



Wissensforum Backwaren
Berlin · Wien



03/22

Foto: © Martin Braun

SÜSSER DIE KEKSE NIE SCHMECKEN S. 4-7 // WELTUMSPANNENDES WEIHNACHTSgebÄCK S. 8-9 // FEINES AUS URGETREIDE S. 10-11 //
BROTKOMPETENZ ALS ERFOLGSGARANT S. 12-13 // VEGAN BEIM BÄCKER? S. 14-15 // DIE BUNTE WELT DER LEBENSMITTELFARBEN S. 16-
17 // NEUES AUS DER WELT DES LEBENSMITTELRECHTS: BACKWAREN IM WANDEL DER ZEIT S. 18-19

BACKWAREN AKTUELL
FACHMAGAZIN RUND UM BACKZUTATEN



BRANCHENNEWS



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

Liebe Leserinnen und Leser,

in dieser letzten Ausgabe der backwaren aktuell im Jahr 2022 widmen wir uns passend zur Jahreszeit in den ersten beiden Beiträgen weihnachtlichen Gebäcken – einmal geht es um deutsche Klassiker, einmal um internationale Hits.

In einem weiteren Artikel beleuchten wir zudem das Thema vegane Ernährung in Bezug auf Backwaren und Chancen und Herausforderungen für Bäcker.

Mit sogenannten Urgetreiden lässt sich heute ebenfalls in der Bäckerauslage punkten, auch bei Feinen Backwaren. Dabei darf aber das Herz im Sortiment einer jeden Bäckerei nicht vergessen werden: ein gutes Brot. Brotkompetenz ist gefragt, und was es dafür braucht, erfahren Sie im entsprechenden Beitrag.

Bunt geht es zu im Artikel über Lebensmittelfarben – welche Möglichkeiten gibt es, worauf gilt es zu achten, was sagt das Lebensmittelrecht? Und um das Thema Lebensmittelrecht geht es wie immer auch in unserer Kolumne der meyer.rechtsanwälte, dieses Mal im Blick: „neuartige“ Zutaten.

Ich wünsche Ihnen wie immer viel Spaß beim Lesen!

CHRISTOF CRONE

Vorsitzender und Geschäftsführer, Wissensforum Backwaren e.V.



TERMINE DER BRANCHE

19. – 20. JANUAR 2023

BERLIN – DEUTSCHLAND
Tagung der Berlin-Brandenburgischen Gesellschaft für Getreideforschung (BBGfG)

14. – 15. MÄRZ 2023

DETMOLD – DEUTSCHLAND
Getreide-Tagung der Arbeitsgemeinschaft Getreidefor-
schung e.V. (AGF)

20. – 29. JANUAR 2023

BERLIN – DEUTSCHLAND
Internationale Grüne Woche (IGW)
200 Jahre Jubiläum

22. – 24. MÄRZ 2023

WIESBADEN – DEUTSCHLAND
36. Deutscher Lebensmittelrechtstag der Wissenschaft-
lichen Gesellschaft für Lebensmittelrecht (WGfL) und
Zeitschrift für Lebensmittelrecht (ZLR)

WAS MACHEN SIE DA, FRAU BRÖCKER?



MARTINA BRÖCKER ...
Referentin

... ist seit 1998 im Backzutatenverband tätig.

„Gerade im Moment beschäftige ich mich mit zwei Anfragen unseres europäischen Dachverbandes FEDIMA und recherchiere, unter anderem über die Auffassung der deutschen Lebensmittelüberwachung zu Reiszusatz als nicht zugelassenem Zusatzstoff. Wie so oft leisten die Experten aus unseren Mitgliedsunternehmen hierbei wertvolle Unterstützung. Zweimal im Jahr führt unser Verband Sitzungen des Expertenkreises durch. Darin vertreten sind die Leiter der Forschungs- und Entwicklungsabteilungen sowie des Qualitätsmanagements unserer Mitgliedsunternehmen. Wir beraten über aktuelle Themen, die unserer Branche ‚auf den Nägeln brennen‘. Meistens verfolge ich die Diskussionen, es sei denn, ich referiere selbst zu einem speziellen Sachthema, denn meine Aufgabe ist es, die wichtigsten Beiträge und Argumente protokollarisch festzuhalten. Bei einer vierstündigen Sitzung kann dann die Niederschrift auch schon mal sehr umfangreich ausfallen!

Ein weiteres Aufgabenfeld in meinem beruflichen Alltag ist die Begleitung von Forschungsanträgen im Rahmen der vorwettbewerblichen Gemeinschaftsforschung.

Und nicht zu vergessen, das breiteste Aufgabenfeld in meiner täglichen Arbeit nimmt die regelmäßige Information der Mitglieder über aktuelle lebensmittelrechtliche Entwicklungen ein, hier gibt es Newsletter und Rundschreiben in großer Anzahl!“



ZITAT DER BRANCHE

„Die Kommunikation über unsere Themen und unsere Produkte sowohl in der Fachwelt, als auch in Richtung Endverbraucher, sind für unsere Branche von zentraler Bedeutung. Das Wissensforum schafft mit seiner Öffentlichkeitsarbeit Transparenz und Authentizität und hat hier in den letzten Jahren schon viel erreicht. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit im Vorstandsteam und viele spannende Projekte.“

DR. GEORG BÖCKER

Stellvertretender Vorsitzender Wissensforum Backwaren e.V. und Geschäftsführer Ernst BÖCKER GmbH & Co. KG



ÄNDERUNG DER BRANCHE

Ab 1. Januar 2023 tritt die Mehrwegangebotspflicht in Kraft. Gastronomische Betriebe, darunter auch Bäckereien und Cafés, müssen dann ihren Kundinnen und Kunden ein Mehrwegbehältnis als Transportgefäß zur Auswahl stellen.



ZAHL DER BRANCHE

35.384 ... Besucherinnen und Besucher trieb es dieses Jahr auf die südback, hungrig nach Austausch. Die Messe, die im Vorfeld nach langer Pandemie-Pause mit Spannung erwartet wurde, erreichte damit das gleiche Niveau wie zuletzt vor Corona 2019.



BACKWARENKULTUR
Lesezeit 15 Min.

SÜSSER DIE KEKSE NIE SCHMECKEN ...

BELIEBTE WEIHNACHTSKLASSIKER VON A BIS Z

Weihnachten, das bedeutet auch in Deutschland backen, mehr, köstlicher und spezialisierter als zu vielen anderen Hochfesten des Jahres. Vanillekipferl sind immer dabei, ebenso wie die traditionellen Klassiker Lebkuchen, Makronen, Anisgebäcke und Zimtsterne. Neben Grundzutaten wie Butter, Zucker, Mandeln oder Nüssen sind es unter anderem die Aromen von Anis, Gewürznelken, Kardamom, Vanille oder Zimt, welche die weihnachtliche Bäckerei prägen und für den typischen Geschmack sorgen.

HÄUSLICHE BACKKULTUR

Diese auf Gewürzen beruhende Geschmacksausrichtung der Weihnachtsbäckerei hängt mit der Übernahme kulinarischer Neuerungen aus der Zeit der Kreuzzüge zwischen dem 11. und 13. Jahrhundert zusammen. Allerdings waren Gebäcke mit solchen Gewürzen, aber auch mit Mandeln und Rohrzucker, in der Vergangenheit unvergleichbar teurer als heute. Zumal ihre Herstellung ohne die heute selbstverständlich eingesetzten Küchengeräte besonders aufwendig war. Demzufolge pflegte man das häusliche Backen von Kleingebäcken, etwa zur Vorbereitung auf Weihnachten, in größerem Umfang erst im Laufe des 19. Jahrhunderts. In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts nämlich – stilgeschichtlich als Zeit des Biedermeiers bezeichnet – herrschte in bürgerlichen Kreisen schlichter Wohlstand, verbunden mit Häuslichkeit. Mit dem Wunsch nach einem ausgeprägten Familienleben und häuslicher Behaglichkeit kam eine besondere Freude am Kochen und Backen auf, und es gehörte zum Stolz einer jeden gutbürgerlichen Hausfrau, entsprechende Kuchen und Backwerke herzustellen. Vor allem in der Weihnachtszeit bereitete man nun gerne Kleingebäcke aus gekneteten Teigen zu, ebenso aus Rührmassen, etwa für Spritzgebäck, oder aus einer Makronenmasse. Dieses Aufleben der häuslichen Backkultur wurde durch praktische Gegebenheiten begünstigt. Zunächst einmal war es erst in diesem Jahrhundert gelungen, aus der heimischen Runkelrübe billigen Zucker zu gewinnen, der in der Qualität dem teuren Rohrzucker in nichts nachstand. Durch diese industrielle Herstellung konnte die einstige Kolonialware Zucker gegen Mitte des 19. Jahrhunderts zu einem Lebensmittel für jedermann werden. Ähnlich war es mit dem Mehl, das nun besonders fein, gleichzeitig aber billig zu haben war. All das waren gewaltige

Schritte vorwärts in der Geschichte der häuslichen Kuchenbäckerei, zumal Kochbücher mit entsprechenden Rezepten allmählich eine weite Verbreitung fanden und in höheren Auflagen erschienen. Backformen und Förmchen für Kleingebäcke waren ebenfalls weitaus günstiger zu erhalten. Nicht zu vergessen das Aufkommen eines neuen transportablen Koch- und Backherdes, der im Volksmund auch als „Kochmaschine“ oder „Sparherd“ bezeichnet wurde. Backofen, Kochstelle, Heißwasserversorgung und Heizung waren nun in einem Gerät vereinigt, was das Backen sehr vereinfachte. Denn es bedeutete, dass das Backrohr bei der Herdheizung automatisch mit geheizt wurde und jederzeit leicht zu benutzen war. Dieser „Sparherd“ war bald schon in vielen Küchen zu finden und ermöglichte ein weniger zeitraubendes und umständliches Backen.

ANISBRÖTLE UND „SPRINGERLE“

Was die in Deutschland besonders beliebten Weihnachtsgebäcke angeht, so wären beispielsweise Anisgebäcke in verschiedenen Formen und Rezeptvariationen zu nennen. Zu den vielleicht traditionellsten Weihnachtsgebäcken mit Anis gehören die sogenannten „Springerle“, die in Österreich, der Schweiz und dem Elsass, vor allem aber in Süddeutschland populär waren und bis heute sind. Außergewöhnlich ist, dass Springerle in Modellen ausgeformt werden und nur dann als richtig gelungen gelten, wenn die Oberfläche weiß bleibt und das Gebäck die sprichwörtlichen „Füßle“ hat. Damit ist gemeint, dass sich die getrocknete Oberseite leicht vom feuchteren Unterteil abheben muss. Dass schlechte Springerles-Füßle auch schon vor über 150 Jahren gehörig an der Ehre einer häuslichen Springerlesexpertin kratzen konnten, verrät uns ein anonymes Basler Hausfrauenrezept, das diesen



Qualitätsmaßstab mit den strengen Worten umschrieb: „Kriegen sie (die Springerle, Anm. d. Verf.) keine Füßchen, so schimpfe die Buben aus oder die Stubenmagd: war schlecht gerührt oder Durchzug in der Stube. Springerli ohne Füßchen sind eine Ärgernuß.“

Fest steht, dass das mit Modellen geprägte anisgewürzte Eierteiggebäck seit dem 17. Jahrhundert bekannt war und seine Blütezeit in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts erlebte. Dabei kann die Bezeichnung für das weihnachtliche Gebäck unterschiedlich sein: Im Fränkischen nennt man es „Eierzucker“, in Bayern und Baden-Württemberg „Eiermarzipan“ oder „Springerle“, und in Straßburg war noch um die Jahrhundertwende die sprechende Bezeichnung „Schwabenbrötle“ ein Begriff. Ob die Springerle nun ihren Namen erhalten haben, weil der Teig auf dem Blech beinahe um die Hälfte ihrer Höhe „aufspringt“, oder nach dem früher so beliebten Motiv des springenden Pferdes – das vermag heute niemand mehr zu entscheiden. Zum Springen gebracht wurde der Teig jedenfalls mit einer Prise Hirschhornsalz als Triebmittel.

