

Nr. 1

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

REGIONAL. TYPISCH. MODERN.

Die Bäcker-Erlebniswelt der Familie Schuhbeck in
Ruhpolding war auch wegen ihrer Größe für alle
Beteiligten eine echte Herausforderung. Das Konzept
wurde von AHA! Einrichtungen perfekt umgesetzt.

Spezialmehle

Seit über zehn Jahren ist die Mühle
Decker + Mönch der deutsche
Vertriebspartner für die
Pain Paillasse-Mehle.

Backöfen

Qualität zeigt sich im Detail. Bei
Backöfen gibt es viele solcher Details,
die den Unterschied ausmachen.
Hein setzt auf bestes Material.

Aroma

Dass ein Brot schmeckt, ist eine Aussage, die
heute im Verkauf nur bedingt weiterhilft. Mit
Hilfe des Aromarads lassen sich hingegen
auch Nuancen noch in Worte fassen.



Im Rahmen der Messvorbereitung für die Internorga testeten v.r. Markus Mönch (Geschäftsführer Mühle Decker+Mönch), Rolf Blöchle (Verkauf) und Matthias Elkmann (Verkaufsleiter Deutschland) die Produkte aus diesem Mehl noch einmal ausgiebig in der Testbackstube der Mühle.

Neu: Schweizer Huusbrot

In der Schweiz sind Brote aus Ruchmehl in jeder Bäckerei zu finden, in Deutschland ist dieses Mehl jedoch kaum bekannt. Die Mühle Decker + Mönch stellt zur Internorga am Stand 510 in Halle B6 nun neu ihr Schweizer Huusbrot (Hausbrot) vor, eine dunkle, frei geschobene und kräftig ausgebackene Brotspezialität, hergestellt aus Ruchmehl. Ruchmehl ist ein Schweizer Mehl, das einen Teil der äußeren Schalenschicht enthält, und somit auch mehr Eiweiß, Mineralstoffe und Vitamine aus der Randschicht des Korns. Ruchmehl verfügt über einen ausgeprägteren Geschmack als Mehl der Type 550. In der Schweiz wird es

auch zur Herstellung dunkler saureteigfreier Brote eingesetzt. Ruchmehl ist dort als Mehl, das noch einen Teil der äußeren Schalenschichten enthält, auch gesetzlich definiert. Ruchmehl entspricht in etwa dem Ausmahlungsgrad der deutschen Type 1050 oder der österreichischen Type W 1600. Das kräftig ausgebackene Huusbrot weist nicht nur einen typischen, ausgeprägten Geschmack durch die lange Teigführung auf, sondern dazu auch eine lange Frischhaltung. Das Ruchmehl kann ab sofort über die Mühle bezogen werden.



Besuch bei Hein



Die beiden Inhaber Tom und Jeff Oberweis begrüßten ihre deutschen Kollegen in der Grand-Rue im Zentrum von Luxemburg. Ferdinand Hein (Mitte) stellte mit Pierre Thein die Ofenproduktion vor.



AHA! Lichtkonzepte entwickelt den 2020 BAKERY LED Strahler



In enger Zusammenarbeit mit dem namhaften Markenhersteller und dem Bäckerhandwerk entwickelt das AHA! Expertenteam die Innovation im Bereich Funktionsbeleuchtung. Der AHA! 2020 BAKERY LED Strahler ermöglicht erstmals eine maximale naturgetreue Farbwiedergabe der gesamten Backware, ähnlich einer SDW-TG Leuchte. Die Amortisierungsrechnung zeigt das enorme Sparpotenzial von bis zu 40 % der Stromkosten bei erheblich niedrigeren Folgekosten. Der AHA! 2020 BAKERY LED Strahler wird exklusiv für AHA! produziert und ist erhältlich als Einbaustrahler und für 3-Phasen-Schienenadapter. Licht macht 80 % der Wahrnehmung aus, richtig eingesetzt macht es daraus ein Erlebnis.

Eine kleine, aber gleichwohl feine Gruppe von Bäckern aus Deutschland nutzte eine Einladung nach Luxemburg, um die Besichtigung des Ofenherstellers Hein mit dem Besuch bei gleich mehreren interessanten Kollegenbetrieben zu verbinden. In Deutschland ging es am Abend in die Barbarossa Bäckerei nach Kaiserslautern.

Inhaber Rolf Landry führte seine Kollegen durch die Produktion, die sich dort ein Bild über die Backergebnisse aus den Hein Luxrotor Stikkenöfen sowie den drei großen Universal Ringrohröfen mit Belader und 90 m² Backfläche machen konnten. Am nächsten Tag ging es weiter nach Luxemburg zur Produktion der Konditorei Oberweis, eine der weltweit feinsten Adressen der Patisserie. Danach traf man sich zu einem Frühstück in dem neuen, in jeder Hinsicht beeindruckenden Café im Zentrum Luxemburgs. Beim Ofenbauer Hein stellten die Geschäftsführer Ferdinand Hein und Pierre Thein das Unternehmen vor. Von der Fertigungstiefe sowie der bis ins Detail hohen Qualität der Ringrohr-, Stikken- und Wagenöfen zeigten sich die Besucher beeindruckt.

IMPRESSUM

Herausgeber:



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



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



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



Paillasse Marketing / International SA
Faubourg de l'Hôpital 1, CH-2000 Neuenburg,
info@paillasse.ch, 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

Grafische Gestaltung:

Kommunikation Grafik Design, Heike Jahnke, Essen
www.kommunikation-grafik-design.de

Bildmaterial:

AHA! Einrichtungen GmbH; Jochen Frank, Lichtblick - Studio, Laichingen;
HEIN BACKÖFEN GmbH; Hermann Kleinemeier; Paillasse Marketing;
Michael-Klaus Schumacher, Snack-Coaching

Druck:

Verlagsgesellschaft Ottensener Straße UG, Hamburg

Das Beste für Sie!

Liebe Leser,

die erste Nr. 1 liegt vor Ihnen, ein gemeinsames Projekt der Firmen AHA! Einrichtungen, Decker + Mönch, Hein Backöfen und Pain Paillasse. Vier Unternehmen, die allesamt der Gedanke eint, dass das traditionelle Bäckerhandwerk nur mit stetiger und einwandfreier Qualität der Backwaren wie des Marketings und der Verkaufseinrichtungen eine Chance auf eine sichere Zukunft hat.

Wir alle bieten Ihnen dafür erstklassige Lösungen, ob Ladenkonzepte, Mehle, Spezialmehle oder sparsame und solide Backöfen. Wenn es um hochwertige Qualität geht, kommen Sie an uns nicht vorbei.

Ich weiß mich mit meinen Kollegen aus den anderen Partnerfirmen dieser Zeitung auf einer Linie, wenn wir sagen: Qualität hat ihren Preis, ja, sie muss ihren Preis haben. Nicht, weil sie exklusiv bleiben muss, sondern, weil sie auf Leistung beruht. Auf modernster Mühlentechnik, Innovations- und Schaffenskraft sowie Ideenreichtum, hochwertigsten, langlebigen Materialien auch im Detail, auf leistungsfähiger, genauestens arbeitender Maschinentechnik.

Als Müller weiß ich aus Erfahrung nur allzu gut, wie sehr ein sich wandelndes Wettbewerbsumfeld den Markt bestimmt. Gab es vor 50 Jahren noch nahezu 19.000 Mühlen in Deutschland, die für eine enorme Anbietervielfalt standen und dem Bäcker auch regional noch eine gute Auswahl unter mehreren Mühlen ermöglichten, sind es heute nur noch 550 und es sind Großmühlen, die den Markt beherrschen.

Größe allein hat nicht zwingend auch mit Spitzenqualität zu tun. Alle Partner dieses Heftes sind nicht die größten Anbieter in ihrem Segment, aber wir alle stehen für Inhaber geführte Unternehmen, für Unternehmerfamilien, so wie auch die Mehrzahl der Betriebe im Bäckerhandwerk geführt wird.

Auch dieses litt in den vergangenen Jahren unter den gewaltigen Marktveränderungen. Wer gegen die neuen Wettbewerber wie den Lebensmittelhandel und seine Backstationen bestehen will, der wird mit immer günstigeren Abgabepreisen keinen Erfolg haben, sondern auf Qualität setzen müssen. Und dafür zeigen wir Ihnen in diesem Heft einige prägnante Beispiele, wie etwa das neue Bäckerei-Café der Familie Schuhbeck, die gut wie sicher backenden und dazu sparsamen Backöfen von Hein, die leckeren Rezepte mit Pain Paillasse-Brot. Und wie Sie Ihre Qualitätsprodukte noch besser verkaufen können, erfahren Sie in dem Artikel zum neuen Aromarad von Prof. Michael Kleinert.

Ich wünsche Ihnen eine genussvolle Lektüre.



