

Vom bayerischen Bad Abbach aus wird jedes Jahr mehrere Millionen Mal gute Laune nach ganz Europa verschickt. In den Glückskekse steckt viel Arbeit, Zitrone – und die Erfahrung eines Regensburgers. Denn hier dichtet der Geschäftsführer noch selbst.

Weisheiten am laufenden Band

Von Anne Lehwald / Illustration: Frank von Grafenstein

Alles fing mit Naomi Campbell an. In den Neunzigerjahren machte sich das britische Topmodel für einen deutschen Unterwäschehersteller fast nackig. „Be happy“ hieß der Slogan zur Kampagne, und passend dazu wurden fast zwei Millionen Glückskekse verteilt. Alle waren glücklich: der Hersteller, die Verkäufer und die Kunden. Nur einer war nicht zufrieden: Ralph Schäfer. Der Regensburger sorgte damals mit seiner Werbefirma für den Vertrieb der Kekse. Sein Problem: „Sie schmeckten nach Pappe.“ Das wollte Schäfer ändern. Bisher hatte der studierte Betriebswirt nur Kekse von anderen verteilt. Jetzt wollte er seine eigenen Kekse backen. Seine Idee: Glückskekse, die tatsächlich schmecken! Von dieser Vision bis zum ersten Glückskekse ohne Papp-

Ralph Schäfer betreibt die Firma Bavarian Lucky Kekse, würde sich aber nicht als bayerischen Konfuzius bezeichnen



aroma vergingen sechs Jahre. Seit 2002 ist Ralph Schäfer stolzer Besitzer der größten Backanlage für Glückskekse in Europa. Die Maschine steht in einer Halle im Industriegebiet von Bad Abbach, einem niederbayerischen Kurort mit 10 000 Einwohnern.

„Ein Glückskekse muss crispy und brown sein und nach hinten raus vanillig und zitronig schmecken“, erklärt Schäfer auf Deutsch-Englisch. Sein Rezept für den Glückskeksteig verrät der 55-Jährige aber natürlich nicht. Ganze sechs Monate hat es gedauert, bis er das Rezept für den Teig perfek-

