

# Nr. 1

Die Zeitung für den Bäcker von  
AHA! Einrichtungen · Decker+Mönch · HEIN · Pain Paillasse

## VON DER ZUTAT ZUM ERFOLG

Seminar mit viel Theorie und Praxis zum  
Thema Snack in der Mönzheimer Mühle.

### Ladenbau

AHA! Einrichtungen hat sich zu einem führenden Anbieter für innovativen Ladenbau und individuelle Designkonzepte entwickelt.

### Reportage

Die Bäckerei Brinkhege in Bissendorf erweitert ihr Kleingebäcksortiment um neue Spezialitäten. Neue Wege geht das Unternehmen auch im Verkauf.

### Reportage

In der Bäckerei Het Broodhuys im belgischen Putte backt der holzbeheizte Ringofen WOODSTONE von HEIN beste Brotqualität zu günstigen Energiepreisen.



## Besuch in Luxemburg

Anfang September weilte Prinz Guillaume von Luxemburg mit seinen Kindern zu einer Werksbesichtigung in Strassen. Im Gespräch mit Inhaber Ferdinand Hein und Geschäftsführer Pierre Thein betonte er die herausragende Bedeutung, die HEIN als einer der wenigen noch verbliebenen großen produzierenden Betriebe für das Großherzogtum hat.

Anfang Oktober konnte HEIN eine deutsche Erfa-Gruppe in der Backofenmanufaktur empfangen und eine Woche später war der Richemont Club Deutschland mit 34 Mitgliedern in Luxemburg zu Gast. Neben der Besichtigung der HEIN Produktionsanlagen zeigten sich die Besucher begeistert von den Betrieben von Oberweis, Namur und Schumacher, die als HEIN-Kunden besichtigt wurden.

## bsc Die Bäckerei-Berater

Zur Qualifizierung der Mitarbeiter und der gezielten Förderung von Leistungsträgern unterstützt bsc Die Bäckerei-Berater seine Kunden mit einem Schulungsprogramm als Kombination von persönlicher Schulung, dem bsc Online-Tool und praktischer Umsetzung vor Ort. Ergänzt wird das Ganze mit der praktischen Unterstützung des Verkaufspersonals in den Filialen, um Gelerntes im täglichen Arbeitsprozess einfließen zu lassen. Themenfelder sind unter anderem: Umgang mit betriebswirtschaftlichen Kennzahlen, Führung und Führungsrolle, Motivation und Delegieren, Kommunikation und Information oder auch Service und Kundenorientierung. Die eigenen Schulungsräume sind im Aufbau, so dass hier in Zukunft verstärkt theoretisch und praktisch geschult werden kann. Auch im kommenden Jahr soll die Workshop-Reihe „Von der Zutat zum Erfolg“ weiter fortgesetzt und um Themen für Führungskräfte und Geschäftsführer erweitert werden.

bsc Die Bäckerei-Berater unterstützt seine Kunden mit einem Schulungsprogramm als Kombination von persönlicher Schulung, dem bsc Online-Tool und praktischer Umsetzung vor Ort.

## Mühle besichtigt



Wie wird das Korn zum Mehl, wie funktioniert eine moderne Mühle? Müllermeister und Inhaber Markus Mönch ließ es sich nicht nehmen den Teilnehmern des Snackseminars im Backhaus der Mühle diese Fragen selbst zu beantworten – trotz Erntezeit, die für einen Müller ja immer ganz besonderen Stress bedeutet. Von der Getreideannahme ging es durch die verschiedenen Etagen der Mühle bis zur Absackung und zum Versand. Dabei blieb keine Frage offen. Die Teilnehmer waren überrascht vom hohen Grad an Technik, den es heute in einem modernen Mühlenbetrieb wie der Mönzheimer Mühle gibt.

## Aus der Praxis für die Praxis



Ladenbau soll nicht nur schön, sondern auch funktionell sein. Doch wie erfährt ein Ladenplaner, was in der Praxis den kleinen, feinen Unterschied ausmacht? Diese Frage stellte man sich auch bei AHA! Einrichtungen und fand eine Antwort. Wer weiß schließlich mehr über Funktionalität als die Menschen, die täglich hinter der Theke stehen. Und so kam es, dass mit Produktionsleiter Alexander Schäfer und Erwin Höß, zuständig für Produktqualität, zwei Mitarbeiter ein zwar mit einem Tag kurzes, aber intensives Praktikum bei der Bäckerei Schuhbeck in Ruhpolding absolvierten. Ihr Fazit: „Wir haben viel gelernt. Danke für die Geduld der Damen im Verkauf mit uns.“

IMPRESSUM

### Herausgeber:



AHA! Einrichtungen GmbH  
Augsburger Straße 162, D-86368 Gersthofen,  
Tel. +49 (0)8 21 79 09 84-0, [www.aha-einrichtungen.de](http://www.aha-einrichtungen.de)



Mönzheimer Mühle Decker+Mönch GmbH & Co. KG  
Pforzheimer Str. 8, D-71297 Mönshheim,  
Tel. +49 (0)70 44 9 11 55-0, [www.decker-moench.de](http://www.decker-moench.de)



HEIN BACKÖFEN GmbH  
Eckertstraße 11, D-50931 Köln,  
Tel.: +49 (0)2 21 9 41 69 85, [www.hein.li](http://www.hein.li)



Paillasse Marketing / International SA  
Faubourg de l'Hôpital 1, CH-2000 Neuenburg,  
[info@paillasse.ch](mailto:info@paillasse.ch), [www.paillasse.ch](http://www.paillasse.ch)

### Redaktion & Konzept:

Kleinemeier – Die Text-Agentur zum Backmarkt  
Im Ensereck 1, 59269 Beckum,  
Tel. +49 (0)1 71 2 04 09 71, [www.agentur-kleinemeier.de](http://www.agentur-kleinemeier.de)

### Grafische Gestaltung:

Kommunikation Grafik Design, Heike Jahnke, Essen  
[www.kommunikation-grafik-design.de](http://www.kommunikation-grafik-design.de)

### Bildmaterial:

AHA! Einrichtungen GmbH; HEIN BACKÖFEN GmbH; Hermann Kleinemeier

### Druck:

Verlags-gesellschaft Ottensener Straße UG, Hamburg



# Der Besuch lohnt sich!

Liebe Leser,

als stärkste deutsche Messe für das Bäckerhandwerk ist die Südback auch für uns der Höhepunkt des Jahres. Und wie es sich für eine Veranstaltung dieser Qualität gehört, haben auch wir uns ganz besonders angestrengt Ihnen überragende Argumente für den Besuch der Fachmesse in Stuttgart zu geben. Wir, die Partner der Kundenzeitschrift – die Firmen AHA! Einrichtungen, Mönshheimer Mühle Decker + Mönch, HEIN Backofenbau und Pain Paillasse – laden Sie herzlich zum Besuch unserer Stände ein. Sie finden HEIN, Decker + Mönch und Pain Paillasse in der bekannten Standgemeinschaft in Halle 1 am Stand F 21. Unter anderem gibt es dort mit dem neuen kompakten Elektro-Ringrohröfen für den Laden neben anderen Ofen- und Kältelösungen eine echte Weltneuheit. Und wenn Sie etwas suchen, was Sie darin backen könnten – die Mühle Decker + Mönch ist Ihnen mit ihren internationalen Brotspezialitäten sicher sehr gern behilflich.

Gemeinsam sind wir aber auch am Stand E 51 von AHA! Einrichtungen in Halle 5 vertreten. Mit drei unserer Top-Kunden haben wir ein komplett neues Ganztages-Freestander-Konzept entwickelt, das in jeden erdenklichen Kubus eingearbeitet werden kann. Alles ist dabei auf die Brot-Backkultur des Bäckers aufgebaut. Die Wertigkeit der von uns verwendeten Materialien spiegelt die Qualität seiner Produkte wider. Erleben Sie dort unter anderem live, wie sich perfekt gebackenes, frisches, saftiges, knuspriges Qualitätsbrot in einen Qualitätssnack verwandelt. Sie finden in der Handwerksbackstube an unserem Stand sowohl den neuen Ladenbackofen mit Ringrohrsystem der Firma HEIN, wie auch die frischen Brotspezialitäten von Decker + Mönch, eingegliedert in Ladenkonzepte, die das Bäckerhandwerk betonen, gleichzeitig aber verkaufsaktiv und – was zum Beispiel Beleuchtung und Hygiene angeht – immer auch hochfunktional sind.

Das Thema Snacks spiegelt sich auch in diesem Heft wider. Im Backhaus der Mönshheimer Mühle fand ein von Decker + Mönch und bsc Die Bäckerei-Berater gemeinsam veranstaltetes Snackseminar statt, über das wir auf den Seiten 6 bis 11 berichten. Da sind sicher auch für Sie Ideen dabei.

Auf neuen Wegen ist die Bäckerei Brinkhege nicht nur in ihrer neuen Produktion in Bissendorf bei Osnabrück, sondern auch beim Sortiment. Matthias Elkmann, Verkaufsleiter von Decker + Mönch führte dort neue Produktideen vor. Dabei war auch Frank Schmitz, der mit seiner Firma bsc dort extern die Verkaufsleitung übernommen hat. Mehr dazu auf den Seiten 12 bis 17.

Wir von AHA! Einrichtungen haben uns in den 17 Jahren seit der Firmengründung stark entwickelt und blicken heute auf Erfahrungen aus über 2.000 Projekten zurück. Davon können auch Sie profitieren. Lesen Sie mehr zu unserem Selbstverständnis auf den Seiten 18 bis 21.

Den Abschluss dieser Ausgabe bildet auf den Seiten 22 bis 27 eine Reportage aus Belgien. Bert van Rompaey betreibt in Putte eine sehenswerte Bäckerei und hat jetzt dazu einen Laden eröffnet, in dem mit einem holzbefeuerten HEIN Ringrohröfen umweltfreundlich und zu günstigen Energiepreisen gebacken wird. Der Betrieb ist allemal einen Besuch wert.

Aber vorher sehen wir uns auf der Südback!



Michael Mayer, Geschäftsführer AHA! Einrichtungen



Michael Mayer

Geschäftsführer  
AHA! Einrichtungen



# Vorhang auf!

DIE SÜDBACK IST WEIT MEHR ALS NUR EINE MESSE, SIE IST EIN BRANCHENEVENT. AUCH DIE PARTNER DER NR. 1 SIND AUF DER GRÖSSTEN DEUTSCHEN FACHMESSE FÜR DAS BÄCKER- UND KONDITORENHANDWERK VOM 18. BIS 21. OKTOBER IN STUTTGART VERTRETEN.

**AHA! Einrichtungen, Decker + Mönch, Pain Paillasse und HEIN am 250 m<sup>2</sup> großen Stand E 51 von AHA! in Halle 5 sogar auch gemeinsam.**

Bei **AHA! Einrichtungen** hält man sich bewusst noch ein wenig bedeckt, was die vorgestellten Konzepte angeht. Sicher ist, dass der schon imposante Auftritt des vergangenen Jahres noch einmal

übertroffen wird. Geschäftsführer und Inhaber Michael Mayer: „Mit drei unserer Top-Kunden entwickeln wir ein komplett neues Ganztags-Free-stander-Konzept, das in jeden erdenklichen Kubus eingearbeitet werden kann. Alles ist dabei auf der Brot-Backkultur des Bäckers aufgebaut. Die Wertigkeit der von uns verwendeten Materialien spiegelt die Qualität seiner Produkte wider. Und mit mehr als einem Dutzend patentfähiger Lösungen werden wir unserem Trendsetter-Status erneut gerecht.“ Da darf man zu Recht gespannt sein, wenn sich am 18. Oktober der Vorhang zur Südback hebt. Bekannt ist zumindest, dass es eine Show-Backstube am Stand gibt, in der die verschiedenen Spezialitäten der Mönshheimer Mühle Decker + Mönch wie Pain Paillasse, Sant'Abbondio, Pain de Soleil, Banette und Huusbrot frisch

im neuen, kompakten Ringrohr-Ladenbackofen Shopstone von HEIN Backofenbau auf Stein gebacken werden. Dieser ist in der Kombination von Ringrohrfentechnik mit Elektroheizung und Thermosteinspeicher eine Weltneuheit. Alle Teige für die Brote werden über Nacht geführt und am Stand auch hergestellt. Frisch aufgeschnittenes Huus-

HEIN stellt die neuen Öfen WOODSTONE und Shopstone in den Mittelpunkt.



