



Die Kombination von neuer Kemper Brötchenanlage und Aroma Cooler brachte der Bäckerei Leifert in Gifhorn eine deutliche Verbesserung der Brötchenqualität, die sich in ca. 20 % Mehrumsatz niederschlägt.



Fotos: BackMedia

Eindrucksvolle Entwicklung

Eindrucksvoll – so lässt sich die Entwicklung der Bäckerei Leifert in Gifhorn in nur einem Wort zusammenfassen. Die Bäckerei hat sich in den letzten 25 Jahren rasant weiterentwickelt. Als Georg und Annette Leifert den 1950 gegründeten Betrieb übernahmen, war der eine typische kleine Handwerksbäckerei mit nur einer Verkaufsstelle und immerhin ca. 20 Wiederverkäufern. Heute gibt es Leifert Backwaren in 51 Verkaufsstellen, in 27 eigenen – davon vier Cafés und zwei Coffee Shops – und 24 Vorkassenzonen. In allen Läden wird in WP Ladenöfen, zunehmend stärker auch in Etagenöfen gebacken, Tendenz ist mit derzeit 22 weiter steigend.

Klar, dass mit dem Wandel des Betriebs auch die Inhaber vor immer neue Herausforderungen gestellt wurden und an ihren Aufgaben wuchsen, denn es war ihnen schließlich nicht in

die Wiege gelegt, mal ein Unternehmen mit 51 Filialen und annähernd 200 Mitarbeitern zu steuern. Und natürlich passte sich auch die Produktion den geänderten Verhältnissen gleich mehrfach an.

Seit 1981 produziert die Bäckerei Leifert an der Celler Straße in Gifhorn. „Bei jeder Erweiterung seitdem waren



Vor dem Langroller liegen acht Minuten Gärzeit.

wir sicher, weit vorausschauend investiert zu haben, doch wir sind durch die gute Entwicklung immer wieder an Grenzen gestoßen. Wenn wir die wirklich letzten Reserven überbauen, wären heute noch 200 – 300 m² möglich“, sagt Georg Leifert, für den der komplette Neubau des Betriebs aus

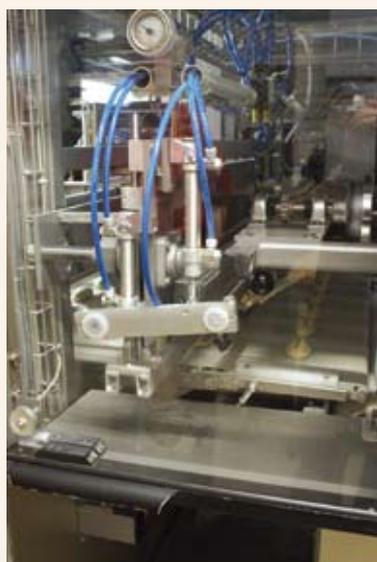


Die Kopfmachine Soft-Star arbeitet mit zwei Wirktrommeln für 40-50 und 60-75 g.

verschiedenen Gründen keine Alternative darstellt. In den letzten sieben Jahren hat sich das Unternehmen auch durch die Übernahme einer Bäckerei mit zehn Filialen in Wolfsburg und einer weiteren mit drei Filialen nahezu zur doppelten Größe entwickelt, es wurde ca. 1 Mio. Euro investiert. Keine Filiale ist weiter weg als 30 km und wird täglich zweimal angefahren. Letzte größere Investition waren vor einem Jahr die Umrüstung einer Kältezelle auf das Aroma Cool Verfahren von WP sowie der Kauf einer Kemper Anlage zur Herstellung runder und langer Brötchen, basierend auf der leistungsstarken Soft Star Kopfmaschine. „Die zuvor benutzte Kövy-Schnittbrötchenanlage war sicher gut, aber sie hatte einfach Kapazitätsgrenzen, die den Kauf einer zweiten Anlage notwendig gemacht hätte. Dafür aber haben wir keinen Platz“, erklärt Leifert die Überlegungen vor dem Kauf. „Wir wollten keinen Alleskönner, keine Anlage, die sowohl Schnittbrötchen als auch gestüpfelte Ware herstellt. Für uns zählte allein eine Lösung für unsere Schnittbrötchen. Da das für uns in jeder Beziehung ein



Vom Hebekipper fällt der Teig zunächst in den Vorportionierer.



