Wissensforum Backwaren
Berlin · Wien

Foto: Velizar Ivanov / unsplash.com

DIE ZUKUNFT DER ERNÄHRUNG: EIN KONZEPT BAHNT SICH DEN WEG *S. 04-07* // **BROT: DEM PHÄNOMEN AUF DER SPUR** *S. 08 - 11* // **DEKORE: GESCHMACK MIT GLANZ & GLITZER** *S. 12 - 13* // **DINKELBACKWAREN IN TOP-QUALITÄT – ECHTE HERAUSFORDERUNG VOM FELD BIS ZUM OFEN** *S. 14 - 15* //

BACKWAREN AKTUELL

FACHMAGAZIN RUND UM BACKZUTATEN

Wissensforum Backwaren
Berlin · Wien

BRANCHENNEWS

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

Liebe Leser,

welche Chancen bietet die Personalisierte Ernährung der Lebensmittelindustrie? Dieser Frage geht Susanne Köhler, Projekt- und Kommunikationsmanagerin mit Schwerpunkt in Ernährungswirtschaft von foodRegio e.V. nach. Auf Grundlage des Darmmikrobioms wurden verschiedene Stoffwechseltypen definiert, die mithilfe von Stuhl- und Bluttests sowie einer Langzeit-Blutzuckerkontrolle von Prof. Christian Sina zur Entwicklung des sogenannten Nutritypen-Modells führten. Mit diesem Modell könnte die Lebensmittelindustrie die Personalisierte Ernährung schnell und effizient in ihre Anwendungen integrieren und ihren Kunden entsprechende Lösungen anbieten.

Sammeln, bewahren, forschen, ausstellen und vermitteln: Mag. Jürgen Reimann, Leiter Marketing, Kommunikation und Kooperationen des PANEUM – Wunderkammer des Brotes in Asten, ist dem Phänomen Brot auf der Spur und stellt das Museum der Brotkultur in Ulm, das PANEUM in Asten sowie das Haubiversum in Petzenkirchen vor und verdeutlicht, wie die Bäckereibranche von diesen Initiativen profitiert, die dem Verbraucher Wissen rund um unser Grundnahrungsmittel Brot vermitteln.

Glänzende Marmorierung, Schokoladenglanz oder fruchtige Farben: Dekore machen Backwaren zu etwas Besonderem. Jochen Falk von Dawn Foods Germany stellt in seinem Artikel „Geschmack mit Glanz & Glitzer“ die Warengruppe der Dekore vor und gibt Tipps zur praktischen Anwendung.

Dr. Thomas Kunte, Leitung Forschung, Entwicklung und Qualitätsmanagement der IREKS GmbH, widmet sich in seinem Artikel dem Dinkel-Vollkornbrot, das Brot des Jahres 2018. Dinkelgebäcke haben sich in den letzten Jahren zu einer echten Alternative zu Weizen- und Roggengebäcken entwickelt. Kunte berichtet über die Eigenschaften von Dinkelsorten sowie über die rechtliche Betrachtung von Dinkel im Zutatenverzeichnis.

Eine kurzweilige Lektüre wünscht Ihnen

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

TERMINE
DER BRANCHE

31. AUGUST BIS 02. SEPTEMBER 2018

STRASSBURG – FRANKREICH
Jahreshauptversammlung des Verbands Deutscher Großbäckereien

11. SEPTEMBER 2018

NUTHETAL – DEUTSCHLAND
Brandenburger Erntebericht 2018

15. BIS 20. SEPTEMBER 2018

MÜNCHEN – DEUTSCHLAND
iba 2018: Weltleitmesse des Bäcker- und Konditorenhandwerks

23. BIS 28. SEPTEMBER 2018

MARBURG – DEUTSCHLAND
13. Lebensmittelrechtsakademie

26. BIS 29. SEPTEMBER 2018

ATHEN – GRIECHENLAND
Annual General Assembly der FEDIMA

28. BIS 30. OKTOBER 2018

BONN – DEUTSCHLAND
30. BÄKO-Workshop

WAS MACHEN SIE DA, HERR KLEIN?

THOMAS KLEIN, 48, ...
Bäckermeister und DLG-Sensorik-Sachverständiger für Getreideerzeugnisse und Süßwaren

… arbeitet seit 2009 als Backtechnischer Anwendungsberater im Außendienst bei UNIFERM.