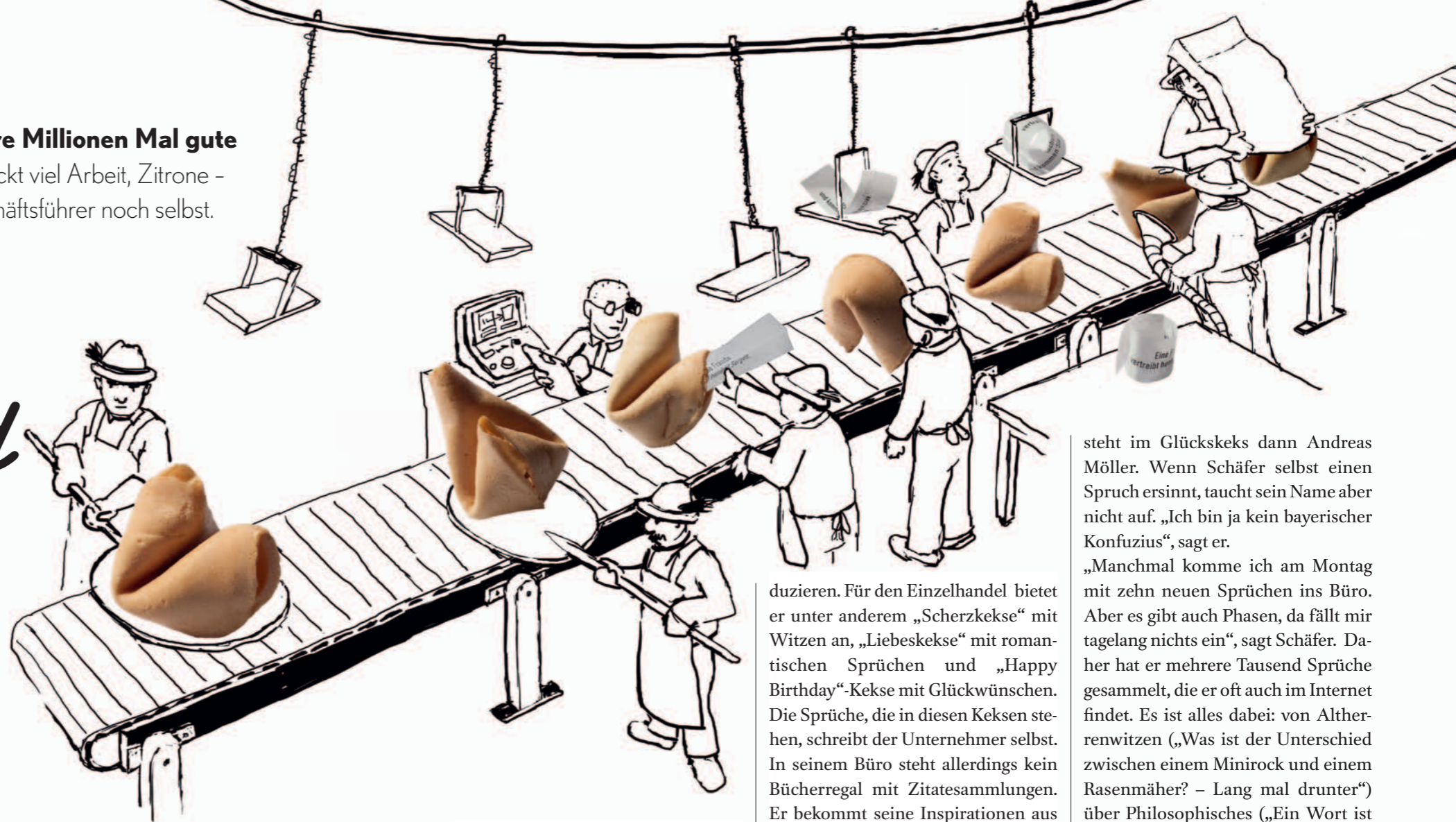
Zwei Minuten dauert es, bis ein Glückskekse entsteht

tioniert hatte. Gemeinsam mit einem befreundeten Bäcker hatte er damals Wochenende für Wochenende gemixt, variiert und getüfelt.

Zwei Minuten dauert es, bis ein Glückskekse entsteht. Über ein Schlauchsystem wird ein bierdeckelgroßer Teigklecks in eine Form gespritzt. Bei 145 Grad Celsius läuft er über die sieben Meter lange und drei Meter breite Backanlage, an deren Ende ein Arm der Maschine den noch weichen Teigfladen greift und ihn

über eine Öffnung streift. Von oben kommt eine Stanze und presst den Keks in seine endgültige Form. Aber wie kommt der Spruch in den Keks? Ralph Schäfer zeigt auf ein schmales Metallplättchen unten an der Stanze. „Daran klebt der Zettel“, erklärt er. „Per Luftdruck wird er beim Stanzen direkt in den Keks gepresst.“

Jeder Keks wiegt exakt sieben Gramm. „Denn die Sieben gilt als Glückszahl!“, sagt Schäfer. Aber das war's auch schon mit Aberglauben in der Fabrikhalle. Ein Großteil des Geschäfts mit dem Glück ist pure BWL. Die Kunden von Ralph Schäfer sind nämlich keine China-Restaurants, die den Keks zur Rechnung reichen. Die bayerischen Glückskekse werden von Unternehmen aus ganz Europa gekauft. Von Apotheken, Banken, Parfümerien, Buchhandlungen, Cafés, Parteien,



Schnellrestaurants und Versicherungen – für Marketingzwecke.

