

# Reserveoffizier auf Brotmission

Stephan Moser

Mit einer mobilen Bäckerei der Schweizer Armee bringt Florian Domberger in und um Berlin Sauerteigbrot in «Brotwüsten». An einer Tagung der Vereinigung der Backbranche (VDB) stellte er sein Konzept vor. Auch ein Thema: Spannende Zahlen zum Schweizer Backwarenmarkt.

Florian Dombergers Backstube hat vier Räder und 55 Jahre auf dem Buckel: Der gelernte Speditionskaufmann und begeisterte Reserveoffizier der deutschen Bundeswehr kaufte vor einigen Jahren eine mobile Bäckerei der Schweizer Armee, die Mob BK Nummer 130, Jahrgang 1968. Im feldgrünen Anhänger ist eine komplette Backstube mit drei Öfen drin. Regelmässig fahren Domberger oder Angestellte seines «Domberger Brot-Werk» damit auf Dorfplätzen, Märkten oder Festivals in Berlin und Umgebung vor und backen und verkaufen vor Ort handwerklich hergestelltes Sauerteigbrot. Dombergers Mission: Gutes Brot dorthin bringen, wo es höchstens noch Industriebrot aus dem Supermarkt gibt. «Die mobile Bäckerei ist mein Brotwüstenexpeditionsfahrzeug», sagte Domberger an der VDB-Tagung vom 17. März in Horgen.

2016 eröffnete Domberger nach über 20 Jahren in der Logistikbranche in Berlin-Moabit seine erste Bäckerei. Das Backen hatte er in einem mehrmonatigen Praktikum gelernt. Inzwischen betreibt er zwei weitere kleine Bäckereien in Berlin, untergebracht in LKW-Wechselbrücken, die



«Die mobile Bäckerei lehrt einem Demut vor dem Sauerteig»: Florian Domberger.  
«La boulangerie mobile vous apprend l'humilité face au levain»: Florian Domberger.

Domberger «Brotbrücken» nennt. Ausserdem hat er eine zweite mobile Armeebäckerei gekauft. 33 Angestellte beschäftigt Domberger inzwischen. Wer eine Brotbrücke führen will, muss sich seine Sporen in der mobilen Feldbäckerei abverdienen. «Das ist noch analoges Backen», sagte Domberger. Wer in der engen Backstube alle Arbeitsschritte von A bis Z erledigen müsse, lerne effizient zu arbeiten und «in Demut vor dem Sauerteig Qualität abzuliefern».

Seine Angestellten bildet Domberger von Grund auf aus. Die Leute sollen bei ihm nicht nur das Backen lernen, sondern auch das Führen. Vom syrischen Flüchtling, der im Krieg eine Hand verloren hat, bis zur Akademikerin, die was Handfestes machen will – bei Domberger bekommen alle eine Chance. «Wir holen die Leute bei dem ab, was sie schon können.» Mit jeder durchlaufenen Ausbildungsstufe steigt der Stundenlohn. Fachkräftemangel kennt Domberger nicht.

### Vuailat hat 15 Sauerteigbrote im Sortiment

Sauerteig spielt auch eine wichtige Rolle bei der Bäckerei Vuailat. Zum zweiten Mal in Folge hat das Gastronomagazin Falstaff im letzten Jahr Vuailat zur beliebtesten Bäckerei in Zürich gekürt. Wieso, das weiss Geschäftsführer und Inhaber Martin Mayer selbst nicht so genau. Vielleicht liege es daran, dass er wohl eines der grössten Sauerteigsortimente (15 Sorten) der Schweiz habe, sagte der gelernte Bäcker. Sich in den Sauerteig verliebt hat sich Mayer bei einem mehrjährigen Aufenthalt in Neuseeland. 2016 übernahm er in der Schweiz die Bäckerei Vuailat und betreibt heute vier Filialen in Uster, Illnau und Zürich. Mit 52 Angestellten macht er einen Umsatz von 4,5 Millionen Franken pro Jahr.