Markus Mönch
Geschäftsführer Getreidemühle Decker+Mönch

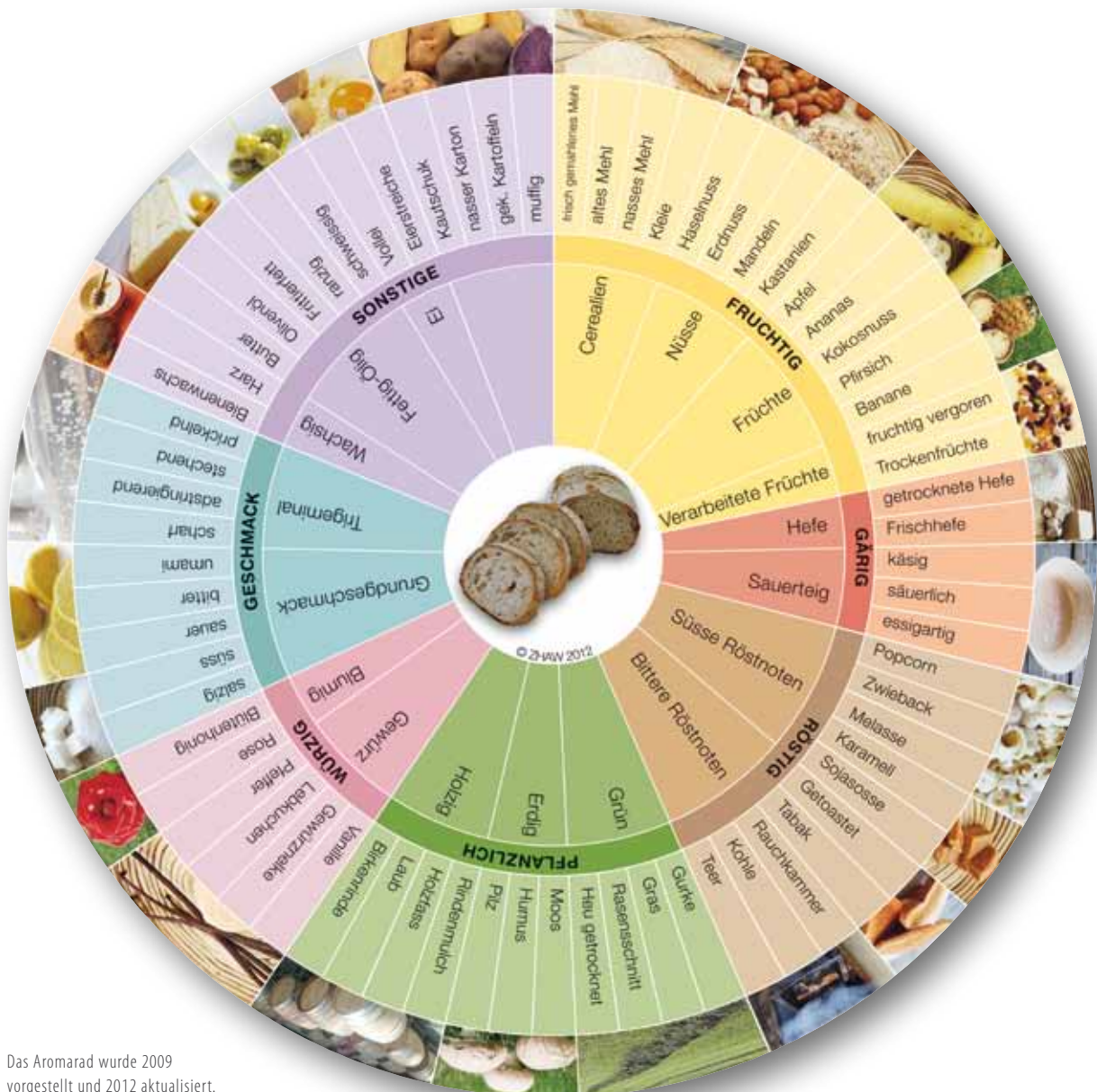


Markus Mönch

Geschäftsführer
Decker+Mönch GmbH & Co. KG
Mönsheimer Mühle

Den Unterschied beschreiben

DASS EIN BROT SCHMECKT, IST EINE AUSSAGE, DIE HEUTE IM VERKAUF NUR BEDINGT WEITERHILFT. MIT HILFE DES AROMARADS LASSEN SICH HINGEGEN AUCH NUANCEN NOCH IN WORTE FASSEN. WER DAS PERSONAL AUF DIE BESCHREIBUNG VON GESCHMACK SENSIBILISIERT UND AUSBILDET, HAT GUTE KARTEN IM SPIEL MIT DEM WETTBEWERB.



Das Aromarad wurde 2009 vorgestellt und 2012 aktualisiert.

AROMARAD ALS IMPULS Interview mit Prof. Michael Kleinert

Herr Prof. Kleinert, was hat sich seit der Einführung des Aromarads 2009 verändert? 2012 ist eine zweite Ausgabe erschienen, die sich von der ersten ein wenig unterscheidet. Wir haben nur unwesentliche Modifikationen vorgenommen. Es gibt mittlerweile Aromarad-Ausgaben in Deutsch, Englisch, Italienisch, Spanisch und seit letztem Jahr in Russisch. Mehr als 1.000 Personen aus dem Bäckerhandwerk wurden mittlerweile mit dem Aromarad intensiv in Kontakt gebracht.

Was waren für Sie die wesentlichsten Verbesserungen, die sich aus der Praxis ergeben haben? Zu Anfang haben viele Bäcker die Idee noch missverstanden und geglaubt, das Rad sei „nur“ ein Marketing-Instrument, vielleicht mit dem Resultat einer schönen Broschüre. Das ist aber sicher nur ein verschwindend geringer Teil. Vielmehr hat es aber zu einer bewussten Rückbesinnung bei den Anwendern geführt, um zunächst auch für sich selbst die Fragen beantworten zu können: Wie ist mein Brot und wie schmeckt es? Die Hochschule bietet im Herbst 2014 in Zusammenarbeit mit der Fachschule Richemont in Luzern erstmals eine Schulung „Sensoriklizenz Brot“ an. Das beinhaltet auch das Aromarad, aber daneben auch noch eine intensive Sensorikschulung, die sich vorwiegend mit der Beschreibung positiver Attribute von Brot befasst. Sieben halbe Tage für eine Sensoriklizenz Brot. Ich denke, dass dieses Angebot auch in Deutschland auf Interesse stößt.

Wie steht es bei den einzelnen Betrieben mit der Umsetzung? Ich betreue mehrere Filialbetriebe als Beratungskunden. Dabei zeigt sich zunehmend, dass die Inhaber die Weiterbildung zunächst nur unter dem Aspekt der Sensibilisierung für das Produkt und den Geschmack sehen. Doch dann geht es weiter. Hinter der Entwicklung einer Sprache, um das Aroma zu beschreiben steckt auch die Frage, was ein Premium-Bäcker

an Besonderem bieten kann, wozu sich z.B. sein Produkt empfehlen lässt. Da bin ich bei der Erarbeitung der 5 Gs, die den Premium-Bäcker von einem anderen unterscheiden: Es geht um Geruch und Geschmack, Genuss, Gesundheit und Geschichte. Kann das Verkaufspersonal Antworten geben, wirkt es auf den Kunden qualifizierter, kompetenter und das hebt auch das Image der Bäckerei. Betriebe, die sich unterscheiden wollen, sind bereit, das zu trainieren, die wollen diese Profilierung.

Wie lange dauert ein solcher Prozess? Es braucht für diese Umsetzung mehr als ein Jahr mit 3 bis 4 Reizen, sprich Tagen. Wenn die Führungsebene konsequent mitmacht und Ziele setzt, sie kontrolliert, dann funktioniert es. Das jeweilige Konzept wird immer individuell vor Ort in den Betrieben mit der Geschäftsleitung erarbeitet, auch die Kontrollmaßnahmen, um die Nachhaltigkeit zu sichern. Das Aromarad sehe ich heute eher als Impuls, es gibt noch ganz viele andere Dinge, die man in der Genusssprache entwickeln kann. Aus der eigentlichen, am Produkt hängenden Schulung entwickelt sich häufig ein Führungskräfte-Training.

Aber auch in der Forschung geht es weiter? Wir forschen immer noch mit dem Ziel, die Zusammenhänge zwischen Vorteil und Sauerteig und Aroma zu klären. Seit gut einem Jahr widmen wir uns dazu auch verstärkt Fragen nach Textur und Mundgefühl von Brot. Wie ist der Kaueindruck einer Brotkrume mit Kruste? Wie ist der Einfluss von Salz, wie der Einfluss von Frische? Das ist im Grunde genommen eine logische Fortführung der Aromaforschung. Die Forschung ist nicht abgeschlossen, sondern sehr dynamisch.



Wohl selten in der Geschichte des Bäckerhandwerks wurde der Geschmack der Backwaren so oft thematisiert wie in den vergangenen Jahren. Die Gründe dafür: Wenn sich jeder Kunde jederzeit eine Auswahl aus dem breiten Angebot an Backwaren, das er flächendeckend vorfindet, kaufen kann, dazu in einer weltweit unerreichten Vielfalt, dann sucht er Entscheidungshilfen.

„Das ist unser neues Dinkelbrot.“ – „Und was ist da drin?“ „Dinkel.“ – „Und, schmeckt das?“ – „Ja sicher.“ „Und wonach?“ – „Hmh, ich hol mal eben die Chefin.“ Wenn es um die Beschreibung des Geschmacks von Brot und Backwaren geht, dann gehen rasch die Worte aus. „Lecker, halt.“ Doch es geht auch deutlich phantasievoller. Die folgende kurze Beschreibung wurde entwickelt von Prof. Michael Kleinert, der mit seinem Team an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW) in Wädenswil das Brotaroma erforscht. „Das Brot überzeugt durch die für Dinkel typischen nussigen Noten, die umrahmt werden von einer mild-aromatischen Säure des Joghurts. Eine zarte Frische, ein körniges Kaugefühl und eine leicht süßliche Kruste liefern die Grundlage für ein Genussserlebnis, das auch noch nach mehreren Tagen erlebt werden kann.“

Diese Sprachbilder zu entwickeln, zu festigen und im Verkauf abrufbar zu machen, ist ein Ziel der Arbeit mit dem Aromarad. Es bildet die Aromafamilien ab, die das Brotaroma ergeben. Die wichtigsten Attribute wurden definiert und mit Bildmaterial unterlegt. Mögliche Wort/Bild-

Assoziationen sollen eine weitere Hilfestellung bieten und die Fixierung im Langzeitgedächtnis unterstützen. So fällt die Beschreibung von Brotaroma leichter und kann präzise formuliert werden.