Seit zehn Jahren funktioniert seine Idee. „Denn jeder Mensch ist neugierig und will wissen, was in seinem Glückskekse drinsteht.“ In guten Zeiten stellen er und seine Mitarbeiter eine Million Kekse pro Monat her. In weniger guten Zeiten ist es nicht mal die Hälfte. Momentan sind weniger gute Zeiten. „Wir backen 20 000 bis 25 000 Glückskekse pro Tag“, sagt Schäfer. An der Maschine stehen nur zwei Mitarbeiterinnen, nicht zehn wie früher. Aber von der Wirtschaftskrise lässt sich der Geschäftsmann die gute Laune nicht verderben. Vor zwei Jahren hat Schäfer angefangen, auch ein eigenes Glückskekse-Sortiment zu pro-

duzieren. Für den Einzelhandel bietet er unter anderem „Scherzkekse“ mit Witzen an, „Liebeskekse“ mit romantischen Sprüchen und „Happy Birthday“-Kekse mit Glückwünschen. Die Sprüche, die in diesen Keksen stehen, schreibt der Unternehmer selbst. In seinem Büro steht allerdings kein Bücherregal mit Zitatesammlungen. Er bekommt seine Inspirationen aus dem echten Leben. Er hat immer ein Diktiergerät dabei. Sobald er einen guten Spruch oder Witz hört oder ihm

Von Philosophie bis Altherrenwitz – Schäfer hat alles auf Lager

selbst einer einfällt, nimmt er ihn auf. Was überall passieren kann. Zum Beispiel, wenn er in seinem Whirlpool entspannt, wenn er fernsieht oder wenn er mit befreundeten Oldtimerfans beim Clubtreffen fachsimpelt. „Und natürlich beim Fußball!“, sagt Schäfer lachend. Ein Abend Bundesliga ist eine Goldgrube für Sprüche. Unter dem Klassiker „Ob Mailand oder Madrid – Hauptsache Italien!“

steht im Glückskekse dann Andreas Möller. Wenn Schäfer selbst einen Spruch ersinnt, taucht sein Name aber nicht auf. „Ich bin ja kein bayerischer Konfuzius“, sagt er.

„Manchmal komme ich am Montag mit zehn neuen Sprüchen ins Büro. Aber es gibt auch Phasen, da fällt mir tagelang nichts ein“, sagt Schäfer. Daher hat er mehrere Tausend Sprüche gesammelt, die er oft auch im Internet findet. Es ist alles dabei: von Altherrenwitzen („Was ist der Unterschied zwischen einem Minirock und einem Rasenmäher? – Lang mal drunter“) über Philosophisches („Ein Wort ist ein Tropfen, ein Buch ist ein Meer“) bis hin zu Reimen von Wilhelm Busch („Vater werden ist nicht schwer, Vater sein dagegen sehr“).

„Ich bin kein glücklicherer Mensch, nur weil ich Glückskekse produziere“, sagt Schäfer. „Glück ist eine Sache der Einstellung.“ Er weiß, wovon er spricht. Schäfer ist früh Witwer geworden und hat seine beiden Söhne allein großgezogen. Viele der Weisheiten, die er auf die Zettelchen in seinen Keksen druckt, haben ihm selbst geholfen. Zum Beispiel: „Man kann hinfallen, aber man muss wieder aufstehen.“ Denn bevor Schäfer Glückskekse produzierte, verkaufte er Trüffel aus dem arabischen Raum. „Das ging grandios in die Hose“, gibt Schäfer zu. Jetzt versorgt er seine Kunden nicht mehr mit Luxus – sondern lieber mit Lächeln.

Wer den Glückskekse erfunden hat, ist bis heute nicht geklärt. Fakt ist: Die Idee, Botschaften in Gebäck zu verbergen, existierte bereits im China des 13. Jahrhunderts. Damals wurden revolutionäre Nachrichten in Kuchen versteckt und verbreitet. Heute sind die Botschaften im Keks oft weniger umstürzlerisch. Häufig sind es uralte Lebensweisheiten, seltsame Sinnsprüche oder Werbung.