



Wissensforum Backwaren
Berlin · Wien



Foto: © iStock/Quantum

BASELS BERÜHMTES BACKWERK: BASLER LECKERLI SIND WIR GENANNT ... S. 04-07 // SO NICE! MIT AMERICAN BAKERY JUNGE ZIELGRUPPEN EROBERN S. 08-11 // MALZ: TRADITION TRIFFT TREND S. 12-15 // LEITSÄTZE FÜR LEBENSMITTEL: EIN ROSINENBROT IST KEIN WUNSCHKONZERT S. 16-17 // NEUES AUS DER WELT DES LEBENSMITTELRECHTS: DON IN GETREIDEFLOCKEN S. 18-19 //

BACKWAREN AKTUELL

FACHMAGAZIN RUND UM BACKZUTATEN



CHRISTOF CRONE
1. Vorsitzender und Geschäftsführer,
Wissensforum Backwaren e.V.

BRANCHENNEWS

Liebe Leser,

wieder geht ein Jahr zu Ende und Sie halten die letzte Ausgabe der backwaren aktuell für 2019 in den Händen. Natürlich haben wir auch 2020 wieder viele spannende Themen für Sie parat, an deren Zusammenstellung wir bereits tüfteln.

Dieses Jahr war unsere Branche vor allem geprägt von dem Beschluss der „Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten“ der Bundesregierung Ende 2018 sowie von der anhaltenden Nachfrage nach Clean-Label- und frei-von-Produkten. Und natürlich bewegt uns auch die aktuelle Diskussion um den Klimawandel und in dem Zusammenhang der ressourcenschonende Umgang mit und eine nachhaltigere Produktion von Lebensmitteln. „Reduktionitis: Weniger Fett, Zucker & Salz, Zero Waste & Clean Label – Wie beeinflussen die neuen Trends Ihr Unternehmen?“ war daher auch der Titel unserer diesjährigen Blitzumfrage, die wir unter den Mitgliedsunternehmen des Wissensforum Backwaren e.V. durchgeführt haben. Auch wenn sich im Detail ein differenziertes Bild gezeichnet hat, so lässt sich doch zusammenfassend feststellen, dass der überwiegende Teil der Unternehmen den neuen Reduktionstrends positiv gegenüber steht und darin vor allem neue Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten für die Branche sieht. Schwerpunkte sind dabei die Reduktion von Salz, Zucker und Zusatzstoffen. Die Umfrage hat zudem auch gezeigt, dass viele Unternehmen aktiv Maßnahmen ergreifen, die das Thema Umweltschutz betreffen, besonders hinsichtlich der Vermeidung von Plastik bzw. Abfall allgemein und Steigerung der Energieeffizienz.

Die Branche reagiert also. Sie erkennt Trends und Entwicklungen, erarbeitet entsprechende Maßnahmen und setzt diese in die Tat um. Und so wird auch 2020 sicher ein spannendes Jahr werden, das viele Veränderungen mit sich bringt. Wir freuen uns darauf, unsere Mitglieder mit unserer Verbandsarbeit weiterhin tatkräftig zu unterstützen und Ihnen, liebe Leser, spannende Inhalte in unserer backwaren aktuell anzubieten.

In dieser Ausgabe dürfen Sie sich freuen auf Wissenswertes rund um Basler Leckerli, American Bakery, Malz und die Entstehung von Leitsätzen für Lebensmittel. Als kleine Besonderheit zum Jahresende präsentieren wir Ihnen außerdem unsere Kolumne „Neues aus der Welt des Lebensmittelrechts“, die von nun an den Abschluss jeder Ausgabe bilden wird.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen und einen guten Rutsch ins nächste Jahr!

CHRISTOF CRONE

1. Vorsitzender und Geschäftsführer, Wissensforum Backwaren e.V.



TERMINE DER BRANCHE

13. JANUAR – 08. FEBRUAR 2020

DETMOLD – DEUTSCHLAND
Detmolder Backmanager

17. – 26. JANUAR 2020

BERLIN – DEUTSCHLAND
Internationale Grüne Woche

16. – 17. JANUAR 2020

BERLIN – DEUTSCHLAND
49. Wissenschaftliche Informationstagung
der Berlin-Brandenburgischen Gesellschaft für
Getreideforschung

25. – 27. MÄRZ 2020

WIESBADEN – DEUTSCHLAND
Lebensmittelrechts-Tag

WAS MACHEN SIE DA, FRAU NIEMANN?



FRIEDERIKE NIEMANN, 31 ...
Lebensmitteltechnologin (B.Eng)

... arbeitet als Leitung Qualitätssicherung/-management und ist seit sieben Jahren in der Martin Braun KG tätig.

„In meiner Funktion als Leitung der Abteilung QM/QS trage ich die Verantwortung für die Qualität unserer Rohstoffe und fertigen Backzutaten, die Einhaltung aller lebensmittelrechtlichen Anforderungen, aber auch für unsere Qualitätsmanagement- Zertifizierung nach DIN EN ISO 9001 und dem International Food Standard (IFS). Da sich so viele anspruchsvolle Aufgaben natürlich nur als Team umsetzen lassen, werde ich dabei von meinen Kollegen im hausinternen Labor, der Qualitätssicherungs-Backstube und dem QM unterstützt. Im Mittelpunkt meiner Tätigkeit stehen die Koordination und die Weiterentwicklung unserer Qualitätssicherungsmaßnahmen und das immer mit Fokus auf die Kundenzufriedenheit. Auch bezüglich gesetzlicher und marktrelevanter Änderungen muss ich immer „up-to-date“, besser noch einen Schritt voraus sein. Damit unsere Martin-Braun-Qualität in allen Ländern gleich definiert ist, gibt es das internationale QM-Team. Hier arbeite ich als Teamleitung mit den Kollegen vor Ort ständig daran, im Sinne unseres internationalen Qualitätsmanagementsystems alle Unternehmensprozesse von der Auswahl des Lieferanten über unsere Produktion bis zum Kunden ständig im Blick zu haben, zu bewerten und weiterzuentwickeln. Dass dies gut funktioniert, wird in internen Audits, aber auch durch die genormten Qualitätsanforderungen ISO 9001 und IFS immer wieder geprüft und bestätigt.“



ZAHL DER BRANCHE

783,81 KILOGRAMM ... schwer, 8,93 Meter lang und 4,06 Meter breit. Worum es sich dabei handelt? Um die größte Brezel der Welt! Hergestellt wurde sie am 20. Oktober 2015 in San Salvador.

Foto: © Gerhard Gellinger on Pixabay



KURIOSES DER BRANCHE

Lebkuchen auf Knopfdruck aus dem Automaten? Kein Problem in Schwabach bei Nürnberg. Dort hat sich „Die kleine Schleckerei“ einen Lebkuchensautomaten vor die Tür gestellt. Ihre Kunden können sich so sieben Tage die Woche rund um die Uhr gegen entsprechenden Münzeinwurf mit der traditionellen Köstlichkeit in verschiedenen Varianten selbst versorgen. Nicht, dass mal jemand mitten in der Nacht ohne Lebkuchen dastehen muss.

Bloggerrundgang auf der südback
Foto: © backaldrin/julia Malcher



ZITAT DER BRANCHE

„Vor der Digitalisierung dürfen wir uns nicht verschließen, auch wenn der Markt noch sehr traditionell ist. Auf der anderen Seite wächst eine neue Generation heran und auch junge Bäcker oder solche, die es vielleicht werden möchten, informieren sich in den sozialen Medien. Eine Maßnahme wie der Bloggerrundgang des Wissensforum Backwaren e.V. auf der südback kann neben der Aufklärung also auch zur Nachwuchsförderung beitragen.“

GERRIT ROSCH
Stellvertretender Vorsitzender Wissensforum Backwaren e.V.
und Geschäftsführer Dawn Foods Germany GmbH



PRODUKTKUNDE

Lesezeit 15 Min

BASELS BERÜHMTES BACKWERK

BASLER LECKERLI SIND WIR GENANNT...

„...weil wir von Basel ausziehn durch's Land...“ reimte man bereits 1839 in der Zeitschrift „Der Wanderer in der Schweiz“. Und in der Tat haben die viereckigen und mit weißer Zuckerglasur bestrichenen Lebkuchengebäcke über die Stadt- und Landesgrenzen hinaus begeisterte Abnehmer. Kennzeichnend sind die hochwertigen Zutaten, wie die bewusst grob gehackten Mandeln, Haselnüsse, Honig, Gewürze sowie Zitrusfruchtschalen. Und nicht zu vergessen das Kirschwasser.



IRENE KRAUSS

Volkskundlerin, ehem. Leiterin des Museums der Brotkultur, freiberufliche Publizistin und Autorin zahlreicher Werke zur Entstehung und Entwicklung von Backwaren und zur Nahrungsvolkunde

Zu Recht sind die Basler stolz auf ihre lokaltypische Leckerei, die in Werbeteilen der Stadt in einem Atemzug genannt wird mit dem „Münster, der altehrwürdigen Universität und der Basler Fasnacht“. Zwar werden die feinen Honigkuchen in mannigfachen Varianten auch in anderen Gegenden der Schweiz hergestellt, doch als eigentliche Spezialität haben sie sich nur in Basel ausgebildet.

VOM LEBKUCHEN ZUM LECKERLI

Aber greifen wir ein bisschen zurück! Lebkuchen sind in Basel bereits seit dem 14. Jahrhundert schriftlich bezeugt und damals schon sehr beliebt gewesen. Interessanterweise führt uns das Basler Lebküchnerhandwerk in seinen Anfängen keineswegs – wie ja anzunehmen wäre – in die Zunftgemeinschaft der Brotbecken, sondern in die des Safrans. Zu dieser Zunft gehörten auch die Gewürzkrämer, und da die Lebküchner mit „Kramwaren“ in Form von Gewürzen umgingen, waren sie ebenfalls der Safranzunft zugeteilt. Im Laufe der Zeit zogen die Lebküchner auch alleine auf Jahr- und Wochenmärkte oder Messen und verkauften ihre eigenen Lebkuchen. Dass die Lebkuchenmacher gar nicht so sehr auf ihre Eigenständigkeit pochten und selbst im 17. Jahrhundert noch der Safranzunft angehörten, mag mit ihrer durchaus lukrativen Verbindung zu den Gewürzhändlern und den eigenen Privilegien beim Einkauf von Honig zusammenhängen. Als Hauptverbraucher von Honig hatten die Basler Lebküchner nämlich

im 15. Jahrhundert bereits das Monopol auf den in die Stadt gebrachten Honig erhalten. Das sah so aus, dass die Angestellten im städtischen Kaufhaus jeden einzelnen Lebküchner der Stadt über eine eingegangene Sendung Honig unterrichteten und die Lebküchner 24 Stunden das Vorkaufsrecht besaßen. Erst danach wurde der Honig zum allgemeinen Verkauf freigegeben.