Entsprechende Seminare („Dem Brotaroma auf der Spur“) zur Erarbeitung der notwendigen Kenntnisse gibt es in Wädenswil oder am 23. / 24. Juli 2014 an der Akademie in Weinheim. Anhand der speziell für dieses Seminar entwickelten Weinheimer Brotsprache soll erlernt werden, Brotgenuss wertig zu beschreiben und damit Mehrwerte für den Betrieb zu erzeugen. Ein Termin für alle Bäckereien, die Wert auf ihre Brotkompetenz legen.

ZUR PERSON

Prof. Michael Kleinert (49) leitet seit 2004 das Institut für Lebensmittel- und Getränkeinnovation an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW). Der studierte Lebensmitteltechnologe Kleinert ist auch Bäckermeister – beste Voraussetzung für seine Arbeit zum Schwerpunktthema „Aromaforschung Brot“. Daneben hat er zu vielen anderen Themen geforscht wie etwa der Salzreduktion bei Backwaren, dem Verderbsbild Fadenziehen, dem Holzofenbacken oder der Verlängerung der Haltbarkeit von teilgebackenen Backwaren. Hoher Praxisbezug zeichnet seine Arbeit aus. Seine eigene Firma Kleinert Consulting unterstützt Bäcker dabei aktuelle Produkte zu entwickeln, innovatives Marketing umzusetzen und qualitativ hochwertige Produkte erfolgreich im Markt zu positionieren. Die Seminare zum Thema Aromarad sind Teil dieser Aktivitäten.



Erfolgreiche Partnerschaft

SEIT MEHR ALS ZEHN JAHREN IST DIE GETREIDEMÜHLE DECKER + MÖNCH DER VERTRIEBSPARTNER FÜR DIE PAIN PAILLASSE SPEZIALMEHLE UND HAT SICH ÜBER DIE KLASSISCHEN MÜHLENPRODUKTE HINAUS MIT SPEZIALMEHLEN FÜR MEDITERRANE SPEZIALITÄTEN IN GANZ DEUTSCHLAND EINEN NAMEN GEMACHT.

Kontinuierliche Investitionen in modernste Mühlentechnik, eine neue Verladung, die Vergrößerung des Lagers, aber auch qualifiziertes Fachpersonal und ein hoher Servicegrad, dokumentiert auch durch regelmäßige Qualitätsanalysen aus dem eigenen Labor, haben ihren Anteil daran, dass die Mühle Decker + Mönch heute auf eine 130-jährige Geschichte zurückblicken kann. Mit einem Verarbeitungsvolumen von 100 t Getreide am Tag zählt man zu den mittelgroßen Mühlenbetrieben in einem schrumpfenden Markt. Die Mühle produziert Auszugsmehle sowie Schrot und Vollkornprodukte aus Roggen und Weizen, außerdem verschiedene, auch individuelle, Saaten- und Backvormischungen. Das Angebot konnte in den letzten Jahren deutlich ausgeweitet werden. Zum Unternehmen gehört auch ein Mühlenmarkt.

Seit 1998 liegt die Geschäftsführung in fünfter Generation in den Händen von Markus Mönch, der die Tradition eines bodenständigen Müllereibetriebs fortführt, dessen Grundlagen in der vorherigen Generation Max Decker und Werner Mönch legten. Sie machten die Mühle mit Qualität und Service zu einer ersten Adresse in der Region. Heute beliefert sie führende Bäckereibetriebe aller Größen im Umkreis von bis zu 100 km rund um Mönshheim.

2003 Start mit Pain Paillasse. Seit 2003 ist Decker + Mönch auch der erfolgreiche Vertriebspartner der Schweizer Pain Paillasse Mehle in Deutschland, Österreich und den Niederlanden. Als Markus Mönch 2003 über einen deutschen Bäcker erfuhr, dass der Erfinder dieser Mehle, der Schweizer Bäckermeister Aimé Pouly, einen Vertriebspartner für das Mehl in Deutschland suchte, erkannte er die Chance und nutzte sie. „Als kleinere Mühle müssen wir unsere Kunden mit neuen Ideen überraschen und

ihnen etwas Besonderes bieten, das über das Standardmehl hinausgeht.“

Das Pain Paillasse geht zurück auf ein persönliches Erlebnis und eine daraus entstandene Produktidee des 2011 verstorbenen Bäckers Aimé Pouly, der den segensreichen Einfluss der Zeit auf den Geschmack erlebte, als er aus einem Teig, der fehlerhaft zu lange geruht hatte, ein Brot backte, das den Kunden sehr gut schmeckte. Die lange Gärzeit bewirkte, dass sich weiche und süße Aromen entwickelten, die sonst von stärkeren, bitteren Noten im Teig verdeckt werden. Das deutlich aromatischer als andere Brote schmeckende Endergebnis inspirierte ihn, eine Herstellungsweise zu suchen, Brot mit mehr Geschmack jeden Tag aufs Neue herstellen zu können. Pouly probte lange, bis er 1993 sein erstes Pain Paillasse so herstellen konnte, wie es ihm gefiel. Er entwickelte ein Spezialmehl und ließ den Teig mit sehr wenig Hefe bei tieferen Temperaturen lange reifen. Diese lange Teigreife gab dem Brot letztlich seinen Namen; denn in der Zeit der Reife hatte der Bäcker Zeit zu ruhen und zwar auf einem Paillasse, was im Französischen für Strohsock oder Strohmattatze steht. 1997 wurde die Erfindung patentiert und aus der kleinen Bäckerei, die Pouly 1974 in Genf übernommen hatte, entwickelte sich ein Unternehmen, das u.a. das Verfahren zur Herstellung des knusprigen Pain Paillasse in Lizenz an interessierte Betriebe weitergibt.

Das geschmackvolle Brot gibt es in verschiedenen Sorten (Paillasse Hell, Dunkel und Rustick). 24 bis 48 Stunden reifen die Teige bei kühlen Temperaturen in Wannen, bevor sie verarbeitet werden. Die Kombination von Temperatur und Stehzeit bietet hohe Sicherheit und ist auf

kontinuierlich hohe Qualität ausgerichtet. Pouly hatte in der Schweiz eine Mühle gefunden, die das Mehl, das auf besonderen Getreidearten und -sorten beruht, nach seinen Vorgaben herstellte, wollte aber auch in anderen Ländern solche Partner finden. In der Mühle in Mönshausen überzeugte sich der Patron 2003 persönlich davon, dass Decker + Mönch ein geeigneter Partner war – zur Mehlerstellung, aber auch zur Organisation des Vertriebs und der Betreuung der Kunden. Das Geheimnis liegt in der Mehlmischung aus hochwertigen E-Weizen, die nach bestimmten Sorten und Qualitätskriterien zusammengestellt wird. Dazu kommt das Mahlverfahren. Es gibt keine enzymatischen Zusätze. Eine E-Nummer hat das Produkt nur durch die zugesetzte Ascorbinsäure. Dazu gibt es unkritische Zusätze wie z.B. Malz.

Bei einem Vergleich der in Deutschland hergestellten Mehlmischungen mit den Original Schweizer Produkten konnte Pouly feststellen, dass die deutschen Produkte in jeder Hinsicht überzeugten. Aus internen Tests ging Decker + Mönch zweimal als Sieger und bester Anbieter hervor. Waren es zu Beginn 2003 erst 20 Bäcker, die das Pain Paillasse im Nachbarland kennen gelernt hatten und sich damit aus der Schweiz beliefern ließen, sind es heute mehr als 180 Betriebe die, nach zwei Verkaufsgebieten organisiert, von Mönshausen aus regelmäßig mit den Spezialmehlen versorgt werden. Dazu kommen Betriebe in Österreich und den Niederlanden. Der Vertrieb erfolgt direkt auf Paletten mit 30 Sack als Mindestmenge. In 24 Stunden kann geliefert werden, in 48 Stunden ist in der Regel das Mehl aber immer beim Bäcker.

Ungewöhnlich für den deutschen Markt war die Gebühr, die für die Exklusivität des Produkts erhoben wurde. Diese wird nach wie vor einmalig fällig und sichert dem Paillasse Bäcker einen exklusiven Gebietsschutz. „Es ist heute eine eher symbolische Summe, die auch Fortbildungsmaßnahmen (an der Mühle gibt es ein Backstudio), Werbe- und Marketingunterstützung abdeckt“, erklärt Markus Mönch.