„Unseren Kunden mit Rat und Tat zur Seite stehen – das ist mein Anspruch, wenn ich als Backtechnischer Anwendungsberater jeden Tag in den Backstuben im Einsatz bin. Denn die Anforderungen an Rohstoffauswahl, Teigführung, Backprozess und Gebäckpräsentation sind in modern geführten Bäckereien gewachsen. Da sind Kompetenz und Erfahrung gefragt, um aus Problemen Lösungen zu machen. Mein Wissen und meine langjährige Erfahrung als Bäckermeister und DLG-Sensorik-Sachverständiger gebe ich gerne an unsere Kunden weiter. Dies schließt die Beratung bei der richtigen Rohstoffauswahl und die Entwicklung individueller Rezepturen ein und geht weiter über die Steuerung der sensiblen Fermentationsprozesse hinaus. Hier bringe ich mein Know-how als Fermentationsspezialist ein, damit die Teige lebendig bleiben und Gebäcke voller Geschmack entstehen. Auch die Schulung und Anleitung im Bereich der Qualitätssicherung gehören zu meinen Aufgaben. Ich stehe mit vielen Funktionsbereichen in der Bäckerei im fachlichen Dialog, um die jeweils beste Lösung zu finden, die unseren Kunden individuell voranbringt. Das fängt beim Nachwuchs an und setzt sich fort bis zum Verkaufspersonal im Bereich des Filialbackens, wo ich z.B. bei der Zubereitung von Snackprodukten mit Anleitungen und Tipps für die tägliche Arbeit unterstütze.“

Quelle: UNIFERM GmbH & Co. KG

ZITAT DER BRANCHE

„Unsere Branche ist Teil des Erfolges und der Stärke des deutschen Bäckerhandwerks sowie der Backwarenindustrie. Wir sind stolz, dass bis zu 90 Prozent der Betriebe unsere intelligenten Produkte beziehen, was uns zu einem gewichtigen volkswirtschaftlichen Faktor macht.“

DR. THORID KLANTSCHITSCH
Stellvertretende Vorsitzende Wissensforum Backwaren e.V.

Quelle: www.pexels.com

KURIOSES DER BRANCHE

Woher kommt die Redewendung „Bier ist flüssiges Brot“? Ein bekannter Spruch besagt: „Ein paar Bier ersetzen eine komplette Mahlzeit“. Dies war bei Nonnen und Mönchen früher tatsächlich der Fall: In der 40-tägigen Fastenzeit durften sie nur eingeschränkt essen; Bier trinken war allerdings erlaubt. Aus diesem Grund nannte man Bier früher auch flüssiges Brot.

ZAHL DER BRANCHE

350 … dokumentierte Bezeichnungen gibt es für den Anfang oder das Ende eines Brotlaibs. „Scherzel“, „Knörzchen“ und „Knust“ sind nur einige regionale Ausdrücke.

Quelle:: gpointstudio / Fotolia (103730029)

ERNÄHRUNG
Lesezeit 15 Min.

DIE ZUKUNFT DER ERNÄHRUNG

EIN KONZEPT BAHNT SICH DEN WEG

Während die Politik noch über Lebensmittelampeln diskutiert, bahnt sich ein Konzept den Weg, das etablierte Ernährungsempfehlungen obsolet machen könnte: die Personalisierte Ernährung. Die Wissenschaft weiß heute, wie individuell unser Stoffwechsel Nahrung verarbeitet. Doch während die Wissenschaft bereits dieses „Know" liefert, steckt das „How" in der Branche noch in den Kinderschuhen. Die größte Herausforderung ist, die Personalisierte Ernährung mit praktischen Analysetools und innovativen Produkten alltagstauglich zu machen – das zentrale Thema beim Innovationsgipfel NEWTRITION X. in Lübeck.

Noch bis Mitte des vergangenen Jahrhunderts hinein war gesunde Ernährung kein Thema, das die Welt bewegte. Mit dem stetig wachsenden Wohlstand in den Industrieländern und der damit verbundenen steigenden Kalorienzufuhr zeigten sich allmählich auch die Schattenseiten des Überflusses, wie beispielsweise ernährungsmitbedingte Krankheiten. Heute ist sich der Verbraucher zunehmend bewusst, dass das, was er isst, seine Gesundheit ganz unmittelbar beeinflusst.

