

# Die Erfindung des kompetitiven Croissants

## Eine kurze Geschichte der luxemburgischen Bäckereien

Bernard Thomas

„Haben Sie noch nie von Konrad Lorenz gehört?“, fragt mich der Generaldirektor am Telefon. „Vom „Tierpsychologen“ (und ehemaligen Rassenkundler) hatte ich gehört. „Ja? Dann wissen Sie ja wie so was funktioniert: Wer sich von klein auf an einen Geschmack gewöhnt hat, der wird diesen Geschmack für den Rest seines Lebens mögen. Die Macht der Gewohnheit!“ Ich rede mit Jacques Linster, Chef der Panelux S.A. Industriebäckerei (Linster spricht lieber von „Großbäckerei“), besser bekannt unter dem Namen Fischer. Mit der aggressiven Schulterklopfjovialität die sich oft bei Leuten findet, die um die Macht des Geldes wissen, hat Linster gerade meine verworrene Frage, was man tun solle, wenn einem Fischer nicht schmeckt, es aber nur noch Fischer gibt, beantwortet. Meine hochtrabenden Fragen nach der Homogenisierung und dem Verlust des Geschmacks erscheinen mir auf einmal seltsam naiv.

„Jacques Linster, der ist stark... ganz stark. Dee weess, wou hien d'Féiss hisetzt“, versichert mir eine Bäckerin. Linster hat in der Tat den Ruf eines „Schaffert“, hat Kommandogewalt über circa 1 000 Arbeiter und verfügt über die modernsten Produktionsmittel. In der Roodt-Syrer-Brotfabrik verwandeln täglich 450 Arbeitskräfte 60 Tonnen Mehl auf 30 000 Quadratmetern zu Backprodukten um und frieren sie ein. 500 weitere arbeiten im Verkauf in den etwa 60, über das ganze Land und Grenzland verteilten, Fischer-Filialen. Panelux kann auf dem europäischen Brotmarkt mithalten: von der Roodt-Syrer-Brotfabrik aus werden Kantinen, Supermärkte, diverse Tankstellen, aber auch europäische Unternehmen wie Bofrost oder Picard beliefert. Jacques Linster erklärt mir stolz, er könne beispielsweise in Paris zu Picard

gehen und sich sein eigenes, tief gefrorenes Fischer-Baguette kaufen und dann essen. (Warum man etwas derart Abstruses tun würde, frage ich nicht.) In Roodt-Syre läuft die Produktion 24/24, man arbeitet in Schichten. Die Croissant-Maschine produziert „15 000-25 000 Croissants pro Stunde: „Das nenne ich einen kompetitiven Croissant!“, meint Jacques Linster.

### Der unaufhaltsame Aufstieg des Joe Fischer

Am Anfang der heutigen Panelux S.A. steht ein Bäcker aus Gilsdorf, Joe (ausgesprochen: Joé) Fischer. Seine Geschichte ist die des exemplarischen Aufstiegs einer Luxemburger Führungskraft im Nachkriegsluxemburg und im Arbeitgebermilieu erzählt man sie sich heute noch gerne. Im FEDIL-Blatt, *Echo des entreprises*, beschrieb ihn Claude Lanners, der von 1962 bis 2004 vom Wirtschaftsministerium beauftragt war, Investoren nach Luxemburg zu ziehen, jüngst meritokratisch als „Handwerker, der sich hochgearbeitet hat“ und bescheinigte ihm „Dynamik und unternehmerisches Geschick“. Kurz, ein Unternehmer mit Weitsicht: „Joe Fischer sah bereits voraus, dass der kleine Bäckereibetrieb auf Dauer kaum überlebensfähig war und legte mit seiner Großbäckerei den Grundstein für die heutige Panelux-Gruppe.“ Auf der Fischer-Homepage schreibt man marketing-lyrisch die Geschichte eines kapitalistischen Zentralisationsprozesses um zu einem „subtil équilibre entre le respect d'un savoir-faire traditionnel et la volonté d'aller de l'avant, d'innover“.

