

# Pizza universale

*Vom Stehcafé zum Bäcker-Imbiss zum Familien-Bistro – der Gastronomieumsatz in Bäckereifilialen wird wichtiger und das Sortiment breiter. Pizzas sind ein „Bäckerei-nahes“ Produkt, mit dem sich sowohl als Billigartikel wie als Spezialität Geld verdienen lässt, wie der Marktüberblick zeigt.*



■ Pizza ist ein original italienisches Gericht und es gab zwei Gründe, die daraus ein allgemein bekanntes und auch gerne gegessenes Produkt gemacht haben. Mit den Gastarbeitern kamen in den 60er Jahren auch die italienischen Restaurants nach Deutschland, und deren wichtigstes Produkt war und ist die Pizza. Der zweite Grund ist der allgemeine Trend zum Außer-Haus-Verzehr, für den sich die Pizza nahezu als „maßgeschneidert“ zeigte. Pizzen lassen sich vorbereiten, schnell fertigstellen und ohne Be-

steck essen. Sie eignen sich für das Servieren am Tisch ebenso wie für das Take-Away-Geschäft oder den Home-Delivery-Service. Doch nicht nur das, auch im immer schmaler werdenden Repertoire bundesdeutscher Hausfrauen und -männer haben die Tiefkühlpizzen einen prominenten Platz erobert.

Selbst die italienischen Konsumenten haben sich dem europäischen Trend inzwischen angeschlossen und essen 43% aller Pizzen in den eigenen vier Wänden, in der Regel industriell vorproduzierte

TK-Pizzen. Noch vor zehn Jahren wurden in Italien 85% aller Pizzen in Restaurants gegessen, allerdings lag damals der pro Kopf Verbrauch auch „nur“ bei 3,3 kg (1993) gegenüber 4,9 kg (2003).

Industriell vorproduzierte Pizzen werden entgegen der Hoffnung mancher Konsumenten jedoch keineswegs nur in heimischen Öfen fertiggebacken. Auch Restaurants und Fast-Food-Ketten greifen gerne mal in die Truhe, wenn die Pizza-Bestellung eingeht.

## Was bewegt den Pizzamarkt?

Der Pizzamarkt als Außer-Haus-Markt ebenso wie der TK-Pizzen-Markt leben von Qualität, Authentizität und der Variabilität. Das zeigt beispielsweise der weltweite Trend zu gekühlten Produkten, den sowohl fertig belegte Pizzen bedienen wie auch die vorgefertigten Pizzateige, wie sie beispielsweise von Nestlé oder Sara Lee in den Kühlregalen des Handels angeboten werden. Besonders deutlich wird das

Durchschnittlicher Pizzakonsum in und außer Haus

	kg/pro Kopf	Wachstumsrate 2002/03	außer Haus	Zuhause
Italien	4,9	2%	57%	43%
EU	2,8	3,1%	56%	44%
USA	12,5	0,1%	55%	45%

Prozentsatz industriell hergestellter Pizzen, die in Restaurants serviert werden

	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2003
Italien	2	2	3	3	4	8	9
Europa	13	18	21	23	24	29	30
Nordamerika	39	39	39	39	40	41	40



Italien: Anteil an den industriell hergestellten Pizzen in %

	1992	1996	2003
TK	80	65	72
unter Atmosphärenaustausch	8	19	14
pasteurisiert	12	13	7
frisch	-	3	7

im Stammland Italien, wo die Frostpizza nicht unbedingt Mengen, aber Marktanteile an die Pizzen aus dem Kühlregal verliert.

Authentizität ist ein weiterer Anspruch, den moderne Konsumenten an den Pizzalieferanten stellen, wobei dieser Ausdruck mit einer gewissen Großzügigkeit ausgelegt werden muss. „Im Steinofen gebacken“ fällt in dieses Segment ebenso wie die amerikanische Pizza mit besonders dickem Teigboden. International als erfolgreich erweisen sich zunehmend auch Variationen von Pizza, wie mit Käse gefüllte Teigfladen oder sogenanntes Pizzabrot, frisch und kross gebackene gewürzte dünne Teigfladen, die zu Salat oder Suppe gegessen werden.

### Neue Trends auf dem Pizzamarkt

#### ➔ Mikrowellentaugliche Pizzaprodukte

McCain ist mit dieser Art von TK-Pizza in Großbritannien erfolgreich und setzt damit jährlich rund 12 Mio. Britische Pfund um.

#### ➔ Pizzen, deren Teig im Ofen noch aufgeht

Diese Art von Pizza soll dem Verbraucher das Gefühl geben, auch im heimischen Ofen eine Pizzaqualität zu erreichen, wie er sie sonst nur in Restaurants bekommt. In den USA war die Einführung durch Kraft Mitte der 90er Jahre extrem erfolgreich. Innerhalb von 1,5 Jahren wuchs der Umsatz von 10 auf 100 Mio. US-\$. Andere Hersteller folgten dem Trend und Ende der 90er

Jahre machten solche „fresh-dough“-Pizzen bereits 25% aller über den Lebensmittelhandel vertriebenen TK-Pizzen aus. In Europa hielt dieses Konzept gegen Ende der 90er Jahre Einzug. Schwans baute eigens dafür in Deutschland eine Fabrik, die heute ganz Europa mit den Freschetta-Pizzen versorgt.

