

# RegionalWirtschaft

Zürcher Oberländer Anzeiger von Uster

Das Wirtschaftsleben in der Region

Freitag, 11. August 2023

## Plattform für Frauen

Eine Fälländer Initiative will Frauen zu Führungsfunktionen in der Wirtschaft verhelfen.

# 7



## Ein neues Leben

Mit 13 Jahren floh Omid Ahmadi vor den Taliban. In Uster schloss der junge Afghane seine Lehre ab.

# 8

## Start-up in Lindau

Aus einem Abfallprodukt der Schokoladenherstellung wird in Lindau Wein hergestellt.

# 9

## Das Gipfeli-Treffen

**Unser tägliches Brot geben sie uns heute.** Martin Mayer und René Schweizer führen die Bäckerketten Vuacillat und Voland in der Region. Ein Interview über Qualität, Margen und das Überleben neben den Grossverteilern.

Seiten 2/3



Foto: Seraina Boner

ANZEIGE

**HEV** Region Winterthur

Engagiert für Hauseigentümer

- ✓ Rechtsberatung
- ✓ Verkauf
- ✓ Bewertung

Ralph Bauert  
Geschäftsführer

Mitglied werden:  
[www.hev-winterthur.ch](http://www.hev-winterthur.ch)



## Erklärung für mehr Kreislaufwirtschaft

**Dübendorf** Der Bau und der Betrieb von Gebäuden und Infrastrukturen sind verantwortlich für rund 50 Prozent des Rohstoffbedarfs, ein Drittel der CO<sub>2</sub>-Emissionen und über 80 Prozent des Abfallaufkommens in der Schweiz, das schreibt die Materialprüfungs- und Forschungsanstalt Empa in einer Mitteilung. Im modularen Forschungs- und Innovationsgebäude Nest auf dem Gelände der Empa wurde nun kürzlich ein Schritt unternommen, um diese Werte zu reduzieren: Vertreter von Bund, Kanton und der Stadt Zürich sowie von mehreren grossen Bauunternehmen unterzeichneten die Charta kreislauffähiges Bauen. Damit bekennen sie sich zu einer gemeinsamen Ambition, bis 2030 die Verwendung von nicht erneuerbaren Primärrohstoffen auf 50 Prozent der Gesamtmasse zu reduzieren, die grauen Treibhausgasemissionen zu erfassen und stark zu reduzieren sowie die Kreislauffähigkeit von Sanierungen und Neubauten zu messen und stark zu verbessern. zo

## Impressum

**RegionalWirtschaft** – ein Produkt der Zürcher Oberland Medien AG

**CEO:** Ralph Brechlin

**Redaktion:** Sandro Compagno

**Verkauf:** Marcel Hofer (Leitung), Viviane Andres, Hannes Frei, Jeannette Kammermann, Susi Pulver, Ilona Steiner, Christine Vogt

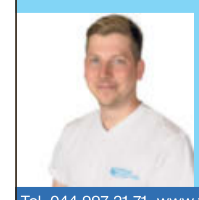
**Service-Desk:** Telefon 044 933 3333, [servicedesk@zol.ch](mailto:servicedesk@zol.ch)

ANZEIGE

**THOMA**  
BAUKERAMIK  
GmbH

Bauen heisst Vertrauen

seit **40** Jahren  
Ihr Partner am Bau



PLATINIUM  
JP  
Wir sind ein  
Platinium-Betrieb!

Tel. 044 997 21 71 [www.thoma-baukeramik.ch](http://www.thoma-baukeramik.ch)

**Schwerpunkt**

# «Wir sind keine Konkurrenten – unsere

**Region** 70 Prozent der Backwaren in der Schweiz werden von Grossverteilern und an Tankstellen verkauft. Trotzdem gibt es im Zürcher Oberland nach wie vor ein sehr dichtes Netz an Bäckereien. René Schweizer von Voland und Martin Mayer von Vuailat im Doppelinterview.

**Herr Schweizer, Herr Mayer, ich habe auf dem Weg zu unserem Gespräch bei zwei Ihrer Filialen angehalten und Ihnen Buttergipfel mitgebracht. Erkennen Sie die eigenen?**

**René Schweizer:** Selbstverständlich. (Zeigt auf den Teller vor sich.) Das sind die von Martin, diese hier sind unsere.