MENSCHEN SIND VERSCHIEDEN WIE IHR SPEISEPLAN

Gesunde Ernährung für einen gesunden Körper: Mit diesem Ziel landeten jedes Jahrzehnt neue Ernährungskonzepte auf dem Tisch der Verbraucher. So waren in den 1970er-Jahren Rohkost und Vollkorn hochaktuell, danach rückte Cholesterin in den Mittelpunkt des Interesses. Momentan stehen Low-Carb- und Low-GI-Diäten hoch im Kurs; weitere aktuelle Trends sind Superfoods, Veganismus oder Paleo, selbst wenn deren gesundheitliche Vorteile teilweise höchst umstritten sind. Auch der Konsum von „Free From"-Produkten boomt: Alternative Lebensmittel für Menschen mit Allergien und Intoleranzen haben längst ihr Nischendasein verlassen und sind Mainstream geworden – auch für jene Verbraucher, die gar nicht unter Lebensmittelunverträglichkeiten leiden.

Feste Säulen in diesem unübersichtlichen Markt sind die Empfehlungen offizieller Organe wie der Deutschen Gesellschaft für Ernährung, der British Nutrition Foundation oder dem Office of Disease Prevention and Health Promotion in den USA. Doch auch diese Säulen wackeln. Joana Maricato, Head of Market Research bei New Nutrition Business und Rednerin bei NEWTRITION X., erklärt dazu: „Es überrascht nicht, dass Verbraucher den Eindruck haben, dass sich Ernährungsrichtlinien des Öfteren um 180 Grad drehen. So gelten heutzutage Eier als wichtige Lieferanten von Protein und anderen Nährstoffen. Noch vor 20 Jahren wurden Eier von Ernährungswissenschaftlern fast verbannt. Heute durchforsten Menschen das Internet und stellen ihren eigenen, ganz individuellen Ernährungsplan zusammen." Die digitale Welt hat den Umgang mit Ernährungsempfehlungen verändert: Man sucht in sozialen Netzwerken nach Anschluss und Gleichgesinnten, um herauszufinden, welche Lebensmittel einem gut tun und welche nicht.

Angetrieben wird das Konzept der Personalisierten Ernährung vor allem durch die Wissenschaft. Inzwischen setzt sich zunehmend die Erkenntnis durch, dass hauptsächlich das Mikrobiom des Darms verantwortlich dafür ist, dass Menschen die gleichen Nährstoffe unterschiedlich verstoffwechseln. Die Zahl der Studien zum Mikrobiom stieg von nur zwei im Jahr 2002 auf mehr als 2.000 im Jahr 2017.

DAS MIKROBIOM: (FAST) SO INDIVIDUELL WIE EIN FINGERABDRUCK

Zuerst nahm man an, dass die Gene und insbesondere die sogenannten Polymorphismen, also die Abweichungen in der menschlichen DNA, dafür verantwortlich sind, dass unsere Stoffwechselprozesse so individuell sind. Nun aber liegt der Fokus auf den Darmbakterien. Prof. Christian Sina, der dieses Gebiet an der Universität zu Lübeck erforscht, erklärt: „Gene allein liefern nur begrenzte Informationen über das individuelle Stoffwechselverhalten. Der Schlüssel ist das Darmmikrobiom. Indem wir dieses analysieren, können wir vorhersagen, wie Menschen auf bestimmte Nahrungsmittel reagieren und sie verstoffwechseln."

Eine im Jahr 2016 am Weizmann Institute of Science, Israel, durchgeführte Studie hat den festen Glauben erschüttert, dass zu viel Fett, zu viel Zucker und zu wenig Bewegung ursächlich sind für Fettleibigkeit. Ziel der Studie war es, herauszufinden, warum die meisten übergewichtigen Menschen nach einem diätbasierten Gewichtsverlust immer wieder zunehmen. Als Ursache für den besagten Jo-Jo-Effekt identifizierten die Forscher das Mikrobiom mit einer bestimmten Zusammensetzung. Wurde dieses in keimfreie Mäuse transplantiert, so zeigten die Tiere eine signifikante Gewichtszunahme im Vergleich zu anderen Mäusen, obwohl beide Gruppen die gleiche Nahrung bekommen hatten.