Die Anlage stellt allein Schnittbrötchen her. Sie vereint Leistung und beste Qualität.

wichtigen Stichworte, die in diesem Zusammenhang zu nennen sind. Mit Einführung der neuen Brötchenanlage und der Aroma-Kühlung wuchs der Brötchenumsatz um ca. 20%. Zusammen mit dem steigenden Anteil an Brötchen von der Herdplatte Beweis dafür, dass die Investition in Qualität auf jeden Fall lohnend war.

Zusammenspiel

Die 6-reihige Anlage besteht aus der Kopfmaschine Soft-Star und einer komplexen Gärschrankanlage. Sie läuft derzeit mit einer Stundenleistung von 8.500 Stück. „Mehr ist mit dem Bedienpersonal von zwei Mitarbeitern, die uns für die Anlage zur Verfügung stehen, auch nicht möglich. Die theoretische Stundenleistung von 12.000 Stück können wir mit unserer Produktionsweise derzeit nicht ausnutzen“, sagt Produktionsleiter Dirk Viol. Start der Brötchenproduktion ist morgens um 8:00 Uhr, bis ca. 15:00 manchmal auch bis 16:00 Uhr werden die Brötchen aufgearbeitet,



Ein Mann ist gut damit beschäftigt die Dielen an der Anlage abzunehmen.

kommen anschließend in den Aroma Cooler und werden am nächsten Tag, durchgängig im Plusbereich gekühlt, in die Läden gefahren. Vorteil des Aroma Coolers ist die besonders intensive Nutzung des Kälteraums und der dadurch relativ sparsame Umgang mit der Energie – verbunden mit einer sehr guten Abkühlleistung, da die Kunststoffdielen direkt übereinander gesetzt werden können und die Saugkälte den Produkten die Wärme rasch, teigschonend und vor allen Dingen energieoptimiert entzieht. Ziel der Investition war neben der Sicherstellung einer gleichmäßig hohen Qualität auch ein ruhiger Betriebsablauf. Der Aroma Cooler benötigt elf Minuten, um einen Dielenstapel von 24 auf 8 °C herunterzukühlen. Dann sind die vier eingefahrenen Stapel, drei von der Schnittbrötchenanlage, der vierte von der Quattro, heruntergekühlt und werden ins Lager



An der Schneidestation sorgt ein Niederhalter für gleichmäßige Ergebnisse.



Übergabe zum Rundwirken.

A-Artikel ist, um den wir uns entsprechend bemühen, kam der Wahl der Anlage und der neuen Kältelösung große Bedeutung zu.“ Qualität, Energie und Geschmack sind die drei

DAS SAGT GEORG LEIFERT:

„Wenn nach einer Investition ein Mehrumsatz von ca. 20 % zu verzeichnen ist, dann spricht das schon für sich. Die Wahl der Anlage nur für Schnittbrötchen war sicher richtig. Unser A-Artikel ist definitiv noch besser geworden, auch durch den Einsatz des Aroma Coolers. Dass wir dazu heute mehr Brötchen in weniger Zeit und mit weniger Personal herstellen können, ist vor dem Hintergrund der in den letzten Monaten deutlich gestiegenen Kosten ein weiterer wichtiger Aspekt.“



AUF DEN PUNKT GEBRACHT



■ Die gesamte Anlage wurde so konstruiert, dass alle wartungsrelevanten Teile gut zugänglich sind. Die Leistungsfähigkeit wird nicht voll ausgereizt.

gesteuert. Alle direkt abzulesen.

■ Beide Anlagenteile werden über jeweils einen Touch-Screen Betriebszustände sind



■ Der Kopfmaschine sieht man im Aufbau an, dass sie als Hochleistungsmaschine konstruiert wurde.



■ 64 g wiegt das Schnittbrötchen, 40-45 g die Berliner, 75 g das Roggenbrötchen. Die Messtrommel weist einen Bereich von 35-75 g auf, die beiden Wirktrommeln von 40-50 und 60-75 g.