**AHA!**  
EINRICHTUNGEN



**HEIN**



**bsc**  
Die Bäckerei-Berater

brot, nach Wunsch mit innovativen Aufstrichen – das verspricht bei einer kleinen Pause am Stand höchsten Brotgenuss. Das Huusbrot wird den ganzen Tag über in zwei Größen gebacken, zum Mittag gibt es außerdem frisches Focaccia. Und soviel wissen wir bereits: Die Präsentation der Brotkompetenz mit den 3,5 kg schweren, großen Broten wird nicht nur geschmacklich, sondern auch optisch ein Höhepunkt. Zudem wird das LED-Lichtkonzept den Stand der Tageszeit jeweils optimal anpassen. Und für Kaffeekompetenz am Stand ist ebenfalls gesorgt.

Natürlich stellen **HEIN** und die **Mönshheimer Mühle Decker + Mönch** ihre Produkte auch in der traditionellen Gemeinschaft in **Halle 1 am Stand F 21** vor. HEIN zeigt in Stuttgart wie bereits erwähnt erstmals den neuen Shopstone, als Ladenbackofen mit Ringrohrfentechnik, Elektroheizung und Thermosteinspeicher eine echte Weltneuheit. Ohne Kamin und Brenner bietet sich damit die Möglichkeit, die Vorteile der Ringrohrfentechnik auch im Laden zu nutzen. Höchste Backqualität, flexibles Backen mit sanfter Hitze und niedrigem Delta T, erfreulich niedrige Anschluss- und Verbrauchswerte sowie eine Backfläche von 2 bis 7 Quadratmetern sind gute Argumente.

Ebenfalls neu auf der Südback ist der **WOODSTONE**, ein Ringrohrföfen mit Holzfeuerung (s. dazu auch die Reportage auf den Seiten 22 bis 27). Er ist ein echter Hybridofen, der ein Backen wie früher ermöglicht – mit Holz und Steinfeuerung, mit nachwachsenden Rohstoffen (von vorn durch eine spezielle Feuerungstür mit Holz oder Pressholzbriketts), sparsam und CO<sub>2</sub>-neutral. Bei Bedarf lässt er sich nach kurzer Umstellung (60 Minuten) ebenso über einen Öl- bzw. Gasbrenner beheizen. Der **WOODSTONE** kombiniert die bekannten Vorteile des Ringrohrbackofens mit besonders niedrigen Energiekosten und garantiert dazu dank hoher Speichermasse, weicher Strahlungshitze und niedrigem Delta T beste Backergebnisse. Flexibles Backen mit nur einer Temperatur für 95 Prozent der üblichen Produkte ist garantiert, auch dank der leistungsfähigen Schwadenanlage direkt im Herd. Ebenfalls gezeigt werden der Wagenofen **StoneRoll** und der Stikkenofen **ECOStone**. Größter Ofen am Stand ist der **Universal EA1010** mit knapp 50 Quadratmetern Backfläche, ein Großofen mit einem sensationell niedrigen Anschlusswert von nur 175 KW, einer Brennerlaufzeit von durchschnittlich 60 Prozent und einem Elektroanschluss von knapp 0,5 KW.

Hotgas, Elektronischer Supracooler, PID-Regelung – auch im Bereich Kälte und Klimatechnik zieht sich die Thematik Energieoptimierung und -reduzierung wie ein roter Faden durch die Entwicklungen. Als große Neuheit wird das neue Flexbaker-UV Konzept mit spezieller UV Lampe gezeigt, eine Lösung, die es gestattet halbgebackene Ware über mehrere Tage ohne Qualitätseinbußen zu lagern und flexibel abbacken zu können.



Neben den Pain Paillasse-Spezialitäten vertreibt die Mönshheimer Mühle Decker + Mönch auch andere Spezialmehle, etwa für das Sant'Abbondio (Italien), das Banette und das Pain du soleil (Frankreich) sowie das dunkle Huusbrot (Schweiz).



Die Mönshheimer Mühle Decker + Mönch hat sich im überregionalen Vertrieb auf Spezialmehle für besonders anspruchsvolle und langgeführte internationale Premium-Brotpezialitäten spezialisiert. In der

bewährten Standgemeinschaft mit HEIN Backofenbau

wie auch am Stand von AHA! Einrichtungen erfahren die Besucher alles zu den **Pain Paillasse** Spezialmehlen aus der Schweiz in den Sorten Hell, Dunkel und Rustick und den vielen Variationen an Brot wie an Kleingebäck, die damit möglich sind. Neben den Paillasse-Spezialitäten vertreibt die Mühle auch andere Spezialmehle, etwa für das Sant'Abbondio (Italien), das Banette und das Pain du soleil (Frankreich) sowie das dunkle Huusbrot aus Ruchmehl (Schweiz). Das Huusbrot basiert auf einem Mehl aus verschiedenen Mahlpässagen und geht in die Richtung eines Ruchmehls, wie man es aus der Schweiz kennt. Der Teig wird mit einem Poolish hergestellt, weist eine TA von 185 - 190 auf und wird über Nacht geführt. Das Huusbrot wird in zwei Sorten gebacken werden, 600 g und 3,5 kg schwer.

Ebenfalls in **Halle 1, am Stand D 21**, finden Sie die Spezialisten von **bsc Die Bäckerei-Berater**. Jeder Bäcker ist täglich mit Schlagworten wie Bäcker-Gastro, Salat, Pasta, Eis, warme und kalte Snacks, To-Go-Produkte usw. konfrontiert. Und natürlich sollte er dem verwöhnten Kunden am besten gleich alles bieten, um erfolgreich zu sein. Die Berater von bsc empfehlen ihren Kunden jedoch sich auf ihre Kernkompetenz zu konzentrieren: Frische und Brot. Auf der Südback werden die Experten am Stand von Korte Einrichtungen Brot in den Fokus stellen und dieses zu den verschiedenen Tageszeiten inszenieren. Außerdem informieren sie unter anderem auch über neue Möglichkeiten der Qualifizierung von Mitarbeitern und der gezielten Förderung von Leistungsträgern und Führungskräften.



# Von der Zutat zum Erfolg



EIN ZWEITÄGIGES SEMINAR, DAS DIE MÖNSHEIMER MÜHLE DECKER + MÖNCH GEMEINSAM MIT DEM UNTERNEHMEN BSC DIE BÄCKEREI-BERATER IM BACKHAUS DER MÜHLE IN MÖNSHEIM DURCHFÜHRTE, BRACHTE DEN TEILNEHMERN NEBEN EINER VIELZAHL NEUER IDEEN FÜR DAS SNACKSORTIMENT AUCH PRAXISWISSEN FÜR KALKULATION UND MARKETING.



Frank Schmitz von bsc bestritt den theoretischen Teil des Seminars im Gewölbekeller des Backhauses und gab unter anderem Hinweise zur richtigen Kalkulation.



Für die Teilnehmer war Mitmachen angesagt. Die Gelegenheit wurde gern genutzt.

**Ein leckeres Brötchen** oder eine knusprige Scheibe Brot sind die Grundlage für jeden guten belegten Snack vom Bäcker. Dabei fällt es aber immer schwerer für Standardbrötchen auch einen angemessenen Preis zu erzielen. Raus aus der Vergleichbarkeit lautet daher eine Grundforderung an alle, die ihr Snacksortiment neu aufstellen möchten. Das beginnt bei den gebackenen Produkten als Grundlage des belegten Snacks und setzt sich bei den Belagzutaten fort. Daneben spielen Präsentation, Kalkulation und Marketing eine tragende Rolle für den Erfolg eines belegten Snackangebots.

**Von der Zutat zum Erfolg** – da war es konsequent, dass zunächst die Mönzheimer Mühle ihren Part bestritt und den Teilnehmern, die aus ganz Deutschland der Einladung gefolgt waren, die richtige Herstellung von Pain Paillasse Spezialitäten wie Paillasse Hell, Dunkel und Rustick und anderen mediterranen Produkten wie Pain du soleil, Sant'Abbondio oder dem dunklen Huusbrot als Grundlage für einen nicht alltäglichen, belegten Bäckersnack präsentierte. Paillasse-Brötchen, Schweizer Knoten, Speck-Brötli, Olivenbrötchen oder -ringe, Feuer-

kruste und Kürbisstange sind ebenso wie das Vital-Brötchen mit Möhren ideal, um sich aus dem Einerlei von einfachen Schinken-, Käse- und Salamibrötchen herauszuheben. Deutschland-Verkaufsleiter Matthias Elkmann und Urs Wattinger, Backmeister des Schweizer Mutterkonzerns von Pain Paillasse, demonstrierten mit Hinweisen zur Teigreife und Lagerung, aber auch zum perfekten Aufarbeiten die richtige Herstellung dieser Premiumgebäcke. Die fanden anschließend frisch hergestellte Verwendung in den Praxisteilen. Diese bestritt das Team von bsc Die Bäckerei-Berater. Das Unternehmen wurde vor vier Jahren von Frank Schmitz – ausgebildeter Bäcker und Konditor mit mehr als 30 Jahren Branchenerfahrung und Experte für Stand-

Sie führten das Seminar im Backhaus der Mönzheimer Mühle gemeinsam durch (von links): Julia Schulz, Janine Gruner, Urs Wattinger, Matthias Elkmann, Magdalena Pietraszczek und Frank Schmitz.







Normal ist das nicht: Das Sortiment der Mönzheimer Mühle Decker + Mönch bietet eine große Zahl an Alternativen für ein Snackangebot jenseits vom Käse- und Salamibrötchen.

ortanalyse, Kostencontrolling und Personal – sowie Magdalena Pietraszek – Fachwirtin für kaufmännische Betriebsführung, Bäckereifachverkäuferin und Expertin für Filialorganisation, Verkaufstraining und Mitarbeitercoaching mit langer Erfahrung als Bereichsleiterin in einem Unternehmen mit 120 Filialen – gegründet. Beide waren mit Marketingleiterin Janine Gruner und Snackberaterin Julia Schulz vor Ort. Die bsc Spezialisten für Sortiment, Service und Abläufe kümmern sich intensiv um Personalführung und Personalprobleme, analysieren aber ebenso das Sortiment und fragen dabei auch nach den Gründen für zu hohe Retourenquoten. Konzeptentwicklung für Standorte oder die Definition von Arbeitsabläufen in den Unternehmen zählen ebenso zu den Leistungen wie die Betreuung von Neueröffnungen. Auf viel Erfahrung können die Mitarbeiter im Snackbereich verweisen. Produktentwicklungen, Rezeptweiterentwicklungen und Präsentationsformen oder auch die Betreuung von Snacktheken in der Anfangsphase helfen Betrieben, sich im Markt

besser zu positionieren. Schulungen von Mitarbeitern, die Erarbeitung von Werbekonzepten aber auch Hilfe und Unterstützung in der Produktion zählen zu den weiteren Schwerpunkten der Arbeit von bsc. Das Team umfasst mittlerweile 20 Mitarbeiter.