Im vergangenen Jahr untersuchten die gleichen Wissenschaftler in einer randomisierten Crossover-Studie die Blutzuckerreaktion der Testpersonen auf Vollkornbrot, Weißbrot und Kekse. Die Forscher konnten die etablierte Lehrmeinung nicht bestätigen, wonach Vollkornbrot grundsätzlich eine geringere glykämische Wirkung hat, während der Verzehr von Weißbrot den Blutzuckerspiegel in die Höhe treibt. Im Gegenteil: Bei einigen Probanden stieg der Glukosespiegel nach dem Verzehr von Weißbrot nur geringfügig an, während Vollkornbrot den Blutzuckerspiegel rasant in die Höhe trieb. Anhand des Darmmikrobioms entwickelte die Forschergruppe einen Algorithmus, mit dem sie die individuellen Reaktionen auf bestimmte Nahrungsmittel vorhersagen konnte.[1]

Food4Me, ein EU-finanziertes, gemeinsames Forschungsprojekt verschiedener europäischer Universitäten, befasst sich seit 2011 mit dem Thema Personalisierte Ernährung. Wissenschaftler verschiedenster Fachrichtungen untersuchen, wie die Verbraucher dem Konzept gegenüberstehen und wie die wissenschaftlichen Erkenntnisse in die Praxis umgesetzt werden können.

Ein möglicher Ansatz besteht darin, auf der Grundlage des Darmmikrobioms verschiedene Stoffwechseltypen zu definieren. Mithilfe von Stuhl- und Bluttests sowie einer Langzeit-Blutzuckerkontrolle hat Prof. Christian Sina ein sogenanntes Nutritypen-Modell entwickelt. „Wir gehen von mindestens drei unterschiedlichen Stoffwechseltypen aus, die unter anderem aufgrund eines ähnlichen Darmmikrobioms Nahrung ähnlich verstoffwechseln. Beispielsweise weisen Personen mit dem fiktiven Nutrityp A einen besonders starken Anstieg der Blutglukose unter Vollkornbrot auf, während ihre Blutzuckerreaktion nach dem Genuss von Haferflocken nur moderat ausfällt. Bei einem fiktiven Nutrityp B würde es sich genau umgekehrt verhalten", erklärt er. Mit dem Nutritypen-Modell könne die Lebensmittelindustrie die Personalisierte Ernährung schnell und effizient in ihre Anwendungen integrieren und ihren Kunden entsprechende Lösungen anbieten. Im Rahmen des Innovationsgipfels Personalisierte Ernährung NEWTRITION X. stellt der Mediziner seine ersten Resultate vor: „Dank intensiver Forschungstätigkeit haben Lebensmittelunternehmen nun das Werkzeug in der Hand, die Personalisierte Ernährung zu einem marktfähigen Konzept zu machen. Der Wunsch nach Selbstoptimierung wird bei den Verbrauchern für die entsprechende Nachfrage sorgen. Entscheidend ist nun, dass die Unternehmen den Zug nicht verpassen."

