

Nr. 1

Die Zeitung für den Bäcker von
AHA GmbH · Mönshheimer Mühle · HEIN · Pain Paillasse

ÜBERZEUGEND HOCHWERTIG

Erfolgreicher Start des Huus Brotes in der Bäckerei Armbruster in Schutterwald.

Die dunkle Weizenmischbrotspezialität aus ausgesuchten Mehlfractionen
überzeugte nach der Unternehmensführung auch die Kunden.

Ladenbau

AHA360° ist nicht nur ein neuer Name, sondern drückt prägnant die ganzheitliche Sicht des Einrichtungsspezialisten aus.

Backen

In der Backsinfonie GmbH in Moosinning geben vier HEIN UNIVERSAL Ringrohröfen den Ton an.

Spezialbrot

Das Pain Paillasse passt in idealer Weise zum hohen Qualitätsanspruch von Max Rischart's Backhaus in München.

AHA
360°



HEIN
BACKÖFEN & KÄLTETECHNIK





In der Holzofenbäckerei von Pouly Tradition in Genf stehen jetzt drei HEIN WOODSTONE.

Deutliches Plus

Der Luxemburger Backofenbauer HEIN meldet schon vor der iba mit 18 Prozent ein deutliches Umsatzplus für das laufende Jahr. So wurden mehrere Aufträge für Großanlagen unterschrieben, darunter auch der für den größten, jemals von Hein gebauten Ringrohretagenofen – ein UNIVERSAL EA mit 52 m² Backfläche und sensationell niedrigen 185 KW Anschlusswert. Die Verkaufsziele für den neuen holzbefeuerten Ringrohretagenofen WOODSTONE wurden schon im Juli erreicht. Allein drei dieser je 13 Tonnen schweren Öfen gingen nach Genf in die Holzofenbäckerei von Pouly Tradition (siehe Foto). Alle Öfen waren mit dem innovativen HEIN SMOKER ausgerüstet. Der Verkaufstart für den neuen, elektrisch beheizten Ringrohretagenofen SHOPSTONE erfolgte am 1. September.

AHA? AHA!

Bei AHA schließt sich ein Kreis. Aus AHA! Einrichtungen wird AHA360°. 360° steht für eine Rundum-Sicht, für ein unvergleichliches Raumgefühl. Jedes neue Konzept, die gesamte Raum- und Lichtplanung wird von den Spezialisten aus Gersthofen aus jedem erdenklichen Blickwinkel heraus betrachtet. AHA360° beleuchtet jeden Punkt für sich und macht nach umfassender Beratung mit immer neuen Ideen ein ganzheitliches, perfekt ausgeführtes Konzept daraus. Mit höchster Qualität, wegweisendem Design, gepaart mit Leidenschaft für außergewöhnliche Erlebniswelten – für rundum zufriedene Kunden.



aber seine Ursprünge nicht. Auch die Internetseite von Paillasse Marketing www.paillasse.ch/de/ wurde überarbeitet und präsentiert sich nun aufgeräumter und übersichtlicher. Ein Besuch lohnt sich. Ein Thema im Netz ist der große Erfolg des Paillasse Diavolino, in Deutschland auch als Feuerkruste bekannt, hergestellt mit Paillasse Hell, Tomaten, Peperoni und Tabasco. Auch Fernsehkoch Andreas C. Studer, genannt Studi, in der Schweiz Werbepartner von Paillasse Marketing, zeigte sich begeistert vom Diavolino.

Aufgefrischt

Nach über 20 Jahren ändert Paillasse Marketing das Logo für das wohl bekannteste Brot der Schweiz, das Pain Paillasse. Es wird mit neuer Schrift und veränderten Farben zeitgemäßer und auch besser lesbar, verleugnet dabei

Gesellschafterkreis erweitert



Die Bäckerei-Berater

Neben Frank Schmitz und Magdalena Pietraszek, die das expandierende Beratungs- und Weiterbildungsunternehmen vor gut fünf Jahren gemeinsam gründeten, ist seit dem 1. Juli die langjährige Mitarbeiterin Janine Gruner als dritte im Kreis der Gesellschafter von bsc-konzepte GbR dabei.

Die Diplom-Betriebswirtin ist seit drei Jahren bei bsc in den Schwerpunkten Marketing, Strategie, Kundenberatung und dem Aufbau von Schulungskonzepten tätig. Sie verantwortet den kompletten Schulungsbereich im neuen, eigenen Schulungszentrum in Neuwied sowie vor Ort in den Bäckereibetrieben.

Langjährige Erfahrungen sammelte sie zuvor als Projekt- und Teamleiterin in einem weltweit agierenden Handelskonzern sowie in einer mittelständischen Positionierungs-/Werbe-Agentur.



Foto: Privat



Neu im Team

Die Mönshheimer Mühle Decker + Mönch hat sich im Außendienst verstärkt. Seit September ist Manuel Dietrich mit im Team. Der erfahrene Bäckermeister war zuvor in mehreren großen Betrieben unter anderem als Produktionsleiter tätig. Er wird sich im Süden Deutschlands vor allem der Qualitätssicherung bei den bereits bestehenden Kunden widmen und steht ihnen mit Rat und Tat zur Seite. Außerdem wird er eingesetzt, um die Betriebe bei der Einführung neuer Brotideen wie Pain Paillasse, Pain du soleil und Huus Brot zu unterstützen.

IMPRESSUM

Herausgeber:



AHA GmbH
Augsburger Straße 162, D-86368 Gersthofen,
Tel. +49 (0)8 21 79 09 84-0, www.aha360.com



Mönshheimer Mühle Decker + Mönch GmbH & Co. KG
Pforzheimer Straße 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 GmbH; HEIN BACKÖFEN GmbH; Hermann Kleinemeier;
bsc-konzepte GbR

Druck:

Verlagsgesellschaft Ottensener Straße UG, Hamburg

Es geht voran!

Liebe Leser,

nach der iba ist bekanntlich vor der iba – diesem Motto folgend haben wir, Partner dieses Heftes, in unseren Unternehmen schon seit vielen Monaten auf dieses Großereignis hingearbeitet. Wir sind stolz und freuen uns darauf, Ihnen neue Produkte, Konzepte und Ideen zu präsentieren. Uns eint der Gedanke, Ihnen das Rüstzeug zur Verfügung zu stellen, um den sicher nicht weniger werdenden Herausforderungen in einem dramatisch veränderten Markt auch langfristig erfolgreich zu begegnen. Durch energiesparende, qualitätsfördernde Kühl- und Backtechnik, durch innovative Brotideen, verkaufsstarke Erfolgskonzepte und bestens geschulte Mitarbeiter.

Es waren für uns alle ereignisreiche Wochen und Monate, mit viel Neuem in unseren Unternehmen. Rechtzeitig zur iba vollendet AHA! Einrichtungen den Relaunch und präsentiert sich nun als AHA360°. Das soll die ganzheitliche Sicht der Spezialisten – heute für den Erfolg komplexer Einrichtungskonzepte wesentliche Grundlage – besser kommunizieren. Diese Herangehensweise an die von den Kunden gestellten Aufgaben wird von den Mitarbeitern gelebt und schlägt sich in neuen Lösungen auch nieder. Davon können Sie sich in München, oder auch sonst im persönlichen Kontakt überzeugen. Einige empfehlenswerte Adressen finden Sie in diesem Heft auf Seite 7.

bsc - Die Bäckerei Berater konnte soeben einen großen Schritt in der noch jungen Unternehmensgeschichte bewältigen und das neue Schulungszentrum fertig stellen. Dazu eine neue Gesellschafterstruktur – es geht weiter voran.

Voran geht es auch bei den Backbetrieben, die wir in diesem Heft vorstellen. Die alteingesessene Münchener Bäckerei Rischart etwa, vertreten in den besten Lagen der bayerischen Landeshauptstadt, setzt im Brotsortiment stark auf Spezialbrote wie das Pain Paillasse und ist damit sehr erfolgreich. Und Magnus Müller-Rischart weiß genau, dass ohne gute Rohstoffe auch kein gutes Produkt möglich ist.

Ähnlich denkt auch Severin Oberdorfer von der Bäckerei Armbruster in Schutterwald. Zuerst überzeugte das Huus Brot der Mönzheimer Mühle Decker + Mönch ihn, danach die Kunden. Das Weizenmischbrot aus ausgesuchten Mehlfractionen steht für die Brotkompetenz der Bäckerei.

Ohne Mut und Zuversicht jedoch kein Erfolg. Das belegt das Beispiel der Backsinfonie. Was Hubert Hasel und seine zwei Mitstreiter in der kurzen Zeit seit dem Start ihrer Bäckerei am 26.12.2014 auf die Beine gestellt haben, nötigt Respekt ab. Die Spezialbrote, im HEIN Ringrohröfen auf Stein gebacken, sind wegen der herausragenden Qualität so gefragt, dass die Backfläche bereits auf 88 Quadratmeter verdoppelt wurde und weitere zwei Öfen bestellt sind. Da läuft etwas richtig gut. Lesen Sie mal die Geschichte!

Viel Spaß mit diesem Heft.

Vielleicht sehen wir uns ja in München?!



Michael Mayer
Geschäftsführer AHA GmbH



Pierre Thein
Geschäftsführer HEIN Deutschland



Markus Mönch
Geschäftsführer Mönzheimer Mühle
Decker + Mönch



Pierre Laugeri
Geschäftsführer Pain Paillasse

Kommen, sehen, staunen



ALLE PARTNER DIESES HEFTES SIND AUF DER IBA IN MÜNCHEN, DEM WELTMARKT DES BACKENS, VERTRETEN. DIE CHANCEN, DIE FÜHRENDEN KÖPFE UND VERANTWORTLICHEN DER UNTERNEHMEN VOM 12. BIS 17. SEPTEMBER IN DEN MESSEHALLEN IN MÜNCHEN ANZUTREFFEN, STEHEN DAHER SEHR GUT.

Nach der iba ist vor der iba – diesem Motto folgend haben alle Partner dieses Heftes schon seit vielen Monaten auf dieses Großereignis hingearbeitet und präsentieren sich dort mit neuen Produkten, Konzepten und Ideen. Die fünf vereint der Gedanke, ihren Kunden das Rüstzeug zu geben, den sicher nicht weniger werdenden Herausforderungen in einem dramatisch veränderten Markt langfristig erfolgreich zu begegnen. Durch energiesparende, qualitätsfördernde Kühl- und Backtechnik, durch innovative Brotideen, verkaufsstarke Erfolgskonzepte und bestens geschulte Mitarbeiter.

AHA 360°

AHA360°. AHA360° hätte sich sicher sehr gefreut, wenn die Standnummer in der Halle A2 auch 360 gewesen wäre. So ist es die 350 geworden. Wie immer hält man sich in Gersthofen, was die ausgestellten Konzepte angeht, etwas bedeckt, die Besucher sollen eben eine echte Überraschung erleben. Dementsprechend gibt es keine Bilder von

den Einrichtungskonzepten. Der Relaunch verbunden mit der Namensänderung auf AHA360° wird aber sicher ein Thema des Auftritts sein (mehr dazu auch auf den Seiten 20 bis 23 im Heft). Alles Wissenswerte rund um das Unternehmen ist auch nachlesbar in der neuen Imagebroschüre. „Nur“ Einrichtungen liefert AHA360° schon längst nicht mehr. Der Fokus liegt heute klar auf funktionierenden Erfolgskonzepten für den gesamten Food-Bereich, durch kreative, visionäre Planungs- und Projektierungsleistung. Dabei kommen aber auch immer wieder neue technische Lösungen zum Einsatz, wie eine Vielzahl neuer Patente belegt.

Ein spezieller, zum Patent angemeldeter Thekenbeschlag ermöglicht es jetzt bei der neuen HECO Theke, die komplette Front in Granit, Holz, Glas oder einem anderen beliebigen Material zu gestalten und diese trotzdem nach vorne öffnen zu können. Dadurch ergibt sich erstmals eine durchgängige Frontgestaltung ohne optisch störende Profile, Beschläge oder Halterungen. Die größtmögliche Hygiene wird gewährleistet, da die Theke keine Schmutzecken aufweist, der Schmutz nach unten durchfällt

und bei der Bodenreinigung beseitigt werden kann. Über ein Fußpedal lässt sich die Scheibe mit minimalem Aufwand öffnen, der Mitarbeiter hat beide Hände frei. Da die Thekenfront in jeder Stellung arretiert, auch bei unvermitteltem Loslassen des Pedals, ist die größtmögliche Sicherheit garantiert.