**Praxis und Theorie.** Es war die Mischung aus Praxis und Theorie, die bei den Teilnehmern gut ankam, was sich in den abschließenden Seminarbeurteilungen wiederfand. Die praktischen Demonstrationen durch das Backteam Matthias Elkmann und Urs Wattinger sowie durch Magdalena Pietraszek und Julia Schulz, die aus außergewöhnlichen Broten auch außergewöhnliche Snacks herstellten, waren aufgelockert durch Fragen zur Herstellung, aber auch durch aktive Mitarbeit der Teilnehmer. Selbstverständlich konnten alle Snacks dann auch kritisch verkostet werden. Im Wechsel mit der Praxis in der Backstube ging es für die Theorieanteile in den Gewölbekeller des Decker + Mönch Backzentrums.



Echt lecker: Verkaufsleiter Matthias Elkmann stellte neue Brotideen vor.



# UMFASSEND UND DIREKT WIRKSAM

Fragen an Frank Schmitz, Geschäftsführung bsc Die Bäckerei-Berater.

**Herr Schmitz, wie steht es aus Ihrer Sicht um die Zukunft des meistverkauften Produkts im Snackbereich? Wird das belegte Brötchen seine Spitzenposition halten können?** Der Markt wird sich so verändern, dass man immer wieder neue Produkte bringen muss, um nicht vergleichbar zu sein mit Tankstellen, mit Supermärkten. Aber auf das belegte Brötchen, die Stulle, wird man, immer natürlich abhängig von Region und Standort, nie ganz verzichten. Ich bin sicher, dass die klassische Handwerkerschnitte, so wie im Kaffeebereich der Filterkaffee, nie aus dem Angebot verschwinden wird, denn damit würden die Kunden verärgert. Sie sorgen dafür, dass dieses klassische Angebot bleiben wird.

Aber man muss auch immer wieder neue Ideen bringen, denn die Zahl der Kunden, die den Wunsch nach Neuem haben, die Trends folgen und über-rascht werden wollen, wächst.

**Also macht es Sinn in Zukunft stärker zweigleisig zu fahren, Neues anzubieten, das Bewährte aber nicht fallen zu lassen?** Zweigleisig auf jeden Fall und an großen Café-Standorten mit Sitzplätzen muss der Bäcker noch mehr bringen, zum Beispiel den klassischen Bäckersnack durchaus auch auf das Mittagsgeschäft ausdehnen, allerdings ohne sich dabei mit komplizierten Gerichten und teuren Zutaten zu verzetteln. Ein gut belegtes Butterbrot, eventuell auch mit Rührei dazu, erfüllt diese Anforderung schon. Aber der Bäcker ist auch in anderer Hinsicht stärker gefordert, etwa indem er im Verkauf Emotionen vermittelt, indem er stärker auf die Brotgeschichte eingeht, mehr über das Brot und seine Herkunft oder seinen Namen erzählt.

**Wird der Bäcker auf Dauer zwangsläufig zum Gastronomen werden?** Der Bäcker wird sich in seinem Angebot breiter aufstellen müssen. Die Entwicklung der Konditorei verlief ähnlich. Sie war über Jahre verschwunden und wurde tot geredet. Heute wird das Sortiment der Konditorei immer breiter, auch um sich so vom Handel abzuheben und dem Kunden das zu bieten, was der Handel nicht hat. Konditorei und Kaffeekultur sind wieder gefragt, ergänzt um den Snackbereich und verschiedene Frühstücksangebote. Diese Varianten muss der Bäcker mit aufnehmen. Ich erwarte, dass der Bäcker immer mehr zum Systemgastronomen wird, nicht zuletzt auch wegen der wachsenden Größe der Standorte. Heute reden wir ja schon über Flächen von 250 Quadratmetern und mehr. Dort lassen sich nicht nur klassisch Brot und Brötchen verkaufen. Umsätze, die im Brot- und Brötchenbereich zurückgehen, lassen sich mit dem richtig geplanten Snack- und Kaffeegeschäft auffangen.

**Der Bäcker kann auf diesem Gebiet viele Fehler machen. Ist es angeraten, sich Kompetenz ins Haus zu holen oder kann er das in der Regel mit seiner eigenen Mannschaft umsetzen?** Kompetente Berater wie wir von bsc, die ins Unternehmen geholt werden, sind Spezialisten mit viel Erfahrung. Darauf kann unser Kunde zählen. Unsere unabhängige Bäckereiberatung geht immer direkt in die Praxis und orientiert sich individuell an den Verhältnissen vor Ort. Alle Maßnahmen sind so angelegt, dass sie Absatz, Abläufe und Kundenzufriedenheit sofort wirksam verbessern. Testkauf, Beratung und Begleitung von Planung bis Neueröffnung,



Produktionsbegleitung, Personalservice, Sortimentsberatung, Thekengestaltung, Snackideen, Rezepte, Warenpräsentationen, Verkaufstrainings, Basis-Schulungen, Weiterbildungen für Führungskräfte, Marketingstrategie und Werbeumsetzung – wir bieten Hilfe und Unterstützung von Anfang an.

**Was sind aus Ihrer Sicht die größten Fehler, die man vermeiden könnte?** Wichtig ist, die Mitarbeiter mitzunehmen. Ich kann nicht einfach von oben anordnen, wir machen Snack, Gastronomie, Kaffee und den vielleicht auch noch mit Siebträgermaschinen. Die Mitarbeiter müssen dahinterstehen, sie sind der Schlüssel zum Erfolg, ich muss sie also schulen. Wenn die Verkäuferin hinter einem guten Frühstückskonzept steht oder die Siebträgermaschine liebt, dann bietet sie zum Beispiel lieber einen Latte Macchiato an als nur einen Filterkaffee. Der Mitarbeiter muss geschult und hoch motiviert an ein neues Konzept herangehen. Sagt man ihm einfach nur „machen“, dann ist er nicht mit im Boot. Bei der Planung eines neuen Standortes mit höherem Snackanteil ist es auch sehr wichtig den Ladenbauer richtig zu fordern. Er soll nicht nur schöne Möbel verkaufen, sondern im Konzept denken und planen. Welcher Umsatz wird angestrebt, in welchem Verhältnis? Wie sind die optimalen Abläufe der Mitarbeiter, welche Wege müssen sie zurücklegen? Wo ist die Kühlung, wo stehen die Teller, wie kann das Personal etwa einen Zusatzverkauf im Kaffeebereich tätigen? Muss die Verkäuferin vom Brotregal sechs Meter zur Kaffeemaschine zurücklegen, wird sie den Latte Macchiato vielleicht dreimal anbieten und danach keine Lust mehr haben. Die Optimierung der Wege ist daher schon bei der Planung ganz wichtig.

## ZUR PERSON

Frank Schmitz ist gemeinsam mit Magdalena Pietraszek Geschäftsführer der bsc Konzepte GbR in Neuwied. Der ausgebildete Bäcker und Konditor verfügt über mehr als 30 Jahre Branchenerfahrung und ist Experte für Standortanalyse, Kostencontrolling und Personal. Bevor er sich 2010 gemeinsam mit Magdalena Pietraszek selbständig machte, war er zwölf Jahre Verkaufsleiter im Bereich Planung, Durchführung und Neueröffnung von Bäckereien.

### Kontakt:

bsc Konzepte GbR  
Frank Schmitz und Magdalena Pietraszek  
Niederbieberer Straße 44, 56567 Neuwied,  
Telefon: 02631 999110, E-Mail: info@bsc-konzepte.de



Eine Abschlussgesprächsrunde zeigte, dass die gelebte Erfahrung der Referenten in der Mischung aus Praxis und Theorie sehr gut angekommen war. Das gemeinsame Abendessen ermöglichte dazu einen zwanglosen Gedankenaustausch zwischen Betrieben verschiedener Größen sowie zwischen verschiedenen Aufgabenbereichen wie Verkaufsleitung, Verkaufspersonal, Koch oder Inhaber. Die Mühlenführung durch den Inhaber der Mönzheimer Mühle, Müllermeister Markus Mönch, brachte den Teilnehmern die Arbeitsweise eines modernen Mühlenbetriebs näher. Dementsprechend positiv fielen die Abschlussbewertungen aus, so dass Decker + Mönch zukünftig in ähnlicher Konstellation sicher weitere Seminare anbieten wird.

Magdalena Pietraszek gab Tipps zum richtigen Aufbau eines Frühstücksbuffets.

## TIPPS

HIER EINIGE DER TIPPS UND EMPFEHLUNGEN DER SPEZIALISTEN ZU VERSCHIEDENEN THEMEN.

### Produktabbildungen

- Bei Produktabbildungen in Werbematerialien oder Karten ist darauf zu achten, dass der Kunde auch das bekommt, was abgebildet ist. Wird ein Frühstücksteller mit Früchten der Saison gezeigt, dann sollten solche Früchte auch mit auf dem Teller liegen.

### Snack des Monats

- Das Konzept „Snack des Monats“ bietet Möglichkeiten mit dem Kunden zu kommunizieren, ihm Proben zu reichen, etwa mit einem Handschießer, und das Produkt vorzustellen.



### Frühstück

- Ein Frühstück darf in der Herstellung nicht mehr als 3 Minuten dauern.
- Buffets sind beliebt, in der Woche sind sie meist etwas einfacher gehalten und werden zu einem Preis von unter 5 Euro angeboten. Die Empfehlung lautet, den Kaffee aus dem Komplettangebot herauszunehmen. Wird er extra berechnet, steigt der Deckungsbeitrag – im gezeigten Beispiel von 18 auf 33 Prozent.
- Mittels Silikonformen lassen sich eigene Eipattys hervorragend im Ofen vor Ort herstellen.
- Spieße sind eine interessante Alternative für Buffets.
- Mit dem Eisportionierer portionierte Butter kommt in der Regel besser an als einzeln verpackte Einheiten und ist kostengünstiger.
- Die Angebote so variieren, dass nicht jeden Tag oder an jedem Wochenende das Buffet völlig identisch ist.







Julia Schulz und Magdalena Pietraszek stellten außergewöhnliche Snackideen mit außergewöhnlichen Broten vor. Ob Tellerfrühstück, Frühstücksbuffet, belegte Premium-Brötchen oder Bäckerstullen – das rege Fotografieren der Teilnehmer bewies den hohen Praxisbezug. Zudem konnten alle hergestellten Snacks auch umgehend verkostet und bewertet werden.



- Egal ob Buffet oder Teller – wichtig ist eine gute Vorbereitung, zu der auch genügend Lagermöglichkeiten sowie Teller und Besteck in ausreichender Menge gehören.

#### Schälchenkonzept

- Beim Schälchenkonzept wird der Belag in einem Schälchen zentral fertig zusammengestellt und gekühlt in die Filialen geliefert, wo auf das aufgeschnittene Unterteil des Brötchens einfach der Schälcheninhalt gelegt wird. Anschließend wird das Brötchen umgedreht und mit der Oberseite belegt. Ein einfacher Weg, die Kosten im Griff zu behalten, zentral zu produzieren und sicherzustellen, dass in allen Filialen stets der gleiche Belag auf den Brötchen ist.

#### Fotoapparate

- Das Verkaufspersonal sollte dazu angehalten werden zu jeder vollen Stunde Theke und Brotregal zu fotografieren. Die Auswertung gibt Auskunft darüber, ob Absprachen und Regeln eingehalten werden.