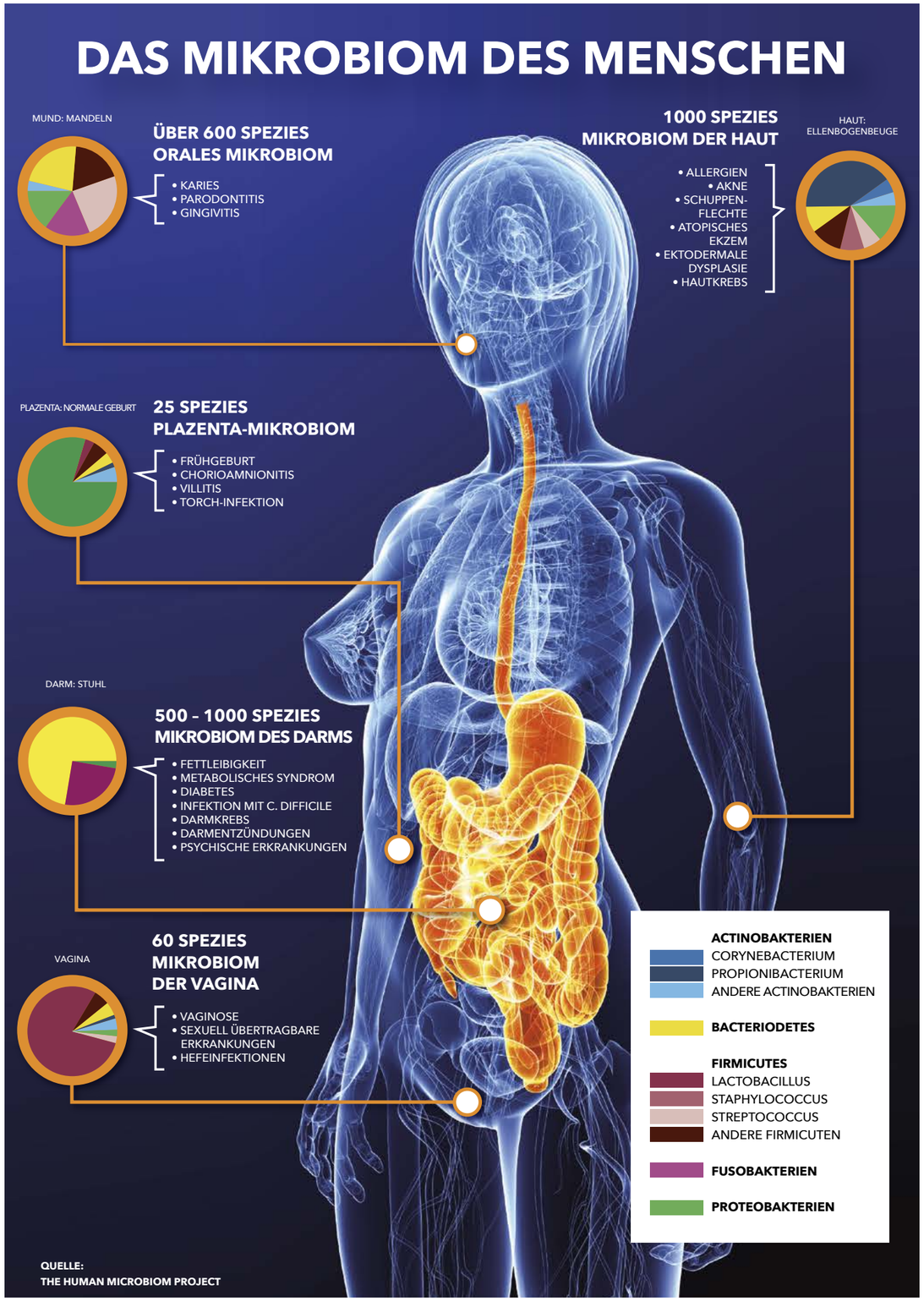
INNOVATIONSGIPFEL PERSONALISIERTE ERNÄHRUNG

Quelle: NEWTRITION X. foodRegio e.V.

Am 12. September 2018 lädt das Branchennetzwerk foodRegio e.V. Entscheider aus Lebensmittelindustrie und Handel zu einem eintägigen Symposium in das Veranstaltungszentrum media docks in Lübeck ein. Ziel des internationalen Innovationsgipfels Personalisierte Ernährung ist es, Entscheidungsträger aus Lebensmittelindustrie, Wirtschaft und Handel umfassend über den aktuellen Stand der Forschung und über die Chancen und Möglichkeiten der Personalisierten Ernährung zu informieren. Experten aus Medizin und Wissenschaft, Lebensmittelindustrie und Marktforschung erläutern die Erwartungen der Verbraucher und Marktpotenziale und stellen Konzepte sowie Technologien vor, mit denen die Personalisierte Ernährung in die Praxis umgesetzt werden kann. Peter Brabeck-Letmathe eröffnet den Kongress als Keynote-Speaker. Weitere Referenten sind neben Prof. Dr. med. Christian Sina und Joana Maricato unter anderem Prof. Dr. Karsten Kristiansen (Molekularbiologe, Universität Kopenhagen), Dominik Burziwoda (Gründer und CEO, Perfood GmbH/MillionFriends), Rudi Schmidt (Konzernbereichsleiter Precision Medicine, Asklepios Kliniken) und Michael Gusko (Managing Director, GoodMills Innovation). Anmeldung und weitere Informationen: www.foodregio.de/NEWTRITIONX

SUSANNE KÖHLER
Projektmanagerin/Kommunikationsmanagement Schwerpunkt Ernährungswirtschaft, foodRegio e.V., Lübeck

Hier weiterlesen ›



Allein der menschliche Darm ist von mehr als 160 Milliarden Bakterien besiedelt. Eine Dysbalance dieser Mikroflora beeinflusst unsere Gesundheit. Studien sehen inzwischen einen Zusammenhang zwischen einem gestörten Darmmikrobiom und entzündlichen Erkrankungen, Übergewicht, Krebs oder Autoimmunerkrankungen.