Auch im Bereich Kaffee verfügt AHA360° mittlerweile über viel Erfahrung und bietet ein komplettes Paket, von der Werbetechnik bis zur Kaffeelösung. Neugierig sein dürfen Sie daher auf eine neue Filterkaffeeschankanlage mit 360°-Lösung – von



Wie immer hält sich AHA360° vor der Messe etwas bedeckt. Aber der Stand auf der letztjährigen Südback verspricht, was der iba-Stand sicher halten wird.





Neben den Pain Paillasse-Spezialitäten vertreibt die Mönshheimer Mühle Decker + Mönch auch andere Spezialmehle, etwa für das Sant'Abbondio, das Pain du soleil sowie das dunkle Huus Brot.

der individuellen Auswahl der Kaffee-Bohnen durch den Kunden über das Mahlen, Brühen und Servieren bis hin zur Entsorgung. Eine Filterkaffe Zubereitung für bis zu drei Tassen ist gleichzeitig möglich, schneller und effizienter als jede herkömmliche Kaffeemaschine, verspricht AHA360°-Geschäftsführer Michael Mayer. Und wenn Sie am Montag auf der Messe weilen sollten: Am 14.09. ab 16 Uhr ist mit Jörg Lühr einer der angesehensten und kompetentesten Management- und Persönlichkeitstrainer im deutschsprachigen Raum am Stand 350 bei AHA360° zu Gast. Als gelebtes Frischekonzept wird am Stand auch eine Show-Backstube betrieben, mit einem HEIN SHOPSTONE Ringrohrföfen im Mittelpunkt. Ringrohrföfentechnik, Elektroheizung und Thermosteinspeicher bieten die Möglichkeit, ohne Kamin und Brenner die Vorteile der Ringrohrföfentechnik auch im Laden umzusetzen. Die Brotflüsterer der Mönshheimer Mühle Decker + Mönch zeigen dort, wie sich auch unter beengten Platzverhältnissen im Laden Qualitätsbrote wie Pain Paillasse, Sant'Abbondio, Pain du soleil oder das neue Huus Brot sicher und in allerbesten Qualität backen lassen. Ein Highlight im Angebot ist aber sicher das laufend frisch gebackene Focaccia aus Paillasse-Teig.



Mönshheimer Mühle Decker + Mönch/Paillasse International. Der SHOPSTONE stellt seine Qualitäten aber auch am großen Stand von HEIN in Halle B5, Stand 140 unter Beweis. Dort empfängt die bewährte Standgemeinschaft mit HEIN, Paillasse International S.A. und der Mönshheimer

Mühle Decker + Mönch ihre Gäste. In der Show-Backstube am Stand werden die verschiedenen Spezialitäten der Mönshheimer Mühle Decker + Mönch wie Pain Paillasse, Sant'Abbondio, Pain du soleil und Huus Brot täglich frisch gebacken. Das Pain Paillasse ist in seinen Variationen als Paillasse Hell, Dunkel oder Rustick, mit Tomaten, Feta-Käse, Pepperoni, ja selbst mit Schokolade ein besonders vielseitiges Produkt, das weit über das Ursprungsland Schweiz hinaus zu einem

Inbegriff von Brotqualität für höchste Ansprüche geworden ist. Absolut empfehlenswert auch hier am Stand das laufend frisch gebackene Focaccia aus Paillasse-Teig, auf Stein gebacken im neuen, kompakten Ringrohr-Ladenbacköfen SHOPSTONE von HEIN. Die Mönshheimer Mühle Decker + Mönch hat sich im überregionalen Vertrieb auf Spezialmehle für besonders anspruchsvolle und langgeführte internationale Premium-Brotspzialitäten spezialisiert. Neben den Pain Paillasse Spezialmehlen aus der Schweiz vertreibt die Mühle auch andere Spezialmehle, etwa für das Sant'Abbondio (Italien), das Pain du soleil (Frankreich) sowie das dunkle Huus Brot aus Ruchmehl (Schweiz). Das Huus Brot basiert auf einem Mehl aus verschiedenen Mahlpässagen und geht in die Richtung eines Ruchmehls, wie man es aus der Schweiz kennt. Alle Teige für die Brote werden über Nacht geführt und am Stand auch hergestellt. Die Präsentation der Brotkompetenz mit den 2,5 kg schweren, großen Broten wird nicht nur geschmacklich, sondern auch optisch ein Höhepunkt.



BACKÖFEN & KÄLTETECHNIK

HEIN Backöfenbau. Beim Luxemburger Ofenbauer HEIN steht das Team um die Geschäftsführer Ferdinand Hein und Pierre Thein bereit, alle Fragen zu energiesparendem Kühlen und

Der holzbeheizte HEIN WOODSTONE Ringrohrföföfen wird auf der Messe auch mit dem brandneuen Smoker zu sehen sein.





HEIN Backofenbau, die Mönshheimer Mühle Decker + Mönch sowie Paillasse International präsentieren sich in bewährter Standgemeinschaft.

Backen in allerbesten Qualität umfassend zu beantworten. Als Neuheit wird der Stikkenofen ECOSTONE² mit einem von HEIN entwickelten Wärmerückgewinnungssystem gezeigt. Das bahnbrechende, rein physikalisch arbeitende Rauchgasrückführungssystem ermöglicht es, den massiven Stahlrohren und Thermosteinwänden und den Abgasen zusätzlich Wärme zu entziehen und in der Wärmerückgewinnung zu speichern. Restwärme wird nicht entsorgt, sondern bleibt im Backofen – für beste Backergebnisse. Eine Abgastemperatur, die 51 °C unter der Backraumtemperatur liegt, ein zehn Prozent niedrigerer Anschlusswert sowie eine TÜV-geprüfte Energieeinsparung bis zu 20 Prozent. Der neue ECOSTONE² kann sich sehen lassen, auch mit seiner neuen Steuerung. Mit Ringrohrfentechnik, Elektroheizung und Thermosteinspeicher in einer einzigartigen Kombination eröffnet der SHOPSTONE ein Backen im Laden in völlig neuer Qualität und das ohne Kamin und Brenner. Flexibles Backen mit sanfter Hitze und niedrigem Delta T, dazu niedrige Anschluss- und Verbrauchswerte (über 20 Prozent) – überzeugen Sie sich von den Backergebnissen am Stand.

Backen wie früher – mit Holz und Steinfeuerung, mit nachwachsenden Rohstoffen und damit CO₂-neutral. Der holzbeheizte Ringrohr-Etagenofen WOODSTONE ist ein echter Hybridofen. Er lässt sich wahlweise und nach nur kurzer Umstellung (60 Minuten) von vorn durch eine spezielle Feuerungstür mit Holz oder Pressholzbriketts befeuern, ebenso aber auch über einen Öl- bzw. Gasbrenner. Der WOODSTONE kombiniert die bekannten Vorteile des Ringrohrbackofens mit besonders niedrigen Energiekosten – dank des jederzeit möglichen Einsatzes des nach-

wachsenden Rohstoffs Holz. Neben dem Wagenofen STONEROLL wird der Hein UNIVERSAL EA1010 mit knapp 50 m² Backfläche nicht allein wegen seiner Höhe von zehn Etagen ganz besonders im Blickpunkt stehen. Seine Werte überzeugen jeden kühlen Rechner. Ein Anschlusswert von nur 185 KW für 50 m² Backfläche, eine Brennerlaufzeit von durchschnittlich 60 Prozent und ein Elektroanschluss von knapp 0,5 KW. Weltweit gibt es nichts Vergleichbares.

Auch im Bereich Kälte und Klimatechnik zieht sich die Thematik Energieoptimierung und -reduzierung wie ein roter Faden durch die interessanten Entwicklungen: Hotgas, Elektronischer Supracooler, PID-Regelung. Als große Neuheit wird das neue Flexbaker – UV Konzept mit spezieller UV Lampe vorgestellt. Halbgebackene Ware lässt sich damit über mehrere Tage ohne Qualitätsverluste lagern. Frische wird so noch einfacher.

Paillasse International ist mit den diversen Pain Paillasse-Brotten und den Abwandlungen ebenso vertreten wie die Mönshheimer Mühle Decker + Mönch, der deutsche Partner für Pain Paillasse.



Die Bäckerei-Berater

bsc - Die Bäckerei-Berater.

Bäcker nähern sich immer stärker der Gastronomie an. Doch getreu dem Motto „Schuster bleib bei Deinem Leisten“ stellt bsc-konzepte in Halle A4, Stand 311 (Korte Einrichtungen) das Potenzial von echtem Bäckerbrot in den Fokus. Die Snackspezialisten der Bäckerei-Berater zeigen frische Rezepte und spannende Kombinationen von Zutaten wie Feigensenf und Ziegenkäse, Salsa, Curry, Tofu, Humus, rote Beete und Leerdammer. Belegte, überbackene und süße Brote, zum Beispiel mit Preiselbeere und Apfel, sowie die beliebte Stulle werden sich ebenso in der Theke finden, wie vegane und laktosefreie Snacks. Mit der Bratwurst-Brezel und der bsc-Reihe der internationalen Burger wird dem bayerischen Veranstaltungsort sowie dem internationalen Publikum Rechnung getragen. Morgens werden die Besucher von einem geschmackvoll angerichteten Frühstücks-Buffer empfangen. Hier zeigt bsc Möglichkeiten eines alltäglichen Buffets sowie eines Frühstücksbuffets mit Eventcharakter. Die Zubereitung der Snacks und warmen Gerichte zur Mittagszeit können die Besucher live erleben. Die Snackspezialisten und Berater vor Ort verraten auch gern den ein oder anderen Kniff für die Umsetzung in die Praxis. bsc arbeitet Ideen und Prozesse für Kunden in Deutschland und angrenzenden Ländern aus und setzt diese mit Kreativität, Umsetzungsstärke und Fachkenntnis praxisnah und ablaufoptimal um.



Belegte, überbackene und süße Brote sowie die beliebte Stulle werden sich bei bsc ebenso in der Theke finden, wie vegane und laktosefreie Snacks.

Lohnt sich garantiert

NUTZEN SIE DOCH IHREN BESUCH IN MÜNCHEN UND SCHAUEN SIE SICH DAS EINE ODER ANDERE OBJEKT AN. HIER FINDEN SIE AKTUELLE EINRICHTUNGSBEISPIELE VON AHA360°.



Das neueste Objekt, erst wenige Tage vor der iba eröffnet, ist das Berg-am-Laimer Backhaus. Auf gewaltigen 600 Quadratmetern finden Sie hier eine „Brotfabrik“, wie es keine zweite gibt, mit einem Konzept, das alles vereint, was heute von einer zeitgemäßen Bäckerei erwartet wird. Beste Backwaren, hochwertig präsentiert, abwechslungsreiche Sitzideen, dazu ein Kaffee- und Gastroangebot und ein Frischbackkonzept, basierend auf einem holzbeheizten HEIN Ringrohröfen WOODSTONE, inklusive Smoker.
**Berg-am-Laimer Backhaus der Max-Aumüller KG,
Kistlerhof – Haus 2, Kistlerhofstraße 70, 81379 München**

Der Manufaktur-Verkauf von Kugler Feinkost vereint höchste Ansprüche an Funktionalität, Material, Technik und Ausführung mit regionaltypischen Aspekten. Eine Wohlfühlwelt auf 300 Quadratmetern. Viele innovative Lösungen wurden eigens für das Objekt von AHA360° entwickelt.
Kugler Feinkost GmbH, Taxetstraße 5, 85599 Parsdorf



Ein zeitgemäßes Konzept für eine Bäckerei mit beengtem Platzangebot, die auch in einer hektischen Umgebung durch geschickt gewählte Sitzmöbel zum Verweilen einlädt. Das breite Sortiment der Bäckerei Rischart sowie ein Kaffee- und Snackangebot auch für den eiligen Kunden stellte die Herausforderungen. Das Lichtkonzept ist wesentlich für die Wahrnehmung im Bahnhofsumfeld.
**Max Rischart's Backhaus KG, Hauptbahnhof,
Untergeschoss 01, Bayerstraße 10a, 80335 München**

600 Quadratmeter Fläche, 220 Sitzplätze – in einem Ort, der gerade einmal 6.000 Einwohner hat. Schon von der Umgehungsstraße aus nimmt man das Brot- und Kaffeehaus des Bäckers Schuhbeck als markantes Gebäude wahr. Im Juli 2013 wurde das Objekt eröffnet, ein gut angenommenes Konzept eines zeitgemäßen Bäckerei-Cafés, das seine traditionellen Wurzeln aber nicht verleugnet.
Bäckerei Schuhbeck KG, Hauptstraße 65, 83324 Ruhpolding



Und auch hier lohnt der Besuch – garantiert:

- **Bäckerei Rackl GmbH & Co. KG, Freisinger Landstraße 84, 80939 München**
- **Bäckerei Hoffmann, Reutterstraße 42, 80687 München**

Qualität gibt den Ton an

IN DER BACKSINFONIE GMBH IN MOOSINNING SPIELTEN DIE VIER HEIN UNIVERSAL RINGROHRÖFEN DIE ERSTE GEIGE.

