

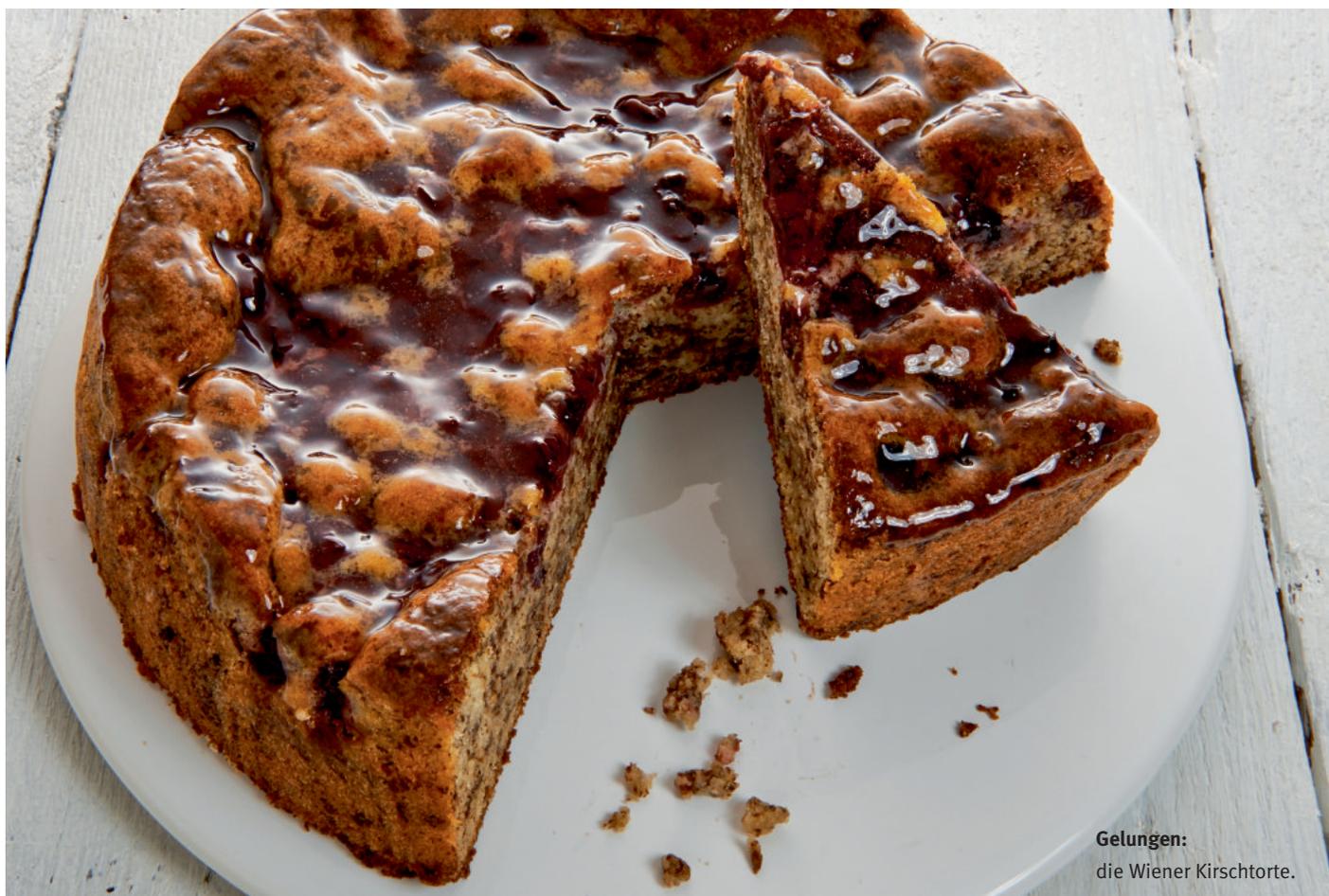
Schmidt trifft Schmidtchen

Schauspieler Frank Hocquél hat das Café Schmidt in Hamburg übernommen und zur neuen Marke umgebaut





Gewollt schlicht: Das Café Schmidt an der Großen Elbstraße mit Blick in die Backstube. 



Gelungen:
die Wiener Kirschtorte.