Quelle: NEWTRITION X./Fotolia/The Human Microbiome Project

> *Das Thema Gesundheit wird in den kommenden Jahrzehnten eine Innovationswelle in der Nahrungsmittelindustrie auslösen. Sie wird mit ihrer Spitzentechnologie eine entscheidende Rolle bei der Verbesserung der Gesundheit ganzer Bevölkerungsgruppen spielen. Bei dieser, auf Wissenschaft basierenden personalisierten Gesundheitsernährung geht es in Zukunft darum, effiziente und kostengünstige Wege zu finden, um akuten und chronischen Krankheiten des 21. Jahrhunderts vorzubeugen und sie zu behandeln.*[2]
>
> PETER BRABECK-LETMATHE,
>
> der bis April 2017 Nestlé-Präsident war, ist einer der weltweit engagiertesten Verfechter der Personalisierten Ernährung. In seinem Buch *Ernährung für ein besseres Leben* sieht er das Konzept als Motor für die Branche.

VON DER VISION ZUM FERTIGEN PRODUKT

Als junger Markt hat die Personalisierte Ernährung enormes Potenzial, und das Ziel ist klar definiert: Die Analyse von Biomarkern, Genom und Mikrobiom liefern messbare Richtwerte für eine individuelle gesunde Ernährung, um Wohlstandskrankheiten vorzubeugen. Wie dieser Markt am besten erschlossen werden kann, steht noch nicht fest. Sicher ist jedoch, dass die Lebensmittelindustrie umdenken muss – fort von kostengünstigen Produkten für einen Massenmarkt. Diverse Start-ups haben dank innovativer Lösungen bereits in verschiedenen Marktsegmenten Fuß gefasst. Ihr Portfolio reicht von Fitness-Trackern und Wellness-Apps mit maßgeschneiderten Ernährungsempfehlungen, die auf Körpergröße, Gewicht und Fitness basieren, bis hin zu Anbietern von Genanalyse-Tools wie DNAfit und Mikrobiom-Analysen wie DayTwo aus Israel oder MillionFriends aus Deutschland.

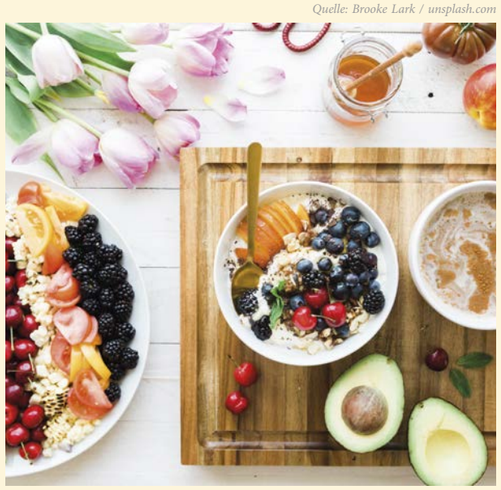
Auch die Big Player sehen in der Personalisierten Ernährung einen Markt der Zukunft. So hat die Campbell's Soup Company mit einer Investition von 32 Millionen Dollar in das Start-up-Unternehmen Habit einen Claim in diesem Markt abgesteckt, während Nestlé, der weltgrößte Nahrungsmittelkonzern, unter Peter Brabeck-Letmathe 2011 Nestlé Health Science gründete. Basierend auf aktuellen Erkenntnissen der Nutrigenomik und Mikrobiomforschung soll Nestlé Health Science individuelle Ernährungsstrategien gegen ernährungsmitbedingte Krankheiten entwickeln.

Vielleicht sind es am Ende doch die großen Konzerne, die das nötige Kapital besitzen, um in personalisierte Ernährungskonzepte zu investieren. Unklar ist auch weiterhin, wie Handel und Logistik diese umsetzen können – und ob bzw. welchen Platz die Personalisierte Ernährung in den Supermarktregalen finden wird. Joana Maricato sieht die Entwicklung des Konzepts als „trial-and-error"-Experiment: „Die Personalisierte Ernährung steckt noch in den Kinderschuhen und ihr Potenzial für die Lebensmittelindustrie können wir nur erahnen."