Aber wann nun wurden aus den einfachen Lebkuchen in Basel feine Lebkuchen und Leckerli? Mündlichen Berichten zufolge soll die Geburtsstunde der Leckerli bereits im 15. Jahrhundert liegen, nämlich zwischen 1431 und 1448, als Basel ganz im Zeichen der großen Kirchenversammlung stand. In dieser Zeit des Konzils dürften Tausende von Menschen in die Stadt geströmt sein, die somit jahraus, jahrein ein buntbewegtes Bild bot. Inmitten des Menschengetümmels und Markttreibens standen die Handelsleute und Krämer. Lebküchner verkauften ihre feinen traditionellen Lebkuchen und boten das veredelte Basler Honiggebäck an – das jedenfalls hätte der eine oder andere Geschichtsinteressierte gerne aus den Gegebenheiten herausgelesen. Das sind nichts als Mutmaßungen, die so nicht haltbar sind, da die sehr kostspieligen Bestandteile der Basler Leckerli wie Mandeln, Orangeat, Zitronat, Zucker und diverse Gewürze damals noch wenig oder gar nicht bekannt waren. Es dürfte sich seinerzeit eher um die üblichen Lebkuchen gehandelt haben, bestehend aus Roggenmehl, Honig und dem einen oder anderen Gewürz.

„EXTRA GUTE LEBKUCHEN“ - MILLIMETERGENAU

Als Spezialität aus Basel und unter dem Namen „Leckerli“ wird das Backwerk im frühen 18. Jahrhundert erstmals genannt, nachweislich im Jahr 1711. „3 Blatten Lækkerlin“ werden in den Akten der „Gartnernzunft“ als exklusiver Nachtmahl nach einem festlichen Mahl der Pastetenbäcker erwähnt. Das ist wunderbar eindeutig, wobei es noch geraume Zeit gedauert hat, bis sich der Begriff „Leckerli“ für feine Basler Lebkuchen endgültig durchsetzen konnte. Jedenfalls begegnet einem das Backwerk bei der Beschreibung aufwendiger Tischgesellschaften der Basler Zünfte bis Ende des 18. Jahrhunderts auch unter den Namen „Leckerlein“, „extra gute Lebkuchen“, „Basler Lebkuchen“ oder „Basler Leckerlein“.

VIELE REZEPTE ...

Die erste Erwähnung der Leckerli deckt sich mit den Basler Rezeptsammlungen, in denen das harte Lebkuchengebäck ebenfalls erst Anfang des 18. Jahrhunderts auftaucht. Demnach hat es so lange gedauert, bis sich die guten Basler Lebkuchen zu hochfeinen Basler Leckerli gemausert haben. Schließlich war erst wenige Jahrzehnte zuvor die dafür benötigte süße Glasur aus feinem Zucker bekannt geworden. Die Verwendung von Kirschwasser allerdings, mit dem die Leckerli „luftig“ gemacht werden sollten, hatte sich in Basel sogar früher als in anderen Städten eingebürgert. Wen wundert's, war doch die Stadt gänzlich von weithin bekannten und vielgerühmten Kirschen-Anbaugebieten umgeben. Im 19. Jahrhundert gab es dann kaum mehr ein deutschsprachiges Kochbuch im In- und Ausland, das nicht ein Rezept für Basler Leckerli aufgeführt hätte. Auch in vielen großen Konditoreilehrbüchern war es zu finden – Leckerli waren in der gehobenen Gesellschaft en vogue.

Geradezu ein „Leckerli-Missbrauch“ ist allerdings ein Vorschlag des Schweizer Dichters Gottfried Keller, der im Jahre 1875 Basler Leckerli an die befreundete Mari von Frisch sandte und ihr empfahl, das Gebäck in Wein zu tauchen, in ein Tüchlein zu binden und diesen „Lutschbeutel dem Sprössling ins Mäulchen zu stecken, damit er sich an den Wein gewöhnt“. Wohlgerichtet an den Wein, nicht an die Leckerli!

DIE HOHE KUNST DES LECKERLI-BACKENS

Damit sich der „Uneingeweihte“ bei so viel historischen Berichten die berühmten Basler Leckerli auch geschmacklich vorstellen kann, sei nun ein Schweizer Originalrezept genannt, das sich im Archiv des Basler Lækkerli-Huus befindet:

Zutaten

4500 g echter Bienenhonig
4000 g Zucker
4000 g grobgehackte Mandeln
1000 g Zitronat
750 g Orangeade
100 g Zimt
25 g feingeriebene Gewürznelken
12 g Muskat
Das Abgeriebene von fünf Zitronen
5500 g feines Weizenmehl
3,5 dl Kirschwasser

Für die Glasur

Zucker
Kirschwasser
ggf. Gelatine

Zubereitung

4500 g echter Bienenhonig und 4000 g Zucker werden unter ständigem Rühren bis zu 80°C über dem Feuer erhitzt. Ist diese Temperatur erreicht, stellt man die Flamme kleiner und rührt 4000 g grobgehackte Mandeln darunter und achtet darauf, dass die Masse wieder 80° heiß wird. Vorher hacke man 1000 g Zitronat und 750 g Orangeade zu kleinen Würfeln. Diese rührt man nun darunter und hält die Masse wieder auf die angegebene Hitze.

An Gewürzen kommen schließlich darunter: 100 g Zimt, 25 g feingeriebene Gewürznelken, 12 g Muskat und das Abgeriebene von fünf Zitronen.

Schließlich werden noch 5500 g feines Weizenmehl darunter geknetet und 3,5 dl Kirschwasser, ehe das Mehl ganz vermischt ist. Triebmittel braucht diese feine Masse keine.

Nach dem Durchkneten deckt man den Teig mit einem Tuch zu, da er beim Erkalten hart und fest wird. Beim Ausarbeiten erleichtert man sich die Arbeit, wenn man den Teig im Wärmeschrank aufbewahrt und Stück für Stück ausarbeitet. Man rollt ihn aus und achtet darauf, dass keine Randabfälle entstehen. Am besten rollt man den Leckerliteig zwischen Eisenstäben oder einem Holzrahmen aus.

Die Backbleche, auf denen der Teig aufgelegt wird, müssen gut bestäubt sein. Die ausgerollten Teige werden tüchtig mit einer Gabel gestupft.

In einem mittelwarmen Rohr, bei offenem Zug, vorsichtig abbacken. Danach werden die Leckerliplatten gut abgeburstet, damit keine Mehlreste haften.

Zum Glasieren wärmt man die Platten nochmals ein wenig auf. Für die Glasur wird Zucker aufgelöst und zum starken Faden (109°C) gekocht; anschließend mit etwas Kirschwasser abgeschreckt. Glasiert wird mit einer trockenen, weichen Bürste oder einem flachen Pinsel. Damit die Glasur länger ihren Glanz behält, kann etwas aufgelöste Gelatine hinzugefügt werden.



... UND VIELE LECKERLI-BÄCKER

Wer die Leckerli in Basel nun zuerst gebacken hat, ist schwer zu sagen, da sich die Verfeinerung des Lebkuchens sowie die Namensänderung allmählich vollzogen haben.

Neben den Lebküchnern und den konkurrierenden Zuckerbäckern war die Zubereitung feiner Lebkuchen, später dann der typischen Basler Leckerli, seit Langem auch in gutbürgerlichen Haushalten Mode. Das Rezept bereitete eine Menge Arbeit: Berge von Mandeln mussten geschält und zerkleinert, Gewürze fein geschnitten und die Zutaten in großen Kesseln auf dem heißen Herd gemischt und zusammengerrührt werden. Frauen konnten diese Arbeit alleine kaum bewältigen, und so lieh man sich gegenseitig Gärtner, Packträger oder Knechte aus; starke Männer jedenfalls, welche die Ingredienzen gemischt und die zähe heiße Honigteigmasse verrührt haben. Ab und an holte man auch patrouillierende Soldaten zum Rühren des Teiges von der Straße.

Es gab viele backkundige Basler Hausfrauen und -mägde; wahre Leckerli-Künstlerinnen, die ihre nach streng gehüteten Familienrezepten meisterhaft hergestellten Lebkuchen lediglich noch zum Backen und Schneiden zum Bäcker brachten. Für diese „Weibsbilder, Köchinnen und Mägde“ fand die Lebküchnerzunft aus naheliegenden Gründen strenge Worte und ereiferte sich vor allem gegen die „Weibsbilder, die in Witwenstandt gerathen“ waren oder gegen „ledige Bürgers Töchtern“, die, um ihren Lebensunterhalt zu bestreiten, aus schlechten, verdorbenen Zutaten zu Hause Lebkuchen herstellten und auf dem Markt billig verkauften. Die so Gescholtenen wussten sich sehr wohl zu wehren und wiesen nicht nur auf die unbestrittene Qualität ihrer Ware hin, sondern auch auf die sicherlich bis heute jeder Stadtkasse genehme Tatsache, dass sie durch ihre Bactätigkeit nicht „wie viele andere, dem Spital (Armenhaus) zur Last gefallen“ seien. Die städtische Obrigkeit muss erkannt haben, dass das Thema ein heikles war, und vertagte ihre Stellungnahme über Jahrzehnte!



Hochwertige und originelle Verpackungen aus dem Basler Lächerli Huus. Die Spezialitäten des Hauses werden bis heute laufend ergänzt und dem Publikumsgeschmack angepasst.

Die Produktion des Lächerli Huus befindet sich heute in Frenkendorf, Baselland. Die dort angesiedelte „Genusswelt“ ermöglicht den Besuchern Einblick in die Produktion und in das Verpackungsatelier.