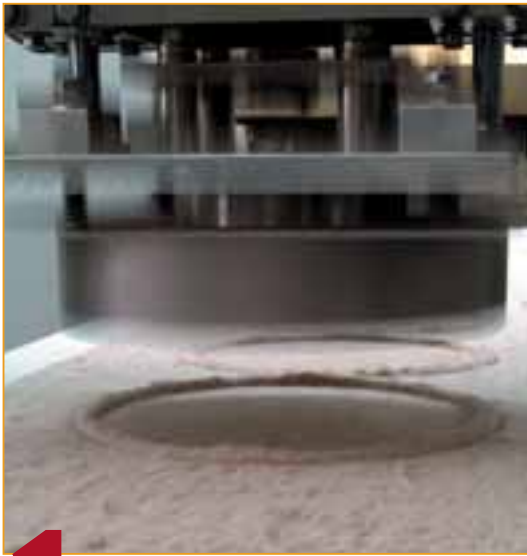
#### ➔ Dünnkrustige Pizzen

Der Erfolg von dünnkrustigen Pizzen ist vor allem der Erfolg von Wagner Pizza, die Anfang dieses Jahrzehnts mit derartigen Produkten auf den Markt kamen und diese Eigenschaft auch auslobten. Bis dahin hatte eine feine dünne und krosse Kruste stets als Qualitätsmerkmal besonders fähiger italienischer Pizzarestaurants gegolten.

#### ➔ Gefüllte Ränder

In den Tiefkühltruhen des Handels finden sich neuerdings auch Pizzen, deren Rand mit Tomatensauce und Gewürzen gefüllt ist. Eine ähnliche Variante mit käsegefülltem Rand setzten vor einiger Zeit auch diverse Pizza-Homedelivery-Firmen auf ihre Speisekarten.

>> Weiter auf Seite 28



**1** Pizzen mit Rand lassen sich mit speziell geformten Press- und Stanz-Köpfen auf der Linie formen.



**2** Soßenverteilung nach dem „Duschkopf-Verfahren“.

# Schlüsselfertig

*Pizzaanlagen werden heute vielfach als komplette Linien, sogenannte Turnkey-Anlagen gekauft. Zu den führenden Anbietern gehört die Fritsch GmbH aus Markt Einersheim.*

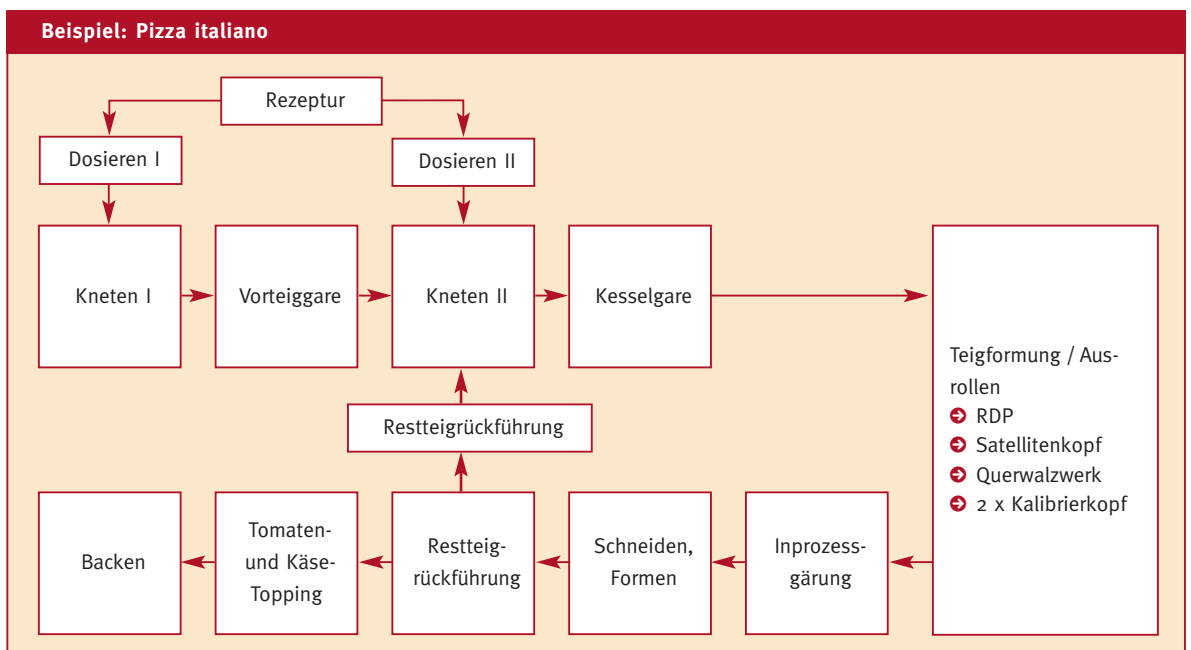
■ Pizzalinen für die industrielle Fertigung von einfachen, randlosen Pizzen sind auf Menge getrimmt. In der Regel werden solche Pizzen ohne Rand aus einem Teigband gestanzt, und das bei Stundenleistungen von mehr als 25.000 Stück.

Doch es geht auch anders, vor allem, wenn es um Pizzen im obern

Preissegment geht. Ein Beispiel dafür sind die Turnkey-Anlagen von Fritsch zur Herstellung von typisch italienischen Pizzen mit ausgeprägtem Teigrand. Fritsch liefert die Ausroll- und Pizzaformtechnik sowie die Dosierköpfe zur Saucenverteilung und Bestreuanlagen, während für die Teigknetung, Back-

und Kühlprozess mit namhaften deutschen und italienischen Firmen zusammengearbeitet wird. Fritsch tritt dabei als Generalunternehmer auf und liefert auch das Dienstleistungspaket von Produkttest und -entwicklung über Prozessplanung bis hin zur Personalschulung.

