

Montag, 8. April 2024

# Bäcker Imseng hört auf

Lukas Imseng hat sich mit seiner Bäckerei und seinem Globi-Buch einen Namen gemacht. Nun hört Imseng auf und verkauft alles an die schwedische Investorengruppe Navigare.

Martin Kalbermatten

31 Jahre führte Lukas Imseng in Saas-Fee sein Bäckerei-Hotel. Nun ist Schluss. Am 21. April schliesst Imseng seinen Betrieb. Mit einem lachenden und mit einem weinenden Auge, wie er selbst sagt.

## Kleingewerbe – hartes Brot

Das Bäckerei-Hotel kam zu Imseng wie die Jungfrau zum Kind. «Ich hätte nie gedacht, dass ich mal ein Hotelier werde. Ich wurde quasi dazu gezwungen. Die Bank gab mir das Geld für die Bäckerei nur unter dem Vorbehalt, gleichzeitig das rentable Hotel zu führen.» Heute würde es nicht mal mehr fürs Hotel einen Kredit geben.

Die Zeiten haben sich geändert. Und mit ihnen auch das Kundenverhalten, wie Imseng sagt: «Die meisten Leute kaufen ihr Brot heute im Supermarkt. Weil es praktisch ist, alle Kommissionen an einem Ort zu erledigen. Für Gewerbetreibende wie Bäcker oder Metzger wird es in der Folge immer schwieriger, ein Geschäft am Leben zu erhalten.» Vor allem kleine Bäckereien hätten es da besonders schwer.

Zu den schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen kommt noch der Personal-mangel hinzu, wie Imseng weiter ausführt: «Für mich ist das gleich doppelt schwer, weil ich auch noch Personal für den Hotelbetrieb und das Tearoom brauche. Diesen Winter fand ich überhaupt kein Servicepersonal.»

Die ganze Woche jeden Tag 12 Stunden zu arbeiten, sei schon hart, räumt der 63-Jährige ein. Nichtsdestotrotz sei diese Saison für ihn der krönende Abschluss seiner Karriere. «Die Gäste und die Kunden sind uns gegen-



Bäckermeister Lukas Imseng aus Saas-Fee verabschiedet sich mit einem lachenden und mit einem weinenden Auge von seinem Bäckerei-Hotel.

Bild: zvg

über sehr dankbar und bedauern, dass wir aufhören. Diese Wertschätzung entschädigt allemal für die harte Arbeit», findet Imseng. Zum gelungenen Schlusspunkt habe schliesslich auch noch der Umstand beigetragen, dass alle neun Angestellten eine neue Arbeit gefunden hätten. Und alle Mitarbeiter seien bis zum letzten Tag voll motiviert. So aufhören zu können, sei wunderschön.

## Acht neue Eigentumswohnungen geplant

Imseng hat keine Kinder. Aber auch eine externe Nachfolge-

lösung hat sich für den Saaser Bäckermeister nicht abgezeichnet. «Es wäre sehr schwierig geworden, jemanden zu finden, der die Bäckerei weiterführen würde. Wir haben jetzt in Saas-Fee nur noch einen Bäcker. Und es ist wohl nur eine Frage der Zeit, bis auch der verschwindet.»

Indessen fand Imseng mit der Navigare-Gruppe jemanden, der grosses Interesse an seiner Bäckerei hatte. Nur hat Navigare dort anderes im Sinn, als Brötchen zu backen.

Navigare vermietet in erster Linie Jachten von reichen

Bootsbesitzern. Gleichzeitig zählen aber etwa auch Villen für den Golfurlaub an der spanischen Costa del Sol zum Portfolio von Navigare. Oder eben schicke Ferienwohnungen für den Winterurlaub in Saas-Fee. Wie die Jachten werden auch die Wohnungen vermietet. Die Eigentümer verdienen mit und so sollen die Betten auch warm bleiben.

Mit diesem Konzept realisiert Navigare in Saas-Fee gleich ein ganzes Wohnresort, sprich Immobilien im Wert von über 70 Millionen Franken. Zu diesem Resort zählt

nun auch Lukas Imsengs Bäckerei-Hotel. Laut Imseng plant Navigare dort acht Eigentumswohnungen: «Dazu kommt noch ein Restaurant, das dort entstehen soll, wo sich heute das Tearoom befindet.»