Fotos: © Basler Lächerli Huus

LECKERE BASLER LÄCKERLI AUS DEM LÄCKERLI HUUS

In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts begannen auch eine Reihe von Unternehmen in der Region Basel mit der fabrikmäßigen Produktion des Backwerks. 1904 spezialisierte sich der junge Bäcker, Konditor und Confiseur André Klein auf die Herstellung der Basler Lächerli (mit ä!) und gründete in Basel das Lächerli Huus – das Unternehmen trägt seine berühmte Spezialität somit schon quasi bildhaft im Namen. André Klein nutzte von Anfang an besonders dekorative Blechdosen als Verpackung, um das Gebäck lange Zeit frisch zu halten. Die hochfeine Basler Lebkuchenspezialität und kreativer Kunstverstand gehörten im Unternehmen also seit jeher zusammen und ergaben in dieser Kombination einen hochwertigen Geschenkartikel. Bis heute schenkt man diesem letzten Arbeitsschritt im Basler Lächerli Huus große Aufmerksamkeit und fertigt geschmackvolle Verpackungen, bedruckte Kartonschachteln, Blechdosen und Blechtrommeln. Schönes und Zweckmäßiges wird verbunden und die Kunden in aller Welt, denen das Unternehmen bereits seit 1960 Basler Lächerli auf dem Versandweg anbietet, wissen diese Verbindung zu schätzen. Im Jahr 1950 war das erste Ladengeschäft eröffnet worden und heute hat das Unternehmen 10 Filialen in der ganzen Schweiz. Der Flagship-Store – also ein besonders exklusives Ladengeschäft, das ein umfangreiches Angebot des Gesamtsortiments führt – befindet sich bis heute an der Gerbergasse 57 in der Basler Innenstadt.

Wer also – gerade zur Weihnachtszeit – noch um ein originelles Mitbringsel verlegen ist, der sollte an das hochfeine Basler Lebkuchengebäck denken. Schließlich verdankte bereits ein berühmt gewordener Basler Ratsschreiber den guten Eindruck, den er als Student bei seinen Herren Professoren hinterließ, unter anderem einer Sendung Leckerli, die ihm seine Mutter in die Universitätsstadt Göttingen übersandt hatte. Voller Dankbarkeit schrieb der Studiosus seiner Mutter hinsichtlich der Leckerli zurück: „Ich kann Sie auch beruhigen, dass ich Ehre damit eingelegt habe...“. Das war 1748!

ZUSAMMENFASSUNG

Vom traditionellen Honiglebkuchen zum feinen Basler Leckerli

Bis heute finden die weiß gesprenkelten Leckerli, die früher in vielen Familien Basels nach eigenen, streng gehüteten Rezepten hergestellt wurden, über die Stadt- und Landesgrenzen hinaus begeisterte Abnehmer. Bereits im 14. Jahrhundert waren gute Honiglebkuchen in Basel schriftlich bezeugt. Allerdings entwickelten sich die hochfeinen Basler Leckerli erst im 18. Jahrhundert. Auch die bis heute übliche Bezeichnung Leckerli tauchte in den Basler Ratsbüchern erst im Jahr 1720 auf. Typisch für die millimetergenau geschnittenen Leckerli sind bewusst grob gehackte Mandeln und Haselnüsse sowie Honig, Gewürze und Zitrusfruchtschalen. Die süße Zuckerglasur über dem Honiggebäck war Ende des 17. Jahrhunderts bekannt geworden. Von Beginn an fügte man dem seinerzeit in der gehobenen Gesellschaft besonders beliebten Backwerk schon einen guten Schuss Kirschwasser dazu. Das verwundert nicht, war doch die Stadt gänzlich von Kirschen-Anbaugebieten umgeben.

Im Jahr 1904 spezialisierte sich der junge Bäcker und Konditor André Klein auf die fabrikmäßige Herstellung der Basler Lächerli (mit ä!) und gründete in Basel das Lächerli Huus, das bis heute weit über die Grenzen Basels bekannt ist. Neben der Qualität des traditionellen Backwerks schenkt man im Basler Lächerli Huus bis heute vor allem einer originellen und kreativen Verpackung große Aufmerksamkeit.



Foto: © Irene Krauß



FACHARTIKEL

Lesezeit 15 Min.

SO NICE!

MIT AMERICAN BAKERY JUNGE ZIELGRUPPEN EROBERN

Die jungen Leute von heute sind die Kernkunden von morgen. Was selbstverständlich klingt, stellt viele Handwerksbäcker vor große Herausforderungen. Denn Menschen unter 40 Jahren zählen nicht zur vorherrschenden Klientel handwerklicher Bäckereien. Sie kaufen Backwaren und Snacks eher in LEH, Discount oder Coffeeshops. Um die Zukunft ihrer Betriebe erfolgreich zu gestalten, sollten Bäcker daher Maßnahmen ergreifen, um junge Zielgruppen für sich zu gewinnen, sie zu begeistern und langfristig als Kunden zu binden. Perfekt dafür geeignet sind zielgruppengerechte Trendprodukte und -konzepte wie die American Bakery.

Im Fazit ihrer Untersuchung „Der Backwarenmarkt 2018“ bringt es die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) auf den Punkt: „Spannend wird es werden, wenn man an die jungen Generationen denkt. Sie gehen nicht gerne einkaufen und offensichtlich auch nicht gerne in den Fachhandel. Das ist eine wesentliche Stellschraube für die Zukunft des Fachhandels.“ Für Handwerksbäcker bedeutet das, sich auf die Wünsche und Bedürfnisse junger Konsumenten einzustellen. Nur so können sie sich für diese Zielgruppen interessant machen und sie nachhaltig als Kunden binden.

Was aber wünschen sich junge Zielgruppen? Sie sind immer auf der Suche nach neuen Verzehr- und Geschmackserlebnissen, sind vernetzt, Social Media- und markenaffin, lassen sich gern durch Food Blogs und Homebaking-Foren inspirieren. Sie essen oft außer Haus. Snacking gehört für sie zum Alltag. Handlich, trendy und modern soll es sein. All dies führt dazu, dass authentische, farbenfrohe American-Bakery-Gebäcke viele junge Konsumenten stärker ansprechen als klassische Stückgebäcke, Torten und Schnitten.



MANFRED LAUKAMP

Director Activation Ingredients bei CSM Bakery Solutions, verantwortet den Marketing-Services-Bereich für die Regionen Central und East

Alles spricht dafür, dass die American Bakery in zehn Jahren noch stärker nachgefragt sein wird als heute.

Das spiegelt sich auch in den neuesten GfK-Zahlen wider. Demnach ist die Einkaufsmenge im Bereich der Modern Bakery (hierzu zählt die GfK unter anderem Donuts, Muffins und Cupcakes) von 8,4 Prozent aller Kleinen Feinbackwaren (Frischware) im Jahr 2013 auf 13,4 Prozent im Jahr 2018 gestiegen. Hinsichtlich der Ausgaben im selben Bereich machte die Modern Bakery 2016 noch 9,4 Prozent aus. 2018 waren es bereits 11,9 Prozent. Alles spricht dafür, dass sich diese Entwicklung fortsetzen und die American Bakery in zehn Jahren noch stärker nachgefragt sein wird als heute.

Um langfristig davon zu profitieren, sollten Handwerksbäcker diesen Trend bereits jetzt für sich nutzen – insbesondere auch vor dem Hintergrund des steigenden Wettbewerbsdrucks etwa aus LEH und Discount: Gewinner bei den Einkaufsstätten, in denen Kleine Feinbackwaren gekauft werden, sind laut Erhebungen der GfK die Discounter. Sie legten sowohl bei der Einkaufsmenge (2016: 35,3 Prozent; 2018: 41,9 Prozent) als auch beim Wert (2016: 24,0 Prozent; 2018: 27,5 Prozent) zu. Im selben Zeitraum mussten traditionelle Bäcker und Vorkassenbäcker Einbußen hinnehmen. Ihr gemeinsamer Anteil an der Einkaufsmenge schrumpfte von 47,3 Prozent im Jahr 2016 auf 39,3 Prozent im Jahr 2018. Wertmäßig bedeutete dies einen Verlust um fünf Prozentpunkte von 2016 auf 2018 (59,0 Prozent vs. 54,0 Prozent). Höchste Zeit für eine Trendwende!

EINE FRAGE DES STANDPUNKTS

Der Ausdruck „American Bakery“ steht für trendige, typisch amerikanische Gebäcke, die durch ihre Vielfalt überzeugen, zu vielen Anlässen passen und sich perfekt auch für den To-Go-Genuss eignen. Gefragt sind sowohl Gebäcke wie Cookies, Brownies und Cupcakes, die hierzulande schon seit einigen Jahren bekannt sind, als auch Spezialitäten, die den hiesigen Markt gerade erst erobern, wie Whoopies, Brookies – ein Mix aus Brownie und Cookie – oder der in den USA berühmte Red-Velvet-Cake.

Handwerksbäcker, die sich dazu entschließen, ihr Sortiment um solche Spezialitäten zu erweitern, sollten sich zunächst mit der Frage beschäftigen, ob ihr Betrieb die passenden Voraussetzungen mit sich bringt: Erfolg in diesem Segment steht und fällt zum einen mit der passenden Einstellung des gesamten Bäckereiteams. Nicht nur der Betriebsleiter, sondern auch sein gesamtes Team sollte hinter dem Projekt „American Bakery“ stehen, um es glaubhaft umsetzen zu können. Zum anderen spielt auch der richtige Standort eine entscheidende Rolle. Da besonders junge Zielgruppen zu den American-Bakery-Fans zählen, sind authentisch amerikanische Gebäcke überall dort interessant, wo sich junge Leute aufhalten, also etwa in Städten, in der Nähe von Schulen und Universitäten oder in Bahnhofslagen. Im ländlichen Raum hingegen herrscht oft eine andere Bevölkerungsstruktur vor. Hier können durchaus auch klassische Gebäckkategorien weiterhin den meisten Erfolg versprechen.





THE AMERICAN WAY OF BAKING

Passen die Rahmenbedingungen, gilt es im nächsten Schritt, sich mit den typischen Charakteristika der Gebäcke vertraut zu machen. Denn eine fachgerechte handwerkliche Herstellung und Lagerung sowie passendes Dekor sind das A und O und authentisch amerikanische Backwaren gehören in der Regel nicht zur Kernkompetenz deutscher Bäckermeister. Wichtig dabei ist, die typischen Gebäckmerkmale beizubehalten, anstatt sie abzuwandeln und einzudeutschen. Gerade sie machen den besonderen Reiz aus.

Ein Beispiel: Ein perfekter Cookie hat einen knusprigen Rand und einen weichen Kern. Diese Charakteristik bezeichnet man als chewy. Sie verleiht der amerikanischen Spezialität das gewisse Etwas und steht im Gegensatz zu den Merkmalen typischer deutscher Kekse-Spezialitäten. Für die Herstellung in der Handwerksbäckerei bedeutet das: Wenn ein deutscher Fachmann glaubt, dass der Cookie noch etwas Backzeit braucht, sollte er ihn aus dem Ofen holen. Der Cookie ist dann genau richtig, denn auf dem heißen Blech backt er noch nach.

Neben der Herstellung sorgen auch Original-Zutaten für Authentizität und amerikanisches Flair. Typisch ist zum Beispiel der Einsatz von Chunks, etwa aus Schokolade, Früchten oder in Form von Salzbrezel-Stückchen. Auch Icings sind eine original amerikanische Gebäckzutat. Man kann sie unterschiedlich verarbeiten. Sie eignen sich als Überzug von Donuts und Muffins ebenso wie zur Veredelung von Brownies.