Die Anlagen, die bis zu 6.000





# 3

iEine typische Pizza italiano mit dünnem Boden und ausgeprägtem Teigrand.

Pizzen mit einem Durchmesser von 23 cm pro Stunde liefern, verarbeiten Teige mit einer Teigausbeute von bis zu 180 und Teigruhezeiten von bis zu 24 Stunden. Die Pizzen werden vom Ausroll- bzw. Stanzband direkt an die Belegstationen und den Ofen abgegeben, ohne zuvor auf Backbleche gelegt zu werden. Der anfallende Rückteig wird kontinuierlich und gewichtsgenau in den Knetprozess zurückgeführt und wie ein Vorteig zur Verbesserung der Teigqualität weiter verwendet. Das Ausrollverfahren entspricht den Linien zur Flachbrot- oder Focaccia-Herstellung und besteht aus RDP, Satellitenkopf, Querwalzwerk und zwei Kalibrierköpfen. Dazu gibt es Stanz- und Presswerkzeuge in verschiedenen Formen.

Für das Pressen von Pizzen mit Rand wird ein spezielles, von Fritsch entwickeltes zweistufiges Verfahren eingesetzt, das es erlaubt, die Form des Bodens und des Rands individuell zu gestalten. Den Boden kann man so flacher oder konisch verlaufen lassen und den Rand breiter, dicker, höher oder niedriger gestalten. Die Größe der Pizza wird vom Ausstechring vorgegeben. Die hydraulische Presse verdichtet mit optimierter Druckkraft die Teigmitte des Pizzabodens und wirkt mit geringer Druckenergie auf Boden und Rand. Mit der Stanze wird in einem zweistufigen Verfahrensschritt so die Pizza in ca. 0,5 Sekunden aus dem Teigband geschnitten und gleichzeitig geformt. Würde man die Pizzen aus einem runden Teigballen formen, wären ein wesentlich höherer Druck und mehrere Pressvorgänge notwendig.

Grundsätzlich ist es möglich, dieses Pizzaform- und Topping-Equipment auch mit vorhandenen Fritsch-Linien zu kombinieren. Grundvoraussetzung wäre die Kompatibilität der Anlagensteuerung. Je nach Anlagenkonfiguration wären dann Stundenleistungen von 2.000 bis 6.000 Stück machbar. ■

## DINKEL VOLLKORNBROT



Holen Sie sich zum DinkelvollkornMix attraktive Plakate und Brotschleifen!



Verwöhnen Sie Ihre Kunden mit dem nussig-milden Vollkornbrot!

Nähere Infos über das Dinkelvollkornbrot erhalten Sie von Ihrem backaldrin-Betreuer oder unter [info@backaldrin.de](mailto:info@backaldrin.de)

**backaldrin®**

Telefon 089 329 39 76

➔ **Pizza-Snacks wie Taschen, Hörnchen etc.**

Pizza Pouche, Pizza-Tasche, Taschenpizza – gefüllte Teigtaschen mit pizzatypischen Aromen gibt es seit Jahren, wenn auch selten mit Hefeteig ummantelt und in sofern nur entfernt mit dem Ursprungsprodukt vergleichbar. Eine originelle Idee ist seit kurzem unter dem Namen „Konopizza“ auf dem italienische Markt angetreten, dem Außer-Haus-Markt neue Impulse zu geben. Ein vorgebackenes, tiefgekühltes Teighörnchen wird vor Ort mit

» [www.konopizza.it](http://www.konopizza.it)



Die neue Idee aus Italien: das vorgebackene Pizzahörnchen.

Mozzarellawürfeln und anderen Zutaten wie Oliven, Pilzen etc. gefüllt und in einem Mini-Durchlaufofen innerhalb von drei Minuten fertiggebacken. Die ersten Restaurants gibt es in Verona und Bergamo bei Mailand, in Kürze eröffnen weitere in Rom, Catania, Mailand und Bologna. Die Idee ist als Franchisemodell konzipiert und dem Franchisenehmer wird neben Produkt, Ladenausstattung, Schulung und Standortsuche auch Hilfe bei der Bewältigung bürokratischer Hürden versprochen.

➔ **Kinderpizza**

Überall auf der Welt essen Kinder Pizzen bevorzugt nur mit Käse und Tomaten belegt, kräftige Aromen sind bis ins Teenager-Alter meist



Deutsches Tiefkühlinstitut, Köln

Pizzas sind nach wie vor das Trendprodukt für Jugendliche und jung gebliebene Verbraucher.

verpönt. Eine Marketingidee strickte daraus 1997 u.a. Wagner, die zusammen mit Babykosthersteller Hipp eine „Kinderpizza“ entwickelten, die in Herzchenform daherkam und aus einem vitaminisiertem Teig gebacken wurde. Das Produkt hat sich nicht durchgesetzt in Deutschland, ganz im Gegensatz zu den speziellen Kinderpizzen, die Bringdienste und Restaurants erfolgreich anbieten. Wie Kindermarketing in Sachen Pizza aussieht, lässt sich beispielsweise auf der [www.hallopizza.de](http://www.hallopizza.de) nachlesen, wo das Franchiseunternehmen einen eigenen Kinderclub promotet. In Großbritannien setzen Hersteller wie McCain oder McVities dagegen mehr auf Marketingideen, die an TV-Serien oder Filmerfolge anknüpfen, etwa Pizzasaurus (Jurassic Park) oder Teenage Mutant Turtle Pizza. ■