Von Silke Liebig-Braunholz

Seit zwei Jahren führt Falk Hocquél die Hamburger Traditions Konditorei Schmidt. Mit dem neuen Corporate Design wurde auch der Name „Schmidt & Schmidtchen“ eingeführt. Er steht für ein erweitertes Angebot und die Expansionspolitik, die Hocquél zielgerichtet betreibt. 2017 sollen in der Hansestadt neben den heute vier Standorten zwei weitere eröffnet werden. Zudem optimiert er die Produktion und möchte möglichst das gesamte Sortiment selbst produzieren.

Türöffner oder Sargnagel

„Es konnte Türöffner oder Sargnagel sein, dass ich als Regisseur und Schauspieler ein Quereinsteiger der Branche bin“, sagt Falk Hocquél. Doch sein Manager-Gen hat der Konditorei mit Café gut getan. Mit ihm begann die Expansion aus der Heimat der Backstube in der Großen Elbstraße und dem Standort im Elbvorort-Stadtteil Othmarschen, wo das Unternehmen 1926 am Beselerplatz 10 als Café Müller gegründet wurde.

Der Feinschmecker betitelte das Schmidt & Schmidtchen bereits 2014 und 2015 als Hamburgs bestes Café sowie beste Konditorei. Hocquél integrierte zudem eine Brotproduktion und beschäftigt heute Hamburgs ersten Brotsommelier. Die Mitarbeiterzahl wuchs auf 80, darunter zwei Bäcker, vier Konditoren und viele Servicekräfte. Jetzt ist eine Backstuben- und Standorterweiterung geplant.

Inhaber neu – Qualität geblieben

„Mit jedem neuen Inhaber wurde im Laufe der Jahre das Sortiment verändert. Die Qualität ist jedoch immer gleich geblieben“, sagt Hocquél. Er fühle sich dieser langen Tradition und vor allem dem Handwerk verpflichtet.

Das hohe Niveau an Tartes, Torten und Törtchen dürfe auf keinen Fall unterschritten werden. Die Stammkunden seien Qualität gewohnt: „Wir produzieren beispielsweise kein Plundergebäck, weil uns dies austauschbar machen würde. Stattdessen entdecken wir in unseren gesetzten Kategorien Produkte immer wieder neu.“

Konditormeisterin und Backstubenleiterin Julia Winkelmann und Konditormeister Karl Kipping tüfteln ständig an neuen Ideen. „Unser Ziel ist es, viermal im Jahr zwei bis drei Produkte neu ins Sortiment aufzunehmen. Gerade haben wir beispiels-



Der Hanseat besteht aus zwei Mürbeteigtalem, die mit Brombeer-Johannisbeerkonfitüre gefüllt sind und auf der Oberseite aprikotiert sowie mit Fondant glasiert werden. Zuvor wird der Anker ausgestochen und mit blauer Lebensmittelfarbe bemalt.



weise Monkey's Favorite – ein veganes Törtchen mit Banane, Erdnuss und Schokolade – und das Zwetschgen-Kirsch-Tartelette für den Herbst entwickelt“, erklärt Winkelmann, für die Stillstand Rückschritt bedeutet.

Sie hat ihre Ausbildung als Jahrgangs- und Innungsbeste Konditorin im Lehrbezirk in Nordrhein-Westfalen abgeschlossen und ist nach einer Station im Adlon in Berlin seit 2014 im Café Schmidt in Hamburg tätig.

Neben der permanenten Angebotsweiterung für die durch die Expansion zudem stetig wachsende Kundschaft sieht Falk Hocquél seine primäre Aufgabe im Feintuning der Produktion.

„Die Prozesse müssen effektiv und konstant ablaufen, damit wir den hohen Leistungsanforderungen gerecht werden können. Daran arbeiten wir und schaffen auch mehr Platz, indem wir die Backstube erweitern, damit sich die einzelnen Posten nicht auf den Füßen stehen“, sagt er.

Produktion ohne Zukauf

Nur so könne er seinem Anspruch gerecht werden und die gesamte Produktion auch ohne zugekauften Teig, wie es derzeit noch bei den Tartes der Fall ist, laufen lassen.

