



Alle Fotos: BackMedia

# Von Hand geformt, auf Stein gebacken



WOLFGANG PFEIFLE HAT EINE DIFFERENZIERTE MEINUNG ZUM THEMA WASSER UND DEN VERSCHIEDENSTEN WASSERAUFBEREITUNGSMETHODEN ZUGESCHRIEBENEN EFFEKTEN. ER SETZT AUF KONKRETES, WIE DIE EINDEUTIG NACHVOLLZIEHBAREN BACKERGEBNISSE DES BACKENS AUF TUFFSTEIN.

**W**ie viele andere Kollegen wirbt auch Wolfgang Pfeifle damit, dass er „Energetisiertes Wasser“ einsetze. Warum er das macht? „Für viele Kunden ist das eine positive Aussage.“ Doch Pfeifle ist Realist genug, dass ihm allein diese Aussage nicht die Zukunft sichert. Und so sieht er auch vielfach veröffentlichte Aussagen von Kollegen kritisch, die von vermindertem Backmitteleinsatz und erhöhten Teigausbeuten rund um den Gebrauch von Anlagenanbietern wie Gebado oder Grander berichten. Vielmehr könne man die beschriebenen Aspekte doch mit einer Umstellung der Produktion, etwa durch andere Knet- und Teigruhezeiten erreichen. Und auch die Wirksamkeit physikalisch nachgewiesenen wirksamer Verfahren wie die Sauerstoffanreicherung kann er sich gut vorstellen.

Sein Weg sieht daher anders aus. „Ich hatte mehrfach über die Wirkungen von sog. energetisiertem Wasser gelesen, bin neugierig geworden, wollte es ausprobieren, ohne allerdings gleich Tausende von Euro dafür auszugeben und bin auf der Suche nach einer Alternative auf das Ved aqua gestoßen, eine kleine Flasche, aktuell für 150 Euro angeboten, die um die Hauptwasserleitung gebunden wird.“ Der Hersteller, die Firma von Hans Binder, beschreibt die Anwendung auf seiner Internetseite so: „Man bindet ein Fläschchen Ved Aqua (50 ml) mit einem Klebeband in der Nähe der Wasseruhr an die Hauptwasserleitung. Wichtig ist, dass die Flasche das Leitungsrohr berührt.“

Gesagt, getan. Ein Effekt, der im unmittelbaren zeitlichen Zusammenhang mit der „Installation“ auftrat: Der Swimming Pool,

der sonst im Winter nach Ablassen der Hälfte des Wassers und anschließendem Abdecken im Frühjahr immer grün von Algen war, blieb ab dem Einsatz des kleinen Fläschchens auf einmal so sauber, dass zum einen keine umständliche Reinigung nach Ablassen des kompletten Wassers



Der Daub Backmeister ersetzte einen durch einen Brand beschädigten WP Matador. Auch der Elektroofen wurde umgerüstet.

mehr notwendig wurde und zum zweiten das Wasser aus dem vergangenen Jahr noch so frisch und sauber blieb, dass nur noch aufgefüllt werden musste. „Wir wissen natürlich nicht, ob das Wasserwerk etwa seit dem gleichen Zeitpunkt auf andere Quellen zurückgreift, wir jedenfalls haben nichts anders gemacht, als in den vielen Jahren vorher. Ich hab das Fläschchen dann mal an der Leitung gelassen, geschadet hat es ja offensichtlich nicht.“ Erst nach längerem Suchen konnte er es aber schließlich zeigen.

Ein weiteres ihm aufgefallenes Phänomen um das Wasser war die Tatsache, dass ein 1954 von seinem Vater aus dem französischen Wallfahrtsort Lourdes mitgebrachtes Wasser noch immer frisch riecht und trinkbar ist. Doch wenn es um das Backen geht, weiß Pfeifle, dass andere Dinge, die eigentlich jeder Bäcker beherrschen und anwenden könnte, deutlich größeren Einfluss auf das Backergebnis ausüben, als ein wie auch immer „energetisiertes“ Wasser.