#### Zusatzverkäufe

- Die Empfehlung von Zusatzverkäufen in jedem Verkaufsgespräch wirkt gelernt und bemüht. Schmitz empfahl, dort nicht zu genau zu sein und nicht immer nachzuhalten, ob die Verkäuferin in jedem Kundengespräch auch ihren Zusatzverkauf anpreist.
- Empfehlungen statt einer Komplettvorstellung des Sortiments geben dem Kunden Auswahlmöglichkeiten ohne ihn zu verwirren.

#### Deklaration

- Die Deklaration wird immer wichtiger, auch vor dem Hintergrund der geforderten Allergentransparenz ab Dezember. Die Bedeutung von iPads und Terminals zur Unterstützung des Verkaufspersonals wird wachsen.

#### Planung

- Schon in der Planung ist darauf zu achten, Gerät richtig zu platzieren. Ein Merrychef gehört nie auf den Boden oder den unteren Bereich, damit sich die Verkäuferin zur Bedienung nicht bücken muss. Geräte im Laden sollten unbedingt auch umfassend erklärt werden.



# Neue Wege wagen



DER SATZ „DAS WAR SCHON IMMER SO“ HAT FÜR HEIKE BRINKHEGE KEINE GÜLTIGKEIT. SIE SETZT NEUE IDEEN KONSEQUENT UND RASCH UM UND GEHT DAZU BISWEILEN AUCH UNGEWÖHNLICHE WEGE, WIE ETWA MIT DER AUSLAGERUNG DER VERKAUFSLEITUNG AN DAS BERATUNGSUNTERNEHMEN BSC. MIT DER ORIENTIERUNG AUF EINE KONSTANT HOHE QUALITÄT WURDE DIE NEUE PRODUKTION GEPLANT. NACH DEM UMZUG GEHT ES JETZT AN EINE SORTIMENTSERWEITERUNG DURCH LUKRATIVE SPEZIALBRÖTCHEN AUF DER GRUNDLAGE VON PAIN PAILLASSE MEHLEN.



**Wie wohl für fast jede Bäckerei**, ist es auch für die Bäckerei Brinkhege in Bissendorf nicht einfach, täglich gegen die extrem preisaggressiven Wettbewerber aus dem Lebensmitteleinzelhandel und Discountbereich zu bestehen. Auch wenn man sich in und um Osnabrück einen Namen mit hervorragender Qualität und einem breiten Sortiment von Kleingebäck über Brot und Snacks bis hin zu Sahnetorten gemacht hat und dazu mit den Brinkis als lang geführtes geschmackvolles Brötchen einen sehr erfolgreichen 1a-Markenartikel im Sortiment führt – Heike Brinkhege suchte nach neuen Ideen, speziell für das Kleingebäcksortiment. Außergewöhnliche Gebä-

Spezialitäten Hell und Rustick. Auch wenn die Brote nicht unter dem Namen Pain Paillasse in den Regalen und Theken auftauchen und stattdessen zum Beispiel Pierre, Giovanni (mit Oliven) oder Vassili (mit Feta) heißen, sind es doch die klassischen Stangenbrote, die im Rohstoffeinsatz um die 10 Prozent liegen und somit eine gute Marge aufweisen. Zwar werden diese in den ländlicher gelegenen Brinkhege-Filialen etwas weniger nachgefragt, in den diversen Citylagen jedoch sind die Kunden durchaus bereit, für die große Stange 2,99 Euro, für die kleine Stange 2,20 Euro und für das Brötchen 0,80 Euro zu bezahlen.



Neue Gebäcke im Geschmackstest. Von links: Matthias Elkmann, Heike Brinkhege, Frank Schmitz, Bernd Eggert. Heike Brinkhege suchte nach neuen Ideen speziell für das Kleingebäcksortiment, die preislich in anderen Regionen liegen sollten, als die klassischen Bäckerbrötchen. Außergewöhnliche Gebäcke, die sich zudem auch als Basis für neue belegte Snacks eignen sollten. Matthias Elkmann und Bernd Eggert stellten einige davon her. Die Produktentwicklung hat einen hohen Stellenwert bei Brinkhege. Heike Brinkhege, Frank Schmitz und Wilhelm Lotzen beim Geschmackstest für ein neues Rosinenbrötchen.

cke, die sich zudem auch als Basis für neue belegte Snacks eignen sollten und dazu preislich in anderen Regionen als die klassischen Bäckerbrötchen. Zur Herstellung jeder Art von Gebäcken ist man in der erst vor knapp drei Monaten bezogenen, großzügigen neuen Produktion in Bissendorf mit Brötchenanlagen und einem Stress free Divider bestens ausgestattet. Doch die neuen Produkte sollten sich nicht über die Anlage, sondern vielmehr über den eingesetzten Rohstoff definieren. Da lag es nahe, die Mehle, die sich für Spezialbrote schon hervorragend bewährt hatten, auch zur Herstellung von Kleingebäcken einzusetzen: Seit 2005 bereits ist die Bäckerei Kunde der Mönshheimer Mühle Decker + Mönch und bezieht von dieser die Mehle für die Pain Paillasse

**Produkttest in der Backstube.** Nachdem der große Umzugsstress vorüber war und die Produktion wieder in geordneten Bahnen verlief, wandte sich Heike Brinkhege an Matthias Elkmann, Deutschland-Verkaufsleiter für die Mühle Decker + Mönch, mit der Bitte um Rezeptideen. Ein Programm wurde abgesprochen und der Termin zum Backen, Präsentieren und Verkosten festgesetzt.

Wie für Pain Paillasse Brote üblich, setzten Matthias Elkmann und Verkaufsberater Bernd Eggert die diversen Teige am Vortag an, um sie am nächsten Morgen nach 24 Stunden kühler Teigruhe und -reifung ab 4 Uhr mit der laufenden Produktion aufzuarbeiten. So erhielten auch die zuständigen Mitarbeiter in der Produktion gleich Tipps und Hinweise





Zur Herstellung jeder Art von Gebäcken ist man in der erst vor knapp drei Monaten bezogenen großzügigen neuen Produktion in Bissendorf mit Brötchenanlagen und einem Stress free Divider bestens ausgestattet. Das Motto ist täglicher Ansporn.

## PRODUKTION

Seit circa drei Monaten produziert die Bäckerei Brinkhege an ihrem nach dreijähriger Planungsphase neu erbauten Standort an der Mindener Straße in Bissendorf. Die alte Produktion in Borgloh war einfach zu eng geworden, um die hohen Qualitätsstandards problemlos aufrecht halten zu können. Der Betrieb ist technisch gut ausgestattet mit Aufarbeitungsanlagen für Brot und Kleingebäck, einem großen Thermoöfen, Thermoölvagenöfen und innen gebauten Kälteanlagen. Die Produktion arbeitet mit Durchschubgärschränken, die allerdings

seitlich befüllt werden. „So haben die Mitarbeiter die Möglichkeit sich kurz auszutauschen“, erklärt Betriebsleiter Valentin Kapust. „Diese Kommunikation zwischen Teigherstellung und Backöfen ist uns wichtig.“ Alle Teiglinge werden über eine Schockzelle abgekühlt und in die wie die Backöfen mit Namen versehenen Zellen gefahren. Ziel ist, die Produktion stärker in den Tag zu verlagern. In Zukunft wird es im Betrieb auch eine zentrale Snack-Herstellung geben, was sowohl die Qualität verbessern und die Kosten überschaubarer machen wird.



Seit circa drei Monaten produziert die Bäckerei Brinkhege an ihrem nach dreijähriger Planung neu erbauten Standort an der Mindener Straße in Bissendorf. Der Betrieb ist technisch gut ausgestattet mit Aufarbeitungsanlagen für Brot und Kleingebäck, einem großen Thermoöfen, Thermoölvagenöfen, Kälteanlagen und Silotechnik.



zur Herstellung. Spannend wurde es dann, als Heike Brinkehege, Produktionsleiter Valentin Kapust sowie die Bäckermeister Frank Schmitz, Wilhelm Lotzen und Thomas Wollgarten vom Beratungsunternehmen bsc die Gebäcke in Augenschein nahmen und verkosteten.

**Unvergleichbar.** Aus den insgesamt acht vorgestellten Produkten fiel die erste Wahl auf den Schweizer Knoten, ein Gebäck aus hellem Paillaseteig, 120 g schwer und zumeist zwischen 70 und 90 Cent in den Theken zu finden. Bei einer TA von 175 und einem Rohstoffeinsatz von circa 5 Cent

auf dem Prüfstand: Kleingebäcke aus Paillaseteig mit Kürbis und Nüssen. Auch sie könnten, speziell im Herbst und Winter, Einzug ins Sortiment halten. Das Kürbis-Currybrötchen stieß ebenfalls auf breite Zustimmung der Tester, könnte geschmacklich aber durch Zugabe von etwas Chilipaste zum Teig für ein wenig mehr Schärfe als Kontrast zur Süße des Kürbis noch etwas variiert werden. Alle Produkte sollen zentral vorgebacken und dann vor Ort in den Läden fertig zu backen sein. Eine sehr sichere, dabei aber stets hohe Qualität garantierende Arbeitsweise, sind die Paillasseprodukte mit ihrer hohen TA doch geradezu ideal als Halbgebackene zu verwenden.



Von den Vorschlägen schafften es der Schweizer Knoten und das eingeschlagene Brötchen aus Huusbrotteig in die engere Auswahl. Auch wenn die Brote nicht unter dem Namen Pain Paillasse in den Regalen und Theken auftauchen und zum Beispiel Pierre, Giovanni (mit Oliven) oder Vassili (mit Feta) heißen – es sind die klassischen Stangenbrote aus den Sorten Hell und Rustick.

je Brötchen ein durchaus lukratives Produkt. Mit Hilfe eines Stress free Dividers lassen sich mit zwei Mitarbeitern etwa 1.000 Knoten in der Stunde aufarbeiten. Das ist natürlich deutlich weniger als eine Brötchenanlage schafft, aber der Knoten ist dafür ein Produkt, das sich wegen der Zutaten, der handwerklichen, aufwändigen Aufarbeitung und dem immer individuellen Aussehen nahezu jeder Vergleichbarkeit entzieht. Das gilt ebenfalls für das eingeschlagene Brötchen aus dem dunklen Ruchmehlteig des Schweizer Huusbrottes, das ebenfalls reges Interesse fand. Weiterhin

**Verkaufsleitung outgesourct.** Bei der Verkostung war auch Frank Schmitz anwesend, der als Verkaufsleiter natürlich genau weiß, was bei den Kunden ankommen könnte und was nicht. Schmitz ist gemeinsam mit Magdalena Pietraszek Gründer und Inhaber von bsc Die Bäckerei-Berater. Das Versprechen, das sie geben: „Wir machen Bäckereien absatzstark.“ Dabei werden sie heute von mehr als 20 Mitarbeitern unterstützt. Das Leistungsspektrum umfasst unter anderem für den Verkauf Snack-Beratung und -Schulung, Verkaufstraining, Testkäufe,

## GESCHICHTE

Die Bäckerei wurde 1929 von Theodor Brinkehege, den Großvater der jetzigen Inhaberin, in Borgloh gegründet. Daraus entstand ein Bäckereiunternehmen, das heute im Osnabrücker Raum 39 Fachgeschäfte betreibt. 1968 übernahmen Klaus und Marianne Brinkehege in zweiter Generation die Bäckerei, damals noch mit einem kleinen Lebensmittelgeschäft. Sie bauten das Unternehmen weiter aus, belieferten Krankenhäuser, Lebensmittelmärkte und Kantinen. 1992 wurde dann das erste Brinkehege Fachgeschäft in Bissendorf-Schledehausen eröffnet. Nach dem Tod des Vaters 1993 stiegen die Geschwister Dirk und Heike in die Geschäftsleitung ein und führten gemeinsam mit der Mutter Marianne Tradition und Visionen des Unternehmens erfolgreich weiter. Seit dem 1. August 2010 ist Heike Brinkehege alleinige Geschäftsführerin. Mit dem kürzlich erfolgten Umzug in die neue Produktion nach Bissendorf wurde ein Meilenstein für eine weitere erfolgreiche Entwicklung des Unternehmens in der Zukunft gelegt.





