen sich die beiden nach Ende ihres Berufslebens, die Firma zu verkaufen. So kreuzte sich ihr Weg mit dem der Bäckerfamilie *Detmers*, die seit 1985 die Geschicke von MESTEMACHER steuert. Und dies mit großem Erfolg. Von der Übernahme des Betriebes bis heute ist der Umsatz von 3,2 Millionen auf jährlich rund 145 Millionen Euro in die Höhe geschwollen, Tendenz steigend.

An der Spitze des Managements stehen *Prof. Dr. Ulrike Detmers*, ihr Mann *Albert Detmers*, sein Bruder *Fritz Detmers* und dessen Frau *Helma*. „Das erfolgreiche Markenprofil von heute ist das Ergebnis der Konzentration auf die eindeutig definierte Kernkompetenz des Vollkorn- und Pumpernickelspezialisten, die in der Geschichte des Unternehmens gepflegt und behutsam weiterentwickelt wurde“, erklärt *Prof. Dr. Ulrike Detmers*, die bei MESTEMACHER



MESTEMACHER das gesamte Marketing leitet. „Für den aktuellen Markterfolg ist es von zentraler Bedeutung, unternehmerische Verhaltensweisen und Marken-Botschaften in Einklang zu bringen und über die Produkte hinaus in allen Kanälen zu kommunizieren. Das Markenprofil, das Produktprofil und das Moralprofil sind eng miteinander verknüpft und ergeben gemeinsam das Bild des Unternehmens und der Marke *Mestemacher*.“ Seit Jahren schon ist das Gütersloher Unternehmen für sein ausgeprägtes *Social Marketing* bekannt, das für *Prof. Dr. Ulrike Detmers* ein besonderes Anliegen ist. Bereits 1994 hat MESTEMACHER unter dem Motto *Kunst muss nicht brotlos sein* die Aktion *Panem et Artes* aus der Taufe gehoben, mit der die finanzielle Lage geförderter Künstler verbessert wird. Geschnittenes, rundgebackenes Vollkornbrot mit Sonnenblumenkernen wird in 500 Gramm-Weißblechdosen gefüllt, die mit moderner Kunst bedruckt sind. Die Brotdosen werden heiß versiegelt. So wird ihr kostbarer Inhalt haltbar gemacht.

Vier der zehn Führungsstellen sind von Frauen besetzt

Fast jedes Jahr wird für *Panem et Artes* ein neues Exponat

ausgewählt, das die Brotdosen ziert, die in aller Welt in den Brotdosen der Supermärkte stehen. Die Künstlerin oder der Künstler erhält von jeder verkauften Dose eine - wie *Ulrike Detmers* es ausdrückt - interessante Lizenzgebühr. Zugleich steigern die bebilderten Dosen den Bekanntheitsgrad der Künstler. „Ausgesucht werden die Exponate in erster Linie nach den Kriterien Anziehungskraft und Flair“, erläutert *Ulrike Detmers*, „unabdingbare Voraussetzungen für Verbraucherinteresse und Kaufbereitschaft.“

Mit dieser kreativen Brotverpackung setzt MESTEMACHER in den Regalen des Handels außergewöhnliche Akzente. „Wo sonst gibt es echte Kunst im Supermarkt“, fragt *Ulrike Detmers* rhetorisch und liefert die Antwort gleich mit: „Mit *Panem et Artes* bieten wir dem Lebensmittelhandel die Chance, sich mit einem wirklich innovativen und individuellen Produkt zu profilieren.“

Den Konsumenten bieten die Dosen außer dem wohlschmeckenden und gesunden Inhalt einen weiteren Mehrwert: Wenn sie leer sind, eignen sie sich bestens als dekorative Behälter für die unterschiedlichsten Gegenstände im Haushalt.