„Ich will das, weil ich es nicht mag, wenn davon gesprochen wird, dass alles selbst hergestellt wird und dies dann gar nicht der Fall ist. Es ist zudem eine Wahrheit, dass wir von Zusatzstoffen Allergien entwickeln und davon krank werden“, sagt er. ➔



Gutes Team: Inhaber Falk Hocquél mit Backstubenleiterin Julia Winkelmann im Café Große Elbstraße in Hamburg. Fotos: Liebig-Braunholz/Privat

Konditorei & Café

In der Konsequenz gibt ihm der Zuspruch der letzten Jahre Recht. Nach der Übernahme hatte Hocquél zunächst alle Lieferbeziehungen aufgekündigt, weil er nicht wollte, dass seine Produkte länger als einen Tag lang verkauft werden und auch nicht zu einem minderen Preis als in den Filialen seines Unternehmens.

Kunden akzeptieren hohe Preise

Mittlerweile mehren sich die Anfragen der Gastronomen und Hotels, die bereit sind, den hohen Preis für die Produkte zu zahlen und auf die Bedingungen einzugehen. „Es ist erstaunlich, dass unsere Produkte an so vielen Orten gleich funktionieren. Das ist sehr motivierend. Offenbar schätzen die Kunden unsere Akribie. Bei allen Produkten, die wir geliefert bekommen, achten wir sehr genau darauf, dass keine Zusatzstoffe enthalten sind“, erzählt die Backstubenleiterin über den Produktionsalltag.

Für Falk Hocquél ist sie eine große Stütze auf dem Weg zu seinem Ziel, die Bekanntheit der Konditorei und Confiserie auf ganz Hamburg auszubreiten und das Markenzeichen der konsequenten Perfektion zu tragen. Dazu wurden auch das Design der Marke verändert, das sogar für den German Design Award nominiert ist, und verschiedene Eissorten in das Sortiment aufgenommen, die ebenfalls in der Konditorei hergestellt werden.

Außerdem wollte Hocquél nicht den starken Trend nach individuellen Brotprodukten an sich vorbeiziehen lassen und hat eine Brotproduktion mit mittlerweile acht Sorten in das Unternehmen integriert sowie das Frühstücksangebot vervollständigt.

„In unserem neuesten Café im Stadtteil Barmbek sind wir erstmals als Vollsortimenter am Start, indem wir unsere Konditoreiprodukte neben Bäckereiprodukten und dem Frühstücksangebot präsentieren. Beim Frühstück wollen wir einen starken Bezug zu Hamburgs Stadtteilen herstellen und beispielsweise mit einem Kapitänsfrühstück punkten. Der nächste Schritt ist das Abendgeschäft, das wir mit Flammkuchen und Sandwich-Angeboten erobern wollen“, erzählt Hocquél.

Gürtel um Hamburg legen

Insgesamt hat er rund 150.000 Euro in diesen neuen Standort investiert und in dem Café etwa 120 Plätze geschaffen. Die anderen Filialen in Othmarschen, an der Elbe und in der Schanze laufen bereits gut, so dass das Hauptaugenmerk nunmehr auf weitere Standorte gerichtet ist.

„Wir wollen eine Art Gürtel um Hamburg schlingen und den Nordosten sowie den Westen noch weiter erschließen.“ Ein ernsthaftes Angebot aus dem Stadtteil

Blankenese, das Expansionspotenzial bietet, wird gerade durchdacht.

Hocquél zu seiner Strategie: „Mir geht es vorrangig um das Handwerk, das ich erhalten möchte. Ich fühle mich berufen, auch dem Nachwuchs im Konditorenhandwerk mit auf den Weg zu geben, was es bedeutet, die Produkte selbst herzustellen“.

Nachwuchsmangel ist kein Thema

Das habe viel mit Respekt und Verantwortung zu tun und begeistere die Mitarbeiter. An Bewerbungen mangelt es nicht. Viele junge Menschen möchten gern in diesem Unternehmen arbeiten. ●

 koca@matthaes.de

Infos

• Kontaktdaten:

Schmidt & Schmidtchen GmbH
Große Elbstraße 212
22767 Hamburg
www.schmidt-und-schmidtchen.de

• Produkte:

Torten, Tartes, Törtchen, sonstige Kuchen, Gebäck, Cookies, Kekse, Konfekt, Quiches, Eis, verschiedene Fruchtaufstriche



Bestseller: Die Törtchen Lemon-Baiser-Tartelette (von links), Death by Chocolate und Leichtes Mädchen (Himbeer, Vanille, Rote Beete).