Durch Zugabe einer Crememargarine lassen sie sich zudem hervorragend aufschlagen und als Füllung verarbeiten, zum Beispiel für Whoopies. Bei der Veredelung gilt: je abwechslungsreicher, bunter und auffälliger, desto besser. Backzutatenhersteller unterstützen Handwerksbäcker mit einer breiten Auswahl spezieller Produkte verschiedenster Convenience-Stufen bei der Herstellung ihrer neuen Gebäckstars mit amerikanischen Wurzeln.

GANZ ODER GAR NICHT

Ist der Startschuss für die Sortimentserweiterung gefallen, lautet die Devise: ganz oder gar nicht! Mit anderen Worten, wer sich für die American Bakery entscheidet, der sollte diese dauerhaft und idealerweise mit einer breiten Sortimentstiefe einführen. Auf diese Weise können Handwerksbäcker sowohl die verschiedenen Vorlieben ihrer Kunden bedienen, als auch Unzufriedenheit vorbeugen, falls ein Gebäck einmal nicht verfügbar sein sollte. Das trägt nachhaltig zur Kundenbindung bei.

Zusätzliche Kaufimpulse entstehen beispielsweise durch das Angebot besonderer Varianten von Muffins, Brownies, Cookies etc. als Aktionsartikel, gern in Kombination mit einem Heiß- oder Kaltgetränk. Das fördert nicht nur Impuls- und Zusatzkäufe. Dadurch zeigt sich auch, welche Geschmacksrichtungen an welchem Standort besonders gut ankommen und sich somit ggf. als dauerhafte Sortimentsergänzung eignen.

Wichtig ist, die typischen Gebäckmerkmale beizubehalten, anstatt sie abzuwandeln und einzudeutschen. Gerade sie machen den besonderen Reiz der American Bakery aus.



STYLING ALS ERFOLGSFAKTOR

Ein weiterer essenzieller Erfolgsfaktor in Sachen American Bakery besteht darin, das Thema zeitgemäß und zielgruppengerecht umzusetzen. Von der Gebäckpräsentation über das Angebot rund um den Verzehr bis hin zur Kommunikation, alles muss zum Lifestyle junger Menschen und zum Lebensgefühl passen, das die American Bakery mit sich bringt. So beginnt etwa die Vermarktung der Gebäcke bereits bei deren Präsentation. Es bietet sich eine exponierte Platzierung an, die sich von gängigen Präsentationsformen abheben darf. So lassen sich Cookies beispielsweise ideal in Cookiegläsern auf der Theke oder vorverpackt in Tüten direkt an der Kasse präsentieren; Muffins geben auf Etageren eine gute Figur ab und Brownies verführen in lockerer Anordnung auf verschiedenen Ebenen in der Theke zum Kauf. Ist die Neugierde erst einmal geweckt, können die Verkaufsteams ihren Kunden die Gebäcke zusätzlich mit neuem Genießervokabular schmackhaft machen. Fancy ist das neue Lecker!

Perfekt ergänzt wird der Trend in der Theke durch moderne Coffee-Bar-Elemente und ggf. das Angebot von freiem WLAN. Auf diese Weise schaffen Bäcker eine Atmosphäre, in der sich auch ihre neuen, jüngeren Zielgruppen wohlfühlen. Außerhalb des Ladens darf die American Bakery zudem ruhig etwas lauter vermarktet werden als klassische Backwaren, zum Beispiel durch Hauswurfsendungen und Social-Media-Aktivitäten auf Facebook, Instagram und Co.

Wenn sich das gesamte Team, vom Betriebsleiter bis zum Verkaufspersonal, auf die Bedürfnisse und Vorlieben der Zielgruppen einstellt und sich mit dem Thema identifiziert, steht einer erfolgreichen Symbiose eines klassischen Handwerkssortiments und American-Bakery-Spezialitäten nichts im Wege. Ganz im Gegenteil: Der Betrieb wird seinen Erfolg weiter ausbauen können. Um dieses Ziel zu erreichen, sollten Bäcker optimalerweise auch ihre jungen Mitarbeiter frühzeitig aktiv mit einbeziehen. Sie zählen selbst zur potenziellen Zielgruppe, können wertvolle Tipps zur Sortimentsgestaltung geben und als Multiplikatoren fungieren.

Trotz aller Vorteile, die die American Bakery mit sich bringen kann, sollten sich Unternehmer im Bäckerhandwerk dennoch bewusst machen: Donuts, Cookies und Co. passen nicht in jede Handwerksbäckerei. Wer zum Beispiel als traditioneller, ausgewiesener Brotspezialist seine perfekte Positionierung gefunden hat, sollte seine Kapazitäten lieber dafür verwenden, diese konsequent umzusetzen und weiterzuentwickeln.

ZUSAMMENFASSUNG

Viele Menschen unter 40 Jahren gehen selten oder gar nicht zum Handwerksbäcker. Stattdessen sind LEH, Discount und Coffeeshops ihre erste Wahl, wenn es um den Kauf von Backwaren und Snacks geht. In der Folge wächst der Wettbewerbsdruck auf Handwerksbäcker; Marktanteile gehen verloren. Es ist daher höchste Zeit für Bäcker, Maßnahmen zu ergreifen, um junge Zielgruppen für sich zu gewinnen, sie zu begeistern und langfristig als Kunden zu binden. Denn nur so können sie die Zukunft ihrer Betriebe erfolgreich gestalten.

Gelingen kann dies zum Beispiel mit der Erweiterung des Sortiments um American-Bakery-Spezialitäten, da sie perfekt die Bedürfnisse und Vorlieben junger Menschen bedienen. Wichtig ist dabei, dass die Voraussetzungen stimmen, dass das gesamte Team hinter der Sortimentserweiterung steht und das Thema authentisch präsentiert – und dass die typischen Gebäckmerkmale nicht eingedeutscht, sondern beibehalten werden. Ist all dies gegeben, kann die Symbiose des klassischen Sortiments mit American-Bakery-Spezialitäten nachhaltig zum Geschäftserfolg der Handwerksbäckerei beitragen.





Foto: © IREKS



MALZ: TRADITION TRIFFT TREND

HERSTELLUNG, EINSATZMÖGLICHKEITEN & SENSORISCHER EINFLUSS DES TRENDPRODUKTS

Als traditionelle Zutat wird Malz schon seit Mitte des 19. Jahrhunderts in Backwaren verwendet [1]. Inzwischen hat sich der Rohstoff zu einem regelrechten Trendprodukt entwickelt, mit dem jeder backende Betrieb seinen Gebäcken eine ganz individuelle Note verleihen kann. Dazu ist es allerdings erforderlich, die Eigenschaften der Malzprodukte zu kennen und die Vorgänge beim Mälzen zu verstehen [2].



DR. THOMAS KUNTE
Leitung Forschung & Entwicklung
IREKS GmbH, Kulmbach

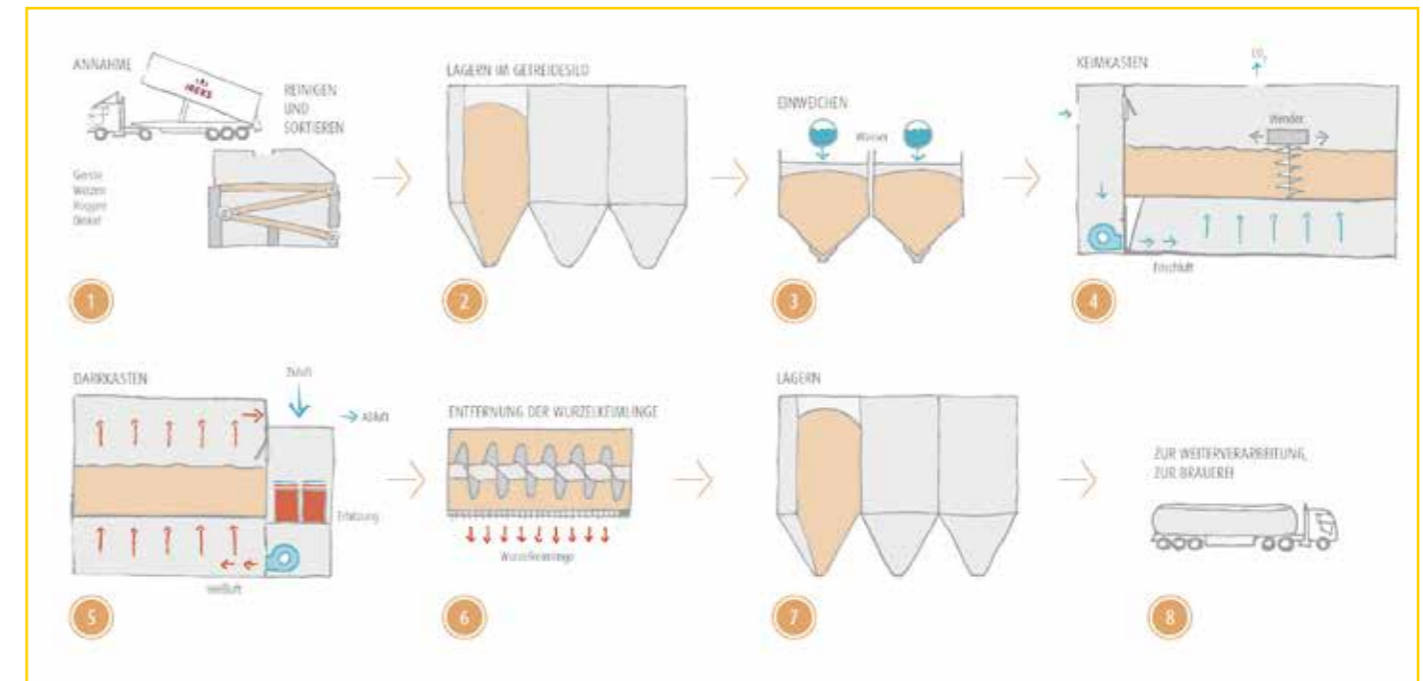
Wirft man einen Blick auf die aktuellen Ernährungstrends, wird eines schnell klar: Die Anforderungen der Verbraucher an das, was sie täglich zu sich nehmen, steigen stetig! Immer mehr Konsumenten interessieren sich für die verwendeten Zutaten, fragen nach der Herkunft und fordern mehr und mehr Transparenz. Dies gilt besonders, wenn es sich um Lebensmittel wie Brot und Bier handelt.

