



Josef Resch

Geschäftsführer und Eigentümer
Resch&Frisch Gruppe, Wels



Resch&Frisch: Tradition trifft Innovation

Von einer kleinen Vorstadtbäckerei zu einem international tätigen Unternehmen.

Das 1924 gegründete Unternehmen hat sich von einer kleinen Vorstadtbäckerei zu einem international tätigen Unternehmen entwickelt und rangiert auf Platz drei der österreichischen Backwarenerzeuger. Das Unternehmen produziert als Backwarenspezialist klassische Backwaren und Brot bis hin zu feinen Mehlspeisen und Torten sowie Snacks, Pizza und diätetische Produkte. Es gibt ein eigens entwickeltes Resch&Frisch-System nach dem das gesamte Sortiment produziert und in drei Marktsegmenten (Einzelhandel, Gastronomie, Heimzustelldienst) vertrieben wird. Die berühmte österreichische Körberlkultur wurde über die Grenzen Österreichs hinaus getragen.

Josef Resch ist als Geschäftsführer und Eigentümer der Resch&Frisch Gruppe bereits in der dritten Generation im Familienunternehmen tätig. Durch seine Vision und sein aktives Mitwirken in Forschung und Entwicklung hat die Erfindung des Tiefkühl-Backwaren-Systems

den Backwarenmarkt revolutioniert. Heute ist die Marke Resch&Frisch ein Synonym für ofenfrische Backwaren nach höchsten Qualitätsansprüchen. Eine Bestätigung dafür ist das AMA-Gütesiegel, welches Resch&Frisch seit 2009 als erster Backwarenerzeuger führen darf.

„Stehen Tradition und Innovation im Widerspruch?“

Gerade für Traditionsbetriebe ist ein erfolgreicher Fortbestand nur durch Visionen und Innovationen möglich. Dabei darf das Thema Innovation aber nicht zu eng gesehen werden. Ich halte es für falsch und gefährlich, dass Innovationen beinahe ausschließlich im Bereich Technik gesehen werden! Für Resch&Frisch steht nicht die Entwicklung eines Produktes im Vordergrund, sondern die Findung einer Kundenlösung. Nur wer in Lösungen denkt, die Kundinnen und Kunden in den Fokus stellt und seine Produktpalette ständig an die Markterfordernisse anpasst, hat Erfolg. Wenn wir den Backwa-

renmarkt als Beispiel nehmen, so hat sich dieser radikal gewandelt. Noch vor 50 Jahren waren Backwaren ein (Über-)Lebensmittel. Dies hat sich immer mehr in Richtung Backwaren als Genussmittel (Qualität, Sicherheit, Rohstoffherkunft) entwickelt und den zukünftigen Trend sehe ich eindeutig in Richtung kundenindividueller Ernährung, das heißt, Backwaren als Gesundheitsmittel. Die vielfältigen Lebensmittelunverträglichkeiten und Krankheiten – denken wir nur an Zöliakie oder Fructose- und Laktoseintoleranzen – werden dazu führen, dass man sich die Wirkung der Lebensmittel und auch im speziellen der Backwaren auf den eigenen Körper genauer ansehen wird. Mit unserem glutenfreien Sortiment tragen wir dieser Entwicklung erste Rechnung. Aber um nochmals auf die Frage einzugehen – ich glaub sogar, dass Tradition auch nicht im Widerspruch mit radikalen Innovationen steht, sondern diese sogar notwendig sind, um Tradition zu erhalten.

„Was verstehen Sie unter radikalen Innovationen und gibt es diese bei Resch&Frisch?“

Die Geschichte hat uns immer wieder gezeigt, dass scheinbar Denkmögliches rascher als erwartet Wirklichkeit wird. Der beste Weg dem Denkmöglichen zu begegnen, kann somit nur sein, die Zukunft selbst zu erfinden. Dies gelingt immer wieder durch radikale Innovationen, d.h. Lösungen und Zugänge, die vorher so nicht existiert haben und sogar zu einer völligen Umkehr des Bisherigen führen

„Innovativ sind nur jene, die dorthin gehen, wo andere nicht sind!“

können. Resch&Frisch ist es immer wieder gelungen, als Produzent durch Dienstleistung zu punkten und somit unerwartete, völlig neue Wege zu gehen. Eine solche radikale Innovation war die Entwicklung des Heimdienstvertriebs Resch&Frisch Back's Zuhause. Backwaren tiefgekühlt den Kundinnen und Kunden nach Hause zu liefern, damit diese bedarfsgerecht fertigbacken können und somit jederzeit ofenfrisches Gebäck genießen kann, war 1997 eine revolutionäre Entwicklung. Diese wurde bis heute in Österreich noch nicht kopiert.

2000 folgte dann das von uns selbst entwickelte Qualitätssicherungssystem „Genuss mit Sicherheit“, das unserem Gebäck einen Stammbaum verleiht. Vom Saatgut über den Anbau bis zur Lagerung und Verarbeitung können wir 100%ige Nachvollziehbarkeit gewährleisten. Die Zusammenarbeit mit über 500 Vertragslandwirten in Österreich sowie Mühlen und Lagerhäusern sichert diesen Stammbaum. Noch vor zahlreichen Lebensmittelkandalen und dem Trend zu Bio, haben wir diese radikale Innovation gesetzt.

2007 ist uns erneut eine radikale Innovation mit den glutenfreien Backwaren gelungen. Wir können nun eine völlig neue Zielgruppe österreichweit bedienen. Unser Heimvertrieb erreicht mit einem breiten Sortiment jede Betroffene und jeden Betroffenen in seiner Wohnung. Diesen Trend Richtung Ernährung und Gesundheit werden wir auch in Zukunft weiter verfolgen.

„Haben Sie nach so vielen neuen, beschrittenen Wegen noch Visionen für die Zukunft?“

Natürlich! Es ist eine meiner Hauptaufgaben als Vordenker und Innovator zu agieren. Neben der laufenden Arbeit an Produkt- und Prozessentwicklungen, ist es ein großes Ziel, die Internationalisierung weiter voran zu treiben. Bereits in vier Ländern setzen Gastronomen und Hoteliers auf resches Gebäck. „Qualität made in Austria“ hat auch in weiteren Ländern Potenzial, wie das starke Interesse aus Auslandsmärkten bestätigt. Neben der Internationalisierung wird ein weiterer Schwerpunkt auf dem Ausbau und der Absicherung unseres Genuss mit Sicherheit – Systems liegen. Und natürlich wird auch der Trend Ernährung und Gesundheit in unseren zukünftigen Innovationen eine große Rolle spielen.

i Resch&Frisch

- Umsatz 2010: 92 Millionen Euro
- 970 Mitarbeiter/innen
- Vertriebsniederlassungen in Ö/D/CH/I
- 15.500 Gastronomie- und Hotelleriebetriebe als Kund/inn/en
- 135.000 Haushalte in Ö sind „Back’s Zuhause“-Kunden
- 16 Bäckerei-Konditorei-Café Filialen im Zentralraum OÖ
- Rund 650 verschiedene Produkte
- 2 eigene Produktionswerke in Wels + Partner in Ö und D
- Eigener Fuhrpark mit 325 KFZ
- Eigene Logistik-/ Speditionseinheit
- AMA-Gütesiegel
- Einzigartiges Qualitätssystem „Genuss mit Sicherheit“

Das Interview führte Ing. Mag. Hubert Lackner, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institute of Human Resource & Change Management, Johannes Kepler Universität (JKU) Linz.