### Traditionsbäckerei

Die Bäckerei Pfeifle wurde 1906 gegründet, 1997 übernahm sie Wolfgang Pfeifle von seinem Vater. 2001 baute Pfeifle das Hauptgeschäft nach den Grundsätzen des Feng Shui um. Seit 2002 setzt er sog. energetisiertes Wasser ein. Im Jahr 2006 feierte das Unternehmen sein 100-jähriges Bestehen. In der Folge wurden verschiedene Filialen umgebaut. Seit 2009 ist die Bäckerei Fördermitglied bei Slow Food und 2010 schließlich entwickelte man mit Hilfe von Joachim Steffens das Konzept des Steinofenbäckers mit dem Slogan „Von Hand geformt, auf Stein gebacken“ und begann, die Herstellung durch verstärkten Einsatz von Vorteigen und die Entdeckung und Anwendung der wohl dosierten Langsamkeit in Teigherstellung und Aufarbeitung zu verändern. Ziel war es immer gute Handwerksqualität zu bieten.

Vor der Frage stehend, wie er es schaffen könnte, seinen Betrieb aus dem Wettbewerb herauszuheben und für die Kunden interessanter zu machen, wählte Pfeifle als ein neues Alleinstellungsmerkmal das Backen auf Herdplatten aus Tuffstein. Dabei stand ihm Joachim Steffens mit seiner langjährigen Erfahrung zur Seite. Gemeinsam wurde zunächst die Idee der Steinofenprodukte entwickelt, dazu ein neuer Außenauftritt der Filialen, für den Kunden sichtbar durch ein neues Logo und Dekorelemente auf den Schaufensterscheiben in Form eines Kornfelds. „Es war erstaun-



*Um seine „Wirksamkeit“ zu entfalten, soll das Ved Aqua nur an der Hauptwasserleitung befestigt werden.*

lich, wie sehr schon diese eigentlich ja recht einfach zu bewerkstellenden Veränderungen die Wahrnehmung der Bäckerei veränderten“ erinnert sich Pfeifle. Seitdem gibt es z.B. auch werblich ausgelobte Steinofenweckle und Steinofenbrot. Das Konzept war von Beginn an erfolgreich, denn es gelang, die Qualität deutlich wahrnehmbar anzuheben und damit den Umsatz auf bestehender Fläche zunächst um über 20 % zu steigern.

## Artisan-Highlight

### Oberlindenbrot

*Die Nummer 1 im Absatz ist das Oberlindenbrot, benannt nach dem Stadtteil von Freiburg, in dem Pfeifle den Laden einer ehemaligen Bäckerei als Filiale übernommen hat. Es erzielt 45 % des gesamten Brotumsatzes. Ein 70/30 Weizenmischbrot aus einem sehr weichen Teig mit langer Teigruhe hergestellt. Auch hier gab es einen Zuwachs an Zahl und Qualität dank des Backens auf Tuffstein. Das Oberlindener hat heute eine TA von 175, ist seitlich angeschoben. Man hat umgestellt auf Kesselgare, die von 0 auf 60 Minuten erhöht wurde. Das 1.000 g schwere Brot kostet 3,10 Euro.*



### Kundenreaktion

*„Mit zunächst großer Freude habe ich heute morgen die Rückseite der Brötchentüte gelesen. Ich freue mich sehr, dass sie das traditionelle Backhandwerk (Sauerteig) hochhalten und sich ebenso um die Verwurzelung in der Region, eine nachhaltige Arbeitsweise und vor allem gute Zutaten kümmern. Mit Entsetzen bin ich aber über den Begriff „energetisiertes Wasser“ gestolpert. Da sind sie offenbar einem geschäftstüchtigen Verkäufer/Scharlatan aufgesessen. Energetisiertes/belebtes Wasser ist absoluter Unfug und eines seriösen Handwerksbetriebs (...) nicht würdig. Juristisch abgesichert gilt: „aus dem Esoterik-Milieu stammender, parawissenschaftlicher Unfug“. Bitte entfernen sie beim nächsten Tütennachdruck diesen Begriff, er beleidigt meine Intelligenz. Die Anlagen zur ‚Wasserbelebung/Energetisierung‘ können sie gerne weiterbetreiben, da diese nichts bewirken, aber auch dem Wasser keinen Schaden zufügen (wie auch?!?)“*

### Auf Stein gebacken

Der Ansatz für das neue Marketing der Bäckerei Pfeifle zur Weiterentwicklung des Betriebs kommt also klar aus der Produktion. Ziel des Bäckermeisters konnte es nur sein, die vorhandenen Kompetenzen noch stärker zu betonen und andere, wie etwa die für Brötchen und Kleingebäcke weiter zu entwickeln. Besonders angesehen ist Pfeifle für seine Brotkompetenz. Bekanntestes



Produkt war und ist das Oberlindener. Seit 1997 hat sich das Brot durch Pfeifle zum Markenzeichen der Bäckerei entwickelt. Vorher vom Vorbesitzer einer Stadtteilbäckerei in einer extrem kleinen Bäckereiproduktion im Ortsteil Oberlinden gebacken, wurde es nach Übernahme des Standortes als Verkaufsstelle zum Top-Produkt für die Bäckerei Pfeifle.