VON A WIE ANIS

Zu den typischen weihnachtlichen Gewürzen, die Gebäcken wie besagten Springerle, aber auch Anisgebäcken jeder Art sowie Printen oder Lebkuchen ihr ausgeprägtes weihnachtliches Aroma verleihen, gehört also Anis. Der charakteristisch aussehende Sternanis bietet mehr als nur sein einzigartiges, dekoratives Aussehen, denn die braunen Früchte enthalten in den jeweiligen Sternsegmenten je einen Samenkern. Die getrockneten Früchte werden zu einem rötlichbraunen Gewürzpulver gemahlen oder ganz verwendet. Nach Europa wurde das asiatische Gewürz im 16. Jahrhundert eingeführt. Erstaunlich, dass zwei völlig verschiedene Pflanzen – der europäische Anis als ein Doldengewächs und der exotische Sternanis als Baumfrucht – die gleichen ätherischen Öle enthalten und beide in der Essenskultur eine lange Tradition haben. Die Römer zum Beispiel mochten Anisküchlein als Abschluss ihrer ausschweifenden Mahlzeiten. Später konnte das Urteil über Anis und Anisspezialitäten bisweilen kaum unterschiedlicher ausfallen: Guillaume Taillevent, Chefkoch König Karls V. von Frankreich, fand im 14. Jahrhundert überall Verwendung für seinen Anis – besonders gerne in Süßspeisen und Gebäcken. Marie-Antoine Carême, immerhin einer der bedeutendsten französischen Köche des

19. Jahrhunderts, sah das etwas anders. Er empfand die Pflanze als eine „medizinische Arznei“ und schätzte ihren recht dominanten Geschmack offenbar weniger. Das lässt sich über die vielen Anis-Eierschäumgebäcke nicht sagen. Die sind in Österreich, Süddeutschland und der Schweiz bis heute in der Weihnachtszeit Kult.

MAKRONEN

Fein geriebene Mandeln, Zucker, Eiweiß sowie Oblaten als Backunterlage, so heißen die Grundzutaten der in Deutschland und Österreich seit über 300 Jahren bekannten Makronen, die hierzulande besonders zu Weihnachten hoch im Kurs stehen.

Das Ursprungsland der Makronen dürfte allerdings Italien, vielleicht sogar Venedig sein, da „venezianische Mandeln“ noch im 18. Jahrhundert als Grundlage guter Makronen genannt wurden. Das überrascht nicht, da Venedig immer schon zu den wichtigsten Umschlagplätzen für exotische Handelswaren aus dem Orient gehörte und die Venezianer bereits Jahrhunderte zuvor auf den Geschmack des Süßen gekommen waren. Zuckerbäcker, die mit exotischen Gewürzen und eben mit Mandeln und kandierten Früchten hantierten, gab es hier immerhin schon im 12. Jahrhundert; bedeutend früher als in anderen großen europäischen Städten.

AM ANFANG STAND DIE MANDEL

Grundsätzlich aber kannten bereits die Römer Mandelmilch, Mandelmilch sowie Mandelgebäcke. Auch im Orient war schon um 950 von einem Gemisch aus Mandeln und Zucker die Rede. In Deutschland waren Mandeln seit dem 13. Jahrhundert zu haben – wenn auch für teures Geld. So waren sie hochherrschaftlichen Kreisen vorbehalten und deren Vorliebe für Mandeln ist bekannt und erwiesen. Die in manchen Kochbüchern seit dem 17. Jahrhundert gebräuchliche Schreibweise „macaron“ verdeutlicht, dass sich das Backwerk von Italien weiter nach Frankreich verbreitet hatte, von wo aus es dann nach Deutschland gelangte. Die französische Bezeichnung „macaron“ leitet sich vom alt-italienischen „maccare = quetschen“ ab und bedeutet demnach „Gemenge“. Ein merkwürdiges Wort und zudem ein wenig schmeichelhafter Wortsinn für ein so delikates und damals teures Mandelgebäck! In der damaligen Zeit jedoch galt der Begriff keinesfalls als Ausdruck der Geringschätzung. Schließlich erklärt sich dieses Wort auch insofern, als bei der Herstellung der Makronen das fleißige Vermengen, also Rühren, oft eine halbe Stunde lang, eine wichtige Rolle spielt.

Der Nachweis einer gewerbemäßigen Makronenproduktion lässt sich bereits im 17. Jahrhundert erbringen. Von dem ersten Basler Zuckerbäcker, Walter Merian (1636-1718), weiß beispielsweise eine Chronik zu berichten, dass er der Erste gewesen sei, „der angefangen hat, Zuckerbrot, Lebküchlein, Macronen und dergleichen Sachen zu backen“ – zur Weihnachtszeit! In der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts müssen Makronen, wenigstens dem Namen nach, auch in Deutschland etwas Selbstverständliches gewesen sein, denn sie wurden namentlich von mehreren, seinerzeit bekannten Barockautoren erwähnt und von gehobenen Küchenchefs und Konditoren hergestellt. Wirklich feine Makronen konnte man jedoch erst herstellen, nachdem man – in



IRENE KRAUSS

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

Deutschland frühestens um 1700 – begonnen hatte, Eigelb und Eiweiß getrennt zu schlagen, also Eischnee zu bereiten. Vorher hat man die Zucker-Mandelmasse einfach mit dem Bindemittel Eiklar vermischt. Dass Eischnee auf die Qualität der Makronen eine wesentliche Auswirkung hat, wusste man später sehr wohl und so ist die unbekannte Verfasserin eines handgeschriebenen Kochbuchs von 1862 eine von vielen, die für die Zubereitung von Makronen riet: „rühre Schnee und Zucker zuvor recht pflaumig ab [...]“.

Um noch einmal auf die Mandeln zurückzukommen: Auch für die Bereitung der sogenannten „Bethmännchen“, einem besonders beliebten Frankfurter Weihnachtsgebäck, benötigt man neben Mehl, Zucker und Rosenwasser geschälte und geriebene Mandeln. Erste Rezepte dazu gab es wohl in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Alle Zutaten zusammen werden zu einer breiigen Masse verrührt und dann zu kleinen Pyramiden geformt, die an den Seiten jeweils mit drei angefeuchteten, geschälten Mandelhälften beklebt werden. Nach einer Trocknungsphase werden die „Teiglinge“ dann bei etwas geöffneter Backofentür und geringer Hitze leicht gebacken, bis die Spitzen hellbraun sind. Alles in allem also ein feines Marzipankonfekt in charakteristischer Hütchenform und verziert mit Mandelhälften, das bis heute vor allem in Frankfurt und Umgebung ein besonders typisches weihnachtliches Backwerk ist.

HONIG, NUSS & MANDELKERN: LEBKUCHEN

Umfragen zufolge sind Lebkuchen das unangefochtene Lieblings-Weihnachtsgebäck in Deutschland. Lebkuchen werden in der einen oder anderen häuslichen Küche auch gerne selbst gemacht, aber weitaus häufiger werden sie gekauft. Weltweit bekannt sind die sogenannten Nürnberger Lebkuchen mit ihrem geringen Mehnteil sowie einem hohen Anteil an Zucker, Eiern und Ölsamenfrüchten wie Mandeln, Haselnüssen oder Walnüssen. Bis heute ist es vor allem die mittelfränkische Metropole Nürnberg, die mit ihren hier produzierten Lebkuchen in der Hauptsaison – immerhin von Ende August bis Mitte Dezember – überall auf der Welt begeisterte Abnehmer findet! Wer meint, die traditionelle Ortsbezeichnung „Nürnberger Lebkuchen“ sei für so ziemlich jeden Lebkuchen gültig, der irrt. Bereits 1927 wurde offenbar vom Landgericht Berlin entschieden, dass der „Nürnberger Lebkuchen“ eine Herkunftsbezeichnung ist, die nur für solche Lebkuchen verwendet werden darf, die in einem genau abgegrenzten Gebiet in und um Nürnberg hergestellt werden. Seit 1996 sind „Nürnberger Lebkuchen“ nach europäischem Recht eine geschützte Herkunftsbezeichnung für Lebkuchen, die nur auf dem Gebiet der Stadt Nürnberg hergestellt werden dürfen.

Bereits im Mittelalter hatte sich Nürnberg zum überregionalen Zentrum gewerblicher Lebkücherei entwickelt und hielt den Ruf der Pfefferkuchlerstadt schlechthin inne. Aus gutem Grund! Die Zutaten, die den Lebkuchen so wertvoll machten, waren hier in Hülle und Fülle und in höchster Qualität vorhanden. So begünstigte der rund um die Stadt gelegene Reichswald, auch des „Kaisers und des Reiches Bienengarten“ genannt, die Gewinnung des Honigs. Die Imker – damals Zeidler genannt – vor den Toren der Stadt lieferten das „süße Gold“ für die Nürnberger Lebküchler in die Kaiserstadt und lebten nicht schlecht davon. Die Versorgung der Nürnberger Lebküchler mit exotischen Gewürzen gewährleistete der Gewürzmarkt, der ab 1441 zu einer festen Einrichtung geworden war. Zudem lag das mittelalterliche Nürnberg im Zentrum des damaligen Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation. Ihre günstige Lage am Schnittpunkt der alten Salz- und Handelswege machte die Stadt bald zu einem der bedeutendsten Handels- und Verkehrsknotenpunkte Europas. So führte beispielsweise die Gewürzstraße von Venedig direkt über Nürnberg. Folglich ließen die tropischen Gewürze sowie der Rohrzucker nicht allzu lange auf sich warten und auch die fertige Lebkuchenware konnte rasch in alle Richtungen verkauft werden. Bereits 1395 wurden die ersten Lebküchler in Nürnberg urkundlich erwähnt. Allerdings genehmigte der Rat der Stadt erst im Jahre 1643 die Gründung einer eigenen Lebküchlerzunft, womit sich das Handwerk endlich von den Bäckern unabhängig machen konnte.

Nürnberger Lebkuchen gingen als Handelsware schon frühzeitig in alle Welt. Kein Wunder auch, dass die Gesandtschaft Nürnbergs bei



offiziellen Anlässen neben den üblichen diplomatischen Geschenken zusätzlich das berühmte süße Wahrzeichen der Stadt, den Lebkuchen, vergab.

„NOTPRALINE“ DOMINOSTEIN

In der Advents- und Weihnachtszeit beliebt sind auch Dominosteine, die zwar kaum je in der häuslichen Backstube gebacken werden, aber auf so ziemlich jedem Teller mit weihnachtlichem Kleingebäck liegen. Weniger als 13 g ist ein Dominostein in der Regel schwer, überzogen mit einer dunklen Schokoladenglasur und doppelt gefüllt mit Lebkuchen, einer fruchtigen Schicht Sauerkirsch- oder Aprikosengelee sowie einer Lage Marzipan oder Persipan.

Im Vergleich zu den traditionellen Weihnachtsgebäck-Klassikern sind Dominosteine jung, gerade einmal 86 Jahre alt. Kreiert wurde der bissengroße Würfel erstmals im Jahr 1936 vom Dresdner Chocolatier Herbert Wendler (1912-1998). Dieser wollte mit seiner Schichtpraline aus braunem Lebkuchen, Fruchtgelee und Marzipan oder Persipan breitere Käuferschichten ansprechen, da diese Süßigkeit erschwinglicher war als die übrigen Produkte seiner eigenen kleinen Pralinenmanufaktur. Als mit Beginn der Kriegswirtschaft die Rohstoffe knapper wurden, kombinierte der damals 27-jährige Wendler nur noch eine Schicht braunen Lebkuchen und Sauerkirschgelee. Den mit Schokolade umhüllten Würfeln gab er den Namen „Dominosteine“ und lieferte sie an Dresdner Fachgeschäfte aus, wo sie als „Notpraline“ zunehmend populär wurden.

Im Krieg völlig ausgebombt, musste Wendler 1948 in Dresden wieder ganz von vorn anfangen. Für seine ersten Nachkriegs-Dominosteine verwendete er Roggenmehl und Sirup. Als die Zeiten allmählich besser wurden, konnte Herbert Wendler den Dominostein wieder doppelt und damit qualitativ hochwertiger füllen, indem er eine Lage Lebkuchen durch Marzipan ersetzte. Das im Originalrezept verwendete Sauerkirschgelee blieb erhalten. Mit einem Großauftrag der Handelsorganisation der damaligen DDR begann Ende der 1950er-Jahre die Massenproduktion der beliebten Pralinspezialität. Von 1963 an war die sächsische Spezialität auch ein gefragter Exportartikel, beispielsweise nach Westdeutschland und nach Österreich.