Als Produkt mit langer Tradition genießt Malz als Rohstoff bei Verbrauchern und Bäckern einen sehr hohen Stellenwert. Schon vor mehr als 150 Jahren entdeckte man die positiven backtechnischen Eigenschaften des Malzes und setzte es zum Ausgleich von natürlichen Mehlschwankungen sowie zur Förderung der Gärleistung, Stärkeverkleisterung und Krustenbräunung ein. Wenig später wurden auch die sensorischen Eigenschaften von Malz zur Verbesserung des Aromas und Geschmacks von Backwaren erkannt. Seitdem ist es aus den Backstuben nicht mehr wegzudenken.

Durch den „Craft-Trend“ der vergangenen Jahre erlebte das Malz einen regelrechten Boom. Dabei steht Craft für handwerklich gefertigte Produkte, die gepaart mit Kreativität, Individualität und Experimentierfreude für einzigartige Geschmackserlebnisse sorgen. Seinen Ursprung hat der Craft-Trend im Brauwesen. Die hier eingesetzten Spezialmalze verleihen dem Bier eine besondere Charakteristik und ermöglichen so eine höhere Wertschöpfung. Inzwischen hat sich der Trend zur Herstellung von aromaintensiven Produkten aber auch in der Bäckerei nachhaltig etabliert. In der Mälzerei gibt es durch Auswahl geeigneter Rohstoffe und Prozessbedingungen zahlreiche Möglichkeiten, besonders aromastarke Malzprodukte herzustellen. Damit hat jeder backende Betrieb die Möglichkeit, seinen Gebäcken eine ganz individuelle Note zu verleihen, mit der er sich von der Masse abheben kann.



JASMIN HEISINGER
Leitung Kommunikation und Marketing International,
IREKS GmbH, Kulmbach



HERSTELLUNG VON MALZ UND MALZEXTRAKT

Malz ist unter kontrollierten Bedingungen gekeimtes Getreide. Es wird üblicherweise aus Gerste, Weizen, Roggen oder Dinkel hergestellt. Nachdem das Getreide vor der Annahme unter anderem auf Keimfähigkeit, Fremdbesatz, Wasser- und Proteingehalt untersucht wurde, beginnt der mehrstufige Verarbeitungsprozess zum Darrmalz: Zunächst wird das Getreide gereinigt und dann im Weichhaus mehrfach mit Wasser beaufschlagt, um die Keimung zu initiieren. Der Wassergehalt im Getreide steigt dabei von etwa 14 % auf ungefähr 40 % an. Im Keimkasten keimt das Getreide bei Temperaturen zwischen 11 °C und 20 °C, bis es nach fünf bis sechs Tagen die optimale Enzymaktivität erreicht hat. Durch Auswahl des Rohstoffes und der Parameter während der Keimung (unter anderem Temperaturverlauf, Wassergehalt im Grünmalz) kann die Malz-Qualität maßgeblich beeinflusst werden. Das fertige Grünmalz wird gedarrt (→ Darrmalz) und anschließend ggf. geröstet (→ Röstmalz), oder in der Rösttrommel verzuckert und dann karamellisiert (→ Karamellmalz).

Wird das Grünmalz vor dem Darren während der Keimung gebrüht, entstehen durch den forcierten, enzymatischen Abbau der Kohlenhydrate und Proteine viele niedermolekulare Stoffe, die während der Erhitzung zu besonders aromastarken Malzen reagieren (→ Melanoidinmalz). Durch das gewählte Temperaturprogramm der Darre können verschiedenste Geschmacksprofile und Enzymgehalte erzielt werden. Auch die Farbe kann so von hellgelb über goldbraun bis dunkelbraun angepasst werden. Die Farbtiefe wird dabei in EBC-Einheiten gemessen (Tab. 1). Nach dem Darren müssen noch die bitteren und fettsäurehaltigen Wurzelkeimlinge durch Reiben gelöst und abgesaugt werden, bevor das fertige Malz zur weiteren Verarbeitung zur Verfügung steht.

Tabelle 1: Farbtiefe [EBC] verschiedener Malze
Quelle: © IREKS

MALZ	EBC
Pilsner Malz	3 - 4
Wiener Malz	8 - 10
Münchener Malz	18 - 22
Karamellmalz	3 - 500
Melanoidinmalz	40 - 300
Röstmalz	800 - 1800

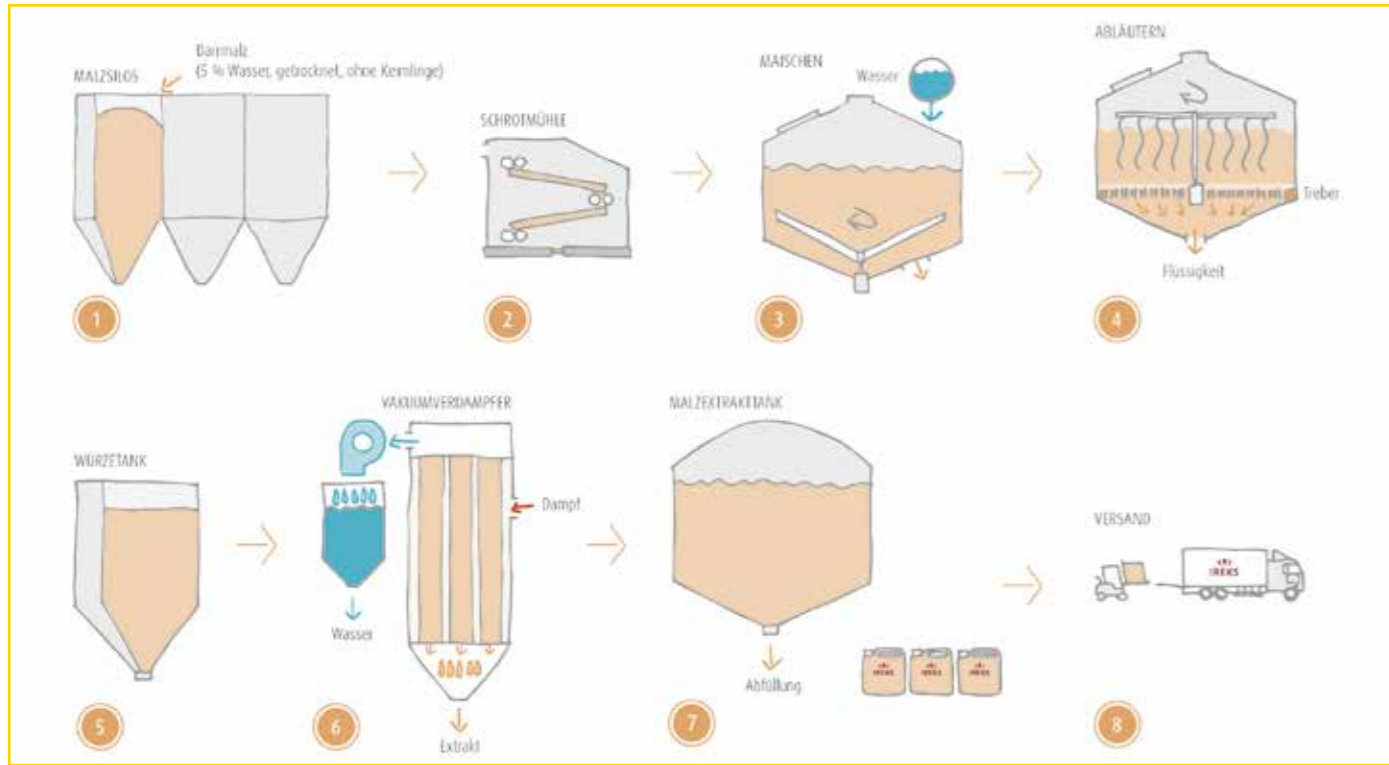
Die Herstellung von Brau- und Backmalz erfolgt grundsätzlich ähnlich, jedoch gibt es einige entscheidende Unterschiede: Während die Parameter bei der Braumalzherstellung so eingestellt werden, dass ein hoher Anteil an abbauender Enzymatik für ein relativ flüssiges Medium (TA ca. 500) gebildet wird, wäre dies für die Backeigenschaften des Malzes im relativ festen Medium Teig (TA ca. 160) nachteilig. Ein weiterer wichtiger Aspekt bei der Herstellung von Backmalzen ist, dass diese absolut steinfrei sein müssen, da im Zuge der Weiterverarbeitung sonst kleine Steinpartikel direkt in den Teig gelangen könnten. Bei Braumalzen werden Steinbruchteile hingegen vor dem Brauprozess mittels Steinausleser entfernt bzw. spätestens mit dem Treber zurückgehalten.

In der Bäckerei wird üblicherweise Malz als Mehl, Schrot, Flocken oder in flüssiger Form als Malzextrakt eingesetzt. Malzextrakt beziehungsweise im ersten Schritt die Würze wird durch Maischen von geschrotetem Darrmalz und anschließendes Läutern gewonnen. In Abhängigkeit vom Maischprogramm und dem darauffolgenden Verfahren zum Eindampfen der Würze kann die Farbe und das Aroma des Malzextraktes maßgeblich beeinflusst werden (Abb. 2). Aber auch die technologischen Eigenschaften werden unter anderem durch den Enzymgehalt bestimmt und insbesondere durch die Temperaturen beim Verdampfen bedingt.

MALZE ZUR SENSORISCHEN OPTIMIERUNG

Die Herstellung von individuell abgestimmten, charakterstarken Backwaren kann durch den Zusatz von aromatischen Malzen verbessert werden. Viele Backwaren enthalten daher Malzprodukte als Zutat. Die Bestimmung der Aromakomponenten in Malzen war Gegenstand zahlreicher Untersuchungen in der Vergangenheit. So kann die Bildung von Aromaverbindungen (wie Strecker-Aldehyde oder Stickstoff-Heterozyklen) durch den Schwelk- und Darrprozess beeinflusst werden [2]. Schieberle et al. führten systematische Untersuchungen an Karamellmalz durch und konnten verschiedene Schlüsselaromastoffe identifizieren [3]. Für die charakteristischen malzigen Noten wurden hierbei insbesondere die Aldehyde 2- und 3-Methylbutanal sowie 2-Methylpropanal nachgewiesen. Welche Aromastoffe letztlich ins Brot übergehen, ist unter anderem Gegenstand aktueller Forschungsarbeiten [4].

Die sensorische Charakterisierung von typischen, am Markt in Backwaren eingesetzten Malzprodukten wurde durch ein geschultes Sensorikpanel der IREKS GmbH durchgeführt und in einem Aromarad nach charakteristischen Aromaeigenschaften abgebildet.