Selbständig mit 57? Wenn man sich damit einen lang gehegten Traum erfüllt, warum nicht, sagte sich Hubert Hasel. Nach 40 Jahren als Bäcker und langen Jahren als Produktionsverantwortlicher einer großen Bäckerei suchte er eine neue Herausforderung um endlich so zu backen, wie er wollte, nämlich mit viel Zeit bei der Teigherstellung, Handarbeit, viel Geschmack. Ohne Zusatzstoffe aber mit weichen Teigen, Vor- und Sauerteigen, Langzeitführungen und Pluskälte.

Mit Oliver Schmidt und Erich Paschke, beide bäckerei- und vertriebserfahren, fand er zwei Mitstreiter und damit war die Idee der Backsinfonie geboren. Der 26.12.2014 war der erste Arbeitstag in dem komplett neu gebauten Betrieb in Moosinning. Von der Grundsteinlegung im Juli bis zum ersten Brot aus dem Ofen vergingen nicht einmal sechs Monate bis zur Realisierung des gemeinsamen Traums.

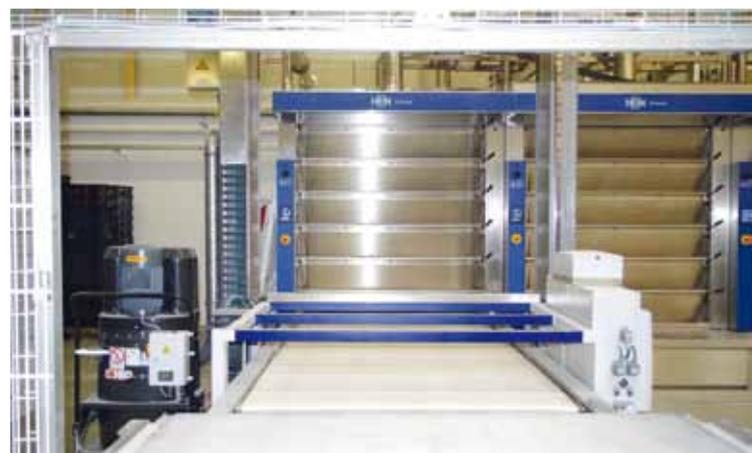
Während viele Bäckereien den Weg der möglichst kostengünstigen Herstellung gehen, fachmännische Handarbeit durch Maschinen ersetzen und an den Rohstoffen sparen, um die Produktionskosten niedrig zu halten, wollte die Backsinfonie neue Töne anschlagen. So legt das Unternehmen großen Wert auf eine hohe Qualität der Backwaren, eine individuelle Aufarbeitung von Hand und hochwertige und immer auch natürliche Rohstoffe. Gelernte Fachkräfte mit Erfahrung und fachlicher Kompetenz verwandeln Mehl, Wasser, Salz und Hefe in weiche Teige und danach in Backwaren mit einem Optimum an Frische und Qualität. Sämtliche Getreideerzeugnisse, die verarbeitet werden, stammen aus der Region. Der Müller ist verpflichtet, das Getreide bei Anlieferung im Labor zu untersuchen und die mit ihm vereinbarten Produktqualitäten einzuhalten. Bei der Herstellung der Brot- und Kleingebäcksorten wird auf die



Verwendung von Backmitteln und Zusatzstoffen verzichtet, dafür sorgen Vor- und Sauerteige für die gewünschten Eigenschaften. „Wenn aus erlesenen Zutaten, traditionellem Bäckerhandwerk und Liebe zu seinen Produkten feinste Backwaren entstehen, ist es eine Backsinfonie“, skizziert

Hasel den Ansatz und die Namensgebung. Die Backsinfonie ist eine reine Lieferbäckerei, eigene Verkaufsstellen mit dem Logo gibt es nicht und sind auch für die Zukunft nicht geplant. „Es ist gut so, wie es ist. Wir konzentrieren uns auf Brot und Kleingebäck in Top-Qualität.“ Zu den Kunden zählen Feinkostgeschäfte, Bio-Läden, Restaurants, Großkunden. Sie schätzen das breite Angebot an Brot und Feingebäck, vom Schwarzbrot und Roggenbrot bis hin zum Weizenbrot, von der 40 g schweren Partysemmel bis zum 6 Kilogramm Brotlaib. Viele Produkte werden auch zum Aufbacken ausgeliefert.

Mit insgesamt 180 Produkten, darunter auch vielen mit Bio-Klassifizierung, ist die Auswahl riesig. „Das Interesse an den





Aus den zwei Öfen wurden rasch vier und sollen noch in diesem Jahr sechs werden. Der Anschlusswert des einzelnen Ofens ist mit 105 kW und knapp 55 Prozent Brennerlaufzeit sehr niedrig. Zum Vergleich: Ein Stikkenofen mit maximal 10 Quadratmetern verlangt schon circa 75 kW.

Bio-Artikeln wächst“, stellt Hasel fest. Wie überhaupt für die Produkte der Backsinfonie eine enorme Nachfrage besteht. In den wenigen Monaten seit der Inbetriebnahme der Produktion nahm das Unternehmen eine stürmische Entwicklung. Die führte dazu, dass die Backfläche von zunächst 44 auf aktuell bereits 88 Quadratmeter wuchs und die nächsten 44 bereits bestellt sind. Aus zwei HEIN UNIVERSAL Ringrohröfen mit je 22 Quadratmetern Backfläche und einem Beladeroboter vom Typ SPIDER wurden bis heute vier Öfen des gleichen Typs und werden noch in diesem Jahr sechs, dann mit einem weiteren Beladeroboter. „Unsere Entscheidung für das Ringrohrsystem war einfach goldrichtig“, lobt Hasel in höchsten Tönen. Der Erfolg lässt sich auch am Mehlerverbrauch ablesen. Er ist heute bereits dreimal so hoch wie im Januar und steigt weiter. „Die diversen Aussagen über die Backergebnisse, das Backen in ruhender Backatmosphäre auf Steinplatten mit nur einer Temperatur, die unkomplizierte, zuverlässige und sichere Technik sowie die niedrigen Energiekosten, von denen wir ge-

hört hatten, haben das Ringrohrsystem für uns interessant gemacht. Es passte mit seinen Möglichkeiten einfach ideal zu unseren Ansprüchen“, erinnert sich Hasel.

Den ersten Kontakt mit Ringrohröfen des Luxemburger Ofenbauers HEIN hatte man beim Besuch einer kleinen Handwerksbäckerei in Bayern mit dem zuständigen HEIN Fachberater Wolfgang Haiduk. Die dort gesehenen Backergebnisse waren so überzeugend, dass man sich sicher war, mit dem UNIVERSAL die absolut richtige Wahl zu treffen.

Zwei Öfen kaufte man, mit 22 Quadratmetern Backfläche, jeweils sechsherdig, dreifachbreit und zwei Meter tief, dazu einen SPIDER Beladeroboter mit Übergabe- und Ausbacktisch. Auf eine Ausführung mit mehr Herden (bis zu 10 Herde mit maximal 52 Quadratmeter Backfläche je Ofen sind heute lieferbar) verzichtete Hasel bewusst. „Ich will in den Ofen reinschauen können. Der Belader erleichtert uns die Arbeit. Falls aber ein Ausfall, aus welchen Gründen auch immer, einmal die Arbeit behindern sollte, ist es immer noch möglich, alle Herde



Hasel wollte die sechsherdige Ausführung des UNIVERSAL und verzichtet damit bewusst auf größere Öfen mit bis zu zehn Etagen und entsprechend mehr Backfläche. Die gesamte Anlage steht in einem Käfig und besteht aktuell aus vier UNIVERSAL Ringrohröfen mit je 22 Quadratmetern Backfläche, sechsherdig, dreifachbreit und zwei Meter tief, sowie einem SPIDER Beladeroboter, einem Übergabe- und einem Ausbacktisch.

HUBERT HASEL:



„Ausschlaggebend beim Kauf ist für uns nicht der Preis, sondern allein die Qualität des Ofens und das Endprodukt, welches damit möglich ist. Die Öfen waren nicht teurer als vergleichbare Öfen. Den Kauf haben wir nicht bereut, obwohl wir zum ersten Mal mit dem Ringrohrföfensystem gebacken hatten und uns an das System gewöhnen mussten. Das verlief jedoch sehr schnell. Wenn man verinnerlicht hat, dass man keine Temperaturkurven mehr fahren muss, ist das Backen über die Zeit einfach. Jedes Produkt ist genauso ausgebacken, wie es sein muss. Die Öfen sind echte Handwerksöfen, die absolut zu uns und unseren Produkten passen. Der Ausbau der Backfläche spricht für sich.“



Backsinfonie GmbH
Am Bleichbach 29, 85452 Moosinning
Tel.: +49 (0) 81 23 99 18 35-0
Internet: www.backsinfonie.de

Geschäftsführung: Oliver Schmidt,
Erich Paschke, Hubert Hasel

auch manuell auszubacken.“ Der Anschlusswert des einzelnen Ofens ist mit 105 kW und knapp 55 Prozent Brennerlaufzeit sehr niedrig. Zum Vergleich: Ein Stikkenofen mit maximal 10 Quadratmetern verlangt schon 75 kW.

Aus den zwei Öfen wurden rasch vier und sollen noch in diesem Jahr sechs werden. Die gesamte Anlage aus Öfen und Beladeroboter wird über einen Touch-Screen gesteuert.

Die Produktion läuft durchgängig im Drei-Schicht-Betrieb. Diese rasante Entwicklung führt Hasel auf die hervorragenden Backergebnisse zurück. „Wir haben nur die Ringrohröfen, backen also unsere Brote und Kleingebäcke ausschließlich auf Stein, mit milder Hitze und langen Backzeiten. Das Endergebnis sind außen kräftig krustige und innen saftige Backwaren, die lange frisch bleiben. Das schätzen unsere Kunden und das hat uns in der kurzen Zeit so erfolgreich gemacht.“

Bei neuen Kunden nimmt der Außendienst frische Backwaren aus dem Ringrohrföfen mit und lässt die Kunden einfach nur vergleichen. „Kruste, Boden Frischhaltung, Saftigkeit – alles Argumente, die für unsere Produkte und damit für unser Backofensystem sprechen.“

Backen mit einer Temperatur. Typisch für den Ringrohrföfen ist seine sanfte, wenig aggressive Hitzeabgabe. Die größte Überraschung für den erfahrenen Produktionsleiter Karsch war jedoch das Backen mit nur einer Temperatur. 235°C für nahezu alle Backwaren statt des typischen Auf und Ab zwischen Anback- und Ausbacktemperatur, zwischen 270°C und 210°C. „Der Ofen ist vom Backen her unschlagbar und braucht keinerlei Erholungsphasen.“ Die große Masse des UNIVERSAL mit seiner gemauerten Steinföferung macht ihn so stabil. 15 Tonnen wiegt jeder der sechsherdigen Öfen.

In der Backsinfonie sind die Öfen nie kalt, denn nur von Samstag auf Sonntag wird nicht produziert. Also werden sie am Sonntag von den dann noch vorhandenen 120° auf die Backtemperatur von 235° gebracht und dann bleibt diese Temperatur nahezu unverändert bis zum Samstag.

Am Anfang versuchte Karsch auch noch einmal, das ihm bis dahin bekannte Wissen anzuwenden. Schwarzbrot bei 235°C? Er machte einen Versuch mit 270 °C und sagt heute voller Überzeugung: „Wir backen Schwarzbrot immer nur bei ca. 235 °C und das Ergebnis ist top.“

Waren die hervorragenden Backergebnisse nach den Tests keine Überraschung, der niedrige Energieverbrauch war es schon. „Der Verbrauch insgesamt ist noch geringer, als alle gedacht haben

Gut erkennbar im Herd sind die einzelnen, hintereinander liegenden Ringrohre. Durch jedes fließt eine genau definierte Menge Wasser, die sich in der gemauerten Steinföferung in Dampf verwandelt, der sich gleichmäßig in den Rohren verteilt und die Wärme abgibt. Gesteuert wird die gesamte Anlage über einen Touchscreen. Der Beladeroboter SPIDER lässt sich im Notfall auch manuell bedienen, ebenso wie die einzelnen Öfen.