Die Markthalle gilt als kulinarischer Treffpunkt im Zentrum von Osnabrück. Zentral gelegen betreibt die Bäckerei Brinkhege hier mit großem Erfolg die Holzofenbäckerei, ein Konzept aus klassischem Bäckereiverkauf, Cafébar, Café und Showbackstube mit Holzbackofen – ein Kundenmagnet über den ganzen Tag.

Neueröffnungen, die Optimierung des Filialbetriebs, Thekengestaltung sowie komplette Werbe- und Marketingkonzepte. Für die Produktion werden unter anderem durch erfahrene Bäckermeister Produktentwicklung, Produktionsplanung und -begleitung angeboten. Durchführung und Organisation von Weiterbildung, Mitarbeitercoaching, Personalberatung inklusive der kompletten Abwicklung von Einstellungen zählen ebenfalls zum Leistungsspektrum des jungen Unternehmens. Die Zusammenarbeit zwischen Heike Brinkhege und Frank Schmitz als externem Verkaufsleiter ist ungewöhnlich. Doch die Erfahrungen, die beide Seiten in den vergangenen Monaten mit diesem System machen konnten, sind durchweg positiv. Nachdem sie sich im Juli 2013 kennengelernt hatten, war die neue Zusammenarbeit schon im September vereinbart. „Wir ticken gleich, wollen beide rasche Umsetzungen. Uns fehlte zu dem Zeitpunkt, nicht zuletzt auch weil der Neubau in vollem Gange war, ein wenig Zeit für Innovation“, räumt Heike Brinkhege ein. Seitdem ist Schmitz in der Woche regelmäßig vor Ort. Ist die Chefin mal nicht da,

als Vertretung auch länger. Geplant war zunächst nur eine begleitende Unterstützung im Verkauf. Schmitz fungierte als Problemlöser durch aktive Unterstützung am Point of Sale, ebenso aber auch in allen Fragen rund um den Verkauf und das Personal. Außerdem nutzt Brinkhege auch Leistungen für die Produktion in Form von Produktentwicklung, Qualitätsverbesserung, Einführung eines HACCP-Konzepts und Prozessoptimierung im Ablauf. Dabei unterstützen Wilhelm Lotzen und Thomas Wollgarten als erfahrene Bäckermeister die Produktionsleitung. Mittlerweile wurde der Verkauf mit neuen Führungskräften reorganisiert, drei Mitarbeiterinnen von bsc sind fest mit im Verkauf, insgesamt kennen sechs Personen die Abläufe und Prozesse in der Bäckerei Brinkhege und können jederzeit einspringen. Es gibt außerdem ein neues Schulungssystem. „Wichtig ist, dass heute ein neues Denken, eine neue Herangehensweise im Betrieb etabliert ist. Wir haben gemeinsam aus bestehenden Strukturen etwas Neues entwickelt. Unser Ziel ist eine der innovativsten und qualitativ hochwertigsten Bäckereien in Deutschland



Ganz besonders gut kommt es bei den Besuchern an, wenn sich der Bäcker auf sein historisches Bäckerfahrrad schwingt und in voller Bäckerkluft inklusive der Ballonmütze mit den frischen Broten im Korb eine Runde durch die Markthalle fährt.

An der stets prall gefüllten Brottheke kann kaum ein Kunde vorübergehen, ohne durch die verlockende Präsentation zum Kauf verführt zu werden. Die Aktion hinter der Theke tut ihr Übriges.



zu werden. Dabei ist das Geld für externe Unterstützung nicht das vorrangige Thema, sondern das gemeinsame Planen und erfolgreiche Handeln für ein Ziel. Außerdem kann ich mich so befreit auch um andere Dinge kümmern. Für mich rechnet sich unsere Zusammenarbeit in jedem Fall“, zeigt sich Brinkhege sehr zufrieden mit dem bislang Erreichten.

Eine große Rolle spielt die Weiterbildung des Personals. Ab Oktober 2014 soll die von Schmitz initiierte Brinkhege-Akademie regelmäßige Fortbildung für Mitarbeiter übernehmen. Sechs Tools können dort nacheinander abgearbeitet werden, mit einer Prüfung mit einem Online-Tool. Es geht um Führung von Mitarbeitern, Konfliktgespräche, Servicegedanken und die Ausbildung für eine Fachgeschäftsleitung. Die Lehrlings-schulung erfolgt in Zukunft ebenfalls stärker im eigenen Haus. Einmal im Monat gibt es eine Schulung für das 1., 2. und 3. Lehrjahr. Schmitz sieht seine Leistung für die Bäckerei Brinkhege als durchaus multiplizierbar an und hat auch bereits andere Betriebe, für die er den Verkauf extern betreut. Die Zusammenarbeit mit Heike Brinkhege aber ist auch deswegen besonders, weil beide in ihren hohen Ansprüchen an die rasche Umsetzung von Projekten gleich denken. „Da liegen wir auf einer Wellenlänge.“

**Gelebte Frische in der Markthalle.** Vor acht Jahren eröffnete Brinkhege den Konzeptladen in der Osnabrücker Markthalle mit einem klugen Frischbackkonzept, wo vor den Augen der Kunden Teige, die überwiegend für Paillasse-Produkte aus der Produktion angeliefert werden, zu den verschiedenen Brot- und Kleingebäckspezialitäten aufgearbeitet und in zwei Holzbacköfen mit je zwei Etagen gebacken werden.

Die Markthalle gilt als kulinarischer Treffpunkt im Zentrum von Osnabrück. Auf 1.600 Quadratmetern bieten ausschließlich regionale Händler und Gastronomen Delikatessen und Feinkost, Frisches und Gesundes, Obst und Gemüse, Gewürze und Öle, Schokolade, Pralinen und Präsente an. Das mediterrane Flair unterstreichen die große Freitreppe, ein gemalter Sommerhimmel und das Glasdach über dem Platz mit bunten Häusern. Zentral



gelegentlich betreibt die Bäckerei Brinkhege hier mit großem Erfolg die Holzofenbäckerei. Das Konzept aus klassischem Bäckereiverkauf, Cafébar, Café und Showbackstube mit Holzbackofen ist ein Kundenmagnet über den ganzen Tag. Etliche Sitzplätze stehen in den verschiedenen Sitzbereichen zur Verfügung, zum Frühstück, für einen belegten Snack, ein Stück Torte oder eine Kaffeespezialität. Das erfolgreiche Frischbackkonzept bietet den Kunden über den ganzen Tag Aktion und den Duft frischer Backwaren direkt aus dem Ofen. Regelmäßig erleben sie, wie Brote handwerklich aufgearbeitet und gebacken werden. Basis sind die aus der Produktion in Wannen angelieferten reifen Teige. Die Kisten mit den 24 Stunden gereiften Paillaseteigen enthalten eine genau abgewogene Menge an Teig, der auf den Tisch in einen Rahmen geleert und anschließend mit einem Gitter geteilt wird. Direkt in die gewünschte Form gebracht, gedreht, als Ring oder als Brötchen, geht es danach in den Holzbackofen. Neben den Pain Paillasse Spezialitäten werden auch noch einige andere Spezialbrote abgebacken. Ganz besonders gut kommt es bei den Besuchern an, wenn sich der Bäcker auf sein historisches Bäckerfahrrad schwingt und in voller Bäckerluft mit den frischen Broten im Korb eine Runde durch die Markthalle fährt. Die zentrale Lage, die sehr gut einsehbare, offene Holzofenbäckerei und die immer gut gefüllte Brottheke davor, dazu Snacks, Kaffee, Kuchen und Sitzplätze – für den Kunden bleiben keine Wünsche offen. Ein Frischbackkonzept in dieser Dimension, mit Aktion im zwei Schichten von 8 Uhr bis 19 Uhr, ist selten, aber gerade wegen der konsequenten Ausrichtung auf Aktion und Frische wohl auch so erfolgreich. Das Brotangebot besteht aus Spezialbroten und ist hochpreisig, die Standardsorten sucht man vergeblich, ebenso Preisangebote. Bei denen wird die Markthalle ausgenommen.

Das erfolgreiche Frischbackkonzept bietet den Kunden über den ganzen Tag Aktion und den Duft ofenfrischer Backwaren. Regelmäßig erleben sie, wie Brote handwerklich aufgearbeitet und gebacken werden. Basis sind aus der Produktion in Wannen angelieferte verarbeitungsfertige reife Teige.



# Innovationsführer durch Leidenschaft

AHA! EINRICHTUNGEN HAT SICH MIT MICHAEL MAYER UND SEINEM TEAM IN DEN VERGANGENEN 17 JAHREN AUS EINER SCHREINEREI MIT LOHNAUFTRÄGEN ZU EINEM FÜHRENDEN SPEZIALISTEN FÜR INNOVATIVEN LADENBAU UND INDIVIDUELLE DESIGN-KONZEPTE IN DER FOOD-BRANCHE EUROPAS ENTWICKELT. KREATIVITÄT GEPAART MIT HÖCHSTEN ANSPRÜCHEN AN DIE QUALITÄT BILDEN DIE GRUNDLAGEN DIESER ENTWICKLUNG.

**AHA! Einrichtungen** ist heute ein solides, mittelständisches Familienunternehmen, das mit seinen 55 festen und 50 freien Mitarbeitern zu den innovativsten Ladeneinrichtern der Branche zählt und Trends im Markt initiiert. Knapp 2.000 erfolgreich durchgeführte Projekte stehen für vielfältige Erfahrungen in allen Bereichen des Ladenbaus, von der Planung kompletter Lösungen für außen und innen, Zufahrts- und Gebäudeplanung, der Gesamtprojektierung bis hin zur kompletten Lichtinszenierung. AHA! ist Partner für Gesamtlösungen, immer ausgerichtet auf die Richtung, die der Kunde einschlagen möchte. „Eine ausgeprägte Unternehmenskultur mit festgeschriebenen Werten und Leidenschaft mit hohen charakterlichen Grundwerten bestimmen unser tägliches Schaffen. Dafür, dass wir mit Bäckern und Konditoren

**AHA!**  
EINRICHTUNGEN

Kunden haben, die Transparenz und Ehrlichkeit schätzen, was schon zu vielen Partnerschaften und Freundschaften geführt hat, sind wir sehr dankbar. Auf unsere Bäcker und deren Handschlag konnten wir uns immer verlassen. Es ist ein schönes Gefühl als Sparringspartner und nicht als schnell austauschbarer Lieferant von unseren Kunden wertgeschätzt zu werden“, so Michael Mayer, Gründer und Inhaber von AHA! Einrichtungen.

