

Modern aufgestellt

Die Marke Laib und Leben der Köhler's Landbäckerei soll Brot verstärkt in den Mittelpunkt rücken. Damit das gut ankommt, arbeitet das Unternehmen mit MHS zusammen.

Von Lukas Orfert

Köhler's Landbäckerei aus Graben-Neudorf zwischen Karlsruhe und Heidelberg konnte bereits ihren 200. Geburtstag feiern, das Unternehmen besteht immerhin seit dem Jahr 1800. Seit 40 Jahren ist die aktuelle, insgesamt sechste Generation am Steuer: 1979 übernahmen Betriebswirt Walter Köhler und der Konditormeister Manfred Köhler den Betrieb. Seitdem sind die Brüder dabei, das Unternehmen der Zeit anzupassen oder ihr, wenn möglich, lieber noch ein wenig voraus zu sein. Ein Schritt in diesem Prozess war die

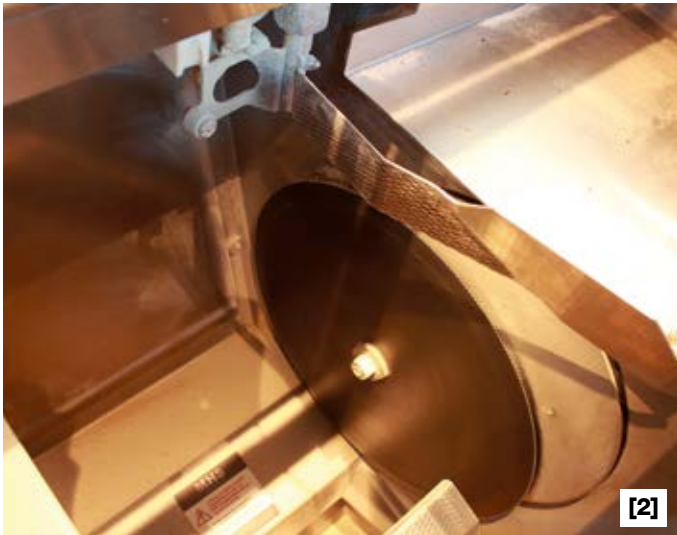
Gründung einer eigenen Akademie zur Mitarbeiter-schulung, geleitet von Brigitte Köhler, der Ehefrau von Walter Köhler. Ein weiterer Schritt des inhabergeführten Betriebes war es, die Marke Laib und Leben zu gründen. Ein Konzept, bei dem das Brot im Mittelpunkt steht. Mittlerweile laufen sechs der insgesamt über dreißig Filialen unter diesem Label, zwei weitere sollen im Sommer dieses Jahres folgen. Für den Standort in Heidelberg-Pfaffengrund, eröffnet im August 2018, entschied sich Köhler's Landbäckerei ganz bewusst für Brotschneider von MHS. Nicht nur – aber auch – da sich das Modell Premium Touch mit seiner individuellen Front gut in den modernen Auftritt der Verkaufsstelle einfügt. Einen weiteren Grund nennt Brigitte Köhler: „Ein qualitativ hochwertiges Arbeitsgerät ist die Basis, damit unsere Angestellten unsere Kunden entsprechend bedienen können.“



Das Design in der Laib und Leben-Verkaufsstelle setzt auf klare Linien und gedeckte Farben.



[1]



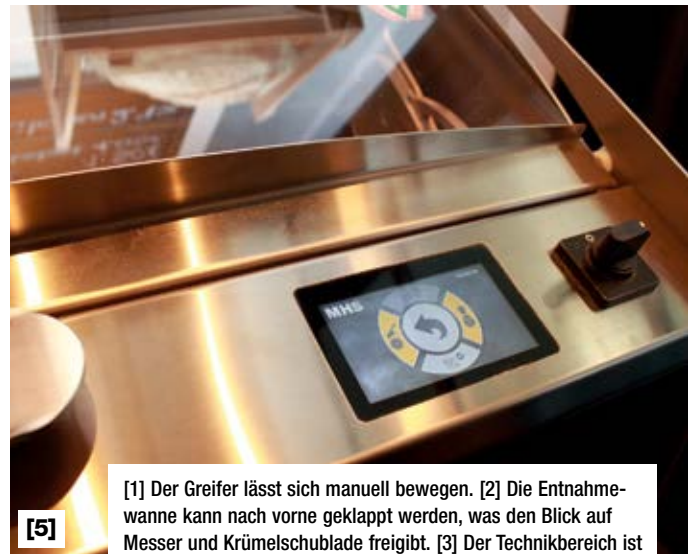
[2]



[3]



[4]



[5]

[1] Der Greifer lässt sich manuell bewegen. [2] Die Entnahmewanne kann nach vorne geklappt werden, was den Blick auf Messer und Krümelschublade freigibt. [3] Der Technikbereich ist hermetisch vom Schneidbereich getrennt. [4+5] Das Touch-Display bietet Bedienmöglichkeiten und eine Wartungsoberfläche. [6] Der Greiferrest der Maschine ist besonders klein.