Viele Spezialitäten. Immer wieder wurden neue Gebäckideen entwickelt. Aus den Sorten Hell, Dunkel und Rustick entstehen durch Zugabe etwa von Feta, Kürbis, Peperoni, Nüssen, ja selbst Schokolade neue Spezialitäten. Auch zur Herstellung von Kleingebäcken wie Brötchen oder Knoten lassen sich die Teige einsetzen. Entsprechend geschnitten und bei Bedarf auch etwas kürzer und weniger krustig gebacken, kann ein Pain Paillasse auch eine besondere Unterlage für ein belegtes Brot sein. Allen gemein ist die unverwechselbare grobe Porung, die geschmeidige, glänzende Krume und eine schmackhafte Kruste. Und damit das bei allen Paillasse Bäckern so ist, gibt es zum Erlernen des Verfahrens entsprechende Unterstützung für die Produktion.

Dem Trend und der Nachfrage nach mediterranen Gebäckspezialitäten folgend, nahm Decker + Mönch in den vergangenen Jahren mit Banette, Sant' Abbondio und dem Pain du Soleil weitere Brotspezialitäten ins Lieferprogramm auf. Auf den großen Fachmessen wie iba, Internorga und Südback ist die Mühle regelmäßig vertreten, so dass sich die Bäcker von den Vorzügen der einzelnen Produkte überzeugen können.

„Die Verarbeitung des Paillasse Mehls zu den Brotspezialitäten erfordert hohe Sorgfalt. Heute gibt es viele ähnliche Produkte auf dem Markt, aber ein nur gedrehtes Teigstück ist nicht automatisch auch ein Pain Paillasse. Das ist immer ein ganz besonderes Brot“, weiß Markus Mönch.



BROT MIT POTENTIAL

Markus Mönch, Geschäftsführer der Mühle Decker + Mönch.

Herr Mönch, den deutschen Vertrieb für die Pain Paillasse Mehle zu übernehmen war vor zehn Jahren gewagt? Ein Risiko? Eine sehr gute Entscheidung? Es war ganz eindeutig eine sehr gute Entscheidung, die Pain Paillasse Produkte in unser Sortiment aufzunehmen, wir haben sie nicht bereut. Als kleinere mittelständische Mühle in einem zunehmend konzentrierten Markt brauchen wir solche Nischen und einzigartigen Produkte, um auch in Zukunft konkurrenzfähig zu sein gegenüber größeren Mühlen.



Haben sich die Kunden, haben sich die Ansprüche der Kunden in den letzten Jahren gewandelt? Ja, ich kann feststellen, dass sich die Ansprüche gewandelt haben. Ein Bäcker muss heute ganz besonderen Wert auf Qualität legen, seine Wettbewerbssituation ist, ähnlich der unserigen als Mühle, nicht einfach und stellt ihn täglich vor neue große Herausforderungen. Und so fragt er verstärkt nach Produkten, mit denen er sich deutlich unterscheiden kann von anderen Anbietern, wie etwa dem Lebensmittelhandel oder den Discount-Bäckern. Unsere Mehle bieten ihm dazu die Möglichkeit, zudem auch noch in einer gewissen Exklusivität durch den Gebietsschutz.

Wie sehen Sie die weitere Entwicklung für Pain Paillasse? Grundsätzlich wissen wir natürlich, dass die Zahl der Bäckereien stetig zurückgeht. Der Bedarf an solch hochwertigen Broten mit sehr viel Geschmack wie dem Pain Paillasse steigt hingegen, so dass wir durchaus noch weiteres Potential für solche Produkte sehen. Nicht jeder Kunde kauft stets nur das billigste Brot. Und wer das Besondere sucht, etwa zur Grillzeit, der wird bei einem Paillasse Bäcker stets fündig. Der zahlt natürlich mehr für unser Spezialmehl als für handelsübliches Weizenmehl, erhält dadurch aber auch die Möglichkeit auf sichere Art und Weise Spezialprodukte herzustellen, die wiederum mit einem höheren Preis honoriert werden.

Was ist Ihr persönliches Lieblingsbrot aus dem Sortiment? Mein Lieblingsbrot ist das Paillasse hell. Gern mit Feta, Oliven und Peperoni.



Regionaltypisches Flair und modernes Design.

600 M² FLÄCHE, 220 SITZPLÄTZE, DAVON 160 ALS INNEN- UND 60 ALS AUSSENPLÄTZE AUF ZWEI ETAGEN, KEIN GEFÜHL VON ENGE – EIN OBJEKT DIESER DIMENSION ERWARTET WOHL NIEMAND IN EINEM ORT, DER GERADE EINMAL 6.000 EINWOHNER ZÄHLT.

AHA!

EINRICHTUNGEN

Doch die neue Bäcker-Erlebniswelt der Familie Schuhbeck liegt nicht in irgendeiner Kleinstadt, sondern in der Gemeinde Ruhpolding, einem überregional bekannten Kur- und Fremdenverkehrsort im oberbayerischen Landkreis Traunstein in den Chiemgauer Alpen. Natur und Lage bringen im Sommer wie im Winter viele Gäste und Besucher in die Region. Schon von der Umgehungsstraße aus nimmt man das neue Brot- und Kaffeehaus des Bäckers Schuhbeck an der Hauptstraße als markantes Gebäude mit auffälliger Holz-verkleideter Fassade und der weitläufigen Terrasse mit 60 Sitzplätzen davor wahr, klassisch regionstypisch gebaut, mit einem flachen Pultdach. Großflächige helle Sonnensegel setzen einen Kontrast und sorgen bei Bedarf für eine Verschattung der Terrassenplätze. Im Juli 2013 wurde das Objekt eröffnet, mit nicht geringen Erwartungen. „Und die wurden weit übertroffen“, so die Bewertung von Elisabeth, Magnus, Thomas und Julia Schuhbeck. Die Gründe dafür sehen sie in dem gut angenommenen Konzept eines zeitgemäßen Bäckerei-Cafés, das seine traditionellen Wurzeln aber nicht verleugnet. Basis aber ist immer beste Backwarenqualität, bei Brot und Brötchen ebenso wie beim feinen Konditoreisortiment.

Hoher Anspruch. „Wenn die Qualität stimmt, dann nehme ich auch um 2 % höhere Rohstoffkosten gern in Kauf.“ Wer so denkt, gibt sich auch

bei Konzept und Ladeneinrichtung nicht mit Mittelmaß zufrieden. Als am Ortseingang durch

die Verlegung einer Straße ein freies Terrain nahe von Umgehungsstraße und Bahnhof entstand, erwarb es Thomas Schuhbeck, um dort die Idee eines großen freistehenden Bäcker-Cafés zu verwirklichen. „Erfahrungen hatten wir zuvor schon an zwei anderen Standorten gesammelt. Wir gingen damals in den ersten Plänen von einer Fläche von 120 m² aus“, erinnert er sich heute mit einem leichten Schmunzeln. Die Pläne waren schon recht weit gereift und auch der Ladenbauer war schon „fast“ ausgewählt, als die Familie 2011 auf der Südback eher zufällig auf den Stand von AHA! Einrichtungen stieß. Die dort gezeigte Einrichtung, die viele natürliche alte Holzelemente attraktiv mit modernstem Ladenbau und Thekendesign kombinierte, begeisterte spontan die ganze Familie. „So sollte auch unser Objekt aussehen.“

Die ersten Gespräche mit Michael Mayer – Geschäftsführer und Besitzer von AHA! Einrichtungen in Gersthofen bei Augsburg – noch auf der Messe, waren der Beginn einer intensiven Zusammenarbeit, die letztlich in der Realisierung eines deutlich größeren als zunächst geplanten Objekts mündete. „Wir haben uns bei AHA! von Anfang an gut aufgehoben gefühlt, die Zusammenarbeit mit Herrn Mayer war sehr harmonisch. Es war ein echter Ideenaustausch, das Konzept hat sich in einem Miteinander entwickelt, denn auch wir haben in der



Die Familie (v.l.): Magnus Schuhbeck, Elisabeth Schuhbeck, Julia Schuhbeck, Brigitte Schuhbeck, Thomas Schuhbeck. 60 Außensitzplätze, Sonnensegel zum Schutz – hier lässt es sich aushalten.

Hinter Holzwand und Fenstern verbergen sich fünf neue Büroräume. Die Gestaltung erinnert an ein altes Bauernhaus mit Fenstern und Klappläden.





Ein hervorragender Blick nach unten. Holz dominiert den Laden. Trotzdem ist das Gesamtbild harmonisch, weil eben auch moderne Materialien verwendet wurden. Der Raum ist recht hoch. Wo es kein Altholz in ausreichender Menge gab, wie etwa bei der Deckenkonstruktion, wurde das Holz in der Optik aufwändig angepasst.



Geschützt sitzen, mit bestem Blick. Dieser Bereich ist bei den Kunden sehr beliebt. Alte Fenster wurden ebenso verwendet wie alte Deckenbalken und zu einem harmonischen Interieur zusammengestellt.





Zeit der Planung viel gesehen und Ideen gesammelt.“ Nach einem Jahr standen schließlich Konzept und Plan, so dass 2012 mit dem Bau des Gebäudes begonnen wurde. AHA! Einrichtungen war für das komplette Projekt, von der Fassadengestaltung bis hin zur Licht- und Möbelszenierung im Innen- und Außenbereich der Partner der Familie Schuhbeck. „Ruhpolding ist nicht New York, unsere Kunden setzen sich aus den Stammkunden aus dem Ort sowie den Touristen zusammen. Ein Café aus Beton, Eisen und Glas, kubisch, mit hochglänzenden Materialien – dafür ist Ruhpolding nicht der richtige Ort“, weiß Thomas Schuhbeck.