Im Rahmen einer ganzheitlichen Kundenbetreuung spielen dabei auch Themen wie Energieeffizienz, Langlebigkeit der Produkte, Design und Atmosphäre eine große Rolle. Der Backwarenmarkt befindet sich in einem starken Wandel, nicht nur durch den verschärften Wettbewerb der mit der Willkür der Discounter noch einmal befeuert wurde. Nach dem Ausloten aller möglichen





Räume werden mit Licht inszeniert. AHA! Einrichtungen setzt auf LEDs und betreibt dazu hohen Entwicklungsaufwand. Abwechslungsreiche Sitzsituationen sorgen für Spannung.

Gastronomiekonzepte sieht AHA! daher speziell Ganztageskonzepte, die den Kern auf Regionalität und Ursprünglichkeit legen, als ein großes Chancenfeld. „Der Bäcker steht in den Köpfen der Menschen für Tradition und Bodenständigkeit, dieses Denken gilt es auszubauen. Kundenbetreuung heißt für uns dabei immer aktive Zuwendung zum Kunden. Gemeinsam versuchen wir, aus allen Ideen und Trends am Markt immer das Beste herauszufiltern,“ skizziert Mayer seinen Ansatz. Dabei zählen Kundennutzen und das Gefühl zu wissen, was der Kunde wünscht. Auch wenn es sicher ideal für alle Beteiligten wäre, dass Projekte in einem größeren Zeitfenster von einem halben Jahr geplant und realisiert werden – manchmal muss es schneller sein, etwa wenn sich eine Gelegenheit für ein interessantes Ladenlokal bietet und die Leerstandszeiten bei den dafür zu zahlenden Mieten möglichst kurz sein sollen. Dass man sich große Projekte zutraut und fehlerfrei bewältigt, hängt mit der großen Erfahrung im Unternehmen zusammen, von der Planung bis zu Fertigung und Aufbau, der guten, qualitätsorientierten und fehlerminimierenden Ablauforganisation und natürlich auch mit dem daraus erwachsenen Selbstvertrauen. „Der Kunde kann sich auf uns verlassen, egal ob es um einen klassischen Bäckerladen oder ein Projekt mit 240 Sitzplätzen geht.“ Und gibt er seine positiven Erfahrungen an seine Kollegen weiter, so ist das für AHA! die Eintrittskarte zu neuen Projekten.

**Faszinierende Individualität.** Als Ergebnis von Kundenwünschen und den kreativen Impulsen von AHA! Einrichtungen entsteht ein unverwechselbares Designkonzept, das die Kompetenz des Bäckers, seine Stärken, die Persönlichkeit des Unternehmens in idealer Weise widerspiegelt – und das authentisch, echt und regionaltypisch. „Wir machen den Maßanzug für den Kunden, egal ob er den Smoking oder den Trachtenanzug wünscht.“

Individualität ist heute in jeder Betriebsgröße gefragt, egal ob ländlicher Familienbetrieb oder großer Filialist im Ballungsraum, und die ist mit Läden aus dem Baukasten nur sehr schwer möglich. „Von unseren Projekten ist keines wie das andere“, so Mayer. „Serienbau und Baukastenlösungen gibt es bei uns nicht. Bei uns muss der Außendienst nicht bestimmte Projekte aus dem Katalog anbieten. Deshalb gleichen sich unsere Läden auch deutlich weniger als solche aus anderen Fertigungssystemen.“ Jedes Projekt wird in kürzester Zeit individuell geplant und gebaut, es gibt keine festen Systeme. Die Ansprüche der Kunden sind dabei in den vergangenen Jahren definitiv gestiegen. Dank der eigenen Produktion stellt die Herstellung kreativer Ideen aber kein Problem dar, alles wird im Haus gefertigt, ein weiteres Unterscheidungsmerkmal.

„Wir wollen aus allen Ideen und Trends am Markt immer das Beste herauszufiltern“, so AHA!-Geschäftsführer Michael Mayer.



dingungskriterium zu großen Systemanbietern, die Sonderlösungen dann an Schreinereien auslagern müssen. „Alle Details werden heute dreidimensional gezeichnet, das ist einzigartig und für uns Pflicht, um der Forderung nach Individualität und Fehlerfreiheit gleichermaßen entsprechen zu können.“ Höchste Individualität erfordert ein Höchstmaß an Beherrschung der Prozesse, von der Übermittlung aus der Planung an die Produktion beim Möbelbau ebenso wie in der komplexen Lichtplanung. Dass Individualität aber immer auch bezahlbar bleibt, dafür sorgt die eigene Produktion. Dementsprechend stolz ist Mayer: „Ohne dem Bäcker einen Stempel aufzudrücken haben wird Sonderprojekte bezahlbar gemacht und schaffen damit Mehrwert auch ohne großen Aufschlag. Wir fertigen just in time, das macht Sonderbau bezahlbar.“ Der gekonnte Einsatz von individuellen Accessoires, Sonder- oder dekorativen Leuchten, die sowohl eine funktionelle wie gestalterische Aufgabe übernehmen, ist eine weitere Stärke der kreativen Inneneinrichter. Hochwertigste Materialien, verarbeitet in handwerklicher Perfektion, sind dazu selbstverständlich. Jedes Detail wird in der Produktion in Gersthofen gefertigt. Modernste Produktionstechnik in der Schreinerei mit CNC-Anlagen, in denen dreidimensional nahezu jedes Detail aus jedem Material anzufertigen ist, dazu gut ausgebildete motivierte Mitarbeiter, bilden die Kombination, die solche Flexibilität ermöglicht und bezahlbar macht. Eine extrem flexible Materialauswahl ist Grundlage für eine einmalige Ladeneinrichtung – ohne vorgegebene Standards. Das geht hin bis zur Wahl der Stoffe für die Sitzmöbel, bei der die Langlebigkeit eine große Rolle spielt.

**Wirksame Ladenkonzepte.** Kein Bäcker ist in allen Dingen perfekt und so schafft vermittelte Erfahrung aus vielen Projekten auch Vertrauen, etwa wenn die Ausrichtung eines Ladens definiert wird. Da geht es dann um Fragen nach der Herausstellung der Brotkompetenz, dem

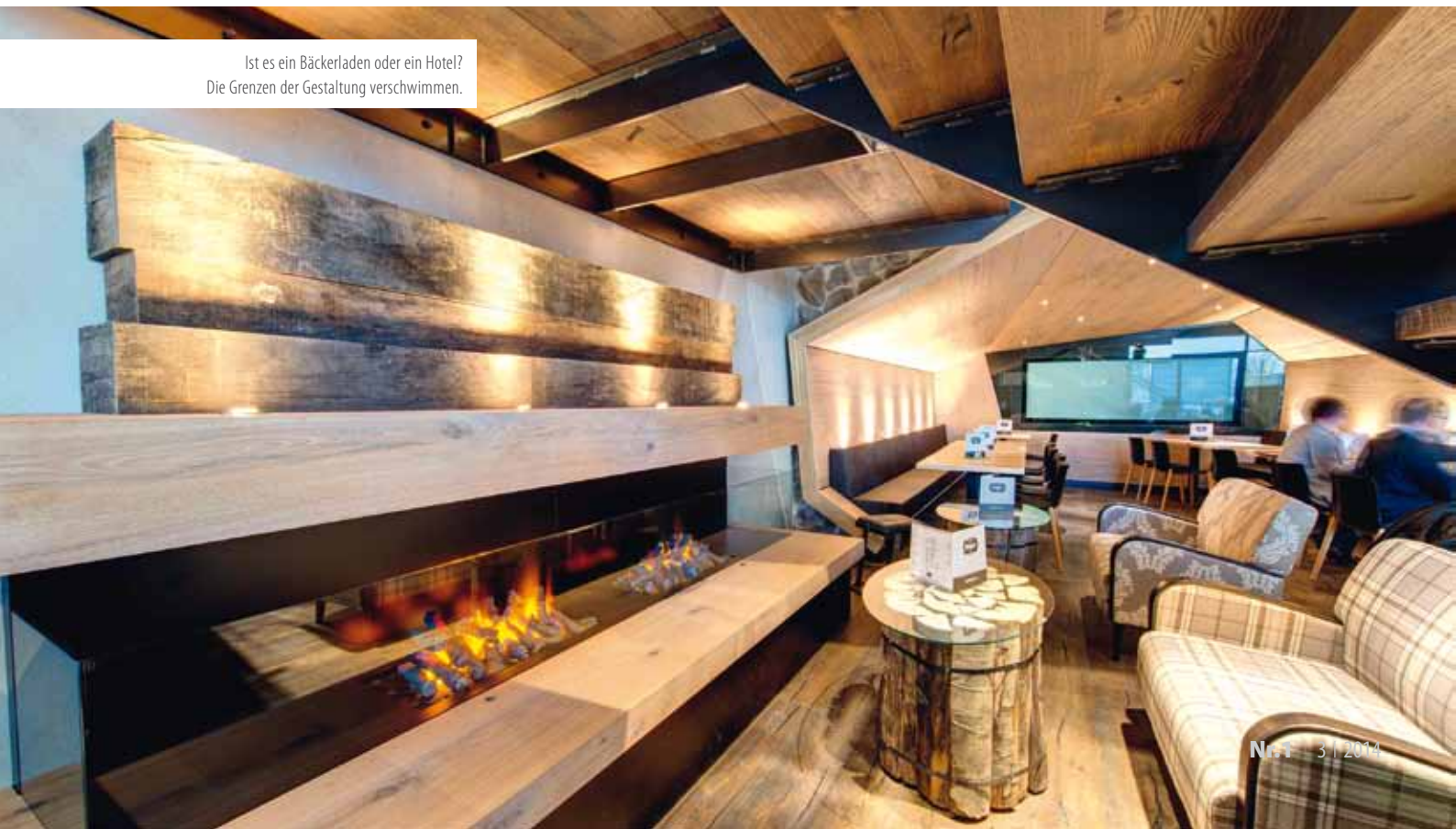


Sonderlösungen bezahlbar machen – ein Anspruch von AHA! Einrichtungen.

Snackkonzept, dem Gastroanteil, aber auch um die richtigen Arbeitsabläufe und den Kenntnisstand des Verkaufspersonals – hier erhält der Kunde kompromisslose Information und das kann auch bedeuten, dass von einem geplanten Projekt schon einmal abgeraten wird. „Der Bäcker investiert hohe Summen auf Grund unserer Beratung und daher muss jedes realisierte Konzept auch nachhaltig und über viele Jahre erfolgreich sein. Das wissen wir und so handeln wir.“ Das Ergebnis all dieser Bemühungen: „Wir haben fast keine Reklamationen mehr und es gelingt uns während der Montage und im Zeitraum von zwei Wochen danach die Nachbestellungen und kleinen Änderungen in den Griff zu bekommen.“

**Licht gehört dazu.** Etwas beleuchten können viele, doch Licht zu inszenieren verlangt andere Fähigkeiten. Die richtige Inszenierung des Lichts gilt heute als ein entscheidender Erfolgsfaktor für absatzfördernde Produktpräsentationen und stimmungsvolle Kaufatmosphäre in Verkaufs- und Aufenthaltsbereichen des Kunden. Der Bereich Lichtkonzepte ist eine eigene Geschäftseinheit von AHA! und arbeitet eng mit den

Ist es ein Bäckerladen oder ein Hotel?  
Die Grenzen der Gestaltung verschwimmen.







Komplettplanungen für innen und außen zählen zum Leistungsangebot von AHA! Einrichtungen.