Heute sind Dominosteine in den „Leitsätzen für feine Backwaren“ genau definiert: Es sind etwa bissengroße Würfel aus einer oder

mehreren Schichten braunen Lebkuchens und einer oder mehreren Lagen von Zubereitungen, zum Beispiel aus Fruchtmarmelade, Marzipan oder Persipan, nicht aber aus Fondantmasse oder -krem; sie sind mit Schokoladenarten überzogen. „Feine Dominosteine“ müssen neben einer oder mehreren Schichten braunen Lebkuchens mindestens eine Lage aus Zubereitungen von Früchten oder Fruchterzeugnissen und mindestens eine Schicht aus Marzipan oder Persipan haben. Bei „feinsten Dominosteinen“ bestehen die Lagen ausschließlich aus Zubereitungen von Früchten oder Fruchterzeugnissen und Marzipan im Sinne der Leitsätze für Ölsamen und daraus hergestellte Massen und Zubereitungen.

VANILLEKIPFERL

Vanillekipferl werden in deutschen und österreichischen Küchen in der Weihnachtszeit besonders gerne hergestellt, obschon die namensgebende Vanille, die neben Butter, Mehl, Puderzucker und Mandeln zu den Bestandteilen des Vanillegebäcks gehört, natürlich nicht hier ihre Wurzeln hat. Vielmehr handelt es sich um eine Kletterpflanze, die zur Familie der Orchideengewächse gehört und ursprünglich aus Mexiko stammt, wo sie schon lange vor der spanischen Eroberung als Gewürz eingesetzt wurde. Die Spanier verboten aus wirtschaftlichen Erwägungen bei Todesstrafe, die Pflanze aus der Kolonie zu exportieren, sodass erste Stecklinge erst nach Mexikos Unabhängigkeit im Jahr 1810 in die europäischen botanischen Gärten gelangten. Zuvor wurde die gesamte mexikanische Ernte über Spanien nach Europa importiert, wo die Vanille nur in hochherrschaftlichen Kreisen eingesetzt wurde. Damit ließ sich viel Geld verdienen. 1602 beispielsweise nahm sie der Hofapotheker der englischen Königin Elisabeth I. offiziell in die Reihe der in der königlichen Küche erlaubten Gewürze auf. Mitte des 19. Jahrhunderts entwickelte man ein künstliches Bestäubungsverfahren der Blüten, aus denen dann die schmalen, 15 bis 30 cm langen Kapselrüben heranreifen, die umgangssprachlich als „Vanilleschoten“ bezeichnet werden. Damit begann in verschiedenen Anbaugebieten auf der Welt die kommerzielle Vanilleproduktion. Die mühsame Bestäubung, die arbeitsintensive Trocknung und Aufbereitung machen das feine Gewürz sogar bis heute noch vergleichsweise teuer. Häufig wird anstelle der echten Vanille das billigere Vanillin eingesetzt, der wichtigste Aromastoff der Vanille neben vielen anderen, der synthetisch hergestellt werden kann. Nie aber wird dieser den blumig feinen Duft der echten Vanille haben.

Man kann sich denken, dass entsprechende Backwerke aufgrund der teuren Vanille auch in gutbürgerlichen deutschen und österreichischen Haushalten erst spät, gegen Ende des 19. Jahrhunderts, aufkamen. Die Kochbücher jener Zeit verzeichnen Vanillegebäcke in verschiedenen Formen, als einfache runde Gebäcke, als Stangen und eben auch in der unverkennbaren Kipferlform. Diese gebogene Form ist grundsätzlich

schon seit Jahrhunderten bekannt, sogar in kultischen Bankettszenen aus dem Alten Orient taucht sie auf. Im europäischen Raum zählte ein halbmondförmiges Gebäck aus feinem Weizenmehl um 1000 im Gebäckkatalog aus dem Kloster St. Gallen / Schweiz zu den gesegneten Backwerken. In Österreich stellten die Bäcker in Wien bereits im 13. Jahrhundert die Kipferlform gewerblich her – von süßen Vanillekipferln konnte natürlich noch keine Rede sein. Gebogene Kipferlgebäcke, quasi Hörnchen, blieben in Wien populär und dürften regelmäßig gegessen worden sein, denn spätestens im 16. Jahrhundert kannte man dort eigene Kipferlbäcker. Aus all den oben geschilderten mitteleuropäischen Belegen geht allerdings nicht hervor, woraus die Hörnchen in frühen Zeiten bestanden.

.... BIS Z WIE ZIMTSTERNE

Zimtsterne gehören ebenfalls zu den traditionellen Weihnachtsgebäcken, obwohl der Geschmacksträger Zimt natürlich nicht hier heimisch ist. Ceylon-Zimt ist die getrocknete Rinde des ceylonesischen Zimtbaumes und eines der ältesten und früher kostspieligsten Gewürze der Welt. Daneben gibt es mittlerweile noch den Cassia-Zimt, die Rinde des chinesischen Zimtbaumes. Heute ist er überall und einigermaßen günstig zu erhalten. Als Gewürz – vor allem für Süßspeisen, Gebäck und Glühwein – verwendet man die dünne Innenschicht der Rinde des Zimtbaums, die sich getrocknet röhrenartig zusammenrollt. Je dünner die Rinde, umso feiner ist das Aroma. Bereits in Griechenland war der aus Südostasien stammende Zimt beinahe unbezahlbar und das bisschen Zimt, das es dort gab, wurde dem Wein beigemischt, um diesen zu aromatisieren. Bei den Römern war Zimt in der Küche ebenfalls nur selten zu finden – er war einfach zu teuer und allenfalls Herrscher konnten ihn sich leisten. Später tauchte Zimt durch den mittelalterlichen Handel mit dem Orient wieder auf. Man übernahm nur allzu gerne orientalische Essgewohnheiten, etwa das starke Würzen von süßem Gebäck. Ingwer, Zucker und Zimt gelangten auf diese Weise in immer größeren Mengen nach Europa, blieben aber nach wie vor sehr extravagant. Demzufolge war auch das „Zimt-Konfekt“ ein fürstliches, ja geradezu ein königliches Backwerk, das für den Straßenverkauf lange Zeit zu teuer war. Als Kaiser Karl V. im April 1536 nach Rom kam, reichte ihm Kardinal Lorenzo Campeggio ein Essen, bei dem es zum zwölften Gang unter anderem Makrönchen, Anis- und Pistazienkonfekt, Orangeat sowie Zimtsterne gab. Das ist wunderbar eindeutig und ergibt zumindest für die Zimtsterne das bislang früheste Entstehungsdatum. 1783 findet man in der französischen „Encyclopédie par ordre de matières“ das Rezept des Zimtsterns mit der Abbildung des blechernen Ausstechers in Sternform. Überhaupt entdeckt man spätestens in den gutbürgerlichen Kochbüchern des 18. Jahrhunderts überall Rezepte für Zimtsterne oder –stangen, die heute typischerweise in der Vorweihnachtszeit hergestellt werden.

ZUSAMMENFASSUNG

Im Gegensatz zum üblichen „Klein- oder Teegebäck“ sind die Teige oder Massen für die Weihnachtsbäckerei deutlich stärker gewürzt, zum Beispiel mit exotischen Zutaten wie Vanille, Muskat, Kardamom, Anis, Nelken oder Zimt. Da diese früher schwer zu beschaffen und demzufolge kostspielig waren, kannte man entsprechende Gebäcke nur in hochherrschaftlichen Kreisen und auch nicht unbedingt zur Weihnachtszeit. Erst im 19. Jahrhundert entwickelte sich in bürgerlichen Kreisen die häusliche Backkultur in Deutschland, vor allem zur Weihnachtszeit. Der billiger gewordene Zucker, eine große Rezeptvielfalt mit der sparsamen Nutzung von Gewürzen und das Aufkommen des Kochherds mit Backofen begünstigten die Tradition des weihnachtlichen Backens. Heute gehören Backwerke wie Lebkuchen, Ausstecher, Zimtsterne oder Vanillekipferl zu den typischen deutschen Weihnachtsgebäcken, obwohl die geschmacksgebenden Gewürze natürlich nicht hier ihren Ursprung haben.



Foto: © congerdesign on Pixabay



BACKWARENKULTUR

Leszeit 5 Min.

WELTUMSPANNENDES WEIHNACHTSgebÄCK

DENN GUTER GESCHMACK KENNT KEINE GRENZEN

Traditionelle Spezialitäten wie Christstollen, Lebkuchen und Spekulatius sind fester Bestandteil der deutschen Weihnachtskultur. Längst haben sie den Siegeszug über unsere Grenzen hinaus angetreten und gelten international als Inbegriff deutscher Handwerkskunst.

Inzwischen hat aber auch ein Paradigmenwechsel stattgefunden: Ein Paradebeispiel ist der italienische Panettone, der längst globale Beliebtheit erlangt hat. Unser Beitrag bietet einen kleinen Ausblick in die große Welt der süßen Weihnachtsleckereien.

Globale Beliebtheit für den Panettone

Wenn man das aktuell beliebteste Weihnachtsgebäck weltweit kühlen wollte, fällt die Wahl wohl unangefochten auf den Panettone. Ursprünglich aus Italien – genau genommen Mailand – kommend, erfreut er sich längst über die europäischen Grenzen hinaus auch in den USA, Südamerika und Asien großer Beliebtheit. In den USA hatte der Panettone bereits in den 50er-Jahren einen hohen Bekanntheitsgrad und galt als Delikatesse der Hollywood-Stars. Mittlerweile hat sich die symbolträchtige, italienische Weihnachts-Köstlichkeit

zum Ganzjahresgebäck entwickelt. Es gibt ihn auch abweichend von der italienischen Originalrezeptur von süß bis salzig-pikant, in einer Papierform oder im Glas gebacken, klassisch oder als Gourmetversion.

Bûche de Noël aus Frankreich

Wenn wir zu unseren französischen Nachbarn schauen, steht zur Weihnachtszeit die Bûche de Noël absolut im Mittelpunkt des Geschehens: eine genussvolle Biskuitroulade, traditionell mit Schokoladenbuttercreme gefüllt und optisch wie ein Baumstamm ausgarniert. Verbreitet hat sie sich von Frankreich aus in viele französischsprachige Länder wie Kanada, die Schweiz und Belgien sowie ehemalige Kolonien, wie den Libanon und Syrien. Da die französische Pâtisserie als Vorbild in der ganzen Welt gilt, sieht man die Bûche de Noël immer öfter auch in anderen Ländern. Zurück zum Ursprung: Früher war es in Frankreich Brauch, zu Weihnachten ein „Weihnachtsholzstreich“ im Kamin oder Ofen zu verbrennen. Als nach und nach die Öfen aus den Häusern verschwanden, übernahm stattdessen die Bûche die alte Weihnachtstradition und kam als süße Leckerei mit auf den Festtagstisch.

Finnland – Hochburg der Lebkuchen

Finnland pflegt eine lange Lebkuchentradition. Es gibt sie in unterschiedlichen Gewürzvarianten und Formen. Das Repertoire an weiteren Weihnachtsgebäcken ist allerdings in den letzten Jahrzehnten ebenfalls vielfältiger geworden. In diesem Zusammenhang wäre der Mummin Siirapikakku, „Großmutter's Sirupkuchen“, erwähnenswert. Es ist ein besonders saftiger Rührkuchen, der mit Kaffee und Zuckerrohr- oder Zuckerrübensirup getränkt und mit feinen Gewürzen wie Nelken und Zimt sowie Rosinen verfeinert wird. Vollendet wird er mit Puderzucker. Traditionell wird der Mummin Siirapikakku zu Hause gebacken, mittlerweile wird er aber auch im Einzelhandel angeboten.