Sich in einem kompetitiven Markt mit steigenden Kosten und immer kleineren Margen zu behaupten, sei nicht einfach, betonte Mayer. Gute Produkte aus nachhaltigen Rohstoffen und eine angemessene Entlohnung der Angestellten seien zentral. Bei Vuailat wird so viel wie möglich in Tagschichten produziert – den Angestellten zuliebe und weil es günstiger ist als Nachtschichten. Zudem zahlt Mayer seinen Leuten einen Teil des Fitnessabos. Mühe, seine Lehrstellen zu besetzen, hat Mayer nicht. Zentral ist für Mayer auch die Kommunikation nach dem Motto «Tue Gutes und sprich darüber.» So seien viele gewerbliche Bäcker erschrocken, als

#### PUBLIREPORTAGE

## Alpramo AG wächst und zieht an neuen Standort

**Am 1. März 2022 hat die auf Beratung und Lieferung von Maschinen und Anlagen für die Lebensmittelproduktion spezialisierte Alpramo AG ihre Geschäftstätigkeit aufgenommen. Per 1. April 2023 erfolgte der Umzug an die Wiesentalstrasse 22 in Oberuzwil/SG.**

Bei der Firmengründung vor gut einem Jahr hat sich Alpramo zum Ziel gesetzt, mit dem vorhandenen und breit abgestützten Know-how massgeschneiderte Kundenlösungen für gewerbliche

und industrielle Lebensmittelbetriebe anzubieten und umzusetzen.

Der Start ist geglückt – Bereits während des ersten Geschäftsjahres konnte das Unternehmen anspruchsvolle Projekte für Kunden im In- und Ausland realisieren und erfolgreich abschliessen.

Das Leistungsangebot von Alpramo ist vielfältig. Nebst verschiedensten Aufträgen in den Bereichen Anlagen-, Prozess- und Gebäudeplanung, konnten ausserdem kundenspezifischen Sonderanlagen entwickelt, hergestellt und in Betrieb genommen werden. Die sehr gute Auftragslage, sowie die Erweiterung des Angebotes in den Sparten technologische Produktionsbegleitung/Produktentwicklung und Service/Unterhalt erfordern nun den Umzug in grössere Räumlichkeiten an zentraler Lage.

Abb.: Käseschmieri-Aufbereitungsanlage, Standort: EU



«Als unabhängiger Berater und Dienstleister mit jahrzehntelanger Erfahrung und dem Sinn für innovative und effiziente Lösungen freuen wir uns auf weitere Herausforderungen im Dienste unserer Kunden und Partner», sagt Jürg Oswald auch stellvertretend für die Geschäftspartner und Mitinhaber Renato Fari und Reto Hürlimann.

**Kontaktieren Sie uns – den Rest übernehmen wir!**

**Alpramo AG**  
Wiesentalstrasse 22  
9242 Oberuzwil



Tel.: +41 71 951 70 70  
E-Mail: [info@alpramo.ch](mailto:info@alpramo.ch)  
Web: [alpramo.ch](http://alpramo.ch)