ZUSAMMENFASSUNG

Noch scheint die Personalisierte Ernährung ein Konzept der Zukunft zu sein. Erst seit etwa 15 Jahren befasst sich die Forschung näher mit dem menschlichen Mikrobiom und die Ergebnisse sind ebenso erstaunlich wie überzeugend. Bis diese allerdings den Weg in die etablierten Ernährungsrichtlinien und damit auch in den Alltag der Menschen finden, wird es dauern: Zeit, die die Lebensmittelindustrie nutzen sollte, um die wissenschaftlichen Erkenntnisse in innovative Produkte umzusetzen. Einige vielversprechende Ansätze und Produkte geben bereits die Richtung vor. Sie nutzen das wachsende Interesse der Verbraucher, Gesundheit und Wohlbefinden in die eigenen Hände zu nehmen, und bieten entsprechende Lösungen an.

Quelle: Brooke Lark / unsplash.com



BROT: DEM PHÄNOMEN AUF DER SPUR

Museen und Ausstellungen in aller Welt widmen sich auf unterschiedlichste Art und Weise dem Thema Brot. Ihr Ziel: einen Beitrag zum Verstehen dieses Alltags- und Kulturgutes zu leisten – von den Anfängen bis in die Gegenwart und Zukunft. Was aber hat die Bäckereibranche davon? Drei Beispiele aus Deutschland und Österreich liefern Antworten.

PANEUM: Brotgeschichte trifft wegweisende Baukunst (Quelle: © PANEUM, Foto: Sergio Pirrone)

BACKWARENKULTUR
Lesezeit 15 Min.

MAG. JÜRGEN REIMANN

Leiter Marketing, Kommunikation und Kooperationen, PANEUM – Wunderkammer des Brotes in Asten (Oberösterreich)

Der diplomierte Kommunikationswissenschaftler leitete davor das Team PR und Presse beim Backgrundstoffhersteller backaldrin und wirkte im PR-Arbeitskreis des Wissensforums Backwaren mit.

Volkskundliche oder kulturhistorische Objekte sowie Kunstwerke in Museen, Schaubäckereien, Tage der offenen Tür, regionale Projekte sowie das Brotfestival Kruste & Krume oder der Brotway der Bäckerei Mann in Wien – um nur zwei namentlich zu nennen – leisten einen Beitrag für das Verstehen des vielschichtigen Themas Brot. Das wollen auch jene Häuser und Initiativen, die sich dem Lebensmittel voll und ganz verschrieben haben und die sich dem „Phänomen Brot“ auf unterschiedlichste Art und Weise nähern. An dieser Stelle alle zu beschreiben, würde den Rahmen sprengen. Stellvertretend und beispielgebend für Projekte in aller Welt seien etwa das Europäische Brotmuseum im deutschen Ebergötzen, das Maison du Blé et du Pain in Echallens, Schweiz, das Muzej Chleba in St. Petersburg, das Museu do Pão in Portugal sowie das gleichnamige Museum in Brasilien genannt.

Die weltweit wohl bedeutendsten Sammlungen mit Kunst- und Kulturobjekten zur Brothistorie beherbergen heute zwei Häuser, die auf den ersten Blick unterschiedlicher kaum sein könnten. Beide stehen in Ländern mit einer einzigartigen Brottradition und -vielfalt. Während das Museum der Brotkultur in Ulm in einem Jahrhunderte alten Gebäude untergebracht ist, das auch als Getreidespeicher diente, zeigt die jüngste Initiative, das PANEUM im oberösterreichischen Asten, Meisterwerke aus der Vergangenheit in zukunftsweisender Architektur.

Bei all dieser Verschiedenheit nach außen verbinden beide Häuser jeweils wunderbare Sammlungen im Inneren und eine gemeinsame Zielsetzung. „Den Besuchern wollen wir verdeutlichen, welchen Einfluss und welchen Stellenwert Brot in allen Epochen der Menschheitsgeschichte hatte und bis heute hat“, sagt PANEUM-Gründer Peter Augendopler. Brot ist ein Nahrungsmittel, das fast alle tagtäglich konsumieren. Seine kulturgeschichtliche Bedeutung erschließt sich allerdings erst bei genauerem Hinsehen. Hier ortet der gelernte Bäcker Peter Augendopler Handlungsbedarf, „denn es gibt ein Vakuum an Wissen über Brot, das es zu füllen gilt“ – sowohl in der Fachwelt als auch bei den Konsumenten. Das war für ihn mithin ausschlaggebend, das PANEUM – Wunderkammer des Brotes zu gründen, in dem seit Oktober 2017 etwa 1.200 Objekte und tausende Bücher aus der mehr als 15.000 Objekte umfassenden Sammlung von backaldrin besichtigt werden können.