Der wundersame Aufstieg des kleinen, fleißigen Bäckers Joe Fischer, welcher 1954 die Familienbäcke-

---

**Die Geschichte von Joe Fischer ist die des exemplarischen Aufstiegs einer Luxemburger Führungskraft im Nachkriegsluxemburg.**

---

rei in Gilsdorf übernommen hatte, begann mit der Ankunft der ersten holländischen Camping Cars und Karawanen in der Öslinger Hügellandschaft. Joe Fischer verkaufte den Holländern seine Backprodukte und kaufte sich davon einen größeren Ofen. Im Winter aber stand der leer. Joe Fischer konnte so seinen Bäckerkollegen aus der Region aushelfen. Norbert Geisen, aktueller Präsident der Fédération des artisans, Bäckermeister und zwischen 1988 und 1998 Präsident der Bäckervereinigung, kannte Joe Fischer, „einen Mann, den ich respektierte, gegen den ich aber auch so manche Kriege geführt habe“. Kein Feind also, eher ein Gegner. Norbert Geisen schildert den Modus Operandi von Joe Fischers Übernahmen: „Wenn der Geselle irgendeines Bäckers im Norden krank war und der Bäcker mit Backen nicht nachkam, dann sprang Joe in die Bresche. Da hatte er eine Nische gefunden: er lieferte sein Brot direkt in die Bäckerei. Und wenn derselbe Bäcker dann irgendwann in Rente gehen wollte, brachte sich Joe geschickt ein ins Gespräch für die Übernahme ...“

Die Regeln des Geschäfts hatte Fischer intuitiv, die Sprache der Symbolik jedoch beherrschte er nur stümperhaft. Joe Fischer nannte 1963 seine Bäckerei in „Boulangerie industrielle de Gilsdorf“ um – „une grave erreur du point de vue de la perception par le client“, wie Claude Lanners mir in einer Mail erklärt. Im Wirtschaftswunderland der 1950er und 1960er klangen Wörter wie „Industrie“ oder „Konsum“ nämlich schicklich und modern, und viele Handwerker sahen sich gerne in der Pose des Industriellen. „Das war ein *Faible* von Joe, aber auch seine *Faiblesse*. Der Ritterschlag war ein Schlag ins Wasser“, urteilt Jacques Linster heute. Brot erweckt zwangsmäßig andere Assoziationen als etwa Autoreifen. Schenkt man Johannes, dem Lieblingsjünger Jesu, Glauben, so griff der Messias unablässig auf Brot als Metapher Seiner Selbst zurück. Mal nannte sich Jesus „das Brot von Gott“, mal „das Brot, das vom Himmel herabkam“, dann wiederum „das Brot des Lebens“, oder auch „das lebendige Brot, durch welches jeder Mensch, der davon isst, ewiges Leben haben sollte“. Durch den zentralen Platz, den die Transsubstantiation in der katholischen Liturgie einnimmt, wurde Brot zum wahrscheinlich symbolischsten aller Nahrungsmittel. Es erstaunt demnach wenig, dass „industrielles Brot“ im katholischen Ösling der 1960er nur wenig Anklang fand.

Aus dem Fehler des Joe Fischer hat Panelux gelernt: auch wenn „nicht unbedingt begründet“ sei eine „gewisse Sentimentalität bei Brot eben vorhanden“, sagt Jacques Linster. Und so setzt die heutige Marketingstrategie von Fischer gezielt auf „Authentizität“. Jacques Linster sagt recht trocken: „Wer am besten

lügt, verkauft am meisten.“ Desto industrieller die Herstellung, desto bukolisch-verkitschter (oder: verlogener) die Bezugnahme zur Tradition: „Dépositaire d'un savoir-faire ancestral, les artisans boulangers Fischer répètent inlassablement ces gestes traditionnels qui donnent à votre pain ce goût de la simplicité et de l'authentique“, liest man beispielsweise auf der Internetseite von Fischer. Im Kino sieht der Zuschauer: ein Weizenfeld im Wind (Fischer) und ein älteres Bauernpaar, welches mit dem Traktor zur Tankstelle tuckert, um sich dort ein belegtes Brötchen zu kaufen (Aral).