Die Öfen werden über den SPIDER Beladeroboter mit integriertem Staubsauger beschickt und ausgebacken. Auch hier wird der Qualitätsgedanke wieder deutlich, denn nach jedem Backgang wird der Ofen nicht nur automatisch mit dem Ausbacken der Produkte ausgesaugt, sondern anschließend noch einmal im Leerbetrieb. Von Sonntag bis Samstag haben die Öfen nur eine Temperatur: 235°C.

und auch als von HEIN angekündigt“, freut sich nicht nur Hasel. Und da es mit Ausnahme der Steuerung und des Abluftventilators keine Motoren, keine Stellmotoren, keine Pumpen oder anderes gibt, was Strom verbraucht und einen Defekt verursachen könnte, kommt der Ofen mit einem Elektroanschluss von nur 1 kW aus. Dass die Anlage seit dem Aufbau störungsfrei arbeitet, ist sicher auch der robusten und einfachen Technik zu verdanken. Trotz des rasanten Aufschwungs, den das Unternehmen genommen hat, mit bald sechs statt der ursprünglich zwei Backöfen, schläft Hubert Hasel sehr ruhig. „Es war die absolute richtige Entscheidung, die wir damals getroffen haben, als wir uns entschlossen, uns selbständig zu machen und unsere Kompetenzen zusammenzulegen. Jeder von uns



hat seine Stärken und das ist ein Aspekt unseres Erfolgs. Die Stärke unserer Bäckerei ist die Flexibilität und die Vielzahl unserer Sorten, aber auch unsere schnelle Reaktionsfähigkeit. Da wir im Drei-Schicht-Betrieb backen, sind wir auch in der Lage kurzfristig Sonderwünsche zu erfüllen, genau so, wie der Kunde es haben will.“ Der kann dann zum Beispiel ein Kartoffelbrot mit komplett gequetschten Kartoffeln, aber auch mit noch sichtbar stückigen Kartoffeln bekommen. 250, 500 oder 750 g schwer und – wenn er es wünscht – auch Tag und Nacht und noch warm.

Wenn eine Bäckerei in einem sicher nicht schwach besetzten Markt in solch kurzer Zeit dank ihrer Produkte solchen Erfolg hat, dann ist das ein Beispiel, das Mut macht. Zeigt es doch nicht zuletzt auch, dass man sich mit Qualität von der Masse abheben kann und so das Geld erhält, auch weiter zu investieren. Hubert Hasel ist sich sicher: „Gutes Brot ist stark im Kommen.“ Und das klingt nicht nur für ihn und seine Mitstreiter gut.



Das Verpacken vom Übergabetisch direkt in die Körbe erfolgt in Arbeitshöhe.



Chance erkannt und genutzt

DIE MAX RISCHART'S BACKHAUS KG IST SEIT 1998 PAILLASSE-BÄCKER. DAS BROT PASST IN IDEALER WEISE ZUM HOHEN QUALITÄTSANSPRUCH UND SCHREIBT MIT AN DER ERFOLGSSTORY DER BEKANNTEN MÜNCHENER BÄCKEREI.

Der Name Rischart genießt in München

einen hervorragenden Ruf. Acht Millionen Kunden jährlich zählt die Bäckerei mit ihren 14 Verkaufsstellen. Und denen wird ein komplettes Sortiment geboten. Brot, Semmel, Brezel, süßes Kleingebäck, Kuchen, Torten, Snacks, Kaffee, auch selbsthergestelltes Eis fehlt nicht. Die Qualität des Angebots rühmen nicht nur die Münchener, auch vielen ausländischen Besuchern der bayerischen Landeshauptstadt bleibt der Name Rischart in guter Erinnerung, nicht zuletzt dank der Filialen und Cafés in prominenter Lage, wie etwa am Marienplatz, dem Viktualienmarkt oder auch im Hauptbahnhof. Das Hauptgeschäft am Marienplatz gilt mit 1,2 Mio. Kunden als die meistbesuchte Bäckereifiliale Deutschlands. Ein



Internetshop ist seit 2011 im Netz. Selbst auf dem Oktoberfest ist die Max Rischart's Backhaus KG vertreten. Das Café Kaiserschmarrn bietet dort ein abwechslungsreiches Programm, das zwar anders ist als in den klassischen Festzelten, sich dahinter aber wahrlich nicht verstecken muss. Wiesn-Frühstück und der frische Kaiserschmarrn sind ebenso Highlights wie Kaffee, Kuchen oder Flammkuchen. Abends verwandelt sich das Zelt dann in eine stimmungsvolle Partyumgebung.

Doch es sind nicht allein die Backwaren, mit denen sich Rischart einen hohen Bekanntheitsgrad erarbeitet hat. Seit 1983 vergibt das Unternehmen auch einen Kulturförderpreis. Durch das von Gerhard Müller-Rischart ins Leben gerufene und von Sohn Magnus fortgeführte

Kunstengagement wird die Kunst im öffentlichen Raum gefördert und so für jedermann zugänglich gemacht, mit dem hohen Anspruch, damit auch einen Beitrag zur Münchener Lebensqualität zu leisten. Auch dieses Engagement ist Teil der ausgeprägten Rischart Unternehmenskultur.

Qualität seit 1883. Max Rischart Sen. eröffnete 1883 eine Bäckerei in der Münchener Isar-Vorstadt. Seitdem wuchs Rischarts Backhaus mit fünf Generationen. Heute liegt die Geschäftsführung in den Händen von Gerhard Müller-Rischart und seinem Sohn Magnus. Als Traditionsunternehmen sieht sich Rischart in der Verantwortung für die kommende Generation. Und so bemüht man sich immer auch Ressourcen zu schonen und den gesamten Betrieb, über Backstube, Auslieferung, Verkauf und Verwaltung umweltfreundlich zu organisieren. Verschiedene Auszeichnungen belegen, dass die Bemühungen auf diesem Gebiet von Erfolg gekrönt sind.

der daraus resultierende ausgeprägte Geschmack, dazu die besondere gedrehte Form und ein übergreifendes Marketing – das Spezialmehl für ein echtes Pain Paillasse eroberte als Markenprodukt in kurzer Zeit die Schweiz. „Die Form war neu, das gedrehte Brot, die Lockerung war neu und die lange Teigführung – überzeugende Argumente für das Brot.“ Müller-Rischarts setzten danach alle Hebel in Bewegung, um auch an das Spezialmehl zu kommen, passte die innovative Brotidee doch geradezu ideal in die eigenen Vorstellungen, den Teigen durch Einsatz von Vorstufen und langen Teigruhezeiten mit weniger Hefe wieder mehr Zeit zu geben zur Geschmacksentwicklung. Das Backhaus wurde so zu einem der ersten Paillasse-Kunden in Deutschland überhaupt. In den ersten Jahren kam das Mehl auch noch aus der Schweiz, mit der Mönshheimer Mühle Decker + Mönch gab es einen deutschen Vertriebspartner erst 2003. Das Mehl wurde damals in 50 kg-Säcken aus der Schweiz geliefert, was nicht immer ganz reibungslos funktionierte.



Die extrem lange Teigführung über 48 Stunden in den speziellen Kisten – gelagert sowohl in der Kühlung als auch bei Backstubentemperatur – bietet Zeit für Fermentation und Reifung. Die Kleberprobe gibt beim Kneten Auskunft über die Teigentwicklung.

Paillasse Bäcker seit 1998. „Wir sind immer auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, um einen Schritt voraus zu sein.“ Diese Aussage von Magnus Müller-Rischart über die Bäckerei hatte auch schon 1998 Gültigkeit, als Vater und Sohn in der Schweiz weilten. Da lernten sie in verschiedenen Schweizer Betrieben erstmals das Pain Paillasse kennen. Müller-Rischart erinnert sich noch gut an die Bäckereien Schwyter in St. Gallen und Bachmann in Luzern, die schon früh die Brotspezialität im Programm hatten.

Das 1993 von Bäckermeister Aimé Pouly in Genf als Resultat der Arbeit vieler Jahre entwickelte Pain Paillasse hatte zu dieser Zeit bereits seinen Siegeszug in den Schweizer Backstuben angetreten und sollte schon bald das beliebteste Brot der Eidgenossen werden. Die extrem lange Teigführung über 48 Stunden, Zeit für Fermentation und Reifung, und

Bernhard Zenk, Leiter der Bäckerei, kann sich noch gut erinnern, dass es manchmal Engpässe gab, weil das Mehl unplanmäßig noch im Zoll liege geblieben war.

Hohe Ansprüche. „Das Handwerk prägt das Bild unserer Bäckerei und dazu passt das Pain Paillasse sehr gut“, erklärt Magnus Müller-Rischart. „Für uns zählt in erster Linie die Qualität eines Rohstoffs, der Preis ist zweitrangig. Preisdiskussionen führen wir nicht, wenn wir von dem Rohstoff überzeugt sind. Und das Pain Paillasse hat das von Beginn an getan. Nur aus einem guten Rohstoff lässt sich auch ein gutes Brot backen, während aus einem schlechten Rohstoff auch mit viel Aufwand kein Top-Produkt mehr wird. Unser Anspruch liegt aber auf höchstem Niveau.“

MAGNUS MÜLLER-RISCHART:



„Für uns zählt in erster Linie die Qualität eines Rohstoffs. Wenn wir überzeugt sind, führen wir keine Preisdiskussionen. Nur aus einem guten Rohstoff lässt sich schließlich auch ein gutes Brot backen. Es geht auch nicht um eine möglichst schnelle und effiziente Fertigung, sondern um bestmögliche Qualität und handwerkliche Perfektion. Wir sind in der Fertigung wieder konsequent zurückgegangen zu mehr Handarbeit. Am Pain Paillasse, ebenso an unseren anderen erfolgreichen Spezialbroten, lässt sich einfach hohe Brotkompetenz zeigen und dem Kunden demonstrieren.“



Max Rischart's Backhaus KG
Marienplatz 18
80331 München
Tel.: +49 (0) 89 2 31 70 00
Internet: www.rischart.de



Der gesamte Herstellungsprozess, vom Einkauf der Rohstoffe bis zum Verkauf der fertigen Backwaren, ist von diesem hohen Anspruch geprägt. „Bei uns wird der Teig nicht an die Maschinen angepasst, sondern wir nutzen Maschinen zur Unterstützung. Wo Handarbeit gebraucht wird, kommt sie auch zum Einsatz. Es geht nicht um eine möglichst schnelle und effiziente Fertigung, sondern um bestmögliche Qualität und handwerkliche Perfektion“, bringt es Magnus Müller-Rischart auf den Punkt. Und das ist letztlich für die beiden auch keine Kostenfrage.

Das Frischekonzept. Neben dem Sortiment ist es auch die Frische, die das Ansehen des Unternehmens begründet hat. Die Produktion in der Buttermelcherstraße liegt im Zentrum von München und ist nach diversen Umbauten inklusive eines Kellers und einer Tiefgarage trotz allem relativ beengt. Auch die Ofenfläche ist, auch im Vergleich zu anderen Unternehmen in dieser Größe, recht klein gehalten. Das Brotsortiment etwa wird über drei Etagenöfen mit je 15 Quadratmeter Backfläche hergestellt. Ungewöhnlich: Backen im Laden gab und gibt es in den Rischart-Filialen nicht, dennoch ist die Frische der Produkte beispielhaft. Der Grund: Aus der Not der beengten Produktion macht man eine Tugend und beliefert alle in München und damit relativ nah an der zentralen Produktion liegenden Verkaufsstellen einfach mehrfach am Tag. „Wir liefern im Prinzip alle zwei Stunden.“ So kommt auch zum Nachmittag noch mehrfach frische Ware in die Geschäfte, was auch Nachbestellungen ermöglicht. Und wenn eine Bäckerei in der Lage ist, eine spontan bestellte Torte in nur fünf Stunden zu liefern, Brot und Kleingebäck unter Umständen sogar in noch kürzerer Zeit, dann spricht sich das herum und überzeugt auch neue Kunden. Das Pain Paillasse, als gut nachgefragtes und täglich angebotenes Spezialbrot im Sortiment der Bäckerei, gibt es allerdings nicht in der Nachbestellung. Und das liegt daran, dass die Herstellung mit Vorteig und einer Teigruhezeit von mindestens 24 Stunden lang ist. Das Rischart Brotsortiment enthält viele Spezialbrote, ob Rübli-brot, Olivenbrot, Tomatenbrot, Blütenkruste, Pugliese, Kartoffelweckerl oder auch das 400 g Paillasse Brot in den Versionen hell und dunkel, das die Anforderungen von Gourmets mit dem Qualitätsniveau der Bäckerei vereint. „Wir sind insgesamt gut unterwegs im Spezialbrotgeschäft“, kennzeichnet Magnus Müller-Rischart die Situation. Auf Preiskämpfe will man sich nicht einlassen. Die zwei Paillasse Sorten werden täglich (sonntags nur das Paillasse hell) und auch nur in einem Gewichtsbereich hergestellt. Die klassische Pain Paillasse-Führung in Boxen und einer langen Stehzeit in der Kühlung und der Backstube ist den Beteiligten, vom Teigmacher über die Aufarbeitung bis zum Ofen, vor dem das aufgearbeitete Brot ebenfalls noch einmal eine Zeitlang steht, längst zur Routine geworden.