**Und welche sind besser?**

**Schweizer:** Sie können 100 Gipfeli von 100 Bäckern bringen, und jeder wird sagen, die eigenen seien die besten. Aber letztlich ent-

scheidet der Kunde über die Qualität. Schauen Sie, hier beispielsweise sieht man, dass die Gipfeli von Vuailat «angeschossen» sind. So nennt man diese hellen Stellen, an denen die Gipfeli zusammenwachsen, wenn sie beim Backen aufgehen. Wir achten darauf, dass sich die Gipfeli nicht berühren und es keine solchen Stellen gibt. Aber das ist reine Geschmackssache. Der eine mag das, der andere nicht. Bei einem St. Galler Brot ist diese Stelle sogar ausdrücklich gewünscht.

**Martin Mayer:** Wichtig ist, dass ein Gipfeli blättert, butterig und

möglichst frisch ist. Und das sind beide.

**Die Frage, welches Gipfeli von wem ist, war ja nicht wirklich schwierig. Sie sind schon optisch sehr unterschiedlich.**

**Mayer:** Wir produzieren den Teig und frieren ihn anschliessend ein. Nach dem Auftauen gärt der Teig, und dann backen wir das Gipfeli direkt. Bei Voland wird er nach der Gärung zwischengelagert, also gefroren, und dann gebacken. Darum haben unsere auch ein grösseres Volumen. Welches Gewicht haben Deine Gipfeli?

**Schweizer:** Wir nehmen 55 Gramm.

**Mayer:** Bei uns sind es 60 Gramm.

**Was auch den Preisunterschied erklärt: Bei Voland kostet ein Gipfeli Fr. 1.50, bei Vuailat Fr. 1.60. Ich habe vor unserem Gespräch kurz**

**gegoogelt und gesehen, dass beispielsweise bei Aldi ein Pfänderli Halbweissbrot Fr. 1.19 kostet, also weniger als ein Gipfeli bei Ihnen. Wie geht das?**

**Schweizer:** Das sind Kampfpreise.

**Mayer:** Genau. Mit diesen Lockvogelangeboten holen die Discounter die Leute in die Läden. Aber dort kaufen sie nicht nur Brot ein, sondern auch Kaffee, Milchprodukte, Fleisch, Wein, und vielleicht sehen die Kinder noch Schoko-Riegel, die sie unbedingt haben wollen. Und damit wird das zu billige Brot quersubventioniert.

**Schweizer:** Man muss schon sehen, dass heute rund 70 Prozent der Backwaren via Grossverteiler und Tankstellenshops verkauft werden. Vuailat und Voland sind zwar in derselben Region vertreten, aber wir betrachten uns nicht als Konkurrenten. Die Konkur-

renz sind die Grossverteiler und die Tankstellen mit ihrer Massenware. Coop beispielsweise hat in Schafisheim eine kilometerlange Grossbäckerei erstellt. Das ist zwar sehr eindrücklich, aber bei uns ist es der Mensch, der am Ursprung der Produkte steht. Das spürt man bei jedem Bissen. Wo bleibt bei der Massenproduktion das Herz?

**Herz kostet ...**

**Schweizer:** Gut, wenn Sie am Existenzminimum leben und daheim sechs hungrige Mäuler stopfen müssen, dann ist das Kilo Brot in der Migros sicher eine günstige Lösung. Aber die Preise sind nicht wirklich das Thema, sondern vielmehr die Bequemlichkeit der Menschen: Man kauft beim Grossverteiler ein und packt dann halt auch noch das Brot und das Fleisch in den Einkaufswagen, statt zum örtlichen Bäcker oder Metzger zu gehen.

**Mayer:** Ich finde es ohnehin erstaunlich, wie immer wieder über den Brotpreis diskutiert wird. Fr. 6.50 für ein Sauerteigbrot sind zu viel, aber ein Drink im Ausgang darf 20 Franken kosten? Der Schweizer Medianlohn im kaufmännischen Bereich liegt bei rund 6500 Franken, in unserer Branche ist er erheblich tiefer. Wie sollen wir ein Brot für Fr. 1.19 verkaufen, wenn wir faire Saläre bezahlen möchten?

**Herr Schweizer, Sie kandidieren im kommenden Herbst bei den Nationalratswahlen für die SVP, die kürzlich eine Volksinitiative lanciert hat, um die Einwanderung zu bremsen. Profitieren Sie als Bäcker nicht von der Einwanderung und dem Wachstum der Wohnbevölkerung in der Schweiz?**

**Schweizer:** (Lacht.) Nein, das tun wir nicht. Wenn Fachkräfte kommen würden, wäre dies ein Segen für uns. Leider ist dies nicht so. Denn die Leute, die in die Schweiz einwandern, kaufen ziemlich sicher nicht beim Dorfbeck oder in der Dorfmetzger ein, sondern bei den Grossverteilern. Allein schon, weil die Sprachbarriere im Supermarkt keine Rolle spielt.