Bäcker-Erlebniswelt. Auf über 600 m² erstreckt sich die ganztags Bäcker-Erlebniswelt, kombiniert alpenländischen Charme und moderne Akzente, verarbeitet in höchster Qualität. Hochwertigkeit und stilsicheres Design ziehen sich durch das komplette Konzept. Bei der gesamten Einrichtung wurde ausschließlich mit Massivholz gearbeitet. Das verwendete Altholz stammt aus ehemaligen Guts-häusern. Jedes Stück wurde in aufwendigen Arbeitsschritten gebeizt und behandelt, um ein authentisches und hochwertiges Gesamtbild entstehen zu lassen. Details wie etwa ein exklusives Lichtobjekt aus alten Backgeräten und moderner LED Technik wurden individuell von AHA! entworfen und gefertigt. Und selbst für die Toiletten gab es ein besonderes Konzept. Vogelgezwtischer, eine konservierte Wand aus Moos und Gräsern sowie echte Baumstämme bringen den Kunden ein Walderlebnis. Im Fokus der Planung stand immer das Ziel, perfekte Funktionalität und ablaufoptimierte Lösungen zu schaffen.



Mit Elisa-Wasser wird nicht nur gebacken, auch die Kunden kommen an einer eigenen Station in den Genuss. „Man sieht geradezu, dass sie sich an der Station ganz bewusst etwas Gutes tun wollen“, hat Elisabeth Schuhbeck bemerkt.

Qualität gespiegelt durch Einrichtung. Das Angebot der Bäckerei ist auch am neuen Standort traditionell, breit und vielfach ausgezeichnet. Circa 140 Artikel entstehen täglich in der Bäckerei und Konditorei, handwerklich und aus überwiegend regionalen Rohstoffen. Schuhbecks sind in der Backstube echte Qualitätsfanatiker. Das Brot wird ausschließlich mit Natursauerteig gebacken. Eigene Körnermischungen mit Schrotten, Flocken und Ölsaaten nach traditionellen Rezepten machen Fertigmischungen überflüssig. Seit vielen Jahren bereits backt man mit einem Spezialmehl der Mühle Decker + Mönch auch das knusprige Pain Paillasse in drei Variationen. Urkunden von Qualitätsprüfungen, u.a. auch der bayerische Staatsehrenpreis, belegen das hohe Niveau. Und dieses sollte natürlich auch das Einrichtungskonzept widerspiegeln. „Die Kunden kennen uns in erster Linie als Bäcker und nicht als Gastronomen.“ Dementsprechend klar und prominent präsentiert sich die Backkompetenz, mit der run-



Natur pur: Vor den Toiletten wurde als grüner Akzent ein aufwändig gestaltetes, aber sehr pflegeleichtes Diorama mit Gräsern, Farnen und Moosen angebracht. Vogelgezwtischer sowie echte Baumstämme verstärken die Illusion.

Die Kinder finden einen kleinen Bereich für sich. Durch eine Tür schlüpft man nach unten. Darüber einige Geschichten zum Thema „Unser täglich Brot“.

Abwechslung wird auch im Sitzbereich geboten. Viele Formen, Materialien und Farben. Im Rücken der Lederflächen sind noch einmal Applikationen in Form eines Hirschgeweihs aufgebracht.



den Theke, deren Verlauf ins Innere führt. Die gesamte Fläche lässt sich grob unterteilen in die Verkaufs- und Präsentationszone auf der vom Eingang aus gesehen linken Seite und den durch eine halbhohe Wand aus Altholz und alten Fenstern getrennten, sehr abwechslungsreich gestalteten Sitzbereich mit Platz für 160 Gäste. Der Kreativität waren dabei keine Grenzen gesetzt. Ob Ledersessel, Hocker, Stoffsessel, Lederbänke, Sitzschalen, ein Rohr, umfunktioniert als Sitzbank, alte Schlitten oder eine gemütliche Sessecke am Kamin – für Abwechslung ist gesorgt. In der Fensterfront sitzen die Kunden sogar auf echten Baumstämmen, allerdings bequem mit einer Auflage aus Leder.

Direkt vom Eingang, aus einem mit wechselnden Dekorelementen ausgestatteten Windfang, fällt der Blick des Kunden auf eine Brottheke mit schwarzem Glas im unteren Bereich und das durch seine Fülle beeindruckende Brotregal dahinter. Die Präsentation auf zwei vier Meter langen Rosten untermauert die Brotkompetenz der Bäckerei mit ihren ca. 25 Brotsorten eindrucksvoll. Unter den Rosten findet sich Platz für Körbe mit Kleingebäck. Weitere Brote und Kleingebäcke werden nah zum Kunden in der Trockentheke präsentiert.

Es war Vorgabe der Familie, dass der Kunde beim Betreten sofort die Theke mit dem Brot sehen sollte und nicht die Snacks. So entstand die Idee der runden Theke, in der auf Brot und Brötchen – unterbrochen durch eine Übergabe – Feingebäcke und ein gekühltes Snackangebot sowie Torten und Schnitten folgen. Das Snackangebot variiert vom Frühstück mit entsprechend hergerichteten Tellern über den Tag, um zum Nachmittag durch Torten ersetzt zu werden. Nicht nur am Sonntag ist das Café längst ein sehr beliebter und dementsprechend stark frequentierter Treffpunkt geworden. In der Theke rückt die neu entwickelte AHA! LED-Beleuchtung die hohe Produktqualität der Bäckerei hell und vor allem auch farbgetreu ins richtige Licht.

Im rückwärtigen Bereich informieren Bildschirme über das wechselnde Angebot und stellen so z.B. die Kaffeespezialitäten oder die einzelnen Frühstücksvarianten vor. Ein Pager-System gibt es ebenso wenig wie Karten auf den Tischen. „Wir wollten von Beginn an die Kunden an das Selbstbedienungssystem gewöhnen. Das ist gut angenommen worden. Alle nehmen Tasse und Teller und versorgen sich in der Serviceecke mit Milch und Zucker.“ Und natürlich gibt es, wenn doch notwendig, auch Hilfe des freundlichen Verkaufspersonals.



Seit 1994 ist die Backstube in einem Gewerbegebiet angesiedelt. Die verschiedenen Pain Paillasse Brote sind fester Bestandteil des umfangreichen Sortiments. Sie werden von Hand aufgearbeitet.



Kompetenz eindrucksvoll gezeigt. Direkt vom Eingang, aus einem mit wechselnden Dekorelementen ausgestatteten Windfang, fällt der Blick des Kunden auf eine Brottheke mit schwarzem Glas im unteren Bereich und das durch seine Fülle beeindruckende Brotregal dahinter.

Belegte Brötchen werden zunächst aus der Produktion angeliefert. Zwei Köche haben zur Herstellung und Zusammenstellung der Frühstücksvarianten ihren eigenen Bereich. Dort fand sich auch Platz für eine Kombination aus kleinem Umluft- und Etagenofen.

Zwei hochwertige Kaffeevollautomaten garantieren rasche Bedienung auch bei großem Ansturm. „Und der Kaffee der Rösterei Dinzler schmeckt jedem Kunden“, weiß Elisabeth Schuhbeck.

Vor der zweiten Übergabe am Ende der Theke fand sich Platz für die Warmtheke mit dem für die Region nahezu unverzichtbaren Leberkäse. „Für Bayern ist die Leberkässemmel sozusagen die Mutter aller Snacks.“

Die Theke endet mit der großzügigen Übergabe, an der die Kunden ihr gewähltes Frühstück, belegtes Brötchen, den Kaffee, die Weißwurst oder das Tortenstückchen in Empfang nehmen und einen der über 200 Sitzplätze wählen können.

Die belegten Brötchen werden aus der Produktion angeliefert – bei Bedarf wird erst später frisch vor Ort belegt. Zur Herstellung anderer Snacks wie dem beliebten Bavaria-Frühstück mit Weißwurst oder den Eispezialitäten steht im Anschluss an die Theke ein abgetrennter, aber einsehbarer Bereich zur Verfügung, in dem zwei Köche ihren Arbeitsplatz haben. Dort fand sich auch Platz für eine Kombination aus kleinem Umluft- und Etagenofen. Hier werden auch Brezeln frisch gebacken.

Ziel war es, durch das Snackangebot für eine gleichmäßige Auslastung zu sorgen und das typische Umsatzloch am Mittag zu vermeiden. „Viele Menschen wollen mittags nur eine Kleinigkeit essen und das bieten wir.“ Nudeln und Salate soll es nicht geben. „Es bleibt beim bäckertypischen kleinen Snack.“

Durchdachte Details. Hinter der Snackvorbereitung geht es weiter in den Sitzbereich sowie in Richtung Treppenhaus. Über eine Treppe im hinteren Bereich – hier lockt ein Eingang auf Kinderhöhe die jüngsten Kunden in eine kleine Spielhöhle – und einen behindertengerecht eingebauten Aufzug, der von den Toiletten im Untergeschoss bis in die erste Etage fährt, geht es in den oberen Sitzbereich. Großzügige Fensterflächen sorgen für besten Blick auf das Alpenpanorama, etwas näher liegt der Blick von der Galerie in den unteren Gastbereich und auf die Theke.

Das Brot- und Kaffeehaus Schuhbeck ist täglich von 6:00 bis 18:00 Uhr, sonntags von 7:00 bis 18:00 Uhr geöffnet. Vorreservierungen für Tische werden übrigens erst ab 8 Personen angenommen und mehr als vier Tische lassen sich nicht reservieren.