KEVIN LÜHMANN

Anwendungsberater International bei der Martin Braun KG, Hannover, Lebensmitteltechniker, Bäckermeister und Konditor sowie geprüfter Schokoladensommelier



NACHSPEISE STATT GEBÄCK IN POLEN

Der Makowki ist in Polen fester Bestandteil eines traditionellen Weihnachts-Festessens. Bei dieser Spezialität handelt es sich um ein Schichtdessert auf Basis einer Milchcreme mit Zwieback, die mit Mandeln, Mohn und Rosinen veredelt und mit Zimt und Honig abgeschmeckt wird. Opulentes Gebäck zu Weihnachten spielt in Polen eine über-schaubare Rolle, denn gemäß der katholischen Konfession wird in der Adventszeit gefastet.

DER BLICK IN DEN FERNEN OSTEN

In Hongkong ist Weihnachten kulturell recht stark verankert: Grund dafür ist, dass dieser Stadtstaat bis zum 1. Juli 1997 britische Kolonie war. Hier gibt es einen besonders vielfältigen und bunten Mix aus amerikanischen Weihnachtsgebäcken, die teilweise mit chinesischen Rohstoffen an den hiesigen Markt adaptiert werden. Auch am Nachbarland Japan orientiert sich das Sortiment.

In Singapur findet Weihnachten eher in Restaurants und Hotels statt – und das hauptsächlich für Touristen. Es werden hierfür üblicherweise Weihnachtsgebäcke aus den USA, Frankreich, aber auch aus Deutschland in ihrer Ursprungsform produziert, wobei sie üblicherweise nicht an den landestypischen Geschmack Singapurs angepasst werden.

CHRISTMAS CAKE FÜR PÄRCHEN IN JAPAN

Da Christen in Japan nur eine kleine Gruppe gemessen an der Gesamtbevölkerung ausmachen, wird streng genommen offiziell kein Weihnachten gefeiert. Nichtsdestotrotz hat sich Weihnachten als Fest für die Liebenden und Pärchen etabliert. Paare schenken sich in dieser Zeit kleine Aufmerksamkeiten. In vielen Familien wird „Christmas Cake“ gegessen. Das ist hier überraschenderweise eine Sahnetorte mit frischen Erdbeeren und Weihnachtsdekoration. In den letzten 15 Jahren ist der Stollen jedoch immer populärer geworden. Anfangs nur von Bäckereien produziert, die sich auf deutsches und / oder europäisches Gebäck spezialisiert haben, stellen auch seit gut 10 Jahren immer mehr japanische Bäckereien Stollen her. Sogar französische Konditoren, von denen viele in japanischen Großstädten ihre Filialen führen, produzieren diese deutsche Spezialität. Der neueste Trend wartet jedoch schon – auch in Japan ist der Panettone auf dem Vormarsch und wird jedes Jahr beliebter.

KALTE DESSERTS IM HEISSEN BRASILIEN

Der Dezember und somit auch Weihnachten fallen in Brasilien in den Sommer. Bei entsprechend heißen Temperaturen werden eher leichte und kalte Desserts statt Gebäck bevorzugt. Ganz klassisch wird zu Hause eine „Gelatina Colorida“ oder „Gelatina Mosaico“ zubereitet: Eine Art Götterspeise mit Gelatine auf Milchbasis in bunten Farben. Alternativ auch Pudding aus Milch, Kokosnussmilch oder Kondensmilch, der mit Karamellsoße ausgarniert und mit Dörrpflaumen

verziert wird. Neben diesen etwas aufwendigeren Varianten wird auch purer Milchpudding im Ofen gestockt und mit Karamellsoße serviert (Brasilianischer Flan). Das ganze Jahr über ist Panettone sehr beliebt – gern mit Füllungen und Überzug veredelt. So wird er auch in der Weihnachtszeit angeboten.

KOLONIALZEITGEPRÄGTES AUSTRALIEN

Der australische Kontinent befindet sich komplett in der südlichen Hemisphäre. Demnach fällt auch hier Weihnachten in den Hochsommer und die Temperaturen sind im Dezember gebietsweise noch höher als in Brasilien. Trotzdem erfreuen sich traditionelle, britische Gebäckspezialitäten großen Zulaufs, was auf die Kolonialzeit zurückzuführen ist. King-Cakes – gehaltvolle Fruchtekuchen jeglicher Couleur stehen im Mittelpunkt. Sie sind „homemade“ oder werden in Bäckereiläden und im Einzelhandel angeboten.

ZUSAMMENFASSUNG

Spezialitäten aus deutschen Landen wie Christstollen, Lebkuchen und Spekulatius sind fester Bestandteil der Weihnachtskultur. Längst haben sie den Siegeszug über unsere Grenzen hinaus angetreten und gelten international als Inbegriff deutscher Handwerkskunst. Inzwischen hat aber auch ein Paradigmenwechsel stattgefunden: Ein Paradebeispiel ist der italienische Panettone, der längst globale Beliebtheit erlangt hat. Viele Länder rund um den Globus pflegen eine Tradition der eigenen Weihnachtsgebäcke. Die Ausrichtung dieser Spezialitäten ist recht unterschiedlich: Mal sind sie gehaltvoll und mit diversen Gewürzen veredelt, wie wir sie kennen, mal sind sie eher fruchtig-leicht und in manchen Ländern werden sogar Desserts zu Weihnachten bevorzugt. Die Gründe dieser Diversität sind unterschiedlich. Oftmals ist die Beliebtheit bestimmter Spezialitäten auf die jeweiligen klimatischen Bedingungen zurückzuführen. Historische Hintergründe, Stichwort Kolonialismus, haben natürlich auch entsprechende Spuren hinterlassen und den Geschmack der Konsumenten geprägt.





FEINES AUS URGETREIDE

MIT ALTEN SORTEN NEUE IMPULSE SETZEN

Urgetreide bilden einen Trend, der im Bäckerhandwerk seit einigen Jahren zunehmend an Relevanz für die Verbraucher gewinnt. Die Grundwerte Tradition, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit spielen dabei eine entscheidende Rolle. Gerade im Bereich der Feinen Backwaren spricht die Kombination aus Ursprünglichkeit und neuen Geschmackserlebnissen alle Zielgruppen an. Kreativ mit weiteren Zutaten kombiniert, können Handwerksbäcker sich von anderen Anbietern differenzieren und mit einer gut durchdachten Vermarktung und Storytelling die Wertschöpfung steigern.

Die Renaissance des Urgetreides begann vor rund 15 bis 20 Jahren. Die geringen noch erhaltenen Mengen Saatgut mussten über Jahre gezielt vermehrt werden, bis sich die alten Sorten zu dem wichtigen Wachstumsmarkt entwickelt haben, den sie heute darstellen. In einer immer komplexer werdenden Welt gewinnen Einkorn, Emmer und Co. an Beliebtheit, denn sie befriedigen eine Sehnsucht nach Ursprünglichkeit und Tradition. Der kontrollierte Anbau verspricht darüber hinaus Natürlichkeit wie auch Nachhaltigkeit und macht Urgetreide einfach authentisch. Heute sind Urgetreide nach wie vor wertvolle Zutaten für Gebäcke, da ihre Verfügbarkeit zwar gewachsen, aber weiterhin limitiert ist. Geschmacklich zahlen sie diese Exklusivität mit ihren aromatischen Noten vielfach zurück.

CHARAKTERSTARKES URGETREIDE

Der Dinkel ist mit seinem leicht süßen, nussigen Geschmack in den letzten Jahren zum beliebtesten Urgetreide geworden und erfreut sich großer Bekanntheit. Aber auch der würzige Emmer, der gelbliche, nussige Einkorn, der buttertartige Khorasan-Weizen und der aromatisch süße Waldstaudenroggen konnten sich nach und nach etablieren und für verschiedene Spezialitäten empfehlen.

Beim Einsatz von alten Sorten sind einige Besonderheiten dieser Getreide zu beachten. Die meisten Urgetreide haben im Vergleich zu den Standardgetreiden andere Klebereigenschaften. Es ist daher eine Herausforderung, komplett auf Zugaben zu verzichten und nur mit Urgetreidemehl zu backen. Stattdessen werden die alten Sorten in der Backstube überwiegend anteilig eingesetzt. Insbesondere das Know-how von spezialisierten Zulieferern ermöglicht es Bäckern, mit den alten Sorten zu backen und somit neue Brot- und Brötchen-Spe-

zialitäten in ihr Sortiment aufzunehmen. Urgetreide hat sich damit einen überaus positiven Ruf erarbeitet. Es wird mit Handwerkskompetenz verbunden, mit einem vollen Aroma und einem besonderen Geschmacksprofil. Mit Brot und Kleingebäck aus Urgetreide haben sich viele Handwerksbäcker in den letzten Jahren ein bedeutendes Differenzierungsmerkmal aufgebaut, sodass es sich lohnt, diese Erfolge auch auf Feine Backwaren zu übertragen.

„Brot und Brötchen waren nur der Anfang. Auch mit Feinen Backwaren können sich Handwerksbäcker besonders von LEH und Discount differenzieren. Veredelt mit dem einzigartigen Geschmack von Urgetreide steigt außerdem die Wertschöpfung.“

Manfred Laukamp

MIT FEINEN BACKWAREN DIFFERENZIEREN

Ob als kleine Törtchen, Teegebäck oder Obstboden: Feine Backwaren eröffnen kreative Möglichkeiten, um den besonderen Geschmack von Urgetreide zur Geltung zu bringen. Moderne Genießer, die etwas Neues probieren möchten, werden davon genauso angesprochen wie die traditionsbewussten Freunde des klassischen Apfelkuchens. Tartellettes fügen sich bestens in den Trend von To-go-Käufen ein und bedienen gleichzeitig das wachsende Bedürfnis nach Stückgebäcken für Singles oder kleine Haushalte. Eine vielfältige Feinback-Theke, in der die

Törtchen prominent mit Gebäckesteckern präsentiert werden, lädt Kunden immer wieder zu Impulskäufen ein. Auch das Teegebäck in portionierten, transparenten Tüten kann die Neugier am Urgetreide wecken.

Durch die ausgeprägt nussigen, würzigen oder auch süßen Aromen, je nach Urgetreide, entstehen ganz neue Geschmackserlebnisse, die noch ausgeprägter sind als bei Vollkorngebäcken. Die leicht süßliche Note des Waldstaudenroggens lässt ihn etwa wunderbar mit anderen Zutaten harmonieren. Insbesondere die gelbliche Färbung von Einkorn verleiht den süßen Gebäcken zudem eine einzigartige Optik. Den saftigen Geschmack verdanken die Feinen Gebäcke aber nicht zuletzt auch den handwerklichen Fähigkeiten des Bäckers, der damit sein eigenes Können und das Image der Bäckerei bei den Kunden nachhaltig implementieren kann.

REGIONALE ZUTATEN STÄRKEN PHILOSOPHIE

Der geschmacklichen Vielfalt sind keine Grenzen gesetzt. Durch vergleichsweise gute Backeigenschaften besteht die Basis meist aus Dinkel und wird mit einer oder mehreren wertvollen Urgetreidesorten ergänzt. Die Auswahl an veredelnden Zutaten erfolgt dann in perfekter Harmonie zu den jeweiligen geschmacklichen Eigenschaften des Urgetreide-Feingebäcks.

Bestens geeignet sind regionale Zutaten, um die naturbelassenen, nachhaltigen Qualitäten und die Philosophie des Getreides zu unterstützen. So bieten sich Hasel- oder Walnüsse an, und auch Mandeln verstärken den nussigen Charakter. Gartenbeeren, Rhabarber, Äpfel oder Kirschen eignen sich perfekt, um den Urgetreidearomen durch fruchtige Noten neue Facetten zu verleihen. Des Weiteren empfehlen sich Schmand, Joghurt, Honig, Mohn und Schokolade als „Geschmacksbooster“, die dank ihrer individuellen Aromen optimal mit Urgetreide harmonieren. Letztlich können auch Streusel aus Urgetreidemehl als Dekor die besondere Note verleihen. Wer einen einfachen Rührkuchen als Basis nimmt, kann diesen so mit wenigen Schritten veredeln und ganz unterschiedliche Geschmäcker bedienen. Regionale Streuobstsorten können zudem ins Marketing mit eingebunden werden, indem man auf den Landwirt aus der Gegend verweist und damit eine authentische Story vermittelt.