**ALPRAMO**  
Lösungen für die Lebensmittelbranche

### Produktiv und nachhaltig: Die Zukunft der Landwirtschaft

Wie sieht die Schweizer Landwirtschaft von morgen aus? Das diskutierten Branchenvertreter an einer Podiumsdiskussion an der VDB-Tagung. Für den Agrarwissenschaftler und Biopionier Urs Niggli liegt die Herausforderung darin, Produktivität mit Nachhaltigkeit zu verbinden. Niggli sieht die Lösung in der Agrarökologie, die traditionelles Wissen, bäuerliche Erfahrungen und wissenschaftliche Innovationen vereint. Bio als Mainstream funktioniert nur, wenn gleichzeitig die Lebensmittelverschwendung stark reduziert und der Fleischkonsum halbiert werde, so Niggli. Für Urs Brändli, Präsident von Bio Suisse, ist das Bioland Schweiz schon weiter, als der Marktanteil vermuten lasse. «Viele Methoden aus dem Biolandbau werden heute auch von Höfen ohne Knospe angewendet.» Für Regina Ammann, Leiterin Business Sustainability & Public Affairs von Syngenta Schweiz, steht auch die Politik in der Verantwortung. «Die Politik muss der Landwirtschaft mehr Freiräume gewähren.» Denn Innovation passiere nur, wenn man auch mal etwas falsch machen dürfe. «Regulation bremst Innovation», betonte auch Joseph von Rotz von der Fenaco. Gut aufgestellt punkto Innovation sieht Christoph Eggenschwiler, Geschäftsführer von IP-Suisse, die Schweizer Bauern. «Viele sind risikofreudig und bereit, Neues auszuprobieren.»

Einig war sich die Runde, dass Präzisionslandwirtschaft ein riesiges Potenzial hat – aber auch Risiken birgt. «Das ist kostspielig und treibt Bauern in neue Abhängigkeiten», sagte Brändli. Auch Niggli sieht die Gefahr, dass Bauern durch die Technik entmündigt werden könnten: «Wir brauchen Tools, die Bauern befähigen, selber Entscheide zu treffen.»

die Grossverteiler begonnen hätten, die lange Teigruhe ihrer Brote auszuloben. «Gewerbliche Bäckereien setzen ja schon lang auf lange Teigruhe – aber wenn das die Kunden nicht wissen, nützt es nichts.»

### Teuerung zeigt sich noch nicht im Konsum

Bei den Backwaren mögen es die Schweizerinnen und Schweizer ganz offensichtlich traditionell, das zeigen die Marktzahlen des Marktforschungsinstituts Nielsen. Der Butterzopf führt wertmässig im Schweizer Detailhandel die Sortenhitparade bei den Grossbroten an, bei den Kleinbroten ist es das Buttergipfeli. Was die Sortenhitparade auch zeigt: Bei den Grossbroten machen 15 Prozent der Produkte 50 Prozent des Umsatzes, bei den Kleinbroten sorgen 10 Prozent der Produkte für die Hälfte des Umsatzes. Für Markus Brand, Senior Analytic Consultant bei Nielsen, verdeutlichen diese Zahlen den «Fluch der Backbranche»: «Sie brauchen eine grosse Auswahl, um Leute anzulocken» – aber richtig Umsatz mache man nur mit wenigen Produkten.

Führt die Teuerung in der Schweiz zu einem «Billigboom»? Das werde in den Medien so herbeigeschrieben, aber die Marktzahlen sprächen eine andere Sprache, sagte Brand weiter. Die Sortimentsteuerung bei Lebensmitteln habe im letzten Jahr 1,2 Prozent betragen. Verglichen mit dem Ausland sei das «verdamm wenig», die Schweizer hätten deswegen ihr Einkaufsverhalten nicht geändert. So habe es letztes Jahr weder einen Run auf Promotionen gegeben, noch würden die Leute von Marken auf günstigere Eigenmarken wechseln. Ob die höhere Teuerung in diesem Jahr daran etwas ändere, werde sich zeigen, so Brand.

Promotion



Packaging & Processing of

**FOOD**

Sicher. Nachhaltig. Aus einer Hand.

Portionieren, slicen und verpacken Sie Frischfleisch, Wurst, Schinken und Käse effizient und prozesssicher. Gesteuert über die zentrale MULTIVAC Line Control und mit digitaler Unterstützung der MULTIVAC Smart Services. Unser Engineering-Know-how eröffnet Ihnen über die ganze Prozesskette hinweg weitere Einsparpotenziale: z. B. beim Zuführen, Beladen, Kennzeichnen, Prüfen und Kartonieren. Mit nur einem Ansprechpartner für Beratung, Projektierung, Wartung, Service und Schulung.