Die 59jährige Professorin für Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Personalmanagement und Organisationsmanagement im Fachbereich Wirtschaft und Gesundheit an der Fachhochschule Bielefeld ist eine starke Verfechterin für die Gleichstellung von Frau und Mann in Beruf und Familie. Dabei geht sie als Unternehmerin mit gutem Beispiel voran. Vier von zehn Führungsstellen im oberen und obersten Management bei MESTEMACHER sind von Frauen besetzt. Das polnische Tochterunternehmen *BENUS Spółka z.o.o.* in Poznan wird sogar von einer Frau geleitet.

„Doch noch immer“, betont *Ulrike Detmers*, „gibt es in den Unternehmensleitungen zu wenig weibliche Führungskräfte. Zu viele Entscheidungsträger haben ein Frauenbild aus längst vergangenen Zeiten, das nur wenig zu tun hat mit der Realität.“ Deshalb ist die Managerin Initiatorin einiger Aktionen zugunsten der Gleichstellung der Geschlechter in der Arbeitswelt. So hat sie 2002 den *Mestemacher Preis Managerin des Jahres* ins Leben gerufen. Ziel der Auszeichnung ist es, in der männerdominierten Welt der Wirtschaft kompetente Fachfrauen



als Leitbilder für den weiblichen Führungskräfte-Nachwuchs herauszustellen. In diesem Jahr erhielt *Martina Koederitz*, General Manager IBM Deutschland, Österreich, Schweiz den Preis - eine wertvolle Skulptur *Oeconomia* aus Sterlingsilber, besetzt mit Diamanten und Edelsteinen, sowie 5.000 Euro für soziale Zwecke. Eine weitere Auszeichnung des Hauses MESTEMACHER ist der Preis *Spitzenvater des Jahres*. Ihn können Väter erhalten, die sich vorbildlich um ihre Familien kümmern, während die Mütter an ihrer beruflichen Karriere feilen können. „Unser Ziel ist es, Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu fördern“, erklärt *Ulrike Detmers* die gesellschaftlichen Initiativen des Unternehmens. „Auf diese Weise geben wir von unserem wirtschaftlichen Erfolg einiges an die Gesellschaft zurück. Für mich als Initiatorin gleichstellungsorientierter Projekte gehört dies seit jeher zu verantwortungsvollem unternehmerischen Handeln.“

Die Brot-Kreationen werden in mehr als 90 Länder exportiert

Mehr als 50 Brotspezialitäten bringt das Gütersloher Unternehmen mittlerweile in die

Regale des Handels. Das sind SB-verpackte Brotsorten wie Pumpnickel, Vollkorn-Kreationen, Bio-Brote und internationale Brot-Variationen. Der Exportanteil liegt bei rund 24 Prozent. Mittlerweile sind die Kreationen des Gütersloher Unternehmens in mehr als 90 Ländern dieser Erde zu haben. Ein Exportschlager sind Bio-Vollkornbrote, die sich besonders in den USA großer Gunst erfreuen.

Auch der Pumpnickel, diese typische, westfälische Spezialität, ist dort stark gefragt. Inzwischen hat sich MESTEMACHER im Ausland einen großen Namen als Botschafter für deutsches Brot erworben. „Selbst in Texas“, schreibt ein Austauschschüler begeistert in die Heimat, „habe ich deutsches Brot von MESTEMACHER gefunden. Das hat meine Gastfamilie dann immer wieder gekauft, weil es so herzlich ist.“ Und so steigt der Absatz von Broten der Marke *Mestemacher* Schritt für Schritt an. Im Bereich lang haltbarer Vollkornbrote und Pumpnickel ist MESTEMACHER die klare Nummer eins auf der Welt. Haltbar sind die Brote deshalb so lange, weil sie in verpacktem Zustand schonend pasteurisiert werden. Das heißt, sie werden bei niedrigen

Temperaturen erhitzt und auf diese Weise keimfrei gemacht. So bleiben sie ungeöffnet mindestens sechs Monate lang genussfrisch.

Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen Monat für Monat mehr als 13 Millionen Brotpackungen zum Verkauf im SB-Regal hergestellt. Dafür haben die Bäcker in Gütersloh alle vier Wochen über 2.000 Tonnen Getreide, hauptsächlich Roggen, verarbeitet.

