

Schwäbische Alb haben. Für die Namen ihrer Bienenköniginnen Agathe, Andrea und Silke standen drei Mitarbeiterinnen der Bäckerei Pate. „Für uns ist das die folgerichtige Fortsetzung unseres Engagements“, erklärt **Johannes Klümpers**, Geschäftsführer bei Veit. „Wir halten die Unterstützung der heimischen Imkerei für sehr wichtig. Der Verzehr von heimischem Honig ist aktiver Umweltschutz, denn Honig kann man importieren, die Bestäubungsleistung der Bienen jedoch nicht“. Der Honig von Birgit Wester wird in den Veit Caféhäusern angeboten und in ausgewählten Backwaren der Bäckerei eingesetzt. ☺

Info: [www.baeckerhaus-veit.de](http://www.baeckerhaus-veit.de)

## Hinkel verkaufte „Kiffer-Kruste“

Bäckermeister **Josef Hinkel** hat Spaß an verrückten Dingen. Ein Quark-Weizenmischbrot mit Hanfsamen und Hanföl vermarktet er als „Kiffer Kruste“, sie ist das Brot des Monats Februar. „Bei Hanf denkt man natürlich gleich ans Kiffen. Und in Düsseldorf ist das Thema ja auch ziemlich aktuell“, sagte der findige Bäcker der Rheinischen Post, die den Marketinggag mit einem ausführlichen Artikel würdigte. Auch „Welt“ und „Bild“ berichteten. Düsseldorf will als erste Kommune Deutschlands den Verkauf und den Konsum von Cannabis legalisieren. Das Hanf-Brot hilft beim Drogenkonsum allerdings nicht weiter: „Es handelt sich in erster Linie um hochwertige und vor allem um geschmacksintensive Zutaten“, erklärt Hinkel. „Wir haben die Bestellung für unsere zwei Läden jetzt am Samstag mal auf 70 Stück erhöht“, sagte uns der Kultbäcker. Das Brot sei mit 3,80 Euro für 500 Gramm sehr hochpreisig. Wichtig sei ihm, „dass die Stadt über die Kiffer Kruste spricht und unsere Läden leerkauft“.

Und was sagen die Kunden zu der mutigen Werbung? Nach den Kommentaren auf Facebook zu urteilen: mit einem Lachen. 39 amüsierte Kommentare haben wir zum Post „Sind sie auch schon „high“ aufs Wochenende?“ gefunden, 67 Mal wurde er geteilt, 11.000 Mal angeklickt. Wobei das angefügte Werbemotiv mit qualmendem Brot und Schriftzug „Baking Bread“ (bezieht sich auf die TV-Serie „Breaking Bad“, in der es auch um Drogenherstellung geht) auch gut ist. „Großartig - ich weiß zwar nicht, wie es schmeckt, aber die Werbung ist gut. Mutig!“, schreibt der eine, „Hinkel hat doch immer die Nase vorne“ die zweite und der dritte schlägt gleich die nächste Marketingaktion vor: „Jetzt bitte noch die „The walking Mett“ Aktion – leckere Mettbrötchen to go“. ☺



Info: [www.facebook.com/BaeckereiHinkel](http://www.facebook.com/BaeckereiHinkel)

## Pfiffige Logo-Kekse

Die **Bäckerei Lieberwirth** aus Leubsdorf im Erzgebirge (8 Filialen) setzt nicht auf Gastro-Konzepte, wie allerorten üblich ist. Stattdessen hat sich Inhaber **Jörg Lieberwirth** ein ganz anderes Geschäftsfeld erschlossen: als „Kekselmacher“. Die Idee, Kekse zu bedrucken, kam dem 49-Jährigen vor gut drei Jahren. „Ich besuchte mit der Familie einen Biergarten. Jedem Kaffee war ein Keks beigelegt, auf dessen Verpackung sich das Logo der Gaststätte befand. Schnell kam uns der Gedanke, diese Idee aufzugreifen, den Keks schmackhafter zu gestalten und das Logo direkt auf den Keks zu bringen“, erzählt er die Geschichte. Basis für die gemeinsam mit Geschäftspartnern entwickelte Technologie ist ein Tintenstrahldrucker mit Lebensmittelfar-

## Stöffchen für Bäcker

„Original Bäcker Stoff“ heißt eine neue Kreation von **Alpirsbacher Klosterbräu**. Das würzige Spezialbier (Alkoholgehalt: 5,2 Prozent) mit vollmundigem Aroma und malz-aromatischem Geschmack wird exklusiv für Bäckereien und Konditoreien gebraut. Es ist in 0,33 l-Bügelflaschen zuerst über Bäckos in Baden-Württemberg erhältlich, längerfristig, heißt es, soll der Vertrieb auf weitere Regionen ausgeweitet werden. „Bier und Brot haben wohl gemeinsame Wurzeln“, erklärt **Carl Glauner**, Geschäftsführer und Inhaber der Spezialitäten-Brauerei aus dem Schwarzwald. ✓Tipp: Das Stöffchen passt prima zum gastronomisch orientierten Bäcker mit Konzession.