**Pizza im Bäckerhandwerk**

**Zukauf als Ergänzung**

Es ist mehr als eindeutig: Die meisten deutschen Backbetriebe, so sie denn Pizza, Pizzazungen oder Pizzataschen im Sortiment haben, und das sind vier von fünf, machen sie selber. Dabei gehört ihre Leidenschaft eindeutig nicht der runden Pizza. Pizzazungen sind offensichtlich der Renner schlechthin, egal, ob selbst hergestellt oder zugekauft. Aber auch Pizzataschen und Pizzaschnecken werden gerne zugekauft. Geordert wird dabei in der Mehrzahl direkt bei den Herstellern. Die Argumentation für den Zukauf ist gespalten. Fast die Hälfte aller Zukäufer gab an, dies sei kostengünstiger als die Eigenproduktion. Bei fast ebenso vielen sind die Pizzataschen, -zungen und -schnecken ein Randprodukt und deshalb nicht auf der eigenen Produktionsliste. Aber auch Argumente wie Lebensmittelsicherheit und die von der Industrie gebotene Vielfalt wurden als Pluspunkte ins Feld geführt.

Anzeige

**REINI** Backblechreinigungsmaschinen

**aws** automatische wälzlager antriebsmaschinen

Wir sind für Sie da

Halle 1.0 Stand 148

reini@aws-automation.de tel: (+49) 4331-69 64- 0  
www.aws-automation.de fax: (+49) 4331-69 64- 64

**In Hülle und Fülle**  
Variationen als Kugel und Strang!

Die vielseitigen Encrusting-Maschinen formen, füllen, portionieren gleichzeitig – bis zu 3 verschiedene Komponenten. Egal ob Back-, Teig-, Süßwaren-, Fleisch-, Fisch- oder Kartoffelprodukte herzustellen sind. Die Arbeitsabläufe sind schnell nach Form, Inhalt, Größe und Gewicht elektronisch steuerbar – ca. 10 bis 300 g pro Stück.

Wer konsequent ist, kann nichts Halbes akzeptieren – unfassbar, was die KN 400 alles kann.

**RHEON** Infos, die sich lohnen!

**RHEON AUTOMATIC MACHINERY GmbH**  
Tel. 0211/4719 50 • Fax: 0211/42 41 29  
E-mail: [de.info@rheon.com](mailto:de.info@rheon.com)

**Carlton Food-Technik GmbH**  
Tel. 0211/326237 • Fax: 322090



# Pizza germanica

Ob Baby oder Oma ist ganz egal, zumindest statistisch betrachtet verzehren die Bundesbürger derzeit pro Jahr und Kopf 2,3 kg Tiefkühlpizza, so das Deutsche Tiefkühlinstitut, Köln. Zusammengerechnet waren dies 2003 rund 185.350 t, nahezu doppelt so viel wie noch vor zehn Jahren. Der größte Teil davon, knapp 174.000 t, ging via LEH, Heimdienst und Discounter an die privaten Haushalte, die damit ihren Verzehr gegenüber dem Vorjahr um 4,6% steigerten. Im klassischen Außer-Haus-Verzehr lag der Mehrverbrauch an TK-Pizzen bei 2% plus und insgesamt 11.430 t.

Mit diesen positiven Zahlen setzen sich die Tiefkühlpizzen deutlich vom gesamten Tiefkühlkostmarkt in Deutschland ab, der 2003 in allen übrigen Segmenten keine Steigerungen mehr realisieren konnte.

Für die ersten sechs Monate dieses Jahres registrierte ACNielsen sogar eine Umsatzsteigerung um 11% auf 386 Mio. € im LEH. Inklusive Aldi und Heimdienste kommen die Marktforscher auf einen Umsatzanstieg um 6,2% auf 460 Mio. €. Aldi erlitt im Pizzasegment einen Umsatzrückgang um 10,7%, die Heimdienste gar um 24,3%. Verbrauchermärkte und übrige Discounter (+17%) legten dagegen kräftig zu. Der wichtigste Anbieter auf dem in Deutschland rund 700 Mio. € schweren TK-Pizza-Markt ist die Bielefelder Dr.-Oetker-



Nr. 3 stammt aus Berlin, ist eine Tochter des Südzucker-Konzerns, firmiert unter „Freiberger“ und tritt in erster Linie als Handelsmarken-Lieferant auf. An eigenen Marken produziert Freiberger „Alberto“ und „Ernos“-Pizzen. Seinen Umsatz 2002 bezifferte das Unternehmen auf 307 Mio. €, wovon allerdings rund 41% aus dem Export stammen. Zur Firma gehören zwei Werke in Deutschland, eines in Oberhofen/Österreich sowie drei britische Werke, die 2003 mit der Übernahme von Stateside Foods in Westhoughton, UK, hinzukamen. Seit 1997 vermarktet Freiberger neben Pizzen auch Pastagerichte unter „Alberto“.

Die bedeutendste Pizza-Restaurant-Kette hierzulande dürfte Pizza Hut sein, ein Unternehmen, das ebenso wie Taco Bell oder KFC zur amerikanischen YUM!-Gruppe gehört. Pizza Hut ist seit 1983 in Deutschland aktiv und macht mit knapp 80 Restaurants rund 70 Mio. € Umsatz. Pizza-Lieferservices sind inzwischen fast so etwas wie eine Massenbewegung, allerdings mit einem hohen Durchsatz an Jungunternehmern, zumal wenn sie sich nicht einem erprobten Franchisesystem anschließen. Darunter gibt es aber auch sehr erfolgreiche. Seit 15 Jahren hält sich in Deutschland beispielsweise Joey's Pizza Service. Kürzlich unter der Abkürzung „Joey's“ relauncht, zählte die Kette 2002 bereits 99 Betriebe und 34,5 Mio. € Umsatz. Inzwischen ist die Zahl der Betriebe auf über 100 gestiegen, die jährlich mehr als sechs Mio. Kunden jährlich beliefern.