[www.multivac.com](http://www.multivac.com)

Besuchen Sie uns:  
interpack Düsseldorf, 4.-10. Mai 2023

 **MULTIVAC**

# Le levain superstar

Stephan Moser

Avec une boulangerie mobile de l'armée suisse, Florian Domberger apporte du pain au levain dans des régions désertées par les boulangers aux environs de Berlin. Il a présenté son concept lors d'un congrès de l'Association de la branche boulangère (VDB).

Le fournil de Florian Domberger a quatre roues et 55 ans d'âge: agent de transport de formation et officier de réserve de l'armée allemande, il a acheté il y a quelques années une boulangerie mobile de l'armée suisse. La remorque vert champêtre contient un fournil complet avec trois fours. Florian Domberger ou ses employés se rendent régulièrement sur des places de village, des marchés ou des festivals à Berlin et dans les environs pour cuire et vendre sur place du pain artisanal au levain. La mission est d'apporter du bon pain là où l'on trouve tout au plus du pain industriel dans les supermarchés. «La boulangerie mobile est mon véhicule d'expédition dans le désert du pain», a déclaré Florian Domberger lors de la conférence VDB du 17 mars à Horgen. Il a ouvert sa première boulangerie à Berlin-Moabit en 2016, après avoir travaillé plus de 20 ans dans la logistique. Depuis, il exploite deux autres petites boulangeries à Berlin, logées dans des caisses mobiles de camions. Il a en outre acheté une deuxième boulangerie mobile de l'armée. Florian Domberger emploie 33 personnes, qu'il forme dès le début. Du réfugié syrien qui a perdu une main pendant la guerre à l'universitaire qui veut faire quelque chose de concret, tous ont une chance et le salaire horaire augmente à chaque étape de la formation. Florian Domberger ne connaît pas la pénurie de personnel qualifié.

## Un assortiment de 15 pains au levain

Pour la deuxième année consécutive, le magazine gastronomique Falstaff a élu Vuailat boulangerie préférée de Zurich. Le gérant et propriétaire Martin Mayer ne sait pas vraiment pourquoi. Peut-être est-ce dû au fait qu'il possède probablement l'un des plus grands assortiments de levain (15 sortes) de Suisse. Tombé amoureux du levain en Nouvelle-Zélande, Martin Mayer a repris la boulangerie Vuailat en 2016 et exploite aujourd'hui quatre filiales à Uster, Illnau et Zurich. Avec 52 employés, il réalise un chiffre d'affaires de 4,5 millions de francs par an. Chez Vuailat, la production se fait autant que possible en équipes de jour, pour le bien des employés et parce que c'est plus avantageux que les équipes de nuit.

## Le renchérissement n'apparaît pas encore dans la consommation

En matière de produits de boulangerie, les Suisses aiment manifestement la tradition, comme le montrent les chiffres du marché de l'institut Nielsen. En termes de valeur, la tresse au beurre est en tête du hit-parade des variétés de gros pains dans le commerce de détail suisse, tandis que le croissant au beurre arrive en tête des petits pains. Pour les grands pains, 15% des produits représentent 50% du chiffre d'affaires, alors que pour les petits pains, 10% des produits assurent la moitié du chiffre d'affaires. Pour Markus Brand, Senior Analytic Consultant chez Nielsen, ces chiffres illustrent la «malédiction du secteur de la boulangerie»: un grand choix est nécessaire pour attirer la clientèle, mais le véritable chiffre d'affaires ne repose que sur quelques produits. Le renchérissement en Suisse conduit-il à un «boom des prix bas»? C'est ce qu'affirment les médias, mais les chiffres du marché parlent un autre langage. L'année dernière, les denrées alimentaires ont renchéri de 1,2%. Comparé à l'étranger, c'est peu et les Suisses n'ont pas modifié leur comportement d'achat. Il n'y a pas eu de ruée sur les promotions ni sur les marques des distributeurs.



«Le plus beau métier»: Martin Mayer de la boulangerie Vuailat.  
«Das schönste Handwerk»: Martin Mayer von der Bäckerei Vuailat.