Aber auch saisonal lassen sich Feine Backwaren aus Urgetreide vielseitig vermarkten. Zum einen bringen die Erntesaisons der Früchte Abwechslung in die Feinback-Theke, zum anderen sind immer auch Spezialitäten wie ein Osterbrot oder Weihnachtsstollen aus wertvollem Urgetreide denkbar. So können Bäcker das Potenzial der alten Getreide ganzjährig nutzen und ihre ganz persönliche Urgetreide-Geschichte entwickeln.

MEHR WERTSCHÖPFUNG DURCH STORYTELLING

Um sich von LEH und Discount zu differenzieren und die Chance zur Premiumisierung wahrzunehmen, reicht ein einfaches Anbieten von Feinen Backwaren aus Urgetreide nicht aus. Es braucht eine Idee, eine Geschichte, ein Marketing-Konzept, das bestehende und neue Kunden in und außerhalb der Filiale anspricht und zu Käufen anregt – und die Verbraucher dabei sogar von einem höheren Preis überzeugt. Denn die Veredelung mit Urgetreide rechtfertigt ein Premiumpreis-Niveau,



MANFRED LAUKAMP

Director Activation, verantwortlich den Marketing-Services-Bereich von CSM Ingredients (Bremen) für Deutschland und Österreich

dessen Unterschied zum Standardpreis je nach Standort und Zielgruppe variieren kann. Von zentraler Bedeutung ist daher ein gut geschultes Verkaufspersonal. Zwar ist Urgetreide hochpreisig als Rohware und rechtfertigt damit schon einen höheren Preis für das Gebäck. Das sollte allerdings nicht als Verkaufsargument genutzt werden. Stattdessen liegt es in der Verantwortung der Verkäuferinnen und Verkäufer, den Kunden über emotionale Werte abzuholen. Wer von der herausragenden Qualität, dem einzigartigen Geschmack und der Ursprünglichkeit des Getreides überzeugt wird, der bezahlt gerne etwas mehr für das gute Gefühl, einen hochwertigen Genuss zu kaufen. Eine vertrauensbildende und imagefördernde Maßnahme für jeden Handwerksbäcker.

Der erste Schritt erfolgt allerdings schon vorher. Wenn ein Kunde den Laden betritt, sollten die Urgetreide-Gebäcke sofort als solche erkennbar sein. Es helfen zum Beispiel Plakate und Gebäckestecker, um die Produkte gut sichtbar auszuloben. Die Neugier muss angeht werden. Und das im Idealfall sogar schon lange vor Betreten des Ladens, wie beispielsweise mit Verteilkarten oder auf Social Media – bewährte Medien, um Bestandskunden zu pflegen und neue Kunden zu gewinnen. Wenn sie online von ihrer Lieblingsbäckerei schwärmen, dann ist ein entscheidendes Marketingziel erreicht.



Foto: © CSM

ZUSAMMENFASSUNG

Urgetreide bilden einen der großen Wachstumsmärkte im Bäckerhandwerk. Mit Natürlichkeit, Nachhaltigkeit und Tradition bieten sie Grundwerte, die in der heutigen Gesellschaft zunehmend an Relevanz gewinnen und die Sehnsucht nach Ursprünglichkeit widerspiegeln. In den letzten Jahren haben Handwerksbäcker zahlreiche neue Brot- und Brötchenspezialitäten in ihr Sortiment aufgenommen, um sich von LEH und Discount zu differenzieren und das Bedürfnis nach natürlichen, authentischen Lebensmitteln zu bedienen. Mit Feinen Backwaren kann diese dynamische Entwicklung fortgesetzt und ausgebaut werden. Feingebäcke bieten zudem viele kreative Möglichkeiten, um den aromatisch-nussigen Geschmack der Urgetreide mit Früchten, Nüssen oder Schokolade zu veredeln. Aber auch die Kombination von mehreren Urgetreidemehlen kann immer neue Genusserlebnisse schaffen. Zur Differenzierung von Wettbewerbern und Aktivierung von Kunden ist ein gut durchdachtes Marketingkonzept und Storytelling essenziell. Die Verbraucher sollten durch Aktivierungsmaßnahmen in den Laden gelenkt werden und dort die Feinen Backwaren aus Urgetreide sofort als Premiumgebäcke erkennen. Das geschulte Verkaufspersonal unterstützt durch fachkundige Informationen über die herausragende Qualität, den einzigartigen Geschmack und die Ursprünglichkeit des Getreides und übernimmt damit eine entscheidende Rolle, um die individuelle Urgetreide-Geschichte des jeweiligen Handwerksbäckers glaubwürdig zu vermitteln.



FACHARTIKEL

Lesezeit 5 Min.

BROTKOMPETENZ ALS ERFOLGSGARANT

DER WEG ZU STEIGENDEN UMSÄTZEN FÜHRT ÜBER QUALITÄTSBROT

Nichts zeichnet einen guten Bäcker mehr aus als die Qualität seiner Brote. Ob Haus- oder Vollkornbrot, nur mit der nötigen Brotkompetenz kann gleichbleibend hohe Qualität erreicht werden und sich langfristig Erfolg einstellen. Beeinflusst wird dies von vielen Faktoren, die im Betrieb durch verschiedenste Bausteine einfach optimiert werden können.



DR. MARKUS BRUNNBAUER

Lebensmittelchemiker, Forschung und Entwicklung
backaldrin International The Kornspitz Company GmbH,
Asten, Österreich

Brot und mit ihm die Bäcker genießen in der heutigen Gesellschaft einen guten Ruf. Das kommt nicht von irgendwo, schließlich bietet die deutsche Backbranche mit 3000 unterschiedlichen Brotspezialitäten die größte Brotvielfalt weltweit. Die Käuferreichweite für Brot lag 2021 bei stolzen 97,6 %. [1] Brot ist daher neben Brötchen der Premium-Artikel und ein Aushängeschild für jede Backstube. Aber das Angebot ist groß und der Wettbewerb intensiv. Das Einkaufsverhalten der Verbraucher hat sich in den letzten Jahren zugunsten des Handels gewandelt. Die Handwerksbetriebe müssen immer häufiger mit Backstationen in Supermärkten konkurrieren und am Backwarenmarkt an Terrain abgeben. Das gilt es nun wieder aufzuholen. Wie das gelingt, klingt im Grunde ganz selbstverständlich: mit Top-Qualität vom Rohstoff bis zum Backprozess. Dies erfordert handwerkliches Können, Erfahrung, fundiertes Fachwissen und beste Rohstoffe – in einem Wort zusammengefasst – Brotkompetenz. Der Weg hin zu Brotkompetenz ist vielfältig und setzt sich im Betrieb aus unterschiedlichen Bausteinen zusammen.

BAUSTEINE FÜR BROTKOMPETENZ

Verschiedene Faktoren beeinflussen die Herstellung von Qualitäts-Backwaren und sind maßgeblich für die Produktqualität verantwortlich. Zu Beginn des Prozesses ist jeder Betrieb gut beraten, „sein“ Brot genau zu beleuchten und die besonderen Charakteristika hervorzuheben. Damit das Brot bei der Herstellung auch konstant dieselben Eigenschaften aufweist, sollten im Unternehmen die Qualitätsmerkmale schriftlich definiert werden. Dies umfasst allgemeine Merkmale, wie äußere Beschaffenheit, Krumenbeschaffenheit und Geschmack genauso wie messbare Merkmale. Darunter fallen der pH-Wert/Säuregrad, Salzgehalt, Form/Höhe/Länge/Volumen, Krustenbräunung und -stärke, Porenverteilung sowie die Krumenelastizität.



KURT SEYRKAMMER

Bäckermeister, Leitung Anwendungsbäckerei,
backaldrin International The Kornspitz Company GmbH,
Asten, Österreich

ROHSTOFFE UND REZEPT

Ebenso sollte das detaillierte Rezept unter allen Umständen schriftlich festgehalten werden. Dies beginnt bei der Mehlmischung und endet bei der Aufarbeitung und den Führungsparametern. Kommt es zu Änderungen im Rezept, gehören auch diese genau dokumentiert und den betroffenen Mitarbeitern klar und verständlich kommuniziert.

Die Rohstoffqualität bestimmt die Produktqualität. Rohstoffspezifikationen enthalten eine ausführliche Beschreibung des Rohstoffes und alle Anforderungen in Bezug auf den Herstellungsprozess dienen als Qualitätsstandard. Diese sollen die Lebensmittelsicherheit und eine hohe Lebensmittelqualität garantieren. Das Mehl, als wichtigster Rohstoff in der Backstube, ist daher von besonderer Bedeutung für die Qualität der Backwaren. Die Mehlqualität kann infolge der natürlichen Einflüsse wie Wetter, Stickstoffverfügbarkeit und Erntebedingungen und über die Alterung und Reife während eines Jahres gewissen Qualitätsschwankungen unterliegen. Einerseits erfordert dies, die Verarbeitung an die Mehlqualität anzupassen, und andererseits ist es hilfreich, die Mehlqualität anhand einer Spezifikation mit der Mühle festzulegen. Ein guter Kontakt zum Müller kann hier Gold wert sein.

Ebenso sollte die Qualität aller anderen Rohstoffe schon bei der Anlieferung geprüft werden. Bei häufig eingesetzten Zutaten fallen Abweichungen bei Farbe oder Geruch sofort auf. Auch Altbestände sollten zur Sicherheit vor der Verarbeitung noch einmal geprüft werden. Vorsicht ist beispielsweise bei stark fetthaltigen Rohstoffen wie Ölsaaten und Nüssen geboten. Sie können schnell ranzig werden, was sich auch in der fertigen Backware bemerkbar macht. Eine sachgemäße Lagerung der Zutaten ist ebenfalls ein wichtiger Baustein. Hilfreich ist es, die Temperatur im Lagerbereich zu dokumentieren und bei gekühlt gelagerten Produkten darauf zu achten, dass die Kühlkette nicht unterbrochen wird.

FÜHRUNG UND AUFARBEITUNG

Bei schwankenden Mehlqualitäten, die trotz Qualitätsvereinbarungen immer wieder mal auftreten können, müssen die Teigbereitung und die Teigführung angepasst werden. Hier sind Fachwissen und Erfahrung gefragt. Die Teigausschneidung und Knetzeiten müssen so angepasst werden, dass die für das jeweilige Produkt optimale Teigfestigkeit und das Klebnetzwerk erreicht werden. Vor allem zum Erntewechsel sollte der Mehlqualität größere Beachtung geschenkt werden. Mit zunehmendem Alter des Getreides, so wie zu Beginn des Sommers, muss mit Mehleigenschaften gerechnet werden, die die Teigreife beschleunigen. In diesem Zeitraum sollten die Teige aufmerksam beobachtet werden, um geeignete Maßnahmen zu ergreifen.

Bei der Teigführung ist die Teigtemperatur ein wichtiger Parameter. Schon Abweichungen von 1°C können das Gärverhalten der Teige entscheidend beeinflussen. Hier gilt es, auch die Temperatur der eingesetzten Rohstoffe zu berücksichtigen. Es macht sehr wohl einen Unterschied, wenn beispielsweise gekühlt gelagerte Zutaten direkt aus der Kühlung genommen oder vor der Zugabe auf Raumtemperatur gebracht werden.

Auch bei Hefen und Sauerteigen gibt es einiges zu beachten. Hefen sind lebende Organismen. Ihre Aktivität kann somit schwanken und wird weniger, wenn die Hefe älter wird. Das gilt auch für die Bakterien im Sauerteig. Eigene Sauerteige setzen eine strikte Qualitätskontrolle voraus, damit gleichbleibende Eigenschaften erreicht werden können. Eine sensorische Analyse des Sauerteigs und am besten noch die Messung des pH-Werts und des Säuregrads sind hier an erster Stelle zu nennen. Sollte der reife Sauerteig dennoch im Säuregehalt abweichen, ist dies bei der Teigbereitung des Hauptteigs zu berücksichtigen, indem der Anteil des Sauerteigs angepasst wird. Auch während der Ruhephasen und der Gare ist es empfehlenswert, die Teige zu beobachten und Abweichungen zu dokumentieren. Ein gleichbleibendes Gärverhalten hängt aber weitgehend von einer konstanten Teigbereitung ab.