Bereichen Architektonische Planung und Einrichtungskonzepte zusammen. So kann man auf das Gespür für Raum und Design und das Wissen aus vielen erfolgreich durchgeführten Projekten von Bäckereien, Feinkostläden, Gastronomieerlebniswelten, Raststätten, Biosupermärkten, Kinowelten über komplette die Revitalisierung von Einkaufszentren zugreifen. Individuelle Lichtlösungen für jeden Kunden sind das Ziel, für das AHA! Einrichtungen schon frühzeitig auf das energiesparende LED-Licht setzte. Heute ist man in der Lage, Lösungen anzubieten, die nicht nur alle Anforderungen an optimale Warenausleuchtung, -präsentation und perfekte Lichtfarbe erfüllen, sondern Verkaufsräume durch Lichtinszenierungen in Erlebnisräume zu verwandeln – bei niedrigsten Kosten. „Wir können heute zum Beispiel über einen Tablet-PC intelligent gesteuert tagesabhängig simulieren.“ Und auch die Funktion von Leuchten verändert sich, wenn Sie zum Beispiel gezielt zum Schallschutz eingesetzt

werden. „Licht und seine Inszenierung wird ein immer größeres Thema im Ladenbau werden“, erwartet Mayer.

**Refinanzierung als Messlatte.** Für alle Projekte ist Erfolg und die Refinanzierbarkeit die Messlatte. Darum gibt AHA! Einrichtungen einen kompletten Einblick. Die Kenntnis aller einzelnen Bestandteile sichert von Anfang an eine absolute Kostentransparenz. „Alles, was wir heute machen, muss auf die nächsten 15 Jahre ausgerichtet sein, denn auch dann wollen wir noch erfolgreich mit Bäckern zusammenarbeiten.“ Ziel sind demnach nachhaltige Projekte, erfolgreich über viele Jahre. Das kann auch bedeuten, dass Mayer von einem Projekt ganz abrät. „Wir müssen es schaffen, dass der Bäcker Ladenkonzepte betreibt, die es ihm erlauben, mit wenig Personal den ganzen Tag für den Kunden spannend zu gestalten und dabei Geld zu verdienen.“



Ein starkes Team.



# Feuer und Flamme

DIE KUNDEN IM NEUEN LADEN DER BÄCKEREI HET BROODHUYS IM BELGISCHEN PUTTE ERLEBEN DIE FRISCHE BEIM BLICK IN DIE KLEINE PRODUKTION LIVE. DORT BACKT EIN MIT HOLZ BEFEUERTER HEIN RINGROHROFEN WOODSTONE UND SORGT FÜR AUSSERGEWÖHNLICH GUTE PRODUKTQUALITÄT BEI NIEDRIGSTEN ENERGIEKOSTEN.





**Die reinen Fakten** der Bäckerei Het Broodhuys sind zunächst wenig außergewöhnlich. Bert

van Rompaey (49), ist Bäcker in Belgien, hat seine

Produktion mit Verkaufsstelle in Beerzel, einem Ortsteil der kleinen flämischen Stadt Putte, circa 40 Kilometer von Antwerpen, in der Nähe von Mechelen. Der Vertrieb erfolgt auch über 35 Lieferkunden und, wie in Belgien nicht unüblich, zusätzlich noch mit drei eigenen Brotverkaufsautomaten. Im Juli dieses Jahres eröffnete van Rompaey, der die schon 1928 gegründete Bäckerei gemeinsam mit seiner Frau seit 1994 führt, im Zentrum von Putte und nur wenige Minuten entfernt von der Produktion einen zweiten Laden.

Auf den ersten Blick also eine belgische Bäckerei wie wohl viele andere. Auf den ersten Blick. Wer genauer hinschaut, entdeckt viel Ungewöhnliches. 2001 erfüllte sich van Rompaey seinen Traum, baute eine neue Produktion, seine Schlossbäckerei, mit angegliedertem Laden in Beerzel, einem Ortsteil von Putte. Zwar komplett neu erbaut, wirkt das eindrucksvolle Gebäude mit seiner Fachwerkbauweise, alten Dachschindeln, Holzfenstern, Steinen und Säulen, Baumaterialien, die er aus Abbruchhäusern, Schlössern usw. gerettet hatte, wie aus einer anderen Zeit. Die Bepflanzung und der Eingangsbereich des Ladens geben dem Ganzen schon etwas Verwünschenes, der Verkaufsraum aber nimmt den Kunden dann zunächst ein wenig den Atem mit

seiner Höhe, seinen Rundbögen und Säulen, den Schmuckornamenten, dem Steinfußboden sowie den Theken aus Holz und Marmor.

Die dahinter liegenden Produktionsräume ermöglichen es mit ihrer technischen Ausstattung aber ein breites Sortiment an Bäckerei- und Konditoreiartikeln rationell und in bester Qualität herzustellen. Vorteige, Sauerteige, Ofen- und Kältetechnik von HEIN, eine Kleingebäckanlage – van Rompaey ist ein Bäcker geblieben, der immer offen für Ideen ist, die der Qualitätsverbesserung dienen. Im Stammbetrieb setzte er von Anfang an auf die Backqualitäten des Ringrohrfensystems in Form des Luxemburger Wagenofens, bei dem die Ware in einem Wagen mit fünf Etagen auf Blechen über die Ringrohrherde eingefahren wird. Auch ein weiterer Etagenofen, zwei Stikkenöfen und die Kälteanlage stammen von HEIN.

Insgesamt wurden in den vergangenen 15 Jahren circa 1,8 Mio. Euro in den Betrieb investiert. Ein guter Teil davon in diesem Jahr, denn mit dem Kauf eines Gebäudes im Zentrum von Putte (Mechelbaan 495) erfüllte sich van Rompaey einen

lang gehegten Wunsch. Ein Laden mit einer einseh-  
baren Bäckerei



Das Pain de Campagne ist eine der beliebtesten Brotsorten von der Bäckerei Het Broodhuys. Es wird im WOODSTONE gebacken.

Die Front- und Seitenbleche sind aus eloxiertem Edelstahl. Die dunkle Farbe gibt dem Ofen ein besonders edles Aussehen. Aufgrund der seitlich liegenden, etwas größeren Feuerung ist der Ofen etwas breiter als der übliche Ringrohrföfen.





Die Luftmenge an der Tür zum Feuerungsraum lässt sich an einer Klappe verstellen, was die Sauerstoffzufuhr an die Flamme verstärkt und so das Verbrennen des Holzes beschleunigt. Nach Öffnen der Tür links am Ofen erkennen auch die Kunden die lodernden Flammen in der Feuerung. Beim Blick in den gemauerten Feuerungsraum erkennt man die Aschereste und auch die Tiefe und Größe des Backraums. Nach Klappenöffnung kann man auch sehr gut die rasch den Flammen zum Opfer fallenden Briketts erkennen.

sollte es sein, eine handwerklich arbeitende Produktion mit dem vom Verkaufsraum gut sichtbaren Ofen als Attraktion für die Kunden. Doch statt des zunächst geplanten Elektroofens sehen die Kunden dort heute den neuen, holzbefeuerten HEIN WOODSTONE Ringrohröfen. Als van Rompaey nämlich von Paul Geens, Verkaufsleiter von HEIN in Belgien, hörte, dass es den Universal Ringrohröfen nun auch mit einer Holzbefuerung gibt, da war er sofort „Feuer und Flamme“, passt die Nutzung nachwachsender Rohstoffe doch ideal zu seiner Idee eines naturnahen Bäckereikonzepts mit ausgewählten Mehlen aus kontrolliertem Anbau. Er schaute sich den Ofen in der Praxis in

nommen wurden. Die Holzfeuerung verlangt größer dimensionierte Heizkanäle, so dass der Sockel höher ist und der Ofen daher nur drei Herde hat. Außerdem ist der Ofen etwas breiter als das Standardmodell. Zwar ist es auch möglich Scheite zu verheizen, die Feuerung erfolgt jedoch zweckmäßig über Holzpellets oder Holzbriketts. Die sind standardisiert und bieten damit nicht nur eine stets gleiche Heizleistung, sondern auch die leichtere Handhabung.

Das Nachlegen bzw. Nachheizen erfolgt nicht automatisiert, vielmehr muss im Laufe des Backens regelmäßig nachgelegt werden, was aber, wie van Rompaey versichert, zum einen einfach ist und zum anderen schon nach kurzer Zeit zur Routine wird.

Morgens wird angeheizt, etwa 15 Holzbriketts sind notwendig, um den Ofen auf Backtemperatur zu bringen. Die Feuerung ist noch einmal schwerer als beim normalen Ringrohröfen und bietet damit auch ein noch besseres Speichervermögen. Etwa zwei Wochen dauerte der Aufbau des Ofens, ein langsames Aufheizen über die letzten vier Tage stellte bei der Inbetriebnahme sicher, dass Feuerung und Steine sowie die Backplatten, die ebenfalls aus Stein sind, sich langsam höheren

Bert van Rompaey ist mit der Brotqualität sehr zufrieden. Speziell der Boden der auf Stein gebackenen Brote überzeugt ihn immer wieder.



einem Betrieb in Lüttich an und in diesem Moment war für ihn klar: „Diesen Ofen will ich haben.“

**Der Name ist Programm – WOODSTONE.** Der HEIN WOODSTONE ist ein klassischer Ringrohröfen mit gemauerten Heizkanälen, bei dem allerdings aufgrund der Holzfeuerung einige Veränderungen vorge-



Die Bleche lassen sich abnehmen. Hier könnte auf Wunsch auch der Öl- oder Gasbrenner angeschlossen werden.





Sehr einfach sind die Regelungsmöglichkeiten. Es gibt für jeden einzelnen Herd eine Backzeituhr, je einen Schwadenknopf sowie eine Gesamtanzeige für die Temperatur.

Ein Blick in den Herd zeigt den klassischen Ringrohröfen mit den Ringröhren oben. Die Ringröhren unten sind nicht sichtbar.

Temperaturen anpassen konnten. Bei normalem Backbetrieb beträgt die Temperatur morgens noch 150 °C, die Steigfähigkeit liegt bei etwa 60 °C pro Stunde, so dass nach zwei Stunden die Backtemperatur von 260 °C erreicht ist. Und das bei nahezu absoluter Ruhe, denn es gibt am Ofen selbst keinen einzigen Motor oder mechanisches Bauteil, allein der kleine Lüfter für die Schwadenhaube wird elektrisch angetrieben. Etwa sechs bis acht Holzbriketts reichen aus, um den Ofen nach dem Backen erneut auf 260 bis 270 °C zu bringen, einmal in der Stunde werden zum Halten der Temperatur zwei bis drei Briketts nachgelegt, gut sichtbar vom Verkaufsraum. Nach Öffnen der Tür links am Ofen erkennen auch die Kunden die lodernden Flammen in der Feuerung. „Einfachheit als höchste Stufe der Vollendung“. Diesen Slogan erfüllt der Ofen in mehrfacher Hinsicht. Zum einen ist schon das Ringrohrsystem ein einfaches, vieltausendfach bewährtes Ofensystem. Die einzelnen Ringröhren sind dabei als jeweils geschlossenes System mit einer bestimmten Menge Wasser befüllt und werden beim Aufbau nacheinander in die unten liegenden Heizkanäle aus Stein eingemauert. Durch die Flammen und die Hitze der Feuerungen erhitzt sich das

Wasser in den Röhren, wird zu Dampf und steigt nach oben, gibt die Hitze gleichmäßig an die Etagen ab und sinkt wieder nach unten, wo der Dampf wieder zu Wasser wird, das aufs Neue erhitzt wird.