Jahr	Lebensmittelhandel	Großverbraucher	Insgesamt
1998	131.175	8.500	139.675
1999	135.110	9.350	144.460
2000	149.972	9.715	159.687
2001	159.571	10.690	170.261
2002	165.953	11.210	177.163
2003	173.919	11.434	185.353

Absatz von Tiefkühlpizza von 1998 bis 2003 an Lebensmittelhandel (inkl. Heimdienste und Discounter) und Großverbraucher (Gastronomie, Kantinen, Anstalten etc.) in Deutschland (Angaben in t). Quelle: Deutsches Tiefkühlinstitut e.V., Köln

Gruppe, die mit Pizzen allein 285 Mio. € und damit 3% mehr als im Vorjahr umsetzte. Dicht auf den Fersen sind den Bielefeldern die Saarländer Pizzabäcker von Wagner-Pizza, die 2003 auf 241 Mio. € kamen und ihren Umsatz damit um 7% ausdehnten. Das Sortiment der Nonnenweiler reicht von großen und kleinen Pizzen, Steinofenpizzen über Flammkuchen, Foccacinis und Piccolinis bis hin zu Bio-Steinofenpizzen. Wagner ist Förderer der Food-Fun-Fantasy-Jugendaktion, die mit Unterstützung des Bundesgesundheitsministeriums Kindern und Jugendlichen gesunde Ernährung und Lebensweise nahe bringen soll.

# kommentar

## Der Fladen für den Laden

Pizza backen kann doch jeder – na ja, zumindest versucht es (fast) jeder. Allerdings ist das, was normalerweise in den Outlets angeboten wird – und da unterscheiden sich die Bäckereifilialen kaum von Dönerbuden und fragwürdigen Pizzashops – von ausgesucht bescheidener Qualität. Belegt sind die pappig bis zähen Fladen zwar üppig, aber von minderer Qualität und noch weniger Phantasie. Das sind einfach keine konkurrenzfähigen Produkte.

Dass es auch anders geht, beweisen nicht nur hunderte von italienischen Restaurants überall in der Republik, die so wunderbare Pizzen anbieten wie beispielsweise das „Eisenstein“ in Hamburg-Altona, das meine Lieblingspizza zwar „Blöde Ziege“ nennt (wehe, irgend jemand grinst jetzt), aber trotzdem einen dünnen und knusprigen Boden belegt mit Ziegenfrischkäse, knusprigem Speck und einer Rosmarin-Tomatensoße abliefern. Zugegeben, der Preis von 11 €, mit dem man natürlich nicht nur die Pizza, sondern auch die „Szene“ bezahlt, ist ebenso wie letztere kaum täglich zu vertragen.

### Fazit 1: Man kann Pizza besser machen

Auch marketingtechnisch lässt sich mit dem Allerweltsprodukt Pizza viel anfangen, wenn man sich die Mühe macht, in Variationen zu denken. Warum gibt es denn nirgendwo Family-Size-Pizzen für Familien, Bürogemeinschaften oder Partys? Oder fertige Pizzaböden? Die aus dem Kühlregal sind wirklich nicht das Gelbe vom Ei. Oder vorgebackene Pizzen, auf denen man Zuhause nur noch den gewünschten Belag drapieren und den Käse schmelzen lassen muss. Wenns geht, im Bäckerbistro bitte auch keine Pizza vom Blech. Aus dem Steinbackofen schmeckt sie einfach besser. Und ein Steinbackofen im Laden macht sich als Blickfang und in der Anwendung für Brötchen, Kuchen und andere Leckereien sehr positiv bemerkbar und ist ein erstklassiges Instrument für spontane Aktionsgeschäfte. Echt klasse ist die italienische Idee mit der Pizza in Eistütenform. Spricht garantiert Kinder und Jugendliche an, vorausgesetzt der Teig ist so gebaut, dass er nicht gleich aufweicht. Aber das dürfte ein zu lösendes technologisches Problem sein und Teigtechnologie sollte ja wohl zum Rüstzeug eines ausgebildeten Bäckers gehören.

### Fazit 2: Mit Phantasie anders und besonders sein

Es muss übrigens nicht immer die monsternmäßig dick belegte Pizza sein. Masse ist da keineswegs Klasse. Andersherum kommt es eher hin: Klasse macht Masse. Wer sich abhebt, hat Chancen bemerkt zu werden. Auch bei den Konsumenten. Und wer Masse durch Phantasie ersetzt, hat Chancen, zu einem akzeptablen Preis anbieten zu können. Verbessern kann man sich in diesem Punkt auch mit verschiedenen Größen oder Angeboten wie Pizzataschen und mit Salat füllbare Pizzabrötchen, die alle Food-to-go-Kriterien erfüllen und an Ernährungswünsche ebenso wie an Erfahrungsmuster von Konsumenten anknüpfen.

### Fazit 3: Pizza ist ein in allen Verbraucherhirnen verankerter und positiv bewerteter Artikel.

Die halbe Strecke zur Akzeptanz ist damit schon zurückgelegt. Fehlt nur noch das i-Tüpfelchen, das die Verbraucher auch dazu bewegt, bevorzugt hier ihre Pizza einzukaufen, ob nun für Zuhause oder Außer-Haus-Verzehr.