Vorteil des Aroma Coolers ist die besonders intensive Nutzung des Kälteraums und der dadurch relativ sparsame Umgang mit der Energie – verbunden mit einer sehr guten Abkühlleistung.



umgefahren. Durch den Kältestau kühlen sie anschließend noch mal auf ca. 3 °C herunter und sind danach 30 bis 36 Stunden lagerfähig. Entsprechend dem Garzustand werden sie

HYGIENE



Alle Ketten und Getriebe der Anlage liegen außerhalb der Teiglingszone. Die Reinigung der Soft Star ist relativ einfach, da die Mehler sehr genau arbeiten und Verstaubungen leicht durch Saugen zu entfernen sind. Die Gärgehänge sind leicht austauschbar und zu reinigen. Eine UV-Entkeimung sorgt dafür, dass diese nicht allzu oft notwendig ist.



PRODUKTHIGHLIGHT

Schoko-Kuchen

Der Schoko-Kuchen, ein Hefeteig, lecker belegt mit frisch gekochtem Pudding und einer Schokoladencreme. Das Stück kostet 1,10 Euro.



Der Touch-Screen zeigt alle Betriebszustände an.

dann morgens auf die Touren verteilt. Brötchen der ersten Tour etwa kommen nicht in den Gärraum, die der zweiten Tour hingegen werden über den Gärraum fertig konditioniert. Das komplette System funktioniert zuverlässig und ist dazu im Energieeinsatz deutlich geringer als vorher bei Einsatz eines Schockers. Qualität,



Der Aroma Cooler benötigt elf Minuten, um einen Dielenstapel von 24 auf 8 °C herunterzukühlen.

Energie und Geschmack sind die drei wichtigen Stichworte, die im Zusammenhang mit der Brötchenherstellung zu nennen sind.

Bei der Herstellung über die konventionelle Kühlung wiesen die Brötchen zuvor deutliche Unterschiede auf, z.T. waren sie angefroren, z.T. auch frisch. Keine guten Voraussetzungen für eine gleichmäßige Qualität. Nach dem Umbau wird die gleiche Fläche viel besser genutzt, etwa 5.000 Dielen der Größe 600 x 450 wurden angeschafft, zum Belegen mit je 3 x 5 Brötchen. Heute hat man fast 8.000 Dielen. Zeichen dafür, dass sich der Verkauf sehr gut entwickelt hat.



Die Soft-Star Kopfmaschine ist einfach zu reinigen.

Sichere Herstellung

Die Kemper Soft Star ist eine Hochleistungs-Teigteil und -Wirkmaschine, die Brötchenteige mit einer TA von 150 bis 165 verarbeitet. „Wir haben auch einmal eine TA von 180 ausprobiert, auch dieser Teig lief durch.“ Der stufenlos regelbare Antrieb, die Stundenleistungsanzeige und verschiedene Automatisierungspakete sowie Spreizbänder und Stückzähler sind Zusatzausstattung. Die Steuerung erfolgt über einen leicht zu verstehenden Touch Screen. Der Kopfmaschine vorgeschaltet ist ein Vorportionierer, der über einen Hebekipper mit Teig gefüllt wird und ihn teigschonend an die Sternwalzen zur Übergabe in die Teigkammer weitergibt. Die Einarbeitungsphase betrug einige



FACTS



Bäckerei Leifert GmbH
Celler Straße 108
38518 Gifhorn
05371/3222
www.leifert.de

Inhaber: Georg und Helmut Leifert
 Gegründet: 1950
 Verkaufsstellen: 51 (45 Bäckerei + 4 Cafés + 2 Coffee Shops)

Mitarbeiter: 190, davon 32 Azubis
 Produktion: 45 Verkauf: ca. 130
 Versand: 10 Verwaltung: 3

Sortiment (Sorten täglich)
 Brot: 25 (3 Bio) Brötchen: 20 (2 Bio)
 Feingebäck: 25 Snacks: 20
 Torten: 12 Blechkuchen: 8

Preisniveau (eigene Einschätz.): mittel

Preise (Euro):
 Semmel: 0,28 Mischbrot 1 kg: 2,20
 Spezialbrot 750 g: 2,45-2,99
 Obstplunder: 1,25 Berliner: 0,85
 Pott Kaffee: 1,20

Umsatz: keine Angabe

Wochen. Das genaue Einhalten der Teigruhe vor der Verarbeitung sowie der Rezeptur war natürlich eine Grundvoraussetzung zur Verbesserung der Qualität. Mit der Soft Star werden heute neben den Teiglingen für die Schnittbrötchen auch Berliner und Quarkwecken abgewogen. 64 g wiegt das Schnittbrötchen, 40-45 g die Berliner, 75 g das Roggenbrötchen. Die Messtrommel weist einen Bereich von 35-75 g auf, die beiden Wirktrommeln von 40-50 und 60-75 g.