In der Theke vor dem Brotregal werden die Pain Paillasse Brote präsentiert. Neben den klassischen Broten wie Paillasse hell oder Rustick erfreuen sich auch die Knoten steter Nachfrage.

BÄCKEREI SCHUHBECK

Der Bäcker Schuhbeck ist ein klassischer Familienbetrieb, 1953 gegründet von Bäckermeister Korbinian Schuhbeck und Ehefrau Elisabeth. Nicht zuletzt auch dank des Fremdenverkehrs und der Belieferung der Gastronomie wuchs die Bäckerei zu einem modernen Handwerksbetrieb. Tochter Elisabeth erlernte ebenfalls das Bäckerhandwerk und erwarb 1984 in Lochham den Meistertitel. Als ihr Vater im Jahre 1987 verstarb, übernahm sie mit ihrem Mann Magnus Schuhbeck den elterlichen Betrieb. 1989 wurde die Backstube umgebaut und mit modernen Maschinen ausgestattet, Basis für die folgende Filialisierung. Als die Backstube in der Raiffeisenstraße zu klein wurde, siedelte die Bäckerei 1994 ins Gewerbegebiet Mühlfeld um, 2008 entstand dort ein weiterer Anbau für die Konditorei.

Seit einigen Jahren ist auch die dritte Generation mit Sohn Thomas sowie den Töchtern Julia (Konditormeisterin) und Brigitte (zuständig für den Verkauf) im Unternehmen aktiv. Heute betreibt der Bäcker Schuhbeck in und um Ruhpolding insgesamt elf Verkaufsstellen, drei davon mit Sitzbereich. Das neueste und größte ist das Brot- und Kaffeehaus an der Hauptstraße in Ruhpolding.

Qualität. Kompromisslos. Immer.



Bestwerte bei Backergebnis
und Energieverbrauch –
HEIN Luxrotor EcoStone.

OB ES UM WELLEN, ZAHNRÄDER ODER DIE HERDPLATTEN
AUS STEIN GEHT, DIE HOHE QUALITÄT DER BACKÖFEN VON HEIN
ZEIGT SICH AUCH IM DETAIL. DER GROSSTEIL DER BAUTEILE WIRD NACH
WIE VOR IM EIGENEN HAUS GEFERTIGT. NEBEN HERVORRAGENDEN BACKEIGENSCHAFTEN
ÜBERZEUGEN DIE ÖFEN AUCH MIT BESONDERS SPARSAMEM ENERGIEVERBRAUCH.

Als produzierendes Unternehmen ist HEIN Backofenbau nicht gerade typisch für das Großherzogtum Luxemburg, für das in der Wahrnehmung oft viel eher Banken und Finanzunternehmen als ein florierender Industriebetrieb mit 150 Mitarbeitern allein am Standort in Strassen stehen.

Seit der Gründung 1882 durch Nicolas Hein wurde immer nur ein geringer Teil des Umsatzes im Großherzogtum erzielt. Bei einem Exportanteil von annähernd 99 % ist Ofentechnik aus Strassen heute weltweit in mehr als 20 Ländern zu finden. Nach den Beneluxländern folgt mit einem Umsatzanteil von ca. 25 % der deutsche Markt, der von der Niederlassung in Köln aus bearbeitet wird.

HEIN bietet neben einem breiten Sortiment an Backöfen (Etagen-, Stikken- und Ladenbacköfen) in Zusammenarbeit mit dem dänischen Spezialisten Lillnord auch Bäckerkälte für Betriebe aller Größen.

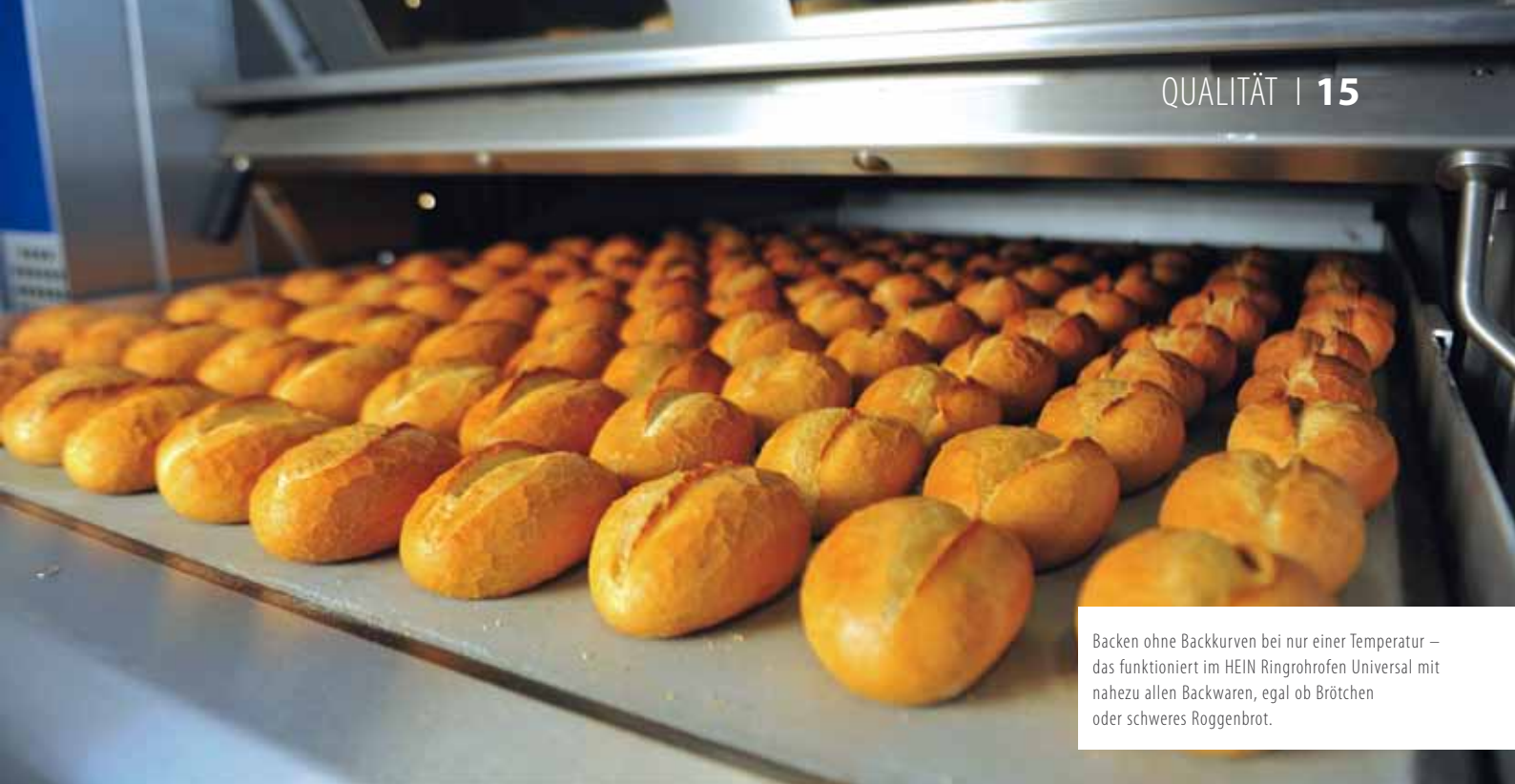
Backöfen. In den vergangenen Jahren wurde das Angebot an Öfen um einen Ringrohr-Wagenofen erweitert, dazu kamen größere Ausführungen bekannter Typen. Der 2012 vorgestellte StoneRoll Wagenofen war als Hybridofen, der einfache Beschickung mit den typisch sanften Backeigenschaften eines Ringrohrrofens vereint, eine komplette Neuentwicklung. Ein technisches Highlight ist dabei die Weiterentwicklung der Feuerung zur innovativen Monoblock-Thermosteinföhrung. Ihr Gewicht von über einer Tonne steht für Solidität und Speichermasse. Die Ringrohröfen gibt es heute mit bis zu zehn Herden und 50 m² Back-



fläche. Neben dem klassischen Stikkenofen für einen Wagen ist auch der doppelt breite Luxrotor wegen seiner gleichmäßigen Backeigenschaften geschätzt, als Mammut gibt es ihn sogar mit vier Wagen und somit ca. 40 m² Backfläche.

Das Unternehmen konzentrierte sich in den vergangenen Jahren verstärkt darauf, die innerbetrieblichen Abläufe zu optimieren, um so die Leistung und somit die Menge an produzierten Öfen zu erhöhen. Dieses Ziel wurde erreicht, und das trotz eines Brands in den Hallen, der in seinen Auswirkungen die Produktion ab Juni 2012 nahezu ein Jahr lang stark behinderte.





Backen ohne Backkurven bei nur einer Temperatur – das funktioniert im HEIN Ringrohr-Ofen Universal mit nahezu allen Backwaren, egal ob Brötchen oder schweres Roggenbrot.