Also, kann doch nicht so schwer sein, oder?

Ihre

Hildegard M. Keil

# NUSSFÜLLUNGEN OHNE EI – JETZT AUCH FÜR FEINE STOLLEN!



## Mit Meister Nuss extra und eisella Haselnuss extra

Mit nur einer Grundrezeptur können Sie jetzt Nusshörnchen, Stollen, Wickelkuchen und viele andere Nussgebäcke herstellen – und das erstmals ohne Ei! Die Füllungen sind sicher und lange verarbeitungsfähig. Und was den Genuss angeht: Wir verwenden nur ausgesuchte Haselnüsse aus europäischem Anbau.

Mehr Info unter

freecall 0800/418 418 1

0800-Goldbiskin [www.meistermarken.de](http://www.meistermarken.de)

# Pizzaöfen – Eine Frage der Philosophie

*Individuelle und flexible Öfen dominieren den Pizzaofenmarkt. Produktbezogene Konzepte sind maßgeblich. Die technischen und technologischen Möglichkeiten werden oft noch unterschätzt.*

■ Geht es um Pizzaproduktion, steht meist die Anlagentechnik für die Teigformung und das Belegen bzw. Bestreichen der Produkte im Mittelpunkt, weniger die Ofentechnik. Die Wahl des Ofens bzw. die Wahl der Ausführung ist aber ein entscheidendes Kriterium für die spätere Qualität der Pizza. Hierzu auf Informationen von großen Pizzaherstellern zu hoffen, ist vermessenen, denn die halten zumindest in Deutschland ihre Werke verschlossen. Dort herrscht Angst vor einer Kopie ihrer Linie, denn im umkämpften Pizzamarkt entscheiden schon längst Bruchteile von Cent pro Stück Produktionskosten darüber, ob eine Linie gewinnbringend arbeitet oder nicht. Die Unterscheidung bei Belag und Geschmack bietet daher für nahezu alle Pizzaproduzenten die einzige Option, sich abzuheben und akzeptable Preise zu erzielen.

Abgesehen von den mit Backpulver getriebenen TK-Pizzen, die im heimischen Ofen noch aufgehen, sind alle TK-Pizzen, auch wenn sie in den Tiefkühltruhen des

Handels oft nicht danach aussehen, vorgebacken. Die klassische Pizza Italien Style und die amerikanische Pizza werden zu 75 – 80% vorgebacken. „Das passiert in speziell dafür konzipierten Hochtemperaturöfen“, so Gert-Jan Mulder, Prozesstechnologe beim niederländischen Ofenbauer Rademaker/Den Boer mit Sitz in Culemborg. Diese Öfen werden üblicherweise mit Temperaturen von bis zu 350 – 450 °C gefahren.

Damit die Pizza noch nicht bräunt, ist die Backzeit, je nach Ofengröße und/oder Pizzabodendicke, mit 60 – 120 Sekunden sehr gering. Sinn und Zweck des schnellen, heißen Backens ist die Ausbildung eines festen Klebers bzw. Porengerüsts, das für die sich anschließende Belegung notwendig ist. Bei den Italien Style Pizzen geht man üblicherweise von einer Bodendicke zwischen 2 und 4 mm als Teig aus. Die dickeren (bis zu 20 mm Teigdicke) Pizzen American Style werden zu meist nicht wie die italienischen Originale direkt auf einer Steinplatte oder einem Netzband gebacken, sondern in Formen, dann beträgt die Backzeit bei leicht abgesenkter Temperatur meist 4 – 6 Minuten. Wichtig ist: Der Boden soll Stand haben, aber noch keine Färbung aufweisen. Eine Variante ist das Backen in Formen, die mit ca. 20 g Fett oder Öl besprüht werden, bevor der Pizzaboden eingefüllt wird. Technologisch gesehen hat das den Effekt, dass nicht nur der



Einlauf der mit Pizzasauce bestrichenen Teiglinge in einen Pizzaofen von MCS.

Boden nach dem Backen einfach aus der Form fällt, sondern dass er mehr frrittiert als gebacken wird, was sich auf den Geschmack auswirkt. Bei einigen Produzenten wird die Pizzasauce bereits vor dem Backen aufgetragen, andere bestreichen den Boden erst nach Backen und Auskühlen.

## Hochtemperatur

Konventionelle Backöfen verkraften zumindest im Dauerbetrieb keine Temperaturen jenseits der 350-°C-Marke. Das hat im Wesentlichen zwei Ursachen. Einerseits sind konventionelle Öfen für diese hohen Temperaturen nicht ausreichend isoliert, was bewirkt, dass sich wesentliche Teile des Brennraums und auch der tragenden Konstruktion zu stark aufheizen können. Neben einer verbesserten Isolierung verwenden einige Hersteller zusätzlich Spezialstahl, der gehärtet und damit nicht so anfällig gegen große Hitze ist. In Sachen

Auslauf der vorgebackenen Böden nach 90 Sekunden Backzeit.