Die grobe Porung ist typisch für das Oberlindener. In der Teigmacherei musste umgedacht werden. Die Anwendung von Bäckerwissen und nicht Wassermystik brachte den Erfolg.



Alle Fotos: BackMedia

### Backöfen umgebaut

Nach den ersten Erfolgen rüstete Pfeifle, der ein durchaus wirtschaftlich denken-

der Bäcker ist und nach dem Motto „Erst verdienen, dann ausgeben“ investiert, nach verschiedenen Tests die Öfen auf neue Backplatten aus Tuffstein um. Zunächst wurden mit aufgelegten Tuffsteinplatten Tests gefahren, deren Ergebnisse schon deutlich besser waren als vorher. Zum Austausch wurden bei den Etagenbacköfen die alten Kunststeinplatten herausgenommen, eine neue Unterkonstruktion eingebaut und darauf die entsprechend zugeschnittenen Tuffsteinplatten gelegt. Wichtig dabei: die Steine müssen getrocknet sein. Denn Tuffstein hat die Eigenschaft bis zu 30 % seines Eigengewichtes an Wasser aufzunehmen. Eine optimale Wärmeübertragung an den Teig kann aber nur mit trockenen Steinen funktionieren. Dann nämlich nehmen sie ausfließendes Wasser aus den Teigen auf und geben das anschließend in Form von Dampf schnell wieder ab.

Nach der Umrüstung von vier Backofenherden mit Tuffstein verbesserten sich die Backergebnisse noch einmal klar. Die Lockerung der Brotkrumen war besser, das Brotvolumen nahm nochmals zu und die Brotkrusten wurden knackiger. Die Backzeit eines 80 g-Brötchens reduzierte sich von 20 auf 15 Minuten, nicht weniger als 25 % geringer, aktuell noch einmal eindrucksvoll belegt auch durch die Messungen im gebraucht gekauften Thermoöl-Etagenbackofen, der vor wenigen Wochen nach einem Brand den ebenfalls erfolgreich umgerüsteten WP Matador ersetzte. Das frei gescho-

bene 1.000 g Brot backt 32 Minuten statt früher 47 Minuten. Bei einem Oberlindenerbrot wurde nach knapp 10 Min. Backzeit eine Kerntemperatur von 95° C gemessen. „Eine unglaubliche Zeit“, weiß auch Pfeifle, „aber die Hitze ist heute dank des Tuffsteins schneller im Kern. Der nämlich gibt die aufgenommene Wärme langsam an den Teigling ab. Es wird keine „schnelle Isolierkruste“ am Produktboden gebildet. Der Wärmefluss in den Teig und in die Produktseiten ist damit schneller und intensiver. Der Stein verteilt die Wärme besser und ist weniger aggressiv, die Abstrahlung beim Elektrobackofen ist gleichmäßiger. Zum Ende der Backzeit ist ein Hochheizen möglich.“

Je Quadratmeter Tuffstein ist mit ca. 250 Euro zu rechnen, dazu kommen Trägerplatten und die Kosten für den Einbau. Alles in allem investierte Pfeifle damals schließlich etwa 14.000 Euro.



Wolfgang Pfeifle ist zufrieden mit dem eingeschlagenen Kurs.