Mit gemischten Gefühlen blickt man bei MESTEMACHER auf die künftige Versorgung mit Brot-Roggen. Denn die Anbauflächen für diesen Rohstoff sind um rund 20 Prozent gegenüber anderen Getreidearten zurückgegangen. Sorge bereitet vor allem, das möglicherweise das Roggenangebot aus der Region weiter sinken könnte. Die Großbäckerei benötigt für ihre Spezialitäten einen Roggen, der ganz spezifische Anforderungen für das Backen erfüllen muss.

Das von ausgesuchten Lieferanten stammende Getreide muss bei MESTEMACHER strengen Kontrollen standhalten, um in den Produktionskreislauf zu gelangen. Zudem wird bei allen

Arbeitsabläufen ständig auf die Einhaltung von Qualitätsnormen hinsichtlich Produktsicherheit und Geschmack geprüft.

Aus dem Rohstoff Getreide werden bei MESTEMACHER allein im Bio-Bereich zehn Varianten kreiert - vom *Bio Family Brotkörbchen* bis zum *Bio Hafer + Goldleinsaat Toastbrötchen*. Ganz neu sind ein *Bio Amaranth + Quinoa-Brot*, ein *Bio Haferbrot* und ein *Bio Goldleinsamen + Chiabrot*. Fabelhafte Kreationen bietet MESTEMACHER auch im Bereich Fitness-Brot an. Auch da wartet das Unternehmen mit drei Neuheiten auf, dem *Veggie-Vollkorn*, dem *Eiweißbrot mit Karotten* und dem *Eiweißbrot mit Walnüssen*. Selbst Gourmet-Brote sind im Programm wie *Gourmet Pumpnickel*, *Gourmet Vollkorn Classic*, *Multi Saatenbrot* sowie *Mandel + Vollkorn*. Und weil die Welt zusammenwächst, bieten die Gütersloher ebenfalls Ethnic-Food-Brotsorten an wie die türkischen Pita-Brote *Pita Weizen* oder *Pita Sonnenblumen*, die mit unterschiedlichen Kompositionen gefüllt werden können, oder *Naan Brot Klassisch Weizen* und *Naan Brot mit Knoblauch und Koriander*, bei denen es sich um indischen Rezepturen handelt.

Neuer Schwerpunkt sind kleine Verpackungseinheiten

Mestemacher - the Lifestylebakery nennt sich das Unternehmen selbstbewusst. Und dies mit gutem Grund. Denn die Westfalen glänzen immer wieder mit interessanten und vor allem schmackhaften Innovationen. Sie waren übrigens die ersten, die verpackte und durch Pasteurisation natürlich haltbare Bio-Brote in den Handel geliefert haben. Ganz neu setzt MESTEMACHER den Schwerpunkt auf kleinere Verpackungseinheiten. Damit wird der demographischen Entwicklung Rechnung getragen. Die Bevölkerung wird älter, die Zahl der Singles wächst, die Mehr-Personen-Haushalte werden seltener. Deshalb hat MESTEMACHER eine ganze Serie von kleineren Brotformaten in 250g oder 300g Packungen mit jeweils fünf Scheiben aufgelegt, die bei Handel und Verbrauchern auf positive Resonanz stoßen. Damit wirken die Gütersloher auch der Verschwendung von Lebensmitteln wie dem Wegwerfen von Brot entgegen. Denn kleinere Einheiten werden rasch verzehrt, liegen zu Hause also nicht lange und können somit nicht verderben.

