



Biobäcker wirbt mit Technik

In Norwegen wirbt der größte handwerkliche Biobäcker des Landes damit, dass er Vakuumkälte einsetzt.

Kolonihagen wurde 2004 vom Ehepaar KATRINE und JON-FREDE ENGDAHL und Jons Schwester JORUNN ENGDAHL gegründet. Sie wollten im weitesten Sinn für »ein besseres Leben« arbeiten und darunter fallen Biolebensmittel ebenso wie ein artgerechtes Leben für Tiere und ein gutes und sinnvolles Leben für die Bauern. Bio plus nennt JON-FREDE ENGDAHL die Philosophie des Hauses, das er nach wie vor leitet, auch wenn die drei Gründer es vor zwei Jahren an **Rema 1000** verkauft haben, einen der größten Lebensmittelhändler des Landes.

Kolonihagen besteht aus insgesamt fünf Geschäftszweigen, deren Aktivitäten ineinandergreifen: Bäckerei, Restaurant, Brauerei und Lieferservice mit dem, was man in Deutschland »grüne Kisten« nennt, bei **Kolonihagen** aber in verschiedenen Ausprägungen zu haben ist, je nachdem, ob mehr Obst, mehr Gemüse, mehr Luxuslebensmittel oder auch mehr Backwaren – alles bio natürlich. Nr. 5 ist etwas Ausgefalleneres. In diesem Firmenzweig entwickelt **Kolonihagen** Produkte für den Lebensmittelhandel vom Rohstoff über Verfahren bis hin zur Verpackung. Gemessen am Umsatz ist Nr. 5 der größte Unternehmensteil, gefolgt von der Backwarenherstellung.

Die Bäckerei von **Kolonihagen** beschäftigt 15 Mitarbeiter und ist damit die größte handwerkliche Biobäckerei in Norwegen. Es gibt im Land noch ein paar andere Biobäcker, aber sie beschränken sich auf die Backwarenherstellung, sind kleiner und nur sehr wenige von ihnen verkaufen ihr Brot auch über den Handel.

Kolonihagen hingegen vertreibt seine Backwaren über 40 ausgesuchte Lebensmittelhändler in Oslo. Der Rest geht an Caterer, Restaurants und Kantinenbetreiber sowie in die »grünen Kisten«.



Jon-Frede Engdahl

Vor knapp drei Monaten hat die Bäckerei einen Vakuumkühler von der **Cetravac AG** aus der Schweiz in Betrieb genommen. Der Grund dafür war ein ganz pragmatischer. Die Produktionsmenge hatte sich im Laufe der Zeit kontinuierlich gesteigert und Kunden beschwerten sich plötzlich über eine gesunkene Qualität, obwohl weder an den Rohstoffen noch am Rezept oder Herstellungsverfahren etwas geändert worden war. Die Bäcker gingen der Sache auf den Grund und fanden einen eigentlich simplen Grund. Die erhöhte Produktionsmenge hatte nicht nur die Produktionszeit verlängert, sondern auch die Temperatur in der Backstube erhöht. Denn die Brote ließ man in der Backstube auskühlen. Die höhere Temperatur machte den Kühlprozess nicht nur länger, sondern ließ die Brote auch leicht austrocknen, was die Kunden monierten.

Dass man nach einer technischen Lösung sucht, ist eine Sache, dass man sie schnurstracks auch gegenüber den Kunden kommuniziert, eine andere. Für JON-FREDE ENGDAHL ist das sogar eine Selbstverständlichkeit: »Wir von Kolonihagen glauben daran, dass eine transparente Kommunikation gegenüber

MATKASSER PRODUKTER RESTAURANT BAKERI

MER LOGG INN 🔍 🛒 <

**BESTILL VÅRE
SMAKSVINNENDE
MATKASSER IDAG**

START HER ▶

**NY PRIS!
BARNAS
MATKASSE - NÅ 749,-**
NÅ HAR VI GJORT BARNAS MATKASSE
ENDA BEDRE - TIL EN HYGGELIG PRIS.
LES MER HER!

**ENDA BEDRE BRØD MED
VAKUUMBAKING**
SOM FØRSTE I NORDE HAR VI
INVESTERT I NY TEKNOLOGI FOR BRØD
HOLDBARHET PÅ 5 UKER MED FLERE
SMÅKAKER.

**KRONIKK: SLIPP GRISEN
FRI!**
NORSKE GRISER HAR DET IKKE BRA.
KOMMER FREM I EN RAPPORT FRA
MATTILSYNET.

© Kolonihasen

dem Kunden wichtig ist. Wir haben deshalb auch offen über das Problem gesprochen und erläutert, dass wir eine neue Technologie ausprobieren wollten. Für uns heißt ökologisch produzieren nicht, Lebensmittel wie vor 100 Jahren herzustellen. Im Gegenteil, für uns heißt ökologisch produzieren auch, dass man offen für Verbesserungen und neue Technologien ist. Wir halten unsere Kunden ständig auf dem Laufenden über die Investition und ihren Nutzen, seit die ersten Brote, die über die Vakuumkammer gelaufen sind, auf dem Markt sind. Der Nutzen für den Kunden ist ein saftigeres Brot mit längerer Haltbarkeit, der Nutzen für uns und die Umwelt ist die eingesparte Energie und der Nutzen für die Bäcker ist die niedrigere Temperatur in den Produktionsräumen.«

Die Kommunikation mit den Kunden läuft auf allen Kanälen. Zuerst wurden die Kunden über Social Media informiert. Dann wurden Sticker mit der Aufschrift »Neue Backmethode. Vakuumtechnologie für saftigeres Brot« verteilt und schließlich reduzierte **Kolonihasen** den Brotpreis für zwei Wochen, um die Kunden testen zu lassen und die Kunden zurückzugewinnen, die wegen des zu trockenen Brotes weggeblieben waren. Derzeit wird ein Film gedreht, mit dem die Technologie verständlich erklärt werden soll, und anschließend gibt es Informationskampagnen für definierte Zielgruppen und eine große Anzeigenkampagne zum Start des Schuljahres im August. Bisher, so JON-FREDE ENGDAHL, ist die Resonanz bei den Kunden ausgesprochen positiv und der Brotverkauf wächst Woche für Woche.