Der Philosophie des Hauses folgend wurden innerhalb des Optimierungsprozesses an die Qualität der einzelnen Teile und Öfen keinerlei Abstriche gemacht, sie wurde dank neuer Fertigungsprozesse und -methoden sogar noch erhöht, denn neueste Anlagen im Bereich der CNC Schweiß- und Schneidetechnik garantieren geringste Fertigungstoleranzen. Typisch für das Luxemburger Unternehmen ist die sehr hohe Fertigungstiefe im eigenen Haus, egal ob es um Wellen, Zahnräder, Türgriffe, Herdklappen oder die Backplatten aus Stein geht. Die Herstellung dieser 22 mm starken Platten war vor einigen Jahren zwar mal ausgelagert, weil jedoch der Zulieferer die hohen Qualitätsansprüche nicht kontinuierlich erfüllen konnte, entstehen die Steinplatten für die Etagenöfen heute wieder im Werk. Nach verschiedenen Tests wurde ihre Zusammensetzung durch den Zusatz von Tuffsteinmehl noch einmal verbessert. „Wenn es um eine bessere Qualität unserer Öfen geht, sind die reinen Kosten zunächst einmal zweitrangig“, sind sich Ferdinand Hein, Geschäftsführer der HEIN-Gruppe, und Pierre Thein, zuständiger Geschäftsführer für Deutschland, absolut einig.

Ringröhren mit 480 Bar geprüft. Seit mehr als 130 Jahren ist das Backen auf Stein wesentliches Merkmal der HEIN Backöfen. Das beginnt

mit den gemauerten Feuerungskanälen, durch die vom Brenner erhitzte Luft zirkuliert und so das Wasser in den darin einzeln und hintereinander eingemauerten Ringröhren erwärmt. Das Wasser verwandelt sich in den Röhren dabei in Dampf, der sich – einfachen physikalischen Regeln folgend – absolut gleichmäßig über das geschlossene System verteilt. Die Funktionssicherheit dieses Systems ist nicht nur wegen der fehlenden und nicht notwendigen Pumpen und Motoren herausragend. Jede einzelne in Strassen aus Mannesmann-Rohren gebogene Ringröhre wird mit einem gewaltigen Druck von 480 Bar auf Dichtheit überprüft. Im normalen Backbetrieb hingegen werden nur maximal 80 Bar erreicht. Dementsprechend risikolos ist die Funktionsgarantie von zehn Jahren, die HEIN auf Ringröhren und Steilfeuerung einräumt.

Gemauerte Feuerung. Auch heute noch wird die Feuerung für die Ringrohröfen aus Spezialschamottesteinen von einem Fachmann aufgemauert, für den schmalen fünfherdigen Universal Etagenofen mit 8 m² Backfläche ebenso wie für die größte Ausführung mit 50 m² Backfläche. Anders als vor 50 Jahren steht ein Ringrohr-Ofen heute aber auf einer Stahlplatte und ist damit, trotz eines Gewichtes von allein einer Tonne für die Steine der



Modernste Fertigungstechnik garantiert die hohe Qualität. Das Werk in Strassen/Luxemburg wurde 2011 umgebaut und erweitert. Für den Bau des innovativen Ringrohr-Wagenofens StoneRoll wurde eine neue Halle errichtet.

Die Rückwand aus Steinen im Stikkenofen bei HEIN: 77 Steine und 2,36 m² Abstrahlfläche im Ofen für einen Wagen, 119 Steine und 3,65 m² Fläche im doppelbreiten Luxrotor. Die Masse zur Wärmerückgewinnung und -speicherung aus Wärmetauscher und Steinen besteht aus 207,5 kg im kleinen und 397 kg im größeren Luxrotor.



Feuerung, wie jeder andere Backofen auch relativ leicht auch versetzbar. Die Kombination aus dem bewährten, zuverlässigen Ringrohrsystem, zehn Backkammern und einem Beschickungsroboter machte einen Ofen möglich, der die Kosten einer Produktion dank sehr niedriger Verbrauchswerte deutlich entlastet. 50 m² Backfläche bei einem Anschlusswert von gerade einmal 185 kW. Dank der systembedingt nicht notwendigen Pumpen genügt eine Leistung von gerade mal 0,5 kW für den Elektroanschluss – das bringt Sicherheit vor dem Hintergrund steigender Energiepreise. Und weil störungskritische Technik beim Ringrohrsystem nicht existiert, sind auch die Wartungskosten niedrig. Dass ein Ringrohrföfen auch dieser Größe mit den typischen, nicht aggressiven Backeigenschaften überzeugt und das Backen nahezu des gesamten Sortiments ohne die sonst üblichen Backkurven bei nur einer Temperatur ermöglicht, ist nahezu selbstverständlich. Wer diese Zahlen objektiv in Vergleich setzt zu anderen Systemen, der wird rasch feststellen, wie extrem unterschiedlich Öfen in Bezug auf ihre laufenden Kosten sein können. „Wir haben Kunden, bei denen finanziert sich die Investition für einen Großofen mit 50 m² Backfläche allein durch den im Vergleich zum Vorgänger deutlich niedrigeren Energieverbrauch, in nur acht Jahren“, weiß Pierre Thein.

Steine im Stikkenofen. Dass man durch den Einsatz von Schamottesteinen auch einem Stikkenofen eine hohe Wärmespeicherkapazität geben und damit sogar Strahlungshitze für ein gleichmäßigeres, sparsamerer Backen erzeugen kann, das beweist der Luxrotor Stikkenofen

Ecostone. Als erster Ofenbauer setzte HEIN in der Serienproduktion auf die Möglichkeiten, die sich durch Einbau einer Steinwand zur Wärmespeicherung und einer weichen Abgabe von Strahlungswärme bieten. Das mehrfach verbesserte System hat die Kunden so überzeugt, dass heute, drei Jahre nach Einführung, nahezu 90 % aller HEIN Stikkenöfen mit der mittels Abwärme beheizten Steinwand in der Backkammer verkauft werden. Egal ob für einen, zwei oder wie beim Mammuto auch für vier Stikkenwagen, die EcoStone Stikkenöfen weisen einen im Vergleich zu konventionellen Ausführungen um 14 bis 25 % verringerten Energieeinsatz auf. Es wird mehr Wärme gespeichert und der Ofen steht schneller zum Abbacken zur Verfügung, was sich außerdem auch noch sehr positiv auf die Backwarenqualität auswirkt. Ein Gutachten des TÜV Rheinland bestätigt: Ohne EcoStone-System beträgt die Abgastemperatur 300 °C, mit dem System aus Steinwand und Wärmerückgewinnung verringert sie sich auf ca. 180 °C. Dieser Wert wurde vom TÜV ermittelt und geprüft. Erstes Ziel jeder Entwicklung ist immer die Backqualität. Und ist die nur mit vielen Steinen zu erreichen, dann baut man eben viele Steine in die Rückwand ein, denn mehr Masse bedeutet mehr Speicherwärme und damit ein schnellerer Wärmeübergang für eine bessere Backqualität. Doch Steinwand und Steinwand sind nicht immer gleich, wie eine Gegenüberstellung mit anderen Öfen schnell zeigt. Im Luxrotor für einen Stikkenwagen etwa ergeben die 77 in der Rückwand verbauten Steine eine Gesamtstrahlungsfläche von 2,36 m². Und über 200 kg Masse für Steine und Wärmetauscher sind ebenfalls deutlich mehr, als andere Öfen mit einem ähnlichen System auf dem Markt bieten.

Edelstahl, der seinen Namen verdient. Jeder Bäcker weiß, ohne gute Zutaten lässt sich kein gutes Endprodukt backen. Beim Ofenbau ist es nicht anders. Ohne hochwertigen Edelstahl lässt sich kein guter Ofen bauen. Gute und damit auch teurere Edelstahlqualität enthält nur sehr wenig Eisenanteile und ist demnach auch nicht magnetisch. Nehmen Sie doch einmal einen Magneten mit auf eine Messe und vergleichen



Auf die Herstellung der Ofenplatten aus Stein wird sehr viel Sorgfalt verwendet. Die 22 mm starken Platten garantieren im Ringrohrföfen ein unerreicht sanftes Backergebnis mit einer starken Kruste und saftiger Krume für beste Frischhaltung.

Sie. Legen Sie ihn an die Seitenwände eines Ofens, an die Bleche in der Backkammer oder an den Rahmen. Sie werden überrascht sein, welche Unterschiede es gibt. Bei HEIN beträgt die Stärke der im Ofen verarbeiteten Edelstahlbleche 2 mm, und das sind bis zu 100 % mehr als bei anderen Herstellern.

Breites Programm. Das HEIN Ofenprogramm ist von jeher umfassend. Gebaut werden neben den bekannten Ringrohröfen auch Heizgasumwälzer, Elektroöfen, Stikkenöfen und der Ringrohr-Wagenofen. Seit 2012 baut die gemeinsam von HEIN und der Firma Wachtel gegründete HEWA GmbH die heute für ein Großofenprojekt notwendige Automatisierungstechnik, etwa für Ofenbeschickung, Abtransport und andere

Automatisierungen der Backstube. Der Kunde erhält eine Lösung, bei der Konstruktion, Aufbau und schließlich auch der so wichtige Service aus einer Hand stammen.

Bei allen Öfen geht es in der Weiterentwicklung auch um die Verringerung des Energieeinsatzes zum Backen. Mit der Arbeit an Verbesserungen und der Vielzahl an Innovationen – zu denen u.a. auch die Herd- und Kammerbeleuchtung mittels Glasfaserkabel oder der Einsatz neuartiger Glasscheiben zählt, die Hitze effektiv ins Ofeninnere reflektiert – folgt HEIN der Strategie, zum Backen so wenig Energie wie möglich zu verbrauchen. Bis zu 5 % des Umsatzes fließen heute in Innovation und Entwicklung. Der Aspekt Umweltschutz spielt dabei eine große Rolle. Die Verleihung eines Umweltpreises durch den Um-

weltminister des Großherzogtums belohnte dieses Engagement, das zu Entwicklungen wie dem EcoStone Stikkenofen, dem großen, sparsamen Universal Ringrohröfen oder dem Wagenofen StoneRoll führte.