[6]

Laib und Leben. Wenn man so möchte, begann der Weg zum Konzept Laib und Leben schon vor einer ganzen Weile. Nachdem die Bäckerei um die Jahrtausendwende ihre Produktion erweiterte und modernisierte, folgte das erste Frühstückscafé. Ein besonders am Wochenende gut besuchter Standort mit hohem Gastro-Anteil und Bedienkonzept. Diese positiven Erfahrungen floßen schließlich auch 2010 bei der Eröffnung des ersten Laib und Leben-Standortes mit ein. Der Schwerpunkt liegt klar auf der Kernkompetenz der Bäckerei, dem Brot. Besonders junge Kunden sollen sich durch den Auftritt angesprochen fühlen. Dafür bedient sich das Unternehmen unter anderem einer klaren und modernen Designsprache. Doch der Landbäckerei ist auch bewusst, dass damit alleine noch keine zukunftsfähige Marke geschaffen ist. Also ging Walter Köhler als treibende Kraft hinter dem Konzept noch weiter. Ein Ergebnis davon ist die nach Auskunft von Brigitte Köhler erste von einem Bäcker veranstaltete After-Work-Party Deutschlands, inklusive DJ. Eine Event-Reihe, die auch deshalb erdacht wurde, da die Karlsruher Korrespondenz

» DAS SAGT BRIGITTE KÖHLER

„Das Arbeitsgerät sollte niemals im Vordergrund stehen. Es muss gut funktionieren, einfach zu bedienen sein und so wenig wie möglich ausfallen. Das gilt für den Brotschneider wie für die Kaffeemaschine. Dann sind unsere Mitarbeiter in der Lage, den Kunden den gewünschten Service zu bieten und einen echten Mehrwert gegenüber den Abbackstationen im Supermarkt zu liefern.“



strategisch günstig im Erdgeschoss eines Bürogebäudes liegt. „Das Angebot besteht dann aus den passenden Getränken, ein paar kleinen Snacks und natürlich unserem Fokusprodukt, dem Brot.“ Dass die Partyreihe gut angenommen wird, lässt sich auch an prominenten Gästen erkennen. So war bei der letzten Ausführung Mitte April beispielsweise Vincent Feigenbutz zugegen, ein Supermittelgewichtsboxer, der bereits diverse Titel einheimen konnte.

Die Ausrüstung. Da Köhlers Landbäckerei mit Laib und Leben also entsprechende Qualität verkörpern möchte, sollte das Equipment in der Verkaufsstelle in Heidelberg-Pfaffengrund die gleichen Ansprüche erfüllen. Im Fall des Brotschneiders fiel die Wahl auf die ölfreie Rundmessermaschine Premium Touch von MHS. Die ist in den Ladenbau auf den ersten Blick gut integriert und sticht nicht besonders hervor. Denn das Frontdekor ist, wie ein großer Teil der übrigen Einrichtung, in schlichtem Schwarz gehalten. Unauffällig bleibt das Gerät auch in einem anderen Punkt, was besonders Brigitte Köhler überzeugt: „Im Vergleich zu älteren Modellen ist dieses sehr leise beim Schneiden. Das ist für eine ruhige Atmosphäre in der Filiale sehr angenehm.“ Besonders wenn in den großen Verkaufsstellen nebenbei Veranstaltungen stattfinden, sei das ein Vorteil. Trotz eines leiseren Schneidvorgangs der Maschine geht das nicht zu Lasten der Schneidleistung. Im Gegenteil: Kam das Vorgängermodell, die MHS Premium, noch auf 160 Scheiben in der Minute, sind es bei der Premium Touch 220 Scheiben. Das Gerät ist zudem mit einem New-Wave-Messer ausgestattet. Das Messer ist seit 2016 auf dem Markt und wurde von MHS hinsichtlich der Verzahnung und der Kontur verbessert. Wie lange ein solches Messer in der Praxis halte, sei laut Michael Kühner von MHS abhängig von den damit geschnittenen Produkten, mal müsse es nach 10.000 Bro-

ten getauscht werden, ein anderes Mal nach 50.000. Zwar lässt sich laut Brigitte Köhler mit der Maschine auch warmes Brot problemlos schneiden, doch gehe das dann zu Lasten der Haltbarkeit des Messers oder mache zumindest eine Reinigung erforderlich, schließlich setze sich dann vermehrt Brotstein am unbeschichteten Teil der

Klinge ab. Dennoch stießen die Maschinen in der Filiale nicht wirklich an ihre Grenzen. Das sei eher direkt in der Produktion teilweise noch der Fall. „Da gibt es Restriktionen unsererseits, dass wir bestimmte frisch gebackene Brote nicht geschnitten an unsere Lieferkunden verkaufen können.“