Auch bei der Energieversorgung stellt sich MESTEMACHER als in die Zukunft blickendes Unternehmen dar. Durch die Umstellung auf ein hocheffizientes Gasmotoren-Blockheizkraftwerk werden der Umwelt rund 1.700 Tonnen CO2 pro Jahr erspart. Das gleiche gilt für den Standort im niedersächsischen Aerzen, wo jetzt ebenfalls ein solches Kraftwerk in Betrieb ist. Die beiden neuen Energieanlagen versorgen die Betriebe in Aerzen und Gütersloh vollständig und durchgehend mit Dampf, Strom, Warmwasser und Klimatisierungskälte sowie heißem Thermo-Öl zum Backen und tragen so neben den positiven wirtschaftlichen Effekten zu einer Verbesserung der Produkt- und Produktionsqualität bei.

Kernsortiment von Aerzener sind Tiefkühl-Kuchen

Das Tochterunternehmen, die AERZENER BROT UND KUCHEN GmbH, trägt nicht unwesentlich zum Erfolg der MESTEMA-

CHER Gruppe bei. Die Firma, die nach ihrem Produktionsstandort im südwestlichen Niedersachsen an der Grenze zu Nordrhein-Westfalen benannt ist, bringt vornehmlich das Kernsortiment Tiefkühl-Kuchen und -Brot für den Bereich Preiseinstieg national und international in den Handel. Hauptabsatzgebiet ist Deutschland. Hergestellt werden vor allem Plattenkuchen, die über den Lebensmittelhandel vertrieben werden. Das Sortiment umfasst mehr als 30 TK-Kuchensorten für die klassischen Tiefkühltruhen sowie die Hausbäckereien des LEH.

Ganz aktuell bringt das Unternehmen in seinem Paradebereich, den TK-Plattenkuchen, drei Neuheiten in den Handel: *Gedeckter Kirschkuchen*, *Gedeckter Apfelkuchen* und *Kirsch Mohn Eierschnecke*. Zudem hat AERZENER für *Brownies*, *Kirsch-Schokokuchen* sowie die erwähnten Neuheiten *Gedeckter Apfelkuchen* und *Gedeckter Kirschkuchen vom Vegetarierbund* das Zertifikat V-Label mit der Kategorie vegetarisch erhalten. Seit zwei Jahren wird ferner mit handwerklichen *Bio-Knusperscheiben* ein völlig neues Sortiment aufgebaut, das sich nach Angaben von *Ulrike Detmers* bis heute sehr gut entwickelt hat. Mit dem Lizenzerwerb der Dachmarke *natureen* ist AERZENER übrigens auch im Segment der Low-Calorie-Produkte sehr aktiv, ein Bereich, der wegen des steigenden Gesundheitsbewusstseins bei der Ernährung innerhalb der Bevölkerung stark wächst.

Wenig Zeit zum Kochen und steigende Haushaltseinkommen fördern immer stärker den Verzehr von Tiefkühlkost. Wachstumstreiber für die Kreationen aus dem Hause AERZENER ist unter anderem die zunehmende Schließung kleiner Konditoreien. Immer mehr Handwerksbetriebe werden aufgegeben, weil es an Nachwuchs fehlt. AERZENER ist in der Lage, diese Lücke mit seinen Tiefkühl-Kuchen nach Konditorenart zu schließen. In den Hauskonditoreien des Handels zum Beispiel kann das Personal die TK-Kuchen entsprechend der Nachfrage den Packungen zum Auftauen entnehmen und in hausgerechtem Umfang dann an die Kunden verkaufen. Auch

in sein Tochterunternehmen AERZENER investiert MESTEMACHER viel Geld, um die Produktivität und die Wirtschaftlichkeit zu steigern. In die Technik zum Beispiel wurden 1,8 Millionen Euro für einen neuen Doppelstock-Ofen gesteckt, der den Wärmeverlust senkt.

Wie MESTEMACHER ist auch AERZENER ein Traditionsunternehmen. Es wurde 1882 vom Bäckermeister *Hermann Schweckendiek* gegründet. Besonders großen Aufschwung nahm der Betrieb nach dem Zweiten Weltkrieg, als die Menschen in der neuen Bundesrepublik wieder Geld verdienen und sich auch mal Backwaren leisten konnten. Später dann entdeckte die Familie, dass in der Sparte Tiefkühlkost enormes Wachstumspotenzial steckt und machte sich daran, ein Tiefkühl-Kuchen-Sortiment aufzubauen. Dann allerdings schlitterte die Firma in eine schwere Krise. Ein Großkunde ging verloren, dem Unternehmen drohte das Ende. Doch mit dem Verkauf des Betriebes an die MESTEMACHER Gruppe konnte das Aus abgewendet werden.