Auf den Namen „industriel“ musste Joe Fischer verzichten, nicht aber auf eine Politik der Expansion. 1971 fusioniert Fischer mit der hauptstädtischen Bäckervereinigung Fabrique de produits alimentaires. Drei Jahre später eröffnet Fischer seine ersten Shops im Cactus und beginnt mit der Eroberung des lothringischen Brotmarktes. Langsam aber sicher macht sich Fischer breit. Zentralisierung und Konzentrierung von Kapital führen zu einer Ballung von Reichtum und Macht: 2005 etwa kauft Panelux die Mierscher Bäckerei SA, und die Petit Four S.A. auf. Ein Jahr später ist Comet S.A. (Schwan Bäckerfräsch), bis dahin Fischers Hauptkonkurrent, an der Reihe, geschluckt zu werden. Expropriation von Kapitalist durch Kapitalist: So wurden viele kleinere in wenige, größere Kapitale verwandelt.

Die Produktionskapazität von Panelux stieg (und steigt noch immer) ins Unvorstellbare: 1992 wurden täglich und nächtlich 12 Tonnen Mehl zu Brot verarbeitet, 1997 waren es 20 Tonnen, 2002 bereits 35 Tonnen, heute liegen wir, Jacques Linster zufolge, bei 60 Tonnen Mehl. An diese Produktionskapazitäten kommt in Luxemburg keiner heran. Auch nicht die Pâtisserie Schumacher S.A. mit ihren 130 Arbeitern und 12 Verkaufspunkten. Dass, wie ein kurzer Blick auf ihre Homepage verrät, die „größte Dame blanche“ (2,9 Tonnen), der „größte Winnie Wuuh der Welt aus Schokolade“ (4,32 Meter hoch und 1,94 Meter breit) und die „längste Praline der Welt“ (521 Meter) aus ihrem Wormeldinger Atelier stammen, mag den zweiten Rang etwas kompensieren. An der Tatsache, dass Fischer den Ton angibt, ändern diese Würden nichts.

### Der kleine Bäcker: „Futti, Schluss, aus!“

Der Konzentrationsprozess ging naturgemäß auf Kosten von kleineren Bäckerei- und Konditoreibetrieben. Gab es deren 1970 noch 383 in Luxemburg, so bleiben heute gerade noch 69 Betriebe. Was die Verkaufsstellen angeht, gibt es schätzungsweise 120: davon gehören 60 Kleinbäckern, die 60 übrigen gehören Fischer. Bezeichnend ist auch, dass in

---

**Auch wenn „nicht unbedingt begründet“ sei eine „gewisse Sentimentalität bei Brot eben vorhanden“, sagt der Panelux Direktor.**

---

---

**Wer sich [...] mit dem Thema der luxemburgischen Bäcker beschäftigt, gerät schnell in ein dichtes Netz von Verstrickungen.**

---

den letzten 30 Jahren (vor 1980 liegen keine Zahlen vor) die Zahl der Beschäftigten von 1 129 auf 2 074 gestiegen ist. Der Präsident der nationalen und europäischen Bäckervereinigung, Henri Wagener, erklärt das Paradox so: „All die vielen kleinen Bäckereibetriebe sind am Verschwinden; die Betriebe aber, die bleiben, vergrößern sich. Sehen Sie, in meinem Betrieb haben vorher drei Leute gearbeitet: mein Vater, ein Lehrjunge und ich. Heute sind wir zu zehnt. In einem normalen mittelgroßen Betrieb wird mit 15 Personen gearbeitet.“

