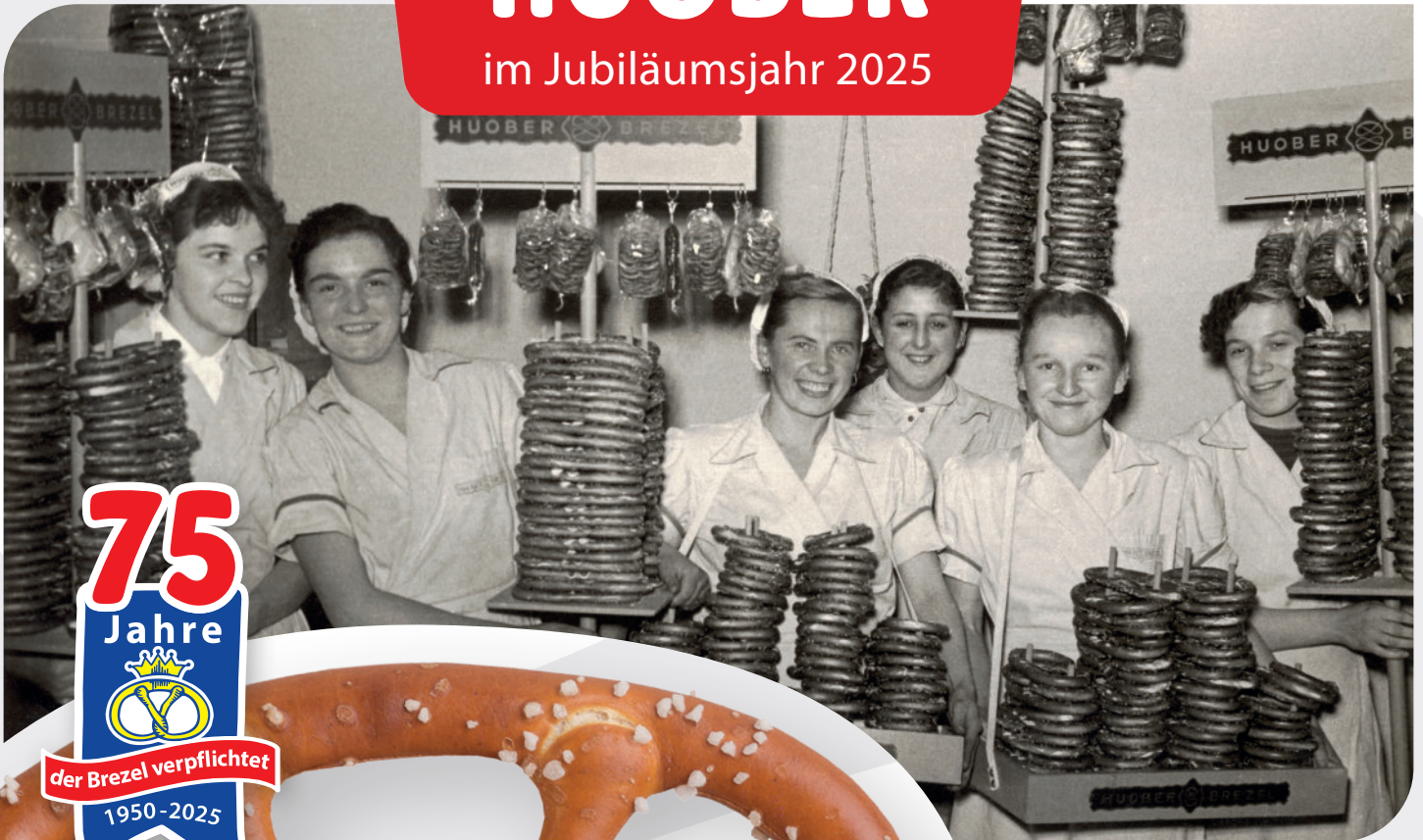


HUOBER

im Jubiläumsjahr 2025



75

Jahre



der Brezel verpflichtet

1950-2025

**Eine
Unternehmung
mit Geschichte
und eine mit
Zukunft**

*Bild oben:
In den 50er-Jahren
war die Welt nicht nur in
Sachen Verpackung noch
eine Andere – ofenfrisch
durften die Brezeln von unseren
Mitarbeiterinnen z. B. noch direkt
vom offenen Bauchladen
kredenzet werden. Auch offene
Thekendisplays waren in der
Gastronomie damals
durchaus üblich.*