Sechserreihig geht es dann unter einem Mehlstreuer entlang in die Gärschrankanlage mit Platz für 300 zur Reinigung leicht austausch-



Das Schnittbrötchen ist der Top-Artikel. Mit neuer Anlage und neuer Kälte konnte der Umsatz um 20 % gesteigert werden.



In der Backstube geht es eng zu, aber Leifert möchte nicht auf der grünen Wiese bauen.

bare Trögel, wo die Teiglinge nach acht Minuten schlusslos langgewirkt und nach weiteren acht Minuten mit einem linear angetriebenen Dreiecksmesser geschnitten werden. Danach erfolgt der Abzug je nach vorher gewähltem programmierten Belegungsbild z.B. auf jeweils vier Kunststoffladendielen für den Aroma Cooler. Ein Mann ist gut damit beschäftigt die Dielen abzunehmen und aufzustapeln.

Der Langwirkstation vorgeschaltet sind eine höhenverstellbare Andruckwalze und eine Korrekturvorrichtung zur genauen Eingabe. Über Handräder lässt sich der Wirkkanal einstellen. Auch vor der Schneidestation erfolgt eine Korrektur der Lage, ein Niederhalter sorgt für den geraden Schnitt. Der

komplette Gärschrank wird in Temperatur und Feuchte gesteuert, eine UV-Lampe und ein Reinigungsprogramm beugen der Verkeimung der Trögel vor. Ein Touch Screen, der die Betriebszustände übersichtlich als Fließbild und mit Klartext anzeigt, ermöglicht die einfache Bedienung.

Insgesamt ist die Anlage trotz der integrierten Bemehlvorrichtungen sehr sauber. Feinste Einstellungsmöglichkeiten, Edelstahlverarbeitung, UV-Entkeimung und regelmäßiges Aussaugen zeigen ihre Wirkung.

Mitarbeiter und Verkauf

Die Bäckerei Leifert hat sich aber nicht nur durch ihre Brötchen einen Namen gemacht. Man führt z.B. auch ein großes Blechkuchenprogramm und backt seit jetzt sieben Jahren täglich auch drei Sorten Brot und zwei Sorten Brötchen in Bio-Qualität, in Stückzahlen von 300 Broten und 500 Brötchen. Außerdem gibt es auch Brote ohne Hefe. Steinöfen und weiche Teige dienen der Brotqualität.

Auf Qualität setzen Leiferts auch bei den Mitarbeitern. In der Bäckerei arbeiten allein fünf Meister. Jeden Freitag ist Mitarbeitertag. Dann steht die Geschäftsleitung in der Zeit von 8:00 bis 12:00 Uhr für Gespräche zur Verfügung. Viel Wert wird auf Mitarbeiterschulung gelegt. Dem Thema „Backen im Laden“ widmet sich der Chef selbst und führt regelmäßige Backschulungen für die Verkäuferinnen durch, um die Idee der Qualität noch besser zu verankern. Einmal jährlich ist es für jeden Mitarbeiter Pflicht, eine Schulung in HACCP Hygiene, Arbeitssicherheit und Infektionsschutz mitzumachen.

Dem Anspruch der Qualität im Verkauf genügt man über die Weiterbildung hinaus mit attraktiven Ladeneinrichtungen (gebaut von Korte Einrichtungen) und Beratungskompetenz. In allen Filialen gibt es Produktinformationen, die aussagefähig jeden Kunden informieren, ob die Rezeptur z.B. allergene Stoffe enthält oder nicht. „Wir wollen unsere Kunden mit einem Gesamtpaket an Qualität – vom Produkt bis in den Verkauf – überzeugen.“

Hermann Kleinemeier/
kleinemeier@backmedia.info/0234-9019932

Anzeige