Jacques Linster hat es satt, die ganze Schuld am Verschwinden der Bäckereibetriebe in die Schuhe geschoben zu bekommen und kontert mit marktwirtschaftlich Virilem: „Man hat mir die letzten 35 Jahre ständig ‚Houere Fischer‘ um die Ohren geschleudert. Ich kann nur sagen: à chacun de tirer son épinge du jeu.“ Er selbst sei auch einmal ein kleiner Bäcker gewesen, früher wenigstens. „Ich habe das abgewogen, als zu leicht empfunden und die Idee wieder fallen gelassen“, resümiert er heute. Beschwerden sollte man sich nicht, schließlich hätten wir ja „als Gesellschaft für die freie Marktwirtschaft gestimmt“. Und damit hätten wir auch die Gesetze des Marktes zu akzeptieren. Dessen sogenannte unsichtbare Hand sei eigentlich die von uns allen: „Sehen Sie, Fischer diktiert überhaupt nichts, der Markt bestimmt.“

Eigentlich suggeriert Jacques Linster, die Schuld am Verschwinden des kleinen Bäckers trage nicht „der böse Fischer“, sondern wir alle, wir egoistischen Konsumenten. Haben also letzten Endes wir selber diese industrielle, vermarktete, tiefgefrorene Welt herbeigeführt?

Wer sich, aus welchen Gründen auch immer, mit dem Thema der luxemburgischen Bäcker beschäftigt, gerät schnell in ein dichtes Netz von Verstrickungen. Mit dem Schulgesetz und der Krise des Katholizismus (keiner geht mehr Samstag- oder Sonntagmorgen vor die Tür), mit in Brüssel ausgearbeiteten Hygienennormen (die massive Investitionen in neues Material zur Folge haben) und Deregulierungen (vom Brotpreis z.B.), mit den etwa 600 Tankstellen (24/24 „frisches“ Brot), Supermärkten (die außer Panelux kein Luxemburger Bäcker beliefern kann) und Discounter (welche, naturgemäß, die Preise unterbieten), mit Esskultur (vor 20 Jahren haben sich nur wenige getraut im Gehen zu essen), mit Mietpreisen (viel zu hoch), mit Schlafsiedlungen (kein Leben, kein Bäcker), mit Lohnkosten und verrückten Arbeitszeiten (23:30-08:00), mit Brotmesseinheiten (1 „kg“ belgisches Brot wiegt 800 g) – mit all dem wird man konfrontiert. Diese Kumulation bedeutet für den kleinen Bäcker: „Futti! Futti! Schluss, aus!“, wie es Linster auf den Punkt brüllt.