Neu am Universal WOODSTONE ist die Holzfeuerung. Mit dem nachwachsenden Rohstoff Holz ist der Ofen CO<sub>2</sub>-neutral, kombiniert praktisch die bekannten Vorteile des Ringrohrbackofens mit besonders niedrigen Energiekosten. Nach nur kurzer Umstellung ließe er sich im Übrigen auch über einen Öl- oder Gasbrenner befeuern. In der Regel wird er jedoch mit Pressholzbriketts beheizt. Diese haben die Form eines Kastenbrottes und werden einfach nach Öffnen der Klappe in die Feuerung gelegt. Das funktioniert einwandfrei, wie auch van Rompaey bestätigt. „Man muss sich ein wenig umstellen, aber da wir ja auch einen Ringrohröfen in der Produktion haben, war die Umstellung nicht so groß. Das Backverhalten ist nämlich weitestgehend identisch“. Etwa



60 der für eine hohe Heizleistung mit einem Druck von 300 Kilogramm zusammengepressten Briketts werden im Laufe eines Arbeitstages zwischen 4:00 und 14:00 Uhr verfeuert, die Lagerung ist dank der Anlieferung auf Paletten ebenso unproblematisch wie die Dosierung. Die Briketts verbrennen nahezu rückstandsfrei, lediglich ein wenig Asche bleibt zurück. Sie fällt in einen Aschekasten unterhalb der Feuerung, der einmal am Tag geleert wird. Zwei Kästen sorgen dafür, dass genügend Zeit zum Auskühlen der Asche bleibt. Der Abzug der Heizgase erfolgt über einen normalen Kamin.

**Sparsam mit System.** Die aktuellen Energiekosten sind für van Rompaey nach nur wenigen Wochen noch nicht genau zu beziffern. Allerdings gibt es Erfahrungen mit einem anderen Ofen im Raum Lüttich. Hier versichert der Bäcker, dass er statt der 1.200 Euro, die er

*het Broodhuys*

Die Bäckerei von Bert van Rompaey wurde 1928 gegründet und betreibt heute zwei Verkaufsstellen in Putte, dazu kommen noch 35 Lieferkunden. Hatte er vor zehn Jahren noch 15 Mitarbeiter, sind es heute bereits 50. Davon arbeiten 20 in der Produktion, 15 im Verkauf, 4 im Büro, 7 im Bereich Logistik und 4 als Putzkräfte. Seine Personalkosten beziffert van Rompaey auf erstaunlich niedrige 32 Prozent. Das Sortiment umfasst 36 Sorten Brot, 12 Sorten Klein-

gebäck und etwa 50 Feine Backwaren. Snacks werden noch nicht angeboten, Kaffee zum Verkauf in beiden Verkaufsstellen ebenfalls nicht. Allerdings können sich Kunden beim Warten an einer Espressomaschine selbst bedienen. Sechs Fahrzeuge sorgen für die regelmäßige Versorgung der Lieferkunden und zwei eigener Geschäfte. Der Umsatz wird zu 60 Prozent in der Bäckerei und zu 40 Prozent in der Konditorei erwirtschaftet.



Sicher und solide – das gilt für den Ofen wie den Belader. Das Beschicken ist einfach.

vorher an Energiekosten zum Backen hatte, jetzt nur noch 365 Euro aufwendet, dabei aber den Umsatz mit dem neuen Ofenkonzept fast verdoppelt hat.

Auch der WOODSTONE hat die natürliche Wärmeübertragung durch Backen auf 22 Millimeter starken Steinplatten, Schwadenkästen und die Ringrohre sind baugleich mit den übrigen HEIN Ringrohröfen. So garantiert auch er beste Backergebnisse dank einer sehr hohen Speichermasse, einer weichen Strahlungshitze und einem niedrigen Delta T. Das Grundkonzept, nahezu das gesamte Sortiment mit nur einer Temperatur zu backen, bewährt sich auch bei diesem Ofen. Das Backergebnis wird letztlich über die Zeit definiert und nicht über eine Temperaturkurve und ist so jederzeit beherrschbar. Im Vergleich beider Ringrohrsysteme an den beiden Standorten sieht van Rompaey sogar noch einen kleinen Vorteil für den WOODSTONE, der mit den größeren Heizkanälen, mehr Steinen in der Feuerung und Holz als Heizmedium nach seiner Erfahrung in der Wärmeübertragung sogar noch weicher ist als der klassische Universal Ringrohröfen von HEIN mit Gasbrenner. Zudem bleibt der Neue durch die höhere Masse noch stabiler in der Temperatur.

**Backzeiten.** Die Mengenprodukte, wie das beliebte typische Weißbrot, werden in der Produktion in Beerzel über den Wagenofen oder die beiden Stikkenöfen hergestellt, in Putte hingegen gelangen überwiegend verschiedene Spezialbrote aus der Produktion in den Laden, Sauerteigbrote mit Weizensauer, auch Roggenbrote und Brote mit Körnern, Früchten und Ölsaaten. Kleingebäcke wie das typische Pistolet werden vor Ort nur am Wochenende gebacken. Ein Teil der Teige wird in der Stammproduktion gefertigt und zum Backen von Beerzel nach Putte hinübergefahren, aber auch in der kleinen Produktion (zwei Kneten, Weizensauerteigautomat, Hydraulikteigteiler und Langroller) stellt ein Bäcker Teige her. Bert van Rompaey setzt auf weiche Teige (TA bis 180) und lange Teigführungen. „12 Stunden sind 12 Stunden, und Zeit ist einfach gut für die Entwicklung von Geschmack.“ Natürlich darf zur Lagerung der Brotteiglinge der klassische Holzschrank, der sein eigenes Reifeklima erzeugt, nicht fehlen. Die Backzeiten betragen für ein Baguette 35 Minuten, für ein 800 g Brot circa 60 Minuten, deutlich mehr als in einem Heizgasumwälzofen. In ruhiger Backatmosphäre backen die Brote mit der gewünschten Zeit und weisen hinterher eine gute Kruste und Krume auf. Die Preise betragen für das typische belgische Brötchen, das Pistolet, 45 Cent, das Croissant kostet 1,10 Euro, das Kaiserbrötchen

45 Cent, ein Eclair 1,40 Euro, das 800 g schwere Weißbrot geht für 2,20 Euro und das beliebte Spezialbrot Pain de Campagne mit 650 g für 3,00 Euro über die Theke.

**Einfach und gut zu regeln.** Ein klassischer Holzbackofen ist der WOODSTONE natürlich nicht, sondern ein mit Holz beheizter Ringrohröfen. Gleichwohl lässt sich das Beheizen mit Holz auch in der Werbung durchaus nutzen. Die Arbeit in der Backstube wird, soweit sichtbar, natürlich auch von den Kunden wahrgenommen und speziell die gut einsehbare Ofenarbeit führt zu Nachfragen. Regelmäßig bestaunen Kunden die Feuerung beim Nachlegen der Holzbriketts oder die Beschickung des Ofens mittels der soliden manuellen Beschickungs- und Ausbackvorrichtung. Und die dunkel eloxierte Edelstahlausführung, die nicht nur nach Meinung van Rompaeys noch edler aussieht als normaler Edelstahl, unterstreicht die nostalgische Anmutung ebenso wie die runden Anzeigeelemente. Eine klassische Temperaturanzeige, Uhren für jeden Herd sowie je ein Schwadenknopf – da nahezu das gesamte Sortiment über den Tag bei nur einer Temperatur gebacken wird, ist ein Computer überflüssig, eine aufwändige Steuerung entfällt, digitale Anzeigen sucht man vergebens. Neben den Zügen kann noch an der Feuerung geregelt werden. Die Luftmenge an der Tür zum Feuerungsraum lässt sich an einer Klappe verstellen, was die Sauerstoffzufuhr an die Flamme verstärkt und so das Verbrennen des Holzes beschleunigt. Der Ofen bietet auf den drei Herden bei 1,80 Meter Breite und 1,60 Meter Tiefe eine Backfläche von 8,6 Quadratmetern. Die manuell bediente Beschickungseinrichtung erleichtert die Arbeit beim Einschießen und Ausbacken der 90 Zentimeter breiten Abzieher.





## DER STAMMBETRIEB

Zwar komplett neu erbaut, wirkt das eindrucksvolle Gebäude mit seiner Fachwerkbauweise, alten Dachschildeln, Holzfenstern, Steinen und Säulen – Baumaterialien, die Bert van Rompaey aus Abbruchhäusern, Schlössern usw. gerettet hatte – wie aus einer anderen Zeit.



Der Verkaufsraum nimmt den Kunden zunächst ein wenig den Atem mit seiner Höhe, seinen Rundbögen und Säulen, den Schmuckornamenten, dem Steinfußboden sowie den Theken aus Holz und Marmor.

Die Produktionsräume ermöglichen es mit ihrer technischen Ausstattung aber ein breites Sortiment an Bäckerei- und Konditoreiartikeln rationell und in bester Qualität herzustellen. Vorteige, Sauerteige, Ofen- und Kältetechnik von HEIN und eine Kleingebäckanlage ermöglichen eine qualitätsorientierte Produktion. Mit dem neuen Ofen stehen jetzt insgesamt 65 Quadratmeter Backfläche zur Verfügung.



**Eine Erfolgsgeschichte.** Angst kennt Bert van Rompaey nicht. Schon als er 2001 seine Bäckerei eröffnete, ging er mutig eigene Wege – und hatte Erfolg. Das wird bei der Kombination von Verkaufsstelle und angegliederter einsehbarer Produktion mit einem holzbefeuerten Ofen nicht anders sein.

Erfolgreich ist er im Übrigen auch als Gastronom, denn seit etwa zwei Jahren betreibt er in der oberen Etage seines „Schlosses“ ein Restaurant, und das hat mittlerweile schon den ersten Michelin-Stern.

Und auch das neue Geschäft in Putte ist bei den Kunden überaus gut angekommen. Am Wochenende stehen die Menschen im wahrsten Sinne des Wortes vor dem Laden Schlange, um die Frische und das Backen ihres Lieblingsbrotes hautnah zu erleben. „Und daran hat der Ofen sicher einen großen Anteil“, ist er sich sicher. „Ein Ofen, der mir jeden Tag Spaß macht, weil er mir hilft, meine Backphilosophie von ehrlichen Produkten umzusetzen und dazu auch kostengünstig im Betrieb ist.“



Natürlich hat auch der neue Laden einige alte Elemente. Unter anderem wurden zwei alte Säulen eingearbeitet.



### **AHA! Einrichtungen GmbH**

Augsburger Straße 162  
D-86368 Gersthofen

Tel. +49 (0)8 21 79 09 84-0

Fax +49 (0)8 21 79 09 84-9

[service@aha-einrichtungen.de](mailto:service@aha-einrichtungen.de)

[www.aha-einrichtungen.de](http://www.aha-einrichtungen.de)



### **Mönsheimer Mühle**

**Decker + Mönch GmbH & Co. KG**

Pforzheimer Straße 8

D-71297 Mönsheim

Tel: +49 (0) 70 44 9 11 55-0

Fax: +49 (0) 70 44 9 11 55-90

[info@paillasse.de](mailto:info@paillasse.de)

[www.paillasse.de](http://www.paillasse.de)

# Ihre Qualitätspartner



### **HEIN BACKÖFEN GmbH**

Eckertstraße 11

D-50931 Köln

Tel.: +49 (0)2 21 9 41 69 85

Fax: +49 (0)2 21 9 41 69 86

[info@hein.lu](mailto:info@hein.lu)

[www.hein.lu](http://www.hein.lu)



### **Paillasse Marketing / International SA**

Faubourg de l'Hôpital 1

CH-2000 Neuenburg

[info@paillasse.ch](mailto:info@paillasse.ch)

[www.paillasse.ch](http://www.paillasse.ch)