Weizenmalzmehl, hell	Gerstenmalzextrakt, hell	Dinkelkaramellmalz	Thermisch behandeltes Roggenmalzmehl mit Gerstenmalzextrakt	Weizenröstmalzmehl

Tabelle 2: Sensorischer Vergleich von Spezialmalzen aus unterschiedlichen Getreidearten und Herstellverfahren; optischer Vergleich von Brotkrumen hergestellt mit Malzzugabe von 3,0 % auf Weizenmehl Type 550
Quelle: © IREKS

Wie in Tabelle 2 dargestellt, kann das Aroma durch Malzprodukte unterschiedlicher Getreiderohstoffe und durch Variation der Herstellparameter maßgeblich beeinflusst werden. Stärker thermisch behandelte Malzprodukte führen dabei auch zu deutlich wahrnehmbarer Geschmackscharakteristik im Gebäck und einer deutlich sichtbaren Krumenfärbung.

Beim Einsatz von hellen Malzmehlen und -extrakten herrschen die honigartigen, malzigen und karamelligen Aromen vor, röstige Aromen werden nur in untergeordnetem Ausmaß gebildet. Malzextrakte und helle Malzmehle werden heute in Anwendungsmengen von circa ein bis drei Prozent vielen Weizenkleingebäcken zugesetzt, um das Aroma zu verbessern sowie eine zartsplittrige Kruste und eine feuchtere Krumenstruktur zu erzeugen. Bei Knäckebrötchen sowie Toastbrot verbessert man mit Malzextrakt die Bräunung und den kurzen Biss, während bei Hefefeingebäcken Saftigkeit und Aroma der Gebäcke optimiert werden können.

Werden Karamellmalze, thermisch behandelte Malzmehle oder -extrakte eingesetzt, ergibt sich ein breites Spektrum aus karamelligen, würzigen, aber auch röstigen Aromen, die Krume erhält je nach Anwendungsmenge eine goldgelbe bis rotbraune Farbe. Diese Malze verleihen vielen Backwaren ein prägnantes malziges Aroma und harmonisieren besonders gut mit Sauerteigen. Daher sind sie Bestandteil vieler charakterstarker Gebäcke. Bei Schrotbroten wird durch dunkle Malzextrakte zusätzlich die Bindigkeit der Teige verbessert.

Die röstigen, kaffeeartigen Aromen im Malz und auch im Gebäck nehmen bei dunklen, höher erhitzten Röstmalzmehlen deutlich zu. Malzige und karamellige Aromen treten in den Hintergrund, auch die Krume wird dadurch stärker grünlich gefärbt. Man setzt Röstmalze häufig sehr intensiv schmeckenden und stark versäuerten Gebäcken zu, um die röstigen Noten zu betonen. Die Variation und Kombination verschiedener Spezialmalze zu eigenen Malzcuvées

VERSUCH	FALLZAHL [S]	AMYLOGRAMM MAX [AE]	TEMPERATUR IM VERKLEISTERUNGSMAXIMUM [°C]	WASSERAUFNAHME (500 FE) [%]	TEIGERWEICHUNG (ICC/12MIN NACH MAX.) [FE]
WM 550	357	822	82,3	59,4	47
+ 8 % enzymaktives Weizenmalzmehl	79	51	65,8	58,0	94
+ 8 % enzyminaktives Weizenmalzmehl	312	567	81,6	61,9	60
+ 8 % Dinkelkaramellmalz	336	590	79,8	61,6	45

lassen viel Spielraum zur Herstellung eigener individueller Gebäckkreationen, mit der sich die Craft Beer-Idee auch hervorragend in die Bäckereien übertragen lässt.

TECHNOLOGISCHER EINFLUSS

Die Auslobung Malzgebäck ist in den Leitsätzen für Brot und Klein Gebäck nicht definiert. In der Praxis orientiert man sich jedoch an den DLG-Richtlinien, in denen mindestens acht Prozent gemälztes Getreide auf Getreideerzeugnisse für die Auslobung Malz vorgesehen sind. Der Zusatz dieser Menge Malz kann natürlich zu technologischen Problemen führen, insbesondere wenn enzymaktives Malzmehl eingesetzt wird.

Wie die mehlanalytische Untersuchung deutlich zeigt, ist der Einsatz von acht Prozent enzymaktivem Weizenmalzmehl deutlich zu viel (Tab. 3). Die Teige lassen stark nach und man erhält ein klassisches Auswuchsmehl mit den üblichen backtechnischen Fehlern, wie einer unelastischen Krume. In dieser Menge wesentlich besser zu verarbeiten sind enzyminaktive Malzprodukte. Hiermit lassen sich problemlos gute Malzgebäcke herstellen, die sich durch den erwarteten kräftig malzigen Geschmack und gute Saftigkeit auszeichnen. Optimale Ergebnisse und einen ausgewogenen Geschmack von Malzmehlen erhält man, wenn man verschiedene ausgewählte Malze einsetzt. Hierbei werden in der Praxis Malzextrakte und verschiedene Malzmehle, -schrote und ggf. -flocken kombiniert. Bei enzymstarken Mehlen kann eine Zugabe von geringen Mengen enzymaktivem Malzmehl jedoch zu einer Verbesserung der mehlanalytischen Parameter und der Qualität der Backwaren führen (Abb. 4 und 5).

Durch die Herabsetzung der Fallzahl und der Verkleisterungstemperatur im Amylogramm erhält man eine zartsplittrige, angenehm gebräunte Gebäckoberfläche. Auch bei Halbgebackenem lässt sich die Krustenbeschaffenheit durch die verbesserte Bindung des Wassers beeinflussen und man erhält nach der zweiten Backphase eine weniger absplitternde Gebäckkruste. In der Praxis werden üblicherweise circa 0,1 % auf Mehl eingesetzt.

Abb. 4: Veränderung des Amylogramms bei Zugabe von 0,1 % (blau), 0,3 % (grün) und 0,6 % (gelb) enzymaktivem Malzmehl auf Weizenmehl (rot)
Quelle: © IREKS

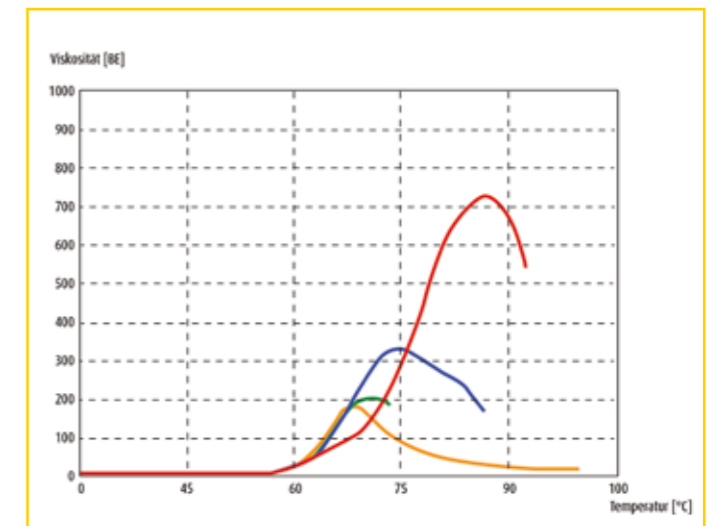
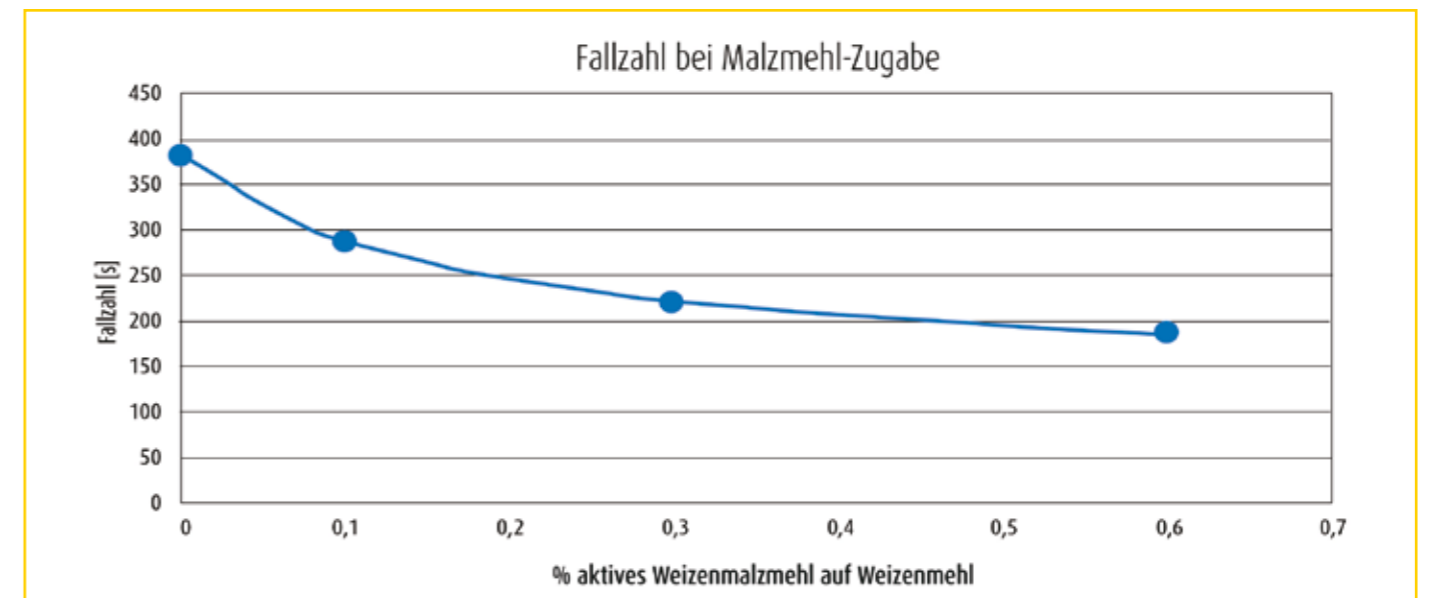


Abb. 5: Verringerung der Fallzahl von Weizenmehl Type 550 bei Zugabe von enzymaktivem Malzmehl
Quelle: © IREKS





LEBENSMITTELRECHT

Lesezeit 10 Min.

LEITSÄTZE FÜR LEBENSMITTEL

EIN ROSINENBROT IST KEIN WUNSCHKONZERT, SONDERN EINE KLARE SACHE

Wenn man in Deutschland ein Rosinenbrot kauft, kann man sich sicher sein, dass in der Backstube mindestens fünfzehn Prozent Rosinen, bezogen auf den Mehnteil, im Teig verbakken wurden, wie es die Bezeichnung erwarten lässt. Warum ist das so? Weil in 22 Leitsätzen im Deutschen Lebensmittelbuch (DLMB) all diese Dinge genau geregelt sind und sich die Hersteller nach den Vorgaben richten. Was aber sind diese Leitsätze, und wie kommen sie zustande?