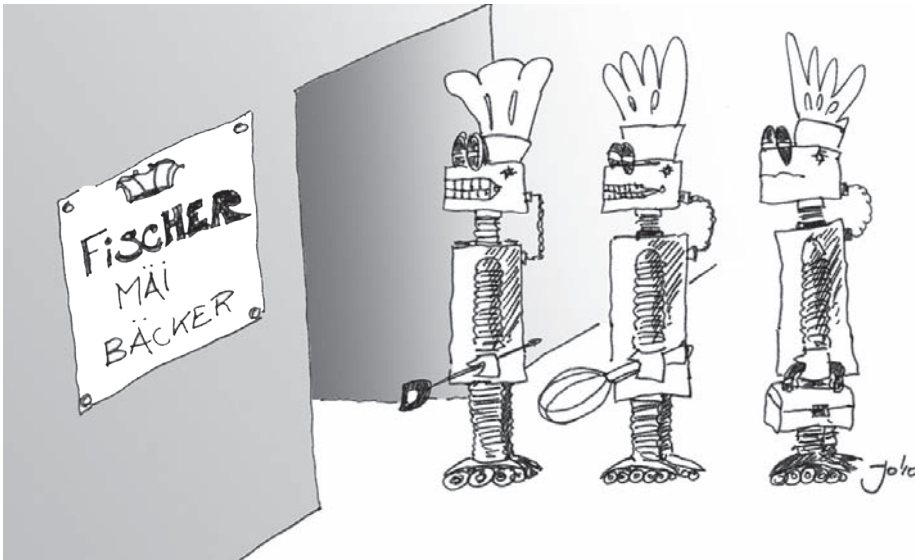
## **Ich bin ein Dinosaurer**

Damit hat Linster natürlich nicht ganz Unrecht, wenigstens statistisch gesehen. Heute wird jedes zweite in Luxemburg hergestellte Backprodukt im Supermarkt oder auf der Tankstelle gekauft. Panelux hatte diese Entwicklung vom Einkaufen gehen zum Einkaufen fahren früh erkannt und sich rechtzeitig neben dem Einzelhandel (und neuerdings Biomarkt und Sandwichmarkt für gestresste Tertiärangestellte) die „grande distribution“ als neues Standbein zugelegt: anfangs nur bei Match, neuerdings auch bei Cactus.

Interessanterweise ist es Henri Wagener, ein kleiner Bäcker also, der auf das Argument der nationalen Einheit zurückgreift, um die Panelux-Kontroverse kurzzuschließen: „Wir müssen regional agieren, damit wir die belgischen und deutschen Kollegen aus dem Markt heraushalten – damit das Brotbusiness ein Luxemburger Business bleibt“, sagt er. Was er aber damit genau meint, ist nicht klar. Vor allem da Fischer längst in Trier oder Metz seine Filialen eröffnet hat und der „Brotimperialismus“ eher von Roodt-Syre aus geführt wird als von dem strukturschwachen nahen Grenzgebiet. Zwar verkauft Fischer noch „typisch Luxemburger Produkte“, wie die *Rieslingspaschtéit* oder die *Aachtchen*, aber er tut dies auch nur, weil der Kunde sie kauft. „Wir behalten unsere Partikularitäten und Traditionen so lange wir damit Geld verdienen“, entmystifiziert Jacques Linster die identitäre Frage und bringt sie auf ihren ökonomischen Punkt.

Zugegeben: Fischer macht keine schlechten Produkte. Die Roodt-Syrer-Backfabrik benutzt Sauerteig, Frischmilch, lässt ihre Produkte lange gären und ist groß genug, um den Bauern vorschreiben zu können, welche Weizenkörner sie anzupflanzen haben. Henri Wagener, der Präsident der nationalen und europäischen Bäckervereinigung, redet vorsichtig vom „Fischer-Geschmack“, welchen „man mag, oder eben nicht“. Schmecken tun die Fischer-Produkte aber immer gleich, was daher rührt, dass sie aus dem gleichen Ofen kommen. Dann nimmt er Jacques Linsters Marktmetapher wieder auf und spinnt sie weiter: „Das Spiel Groß gegen Klein gibt es immer. Es gibt halt nur einen Markt. Die Art und Weise wie wir diesen Markt attackieren, ist bei uns natürlich anders als bei Fischer. Die Fischer-Bäckerei, die kann schwere Artillerie auffahren ...“

Dem kleinen Bäcker bleiben die Nischen. Immer ein Schritt hintendran, wie es mir Henri Wagener erklärt: „Die kleinen Betriebe denken oft noch in der Größenordnung des Viertels oder der Ortschaft. So langsam müssen wir aber anfangen in regionaler



oder sogar nationaler Größenordnung zu denken. Der Fischer, der denkt schon längst international. Währenddessen laufen wir noch immer in den Fußstapfen der Tradition. Nicht Fischer, der Bäcker selbst steht sich im Weg. Der Schritt weiter, in die Innovation, mein lieber Mann, der ist bitter“, sagt er und lacht. Wortgewandt ist Henri Wagener auf alle Fälle. Selbst das alte Lied der Überlastung der Handwerker und des kleinen *Patrons* klingt bei ihm noch lustig und frisch: „Lehrjahre sind keine Meisterjahre, mein Herr“, meint er am Telefon, „Das sind zehn saure Jahre und die muss man durchstehen. Zehn Jahre mit Scheuklappen, wie beim Pferd. Nix mit schnellen Autos und schönen Frauen hinterher gucken. Arbeit, Arbeit!“