Das Teilen der weichen Teige aus den Boxen erfolgt über einen stressfrei arbeitenden Teigteiler, die Aufarbeitung danach – wie auch bei allen anderen Rischart-Broten – direkt von Hand am Tisch. Ablegen auf Abzieher, eine Ruhezeit geben, drehen und dann geht es für die circa 500 g schweren Brote 35 Minuten in den Ofen, wo sie direkt auf dem Herd gebacken

Ein stressfrei arbeitender Teigteiler übernimmt das Teilen, die Aufarbeitung danach erfolgt, wie auch bei allen anderen Rischart-Broten, von Hand.



Täglich geübte Routine: das Aufarbeiten von Hand, das Absetzen des in sich gedrehten Brotes, das Umdrehen des Teiglings direkt vor dem Backen.



werden. Das Ergebnis sind gut gebräunte Pain Paillasse, saftig, glasig in der Krume, mit langer Frischhaltung und typisch feinem Geschmack. „Wir sind in der Fertigung wieder zurückgegangen zu mehr Handarbeit. Am Pain Paillasse, ebenso an den anderen Spezialbroten, die wir führen, lässt sich einfach hohe Brotkompetenz zeigen und dem Kunden demonstrieren.“ Die Rohstoffe, eine kompliziertere Führung, die Form und natürlich auch der Geschmack rechtfertigen bei Spezialbroten natürlich auch höhere Preise. Auf der Rischart-Homepage (www.rischart.de) wird auch die Geschichte des Pain Paillasse erzählt, außerdem gibt es Verzehrtipps und eine

Nährwerttabelle. Magnus Müller-Rischart weiß aber, dass man auf diesem Gebiet sicher in Zukunft noch mehr informieren wird, um den Kunden die trotz der Betriebsgröße mit 14 Filialen sehr handwerkliche Arbeitsweise der Bäckerei damit noch deutlicher zu machen. Sorgen macht sich Müller-Rischart allerdings darum, ob es auch in Zukunft gelingen wird, das für dieses anspruchsvolle Arbeiten notwendige Fachpersonal zu finden. „Das ist die Herausforderung der Zukunft.“ Zu der wird das Pain Paillasse für die Bäckerei Rischart aber sicher weiter gehören.



Die circa 500 g schweren Brote werden 35 Minuten direkt auf dem Herd gebacken. Das Ergebnis sind gut gebräunte Pain Paillasse, saftig, glasig in der Krume, mit langer Frischhaltung und typisch feinem Geschmack.

Überzeugend hochwertig

ERFOLGREICHER START DES HUUS BROTÉS IN DER BÄCKEREI ARMBRUSTER IN SCHUTTERWALD. DIE DUNKLE WEIZENMISCHBROTSSPEZIALITÄT AUS AUSGESUCHTEN MEHLFRAKTIONEN ÜBERZEUGTE NACH DER UNTERNEHMENSFÜHRUNG AUCH DIE KUNDEN.



Die Bäckerei Armbruster ist seit über 100 Jahren für traditionelles Backhandwerk nicht nur rund um Schutterwald bekannt, sondern längst auch in Städten wie Freiburg, Karlsruhe, Villingen und Offenburg. Mit inzwischen über 80 Filialen und circa 500 Mitarbeitern ist das Traditionsunternehmen als Teil der Unternehmensgruppe Hermann Armbruster Bäckerei GmbH & Co., zu der auch ein Betrieb in Frankreich gehört, ein wichtiger Arbeitgeber in der Region. Die Filialen, von der Armbruster Backshop GmbH betrieben, sind höchst unterschiedlich. Da gibt es die Top-Standorte in besten Lagen ebenso wie Geschäfte in kleineren, ländlichen Orten, dazu eine Reihe eigener Vorkassen in REWE-Märkten. Auch in Bahnhöfen und Baumärkten sind die Shops mit dem prägnanten Schriftzug zu finden. Die Geschäftsleitung der Backshop GmbH liegt in den Händen von Jutta Armbruster-Oberdorfer und Severin Oberdorfer.

Von der Produktion in Schutterwald aus werden entlang der A5 aktuell 85 Filialen in 20 Touren direkt beliefert. Ungefähr 120 km geht es nach Norden und Süden die Autobahn entlang, nach Osten sind es ca. 50 km. Die auf den ersten Blick großen Entfernungen sind aber aufgrund der guten Straßenverhältnisse in der Region sehr gut zu bewältigen. Die gute Infrastruktur legte die Grundlage für die Expansion. „Wir sind ein organisch gewachsenes, aber dynamisches Unternehmen, ohne Größenwahn“, sagt Severin Oberdorfer. Mehr

Umsatz durch mehr Filialen, aber immer auch eine stärkere qualitative Ausrichtung, sind seine Ziele.

Eine sehr hohe Brotkompetenz hat die Entwicklung der Bäckerei von Anfang an geprägt. Und wer hohe Ansprüche an sein Brot stellt, der ist bei der Wahl seiner Zulieferer anspruchsvoll. „Bei uns ist der Brotumsatz steigend, selbst die in Lidl-Vorkassenzonen betriebenen Läden konnten mit Umsatzzuwächsen glänzen.“ Auf Preiskämpfe will sich Oberdorfer nicht einlassen, daher wurde



Zufrieden mit dem Huus Brot (v.l.): Horst Hamm, Matthias Elkmann, Verkaufsleiter Deutschland Mönshheimer Mühle, Bruno Wimmer.



Das Huus Mehl enthält einen hohen Anteil an Ruchmehl, das mehr Eiweiß, Mineralien und Vitamine aus der Randschicht des Korns enthält und dunkle, geschmacklich gut abgerundete Brote ermöglicht, die gleichzeitig eine höhere Wasserbindung und damit bessere Frischhaltung bieten. Die hohe Teigausbeute sowie die lange Teigführung bedingen spezielle, kleberstarke Getreidesorten.

zum Beispiel ein besonders günstig angebotenes Baguette wieder aus dem Programm genommen. „Mit den Lidl-Preisen könnten wir nicht mithalten. Wir überzeugen unsere Kunden durch besonders hochwertige Baguettes.“

Und solche Spezialbrote werden auf jeden Fall nicht zu billig angeboten.

„Mit unserem breiten Angebot von Spezialbroten und -formaten haben wir uns im Filialliefergeschäft vom klassischen Brotlaib längst wegentwickelt.“ Diese Strategie geht auf, wie die Abverkaufszahlen beweisen. Heute hat man nur noch zwei Brote

mit einem Gewicht von 1 Kilogramm im Sortiment. Und so ist das Unternehmen immer wieder auf der Suche nach neuen Brotideen, die man über Einführungs- und „Brot des Monats“-Aktionen auf ihre Akzeptanz beim Kunden hin testet und dabei genaue Daten über Abverkauf und Retouren ermittelt. Im Februar

etwa war es das Sant'Abbondio, ebenfalls von der Mönshheimer Mühle Decker + Mönch. Solche Angebotsbrote gibt es immer für 4 bis 5 Wochen, dann fällt eine Entscheidung, ob der Weg mit dem Produkt weiter verfolgt wird. Ein oder zwei Brote, eine Wiederaufnahme und eine Neuheit, werden als Brote des Monats ins Angebot genommen.

Interesse geweckt. Auf der Internorga in Hamburg lernte Oberdorfer dieses Jahr das neue Huus Brot der Mönshheimer Mühle

Decker + Mönch erstmals kennen. Es blieb letztlich nicht nur beim Probieren. Der Name Decker + Mönch steht für ein Angebot von Spezialmehlen für mediterrane Brotspezialitäten wie das Pain Paillasse, das Sant'Abbondio, das Pain du soleil und nicht zuletzt auch das Huus Brot und damit ebenfalls für hohe Brotkompetenz. Und die Brotkompetenz des Bäckers zu stärken ist ein Ziel der Spezialmehle, die allesamt auf Vorteige oder Poolish, lange, weiche Teigführungen und kräftiges Ausbacken für einen ausgeprägten Geschmack setzen.

Huus Mehl. Das Huus Mehl ist ein relativ neues Produkt der Mühle Decker + Mönch, das Müllermeister Markus Mönch entwickelt hat. Es ist die Basis für dunkle, saftige Weizenbrote. Die Idee für das Brot stammt aus der Schweiz. Man findet es lang und spitz, ebenso auch rund aufgearbeitet. Aber auch für große Brote, die sich etwa für die Gastronomie zu leckeren, knusprigen Brotscheiben aufschneiden lassen, gibt es eine Rezeptur.

Das Huus Mehl enthält einen hohen Anteil an Ruchmehl, das mehr Eiweiß, Mineralien und Vitamine aus der Randschicht des Korns enthält und dunkle, geschmacklich gut abgerundete Brote ermöglicht, die gleichzeitig eine höhere Wasserbindung und damit bessere Frischhaltung bieten. In vielen Rezepturen aus der Schweiz ersetzt in Deutschland die Type 1050 das Ruchmehl. Doch diese Kompromisslösung stellt längst nicht jeden Bäcker zufrieden, so auch nicht die Bäckerei Armbruster.

Das Spezialmehl, geliefert in 25 kg Säcken, gewinnt seine spezifischen Eigenschaften aus dem sehr aufwändigen Mahlverfahren und nicht durch Zusatz diverser backaktiver Substanzen, was mit Sicherheit der leichtere Weg für die Mühle gewesen wäre. Eine hohe Teigausbeute sowie die lange Teigführung bedingen grundsätzlich schon einmal spezielle, kleberstarke Getreidesorten. Ein Roggenzusatz hebt noch einmal den Geschmack und sorgt für eine dunklere Farbe. Außerdem





Der Teig für das Huus Brot ist mit einer TA von 185 bis 190 recht weich. Er wird zu je 12 kg in Boxen abgewogen. Nach einer Lagerzeit von bis zu 24 Stunden teilt ein Hydraulikteiler die 12 kg dann in einer 20er Teilung in 20 Brote mit 600 g Einwaage.

verkürzt er die Knetzeit und verbessert die Frischhaltung. Prägend für das Huus Brot-Rezept sind die lange Teigführung und der Einsatz eines Poolish – eine Kombination für besonders aromatischen und abgerundeten Geschmack. Außer zur Herstellung von Brot lässt es sich auch sehr gut zur Herstellung von Kleingebäcken oder zum Beispiel für Stangen mit Körnern und Saaten einsetzen.

Vom Mehl zum Brot. Matthias Elkmann, Verkaufsleiter Deutschland der Mönzheimer Mühle, stellte das Huus Brot in Schutterwald vor und stand bei der ersten Charge wie immer nicht nur mit Rat, sondern am Tisch auch mit Tat zur Seite. Die Teigherstellung beginnt mit dem Ansatz eines Poolish. Nach circa 24 Stunden wird mit diesem und unter Einsatz von nur wenig Hefe der mit einer TA von 185 bis 190 recht weiche Teig für das Huus Brot hergestellt und zu je 12 kg in Boxen abgewogen.