BACKEN UND ENDKONTROLLE

Der Backprozess ist meist weniger kritisch als die Teigführung. Wichtig ist, dass die Backparameter beziehungsweise das Backprogramm für die einzelnen Backwaren aufgezeichnet und den zuständigen Mitarbeitern zugänglich gemacht werden. Bei unterschiedlichen Teiggrößen

und der damit gegebenenfalls einhergehenden unterschiedlichen Auslastung der Öfen sollten die einzelnen Backprogramme dahingehend überprüft werden. Nach dem Backen müssen die Brote auch kontrolliert und verkostet werden. Dies geschieht am besten jeden Tag, zu einer fixen Zeit und von einem festen Team, bestehend aus den wichtigsten Personen, die in die Herstellung und in den Verkauf der Produkte involviert sind. Dabei werden die Brote von außen nach innen auf etwaige Fehler bewertet: Form, Aussehen, Oberflächen-, Krusteneigenschaften, Lockerung, Krumenbild, Struktur, Elastizität, Geruch und Geschmack. Anhand der Fehler und Abweichungen kann der Ursache nachgegangen und Korrekturmaßnahmen festgelegt und diese dokumentiert werden.

Für Bäcker gibt es bei den Rohstoff- bzw. Backgroundstoff-Lieferanten häufig backtechnische Beratung vor Ort und andererseits Hilfestellung durch diverse Serviceangebote, wie etwa Mehlanalysen. Mithilfe der Analyseergebnisse wird eine Beurteilung erstellt und es können die festgelegten Spezifikationen überprüft werden. Auch ist es möglich, Brote an Servicestellen zu schicken. Dabei wird auf mögliche Mängel hingewiesen und natürlich im nächsten Schritt beratend zur Seite gestanden, um etwaige Fehler zukünftig vermeiden zu können.



Foto: © backaldrin

ZUSAMMENFASSUNG

Brot ist das wichtigste Produkt einer Bäckerei und nichts zeichnet einen guten Bäcker mehr aus als die Qualität seines Brotes. Hohe Qualität erfordert Brotkompetenz, die immer mehr an Bedeutung gewinnt, nicht zuletzt, weil die Konkurrenz, vor allem vom Handel, an Terrain gewinnt. Für Brotkompetenz braucht es fundiertes Fachwissen, Erfahrung und Top-Qualität entlang der gesamten Lieferkette sowie kontrolliert standardisierte Prozesse. Ein wichtiger Punkt sind die Rohstoffe, schließlich bestimmt die Rohstoffqualität die Produktqualität. Auf den wichtigsten Rohstoff, das Mehl, sollte ein besonderes Augenmerk gelegt werden. Der eigene Sauerteig kann den Backwaren eine individuelle Note verleihen, verlangt aber auch viel Erfahrung, um eine gleichbleibende Qualität zu erreichen. Grundsätzlich ist es sehr wichtig, Qualitätsparameter zu definieren und schriftlich zu hinterlegen. Änderungen sollten ebenfalls immer dokumentiert werden. Das hilft auch bei der Ursachenforschung, falls doch einmal Probleme auftreten sollten. Wird Hilfe benötigt, bieten Rohstoff- bzw. Backgroundstoff-Lieferanten für Bäcker häufig backtechnische Beratung vor Ort sowie Hilfestellung durch diverse Serviceangebote, wie etwa Mehlanalysen.

Letztendlich definiert der Kunde, welches Brot für ihn am besten schmeckt. Mit einer hohen, gleichbleibenden Produktqualität der Gebäcke kann der Bäcker dafür sorgen, dass der Verbraucher auch wiederkommt und regelmäßig beim Bäcker seines Vertrauens kauft. So können gute Umsätze auch in Zukunft generiert werden.



FACHARTIKEL

Lesezeit 5 Min.

VEGAN BEIM BÄCKER?

WAS SIND DIE HERAUSFORDERUNGEN, WAS SIND DIE CHANCEN?

Vom Fleischesser bis zum strengen Frutarier: Weltweit gibt es mittlerweile eine Vielzahl an Ernährungsformen. Durch das wachsende Interesse der Menschen an einer vegetarischen oder veganen Ernährung steigt auch die Nachfrage nach Produkten, die einer pflanzenbasierten Ernährungsform entsprechen – auch beim Bäcker?

VEGAN UND VEGETARISCH – WAS IST ERLAUBT?

Vegan sind Lebensmittel, die keine Erzeugnisse tierischen Ursprungs enthalten und bei denen auf allen Produktions- und Verarbeitungsstufen keine Zutaten, Verarbeitungshilfsstoffe oder sogenannte Nicht-Lebensmittelzusatzstoffe in verarbeiteter oder unverarbeiteter Form tierischen Ursprungs zugesetzt oder verwendet werden. Der Bäcker muss den Produktionsablauf so gestalten, dass möglichst keine unbeabsichtigten Einträge von tierischen Stoffen erfolgen. Im Detail sollte auch beim Einkauf der Rohstoffe darauf geachtet werden, dass sich in diesen keine tierischen Bestandteile verstecken, zum Beispiel als Milch- oder Sahnepulver. Bei einer vegetarischen Ernährung oder Lebensweise sind Erzeugnisse oder verarbeitete Produkte von lebendigen Tieren erlaubt. Dazu zählen Milch, Kolostrum, Eier, Bienenhonig oder -wachs, Propolis und Wollfett/Lanolin oder Wolle.



ANNEMARIE RENNER

Digital Marketing Managerin, verantwortlich für digitale Marketingkommunikation und Pressearbeit bei Zeelandia GmbH & Co. KG, Frankfurt a. M.

GRÜNDE FÜR EINE VEGANE ERNÄHRUNG

Vegane Produkte sind inzwischen keine Nische mehr und erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Vor dem Hintergrund der weltweit kritischen Klimasituation überdenken viele Menschen ihre Ernährungsgewohnheiten. Dies ist jedoch nicht der einzige Kaufgrund für vegane Alternativprodukte. Laut einer Studie des BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) sind die Kaufgründe sehr vielfältig. Sie reichen vom gesundheitlichen Aspekt mit ca. 47% bis hin zur Neugier mit 71%. Gerade pflanzliche Alternativen für tierische Produkte wie Pflanzendrinks und Fleischersatzprodukte werden gerne gekauft, um sie auszuprobieren. Was geschmacklich überzeugt, wird wieder und regelmäßig vom Endverbraucher gekauft. Die beiden Hauptgründe Umweltschutz und Tierwohl sind in jeder Studie vertreten, im Vergleich zum BMEL sind bei Statista das Tierwohl mit 81% und Umweltschutz mit bis zu 65% als Grund genannt worden.

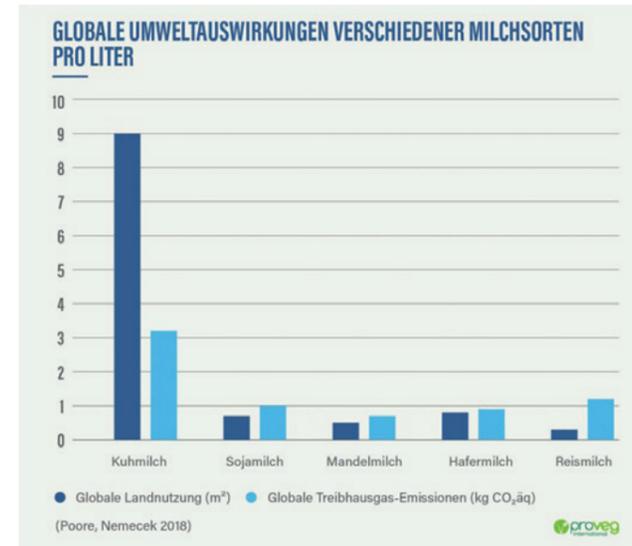
POSITIVE AUSWIRKUNGEN AUF DIE UMWELT

Der zuvor genannte Aspekt des Umweltschutzes durch vegane Ernährung ist nicht von der Hand zu weisen. Denn nachweislich verursacht eine vegane Ernährung:

- 50 % weniger CO₂-Ausstoß
- 60 % weniger Wasserverbrauch
- 100-fach weniger Ackerflächenverbrauch (Für die Produktion von einer Proteineinheit bei Hülsenfrüchten im Vergleich zu Rindfleisch)

Am Beispiel von Pflanzendrinks bzw. den beliebten Milchalternativen kann sehr anschaulich verdeutlicht werden, wie stark die Umweltauswirkungen bei der Herstellung im globalen Vergleich zur Kuhmilch auseinander gehen. Die Flächennutzung für die Pflanzendrinks auf

Basis von Soja, Mandel oder Hafer liegen bei ca. einem Drittel und auch die Treibhausgas-Emissionen bei pflanzlichen Drinks sind je nach Sorte nur bei 5 - 10 % der Menge, die die Produktion der identischen Einheit an Kuhmilch verursachen würde.



Die Herstellung von Pflanzmilch benötigt weniger Fläche und verursacht geringere Treibhausgas-Emissionen als die von Kuhmilch; Quelle: ProVeg: Pflanzmilch-Report; Poore / Nemecek, 2018

MARKTDATEN

Zwischen Oktober 2019 und September 2020 setzten Supermärkte mit Veggie-Fleischersatz 357 Millionen Euro um, etwas mehr als die Hälfte davon mit veganen Produkten. 2021 war in Deutschland jedes fünfte neu eingeführte Lebensmittel vegan. Das und die gestiegene Aufmerksamkeit der Medien für dieses Thema lassen vermuten, dass die Anzahl der Menschen, die sich vegan ernähren, exponentiell gestiegen sein muss. Dies ist jedoch ein Trugschluss – zwar ist die Zahl der Veganer in den letzten Jahren angestiegen, jedoch nicht so stark. Einer BMEL Umfrage 2021 nach, bezeichnen sich etwa 2 % der deutschen Bevölkerung als Veganer, etwa 20 % sind Vegetarier. Warum nimmt dann das Angebot so enorm zu? Der Hauptgrund sind die etwa 55 % Flexitarier, die ihren Konsum tierischer Produkte bewusst einschränken und stattdessen auf pflanzliche Alternativen zurückgreifen möchten. Ihnen ist es vorrangig wichtig, dass das Produkt schmeckt und möglichst ohne tierische Inhaltsstoffe auskommt. Bei dieser großen Käufergruppe ist meist der Umweltaspekt der entscheidende Faktor für die Wahl der Produkte.

Etwa zwei Drittel der Deutschen, die 18 bis 44 Jahre alt sind, erwarten heutzutage eine pflanzliche Alternative zu den herkömmlichen Produkten einer Marke. Hier kommt es oft für den Endverbraucher stärker auf den Genusswert an als auf den Preis.

Die steigende Nachfrage nach pflanzlichen Alternativen wird vor allem von flexitarisch lebenden Menschen angetrieben; Quelle: Zeelandia; BMEL-Ernährungsreport 2020 / 2021



WAS BEDEUTET DAS KONKRET FÜR DEN BÄCKER?

Die Nachfrage nach veganen Snacks, ob süß oder herzhaft, wächst. Nur unterwegs gestaltet es sich oftmals etwas schwierig, einen veganen Snack auf die Hand zu bekommen. Bei vielen Bäckereien beschränkt sich das vegane Angebot auf unbelegte Brote, Brezeln und Softdrinks. Veganes süßes Gebäck ist eine Rarität. Hier schlummert ungenutztes Potenzial für den Bäcker, neue Kunden zu gewinnen und Kunden, die ihre Ernährungsgewohnheiten anpassen, zu halten.

Wer jetzt direkt mit veganen Backwaren loslegen möchte, muss einige Dinge beachten, um die Backwaren auch als vegan ausloben zu dürfen. Es benötigt etwas Zeit, das Sortiment umzustellen oder ggf. zu erweitern, da dies sorgfältig durchdacht und geplant werden sollte. Für eine vegane Auslobung dürfen in den Betriebsabläufen von den Rohstoffen bis zum fertigen Gebäck keine Stoffe tierischen Ursprungs eingetragen werden (s. Definition oben). Optimalerweise gibt es einen separaten Bereich, da sonst vor dem Herstellungsprozess der veganen Backwaren Reinigungsarbeiten notwendig wären. Zudem ist es ratsam, die verwendeten Zutaten im Detail auf Bestandteile tierischen Ursprungs zu überprüfen. Sind solche enthalten wie z. B. Milchpulver, dann kann diese Zutat nicht verwendet werden. Oft lassen sich Produkte bereits durch minimale Änderungen anpassen. Ein Beispiel dafür ist der Ersatz von Butter durch Pflanzenmargarine oder -öle. Auch Sahne und Milch können durch entsprechende Pflanzendrinks oder Sahnealternativen ersetzt werden.

