

Eine volle Mischung Erzgebirge

Wie die Rolle-Mühle Rollemühle in Grünhainichen zum Zentrum einer regionalen Dachmarke wurde.

VON JAN-DIRK FRANKE

Manchmal braucht es einen kleinen Ruck, damit die Dinge in Bewegung kommen. Thomas Rolle nervte es, dass in den Advents- und Weihnachtssendungen im Fernsehen das Erzgebirge nur mit den Herstellern von Schwibbogen, Nussknacker und Co., in Verbindung gebracht wurde. „Beim Stollen wurde dagegen nach Dresden geschwenkt“, schildert er. Für den Inhaber der Rolle-Mühle in Waldkirchen bei Zschopau ein Unding. Dabei sei der Stollen doch das traditionelle Weihnachtsgebäck im Erzgebirge. Doch was tun, um das zu ändern? Der Grund für das Dilemma stand für Rolle schnell fest: „Die Journalisten hatten keinen Ansprechpartner in der Region.“ Also gründete der Mühlenchef den Erzgebirgischen Stollenverband und zog los, um Mitstreiter zu suchen.

Jedes Jahr eine Stollenprüfung

Inzwischen sind rund 20 Bäckereien unter das Verbandsdach geschlüpft. Gemeinsam wird das Verpackungsmaterial entworfen und die Werbetrommel gerührt. Es gibt auch jedes Jahr eine gemeinsame Stollenprüfung. Beim Backen müssen bestimmte Dinge eingehalten werden, damit die Qualität stimmt. Darüber hinaus habe jeder Bäcker aber sein eigenes Rezept, das ihn unterscheidbar mache von den Kollegen. „Es ist eine ganz erfolgreiche Geschichte, die Resonanz wächst“, sagt Rolle.

Es ist eine Erfahrung, die er nicht missen möchte. Fünf Jahre später entsteht das nächste Netzwerk. „Mit dem Stollenverband haben wir trainiert“, flachst er. 2015 geht die Marke „Landgemacht“ an den Start – und bringt die Produkte der Mühle im Tal des Zschopau-Flusses in die Filialen der Lebensmittelmärkte. Den Anstoß gaben Edeka und Konsum, die auf der Suche nach regionalen Lieferanten bei ihm anklingelten. Bis dahin belieferte die Mühle nur Bäckereien und den Naturkostfachhandel. Er sei zuerst skeptisch gewesen, erinnert sich Rolle: Wozu brauchten die Ketten noch eine Sorte Mehl mehr, sie haben doch schon genug im Regal stehen? Doch er sagte zu. Und war am Ende überrascht: „Die Leute haben tatsächlich das Mehl aus der Region gekauft.“

Schnell fiel die Entscheidung, das Geschäft auszubauen. Aber Rolle war sich auch bewusst: Es wird nicht einfach, sich als kleiner Familienbetrieb bei den großen Ketten dauerhaft im Sortiment zu platzieren. Die Lösung: ein Netzwerk mit weiteren regionalen Produzenten, die ähnlich tickten. Rolle gründete die Dachmarke „Landgemacht“ und machte sich wieder auf die Suche nach Partnern. Den heute 62-jährigen störte das nicht: „Es muss im-

mer einen geben, der sich vornan stellt.“

Neben der Mühle gehören der Backwaren- und Müsli-Hersteller Lebensgarten aus dem vogtländischen Adorf, der Kloß- und Knödel-Produzent Münzner aus Marienberg im Erzgebirge und die Neukircher Zwieback GmbH aus Neukirch in der Lausitz zu dem Verbund. Eine Ölmühle soll demnächst noch dazustoßen. Die Kriterien für die Aufnahme: Es muss sich um einen Familienbetrieb handeln, die Produkte tragen ein Bio-Siegel und sie werden in der Region hergestellt.