Es folgt eine weitere Lagerzeit von bis zu 24 Stunden, dann teilt ein Hydraulikteiler die 12 kg dann in einer 20er Teilung in 20 Brote mit 600 g Einwaage. Ruhen die anschließend zunächst rundgewirkten Teiglinge vor der endgültigen manuellen Aufarbeitung und Formgebung noch einige Minuten, dann sind alle Parameter für ein perfektes Produkt eingehalten. Nach kurzer Garzeit werden die Huus Brote dann mit ihrem

Gewicht von 600 g mit einer Backzeit von 60 Minuten möglichst auf der Herdplatte kräftig ausgebacken. Das Ergebnis ist ein schonend geteiltes, handwerklich komplett über den Tisch aufgearbeitetes, dunkles Weizenmischbrot mit einem ausgeprägten Geschmack, überzeugend in Rösche, Frischhaltung und Porenbild. Wegen des relativ hohen Wasseranteils ist das fertige Produkt sehr saftig und sieht mit seiner kräftigen Kruste und der feuchten, leicht glasigen Krume verlockend aus.

„Im Süden sind Halbweißbrote, dunklere, milde Weizenbrote, sehr beliebt, darum kommen Brote aus Ruchmehl, wie das Huus Brot, bei uns sehr gut an. Ein Schwarzbrot aus Hamburg wird bei uns sicherlich nie ein Aktionsbrot werden, denn ein erfolgreiches Produkt einfach zu kopieren, das funktioniert nie. Man muss immer mit eigenen Ideen daran gehen und auch Dinge abwandeln. Das Huus Brot genießt schon durch seinen Schweizer Namen eine Wertigkeit. Und wir haben Filialen in Rheinfeld, Lörrach und Weil am Rhein. Die Aufwertung des Schweizer Franken hat hier zu einer richtigen Sonderkonjunktur geführt.“

Die Mönzheimer Mühle bewirbt das Huus Brot auch als „Brot mit Charakter“ und genau das suchte Oberdorfer, als er sich für die Idee des Huus Brotes begeisterte. „Ein Brot, das man nicht jeden Tag bekommt und das heraussticht aus dem üblichen Angebot. Ein hochwertiges

Ein dunkles Weizenmischbrot mit einem ausgeprägten Geschmack, überzeugend in Rösche, Frischhaltung und Porenbild. Es ist sehr saftig und sieht mit seiner kräftigen Kruste und der feuchten, leicht glasigen Krume verlockend aus. Ein Brot mit Charakter.





SPEZIALBROT | 19

Die nach dem Teilen zunächst rundgewirkten Teiglinge ruhen vor der endgültigen manuellen Aufarbeitung und Formgebung noch einige Minuten. Nach kurzer Garzeit werden die Huus Brote dann mit einer Backzeit von 60 Minuten möglichst auf der Herdplatte kräftig ausgebacken.

Spezialbrot, das völlig zu Recht zu guten Preisen angeboten werden kann.“ Das Brot erwies sich als Sortimentsbereicherung, der Abverkauf verlief dementsprechend gut. „Besonders unsere Stammkunden wurden damit angesprochen.“

Handwerksbetrieb. Trotz der Unternehmensgröße versteht sich die Bäckerei Armbruster als Handwerksbetrieb. „Wir arbeiten handwerklich, wie beim Huus Brot, dessen Aufarbeitung sich praktisch nicht von der eines kleinen Bäckers ohne Maschinen unterscheidet. Aber wir haben eben viel Platz und viele Leute und sind darum in der Lage, auch größere Mengen handwerklich herzustellen.“ Der Spagat zwischen handwerklich hergestellten Produkten und preissensiblen Produkten, die über die Anlage laufen, gelingt. Gute, teigschonende Technik und lange Führungen sind der Grundstein dafür. Auch im TK-Geschäft ist das Unternehmen erfolgreich. Es lastet die Backstube bestens aus, denn tagsüber wird für die Tiefkühlung gearbeitet, während nachts die frischen Produkte im Fokus stehen. Mit Tiefkühlprodukten ist man, nicht zuletzt dank Bio- und IFS-Zertifizierung, auch international erfolgreich. So wird in 14 Nationen exportiert, darunter nach Frankreich, Norwegen, Litauen und Spanien.

Positiv verläuft auch die Entwicklung der Bäckergastronomie. Jede Einrichtung wird individuell geplant, das größte Objekt weist 120 Sitzplätze auf. Etwa 50 Verkaufsstellen bieten heute Sitzplätze, darunter sind in Kleinstädten und Bahnhöfen auch kleinere Cafés und Stehcafés mit nur 10 Plätzen. Kein Laden ist dabei wie der andere. Auch wenn prägnante Farben und das Logo als Merkmale bleiben, das Design ist angepasst an die geforderte Funktionalität, jedoch variabel.

In allen Verkaufsstellen wird gebacken, Brezel und Brötchen natürlich, in geeigneten Läden aber auch Plunder und frisch belegte Pizzen. Eine Quiche, ausgelegt auf die Herstellung in den Filialen, wo nur noch die Rohmassen eingefüllt werden, ist ebenfalls ein beliebtes Produkt. Das Backen von Brot ist angedacht, dem Thema Show-Backen will sich die Bäckerei Armbruster aktuell allerdings nicht widmen. Der Qualität wegen sollen in Zukunft alle Verkaufsstellen nach und nach auf Etagenbacköfen umgestellt werden.

Und als weitere Investition in die Qualität sieht Oberdorfer auch das Huus Brot. „Wenn ich das Spezialmehl durch einen Weizenmischbrotteig ersetze, habe ich sicher am Rohstoff einiges gespart. Aber dann habe ich auch kein Huus Brot, mit dem ich mich – auch im Preis – klar abheben kann vom Wettbewerb.“

SEVERIN OBERDORFER:

„Man muss sich davon verabschieden, jeden Tag das komplette Sortiment herzustellen. Kunden fallen zwar beim Brotkauf oft auf Gewohntes zurück, aber trotzdem lassen sich Aktionsbrote gut und erfolgreich platzieren. Wir legen viel Wert auf die Analyse des Abverkaufs und strukturieren unser Sortiment nach den Resultaten. Hochwertige Spezialbrote sind attraktiv, weil sie ein höheres Preisniveau gestatten. Ich finde, die Backbranche ist eine tolle Branche. Aber nur, wenn man handelt statt zu klagen und sich zu bemitleiden.“

Severin Oberdorfer
Geschäftsleitung, Prokurist



Hermann Armbruster Bäckerei GmbH & Co.
Burdastraße 5, 77746 Schutterwald
Tel.: +49 (0)7 81 60 09-0, Fax.: +49 (0)7 81 60 09-50
info@armbruster-baekerei.de, www.armbruster-baekerei.de



Freude an Räumen – AHA360°

AHA360° – DAS IST NICHT EINFACH NUR EIN NEUES LOGO, SONDERN DRÜCKT PRÄGNANT DIE GANZHEITLICHE SICHT DES EINRICHTUNGSSPEZIALISTEN AUS GERSTHOFEN AUS, WENN ES DARUM GEHT BÄCKEREIKONZEPTEN MIT NEUEN IDEEN EINE PASSENDE BÜHNE ZU GEBEN.

AHA steht für höchste Qualität und wegweisendes Design gepaart mit Leidenschaft für interessante Erlebniswelten. Immer die Anforderungen des Kunden im Blick in einer Welt, die sich schnell verändert und stets Perfektion fordert. Die Ware ist der Hauptdarsteller, die von AHA360° konzipierten Räume sind die passende Bühne dafür. Für den Erfolg des Kunden haben alle Konzepte eines gemeinsam: 360° unvergleichliches Raumgefühl.

AHA 360°

AHA360° steht für höchste Qualität und wegweisendes Design gepaart mit praller Leidenschaft für interessante Erlebniswelten. Dabei bleiben die Anforderungen des Kunden immer im Blick, und das in einer Welt, die sich schnell verändert und stets Perfektion fordert. Doch immer bleibt die Ware der Hauptdarsteller, die in Gersthofen geplanten und gefertigten Räume die passende Bühne dafür. Das 360° Raumgefühl haben dabei alle Konzepte gemeinsam.

Jeder AHA360° Raum erzählt seine ganz eigene Geschichte. Von Traditionen und Visionen, Werten und Werdegängen, Momenten und Gefühlen. Leidenschaft für Räume bündelt diese Einflüsse und übersetzt sie jeweils individuell in eine einzigartige Raumatmosphäre. Damit das gelingt, wird die gesamte Raum- und Lichtplanung im engen Kontakt mit dem Kunden kreiert und jedes neue Konzept aus jedem erdenklichen Blickwinkel gestaltet. Mit einem individuell auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnittenen Konzept als Ziel entwickelt das Team von Spezialisten eine gemeinsame Strategie

und – die Wirtschaftlichkeit des Projekts stets im Blick – hinterfragt, berät, plant und realisiert. So erzählen die neuen Räume nicht mehr nur eine Geschichte, sondern stehen vielmehr für eine

gemeinsame Erfolgsgeschichte.

1.800 solcher Erfolgsgeschichten konnte das Unternehmen seit der Gründung durch Michael Mayer seit 1997 bereits mitschreiben. „Wir kennen die Welt der Innenarchitektur wie kaum ein anderer.“ Ständig ist man auf der Suche nach neuen Materialien, Trends und Ideen, erweitert sich der Horizont des Teams in alle Richtungen. Nicht zuletzt auch, weil man in vielen Welten zuhause ist, die immer wieder neue und andere Herausforderungen stellen. Ob in Bäckerei, Konditorei, Confiserie, Chocolaterie, Erlebnisgastronomie oder Feinkost, in Erlebniswelten wie Center- und Kinoprojekten oder im Handel – AHA schafft Grundlagen für Erfolgsgeschichten.

Raum für Licht. Licht ist nicht gleich Licht. AHA360° dosiert und inszeniert Tageslicht und Kunstlicht, direkte und indirekte



Licht ist nicht gleich Licht. AHA360° dosiert und inszeniert Tageslicht und Kunstlicht, direkte und indirekte Beleuchtung, Stimmung und Atmosphäre – immer im perfekten Einklang mit der Innenarchitektur. Und erzeugt damit einzigartige Lichtmomente und Wareninszenierung.
Beispiel: Kugler Feinkost GmbH, Taxetstraße 5, 85599 Parsdorf



Die Ware bleibt der Hauptdarsteller, die Räume bilden die passende Bühne dafür. Jeder AHA360° Raum erzählt seine ganz eigene Geschichte.

Beispiel: Bäckerei Schuhbeck KG, Hauptstraße 65, 83324 Ruhpolding

Immer wieder neu und einzigartig. Das und der Anspruch stets der innovativste und qualitativ hochwertigste Ladeneinrichter zu sein, ist die Motivation von AHA360°.

Beispiel: Kugler Feinkost GmbH, Taxetstraße 5, 85599 Parsdorf

Beleuchtung, Stimmung und Atmosphäre. Immer im Einklang mit der Innenarchitektur entsteht durch einzigartige Lichtmomente eine Wareninszenierung. Funktionalität und Technik sind dabei ebenso ausschlaggebend wie Emotion und Wirkung. Das Spiel von Architektur und Interieur, Licht und Schatten, High End-Technik und natürlichem Tageslicht erzeugt ein faszinierendes Ambiente. Die Licht- und Elektrotechniker, zertifizierte Lichtplaner und Gestalter beleuchten so jedes Projekt und jede Situation im wahrsten Sinne des Wortes „von allen Seiten“. So unterstützt intelligente Lichtplanung den Abverkauf.

Ganz individuell lässt sich die Beleuchtung – abhängig vom Tageslicht – mit der AHA360° App steuern. Schließlich lässt sich durch die stimmungsvoll inszenierte Produktpräsentation und ein angepasstes Raumambiente das Kaufverhalten nachhaltig beeinflussen. Doch ein Lichtkonzept ist immer nur so gut wie seine wirtschaftliche Rentabilität. Also vergleicht AHA360° die aktuelle Beleuchtungssituation und ermittelt die größten Einsparpotentiale. Und nicht zuletzt auch aus Kostengesichtspunkten werden ausschließlich Produkte und Leuchtmittel eingeplant, die auch in ferner Zukunft noch erhältlich und ohne Hinzuziehen eines Experten auswechselbar sind.

Das Licht- und Leistungsspektrum umfasst eine ganzheitliche Objektbetreuung, die komplette Ausführung von Lichtkonzepten, eine individuelle und herstellerunabhängige Beleuchtungsplanung und eine Beratung durch Fachpersonal, auch vor Ort. Dabei kommen nicht nur alle renommierten Markenprodukte zum Einsatz, sondern auch durch die AHA360° Lichtspezialisten entwickelte Eigenbauten exklusiver, individueller Leuchten.