Hat der Bäcker diese ersten Schritte gemeistert, möchte er das Gebäck erfolgreich an die Kundschaft verkaufen. Oft ist nicht ersichtlich, welche Backwaren vegan oder vegetarisch sind, da sie dem Original stark ähneln. Wichtig ist daher eine übersichtliche und klare Kommunikation für den Endkunden beispielsweise mit Pickern oder der Nutzung eines einheitlichen Symbols auf den Gebäckschildern. Gelernt ist hier ein grünes Blatt, das für eine rein pflanzliche Alternative steht. Eine Verbraucherstudie zeigt, dass weltweit „pflanzlich/ pflanzenbasiert“ die wirksamste Angabe auf Lebensmitteln ist im Vergleich zu „vegan“ oder „vegetarisch“. Besonders der Begriff „vegan“ wird bei Käufergruppen, die nicht vegan oder vegetarisch leben, eher negativ bewertet. Sie verbinden damit keinen Genuss, sondern eher Verzicht und schlechten Geschmack.

Für den Beginn ist es daher ratsam, erst einmal nur wenige Gebäcke in das Programm zu nehmen und diese fest im Sortiment zu etablieren. Mit einer entsprechenden kommunikativen Unterstützung sollte man dem ganzen mehrere Wochen Zeit geben, um die Akzeptanz des Endverbraucher zu erreichen und den Erfolg des Produktes bewerten zu können. Auch das Verkaufspersonal sollte dahingehend geschult werden, welche Produkte vegan sind – sei es von Natur aus oder eine pflanzliche Alternative zu einem herkömmlichen Produkt. Aber der Aufwand lohnt sich: Wer das verborgene Potenzial nutzt, kann neue Kunden an sich binden, indem die veränderten Konsumwünsche berücksichtigt werden.

ZUSAMMENFASSUNG

Der Trend zur veganen Ernährung nimmt weiterhin zu, die Gründe dafür sind vielfältig. Besonders der positive Einfluss auf die Umwelt ist ein wichtiger Entscheidungsfaktor. Dementsprechend wächst die Nachfrage nach pflanzlichen Produkten stark und es werden immer mehr Produkte mit pflanzlichen Proteinen wie z.B. Pflanzendrinks oder Fleischersatzprodukte gelauncht. Grund genug, sich als Bäcker Gedanken darüber zu machen, wie man diesen Trend in der eigenen Backstube umsetzen kann. Wer den Schritt wagen möchte, sollte dies gründlich durchdenken, da Prozesse, Rohstoffe und Rezepturen anzupassen sind. Ein pflanzliches Sortiment sollte mit passender Kommunikation im Abverkauf unterstützt werden, um es langfristig in der Ladentheke zu etablieren.



PRODUKTKUNDE

Lesezeit 5 Min

DIE BUNTE WELT DER LEBENSMITTELFARBEN

WOMIT LASSEN SICH LEBENSMITTEL FÄRBNEN?

Lebensmittelfarben decken das gesamte Farbspektrum des Regenbogens ab und finden in vielerlei Hinsicht Verwendung in der Lebensmittelindustrie. Richtig eingesetzt lassen sie die Produkte ansprechender aussehen, um Verbraucherwünsche und -erwartungen zu erfüllen. Primär werden Lebensmittelfarben eingesetzt, um etwaige Farbverluste durch den Einfluss von Licht, Luft, Feuchtigkeit oder Temperaturveränderungen auszugleichen. Auch haben Farben eine enorm dekorative Wirkung, denn mit ihnen lassen sich besonders Süßigkeiten und Feine Backwaren richtig in Szene setzen.

Lebensmittelfarben gibt es in unterschiedlichsten Ausführungen und lassen sich vielfältig in Feinen Backwaren einsetzen, wobei jede Art ihre Vor- und Nachteile hat.

Flüssige Lebensmittelfarben sind einfach zu verarbeiten und lassen sich gut dosieren. Sie sind beispielsweise ideal, um Massen, Cremes, Süßigkeiten und vieles mehr einzufärben. Flüssige Farben haben einen hohen Wasseranteil. Je nach Anwendung muss bei Bedarf die weiter zugegebene Flüssigkeit reduziert werden, damit die Konsistenz erhalten bleibt.

Pulverisierte Lebensmittelfarben sind meist höher konzentriert und sehr intensiv. Mit den Pulverfarben können Lebensmittel durchgefärbt oder kleine Akzente gesetzt werden. Für eine Anwendung zum Durchfärben empfiehlt sich, die pulverisierte Farbe in etwas Öl aufzulösen, damit keine Farbkümpchen entstehen und sich die Farbe einfacher und gleichmäßiger verteilen kann.

Eine Mischung aus flüssigen und pulverisierten Farben sind Farbgelees und -pasten. Diese können für Fondant, Icing oder Buttercreme eingesetzt werden. Zudem lässt sich diese Variante je nach Konsistenz pur oder verdünnt mit einem Pinsel auftragen, um Highlights zu schaffen. Farbsprays eignen sich, um eine einheitliche Oberfläche zu gestalten. So kann eine große Fläche eingefärbt werden, ohne dass zum Beispiel die Marzipandecke von einer Torte komplett durchgefärbt wird. Auch können flüssige Lebensmittelfarben mithilfe einer Airbrush ebenfalls aufgesprüht werden. Für feine Details hingegen eignen sich Lebensmittelfarbstifte, welche wie Filzstifte auf festen Untergründen wie Fondant verwendet werden.

Bei Kuvertüre und Schokolade ist zu beachten, dass hierbei nur fettlösliche Lebensmittelfarben verwendet werden können, sonst verklumpen diese. Hierfür gibt es spezielle Farben auf Öl-Basis oder in pulverisierter

Form. Diese Farbe kann auch verwendet werden, um sie mit Kakaobutter zu mischen und damit Pralinenformen mit einer farblichen Veredelung zu schminken.

MINIMALER EINSATZ – GROSSE WIRKUNG

Von leichten, farblichen Akzenten bis hin zu kunterbunten, verspielten Veredelungen ist mit Lebensmittelfarbe alles möglich. Das Auge ist bekannterweise mit. So beeinflusst die Farbe von Lebensmitteln, wie wir diese wahrnehmen. Einen sehr hellen Vanillepudding oder einen farblosen Wackelpudding würden wir als nicht ansprechend empfinden. In Zeiten von Social Media, in denen ständig Essen fotografiert und mit der Welt geteilt wird, spielt die Optik eine enorme Rolle. Insbesondere Lebensmittelfarben verwandeln Backwaren wie farbenfrohe Donuts oder mehrfarbige Macarons zu echten Hinguckern.

LEBENSMITTELFARBSTOFFE

Bei Lebensmittelfarben muss unterschieden werden zwischen Lebensmittelfarbstoffen, die überwiegend auf synthetische Weise gewonnen werden, und färbenden Lebensmittelextrakten, welche weitgehend aus Pflanzen gewonnen werden.

Lebensmittelfarbstoffe sind Zusatzstoffe, die zum Färben von Lebensmitteln verwendet werden. Diese können vollständig synthetisch hergestellt oder aus natürlichen Rohstoffen gewonnen werden. Durch den Einsatz weiterer Zusatzstoffe, Lösungsmittel, Emulgatoren oder Aluminium können die technologischen Eigenschaften der Farbstoffe noch optimiert werden. Alle Lebensmittelfarbstoffe müssen vor der Verwendung zugelassen werden. Einmal zugelassen, sind diese Stoffe mit ihrer E-Nummer in der EU-Liste der zugelassenen Lebensmittel-

zusatzstoffe der europäischen Verordnung Nr. 1333/2008 zu finden. Azofarbstoffe sind synthetische Farbstoffe. Einzelne Azofarbstoffe sind als Lebensmittelfarbstoffe zugelassen. Sie sorgen in Lebensmitteln für besonders kräftige, lichtechte und stabile Farben und werden primär bei der Herstellung von Erfrischungsgetränken, Süßwaren, Speiseeis und feinen Backwaren eingesetzt.

Lebensmittelfarbstoffe müssen bei vorverpackten Lebensmitteln, auch im Bereich Feine Backwaren, in der Zutatenliste mit dem Namen ihrer Funktionsklasse als „Farbstoff“, gefolgt von der chemischen Bezeichnung oder der E-Nummer deklariert werden (z. B. „Farbstoff: Betanin“ oder „Farbstoff: E 162“). Sie werden mit den E-Nummern von 100 bis 180 gekennzeichnet. Bei Verwendung der sogenannten Azofarbstoffe wie z. B. Tartrazin (E 102) oder Azorubin (E 122) muss seit 2010 der folgende Hinweis auf die Verpackung gedruckt werden: „Kann Aktivität und Aufmerksamkeit bei Kindern beeinträchtigen“. Dies gilt auch für sogenannte lose Ware, die nicht in vorverpackter Form an Verbraucher abgegeben wird. Ansonsten gibt es für lose Ware Kennzeichnungserleichterungen, es genügt die Angabe „mit Farbstoff“ auf einem Schild auf oder neben dem Lebensmittel.

FÄRBENDE LEBENSMITTEL/LEBENSMITTELEXTRAKTE

Lebensmittel können auch mithilfe von färbenden Lebensmitteln wie Spinat- oder Karottenpulver und natürlichen Lebensmittelextrakten eingefärbt werden. Letztere werden normalerweise mit nicht-chemischen Verfahren hergestellt, um Farbpigmente aus Gemüse, Früchten oder essbaren Pflanzen zu extrahieren. In der EU werden färbende Lebensmittel und Lebensmittelextrakte als Standardzutaten und nicht als Zusatzstoffe definiert. Folgende drei Kriterien müssen bei der Einstufung eines Lebensmittelextrakts als Nicht-Zusatzstoff gegeben sein: Der Ausgangsstoff für den Extrakt muss in der EU normalerweise als solcher verzehrt oder als charakteristische Zutat in anderen Lebensmitteln verwendet werden, z. B. Rote Bete. Zudem darf die Quelle keiner selektiven physikalischen und chemischen Extraktion von Pigmenten unterzogen werden. Trotz der Extraktion behalten sie ihre wesentlichen Eigenschaften, wie ihren Geschmack. Färbende Lebensmittel und Lebensmittelextrakte sollten unter Angabe ihres Hauptzwecks und ihres Ausgangsmaterials deklariert werden, beispielsweise als „färbendes Lebensmittel (Rote-Bete-Konzentrat)“.

Sowohl Lebensmittelfarbstoffe als auch färbende Lebensmittel können weitere Zusätze oder Zutaten enthalten, um ihre Farbtintensität oder ihre Verwendung zu verbessern.

SIND FARBSTOFFE IN LEBENSMITTELN GEFÄHRLICH?

Grundvoraussetzung für die Zulassung von Lebensmittelfarbstoffen ist der Nachweis ihrer gesundheitlichen Unbedenklichkeit und technologischen Notwendigkeit. Die Europäische Behörde für Lebensmittelsicher-

heit (EFSA) führt seit geraumer Zeit auf Basis aktueller wissenschaftlicher Erkenntnisse eine Neubewertung der Sicherheit aller zugelassener Zusatzstoffe durch. 2009 hat sie aufgrund des postulierten Zusammenhangs der Azofarbstoffe E 104, E 110 und E 124 mit Hyperaktivität und Aufmerksamkeitsstörungen bei Kindern deren zulässige tägliche Aufnahmemenge herabgesetzt. Zudem hat sie im Jahr 2021 bekannt gegeben, dass Titandioxid als Lebensmittelzusatzstoff aufgrund von Genotoxizitätsbedenken nicht mehr als sicher angesehen werden kann. Anfang 2022 ist das Verbot gegen das Weißpigment Titandioxid in Kraft getreten und darf infolgedessen nach Ablauf der Übergangsfristen nicht mehr in Lebensmitteln enthalten sein.

