

# Hygienisch, präzise und energiesparend

DIE HEINEN FREEZING GMBH & CO. KG, VAREL, AGIERT SEIT 2009 EIGENSTÄNDIG UNTER DEM DACH DER AMANDUS KAHL-GRUPPE, REINBEK. WAS SICH AUF DEM MARKT VERÄNDERT HAT, BERICHTET GESCHÄFTSFÜHRER JOCHEN HOTTINGER DER BROT+BACKWAREN.



**++ Jochen Hottinger, Geschäftsführer der Heinen Freezing**

**+ b+b:** Herr Hottinger, wie sieht die Entwicklung auf dem Markt für Bäckereikälte aus, was tut sich hier zurzeit?

**+ Hottinger:** Der Markt hat sich in den letzten Jahren enorm weiterentwickelt, denn Tiefkühlbackwaren werden immer beliebter. Davon hat Heinen natürlich etwas, und zwar nicht nur beim Frosten, sondern auch in den Bereichen Kühlen und Gären. Die starke Entwicklung sieht man übrigens auch an unseren Umsatzzahlen: Im Vergleich zum Vorjahr hatten wir in 2011 Umsatzsteigerungen von 20 %, d. h. nun sind wir deutlich über 20 Mio. EUR Umsatz.

**+ b+b:** Und wie hat sich die Übernahme durch die Amandus Kahl-Gruppe ausgewirkt?

**+ Hottinger:** Die Gruppe besitzt einen Mehrheitsanteil von 75 % und davon profitieren wir! Amandus-Kahl ist sehr breit aufgestellt und arbeitet nicht, wie wir, nur im Lebensmittelbereich, sondern zusätzlich auch in anderen Bereichen wie Futtermittel, Recycling und Entsorgung sowie Chemie, Pharma und Kunststoff. Durch die Größe der Gruppe, aber auch ihr Know-how aus den verschiedenen Bereichen können wir enorme Synergieeffekte, vor allem im Vertrieb, für uns nutzen.

So sind wir beispielsweise in Frankreich und Russland über eine Kahl-Repräsentanz tätig; das Gleiche ist auch über die Kahl-Gruppe für den Mittleren Osten geplant. Die Nutzung von Ressourcen der Amandus Kahl-Gruppe besonders auch im Bereich Finanzen beschleunigt das derzeitige Wachstum von Heinen und ist für unsere Entwicklung sehr gewinnbringend.

**+ b+b:** Gehen wir doch mal konkret auf die Backbranche und Ihre Anlagen in diesem Segment ein. Wie wichtig ist dieser Markt überhaupt für Heinen?

**+ Hottinger:** Sehr wichtig, denn die Backwarenbranche stellt etwa 50 % unseres Gesamtumsatzes dar. Und ich gehe davon aus, dass er weiter wächst. Bei annähernd 50 Neuanlagen im vergangenen Jahr sind wir damit in Deutschland sicherlich der Marktführer, zumindest auf die Stückzahl bezogen.

**+ b+b:** Und wie sieht es außerhalb von Deutschland aus?

**+ Hottinger:** Die Nachfrage ist enorm gestiegen, vor allem der Mittlere Osten und Südafrika sind seit 2009 ein interessanter Absatzmarkt für uns. So haben wir z. B. in Saudi-Arabien eine Supermarktkette, die ihre Lebensmittel nun selbst produziert, für ihre erste Fabrik bei der Erstausrüstung mit einer Croissantlinie unterstützt. Insgesamt verkaufen wir mittlerweile etwa die Hälfte unserer Maschinen außerhalb von Deutschland.

**+ b+b:** Auch wenn Sie in Deutschland die Marktführung innehaben, im Ausland dürften Sie Konkurrenz haben. Zum Beispiel durch den Verkauf des finnischen Spiralherstellers Vulcanus an Leipurin ...

**+ Hottinger:** Das macht uns keine Sorgen. Vulcanus ist ein Wettbewerber, keine Frage, aber er setzt Schwerpunkte in seiner Vertriebsstrategie. Wir sind weltweit gut aufgestellt; wenn man sich Osteuropa anschaut, haben wir in Polen die Nase vorn. Und wir haben auch nicht vor, unsere Marktposition zu verkleinern, im Gegenteil.