Neue Verwaltungszentrale am Unternehmenshauptsitz

Den Blick stets nach vorn richten, niemals stillstehen - dies ist Teil des Erfolgsmodells der Großbäckerei MESTEMACHER. Gegenwärtig ist die Geschäftsleitung dabei, am Hauptsitz in Gütersloh eine neue Verwaltungszentrale zu bauen. Richtfest war schon. Nach der Fertigstellung Anfang kommenden Jahres sollen dort - auf der gegenüberliegenden Seite der Produktionsstätte - die Bereiche Vertrieb und Export untergebracht werden. In insgesamt 30 Büros auf zwei Ebenen werden um die 30 Beschäftigte ihre Arbeitsplätze finden. Die Gesamtfläche des Gebäudes beträgt rund 800 Quadratmeter.

Bei der Planung hat die Unternehmerfamilie *Detmers* auf schlichte architektonische Strukturen gesetzt. „Wir haben uns Klarheit gewünscht mit einem zeitlosen und eleganten Erscheinungsbild zum Wohlfühlen für die Menschen, die dort tätig sind“, betont *Ulrike Detmers*.

Das Bürokonzept basiert auf einem quadratischen Grundriss. Die Büros und Besprechungsräume werden umlaufend an der Fassade angeordnet. In der Mitte des Gebäudes werden die Nebennutzungen zentriert. Eine großzügig dimensionierte, frei liegende Innenzone bietet viel Raum für die bürointerne Kommunikation. Die großformatigen Fassadenelemente, auch die großzügigen Verglasungen unterstreichen den monolithischen und hochwertigen Gebäudeeindruck. „Überhaupt“, so *Ulrike Detmers*, „spiegelt diese Gestaltungsweise die Verantwortungsethik als Unternehmerfamilie am besten wider.“ Die Großbäckerei propagiert die offene Kommunikation im eigenen Betrieb. „Rede- und Denkverbote bringen nichts“, versichert *Ulrike Detmers*, „das persönliche Gespräch in angenehmer Atmosphäre schafft am meisten Nutzen.“ Dazu soll das neue Verwaltungsgebäude mit seiner großzügigen Gestaltung beitragen.

Der Eingangsbereich des Neubaus soll großflächig mit einem Werk der in Deutschland geborenen Künstlerin *Shirin Donia* auf einer Wandtapete gestaltet werden. Das Bild zierte bereits eine Brot-Kunst-Sammlerdose *Panem et Artes* aus dem Hause MESTEMACHER.

Für das laufende Jahr erwartet die MESTEMACHER Gruppe - unter anderem wegen der Euro-Krise - nur eine leichte Umsatzsteigerung auf 146 Millionen Euro. Gleichwohl sieht sich das Unternehmen für die Zukunft bestens aufgestellt und erwartet weiterhin eine stabile wirtschaftliche Lage. Wohlfühl-Lebensmittel mit Mehrfachnutzen, wie sie die Großbäckerei produziert - da ist sich *Prof. Dr. Ulrike Detmers* sicher - genießen auch über das Jahr 2020 hinaus die Gunst der Konsumenten. Dafür sprechen unter anderem das wachsende Gesundheitsbewusstsein der älter werdenden Bevölkerung sowie die geplante Ernährungslehre und Gesundheitserziehung in den Bildungseinrichtungen. „Mit unseren Spezialitäten sind wir auf jeden Fall weiterhin erfolgreich positioniert“, betont die Managerin. „Dabei spielt die lange Haltbarkeit und Verzehrfrische unserer Produkte in ungeöffnetem Zustand eine wesentliche Rolle.“