Foto: Wolfgang Wotke

Die Marke Mestemacher steht für verpacktes, lange haltbares Brot. Hinter dem bekannten Namen steht mit Professor Ulrike Detmers eine interessante Persönlichkeit.

Ulrike Detmers

Formell ist sie Mitglied der Geschäftsführung, Gesellschafterin und zudem Leiterin des Ressorts Zentrales Markenmanagement und Social Marketing. Faktisch ist sie die Protagonistin bei Mestemacher: Ulrike Detmers.

Die Kauffrau prägt das Erscheinungsbild der Brotmarke seit vielen Jahren. „Der Meilenstein für unsere Markenentwicklung war das Vermarktungskonzept „Mestemacher – the lifestyle bakery" im Jahr 2000", sagt sie im Gespräch mit Lebensmittel Zeitung direkt. Eine vermeintlich banale Situation an der Fachhochschule Bielefeld hatte Detmers, die seit 1994 als Professorin für Betriebswirtschaftslehre tätig ist, auf eine wegweisende Idee gebracht: Als eine Studentin einmal beiläufig sagte, Pumpernickel und Vollkornbrot sei eher etwas für ihre Oma, beschloss die Unternehmerin spontan: Die Brotsorte muss jugendlicher und lebensfroher daherkommen.

Die Marke hat sie, wie es im Fachjargon heißt, emotional aufgeladen: Zufriedene, junge Verbraucher wurden als Testimonials auf der Packung abgebildet, Rezeptvorschläge aufgedruckt, nützlich-interessante Information dazu vermittelt. Dazu hat Detmers ein frisches Design entwickelt. Das Konzept war ein voller Erfolg: Die geänderte Zielgruppenansprache erweiterte den Kundenkreis, der Abverkauf stieg, innerhalb von fünf Jahren verdoppelte sich unter anderem wegen dieser und weiterer Maßnahmen der Umsatz. Solche Erfolge hatte sie viele, etwa die Initiative „Panem et Artes", bei der Zeichnungen von Künstlern auf Brotdosen abgebildet werden. Daneben engagiert sie sich als Mestemacher-Markenchefin auch in großem Stil für die Gleichstellung von Frau und Mann in der Gesellschaft. Initiativen wie der „Kita-Preis", der Preis „Spitzenvater des Jahres" oder die Herausgabe des „Frauenkalenders" hat sie aus der Taufe gehoben. Gleichwohl legt sie Wert auf die Unterscheidung zwischen Unternehmenstätigkeit und sozialem Engagement: Mestemacher sei Pionier bei der Gleichstellung der Geschlechter, aber die Marke wird dafür nicht instrumentalisiert. Beides würde die zweifache Mutter genauso auch unabhängig voneinander machen: „Die Kombination passt", sagt sie. Ulrike Detmers ist in zahlreichen Verbänden, Initiativen und Gremien aktiv. So fungiert sie unter anderem als Präsidentin des Verbandes Deutscher Großbäckereien, ist Mitglied im Außenwirtschaftsbeirat des Bundeswirtschaftsministeriums, stellvertretende Kuratoriumsvorsitzende der Welthungerhilfe und arbeitet in einer Expertenkommission der Bertelsmann-Stiftung für Arbeits- und Lebensperspektiven mit. Für ihr gesellschaftliches Engagement wurde sie 2008 von Bundespräsident Horst Köhler mit dem Verdienstorden der Bundesrepublik Deutschland ausgezeichnet.

Frank Bonin

Traditionsunternehmen Mestemacher

Wilhelm und Sofie Mestemacher gründen 1871 das Unternehmen Mestemacher. Als Spezialbrothersteller beliefert Mestemacher Anfang des 20. Jahrhunderts über den Hamburger Hafen sogar Schiffskantinen. Letzte Nachfahrin als geborene Mestemacher ist die Gründer-Enkelin Lore Schittenhelm, die 1985 mit ihrem Mann das Unternehmen an die Familie Detmers verkauft. Geführt wird die Mestemacher GmbH von Fritz, Albert und Ulrike Detmers sowie Kim Folmeg. Seit der Übernahme gibt es durchweg jährliche Umsatzzuwächse: Aus einem Kleinbetrieb mit umgerechnet 3,2 Millionen Euro Jahresumsatz wächst fortan ein mittelständisches Unternehmen mit 24 Prozent Exportanteil und voraussichtlich 136 Millionen Euro Umsatz 2014. Erfolgreichstes der rund 60 Produkte ist der westfälische Pumpernickel, gefolgt von Eiweißbrot, Fitnessbrot und internationalen Spezialitäten wie Naan-Brot, Pita oder Fladenbrot.

04-di06-14.indd 4 21.05.14 09:41