Idee und Gründung

Die Firma HUOBER BREZEL ist aus der Idee des Bäckermeisters Emil Huober hervorgegangen, aus rein natürlichen Zutaten durch gleichmäßiges Durchbacken eine knusprige Laugenbrezel zu backen, die „immer frisch und knusprig“ schmeckt. 1950 konnte er Produktionsräume anmieten und begann parallel zu seiner Stuttgarter Frischbäckerei die Produktion von Dauergebäcken im ländlichen Erdmannhausen ⁽¹⁾.

Emil Huobers Fertigkeiten und sein Qualitätsverständnis gepaart mit Grete Huobers vertrieblichem Geschick ließen das kleine Unternehmen rasch gedeihen. Bereits 1954 kam es zum Neubau der „Ersten Württembergischen Brezelfabrik Erdmannhausen“. Die Nachfrage stieg, das Geschäft blühte und bis 1958 die erste Ausformungsmaschine den Betrieb aufnahm, wurden täglich hunderte Huober Brezeln von Hand geschlungen. Mit den 70er Jahren hielt eine radikale Veränderung der Handelslandschaft

Einzug und entzündete teils unerbittliche Kämpfe um Marktanteile und Plätze in den Regalen der Supermärkte. Emil, Grete und der ältere Sohn Walter Huober, der in den elterlichen Betrieb eingestiegen war, sahen zum Ende der 70er wirtschaftlich schweren Zeiten entgegen. Zum Krisenrat wurde auch der jüngste Sohn Karl Huober aus Berlin hinzugerufen. Wenngleich Karl (damals Anfang 30) sein Wirkungsfeld zu der Zeit nicht in Erdmannhausen sah, stellte er sich angesichts des Ernstes der Lage der Herausforderung die Brezelfabrik fortzuführen ⁽²⁾.



HUOBER Brezelproduktion im Jahr 1954.



Die Marke durch die dreimal die Sonne scheint

HUOBER

Aus der Krise in die Verwandlung

Als Karl Huober in den Betrieb einstieg, ging es zunächst darum, die Unternehmensexistenz zu sichern. Dazu konzentrierte er das breite Sortiment auf wesentliche Kompetenzprodukte aus der eigenen Herstellung und schreckte auch nicht davor zurück Produktionskapazitäten abzubauen. Ein sicherlich einschneidendes Erlebnis für viele Mitarbeiter war die Kündigung eines Großkunden für Salzstangen und die Demontage der Salzstangenanlage. Die damit einhergehende Rückbesinnung auf die eigenen Stärken des Betriebs als Brezel-Spezialist war notwendig, um den zweiten, weitreichenderen Wandlungsschritt vorzubereiten – die konsequente Umstellung der gesamten Produktion und Ausrichtung des Vertriebs auf Qualitätsgebäcke aus Zutaten ökologischer Landwirtschaft.

Karl Huober formulierte folgendes in der Präambel aller Mitarbeiterverträge:

„Sinn und Zweck des Betriebes ist die Herstellung qualitativ vollwertiger Dauerbackwarenspezialitäten. Wir wollen damit einem besonderen Bedürfnis dienen. Durch unsere Produkte wollen wir gemeinsam mit unseren Kunden gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen. Die auf gegenseitigen Respekt gegründete Leistung der Mitarbeiter ist an diesem Unternehmenszweck zu orientieren.“

„Qualität, Verantwortung und Respekt“ – dies öffnete bei vielen seiner Mitarbeiter die Ohren und Herzen und beteiligte sie an der Frage nach der Herkunft und der Zukunft des Getreideanbaus als Teil der eigenen Zukunft. Nicht weniger als eine tiefgreifende Umstülpung auf eine ökologisch-nachhaltige Produktion war schließlich das Ziel, für das er warb.



Karl Huober vor seinem Büro, 1997

„Aus bestem Korn“ – Die Umstellung auf Bio

„Der Wirtschaftsorganismus verlangt aber zu seiner Gesundheit längst nicht mehr Außenentwicklung, dagegen vielmehr Innenentwicklung und Verwandlung“ (Karl Huober in „Biene Mensch Natur, 2006“⁽³⁾).