## Räumlichkeit fürs Bäckermuseum gesucht

Der Umbau soll bereits ab Ende April in Angriff genommen werden. Für Imseng heisst es jetzt also, Abschied zu nehmen von seinem Lebenswerk. «Das ist dann halt der Teil mit dem weinenden Auge. Über die Jahrzehnte sind

tiefe Kundenbindungen entstanden. Die Hotel-Stammgäste werden den Duft aus der Backstube sicher vermissen.»

Imseng hat im Laufe seiner Karriere verschiedene Auszeichnungen gewonnen. So wurde etwa seine Walliser Nusstorte an der Swiss Baker Trophy mit der Bronzemedaille ausgezeichnet.

Für Aufsehen sorgte Imseng ferner auch mit dem Buch «Backen mit Globi»: «Es ist verrückterweise das meistverkaufte Buch im Globi-Verlag. Über 40'000 Exemplare in acht Auflagen gingen bislang über den Ladentisch», freut sich Imseng.

Während der gute alte Globi nicht totzukriegen ist, sieht die Zukunft von Imsengs Bäckermuseum alles andere als rosig aus. Imseng hat dieses Museum in seine Backstube integriert. Dort findet sich Wissenswertes und Unterhaltsames zur langen Geschichte der Backkunst, was laut Imseng nicht nur das Herz jedes Bäckers höherschlagen lasse.

Doch mit dem Verkauf von Imsengs Immobilie droht dem Bäckermuseum das Aus. Deshalb ist Imseng bemüht, jemanden zu finden, der eine Räumlichkeit zur Verfügung stellen würde, um das Bäckermuseum weiterführen zu können. «Dann könnte ich das gesamte Museumsinventar leihweise zur Verfügung stellen. Es wäre wirklich schade, wenn diese Sammlung für die Öffentlichkeit verloren ginge.»

So oder so wird Imseng seinen Betrieb am 21. April schliessen. Er freut sich sehr auf seinen neuen Lebensabschnitt: «Durch meine Tätigkeit im Bäckerei-Hotel ist viel Privates zu kurz gekommen. Jetzt habe ich wieder mehr Zeit für Kollegen und Verwandte. Und ich werde auch wieder mehr mit dem Töff und dem Camper-Van unterwegs sein und reisen.»

# Kunden sollen Visper Versicherung bei Personalsuche helfen

Kunden der Agentur Allianz Suisse sollen ihrer Versicherung bei der Personalsuche unter die Arme greifen. Hauptagent Schnyder erklärt.

Thomas Jossen

Ein lästiger Anruf der Krankenkasse, ein Werbeschreiben des lokalen Goldhändlers oder eine Mitteilung der Zeugen Jehovas im Briefkasten. Firmen und Institutionen versuchen auf unterschiedliche Weise, mit potenziellen Kunden in Kontakt zu treten. Für Werbeaktionen sind persönliche Kundendaten von enormer Bedeutung. Im konkreten Fall werden diese jetzt gar genutzt, um neue Mitarbeitende zu rekrutieren.

In den letzten Wochen landete in den Briefkästen von Kunden der Versicherungsgesellschaft Allianz Suisse ein Schreiben der Agentur Visp. Im Betreff steht in fett gedruckter Schrift: «Empfehlung gesucht: Kundenberater/-in für unser Team».

Im Schreiben, unterzeichnet von Hauptagent André Schnyder, steht weiter, dass die Agentur aktiv nach qualifizierten und motivierten Personen sucht, die

das Team als Kundenberater bereichern könnten.

«Da Sie bereits ein geschätzter Kunde sind, möchte ich Sie einladen, uns bei unserer Suche zu unterstützen, indem Sie möglicherweise jemanden in Ihrem Umfeld kennen, der die erforderlichen Fähigkeiten und Eigenschaften für diese Position mitbringt.»