**Wir haben vorhin von den Preisen gesprochen. Einmal abgesehen von der Qualität: Wie schaffen Sie es, dass die Leute trotzdem in Ihre Läden kommen?**

**Schweizer:** Unsere Leute im Verkauf sind enorm wichtig. Einerseits wissen sie über unsere Produkte Bescheid und können Kundinnen und Kunden über Allergene und sonstige Unverträglichkeiten informieren. Auf der anderen Seite nehmen sie auch eine soziale Funktion ein, indem sie beispielsweise mit der allein stehenden älteren Frau plaudern, die jeden Tag ein Gipfeli und ein Brötli kauft. Dieses Menschliche haben Sie beim Grossverteiler nicht. Das braucht viel Gespür; eine Verkäuferin muss auch reagieren, wenn hinter der Dame in Plauderlaune zwei Handwerker stehen und sich rasch einen Znüni kaufen wollen.

**Sie beide haben in den letzten Jahren expandiert. Voland betreibt mittlerweile elf Filialen, Vuailat deren fünf. Hat der einzelne Bäckermeister, der an einem Standort bäckt und verkauft, heute überhaupt noch eine Chance?**

**Schweizer:** Wenn ihm die Liegenschaft gehört und er die Bäckerei mehr als Hobby betreibt. Oder wenn er Fertigprodukte bezieht, die er dann nur noch aufbacken muss. Dann kann das funktionieren...

**Mayer:** ... weil er so an den Personalkosten sparen kann. Diese machen bei uns 50 Prozent unserer gesamten Kosten aus. Aber bei uns erhalten die Kundin und der Kunde noch echtes, traditionelles Handwerk.

**Schweizer:** Mit unseren Filialen können wir die Effizienz verbessern. Um ein Beispiel zu machen: Die Knetmaschine benötigt genau gleich lang, ob sie den Teig für fünf oder zehn Brote knetet. Auch das Backen dauert gleich lang. Und die neue Filiale schliesse ich ohne grossen Aufwand an die bestehende IT der anderen Standorte an. So kann ich mit einer zusätzlichen Filiale zehn Prozent



« Sie können 100 Gipfeli von 100 Bäckern bringen, und jeder wird sagen, die eigenen seien die besten. Aber letztlich entscheidet der Kunde über die Qualität. »

**Name:** René Schweizer  
**Alter:** 51  
**Beruf:** Inhaber und Geschäftsführer der Konditorei Voland AG  
**Erlerner Beruf:** Bäcker-Konditor  
**Hobby:** Politik, wandern, biken und die Natur geniessen  
**Zivilstand/Kinder:** ledig, lebt mit seiner Partnerin und deren Tochter Liah (7) zusammen  
**Wohnort:** Fischenthal

Die Konditorei Voland blickt auf eine mehr als 120-jährige Geschichte zurück, als Rudolf Bär in Bauma seine Patisserie eröffnete. Bereits 1902 produzierte Zuckerbäcker Bär seinen Baumerfladen und liess ihn patentrechtlich schützen. Das Rezept wird seither von Generation zu Generation weitergegeben. Im Jahr 1971 übernahm Konditormeister Siegfried Voland die Konditorei in Bauma und gab ihr den heutigen Namen. Seit 2001 ist René Schweizer Inhaber der Bäckereien Voland. 2006 liess er eine grössere Backstube in Steg errichten. Von hier aus werden heute die insgesamt elf Filialen im Oberland beliefert – mit Backwaren, Patisserie, aber auch leichten Menüs. *sc*

# Konkurrenz sind die Grossverteiler»

mehr Umsatz machen, meine Kosten steigen aber nur um fünf Prozent.

**Mayer:** Und die Effizienz entscheidet letztlich über die Marge. In der Branche reden wir von einer Gewinnmarge von vielleicht fünf Prozent. Neben den Personalkosten kommen noch Kosten für die technische Infrastruktur hinzu, Materialkosten und nicht zu vernachlässigen die Energiekosten.

**Schweizer:** Wir sind eine sehr energieintensive Branche. Wir brauchen Hitze zum Backen, wir brauchen Kälte für die Lagerung, und wir brauchen Wärme für die Gärung.