Ein Brot mit weniger als fünfzehn Prozent Rosinen kann als tolles Genussprodukt beim Bäcker über die Ladentheke gehen, darf dann aber nicht als Rosinenbrot ausgelobt, sondern muss mit einem Fantasienamen beziehungsweise einer beschreibenden Namensgebung versehen werden. Ein „Süßes Tante-Erna-Teebrot auf Weizenbasis mit Rosinen“ kann so ein Brot sein, in dem weniger als fünfzehn Prozent Rosinen enthalten sind. Was genau steckt nun hinter den Leitsätzen, wie kommen sie zustande und wer trifft die Entscheidung, welche Zutaten in welcher Menge in welchen Lebensmitteln enthalten sein dürfen? Und wie aktuell sind diese Leitsätze, da sich die Ernährungsformen und auch die Produkte weiterentwickeln und sich, Trends geschuldet, kontinuierlich verändern?



SANDRA GANZENMÜLLER

Die Inhaberin der Agentur kommunikation.pur ist Oecotrophologin und Brot-Sommelière, hatte einige Jahre in der Bäckerbranche gearbeitet, bevor sie in die Food-PR gewechselt ist. Sie betreut mit ihrem Team als PR-Agentur viele Kunden aus dem Bäckereiumfeld.

Der Zeitgeist wird in jedem Fall berücksichtigt, so wurden im Dezember 2018 die „Leitsätze für vegane und vegetarische Lebensmittel in Ähnlichkeit zu Lebensmitteln tierischen Ursprungs“ veröffentlicht. Genau zu einer Zeit, als die Proteste bei Verbraucherschutzorganisationen dahingehend lauter wurden, dass Verbraucher durch verschiedene Lebensmittel auf dem Markt verunsichert sind und nicht nachvollziehen können, ob in einem Produkt, das in der Bezeichnung den Begriff „Geschnetzeltes“ enthält, auch wirklich keine Zutat tierischen Ursprungs enthalten ist.

ETWAS GANZ BESONDERES

Das Deutsche Lebensmittelbuch ist innerhalb Europas in dieser Form und Konsequenz fast einzigartig (nur Österreich verfügt mit seinem Lebensmittelbuch über eine vergleichbare Institution). Es stellt eine Sammlung von mittlerweile 22 Leitsätzen dar, in denen die Herstellung, Beschaffenheit sowie sonstigen Merkmale von Lebensmitteln, die für die Verkehrsfähigkeit von Bedeutung sind, klar geregelt und detailliert beschrieben sind. Seine Rechtsgrundlage hat das Lebensmittelbuch in § 15 des deutschen Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuchs (LFGB). Dennoch sind die Leitsätze des deutschen Lebensmittelbuchs selbst keine Rechtsnormen. Sie ersetzen keine Verordnung und stehen nicht im Gesetzesrang. Sie stellen eine Orientierungshilfe für den Handel mit und die Kennzeichnung von Lebensmitteln dar. Sie haben den Charakter objektiver, vorweggenommener Sachverständigengutachten, die der gerichtlichen Nachprüfung unterliegen. In den Leitsätzen wird die Verkehrsauffassung der am Lebensmittelverkehr Beteiligten, also Hersteller, Überwacher, Inverkehrbringer und Wissenschaftler, beschrieben und dabei zudem die berechnete Erwartung der Verbraucher an die betreffenden Lebensmittel berücksichtigt.

DIE KÖPFE DAHINTER

Das Deutsche Lebensmittelbuch wird ausgearbeitet von der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission in mehreren Fachausschüssen und veröffentlicht vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL). Gesetzliche Grundlage der Kommissionsarbeit ist wiederum § 16 LFGB. Trotz des Namens darf man sich das Deutsche Lebensmittelbuch nicht als zusammenhängendes Buch vorstellen, sondern als Sammlung der Leitsätze. Neue und veränderte Leitsätze werden nach ihrer Verabschiedung im Bundesanzeiger veröffentlicht. Die Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission (DLMBK) ist ein gesetzlich verankertes, unabhängiges Gremium, das bereits seit 1962 besteht. 32 Vertreterinnen und Vertreter aus den Bereichen Lebensmittelüberwachung, Wissenschaft, Verbraucherschaft und Lebensmittelwirtschaft bilden die Kommission. Sie werden aufgrund ihrer fachlichen Qualifikation sowie ihrer beruflichen Position von BMEL in die Kommission berufen und erarbeiten kontinuierlich in Fachausschüssen die Leitsätze.

Neben diesen klaren Fakten wollten wir wissen, wie die Arbeit in einer Kommission aussieht und welche Qualifikation notwendig ist, um in eben diese berufen zu werden. Darüber haben wir mit Dr. Sieglinde Stähle, Mitglied der deutschen Lebensmittelbuchkommission, gesprochen.

Foto: © <https://www.lebensmittelverband.de/de/verband/organisation/geschaeftsstelle>

Frau Dr. Stähle, Sie sind Mitglied der Kommission und dort in der Gruppe Wirtschaft gemeinsam mit sieben Kollegen aktiv. Wie wird man in die Kommission berufen?



Das Ministerium hat einen eigenen Kriterienkatalog, nach dem die Berufung erfolgt. Natürlich kann man sich bei der Bundesregierung auch um einen Sitz in der Kommission bewerben, wenn man die Kriterien erfüllt, also beruflich noch aktiv ist, die fachlichen Hintergründe mitbringt und in Anspruch nehmen kann, eine der vier Interessensgruppen zu vertreten. Die Kommission mit den vier Gruppen Verbraucherschaft, Lebensmittelüberwachung, Wirtschaft und Wissenschaft stellt eine Abbildung der relevanten Marktteilhaber dar. Innerhalb der Wirtschaftsvertreter sollte dann die Wertschöpfungskette abgebildet werden, von der Landwirtschaft bis zum Einzelhandel. Es gibt auch eine Altersgrenze. Wenn man in den Ruhestand geht und damit nicht mehr aktiv im Berufsleben ist, ist man laut Geschäftsordnung nicht mehr berufbar in die Kommission, weil man in der Regel dann keine Rückkopplung in die relevante Interessensgruppe, die man vertritt, mehr vorweisen kann.

Wie viel Zeitaufwand ist erforderlich, wenn man Mitglied der Kommission ist? Wird der zeitliche Aufwand finanziell erstattet?

Die Arbeit in der Kommission ist ein Ehrenamt. Bei der Berufung durch das Ministerium wird klar formuliert, dass die Mitglieder circa 17 Arbeitstage pro Jahr als reine Sitzungstage mit Präsenz einbringen sollten. Hinzu kommt dann natürlich noch die Vor- und Nacharbeit, also die Abstimmungen, beispielsweise in den Branchen oder mit Sachkundigen. Es ist daher schon ein großer Zeitaufwand, dessen man sich bewusst sein muss, wenn man die Berufung annimmt.

Wie lange dauert es von der Feststellung, dass neue Leitsätze für eine neue Kategorie von Lebensmitteln oder die Überarbeitung bestehender Leitsätze notwendig sind, bis zur fertigen Formulierung?

Hier kann ich keine pauschale Angabe machen. So sind die Leitsätze für Brot und Kleingebäck beispielsweise 20 Jahre nahezu unverändert gültig gewesen, bevor sie kürzlich grundlegend überarbeitet wurden. Als Durchschnittswert kann man vielleicht sagen, dass es zehn Jahre dauert, bis ein Leitsatz von der Kommission wieder überarbeitet wird. Sie müssen wissen, dass das ein sehr aufwendiger und lang dauernder Prozess ist, bis man sich auf die neuen Inhalte und die Formulierung mit allen Interessensgruppen geeinigt hat. Ein Beispiel ist die Überarbeitung der Leitsätze zu Fisch, die bereits seit Jahren läuft.

Wie muss man sich die Arbeit in den Fachausschüssen vorstellen und wie läuft ein Verfahren zur Überarbeitung eines Leitsatzes ab?

Über die Webseite der Lebensmittelbuch-Kommission können Anträge auf Änderung von Leitsätzen mittels eines Formulars gestellt werden. Über die Bearbeitung eines solchen Antrags entscheidet dann das Präsidium und übergibt die Aufgabe dem zuständigen Fachausschuss. Zur Klärung von Sachfragen werden üblicherweise auch Sachkundige einbezogen. Einigt sich ein Fachausschuss auf die Änderung eines bestehenden Leitsatzes oder auf einen neuen Leitsatz, erhält die Öffentlichkeit die Möglichkeit zur Stellungnahme. Das ist das sogenannte Beteiligungsverfahren. Nach erneuter Beratung und Verabschiedung im Fachausschuss wird die Kommission um Entscheidung über den Leitsatzentwurf gebeten. Die Sitzungen und Diskussionen in den Gremien der Kommission sind vertraulich, damit die Kommissionsmitglieder offen und ohne Druck von außen diskutieren und entscheiden können. Um die Öffentlichkeit dennoch über die Ergebnisse zu unterrichten, veröffentlicht jeder Fachausschuss Zwischenergebnisse in Form von Sachstandsberichten. Als VertreterIn eines Verbandes ist die Vertraulichkeit mitunter schwierig; Fachverbände und Unternehmen wollen gerne gut informiert sein und gleichzeitig muss man die Interessen kennen. Das ist auch der Grund, warum man noch aktiv im Berufsleben sein muss. Man braucht Rückkopplung aus der Branche, die man vertritt. Nach erfolgreichem Abschluss der Arbeiten sind die Ergebnisse als neue oder aktualisierte Leitsätze für jeden öffentlich zugänglich.

Welcher Leitsatz müsste Ihrer Ansicht nach in der nahen Zukunft überarbeitet werden?

Hier sehe ich den „Leitsatz für Puddinge, andere süße Desserts und verwandte Erzeugnisse“ und den „Leitsatz für Feine Backwaren“ ganz weit vorne. Hier hat sich seit Erarbeitung der aktuell gültigen Versionen sehr viel getan. Bei den Desserts handelt es sich um einen grundsätzlich neu entstandenen Markt, wenn man sich die Produkte in den Regalen der Supermärkte anschaut. Aber beides ist bereits auf der Agenda.

Wissen die Verbraucher, dass es die Leitsätze gibt und haben diese den Wortlaut vor Augen, wenn sie einkaufen gehen?