Schnyder ermutigt gar die Kunden, selbst zu prüfen, ob Sie sich vorstellen könnten, als Kundenberater zu arbeiten. Schnyder schliesst das Schreiben damit, dass er sich über eine Empfehlung oder Bewerbung freuen würde.

Nicht alle Kunden sind bereit, sich an dieser Suche zu beteiligen. Ein Kunde hat das Schreiben dem «Walliser Boten» zugestellt. Er sagt: «Ich finde es dreist, wenn Kunden angeschrieben werden für die Rekrutierung von neuen Mitarbeitenden.»

Schliesslich würden sogenannte Headhunter, die für die Suche nach Mitarbeitenden be-

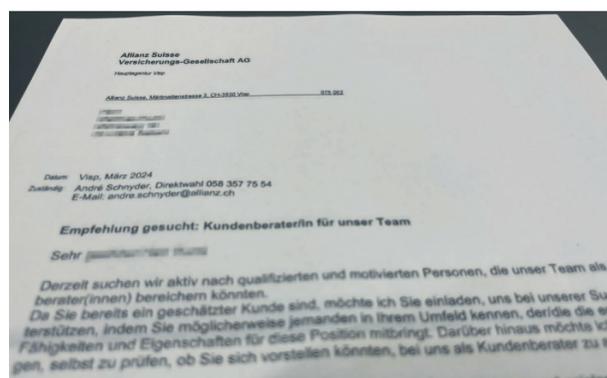
auftragt werden könnten, dafür Tausende von Franken verlangen.

Hauptagent André Schnyder bedauert auf Anfrage, dass sich Kunden dadurch belästigt gefühlt haben. Er verspricht, die Kritik «sehr ernst» zu nehmen.

Es scheint, als mache der Fachkräftemangel auch vor der Versicherungsbranche nicht halt. Aber ist er schon so gross, dass sämtliche Kunden angeschrieben werden müssen? Hauptagent Schnyder sagt, der Brief sei eine Massnahme, um auf die aktuellen Herausforderungen auf dem Arbeitsmarkt zu reagieren und dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.

Durch die direkte Einbindung der Kunden in den Rekrutierungsprozess erhofft sich Schnyder einen Mehrwert, die Agentur verfolgen damit eine persönlichere, nachhaltigere Rekrutierungsstrategie.

Er sagt: «Der Fachkräftemangel ist zweifellos eine Herausforderung, der wir uns stel-



Dieser Brief landete im Briefkasten von Kunden der Allianz Suisse Agentur Visp.

Bild: zvg

len müssen. Die Anfrage an unsere Kunden ist jedoch kein Zeichen gescheiterter Anstrengungen, sondern als innovativer Ansatz gedacht, um lokale, qualifizierte Mitarbeitende zu finden.» Die Entscheidung, die Kunden um Empfehlungen zu bitten, basiert auf einem stetigen Bestre-

ben nach qualifizierten und engagierten Fachkräften und Mitarbeitenden. Die Agentur vertraue auf die Beziehung zu den Kunden und man sei überzeugt, dass sie bei der Suche helfen könnten.

Finanziell lohnt sich eine Empfehlung für die Kunden nicht. Schnyder sagt: «Nein, es

ist keine finanzielle Entschädigung für Empfehlungen vorgesehen. Unsere Hoffnung ist, dass uns Kunden aus eigenem Engagement unterstützen oder weil sie Kenntnis von Personen haben, die auf der Suche nach einer spannenden Aufgabe sind und Interesse daran haben, für und mit uns zu arbeiten.»

Bereits vor einigen Jahren hat die Versicherung im Oberwallis die Aktion «Empfehlungsschreiben» durchgeführt, sagt Schnyder. Diese gipfelte in der Anstellung eines Mitarbeiters. Vorstellbar, dass die gewählte Strategie auch diesmal aufgehen wird. «Wir haben viele, überaus positive Rückmeldungen erhalten, die wir alle sorgfältig geprüft haben. Daraus sind sogar erste Bewerbungsgespräche vereinbart worden.»

Gut möglich also, dass die Versicherung dank der Aktion bald einmal einen Mitarbeitenden anstellen kann und deswegen einen Kunden verlieren wird.