Karl Huober hatte dieses Ziel, die ökologisch-nachhaltige Erneuerung, stets vor Augen wenn sich Widerstände auftaten und äußere Sachzwänge sich ihm in den Weg stellten. Der Weg zur hundertprozentigen Bioproduktion, „eine Operation am offenen Herzen“, vollzog sich über einen Zeitraum von 20 Jahren und war keine reine Erfolgsgeschichte. Die Nachfrage nach Snack-Artikeln in Bio-Qualität konnte in den 1980 und -90er Jahren den Betrieb mit 120 Mitarbeitern nicht immer auslasten. Einige Handelspartner wendeten sich ab, als mit den Umstellungsbestrebungen auch Preiserhöhungen einhergingen. So forderte der eingeschlagene Weg Durchhaltevermögen, Verzicht und Kreativität. Karl Huober formte in dieser Zeit den Werbeslogan „Aus bestem Korn“. So konnte er die Kundschaft langsam mitnehmen, ohne diese mit dem damals neuen Bio-Siegel zu verunsichern. Auch einen anderen gewünschten Nutzen hatte dies. Dadurch, dass die HUOBER Produkte zu Beginn nicht mit dem Bio-Siegel ausgelobt wurden, konnte sog. Umstellerware verwendet werden. Also Getreide, das von Landwirten kam, die ihre Felder zwar bereits öko-

Liebe Mitdenkerin, lieber Mitdenker, spiegelt der Wunsch nach Transparenz nicht auch das Bedürfnis nach einem Verständnis und einer Überschaubarkeit unserer arbeitsteiligen Welt wider? Und steckt dahinter nicht auch der Wunsch nach Beziehung und gegenseitiger Wertschätzung?

Lieferketten und Arbeitsabläufe sind in der Lebensmittelverarbeitung oft undurchsichtig und unpersönlich geworden. Verhandlungen zu Preisen und Konditionen werden im heutigen Wirtschaften meist vordergründig mit Misstrauen und Habgier geführt. Was aber passiert, wenn wir den Eigennutzen stets auf Kosten der gemeinsamen Ziele durchdrücken und Vertrauen und Wertschätzung vernachlässigen?

Die Art wie wir untereinander Handel betreiben und als Geschäftspartner miteinander umgehen prägt doch auch unsere gesamte Umgangskultur im Sozialen. Stimmt auch Du zu, dass ein gemeinsames, zukunftstaugliches Arbeiten und Wirtschaften auf einer fairen Beziehungsqualität bauen muss? Wir alle sind daher aufgerufen sogenannte „harte Fakten und weiche Faktoren“ miteinander in ein lebendiges Verhältnis zu bringen. Vor diesem Hintergrund wollen wir Dir die Zusammenhänge aufzeigen, die unsere Arbeit hier vor Ort ausmachen. Vielleicht mögen sie Dich in Deiner Aufgabe, an anderer Stelle in unserer arbeitsteiligen Welt, inspirieren.



Bilder oben: Volkmar Spielberger und Arlend Huober im Gespräch in der Spielberger-Mühle in Brackenheim



Bild unten: Produktionsleiter Aydin Üven an der Backstraße in der HUOBER-Produktion



logisch bewirtschafteten, ihr Getreide aber erst nach einer Frist von zwei Jahren mit einer Bio-Zertifizierung verkaufen konnten. Diese Landwirte waren ja in einer ähnlichen Lage wie Karl Huober, sozusagen Mitstreiter für eine Erneuerung, und es lag ihm viel daran sie nach Kräften auf ihrem Weg zu unterstützen.

HUOBER BREZEL „Die Marke, durch die dreimal die Sonne scheint“ - der heutige Markenclaim entstand mit der komplett vollzogenen Umwandlung zur Jahrtausendwende. Aus ihm leuchtet die Kraft, die durch die Verwandlung gewonnen wurde, und er weist hin auf die zukünftige Unternehmensaufgabe.