Für die Zukunft sehen sich die Geschäftsführer Ferdinand Hein und Pierre Thein gut aufgestellt. „Wir sind heute in der Lage, alle Betriebsgrößen mit zuverlässiger und dabei doch sparsamer Ofen- und Kältetechnik zu versorgen. Die Systeme sind gleich, allein die Größe ist anders.“



Die Mannesmann-Rohre verwandeln sich durch Biegen in das System, durch das später das Wasser bzw. der Wasserdampf strömt. Jede einzelne Röhre wird mit 480 Bar Wasserdruck auf Dichtheit getestet. Alle Universal Ringrohröfen haben eine gemauerte Feuerung.

„ICH WÜRD WIEDER KAUFEN.“

HEIN-Kunde Thorsten Hacke, Bäckermeister aus Ahnsen

In der Bäckerei Hacke stehen zwei HEIN Universal Ringrohr-Etagenöfen, dreifachbreit, vierherdig, je 12 m² Backfläche, gekauft im Juni 2006 und Mai 2011, sowie ein Luxrotor Stikkenofen mit Steinwand und SOFTAIR-Luftgeschwindigkeitsregelung, gekauft im Juli 2007.

Herr Hacke, was waren die Gründe für die Entscheidung zum Kauf von HEIN Öfen? Der Besuch der Semmelbäckerei René Eckhardt in Bad Salzungen und der Besuch der Bäckerei Friedrich Blömker in Lengerich. Dabei überzeugten mich die Backergebnisse und die sehr solide Verarbeitung der Öfen. Dazu kamen die Vorteile des Backens bei nur einer Temperatur sowie das mögliche Backen „Schuss auf Schuss“ von Brot, Brötchen und Kuchen ohne Aufheizzeiten. Dementsprechend war dann auch das Vertrauen da zum Kauf des Stikkenofens.

Wurden Ihre Erwartungen erfüllt? Ja, obwohl ich zu Anfang auch ein wenig skeptisch war, denn das Backen bei nur einer Temperatur von Brötchen ebenso wie schwerem Roggenbrot war schon ungewohnt.



Sehr positiv für die Produktionskosten: Dank seiner enormen Speichermasse ist der HEIN Universal ein sehr energiesparender Ofen.

Wie steht es mit den Backergebnissen? Man kann im Ringrohröfen fast alles bei einer Temperatur von 225 bis 230 °C backen, egal ob Croissants, Weißbrot oder schwere Roggenbrote, Brötchen oder Käsekuchen. Schnittbrötchen backen wir 20–22 Minuten, sie bleiben bis zum Abend saftig, Brot hat eine herrliche Kruste und Pflaumen- oder Käsekuchen flämmt nicht ab. Die Erwartungen wurden bei uns zu 100 % erfüllt.

Hätten Sie einen Wunsch an den Hersteller? Hmmh? Das Ofenlicht in der Backkammer könnte heller sein und statt kleiner Ventilatoren mit schnellen Umdrehungen würde ich große Ventilatoren mit wenig Umdrehungen in die Abzugshaube einbauen. Dann wäre die Abzugshaube leiser. Systembedingt ist der Universal ein fast wartungsfreier Ofen. Ein- bis zweimal im Jahr lassen wir eine Wartung durchführen. Ich bin sehr zufrieden und würde die Öfen aus Überzeugung in jedem Fall wieder kaufen.

Knusprig. Lecker. Ungewöhnlich.

KNUSPRIGE, GROBPORIGE, GESCHMACKVOLLE MEDITERRANE GEBÄCKE SIND BELIEBT, AUCH ALS BASIS FÜR EINEN BELEGTEN SNACK.

Wer auf besonderen Geschmack und höchste Qualität Wert legt, um sich so mit seinem Snacksortiment vom Markt abzusetzen, wird um eine Auswahl hochwertiger Beläge und Zutaten nicht herumkommen. Das Basisprodukt ist jedoch immer ein gutes Brot. Erst die richtige Kombination von gutem Brot und hochwertigem Belag macht den Snack zu einer perfekten kleinen Zwischenmahlzeit. Ein Brot nur als Unterlage zu sehen, um dazwischen Käse, Wurst und Gemüse einen Halt zu geben,

wertet es ab und macht das Endergebnis beliebig – egal ob kalt verzehrt oder auch noch zusätzlich erwärmt.

Das Pain Paillasse in seinen vielen Variationen ist eine ideale Grundlage für ein knusprige Zwischenmahlzeit, die sich deutlich abhebt von den üblichen belegten Brötchen. Die Kombination mit selbst frisch hergestellten Aufstrichen und edlen wie exklusiven Belägen ermöglicht gute Verkaufspreise.

PAIN PAILLASSE FEUERKRUSTE

- Pain Paillasse Feuerkruste, 190 – 200 g Abbackgewicht
Baguette mittig der Länge nach halbieren, so dass zwei gleiche Hälften entstehen.
- Die Ober- und Unterseite vollflächig einstreichen mit:
jeweils 75 g Tofu-Aufstrich (vegan)
- Die Unterseite vollflächig belegen mit:
1 x 1 Portion Farmersalat, 120 g
1 x 1 Portion Mangold-Mix, 20 g
1 x 1 Portion Honig-Senf-Dressing
- Das Oberteil auf das Unterteil legen, leicht andrücken.
Mittig diagonal halbieren. Kann im Merry Chef oder Atoll Speed erwärmt werden.
- Im-Haus-Verzehr: 1 x ½ Stück mit Deko der Saison anrichten.

Basis für Tofu-Aufstrich (vegan):

- 1 000 g Tofu, fein zerbröseln
- 400 g Paprika-Püree
- 120 ml Walnussöl
- 100 g Lauchröllchen
- 15 g frische Minze, gehackt

Gewürze:

- 3 g Sonnenkuss von Sonnentor
- 3 g Meersalz
- 3 g bunter Pfeffer
- 3 g Zitronenpfeffer
- Alles mit Pürierstab mixen,
optimal gekühlt eine Woche haltbar

Auflage:

- 1 000 g Karotten, fein gestiftelt
- 500 g Sellerie, fein gestiftelt
- 3 g Gute Laune von Sonnentor
- 3 g Bunter Pfeffer
- 3 g Meersalz
- 20 g frische Petersilie
alles gut vermischen



PAIN PAILLASSE NATUR



- Pain Paillasse natur, 190 – 200 g Abbackgewicht
Baguette mittig der Länge nach halbieren, so dass zwei gleiche Hälften entstehen.
- Die Ober- und Unterseite vollflächig einstreichen mit: jeweils 60 g Frischkäse Mascarpone-Gorgonzola
- Die Unterseite vollflächig belegen mit:
1 x 1 Portion Italien-Mix, 120 g
1 x 1 Portion Rucola, 20 g
1 x 1 Portion Crema di Balsamico, 15 g
1 x 1 Portion Parmesan-Mix, 15 g
- Das Oberteil auf das Unterteil legen, leicht andrücken.
Mittig diagonal halbieren. Kann im Merry Chef oder Atoll Speed erwärmt werden.
- Im-Haus-Verzehr: 1 x ½ Stück halbieren und die 2 Teile auf einen Teller legen. Mit Dressing im Weckglas und Salat-Beilage anrichten.

Basis für Mascarpone-Gorgonzola-Frischkäse:

- 1 000 g Mascarpone
- 200 g frische Birnen oder Birnen aus der Dose, in feine Würfel geschnitten
- 200 g Gorgonzola zerreiben und unterheben

Gewürze:

- 3 g Gute Laune von Sonnenrot
- 10 g frische italienische Kräuter, Thymian, Rosmarin, Salbei
- Alles mit Pürierstab mixen, optimal gekühlt eine Woche haltbar

Auflage:

- 1 000 g Tomaten in feinen Würfeln, gut abgetropft
- 500 g Mozzarella, gerieben
- 3 g Gute Laune von Sonnenrot
- 3 g Bunter Pfeffer
- 3 g Meersalz
- 20 g frischer Schnittlauch
- alles gut vermischen



MICHAEL-KLAUS SCHUMACHER

Michael-Klaus Schumacher ist ausgewiesener und erfahrener Snackfachmann. Er bietet mit mehr als 30 Jahren nationaler wie internationaler Praxiserfahrung heute begleitendes intensives und innovatives Snack- und Struktur-Coaching. Das fertige Produkt steht im Mittelpunkt, aber auch wichtige Themenbereiche wie Einkauf, Mitarbeiterschulung, Rohstoffkunde, Herstellung und Marketing kommen nicht zu kurz.

Coaching beinhaltet zunächst immer eine kundenspezifische Ist-Aufnahme, ohne direkte Ratschläge und fertige Lösungen. Aus dem vorhandenen Potenzial wird nach Ansätzen und Reserven gesucht, um anschließend gemeinsam das zukünftige Sortiment zu entwickeln. Die gesamte Realisierung erfolgt mit Unterstützung durch den Fachmann.

Infos: www.schumis-welt.de



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

www.aha-einrichtungen.de



**Decker + Mönch GmbH & Co. KG
Mönsheimer Mühle**

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

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

www.hein.lu



**Paillasse Marketing /
International SA**

Faubourg de l'Hôpital 1
CH-2000 Neuenburg

info@paillasse.ch

www.paillasse.ch