Licht ist die Grundlage des Lebens und damit auch des Arbeitens. Licht verkauft und Licht schafft Erlebnisräume, sorgt für ein gesundes Arbeitsklima und harmonisiert jede Architektur. Doch gutes Licht entsteht nicht nur durch formschöne Beleuchtungskörper. Es gehört viel Know-how dazu sowie jahrelange Erfahrung. AHA360° ermittelt darum immer zunächst die persönlichen Bedürfnisse und

konzipiert dann eine spezifische und qualifizierte Lichtplanung für die individuelle Beleuchtungssituation. Die Lichtkompetenz zeigt sich in der verbesserten Farbwiedergabe für mehr Produktumsatz, in der Kostenreduzierung durch den Austausch alter Leuchtmittel und schließlich auch in der Kundenbindung dank der emotionalen Beleuchtung.

Die zertifizierten Lichtplaner und Gestalter entwickeln aus Ideen einleuchtende Konzepte. Neben einer technisch vollendeten Umsetzung auf höchstem Niveau durch erfahrene Licht- und Elektrotechniker spiegelt jedes dieser Konzepte dabei vor allem eines wieder: die Leidenschaft für Licht. Und genau diese Leidenschaft kann und darf jeder Kunde vom gesamten AHA360° Team erwarten.

Raum für Teamgeist. Ein geschlossenes Auftreten und das Verfolgen gemeinsamer Ziele zeichnet den AHA360° Teamgeist aus. Aktuell arbeiten über 60 feste und 35 freie Mitarbeiter – jeder davon Profi auf seinem Gebiet – für den Erfolg jedes Projekts. Dabei verlieren sie neben der umfassenden Beratung, kreativen Konzeption und perfekten Ausführung vor allem eines nicht aus den Augen: ihre Freude an Räumen als Bühne für die perfekten Produkte vom Bäcker.



Ein geschlossenes Auftreten und das Verfolgen gemeinsamer Ziele zeichnet den AHA360° Teamgeist aus. Aktuell arbeiten über 60 feste und 35 freie Mitarbeiter – jeder davon Profi auf seinem Gebiet – für den Erfolg der Kunden. Dabei verlieren sie neben der umfassenden Beratung, kreativen Konzeption und perfekten Ausführung vor allem eines nicht aus den Augen: ihre Freude an Räumen.

RÄUME ALS BÜHNE

Michael Mayer, Gründer und Geschäftsführer der AHA GmbH

Herr Mayer, Sie haben 18 Jahre nach Gründung des Unternehmens das Logo und damit auch die Corporate Identity von AHA deutlich verändert. Warum? Wir kennen die Welt der Innenarchitektur wie kaum ein anderer. Ständig auf der Suche nach neuen Materialien, Trends und Ideen erweitern wir unseren Horizont in alle Richtungen. Unser Wissen sowie unsere große Erfahrung geben wir seit der AHA360° Gründung im Jahr 1997 als Sparringspartner an unsere Kunden weiter. Seither konnten wir über 1.800 Projekte realisieren – jedes für sich eine eigene Erfolgsgeschichte.

Sie sprechen von einem Relaunch. Was verstehen Sie darunter? Das Entscheidende bleibt beim Alten: Höchste Qualität, wegweisendes Design gepaart mit voller Leidenschaft für außergewöhnliche Erlebnissen. Nur eine Kleinigkeit ändert sich: aus AHA! Einrichtungen wird AHA360°. Wir verändern nur unsere Außenwahrnehmung. Neben einem neuen Schriftzug wird es zum Beispiel auch eine neue Website geben.

Was hat es mit den 360° auf sich? Oft kommen Kunden zu uns, die eine Vision haben oder einen Betrieb führen, der seit Generationen besteht. In einer sich schnell ändernden Welt sind Konzepte notwendig, die viele Blickwinkel eines Projekts betrachten. Ohne gemeinsame Vertrauensbasis sind Veränderungen hier nicht möglich. Dieses versuchen wir uns auf 360° zu verdienen. Durch Bodenständigkeit und langfristiges Denken.

Was waren aus Ihrer Sicht die wohl gravierendsten Marktveränderungen, wenn wir den Zeitraum von 18 Jahren einmal rückblickend betrachten? Alles ist sicher deutlich schneller geworden und es ist wichtig, die Schnelligkeit in der Umsetzung von Ideen und die Stärken unserer Kunden konsequent hervorzuheben. Das macht AHA360° aus.

Welche Anforderungen werden immer gestellt? Über den Erfolg von Firmen und deren Projekten entscheiden viele verschiedene Faktoren. Standort, Strategie und vor allem Qualität gehören ebenso dazu wie Markenauftritt und architektonische Wahrnehmung. AHA360° beleuchtet jeden Punkt für sich und macht mit immer neuen Ideen ein ganzheitliches Konzept daraus.

Hat sich die Warenpräsentation etwa von Brot in den vergangenen Jahren nicht sehr verändert? Die Ware der Bäcker ist stets der Hauptdarsteller. Diesen Leitgedanken bei jedem Konzept umzusetzen ist enorm wichtig, ebenso wie die Bedürfnisse und die Kernkompetenzen unserer Kunden immer im Blick zu haben. Die Räume als Bühne für die Ware zu verstehen, das muss stets im Fokus stehen.



Michael Mayer, Geschäftsführer der AHA GmbH

Wie steht es aus Ihrer Sicht um die Treue der Kunden? Sie haben viele Stammkunden? Unser Erfolg ist eng mit dem Erfolg unserer Kunden verbunden – und mit deren Vertrauen. Dieses erarbeiten wir uns, indem wir individuell und bedarfsgerecht, loyal und solidarisch auf ihre Wünsche eingehen. Immer wieder neu. Immer wieder einzigartig. Das, und unser Anspruch, für sie stets der innovativste und qualitativ hochwertigste Ladeneinrichter zu sein, ist unsere Motivation für die Zukunft. Dank unserer vielen Stammkunden dürfen wir jeden Tag dazulernen. Dafür sind wir sehr dankbar.

Ihr Firmensitz liegt in Gersthofen bei Augsburg, die iba findet in München statt. Ein Heimspiel für Sie? Wir freuen uns natürlich riesig auf die Messe. Ohne ins Detail gehen zu wollen und auch, um unsere Leser neugierig zu machen: Wir werden tolle Konzepte und Ideen zeigen und als eines der Highlights mit Jörg Löhr – einem der angesehensten und kompetentesten Management- und Persönlichkeitstrainern im deutschsprachigen Raum – am iba-Montag um 16 Uhr einen Top-Speaker bei uns am Stand zu Gast haben.

DAS UNTERNEHMEN

Die AHA GmbH hat ihren Sitz in Gersthofen bei Augsburg und wurde vor 18 Jahren durch Michael Mayer gegründet. Heute arbeiten in der Firma mehr als 60 feste sowie weitere 35 freie Mitarbeiter. Das mittelständische Familienunternehmen plant und baut in der eigenen Fertigung individuelle Designkonzepte für Bäckerei und Konditorei, Café und Confiserie, Feinkost, Metzgerei sowie Erlebnisgastronomie. Der Bereich Lichtkonzepte ist eine eigene Geschäftseinheit der AHA GmbH und arbeitet eng mit den Bereichen Architektonische Planung und Einrichtungskonzepte zusammen.

Kontakt:

AHA GmbH

Augsburger Straße 162, 86368 Gersthofen

Tel.: +49 (0) 821 79 09 84-0, E-Mail: service@aha36.com, Internet: www.aha360.com

AHA
360°

AHA
360°

Neue Dimensionen



FÜR DIE GESELLSCHAFTER UND MITARBEITER VON „BSC- DIE BÄCKEREI-BERATER“ GING IN DIESEM SOMMER EIN LANG GEHEGTER WUNSCH IN ERFÜLLUNG. DAS MODERNE UND FUNKTIONALE SCHULUNGSZENTRUM IN EINEM EIGENEN GEBÄUDE IN NEUWIED WURDE NACH MEHRMONATIGEM UMBAU FERTIGGESTELLT. DAMIT KANN DAS LEISTUNGSANGEBOT IN THEORIE UND PRAXIS DEUTLICH VERBESSERT WERDEN.

Mit dem vollendeten Umbau des neuen Firmengebäudes in Neuwied konnte das bsc-Team eine Vision verwirklichen, die Frank Schmitz und Magdalena Pietraszek bei der Gründung von bsc vor fünf Jahren wohl kaum für möglich gehalten hatten und deren Umsetzung ihnen, ob der bescheidenen Anfänge in einem kleinen Büro von 40 Quadratmetern, immer noch ein wenig wie ein Traum erscheint. Ein von der Telekom erworbenes ehemaliges Schulungszentrum in Neuwied eröffnet dem stetig gewachsenen Unternehmen nach der mehrmonatigen Umbauphase nun völlig neue Möglichkeiten auf dem Gebiet der Beratung und Weiterbildung.

3.500 m² Grundstück, zwei Etagen mit je 570 m² für Büros, Schulungsräume und Lager – neue Dimensionen für das Unternehmen. Warum dieser mutige Schritt? „Wir sind gewachsen und haben noch einige Ziele und Visionen. Dafür brauchen wir Platz. Außerdem wurden wir immer gefragt, ob wir unsere Seminare nicht auch in eigenen Räumen geben könnten. Nicht alle Betriebe haben schließlich überhaupt die Möglichkeiten einer Personalschulung oder -weiterbildung vor Ort. Und oft hilft eine andere Umgebung, um den Kopf frei zu bekommen und eigene Potenziale zu entfalten sowie Wissen zu erweitern“, begründet Frank Schmitz, gemeinsam mit Magdalena Pietraszek von Beginn an als Geschäftsführung verantwortlich. An der Gesellschafterstruktur hat sich allerdings etwas geändert, denn mit der Diplom-Betriebswirtin Janine Gruner ist man seit dem 1.7.2015 nun zu dritt. „Ihre Kenntnisse und ihr Blick aus einer ganz anderen Perspektive ergänzen uns einfach perfekt“, begründen die Geschäftsführer diese Entscheidung.

Im März 2010 gründete Frank Schmitz gemeinsam mit Magdalena Pietraszek die bsc Konzepte GbR in Neuwied. Der ausgebildete Bäcker und Konditor verfügte damals schon über fast 30 Jahre Branchenerfahrung und war zwölf Jahre Verkaufsleiter im Bereich Planung, Durchführung und Neueröffnung von Bäckereien. Magdalena Pietraszek – Fachwirtin für kaufmännische Betriebsführung, Bäckereifachverkäuferin und Expertin für Filialorganisation, Verkaufstraining und Mitarbeitercoaching konnte auf intensive Erfahrung als Bereichsleiterin in einem Unternehmen mit 120 Filialen zurückgreifen. Die heute drei Gesellschafter betreuen im Unternehmen, das mittlerweile 21 feste Mitarbeiter zählt, verschiedene Schwerpunkte. So ist Magdalena Pietraszek zuständig für Verkaufstraining, Warenpräsentation, Filialorganisation. Frank Schmitz ist der Experte für Standortanalyse, Kostencontrolling, Personal, Laden-

konzeption und Unternehmensberatung. Janine Gruner, lange Jahre als Team- und Projektleitung im Bereich Marketing und Werbung im In- und Ausland tätig, verantwortet den Schulungsbereich, betreut die Kunden und ist für die Strategie und das Marketing von bsc zuständig. Eine gut funktionierende Dreiteilung, welche die rasante Entwicklung der „Bäckerei-Berater“ erst möglich gemacht hat. Aktuell sind die Spezialisten in über 85 Bäckereien in ganz Deutschland, Österreich, Russland und der Türkei in Betreuung und Beratung tätig. Zu den Kunden zählen sowohl kleinere Fachgeschäfte als auch Großbäckereien mit breitem Filialnetz sowie Café- und Bäcker-Gastronomie-Konzepte.



Frank Schmitz ist der Experte für Standortanalyse, Kostencontrolling, Personal, Ladenkonzeption und Unternehmensberatung.

Breites Angebot. Aus den Anfängen heraus entwickelte das Unternehmen stetig wachsend sein heutiges breites Leistungsangebot. Das Schulungszentrum, das nun „Heimspiele“ in Neuwied ermöglicht, schafft neue Voraussetzungen für ein umfassendes Seminar- und Workshop-Programm, das sich an Betriebsinhaber wie an Verkaufspersonal richtet. Angeboten werden klassische Weiterbildungsveranstaltungen, etwa zur Snackerherstellung, zu Kaffeethemen oder Warenpräsentation, dazu auch vertiefende Workshops zu verschiedensten Themenbereichen.