**Mayer:** Darum ärgert es mich derart, wenn Energie Uster als städtisches Unternehmen sowohl 2021 als auch 2022 mehr als drei Millionen Franken Gewinn ausweist und sich gleichzeitig die Energiepreise in unserem Fall verdoppeln. Unter dem Strich bleibt uns noch weniger Marge. Das ist frustrierend und sollte nicht sein. Die Stadt sollte hier intervenieren, schliesslich hat sie einen Auftrag gegenüber dem Gewerbe. Die Energiekrise gilt offensichtlich nur für Private und Gewerbetreibende, die sämtliche Mehrkosten tragen müssen.

**Schweizer:** Das steht mir an unserem Produktionsstandort in Steg noch bevor. Wir haben einen Vertrag bis Ende 2023. Aber nicht nur die Energie ist teurer geworden, auch Mehl ist heute zehn Prozent teurer als noch vor zwei Jahren, und der Verpackungskarton hat auch aufgeschlagen. Natürlich könnte ich billiger produzieren, aber ich stehe für Schweizer Qualität ein und beziehe die Rohstoffe für unsere Produkte, wenn immer möglich, regional oder wenigstens aus der Schweiz.

**Was unterscheidet einen erfolgreichen Bäcker oder –grundsätzlicher – Unternehmer von einem erfolglosen?**

**Mayer:** Er muss eine Vision haben, klare Vorstellungen, wohin er will. Dazu braucht es neben dem handwerklichen Geschick auch betriebswirtschaftliche Kenntnisse. Vor allem aber Durchhaltenwillen und viel Ausdauer, als Sportler habe ich dafür viel trainiert.

**Schweizer:** Und es braucht eine gewisse Grösse. Das stellen wir in der gesamten Branche fest: Als ich angefangen habe, gab es in der Schweiz 3000 selbständige Bäckereien, heute sind es noch 1300 bei der gleichen Anzahl Verkaufsstellen. Und dann musst du das, was du machst, richtig gut machen. Wünschenswert ist für jeden Betrieb eine Hausspezialität. Dann benötigt man einen guten Mix im Sortiment, es braucht saisonale Spezialitäten – aber du darfst dich dabei auch nicht verzetteln.

**Stichwort Spezialitäten:** Bei Voland ist es der patentgeschützte Baumerfladen, bei Vuaillet sind es die Sauerteigbrote.

**Schweizer:** Kürzlich stand eine Kundin im Laden, die ein Sauerteigbrot wollte. Weil es gesund sei, hat sie gesagt. Da habe ich ihr geantwortet, dass auch die anderen Brote, die wir mit Hefe backen, gesund sind. Hefe ist ein Naturprodukt, das überall vorkommt. Wir geben auf 500 Gramm Mehl gerade einmal ein Gramm Hefe in den Teig.

**Mayer:** (Lacht.) Die sogenannte Angsthefe, damit das Brot auch wirklich aufgeht.

**Schweizer:** Wir führen auch Sauerteigbrot im Sortiment. Aber gegen etwas Hefe ist doch nichts einzuwenden. Wenn der Bäcker Brot mit selber gezüchteter Mutterhefe herstellt, zeigt dies seine Kompetenz auf.

**Wollen Sie mit Ihren Filialnetzen weiterwachsen?**

**Mayer:** Wir haben im Juni in Rusikon eine Filiale des Ehriker Becks übernommen. So weit stimmt es für mich jetzt. Alles Weitere lasse ich auf mich zukommen. Wachsen um des Wachstums willen möchte ich nicht. Ich erhalte regelmässig Anfragen von Bäckereien, die mir angeboten werden. Wenn es betriebswirtschaftlich Sinn ergibt, wieso nicht? Aber ich möchte ganz sicher nicht irgendwann eine Industriebäckerei sein, die von ei-

nem zentralen Produktionsstandort 10 oder 20 Filialen beliefert. Das Handwerk und die Qualität stehen im Vordergrund. Wir möchten ein attraktiver Arbeitgeber bleiben und keine Fließbandarbeit haben.

**Schweizer:** Ich sehe das ähnlich – nach dem Grundsatz «Sag niemals nie». Wir werden dieses Jahr im Grüt einen weiteren Standort eröffnen. Aber mein persönlicher Plan ist ein ganz anderer: Ich kandidiere im Herbst auf dem Listenplatz 20 für den Nationalrat. Mein Ziel ist, dass ich in vier Jahren einen der vorderen Listenplätze habe, in den Nationalrat gewählt werde und mein Unternehmen dann an meinen Nachfolger verkaufe. Aus diesem Grund habe ich die Firma vor einem Jahr von einer Einzelfirma in eine Aktiengesellschaft überführt.

