

Die Welt | 13.06.13

Backen wie der Großvater

Familienrezepte und Neuerungen sind kein Gegensatz. Beim
Düsseldorfer Kultbäcker Josef Hinkel stehen die Kunden Schlange *Von*

Christina Petrick-Löhr

Wenn die Länge der Schlange geduldig wartender Kunden ein Indiz für den Erfolg eines Bäckers ist, dann gehört Josef Hinkel zu den Spitzenreitern seines Fachs. Vor seinen beiden Geschäften in der Düsseldorfer Altstadt reihen sich regelmäßig zahlreiche Brotgenießer auf, um ein Hinkel-Dinkel, ein Früchteschwarzbrot, einen Jan-Wellem-Stuten oder am Wochenende vielleicht auch einen Wunderzopf zu erstehen. Rund 70 verschiedene Brotsorten werden in der langgestreckten Backstube angesetzt, gerührt, geknetet, geformt und gebacken – alles in echter Handarbeit.

"Bei uns wird das Brot genauso hergestellt, wie es schon der Großvater gemacht hat", sagt der quirlige Obermeister der Handwerksbäckerinnung Düsseldorf. Das gilt nicht nur für Rezepte und Herstellungsweise seines eigenen Großvaters Johannes Hinkel. "Ich backe auch Brezeln wie ein bayerischer Bäcker-Opa, Baguette wie ein alter Franzose oder den Innsbrucker Roggenloab so, wie er früher in [Tirol](http://www.welt.de/themen/tirol-urlaub/) (Link: <http://www.welt.de/themen/tirol-urlaub/>) gemacht wurde."

Eine wichtige Zutat für seine begehrten Backwerke ist weder verkäuflich noch bezahlbar – die Zeit, die er dem Teig lässt, um wirklich gut zu sein. Rekordverdächtig sind dabei die Printen: "Wir backen sie nach alten Familienrezepten, bis der Teig reif ist, vergehen drei Monate." Auch wenn Brotteig natürlich kein Vierteljahr alt ist, unterscheidet die "lange Zeitführung", wie es im Bäckerdeutsch heißt, doch die traditionell in Handarbeit gemachte Hinkel-Brote von industriell gefertigten Backwaren.

Brot ist ein Kulturgut

Dabei schließen sich überlieferte Handwerkskunst und Neuerungen keineswegs aus. "Wir erfinden ständig neue Rezepte oder bringen von Reisen Anregungen mit nach Hause", sagt der 54-jährige Brot-Enthusiast. Für ihn ist Brot nicht nur das Grundnahrungsmittel schlechthin, es ist auch ein Kulturgut, das es zu hegen und pflegen gilt.

Bernd Kütscher, Direktor der Akademie des Deutschen Bäckerhandwerks in Weinheim, sieht in dem Geschäftskonzept des rheinischen Bäckermeister Hinkel geradezu eine Blaupause für den Erfolg: "Ich persönlich glaube, dass der Weg zurück zu den Wurzeln unseres Handwerks der beste Weg nach vorne ist. Das hat nichts mit neu erfinden zu tun, sondern mit der Rückbesinnung auf die Tradition unseres Handwerks."

Für Josef Hinkel ist solche Bäckertradition gleichzeitig Familienerbe. Sein Urgroßvater Jean gründete bereits 1891 eine Bäckerei, auch der Großvater und der Vater verdienten ihre Brötchen mit der Zubereitung von Sauerteig und Co. Vater Karl Josef eröffnete 1956 die "Bäckerei der Brotfreunde", die der jetzige Chef 1988 im Alter von nur 23 Jahren faktisch übernahm. Heute beschäftigt der heitere Karnevalist, der 2008 als Prinz Josef I die Düsseldorfer Narren regierte, rund 100 Mitarbeiter in der Backstube, in der Verwaltung und im Verkauf.