Die Unverbindlichkeit von Henri Wagener ist auch Teil einer Strategie und die hat mit seiner Funktion als Präsident der Luxemburger Bäckervereinigung zu tun. Die versucht seit einigen Jahren verstärkt, Panelux aktiv mit einzubinden. Schlechte Publicity will man vermeiden und Wagener bittet mehrmals: „Keng Feindbilder, w.e.g.!“ Zu der Zeit als Norbert Geisen der Bäckervereinigung vorstand, wurden die Konflikte offener ausgetragen. Die Kleinbäcker hatten damals grüne Laternen anbringen lassen, um sich als „warme Bäcker“ von den Tiefkühlbäckern zu differenzieren. Wie er denn in seiner heutigen Funktion als Präsident der *Fédération des artisans* den Spagat zwischen Kleinbetrieben und Multinationals wie die Dussmann Gruppe oder Panelux hinkriege, will ich von Norbert Geisen wissen. „Konsensbereitschaft“, antwortet er knapp. Aber selbst Henri Wagener kann sich einen Seitenhieb auf Panelux nicht ganz verkneifen. Der große Vorteil, meint er, sei, dass Panelux die gleichen hohen Löhne zu zahlen habe wie der kleine Bäcker, deshalb könne es sich Fischer auch gar nicht leisten, die Preise konsequent

zu unterbieten ... „Außer natürlich, die delokalisieren nach Ungarn. Da liegt der Mindestlohn bei etwa 800 Euro im Monat. Der Lastwagen braucht nur 10 Stunden bis nach Luxemburg. Und tiefgefroren sind die Produkte sowieso ...“, deutet Wagener an.

Bei der Limpertsberger Pâtisserie Drebenstedt (ein Drei-Mann-Betrieb) stellen sich solche Fragen nicht. Man hat seine Klientel, ein komisches Gemisch aus Schülern, Durchgangsverkehr und alteingesessener Limpertsberger Bourgeoisie. Viele von letzteren kennt Frau Drebenstedt beim Namen. Die „riche et bonne bourgeoisie où s'était conservée héréditairement [...] la connaissance des bonnes adresses et l'art de savoir bien faire une commande“, wie sie einst Proust umschrieb, ist vielleicht die Rettung des letzten halben Dutzend hauptstädtischer Bäckereien. In vier Jahren gehen die Drebenstedts in Rente. Was danach kommt ist noch unklar. Frau Drebenstedt macht sich aber schon ihre Gedanken und Sorgen: „Ich will den Leuten im Viertel einen französischen Bäcker hinterlassen“, sagt sie und meint mit „französisch“ *artisanal*. Falls sich keiner findet, wird in einigen Jahren auf Nummer 80 der Avenue Victor Hugo eine Fischer-Filiale stehen. Eine von 21 in Luxemburg-Stadt. Und Jacques Linsters Prognose hätte sich wieder ein wenig mehr bestätigt: „Der richtige Bäcker wird zum Künstler, zum Exoten. Wéi op der Fouer.“

Zurück bleibt ein fader Geschmack, ein Gefühl von Schwindel und der immer wiederkehrende Satz, nur gutes Brot zu backen und zu verkaufen reiche nicht aus, um als Bäcker zu überleben. Als ich dem entgegensetzen versuche, ich würde meist zu Fuß zum nächsten Bäcker gehen, lacht am anderen Ende der Leitung Jacques Linster: „Sie sind schon fast ein Dinosaurier, mein Herr! Matt allem Respekt fir Är Persoun ...“ ♦

---

**„Der richtige Bäcker wird zum Künstler, zum Exoten. Wéi op der Fouer.“  
(Jacques Linster)**

---