**Wenn man mit Unternehmern in der Region spricht, fällt**

**immer wieder das Wort Fachkräftemangel. Wie sieht das bei Ihnen aus?**

**Mayer:** Wir hatten bislang keine Probleme, unsere Lehrstellen zu besetzen. Früher hiess es jeweils: «Der Dümme in der Familie lernt Bäcker.» Das hat sich zum Glück komplett geändert. Wir haben auch gute bis sehr gute Schüler, die sich bei uns für eine Lehrstelle bewerben: Sek-A-Schüler oder letztes Jahr sogar jemanden, der die Matura abgeschlossen hatte und nun unseren Beruf erlernen möchte. Dies stimmt mich absolut positiv für unsere Zukunft und den Beruf. Vor zwei Jahren hatten wir sogar die Situation, dass wir nicht alle Schnupperlernenden durch den Betrieb schleusen konnten, weil wir zu viele Anfragen hatten.

**Schweizer:** Wir haben es an unserem Produktionsstandort in Steg etwas schwieriger als Vuaillet in Uster. Wenn ein Lernender

um vier Uhr morgens in der Backstube sein muss, dann braucht er einen Roller oder ein liebes Mami, das fährt. Aber auch bei uns ging es in den letzten Jahren immer auf. Letztlich ist die Ausbildung neuer Fachkräfte der beste Weg, die Stellen zu besetzen. Ich unterrichte seit 15 Jahren an der Berufsbildungsschule Winterthur. Als ich anfing, hatten wir 108 Bäcker- und 35 Confiseur-Lernende im ersten Lehrjahr. Dieses Jahr waren es insgesamt 90 Lernende.

**Mayer:** Wir – und damit meine ich Vuaillet und Voland – veranstalten deshalb auch immer wieder Anlässe, um die Leute in unsere Backstuben zu holen. In Niederuster organisieren wir verschiedene Backkurse, die auf grosses Interesse stossen. Wir wollen gerade den jungen Leuten beispielsweise mit der Nacht der offenen Backstube unser Handwerk näherbringen und sie für unsere Branche begeistern.

**Wie häufig backen Sie eigentlich noch selbst?**

**Mayer:** Offen gestanden, praktisch nicht mehr. Ich entwickle neue Produkte, begleite den Prozess, kontrolliere und helfe mit, wenn alle Stricke reissen. Es ist mir wichtig, meinen Mitarbeitenden auch das Vertrauen für die Produktion zu geben. Und ich beschäftige mich mit betriebswirtschaftlichen Themen, Marketing, Kommunikation, Personal...

**Schweizer:** Ich bin zwischen schon mal in der Backstube, wenn es die Zeit zulässt. Ich mache das wahnsinnig gerne und liebe es, wenn wir das Brot aus dem Ofen nehmen. Ich delegiere dafür mehr Bereiche in dem administrativen Bereich als Martin.

**Mayer:** (Lacht.) Stimmt, und für Deinen Baumerfladen kennst ja nur Du das Geheimrezept.

*Interview: Sandro Compagno*

«Ich möchte ganz sicher nicht irgendwann eine Industriebäckerei sein, die von einem zentralen Produktionsstandort 10 oder 20 Filialen beliefert.»



**Name:** Martin Mayer  
**Alter:** 43  
**Beruf:** Inhaber und Geschäftsführer der Vuaillet AG  
**Erlerner Beruf:** Bäcker-Konditor  
**Hobby:** Sport und Familie  
**Zivilstand/Kinder:** verheiratet, seit 8. August (!) Vater eines Sohnes namens Lion.  
**Wohnort:** Illnau

2016 übernahm Martin Mayer die Bäckerei Vuaillet mit zwei Filialen in Uster, nachdem er nach drei Jahren als Auswanderer in Neuseeland in die Heimat zurückgekehrt war. Heute umfasst das Netz fünf Filialen, eine davon in der Stadt Zürich. Gegründet wurde Vuaillet vor 150 Jahren als Bäckerei Denzler an der Seestrasse.

Einen Namen gemacht hat sich Mayer mit seiner Liebe zu Sauerteigbrot. In Uster führt er ein «Sauerteighotel». Hier hegt, pflegt und füttert der 43-Jährige die Sauerteigkulturen von Brotliebhabern und Hobbybäckern, wenn diese in die Ferien fahren. sco