Kooperationen ist die Zukunft

Konsum, Edeka, Kaufland, Rewe, Simmel – inzwischen sind die „Landgemacht“-Firmen bei „fast allen einschlägigen Lebensmittelhändlern“ gelistet. Eine Handelsagentur kümmert sich um den Vertrieb. „Mit drei Tüten Mehl würde das keinen Sinn ergeben, aber so können wir uns das leisten.“ Zusammen ist man halt stark. Die Umsätze seien seit dem Start gestiegen, man sei zufrieden mit der Entwicklung,

sagt Rolle. Lebensgarten-Chef Andreas Hubmann sieht das ähnlich: „Das bringt alle Beteiligten nach vorn.“ Die Absatzmengen könnten aus seiner Sicht zwar noch etwas größer sein. „Aber ich denke, es wird angenommen“, sagt Hubmann. Für ihn steht fest: In solchen Kooperationen liegt die Zukunft. „Man gewinnt Aufmerksamkeit für die eigene Marke, und es ist doch auch für die Kunden besser, wenn es fünfmal fünf Produkte gibt statt nur fünf.“

Dabei hatte Rolle anfangs schon Bedenken: Werden wir dann noch als Rolle-Mühle wahrgenommen? Aus dem Grund klebten die Erzgebirger zum Start Sticker auf die bisherigen Mehltüten: „Die Rolle-Mühle zieht sich um“, stand drauf. Anfangs seien schon Anrufe von Kunden gekommen.

Sätze wie „Euch gibt's wohl gar nicht mehr?“ musste sich Rolle anhören. Aber das sei überstanden. Natürlich soll das Geschäft mit der Dachmarke ausgebaut werden. „Wir sind auch offen für weitere Partner, die unter das Dach passen“, so Rolle.

Beim Absatz liegt der Fokus klar auf Sachsen. „Brandenburg wäre für uns aber durchaus noch vorstellbar“, fügt er hinzu. Aber viel weiter hinaus wollen die Partner nicht. Eine bundesweite Präsenz sei

kein Ziel, das schaffe man nicht.

Allein von ihren „Landgemacht“-Artikeln – Bio-Backmischungen, Bio-Mehle und Bio-Getreide – kann die Mühle freilich nicht leben. Eine Lkw-Ladung Getreide – das sind 30 Tonnen – verarbeiten die gut 20 Mitarbeiter Tag für Tag. Ein Zehntel der Produktion entfällt auf das Geschäft mit Endverbrauchern. „Aber wir sind hier ja auch noch nicht so lange unterwegs“, meint Rolle. Er sieht Potenzial. „Das ist der Bereich, der wächst. Wir machen keine Riesensprünge, aber es geht voran.“ Bislang verdient der traditionsreiche Betrieb – die Mühle selbst wurde 1563 erstmals urkundlich erwähnt – sein Geld vor allem mit Lieferungen an das Bäckerhandwerk. 200 Betriebe in Sachsen, Brandenburg, Sachsen-Anhalt und Berlin zählt Rolle zu seinem Kundenstamm. Doch die Anzahl der Handwerksbetriebe schrumpft. Jedes Jahr verschwinden kleine Bäckereien. Und bei den großen Filialbetrieben hat er keine Chance. „Dafür haben wir die Mengen gar nicht.“ So ist das Verbundprojekt auch Zukunftssicherung. „Das ist auf jeden Fall eine Variante, um gegenzusteuern“, ist Thomas Rolle, der in fünfter Generation den Betrieb führt, überzeugt. Die sechste Generation ist dabei schon einbezogen: Tochter Anne Rolle-Baldauf ist im Hause für die „Landgemacht“-Artikel verantwortlich.



Die Tochter des Geschäftsführers Thomas Rolle, Anne Rolle-Baldauf entwickelte die Marke „Land gemacht“ mit.

Fotos: FP

„Man gewinnt Aufmerksamkeit für die eigene Marke, und es ist doch auch für die Kunden besser, wenn es fünfmal fünf Produkte gibt statt nur fünf.“

Thomas Rolle
Inhaber der Rolle-Mühle
in Waldkirchen bei Zschopau



Bio-Backmischungen, Bio-Mehle und Bio-Getreide in der Tüte.



Thomas Rolle prüft die Qualität der Mischung.