Meiner Meinung nach muss der Verbraucher die Leitsätze nicht im Detail kennen. Hauptsache sie werden von Herstellern und Überwachung beachtet, dann ist der Verbraucher Nutznießer. Er muss sie im Originaltext nicht nachvollziehen können. Leitsätze beschreiben die Verkehrsauffassung, die auch berechnete Verbraucherwartungen umfasst. Verbraucher wissen ja auch um die Sicherheit der Lebensmittel, jedoch nicht, welche Regelungen im Einzelnen dahinterstehen. Ich gehe mal davon aus, dass auch kein Bürger die Straßenverkehrsordnung im Detail auswendig kennt, und doch verhalten wir uns im Straßenverkehr entsprechend den Regeln.

KOLUMNE

NEUES AUS DER WELT DES LEBENSMITTEL- RECHTS

Hier schreiben meyer.rechtsanwälte darüber, was in der Welt des Lebensmittelrechts vor sich geht. Was gibt es Neues? Was gilt es zu beachten? Und welche Kuriositäten gibt es zu berichten?



BÄRBEL INES HINTERMEIER, LL.M.

Rechtsanwältin im Lebensmittelrecht mit dem Schwerpunkt Werbung & Kennzeichnung, Verkehrsfähigkeit und Produktentwicklung sowie Risk Assessment & Krisenmanagement



PROF. DR. ALFRED HAGEN MEYER

Rechtsanwalt mit dem Schwerpunkt Lebensmittelrecht mit allen seinen Facetten wie Produktentwicklung, Kennzeichnung und Health Claims, Risk Assessment und Krisenmanagement.



LEBENSMITTELRECHT

Lesezeit 10 Min.

DON IN GETREIDEFLOCKEN

DROHEN VERMEHRT VERÖFFENTLICHUNGEN AM „HYGIENEPRANGER“?

Deoxynivalenol (DON) kommt als Mykotoxin vor allem bei Getreidearten wie Weizen, Roggen, Hafer und auch Dinkel vor. Während der Produktion von Getreide müssen daher zahlreiche Maßnahmen ergriffen werden, um die Konzentration von DON im Erntegut zu verringern. Eine Weiterverarbeitung kann nur bedingt zur Reduzierung beitragen.

Für DON sieht die VO (EG) 1881/2006 zur Festsetzung der Höchstgehalte für bestimmte Kontaminanten in Lebensmitteln verschiedene Grenzwerte für diverse Lebensmittelkategorien vor. Die Einhaltung der Höchstgehalte für DON bei Getreideerzeugnissen im Blick zu behalten ist nicht nur bzgl. einer Rücknahme von Lebensmitteln vom Markt (Art. 19 BasisVO 178/2002), sondern auch vor dem Hintergrund der von allen Ländern erneut aufgenommenen Veröffentlichungspraxis nach § 40 (1a) LFGB (oft als „Hygienepranger“ gescholten) wesentlich und nachhaltig geboten.

PROBLEMAUFRISS

Schauen wir die für Getreideprodukte einschlägigen Kategorien an, so fällt auf, dass die Grenzwerte für DON einem abgestuften Konzept folgen:

- 1250 µg/kg DON für unverarbeitetes Getreide außer Hartweizen, Hafer und Mais (Ziffer 2.4.1.)
- 750 µg/kg DON für zum unmittelbaren menschlichen Verzehr bestimmtes Getreide (Ziffer 2.4.4)
- 500 µg/kg DON für u.a. Brot, feine Backwaren, Frühstückscerealien (Ziffer 2.4.6.).

Hierbei ist insbesondere die Einordnung von Getreideflocken in der Praxis umstritten. So ordnen Untersuchungsämter Getreideflocken häufig den Frühstückscerealien zu und sehen diese nicht bloß als „zum unmittelbaren menschlichen Verzehr bestimmtes Getreide“. Diese Einordnung ist mit dem Abstufungskonzept jedoch nicht vereinbar und kann nachhaltige Probleme für Lebensmittelunternehmer der Branche bergen.

ABSTUFUNGSKONZEPT

Dabei lässt sich der Grund für die Abstufung eindeutig aus den Konkretisierungen in Fußnote (18) zu Ziffer 2.4.1 als auch aus Erwägungsgrund (2) der VO (EG) 1126/2007 zur Änderung der VO (EG) 1881/2006 entnehmen. In Erwägungsgrund (2) heißt es:

„Die Höchstgehalte sind so niedrig festzulegen, wie dies durch eine gute Landwirtschafts- und Herstellungspraxis vernünftigerweise erreichbar ist, unter Berücksichtigung des mit dem Lebensmittelverzehr verbundenen Risikos.“

Folglich spielen bei der Festlegung zunächst drei Punkte eine wesentliche Rolle: die nach dem Stand der Technik möglichen Reduzierungsmaßnahmen beim Anbau bis zur Ernte (gute Landwirtschaftspraxis – GAP), sowie solche während der Herstellung (gute Herstellungspraxis – GMP). Nicht zuletzt sollte bei der Festlegung auch das mit dem

Lebensmittelverzehr verbundene Risiko für Verbraucher berücksichtigt werden. Es fällt zudem auf: je höher die Intensität der Ver-/Bearbeitung des Getreides, desto niedriger liegt der festgelegte Grenzwert. So gilt der Grenzwert von 1250 µg/kg für unverarbeitetes Getreide, während für zum unmittelbaren menschlichen Verzehr bestimmtes Getreide, das eine erste Verarbeitung erfahren hat, ein Höchstgehalt von 750 µg/kg zugelassen ist. Für Endprodukte, die zudem noch weitere Zutaten als das verarbeitete Getreideprodukt enthalten, wird sodann der niedrigste Höchstgehalt von 500 µg/kg festgelegt.

Dass dieses abgestufte Konzept auf der Intensität der Be-/Verarbeitung des Getreides beruht, wird durch die Anmerkungen in Fußnote (18) zur Ziffer 2.4.1 hervorgehoben, wo es heißt:

„Der Höchstgehalt gilt für unverarbeitetes Getreide, das zur ersten Verarbeitungsstufe in Verkehr gebracht wird. ‚Erste Verarbeitungsstufe‘ bedeutet jegliche physikalische oder thermische Behandlung des Korns außer Trocknen. Verfahren zur Reinigung, einschließlich mechanischer Oberflächenbearbeitung, Sortierung und Trocknung gelten nicht als ‚erste Verarbeitungsstufe‘, sofern das ganze Korn nach der Reinigung und Sortierung intakt bleibt. Unter mechanischer Oberflächenbearbeitung ist die Reinigung von Getreide durch kräftiges Bürsten und/oder Scheuern zu verstehen. [...]“

Üblicherweise wird Getreide zur Herstellung von Getreideflocken gereinigt, sortiert und verarbeitet. Dabei fällt die erste Reinigung durch kräftiges Bürsten/Scheuern nach vorbenannter Definition noch nicht unter die „erste Verarbeitungsstufe“, vielmehr sind erst das Walzen und Dämpfen der Getreideflocken hiervon erfasst. Diese Bearbeitung kann bspw. gleichgesetzt werden mit der Bearbeitung von Reis, der entspelzt, geschält und poliert ebenfalls zum unmittelbaren menschlichen Verzehr vorbereitet wird und insoweit dem Getreide zugeordnet bleibt.

SYSTEMATIK, GESAMTZUSAMMENHANG & WORTLAUT

Den unter der Kategorie Ziffer 2.4.6 gelisteten Lebensmitteln ist zudem gemeinsam, dass alle aufgeführten Produkte wie Brot, Feine Backwaren, Kekse, etc. jeweils aus mehreren Zutaten bestehen. Auf der anderen Seite sind unter Ziffer 2.4.4 auch Getreideprodukte gelistet, die bereits weitere Verarbeitung erfahren haben, wie Getreidemehl oder Kleie. Dabei werden diese Produkte üblicherweise in den unter Ziffer 2.4.6 gelisteten Produkten als Zutat verwendet. In diesem Zusammenhang weist auch der Verband der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft e.V. (VGMS) richtigerweise darauf hin, dass allfällige Mykotoxingehalte durch weitere Zutaten, wie Wasser, Eier, Zucker oder Früchte, verdünnt werden. Der zur Kategorie 2.4.6 gehörige Höchstgehalt kann sich daher nur auf das gesamte Erzeugnis beziehen und nicht auf einzelne Zutaten, die unter 2.4.4 geregelt werden.

Dies wiederum erklärt auch die Abstufung der Höchstgehalte. Unter Berücksichtigung von GAP, GMP und Verbraucherschutz hat der Verordnungsgeber für Getreidezutaten und für Endprodukte jeweils eigene Grenzwerte etabliert.

Bärbel Ines Hintermeier, LL.M.

BACKWAREN AKTUELL

FACHMAGAZIN RUND UM BACKZUTATEN

LITERATURANGABEN

Malz: Tradition trifft Trend, S. 12-15	
1.	Kniel, B., Der Einsatz von Enzymen bei der Backwarenherstellung, in: Lösche, K. (Hrsg.) Enzyme in der Lebensmitteltechnologie, Hamburg: B. Behr's Verlag, 1. Auflage 2000, S.17-18.
2.	Narziss L., Back W. Die Bierbrauerei, Band 1: Die Technologie der Malzbereitung, Wiley-VCH Verlag & Co. KGaA, 8. Auflage 2012.
3.	Fickert B., Schieberle P., Identification of the key odorants in barley malt (caramalt) using GC/MS techniques and odour dilution analyses, Nahrung, 1998, 42, S. 371-375.
4.	AIF 18669 N, Voigt J., Raddatz H., Hochschule für Angewandte Wissenschaften Trier; Hofmann T., Mall V., Leibniz-Institut für Lebensmittel-Systembiologie an der Technischen Universität München.



Wissensforum Backwaren
Berlin · Wien

Was steckt in unseren Backwaren?

Auf www.wissenwasschmeckt.de wird aktuelles Fachwissen rund um Backwaren und Backzutaten einfach und verständlich vermittelt. Gleich vorbeischaun!



Herausgeber und Vi.S.d.P.:	Geschäftsbereich Deutschland:	Geschäftsbereich Österreich:
RA Christof Crone, Wissensforum Backwaren e.V.	Neustädtische Kirchstraße 7A 10117 Berlin Tel. +49 (0)30/68072232-0 Fax +49 (0)30/68072232-9	Smolagasse 1 1220 Wien Hotline +43 (0) 810 /001 093
Redaktion: Prof. Dr. Bärbel Kniel Sarah Fischer, kommunikation.pur	www.wissensforum-backwaren.de info@wissensforum-backwaren.de	www.wissensforum-backwaren.at info@wissensforum-backwaren.at
Gestaltung: Daniel Erke GmbH & Co. KG kommunikation.pur, München		