**+ b+b:** Das Rad wird aber nicht neu erfunden, auch nicht im Maschinenbau. Was gibt es also Neues, womit Sie Ihre Kunden beeindrucken können? Und wo geht der Trend, aus Sicht eines Gefriersystemherstellers, hin in der Backbranche?

**+ Hottinger:** Das Rad wird zwar nicht neu erfunden, es wird aber größer. Will sagen, dass immer größere Anlagen angefragt werden, und auch mit größeren Bandbreiten für diese Anwendungen. Während früher bei Pizzen Bandbreiten von 900–1.000 mm normal waren, bieten wir heute in der Regel



++ Bild 1

Der compact duo. – ein Doppelturm-Spiralsystem mit 2 x 18 Etagen

Bandbreiten von 1.219–1.422 mm und mehr! Und das merkt man natürlich auch an der Stückzahl: Die Leistung dieser Anlagen liegt heute bei 20.000 Pizzen/Std. – vor ein paar Jahren waren wir bei noch 10.000–12.000 Stück. Darüber hinaus liefern wir heute verstärkt Komplettpakete an unsere Kunden zum Gären-Frosten oder Kühlen-Frosten mit der dazugehörigen Fördertechnik, integriert in die jeweiligen Verarbeitungslinien.

Einen anhaltenden Trend sehen wir in der Backbranche beim Hygienic Design. Das war zwar schon immer auch in anderen Nahrungsmittelzweigen gefragt, bei Backwaren wird es aber umgesetzt und das hat uns anfangs doch etwas erstaunt. So hatten wir beispielsweise die Nachfrage nach vollverschweißten Isoliergehäusen zuerst aus der Backwarenbranche und nicht, wie im ersten Augenblick erwartet, aus der Fleischindustrie. Im Grunde sind wir sowieso immer aufgefordert, die Anlagen besser reinigbar zu machen und wir arbeiten kontinuierlich daran, z. B. durch aseptische Motoren, die keine offenen Lüfter zur Motorkühlung mehr haben und damit abwaschbar sind. Oder sei es durch Drainageabflüsse, die man durch die Laserkonstruktion ohne Mehraufwand intelligent integrieren kann. Auch haben wir die ersten Anlagen jetzt mit LED-Beleuchtung ausgestattet. Das ist sehr beeindruckend, diese Leuchtelemente leuchten so hell wie zwei 58-Watt-Leuchtstoffröhren und sind dazu komplett geschlossen, sodass sie mit einem Hochdruckreiniger gereinigt werden können – eine Entwicklung, die bei Leuchtstoffröhren so nicht denkbar war.

# MODERN BAKERY MOSCOW

18. INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR  
BÄCKEREI & KONDI TOREI, ZENTRALES  
MESSEGELÄNDE EXPOCENTRE, MOSKAU

13 – 15 JUNI 2012

Backöfen, Maschinen  
& Zubehör

Ingredienzien & Rohstoffe

Kälte- & Klimatechnik

Ausstattungen für  
Bäckereien & Coffeeshops

Verpackungsmaschinen  
& -materialien

Veranstalter:



OWP Ost-West-Partner GmbH

Tel.: +49 (0)911 50711-140

Fax: +49 (0)911 50711-240

Email: info@modernbakery-moscow.com

Unterstützer:

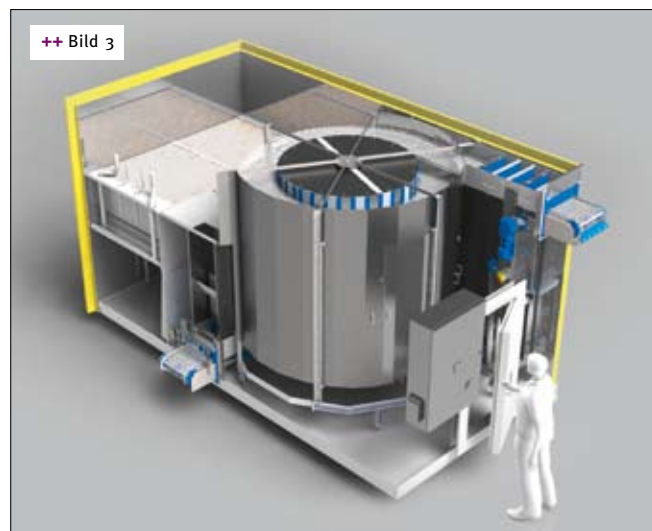
EXPOCENTRE

www.modernbakery-moscow.com





++ Bild 2 Der Blick in den arctic. spiral



++ Bild 3 Das Einfachturm-System compact

**+b+b:** Wo lässt sich solches Wissen in Ihren Maschinen verkaufen?

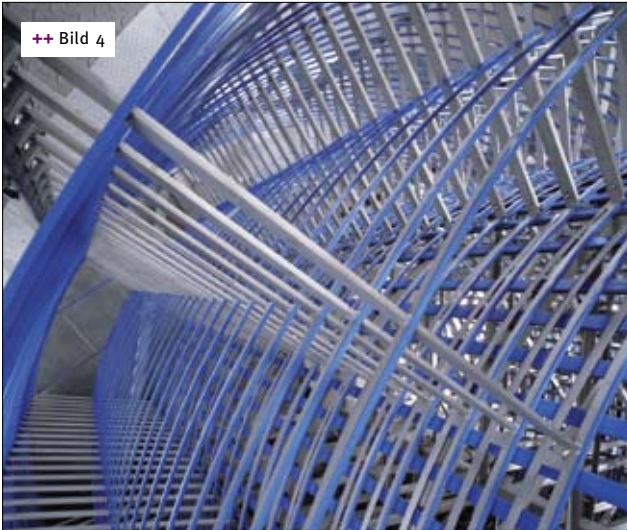
**+ Hottinger:** Bei all unseren Kunden, im Inland wie auch im Ausland. Denn das Besondere liegt häufig im Detail. Ein Beispiel: Wir haben beim Brotkühlen an der Genauigkeit der Austrittstemperatur gearbeitet, um Prozessverluste beim Frischbrot noch weiter zu minimieren. Denn das Schneiden hat einen Einfluss auf Prozessverluste: Je genauer die Austrittstemperatur ist, desto weniger Verluste beim Schneiden. Heutzutage sichern wir eine Austrittstemperatur von  $\pm 1$  K zu; praktisch geht es aber noch viel genauer. Und je genauer der Wert ist, desto besser wird das Endprodukt. Das weiß der Bäcker und das wissen wir.

**+b+b:** Wie sieht es im Bereich des Energiesparens und bei der Nachhaltigkeit aus? Zumindest Ersteres dürfte im Bereich Frosten ein wichtiger Aspekt sein.

**+ Hottinger:** Ja, das ist natürlich ein großes Thema, schließlich kommt 70 % des Energieverbrauchs durch die Ventilatoren, z. B. können die Systeme unserer Baureihe packfrost.

eine elektrische Motorenleistung von bis zu 250 kW haben. Wir haben eine baureihenübergreifende Option entwickelt, die wir bei unseren Speicherfroster bereits installiert haben, genannt energySAV®. Darunter ist zu verstehen, dass wir das gesamte System mit all seinen einzelnen Komponenten im Energieverbrauch optimieren. Beispielsweise messen wir in den Spiralfrostern die Wärmelast und abhängig von dieser Wärmelast regeln wir die Ventilatoren. Die Maschinen sind also mit frequenzgeregelten Ventilatoren ausgestattet, um die Drehzahl der Ventilatoren reduzieren zu können bis hin zum Abschalten einzelner Ventilatoren und Luftkühler. So etwas läuft vollautomatisch im Hintergrund. Wir haben ausgerechnet, dass man theoretisch bei einem Froster der Baureihe packfrost. dadurch den Energieverbrauch auf bis zu 90 % reduzieren kann. Für das Spiralsystem arctic. bieten wir ferner als zusätzliche Option ein verstärktes Isoliergehäuse mit höherem Isolierwert, welches dadurch Energie spart. Das sind zwar alles kleine Maßnahmen, diese reduzieren aber in der Summe den Energieverbrauch und damit die Produktstückkosten.





++ Bild 4

++ Bild 4 Draufsicht artic a12

**+b+b:** Noch eine letzte Frage, mit Blick auf das vor uns liegende Jahr: Was sind Ihre Pläne, was hat sich Heinen für 2012 vorgenommen?