Neben einem IT Schulungsraum mit circa 30 Sitzplätzen und entsprechender Ausstattung zur Vermittlung von theoretischen Lerninhalten geht es in einem volleingerichteten 90 m² großen Café-Backshop um die Praxis. Die moderne bsc-Filiale bietet zum praktischen Vorführen und Arbeiten eine zeitlose Ladeneinrichtung mit Theke, Brotschneidemaschine und Brotregal, etwa zur praktischen Arbeit im Bereich der Warenpräsentation oder des Verkaufsgesprächs, eine Snacktheke und Belegstation, Snacktechnik in Form eines Kombi-Ofens, ein Induktions-Kochmodul sowie eine zweigruppige Siebträger-Kaffeemaschine. Selbstverständlich darf auch Ladenbacktechnik mit Umluft- und Etagenbackfläche sowie einem Gärvollautomaten nicht fehlen. „Mit dieser Ausstattung ist gewährleistet, dass wir jede Verkaufssituation ebenso realistisch darstellen können wie die Arbeit an der Belegstation oder am Ladenbackofen“, zeigt sich Magdalena Pietraszek zufrieden. Die richtige Vermittlung etwa von Brotkompetenz,



In dem voll eingerichteten 90 m² großen Café-Backshop geht es um die Praxis.

ONLINE WISSENS-TOOL



Das bsc Online Wissens-Tool ist ein eigens für bsc entwickeltes Instrument, mit dem Fach- und Führungskräfte sich online qualifizieren und prüfen lassen können. Schnell und unkompliziert erhält der Anwender einen Überblick über das Stärken- und Schwächenprofil seines Personals. Der Vorgang wirkt sich motivierend aus und bietet eine gute Grundlage zur gezielten Optimierung von Wissen. Zu Testzwecken ist eine Demo-Version verfügbar. „Unser Tool kann sehr viel vermitteln und abdecken. Um hier genau den Wunsch und Nerv unserer Kunden zu treffen, stellen wir den Demo-Account nach einem ersten Abstimmungstelefonat zusammen.“

Leistungen

- Wissens-Vermittlung in zahlreichen Themenbereichen wie Grundlagen-, Spezial- und Führungskräfte-Wissen
- Wissens-Prüfung mit unmittelbarem Ergebnis-Protokoll
- Wissens-Glossar zum schnellen Nachlesen
- Schulungsunterlagen inklusiv
- Optional persönliche Schulungen vor Ort
- Auswertung und Dokumentation
- Persönliches Abschluss-Zertifikat

Nutzen

- Mitarbeiter-Bildung
- Mitarbeiter-Motivation
- Stärken-Schwäche-Analyse
- Basis für gezielte Wissens-Optimierung

ein Frischekonzept mit Backen im Laden oder Ideen zum Kaffee- oder Snackangebot – den aktuellen Themen des Bäckerhandwerks wird hier viel Raum gegeben. Und im Bedarfsfall werden Theke und Rückwand mit echter Ware aus einer benachbarten Bäckerei bestückt.

„Wir wollten eine realistische Verkaufssituation für das Training nachstellen und den Raum etwa durch Einrichtung, Wandgestaltung und Beleuchtung zu einem echten Verkaufsraum zu machen.“ Und die Stehtische sind bei einem Seminar oder Workshop sicher nicht nur Dekor, sondern schaffen Möglichkeiten zur Wissensvermittlung und zu vertiefender Arbeit in kleinen Gruppen. Die Wissensvermittlung erfolgt mit moderner Digitaltechnik und natürlich durch das aktive Training am Objekt. Daneben gibt es Lernunterlagen zum Lesen und Durcharbeiten. Außerdem steht zum Überprüfen des Lernerfolgs und Nacharbeiten, auch zu einem späteren Zeitpunkt, ein von bsc entwickeltes Online-Tool (siehe Kasten) zur Verfügung. Für eine angenehme Lernsituation sorgen nicht

nur die modernen Schulungsräume, sondern auch ein innenliegender Balkon mit Blick ins Grüne oder der „Freiraum“, wie sich der Entspannungsraum nennt. Eine Pause im Grünen ist ebenfalls leicht zu realisieren. Das Schulungszentrum liegt umgeben von Seen im Trinkwasser-Schutzgebiet. Auch ein Anmieten der Räume durch Betriebe, die ihre Mitarbeiter einmal in einer anderen Umgebung zusammenbringen und weiterbilden wollen, wird angeboten. Ein nah gelegenes Vier Sterne-Hotel steht in diesem Fall als Unterkunft zur Verfügung.

Seminarkalender. Mit dem 17. Oktober steht der offizielle Eröffnungstermin fest. Doch der Bezug der neuen Büros und die Fertigstellung des Seminar- und Verkaufsrums sind nur ein erster Schritt. Aktuell arbeitet Janine Gruner an dem Seminar- und Veranstaltungsplan für 2016. „Mit unserem neuen Schulungszentrum können wir jetzt zweigleisig fahren. Es bleibt natürlich bei unserer bewährten praktischen Arbeit und Unterstützung vor Ort in den einzelnen Betrieben, für die wir angefordert werden. Wir gehen mit unserer unabhängigen Beratung weiterhin immer direkt in die Praxis, orientiert an den individuellen Verhältnissen vor Ort. Wir optimieren und unterstützen dabei für eine nachhaltige Umsetzung von Ideen. Daneben können wir aber jetzt stärker als in der Vergangenheit übergreifende Themen frei anbieten, in unseren eigenen Räumen.“

Dabei müssen die Themen und Referenten auch nicht zwingend von bsc kommen. „Wir können uns sehr gut vorstellen, hier ein Netzwerk von Partnern aufzubauen, die in ihrer Zielsetzung mit uns zusammenarbeiten und zum Beispiel ihre Lösungen zur Snackherstellung, zum Backen oder zur Warenpräsentation, ebenso aber auch die Leistungen und Vorzüge ihrer Kassen vorstellen könnten.“

Geplante Themen für 2016 sind unter anderem: Verkaufsschulung mit Training on the job, das richtige Frühstückbüfett, Alles rund um den Kaffee, Frischekonzepte. Im Bereich der Betriebsführung wird es unter anderem um die Schulung von Führungskräften, Nutzen von Verkaufskennzahlen, Motivation und Delegation, Kalkulation, Preisfindung von Snacks, Zeitmanagement, Werbung und Marketing, aber auch HACCP und



Janine Gruner verantwortet den Schulungsbereich, betreut die Kunden und ist für die Strategie und das Marketing von bsc zuständig. Ein IT Schulungsraum mit ca. 30 Sitzplätzen und entsprechender Ausstattung dient der Vermittlung von theoretischen Lerninhalten.



Magdalena Pietraszek (links) ist zuständig für Verkaufstraining, Warenpräsentation, Filialorganisation. Angeboten werden in Theorie und Praxis klassische Weiterbildungsveranstaltungen, etwa zur Snackerstellung, zu Kaffeethemen oder Warenpräsentation, dazu auch vertiefende Workshops.

richtiges Gesundheitsmanagement gehen. Die Themenfindung erfolgt aus der täglichen Arbeit des Teams in den Bäckereien in ganz Deutschland und ist darum immer praxis- und produktbezogen. So werde man sich zum Beispiel auch Trendthemen widmen, verspricht Gruner. „Wenn man wie wir täglich in den Betrieben und mit der Beratung und Unterstützung so nah am Geschehen ist, dann lassen sich daraus sehr konkrete Weiterbildungsangebote erarbeiten.“ Ganz besonders will man sich auch dem Thema Führungskräfte widmen, denn die zu erkennen und mit entsprechenden Weiterbildungsveranstaltungen auch zu fördern (und zu fordern) wird eine der entscheidenden Aufgaben für die Betriebe sein, wollen sie den zukünftigen Herausforderungen erfolgreich begegnen.

Das nächste Projekt von bsc wird die neu zu gründende Innovationsgruppe, für die es bereits definierte Teilnehmer gibt. Sie wird einen Erfahrungsaustausch bringen, neue Ideen erarbeiten, ohne dabei eine zahlengestützte Erfahrungsgruppe zu sein. „An klassischen Erfahrungsgruppen gibt es keinen Mangel“, stellt Schmitz dazu fest. Interessenten, die ihr Wissen einbringen und von Erkenntnissen anderer lernen wollen, sind willkommen und können sich gern melden. „Wir achten unbedingt darauf, dass die Entfernungen zwischen den einzelnen Teilnehmern entsprechend groß sind, so dass es auch in Zukunft zu keinen Berührungen im Markt kommt. Unser Ziel ist der Austausch, nicht das Ausspionieren.“

Als Referenten oft vor Ort in Neuwied stehen neben den Geschäftsführern auch die anderen Fachspezialisten zu Verfügung. „Jeder von uns hat unterschiedliche Schwerpunkte und Kenntnisse. Diese sollte auch jeder leben und weitergeben können.“

Gesellschafter und Mitarbeiter sind optimistisch. „Am Anfang wurden wir belächelt“, erinnert sich Schmitz an die ersten Monate nach der Gründung. „Heute sind wir ein Team von über 20 Mitarbeitern, und es macht einfach Spaß mit so einem guten Team zu arbeiten. Unser Antrieb, Wissen weiterzugeben, ist geblieben und der Erfolg treibt uns weiter an. Man sieht in den Betrieben ja immer eine Entwicklung und dass man viel bewirken kann.“ „Unsere Stärke ist neben unserem Wissen auch die rasche Umsetzungszeit von Ideen. Wir sind aus der Praxis und arbeiten mit unseren Kunden an der Verbesserung der Praxis“, verspricht Magdalena Pietraszek.

Das neue Schulungszentrum ist für alle ein Ansporn, sich nicht auf dem bereits Erreichten auszuruhen, sondern nach vorn zu denken. Mehr Platz, mehr Angebot, mehr Leistung. Natürlich ist bsc auch auf den führenden Fachmessen im In- und Ausland anzutreffen, ob Internorga, Südback, FBK, Modern Bakery oder Ibatech. Und selbstverständlich ist man auch auf der iba vertreten. Die Spezialisten sind dort in der Halle A4, Stand 311 (Korte-Einrichtungen) zu finden.



BSC-DIE BÄCKEREI BERATER

Viele Bäckereien verschenken jeden Tag Umsatz- und Gewinnpotenzial. bsc – Die Bäckerei-Berater spüren diese ungenutzten Möglichkeiten auf und erarbeiten praxisorientierte Impulse für mehr Geschäftserfolg. Das Leistungsangebot reicht von der strategischen Konzeption, der Planung bis zur Neueröffnung, Optimierung der Produktion, Schulung von Fach- und Führungskräften, Thekengestaltung, Kalkulation und Präsentation von

trendigen und konkurrenzfähigen Snackideen und vielem mehr. Testkauf, Beratung und Begleitung von Planung bis Neueröffnung, Erstellen von passenden Snack-

konzepten, Sortimentsberatung und -gestaltung, Warenpräsentationen, Thekengestaltung, Snackideen, frische Rezepturen, Verkaufstrainings, Basis-Schulungen, Weiterbildungen für Führungskräfte, Marketingstrategie und Werbeumsetzung bilden die Schwerpunkte der Arbeit in den Betrieben und jetzt auch im eigenen Schulungszentrum in Neuwied.

Kontakt:

bsc-konzepte GbR
Frank Schmitz, Magdalena Pietraszek, Janine Gruner

Im Langendorfer Feld 3, 56566 Neuwied
Tel.: +49 (0) 26 31 96 94 9-0, Fax: +49 (0) 26 31 96 94 9-29
info@bsc-konzepte.de, www.bsc-konzepte.de

AHA 360°

AHA 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@aha36.com

www.aha360.com



Mönzheimer Mühle

Decker + Mönch GmbH & Co. KG

Pforzheimer Straße 8

D-71297 Mönshheim

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



BACKÖFEN & KÄLTETECHNIK

HEIN BACKÖFEN GmbH

102 Rue du Kiem
L -8030 Strassen/Luxemburg

Tel.: +352 45 50 55-1

Fax: +353 45 50 55-333

info@hein.lu

www.hein.lu



**Paillasse Marketing /
International SA**

Faubourg de l'Hôpital 1
CH-2000 Neuenburg

info@paillasse.ch

www.paillasse.ch