Keine Torten, kein Kaffee

Seinen Erfolg führt der schlaksige Düsseldorfer auch darauf zurück, dass er strikte Prinzipien hat: "In meiner Bäckerei gibt es keine Torten, keinen Kaffeeausschank und ich

eröffne auch keine Filialen." Nach mehr als 30 Jahren im Betrieb habe sein Charakter längst auf die Belegschaft und die Atmosphäre, die auch die Kunden spüren, abgefärbt. Tatsächlich ist sein ebenso frohsinniges wie umtriebigen Naturell allgegenwärtig, egal, ob er in der Backstube mit einem Lehrling scherzt oder genussvoll an seinem Lieblingsbrot schnuppert. "So etwas würde bei Filialen nicht funktionieren, es ist wichtig, dass der Chef auch wirklich da ist. Der Betrieb ist der Spiegel der Unternehmerpersönlichkeit."

Das kleine Glück

Genau das ist es auch, was Bernd Kütscher bei gut funktionierenden Geschäftsmodellen beobachtet. "Erfolgreiche Bäckereien entwickeln sich immer mehr vom reinen Lebensmittelversorger zum täglichen kleinen Glück: Qualität, Duft, Ambiente und eine spürbare Herzlichkeit im Verkauf", analysiert der Experte. Wichtig sei es auch einzigartige Geschäftsmodelle, von der Holzofenbäckerei über regionale Besonderheiten oder Allergiker-Backwaren bis zur gelebten Bäcker-Gastronomie, zu entwickeln.

Ein Beispiel für solche außergewöhnliche Ideen ist etwa die "Kexerei" in Dresden (Link: <http://www.welt.de/themen/dresden-staedterreise/>). Die dortige Bäckerei-Konditorei Walther ist ein Mekka für Plätzchen- und Keks-Liebhaber, die ständig frisch gebacken werden. Wer will, kann sogar Kindergeburtstage im Plätzchenparadies feiern oder für seine vierbeinigen Freund Hundekexse kaufen.

Oder Peter Kapp aus Edingen-Neckarhausen, der sich selbst als "Artisan Boulanger" bezeichnet und ebenso wie sein Düsseldorfer Kollege das Brotbacken regelrecht zur Kunstform erhoben hat.

Bei Peter Kapp stehen die Liebe zur Back-Tradition und ein gewisses Revoluzzertum in fröhlicher Eintracht nebeneinander: Im vergangenen Sommer öffnete er – zusätzlich zu dem normalen Geschäft – in Mannheim für zwei Wochen eine Pop (Link: <http://www.welt.de/kultur/pop/>) -up-Bäckerei, der Laden schwarz gestrichen, als Interieur dienten schwarze Industrie-Paletten und Autoreifen und markige Sprüche von Che Guevara und Konsorten zierten die Wände. Mit Sepia schwarz gefärbte Teigwaren samt blutroten Tomaten waren die kulinarisch-anarchische Krönung. Aber auch solche spektakulären Aktionen wären ohne die Besonderheit der Backwaren nicht mehr als ein schriller Marketing-Gag.

"Richtig gutes Handwerk ist das beste Rezept, um in Zeiten von Bäckereiketten und Discountern bestehen zu können", davon ist Josef Hinkel überzeugt. Als wahrer Brot-Enthusiast ist er stets bereit, sein Wissen, seine Rezepte und seine Erfahrungen mit anderen zu teilen. "Wir haben jede Menge Praktikanten und junge Kollegen aus dem In- und Ausland, die sich bei uns umschaun und lernen", sagt der Vater von fünf Kindern. Auf diese Weise verbreitet sich die Hinkel'sche Brot-Philosophie auch jenseits des Rheinlandes. Seine Überzeugung: "Gute Konzepte funktionieren auch anderswo."

Ob irgendwann einer seiner eigenen Sprösslinge ebenfalls einmal in die schwarz-weiß-karierten Bäckerhosen schlüpft, ist aber noch nicht abzusehen. Doch auch ohne "selbstgemachten" Nachwuchs ist für den Düsseldorfer Kultbäcker – anders als für viele Kollegen – die Lehrlingssuche unproblematisch. "Die Leute kommen gerne zu uns", sagt Josef Hinkel. Das gilt für die bis zu 3300 Kunden, die an einem einzigen Tag seine knusprig gebackenen Leckerbissen kaufen – und es gilt auch für die Mitarbeiter. Den Grund kennt der Meister genau: "Wir sind attraktiv wegen unserer Brotkompetenz."