Die Früchte der Verwandlung

Die intensive Zusammenarbeit mit vielen Demeter-Landwirten führte 1989 zur Begründung des Schwesterunternehmens ErdmannHAUSER Getreideprodukte. Einem Unternehmen, das sich als regionaler Verarbeitungspartner der biologisch-dynamisch wirtschaftenden Landwirte versteht und sich auf die Herstellung von Grundnahrungsmitteln aus deren Anbau konzentriert. Für die enge Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung der benachbarten Firmen HUOBER BREZEL und ErdmannHAUSER prägte sich der Begriff „Firmengemeinschaft für ökologische Lebensmittel in Erdmannhausen“. Zu dieser Firmengemeinschaft gesellte sich im Jahre 2011 die Firma BioGourmet, die in einem vielseitigen Feinkostsortiment ökologische Lebensmittel von Manufakturen und kleinen mittelständischen Verarbeitern zusammenführt und dem Lebensmittelhandel anbietet.



Karl Huober, Veranstaltung Zukunft säen 2014

Gemeinsam setzten Solvår und Karl Huober viele Impulse innerhalb der Firmengemeinschaft, die heute konkrete Gestalt angenommen haben. Darunter die ErdmannHAUSER-Saatgutkampagne, die Bildungs-Initiative, der biologisch-dynamisch wirtschaftende Riedhof der Firmengemeinschaft oder das BREZELMUSEUM, um nur einige zu nennen.



Auszubildende bei der Feldbegehung, 2018



Die Marke durch die dreimal die Sonne scheint



Johannes und Arlend Huober in einem Dinkelfeld

In verantwortlicher Familienhand

Die Übergabe in die Hände der nachfolgenden Generation wurde ab 2015 nach und nach verfolgt. Durch die plötzliche, schwere Erkrankung und den darauf folgenden frühen Tod von Karl Huober im Jahr 2019 wurde dieser Vorgang beschleunigt und stellte die beiden Söhne Johannes und Arlend Huober alsbald in die Verantwortlichkeit der Unternehmensführung und der Gesellschafteraufgabe.

HUOBER BREZEL ist in dritter Generation familiengeführt und damit der einzige Hersteller seiner Branche, der sich seit seiner Gründung kontinuierlich die Unabhängigkeit bewahrt hat.

Dies, liebe Leserin und lieber Leser, ist natürlich nur mit Ihnen als treue Kunden möglich gewesen. Nehmen Sie also unseren herzlichen Dank entgegen für Ihr Vertrauen in unsere Arbeit, hier in Erdmannhausen.

Es grüßt Sie,
Ihre Firma HUOBER BREZEL



Blick vom Erdmannhauser Ried auf die Mehlsilos der HUOBER-Produktion

⁽¹⁾ Die ursprüngliche HUOBER Frischbäckerei wurde bereits 1914 in Kornwestheim von Emil Huober Senior gegründet. Später erfolgte der Umzug der Bäckerei in die Schickhardtstraße in Stuttgart. Das Gebäude Badstraße 8 in Erdmannhausen, das vor dem Neubau Emil Huobers Backstube war, beheimatet seit 2016 das BREZELMUSEUM.

⁽²⁾ Karl Huober, der jüngste Sohn der Familie (geboren am 20.04.1949; gestorben am 09.05.2019) zog es nach dem Abitur und der Ausbildung zum Heilerzieher nach Berlin, wo er Philosophie und Volkswirtschaft studierte. In seiner Berliner Zeit (1970-1980) eröffnete er eine Buchhandlung, wirkte an der Gründung der selbstverwalteten Tageszeitung (taz) mit und engagierte sich in Hans-Georg Schwepenhäusers Institut für soziale Gegenwartsfragen. Er lernte dort seine spätere Frau, die Norwegerin Solvår Stornes kennen, die in Berlin Eurythmie studierte.

⁽³⁾ Die Besonderheit dieses konsequenten Umstellungsprozesses, die Umgestaltung des konventionellen Industriebetriebes zu einem „reinen Bio-Unternehmen“, beschreibt man am besten mit dem medizinischen Bild: Eine Operation am offenen Herzen. Während zu der Zeit viele der sog. Bio-Pioniere ihr Unternehmen von Grund auf als Bio-Unternehmen im Schutz der Naturkost-Nische aufbauen konnten, war Karl Huober stets in der herausfordernden Verwandlung eines bestehenden Unternehmens gefordert. Diesen Prozess, der in erster Linie nach innen wirken musste, verstand Karl Huober gleichzeitig als einen Beitrag zur Gesundung des Wirtschaftslebens.