

AURORA | DAS MEHL



Mehl ist Mehl, mag so mancher meinen. Und in der Tat war Mehl in früheren Zeiten ein einfaches Grundnahrungsmittel, das beim Kaufmann aus Säcken verkauft und überwiegend zu Brot verbacken wurde.

Dies sollte sich ändern, als im Jahr 1951 die Heinrich Auer Mühlenwerke in Köln das Markenzeichen AURORA als offizielles Warenzeichen eintragen ließen. Innerhalb kürzester Zeit wurde „AURORA mit dem Sonnenstern“ – nicht zuletzt dank sorgfältiger Abstimmung von Slogan und Markenzeichen auf Packungen, Rezeptbroschüren sowie in der Werbung – zum Inbegriff für Mehl schlechthin in der deutschen Verbraucherlandschaft.

Der Grundstein dazu wurde bereits 100 Jahre früher – im Jahre 1850 in Köln-Nippes – gelegt. Dort baute Heinrich Auer seine erste „Auer-Mühle“. 1892 übernahmen die Söhne Jakob und Carl Auer die Leitung des Unternehmens, das inzwischen vier Mühlen umfasste. Entsprechend ging es weiter: 1909 wurde die erste „Auersche Großmühle“ in Köln-Deutz in Betrieb genommen. Da viel Getreide auf Lastkähnen über den Wasserweg transportiert wurde, bot sich der Standort mit seiner Hafenanbindung an den Rhein an. Hier wurden die modernsten Errungenschaften der Mühlentechnik jener Zeit angewandt und eine für damalige Verhältnisse beachtliche Menge von täglich 1.500 Sack, später sogar 3.000 Sack feinstes Mehl gemahlen.

Clemens Auer, der älteste Sohn von Jakob Auer, leitete die Geschäfte ab 1921. Das Unternehmen nahm einen enormen Aufschwung, der jedoch durch den Zweiten Weltkrieg aufgehalten wurde. Vieles wurde zerstört. Doch durch unermüdliche Tatkraft aller Beteiligten gelang schon bald der Wiederaufbau, sodass am 100. Jahrestag der Gründung des Unternehmens die neue Mühle wieder in Betrieb genommen werden konnte.

Seit 1975 gehört das Auersche Traditionsunternehmen zur VK Mühlen AG mit Sitz in Hamburg. Geblieben ist der hohe Qualitätsanspruch: Reines, frisch vermahlene Getreide aus ausgesuchten Weizensorten und die Sorgfalt erfahrener

Müller lassen ursprüngliche Mehle von hoher Qualität entstehen. Die ganze Kraft des natürlichen Kornes steckt in diesen Mehlen. So garantiert AURORA seit Generationen, dass das Backwerk besonders gut gelingt und es allen so schmeckt, wie es schmecken soll.

Die immer gleich bleibende hohe Qualität und innovative Sortimentsergänzungen haben die Marke AURORA in den letzten fünf Jahrzehnten letztendlich zu dem gemacht, was sie heute ist: Deutschlands beliebtestes Markenmehl – nicht zuletzt wegen der „Sonnenstern-Gelinggarantie“ für beste Backergebnisse.

Der Klassiker des AURORA Sortiments ist zweifellos das legendäre AURORA Sonnenstern-Mehl – ein helles Weizenmehl Type 405, das sich als Universal-Haushaltsmehl grundsätzlich für alle Anwendungsbereiche eignet.

AURORA Urkraft des Keimes, ebenfalls ein Weizenmehl der Type 405, enthält das Wertvollste des Getreidekorns, den Weizenkeim. Dadurch findet sich in diesem Mehl ein hoher Anteil an wichtigen Vitaminen, Mineralstoffen und Spurenelementen.

Daneben ergänzen die acht Weizenmehl-Spezialisten von AURORA Bestes Korn (Instant-Mehl, Weizen-Mehl Type 550, Weizen-Mehl Type 1050, Weizen-Vollkornmehl, Roggen-Mehl Type 1150, Roggen-Vollkornschrot, Dinkel-Mehl Type 630 und Dinkel-Vollkornmehl) das Markenmehl-Angebot. Jedes der Spezialmehle zeichnet sich durch seine ganz individuellen Stärken aus und eignet sich besonders gut für bestimmte Teigarten und Anwendungen. Verbraucher, die beim Backen auf hochwertige Grundzutaten Wert legen, finden bei diesem umfassenden Angebot garantiert für jeden Teig das richtige Mehl.

Darüber hinaus geht es bei AURORA längst nicht mehr „nur“ um Mehl: Neben der großen Mehlmehlfalt erweitern heute auch verschiedene Grieß-Sorten das AURORA Sortiment. Und die Marke bietet eine große Auswahl an Brotbackmischungen an: Ob lockeres Weißbrot oder kräftiges Vollkornbrot, mit den Brotbackmischungen von AURORA ist Brotbacken bequem und einfach.



Firmenname AURORA Mühlen GmbH	Klassiker AURORA Sonnenstern-Mehl	Gründung 1850 in Köln (Auer-Mühle)	Erfinder Clemens Auer prägt 1951 die Marke AURORA	Gründer Heinrich Auer (1825–1892)	Bekanntheit 89 % (Marke)
-------------------------------------	---	--	---	---	-----------------------------