### Facts



**Bäckerei Wolfgang Pfeifle GmbH & Co. KG**  
 Carl-Kistner-Str. 20  
 79115 Freiburg  
 Tel. 0761-47910-0  
 www.baeckerei-pfeifle.de

**Inhaber:** Wolfgang Pfeifle  
**Gegründet:** 1906 seit 1997 Wolfgang Pfeifle  
**Verkaufsstellen:** derzeit 9

#### Mitarbeiter

Produktion:	17
Verkauf:	55
Versand:	3
Sub. Fahrer:	4
Verwaltung:	4

#### Sortiment (Sorten täglich)

Brot:	16 + 6 Spezial für Lieferungen
Brötchen/Kleingebäck:	16
Feingebäck:	12
Kuchen/Schnitten:	8
Snacks:	15

**Preisniveau :** Mittel – hoch

#### Preise (Euro)

Brötchen:	0,40 – 0,65
Mischbrot 1.000 g:	3,10
Spezialbrot 500 g:	2,60
Obstplunder:	1,60
Berliner:	1,00
Tasse Kaffee:	1,90
Belegtes Brötchen mit Käse:	1,90

**Produktionsweise verändert**

Parallel wurde die Produktionsweise verändert. Mehr Vorteige, mehr Sauerteige, mehr Poolish, weniger Hefe und mehr Zeit für die Teige. Die Knetzeiten für Brot wurden im ersten Gang deutlich verlängert, insgesamt konnte mehr Wasser zugegeben werden. Das Steinofenbrot ruht heute eine Stunde im Kessel, das Oberlindener ebenfalls. Statt 4,5 % Hefe setzt man heute weniger als 1 % ein. Damit einher ging eine deutliche Reduzierung des Backmittelanteils. In Zukunft ist geplant nur noch deklarationsfreie „saubere“ Backhilfsmittel einzusetzen, was sich bei den Kunden sicher als positiv erweisen würde. Schließlich, so Pfeifle, sei Freiburg ja auch „eine grüne Stadt“. Längst wird Brot wieder komplett manuell aufgearbeitet, der Abwieger wurde entsorgt. Das Aufarbeiten erfolgt eher locker, die portionierten Teige werden praktisch nur zusammengestoßen, aufgesetzt und anschließend nahezu direkt eingeschoben. Die Brötchen entstehen von Hand über eine normale Teigteil- und Wirkmaschine auf dem Tisch, ebenso wie die Brezel. Weiche Teige, Vorteige, veränderte Knetzeiten, veränderte Teigruhe-

zeiten, veränderte Backzeiten – eine Herausforderung auch für die Mitarbeiter. Heute wird „von Hand geformt und auf Stein gebacken“.

**Neue Ziele**

Mit der Einführung des neuen Backofenkonzeptes Steinbackofen wurden auch Logo und Farbkonzepte für Außenfassaden und Verpackungsmaterial überarbeitet. Die Filialen stellten sich anders dar. Ziel ist, auf bestehender Fläche etwa 50 % mehr zu verkaufen. Das, was bis jetzt erreicht wurde, wurde sogar ohne große Werbung, ohne Hauswurfsendungen oder Zeitungsanzeigen geschafft. Und es besteht durchaus noch Potential für mehr Umsatz, denn das Interesse der Kunden an der Bäckerei ist wahrnehmbar gewachsen. „Der Kunde hat 4 bis 5 Monate gebraucht, um die Veränderungen bei uns auch zu realisieren. Wir gehen letztlich einen Schritt zurück zu den Ursprüngen des Backens und setzen damit auf eine gute Zukunft. Die liegt heute klar in der Qualität und nicht mehr in der Expansion.“

**Hermann Kleinemeier/kleinemeier@backmedia.info/0234 915271-32**

**Teig, Zeit, Geschmack und Qualität**

Wolfgang Pfeifle hat seine Bäckerei in den letzten Jahren deutlich weiter entwickelt. Die Teige sind weicher geworden, hergestellt mit mehr Vorteigen und damit auch mit mehr Zeit. Weniger Zeit hingegen verbringen die Brote und Brötchen auf der Herdplatte. Dank der Umrüstung auf Tuffstein konnten die Backzeiten wahrnehmbar gesenkt, im gleichen Zug aber die Qualität, ablesbar auch an der Kruste und am Volumen sowie der Saftigkeit wahrnehmbar gesteigert werden. Der finanzielle Aufwand dafür ist überschaubar und durch die direkt wahrnehmbaren Effekte auch gerechtfertigt. Eine große Wasserenergiesierungsanlage würde Pfeifle für die Produktion nicht kaufen. Da schreibt er seinem bäckerschen Können mehr Wirksamkeit zu. Qualität lässt sich durch Zeit, Vorteige, längere Ruhezeiten und ein anders Backen verbessern, der Einfluss des Wassers zur Teigherstellung ist dabei vergleichsweise sicher als sehr gering einzustufen.