Wie hätten Sie's denn gerne? Wie der Name schon verrät, ist das Gerät mit einem Touch-Display ausgestattet. Das weiß Brigitte Köhler als Leiterin der hauseigenen Mitarbeiterakademie besonders deshalb zu schätzen, weil es durch die simple Bildsprache eine einfache Bedienung ermöglicht. „Damit finden sich auch neue Mitarbeiter, oder solche, die noch nicht flie-



Grafik: DBZM 2019



Facts

Köhler's Landbäckerei GmbH & Co. KG
Daimlerstraße 1
76676 Graben-Neudorf
Tel. 07255-71050
www.baeckerei-koehler.de

Inhaber: Walter und Manfred Köhler
Gegründet: 1800
Verkaufsstellen: 36
Verkaufsfahrzeuge: 1
Mitarbeiter: 220
davon in der Backstube: 45
Fuhrpark: 10

Preise
1 Weizenbrötchen 0,45 Euro
1 Kartoffel-Dinkel-Brötchen 0,85 Euro
1 Semmelrogge 0,80 Euro
750 g Holzofenbrot dunkel 3,50 Euro
750 g Kraftkornbrot 3,10 Euro
750 g Bauernbrot 3,10 Euro
500 g Kartoffelvollkornbrot 3,40 Euro
100 g Fleischkäse im Brötchen 1,85 Euro
1 Café Crème 2,30 Euro
1 Cappuccino 2,70 Euro
1 Espresso 2,20 Euro



**PRODUKT-HIGHLIGHT:
BANOU**

Das Banou ist das Lieblingsprodukt von Brigitte Köhler. Seinen Namen verdankt es der Kombination aus Baguette und nouveau, französisch für neu. Durch sein Äußeres und den Anteil an fermentiertem Teig unterstreicht das gedrehte Baguette den Anspruch, außergewöhnlich zu sein. Dafür dass das Produkt heraussticht, sorgt auch die ausgefallene Präsentation in einem eigenen Korb und ein Hinweis oberhalb der Theke, versehen mit einem Herzchen.

„Bend Deutsch sprechen, gut zurecht.“ Auf den drei programmierbaren Schnellwahltasten liegen bei der Landbäckerei Köhler die unterschiedlichen Scheibenstärken dünn, mittel und dick. Damit können die Verkäuferinnen den sicheren Mittelweg wählen oder ebenso schnell dem Wunsch des Kunden entsprechen. Die Kür sei es laut Köhler jedoch, die Verkaufskräfte bezüglich der Eigenschaften der Brote zu schulen, damit diese die Gäste entsprechend beraten können: „Frisches Roggenbrot beispielsweise empfehlen unsere Mitarbeiter den Kunden ungeschnitten.“ Daneben bietet die Premium Touch auch die Funktionen, ein Brot nur zu halbieren oder halb aufzuschneiden – beides ebenfalls durch Symbole auf dem Display einzustellen. Eine weitere Funktion werde laut Kühner jedoch nur in bestimmten Teilen Deutschlands nachgefragt: „Eine bestimmte Scheibenanzahl, wie beispielsweise bei frisch aufgeschnittener Wurst, ist nur in Norddeutschland ein Thema, oder in der Schweiz, im Süden der Republik wird diese Funktion jedoch kaum genutzt.“

Wartung. Einmal am Tag reinigen die Mitarbeiter der Bäckerei die Maschine im Normalfall. Um den Vorgang so einfach wie möglich zu gestalten, lässt sich der Entnahmeschacht im Ganzen nach vorne umklappen, dann fallen alle Krümel in den darunterliegenden Krümelkasten. Da die Maschine in diesem Bereich keine Ecken und Kanten aufweist, ist der Vorgang schnell erledigt. Das Messer lässt



[7] Wenn das Konzept schon Laib und Leben heißt, dürfen erstere natürlich auch prominent platziert nicht fehlen. Die riesigen Laibe dienen jedoch nicht nur der Präsentation, Brigitte Köhler bereitet daraus ebenso Snacks in Form von belegten Broten zu. [8] Die Verkaufskräfte sind mit der einfachen Handhabung der Maschine zufrieden.

[7]



[8]

sich durch einen Menüpunkt im Touch Display außerdem in eine Reinigungsstellung bringen. Damit die Maschine möglichst langlebig arbeitet, hat MHS einen Frequenzumformer verbaut. Der soll das Messer möglichst schonend anlaufen lassen und wieder abbremsen. Sollte dennoch der Besuch eines Technikers notwendig werden, stehen dafür im Umkreis der Firmenzentrale eigene Mitarbeiter von MHS zur Verfügung, bundesweit arbeitet das Unternehmen mit Wiesheu zusammen. Doch bei bisher rund 5.000 geschnittenen Broten sei ein solcher Fall noch nicht eingetreten, wie Brigitte Köhler sagt.