Ihr kompetenter Partner für  
maßgeschneiderte Anlagen zur  
Rohstoffbereitstellung

**AT** *Bäckereitechnik*  
**HefeFele**  
AT Produktentwicklung GmbH



EURO QUATTRO



Dosiersteuerungen



Vollautomatische  
Kleinkomponentenverwiegung



Mehrkomponenten-  
Verwiegesysteme



Innen-Siloanlage



Außen-Siloanlage



Vorteig-Sauerteigsysteme

Wir stellen aus:  
Sachsenback, Leipzig,  
Halle 1, Stand 1.0.448

Postfach 1152  
97911 Lauda-Königshofen  
Telefon: 0 93 43/6 44-0  
Telefax: 0 93 43/6 44-2 90  
e-mail: [service@at-pro.de](mailto:service@at-pro.de)  
[www.at-pro.de](http://www.at-pro.de)

Zweigniederlassung Blaustein  
HefeFele-Bäckereitechnik  
Lindenstraße 15 · 89134 Blaustein  
Telefon: 0 73 04/9 50-0  
Telefax: 0 73 03/4 18 29  
e-mail: [service@hefele-baekereitechnik.de](mailto:service@hefele-baekereitechnik.de)



Brennertechnik setzt man hier fast ausschließlich auf modulierende Brenner mit variabel einstellbaren Leistungen.

Die Breiten für Pizzaöfen liegen standardmäßig zwischen 1 m und rund 1,5 m. Eine große Breite führt insbesondere bei direkt beheizten Modellen oft zum ungleichmäßigen Backen. Üblicherweise verfügen Pizzaöfen, die im Mittel rund 10 bis max. 15 m lang sind, über 3 bis max. 4 Temperaturzonen. Meist hat die erste Zone eine größere Unterhitze, insbesondere wenn in Formen gebacken wird. Denn dann muss außer dem dünnen Pizzaboden auch noch die Form aufgeheizt werden, was selbst bei den hohen Temperaturen einige Zeit in Anspruch nimmt.

### Stein oder nicht Stein

Der klassische Pizzaofen ist ein Steinbackofen. Dafür benutzen die Hersteller unterschiedliche Steine. Während Granit vor allem mit seiner hohen Festigkeit und Langlebigkeit punkten kann, finden sich auch mit Serpentin ausgekleidete Öfen. Die dunklere Farbe dieses Steins gegenüber Granit bewirkt eine schnellere Wärmeübertragung.

Seit einigen Jahren finden sich auch Heißluftumwälzöfen im Pizzasegment. Deren entscheidende Vorteile sind schnell und leicht regulierbare Wärmestrahlung und die schnellere Wärmeübertragung auf die Pizzaböden, systembedingt gibt es sie aber nicht in der Steinausführung, was dann den Einsatz von

speziellen Netzbändern erfordert. Die Stahlgitterbänder haben aber auch den Vorteil, dass die sogenannte Vorheizzone am Ofeneinlauf deutlich verkürzt werden oder sogar entfallen kann. Bei den Steinöfen ist eine Vorheizzone ein Muss, denn die Platten kühlen trotz Bandheizung auf dem Rückweg vom Ofenauslauf einfach zu stark aus.

Die gesteigerte Flexibilität von Heißluftumwälzöfen im Pizzabereich kommt den industriellen Produzenten entgegen, denn die Sortenvielfalt ist im Laufe der Jahre mächtig gewachsen. Mit der Folge, dass die Pizzalinen nur noch selten nur für ein und das selbe Produkt laufen. Hier hat man natürlich mit indirekt beheizten und stark regelbaren Öfen einen entscheidenden Trumpf im Ärmel.

Hersteller	Ofentypen	Klassifizierung
Gouet SA F-76260 Eu T: +33 23550 5240 www.gouet.com	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Steinplatten Tunnelöfen bis 100 m<sup>2</sup> (unabhängige Vorheizzone, Schrittlänge 3 m)</li> <li>➔ Turbo Jet Ofen max. Gesamtlänge 35 m (hohe Luftumwälzung, Steinplatten, Stahlbänder, Netzbänder, Schrittlängen 3, 4 oder 5 m)</li> </ul>	Industrie
Bamak s.r.l. I-38065 Mori/TN T: +39 0464 9130234 www.bamak.com	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Steinplattendurchlauföfen, direkt beheizt (Öl, Gas) bis ca. 20 m Länge</li> </ul>	Industrie
Danish Food Equipment Int. DK-8723 Loesning T: +45 7589 3166 www.dfeas.com	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Delta Three Konvektionsofen (modularer Konvektionsofen mit Bandbreiten von 0,8 – 4,0 m) alle Gitterbandarten plus Gitterbänder mit eingearbeiteten Formen</li> <li>➔ Steinbackofen mit Konvektion (separate Luftgeschwindigkeit und Beschwädung in jeder Zone möglich)</li> <li>➔ Impingment Ofen (reiner Konvektionsofen mit der Option, die Hitze von oben und unten einzublase)</li> </ul>	Industrie
G/BT GmbH Bäckerei Technologie Gottlieb Daimler Straße 2 78048 Villingen-Schwenningen T: 07721 9976350 www.gbtgmbh.de	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Tunnelöfen in Hochtemperaturlösung mit Scharnierplatten, Netzband und Steinplatten (individuelle Konfiguration, direkte Beheizung oder Konvektion)</li> </ul>	Industrie
Rademaker/Den Boer BV NL-7722 RR Dalftsen T: +31 529 433790 www.rademaker.nl	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Multibakeline HT (direkt beheizter modularer Tunnelofen mit Steinplatten, oder speziellem Netzband)</li> <li>➔ Aermoflex HT (Konvektionsofen mit frequenzgesteuerter Luftführung und Beschwädung von oben und unten)</li> <li>➔ Infrarotöfen (bis 1.200 °C) zum Anschmelzen des Belags nach dem Belegen</li> </ul>	Industrie
MCS/OSS s.r.l. I-38068 Rovereto/TN T: +39 0464 481200 www.mcs-oss.it	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ direkt beheizte Tunnelöfen</li> <li>➔ Heizgasumwälztunnelöfen</li> <li>➔ Tunnelöfen mit Steinauskleidung und Konvektion</li> </ul>	Industrie
Mondial Forni S.p. A. Benini Berto S.r.l. I-37139 Verona T: +39 045 8519511 www.mondialforni.com	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ elektrische Etagenöfen in den Größenklassen von 60 x 40 cm, 60 x 80 cm bis 144 x 160 cm (Spezialauskleidung mit Schamottsteinen zur besseren Wärmespeicherung und Übertragung, Beschwädung optional, bis vierherdig)</li> <li>➔ Durchschiebeöfen (100 x 150 cm als Schaubackofen oder für Spezialanwendungen)</li> </ul>	Handwerk
Sveba Dahlen Vertrieb Deutschland Rudolf Richter GmbH 71296 Heimsheim T: 0703 313933 www.sveba-dahlen.se	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ Durchlauföfen TP mit Netzband, ohne Beschwädung Stundenleistung je nach Größe zwischen 400 und 1.000 Stück möglich, bis zu drei Herde übereinander</li> </ul>	Handwerk
Van der Pol Bakery Equipment B.V. NL-3752 LV Bunschoten T: +31 33 2981944 www.vanderpool.nl	<ul style="list-style-type: none"> <li>➔ direkt beheizte Tunnelöfen</li> <li>➔ Konvektionstunnelöfen</li> <li>➔ Heizgasumwälztunnelöfen (alle in unterschiedlichen Bandausführungen und mit patentierter Temperaturkontrolle)</li> </ul>	Industrie