Darüber hinaus warnt die Verbraucherzentrale vor den Azofarbstoffen Tartrazin (E 102), Chinolingelb (E 104), Gelborange S (E 110), Azorubin (E 122), Cochenillerot A (E 124) und Allurarot AC (E 129), da bei ihnen der Verdacht besteht, Pseudoallergien hervorzurufen.



SANDRA LORENZ

Konditorin und Trainee Marketing
Dawn Foods Germany GmbH



KATHRIN LÜTZEN

Staatlich geprüfte Lebensmittelchemikerin/Regulatory Affairs;
Dawn Foods Germany GmbH

ZUSAMMENFASSUNG

Lebensmittelfarben werden eingesetzt, um die Lebensmittel anhand der Farbwahrnehmung appetitlicher erscheinen zu lassen. Für jede Anwendung gibt es geeignete Produkte, von flüssigen Lebensmittelfarben bis hin zu Stiften. Bei dem Einsatz von Lebensmittelfarben muss zwischen Lebensmittelfarbstoffen, die Zusatzstoffe sind, und färbenden Lebensmitteln und Extrakten als Nicht-Zusatzstoffe unterschieden werden. Bei der Verwendung von Lebensmittelfarbstoffen, insbesondere bei Azofarbstoffen, muss auf die korrekte Deklaration geachtet werden. In der Zutatenliste von vorverpackten Lebensmitteln müssen alle Lebensmittelfarbstoffe mit der Funktionsklasse „Farbstoff“, ergänzt um die chemische Bezeichnung oder die E-Nummer, aufgeführt werden. Bei lose abgegebenen, also nicht vorverpackten Produkten gelten vereinfachte Deklarationsvorgaben. Färbende Lebensmittel und Lebensmittelextrakte sollten unter Angabe ihres Hauptzwecks und ihres Ausgangsmaterials deklariert werden, wie beispielsweise als „färbendes Lebensmittel (Rote-Bete-Konzentrat)“.



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?



JULIA CIRIC
Rechtsanwältin



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 5 Min

BACKWAREN IM WANDEL DER ZEIT

BÄCKER KÖNNEN AUCH AUF INNOVATIVE ZUTATEN ZUGREIFEN

Das Brot ist seit Jahrtausenden eines der wichtigsten Grundnahrungsmittel. Es stellt für viele Menschen das Sinnbild der Nahrung dar. In Deutschland gibt es – wie sonst nirgendwo auf der Welt – 3.000 verschiedene Brotsorten. Nicht eingerechnet sind 1.200 Kleingebäcke wie Brötchen und Brezeln.

Bestandteil eines Brotlaibs waren und sind bis heute Mehl, Wasser, Natursauerteig, Hefe, Salz und Zucker, jedoch auch innovative Zutaten gewinnen sowohl bei den Backstuben als auch Großbäckereien immer mehr an Beliebtheit. Sei es das klassische Brot oder auch Croissant.

Einige dieser „neuartigen“ Backwaren-Zutaten werden im Folgenden dargestellt und erörtert. Worum handelt es sich und wozu werden diese verwendet? Wie sind diese Zutaten rechtlich einzuordnen?

1. UV-BEHANDELTE BÄCKERHEFE

Mit dem Durchführungsbeschluss 2014/396/EU vom 24. Juni 2014 genehmigte die Europäische Kommission das Inverkehrbringen von UV-behandelter Bäckerhefe (*Saccharomyces cerevisiae*) als neuartige Lebensmittelzutat. Weitere Durchführungsbeschlüsse mit anderen Anwendungen folgten.

In der Unionsliste (Durchführungsverordnung (EU) 2017/2470) gelistet ist UV-behandelte Bäckerhefe (*Saccharomyces cerevisiae*) sowie UV-behandeltes Brot unter jeweiliger Angabe von spezifizierten Lebensmittelkategorien, Höchstgehalten und Bezeichnungen.

Zweck der UV-Behandlung ist dabei, den Vitamin-D-Gehalt in den jeweiligen Backwaren zu erhöhen. Allerdings handelt es sich in allen Fällen eigentlich gar nicht um ein neuartiges Lebensmittel. Die UV-Behandlung stellt kein „nicht übliches Herstellungsverfahren“ im Sinne des Art. 3 Abs. 2 Buchstabe a) Ziffer vii) der Novel-Food-Verordnung 2015/2283 (NFV) dar, da bereits 1927 entdeckt wurde, dass mittels UV-Bestrahlung von Hefe Vitamin D angereichert werden kann. Letztlich handelt es sich bei diesen Lebensmitteln also nur um (nicht neuartige) Lebensmittel, die mittels (herkömmlicher) UV-Bestrahlung mit (nicht neuartigem) Vitamin D angereichert werden und somit nicht um „neuartig“ im Sinne der NFV.

2. INSEKTEN

Insekten gelten als neuartiges Lebensmittel nach Art. 3 Abs. 2 Buchst. a) Ziffer v) NFV und fallen in den Anwendungsbereich. Das bedeutet, sie bedürfen für ihre Verwendung als Lebensmittel der Zulassung durch die EU-Kommission. Für 7 Arten wurden rechtzeitig Anträge gestellt, sodass diese bis zur endgültigen Entscheidung als Lebensmittel in Verkehr gebracht werden durften. Gemäß der Übergangsregelung in Art. 35 Abs. 2 NFV dürfen nämlich Speiseinsekten und insektenbasierte Lebensmittel, die vor dem 01. Januar 2018 rechtmäßig in der EU in Verkehr waren, weiter vermarktet werden, wenn vor dem 02. Januar 2020 ein Zulassungsantrag bei der EU-Kommission eingereicht worden ist. Die betroffenen Lebensmittel dürfen dann so lange weiterhin in

den Verkehr gebracht werden, bis eine Entscheidung gemäß Art. 10 bis 12 bzw. 14 bis 19 NFV getroffen worden ist.

Folgende Insektenarten wurden beantragt:

- Heimchen (*Acheta domestica*)
- Buffalowürmer (*Alphitobius diaperinus*)
- Honigbienen-Drohnenbrut (*Apis mellifera*)
- Kurzflügelgrillen (*Grylodes sigillatus*)
- Schwarze Soldatenfliegen (*Hermetia illucens*)
- Europäische Wanderheuschrecken (*Locusta migratoria*)
- Mehlwürmer (*Tenebrio molitor*)

Dabei geht es teilweise um unterschiedliche Verwendungen, mal der Larve, mal der ausgewachsenen Tiere, ganz oder gemahlen.

Bisher zugelassen sind die Heimchen (*Acheta domestica*), die Europäische Wanderheuschrecke (*Locusta migratoria*) sowie auch die für Backwaren verwendeten gefrorenen, getrockneten und pulverförmigen Mehlwürmer (Larven von *Tenebrio molitor*).

3. PHOSPHATIERTE MAISSTÄRKE

Mit dem Durchführungsbeschluss 2011/494/EU vom 05. August 2011 genehmigte die Kommission das Inverkehrbringen phosphatierter Maisstärke (*Phosphatiertes Distärkephosphat*) als neuartige Lebensmittelzutat.

Dabei handelt es sich um ein weißes oder fast weißes Pulver, Körner oder (in vorgelatinierte Form) Schuppen, amorphes Pulver oder grobe Partikel. Die nach der NFV zugelassene phosphatierte Maisstärke ist – trotz gleichem Namen – nicht mit der „traditionellen“ phosphatierten Maisstärke (E 1413) zu verwechseln. Letztere dient vor allem bei Backwaren als Verdickungsmittel, Stabilisator und Trägerstoff. Es handelt sich dabei um einen Lebensmittelzusatzstoff, der unter die Verordnung (EG) Nr. 1333/2008 fällt. Gleichzeitig fällt aber der traditionell genutzte Zusatzstoff aus der Anwendung der NFV heraus, da diese gemäß Art. 2 Abs. 2 Buchst. b) Ziffer ii) Lebensmittelzusatzstoffe ausschließt.

Das hingegen als neuartiges Lebensmittel zugelassene phosphatierte Distärkephosphat unterscheidet sich in seiner Zusammen- und Zwecksetzung von E1413 beachtlich: Denn Ersteres wird aus Amylose-reicherer Stärke gewonnen und soll in dieser modifizierten Zusammensetzung als Ballaststoff in Lebensmitteln eingesetzt werden.

Sollten die Bäckereien auf die Idee kommen, die modifizierte phosphatierte Maisstärke als Verdickungsmittel oder Ähnliches zu nutzen, bedarf es danach einer eigenständigen Zulassung nach der VO (EG) Nr. 1333/2008 für Lebensmittelzusatzstoffe, da in der entsprechenden Spezifikation in VO (EU) Nr. 231/2012 nur die „traditionell“ phosphatierte Maisstärke als Lebensmittelzusatzstoff E1413 gelistet ist.

BACKWAREN AKTUELL

FACHMAGAZIN RUND UM BACKZUTATEN

LITERATURANGABEN

Brotkompetenz als Erfolgsgarant, S. 12-13	
1.	https://www.brotinstitut.de/brotinstitut/zahlen-und-fakten-zu-brot
Vegan beim Bäcker?, S. 8-11	
1.	Albert Schweitzer Stiftung (2021): Vegan-Leitfaden für Bäckereien. Hintergrundinformationen, Rezepte, Tipps und mehr; Albert Schweitzer Stiftung für unsere Mitwelt, URL: https://files.albert-schweitzer-stiftung.de/1/ASS_Baecker-Broschuere_210409.pdf , Download am 16.03.2021
2.	BMEL (2021): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2021, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL), Mai 2021, Berlin, Abruf PDF am 01.08.2022: https://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/DE/Broschueren/ernaehrungsreport-2021.pdf?__blob=publicationFile&v=6
3.	Mintel Group Ltd (2022): Studie: Deutschland weltweit viertinnovativstes Land für vegane Lebensmitteleinführungen, news aktuell GmbH, Hamburg URL: https://www.presseportal.de/pm/154346/5129899 , Abruf am 26.01.2022
4.	ProVeg (2020): Der Pflanzenmilch-Report: auf dem Weg zu einer gesunden und nachhaltigen Ernährung, ProVeg e.V., Berlin, veröffentlicht am 20.08.2022, URL: https://proveg.com/de/ernaehrung/pflanzliche-alternativen/pflanzenmilch-report/ , Abruf am 08.08.2022
5.	ProVeg (2022): Vegan-Trend: Zahlen und Fakten zum Veggie-Markt, ProVeg e.V., Berlin, veröffentlicht am 22.03.2022, URL: https://proveg.com/de/pflanzlicher-lebensstil/vegan-trend-zahlen-und-fakten-zum-veggie-markt/ , Abruf am 08.08.2022
6.	Statista.de (2022): Aus welchen Gründen ernähren Sie sich vegan?, veröffentlicht am 07.01.2022; URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1192354/umfrage/befragung-gruende-vegane-ernaehrung/
7.	Verbraucherschutzministerkonferenz, VSMK (2022): Definitionen vegan-vegetarisch; Thüringer Ministerium für Migration, Justiz und Verbraucherschutz, Erfurt, URL: https://www.verbraucherschutzministerkonferenz.de/documents/top20_definition_vegan_und_vegetarisch_1510317864.pdf , Abruf am 05.05.2022
8.	Snackconnection (2022): Studie: Verbraucher erwarten pflanzliche Alternative, snackconnection GmbH, Hamburg, veröffentlicht 21.02.2022 URL: https://snackconnection-marktplatz.de/gastro-trends/studie-pflanzliche-alternative-barry-callebaut/
9.	vegconomist.de (2022): Neue Studie zeigt: Pflanzliche Lebensmittel sind bis zu zehnmal besser für die Umwelt, vegconomist - Das vegane Wirtschaftsmagazin -, vegconom GmbH, Dinklage, veröffentlicht am 10.08.2022, URL: https://vegconomist.de/studien-und-zahlen/studie-lebensmittel-umwelt/?utm_medium=email&utm_source=rasa_io&utm_campaign=newsletter , Abruf am 12.08.2022

Was steckt in unseren Backwaren?

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



Wissensforum Backwaren

Berlin · Wien

Herausgeber und V.i.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		