BROT AUF DEM RÜCKZUG

Polnische Bäcker haben Grund zur Sorge.

Trotz aller Bemühungen der Bäcker, schmeckt das tägliche Brot den Menschen hierzulande offensichtlich immer weniger. Die Bilanz des Jahres 2014, die die Vereinigung des Bäckerhandwerks der Republik Polen (SRP RP) Mitte April 2015 in Warschau vorgestellt hat, machte diesbezüglich leider jegliche in eine andere Richtung deutende Illusion zunichte.

Knapp dreihundert Bäckereibetriebe haben 2014 schließen müssen. Neuntausend gibt es noch im ganzen Land, etwa dreitausend weniger als vor zehn Jahren.

Grund dafür ist der seit dem Ende des Kommunismus stetig zurückgehende Brotverzehr. Mitte der 80er Jahre betrug er im Durchschnitt 85 kg pro Jahr und Person. Im Jahre 2005 waren es 70,8 kg, 2013 noch 49,7 kg, im letzten Jahr verringerte er sich wiederum auf 47,8 kg. Damit liegen die Polen um gut ein Kilogramm vor den als leidenschaftliche Brotesser geltenden Deutschen, doch das dürfte für die polnischen Bäcker kaum ein Trost sein.

Der rapide Rückgang des Brotkonsums sofort nach dem Ende des Kommunismus hatte vor allem mit der Aufhebung des amtlich festgelegten, niedrigen Brotpreises zu tun. Auch wenn sonst die Regale leer waren, Brot, als das elementarste Grundnahrungsmittel, musste immer vorrätig sein. Billig zu haben, wurde es oft in zu großen Mengen gekauft und später, alt und hart geworden, weggeworfen. Wer für den Eigenbedarf Tiere hielt, verfütterte es in Unmengen an Kaninchen, Hühner, Tauben, kleinere Bauernbetriebe an Pferde. Brot war eben billiger und leichter zu haben als die stets raren Futtermittel.

Die Abschaffung der staatlichen Preisbindung nach 1990 wirkte wahre Wunder gegen diese Verschwendung. Sehr schnell lernten die Menschen nur so viel zu kaufen, wie unbedingt notwendig war. Inzwischen kostet ein Kilogramm des billigsten Brotes etwa 8 Zloty (ca. 2 Euro).

Der zweite Grund für den nachlassenden Brotkonsum sind die veränderten Essgewohnheiten. Kinder und junge Leute greifen beim Frühstück lieber zu Cornflakes, Müsli und Yoghurt. Das früher allgegenwärtige Brotesch-
mieren für die Arbeits- und Schulpause hat sehr nachgelassen. Yuppies

essen mittags lieber einen Salat, Schülern schmecken fruchtige Kornriegel oder Chips besser. Zudem beinhaltet jede Schlankheitsdiät die Empfehlung unbedingt auf Brot zu verzichten.

Die auf dem Balkan und in Russland weit verbreitete Sitte, zu jeder warmen Mahlzeit, auch wenn reichlich Kartoffeln gereicht werden, Brot zu essen, hat in Polen nie Fuß gefasst. Dafür wird schon mal gerne Brot zur Suppe serviert, ohne die ein normales polnisches Mittagessen undenkbar wäre.

Sehr zu schaffen machen den Bäckern die Discounterketten, seitdem diese dazu übergegangen sind in ihren Filialen ofenfrische Backwaren anzubieten. Aus gefrorenem Teig, der aus Rumänien importiert wird, entstehen brot- und brötchenähnliche Produkte ohne jegliche Nährstoffe, luftgefüllt, dafür aber zu traumhaft niedrigen Preisen. Ein Brötchen kostet 16 Groszy (4 Cent). Für ein anständiges Brötchen vom Bäcker zahlt man mindestens 35 Groszy (ca. 9 Cent). Im Niedriglohnland Polen, wo das statistische Durchschnittsgehalt bei 3.200 Zloty brutto (ca. 800 Euro) und der gesetzliche Mindestlohn bei 1200 Zloty brutto (ca. 300 Euro) liegt, bestimmt zu achtzig Prozent (so das Ergebnis von Untersuchungen) der Preis das Kaufverhalten.

Eine Nische, die die polnische Bäckereibranche zu erschließen versucht, sind Brot und Brötchen von gehobener Qualität, die man in eigenen Geschäften an den Kunden bringen möchte. Stefan Putka, Chef der Wartschauer Bäckerinnung, der in seinen siebzig Läden in der Hauptstadt und deren Umgebung u.a. schmackhaftes Schwarzbrot zu 20 Zloty das Kilogramm anbietet, klagt keineswegs über mangelnde Nachfrage.

Der Massenverkauf jedoch findet zunehmend in den Discounterketten statt, die sich von industriellen Großbäckereien beliefern lassen, weil Gummibrötchen aus rumänischem Tiefkühlteig nun mal nicht die gesamte Nachfrage abdecken. Für die kleinen und mittleren Betriebe bleibt daher tatsächlich nur noch der Direktverkauf in eigenen Läden in günstiger Lage, mit möglichst viel Laufkundschaft. Das Ganze meistens in Verbindung mit einem guten Angebot an Sandwiches und dem Verkauf von Kaffee und Tee.

In dieser Nische ist nicht viel Platz, und wer ihn ergattern will, muss einiges an Investitionskapital aufbringen. Ausgefallenere Backwaren finden Abnehmer unter Leckermäulern und in einer dünnen,

großstädtischen Schicht von Gutverdienenden. Die erhoffte Trendumkehr für die ganze Branche wird dadurch kaum eintreten, darüber macht man sich bei den Innungen und bei der polnischen Bäckervereinigung keine Illusionen.

© RdP