Diese Auflistung stellt keinen Anspruch auf Vollständigkeit und ist aus Gründen der Übersichtlichkeit stark vereinfacht.

### Die neue Generation von Heizluftöfen

„Der Trend im Pizzabereich geht zu flexiblen Lösungen und immer mehr auch dazu, komplette Anlagen inklusive Aufarbeitung und Belegen zu ordern“, erklärt Mulder. Der flexibelste Ofen der Niederländer, die sich den industriellen Pizzaofenmarkt mit den klassischen Ofenbauern aus Italien, allen voran MCS-OSS aus Rovereto, teilen, ist der Aermoflex HT. Dieser Heißluftumwälzofen unterscheidet sich von den auch im Mutterland der Pizza eingesetzten Heißluftumwälzern durch einen variabel in der Höhe einstellbaren Backraum, eine spezielle Form der Beschwagung von unten wie von oben und die frequenzgesteuerte Regulierung des Luftstroms beim Backen. Obendrein lassen sie sich komplett nass reinigen und, da die Module auf Füßen stehen, auch der Fußboden unter der Linie.

### Infrarotöfen

Nach dem Backen der Böden laufen diese vor dem Belegen meist über Kühlstrecken, bevor sie entgültig belegt werden. Dabei stößt man vielfach auf das Problem, dass der aufgestreute Käse dazu neigt, beim anschließenden Schockfrostern oder beim Transport von der Pizza zu rieseln. Deshalb setzen einige Hersteller nach dem Belegen spezielle Infrarotöfen ein. Diese muss man sich wie ein stehendes C vorstellen, wobei die 800 – 1.200 °C heiße Wärmequelle nur

von oben wirkt. Ziel dieses meist um die fünf Meter langen Ofens ist ein leichtes Anschmelzen des Belags an den Boden. Die Verweildauer der Pizzen in diesem Ofen beträgt nur maximal 20 Sekunden. Vorteil der C-Form des Ofens ist, dass man das Gitterband einfach ausfahren und reinigen kann. Gerade wegen der Verunreinigung mit Käse macht diese Option hier uneingeschränkt Sinn.

### Die gleichmäßige Qualität im Visier

Wichtig ist für die Pizzaproduzenten, eine möglichst gleichbleibende Temperatur zu erreichen. Dafür sorgt eine reproduzierbare Prozessoptimierung in allen Bereichen der Aufarbeitung und des Backens. Der Mensch als Einflussgröße wird weitgehend durch Computersteuerungen ersetzt. Selbst Prozesse wie die Teigreifung bei Pizzen mit langen Kesselgaren finden computergesteuert in speziell-

len Teiglagerzellen statt. Dabei gibt es kaum noch einen Anbieter, der Pizzalinien ungetestet, also quasi von der Stange liefert. Nicht selten kommen auch die Pizzahersteller bereits bei der Abnahme der Anlage mit ihren Handelskunden zu den Ofen- und Anlagenbauern. Noch bevor die erste Pizza vom Band läuft, weiß der Handel dann ganz exakt, was anschließend im TK-Lkw auf ihn zurollt. ■

Goldener DLG-Preis  
2004 / 2003 / 2002



Goldener DLG-Preis  
2004 verliehen für  
Laugen-Buttercroissant  
(Teigling, tiefgefroren).

Goldener DLG-Preis  
2002/2003 verliehen  
für Laugenbrötchen  
(fertiggebacken, tiefgefroren),  
Schinken-Käse-Buttercroissant,  
Marzipan-Buttercroissant,  
für die Gourmettasche, sowie unsere  
Pizza-Snacks Funghi,  
Primavera (Teiglinge,  
tiefgefroren).



30.10-01.11.2004  
Halle 1 - Stand 1.0.938

Brezelbäckerei  
Ditsch GmbH

Robert-Bosch-Str. 44  
55129 Mainz  
Tel. (0 61 31) 99 57 - 0  
Fax (0 61 31) 99 57 - 50