**+ Hottinger:** Wir agieren hier auf zwei Ebenen – einmal an unseren Produkten mit den vorhin angesprochenen Detailentwicklungen und dann bei unserer Dienstleistung an sich. So werden wir unseren Service in 2012 weiter ausbauen. Durch die Kahl-Gruppe verfügen wir jetzt im Service über zusätzliche Möglichkeiten, die wir in 2012 zum Nutzen unserer internationalen Kunden ausbauen werden, sodass wir beispielsweise in Saudi-Arabien einen direkten Service vor Ort bieten können. Überhaupt gibt es Länder, die wir dieses Jahr gezielt angehen wollen.

**+b+b:** Zum Beispiel?

**+ Hottinger:** Polen ist ein sehr starker Markt für uns, das Interesse an aktiver Kühlung hat dort enorm zugenommen. Aber auch nach Ungarn, Rumänien und Bulgarien werden wir unsere Vertriebsaktivitäten verstärken.

**+b+b:** Herr Hottinger, ich danke Ihnen für das Interview. +++

© Heinen  
ANZEIGE

## NEUHEIT! AB-Z

Schwall-  
Bandanlage  
für Fondant,  
Fettglasur, Guss  
und Kuvertüre



## Jelly-Master TP9-30

Sprühgerät für  
Aprikotur, Gelee  
und Guss mit 9kW  
Heizblock,  
Schlaucharm und  
30l Maschinenkessel



## CHOKO THERM 20

Temperiergerät  
für Kuvertüre  
Fondant  
und  
Fettglasur  
Größen:  
6 / 10  
20 / 40 Liter



## Spray-Master Automatik

Automatische  
Bandanlage  
für Ei, Trennmittel,  
Aprikotur  
und Gelee.  
In Modulbauweise



## Sonderanlagenbau für die Back- und Lebensmittelproduktion

Die Spezialisten für Sprüh-, Temperier-  
und Dosiertechnik stellen aus:

**INTERNORGA** 9.-14. März 2012  
Halle B6 • Stand 420

**ANUGA FOOD TEC** 27.-30. März 2012  
Halle 10.1 • Stand E055



BUHTZ FOOD TECH GmbH & Co.KG  
Viehdammm 1 a-c - 24327 Högsdorf  
Tel (+49) 04381/419933 - Fax /419944  
info@buhtz.de - www.buhtz.de



## **Dies ist ein Artikel aus der Fachzeitschrift **brot+backwaren**, die 6-mal jährlich erscheint.**

Als Abonnent erhalten Sie die Fachzeitschrift mit Praxisreportagen, Berichten aus Forschung und Entwicklung, Marktanalysen und Firmenportraits sofort nach Erscheinen. Damit haben Sie einen fundierten und umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Technik sowie der Backbranche.

**Interessierte können die Zeitschrift unter**  
**[www.brotundbackwaren.de](http://www.brotundbackwaren.de)**

**zum Kennenlernen kostenlos und unverbindlich**  
**zum Probelesen bestellen.**

In unserem Archiv auf dieser Homepage finden Sie sämtliche Berichte auch als PDF-Datei. Die Fachartikel finden Sie dort nach Jahrgängen sortiert; sie können per Volltextsuche durchsucht werden.

### **++ Copyrights, Texte zitieren und nutzen**

Bitte beachten Sie, dass das einfache Zitieren unserer Texte erlaubt ist, solange sich die Länge des Zitats im Rahmen hält. Dabei halten wir drei Sätze für eine gute Grenze. Verlinken Sie bitte auf unseren Text. Nur wenn Sie mit dem Zitat Werbung machen oder es gewerbsmäßig an Dritte weitergeben wollen, fragen Sie uns bitte erst unter [info@foodmultimedia.de](mailto:info@foodmultimedia.de).

Längeres Zitieren oder Übernehmen unserer Texte ist nur nach Übereinkunft mit f2m erlaubt. Bilder aus unseren Texten sowie Videos dürfen nur nach Lizenzierung mit den Rechteinhabern weiterverwendet werden.

Ansonsten gilt das übliche Copyright: Wir, die f2m food multimedia gmbh, behalten uns alle Rechte an den Beiträgen auf unserer Seite vor.

**++ Haben Sie noch Fragen? Dann wenden Sie sich bitte an uns.**