PANEUM-Gründer Peter Augendopler (Quelle: © backaldrin)

Museum der Brotkultur in Ulm: Kunstwerke, die Brot im weitesten Sinne auch als Inbegriff des Lebens zeigen.
Quelle: © Museum der Brotkultur

ALLTAGS- UND KULTURGUT BROT

Sammeln, bewahren, forschen, ausstellen und vermitteln – diese „klassischen“ Museumsaufgaben sind auch für Brotmuseen Programm, die wissenschaftliche Aufarbeitung eine der wesentlichen Aufgaben. Dr. Isabel Greschat, Direktorin des Museums der Brotkultur in Ulm:

„Wir sammeln, pflegen und präsentieren ausgewählte Kunstwerke, die Brot im weitesten Sinne auch als Inbegriff des Lebens zeigen.“

Dr. Isabel Greschat, Direktorin des Museums der Brotkultur (Quelle: © Museum der Brotkultur)

Das „essenziellste Produkt dieser Welt“, so Peter Augendopler, ist wertvolles Alltagsgut, vielmehr aber noch bedeutendes Kulturgut. Als solches ist es aufs Engste mit der Entwicklung der Menschheit verknüpft, im Brauchtum, im Glauben sowie in Religionen und nicht zuletzt in unserem Sprachgebrauch sowie unseren Wertvorstellungen tief verwurzelt. „Den Mitarbeitern der Bäckereibranche wollen wir diese Zusammenhänge eröffnen und damit das Selbstbewusstsein stärken, dass wir es bei unserem täglich Brot mit einem unglaublich spannenden Lebensmittel zu tun haben“, betont Dr. Isabel Greschat.

„Häuser wie das PANEUM und das Museum der Brotkultur helfen, dem Verbraucher Wissen rund um unser Grundnahrungsmittel Brot und dessen unglaubliche Geschichte auf anschauliche Weise zu vermitteln und ein Qualitätsbewusstsein dafür zu entwickeln“, sagt der Präsident des Zentralverbands des Deutschen Bäckerhandwerks Michael Wippler. Für ihn sind sie auch „Ausdruck des immer noch gelebten Bäckerstolzes. Sie machen sichtbar, woher die Branche kommt“. Dem Thema „Bäckerstolz und Zunft“ ist etwa im PANEUM ein eigener Ausstellungsbereich gewidmet. Eine Reise in längst vergangene Zeiten macht deutlich, dass das Verständnis für die Gegenwart ohne diesen Blick zurück gar nicht und – wenn überhaupt – nur unzureichend möglich ist. Vor diesem Hintergrund setzen diese Ausstellungen dem „schönsten Beruf der Welt“, so Peter Augendopler, auch ein Denkmal. Sie schaffen Raum für Identifikation und den Diskurs über Generationen hinweg.

LEBENDIGE FOREN

„Wichtig ist, dass wir den Blick auch in die Gegenwart sowie die Zukunft richten“, betont Dr. Isabel Greschat. Wolf D. Prix, der international renommierte Architekt des PANEUM, hat für die Form der Wunderkammer des Brotes mit seinem Innenraum aus Holz das Bild vom Wolkenschiff – einer Arche Noah – ins Spiel gebracht. Damit sollen wertvolle Objekte sowie Geschichten und das Wissen aus der Vergangenheit gleichsam in eine andere Welt gerettet werden. So versteht Peter Augendopler das PANEUM als Ort, an dem aus dem Gestern kommend über Brot und seine Zukunft gesprochen, geforscht und nachgedacht werden kann. Sowohl Brotproduzenten als auch -konsumenten sind in ihren Entscheidungen heute mit einem Bündel an Erwartungen, Werthaltungen und Spannungsfeldern konfrontiert: Globalisierung und Regionalität, Wegwerfgesellschaft und hungernde Menschen, Überfluss und Mangel, Übergewicht und Unterernährung, Veganismus und Fleischkonsum, Klimawandel und die steigende Weltbevölkerung. „Für diese Themen möchten wir ebenfalls sensibilisieren und interessieren“, sagt Dr. Isabel Greschat. Fachwelt und Verbraucher sind eingeladen, diese vor dem Hintergrund der Jahrtausende alten Geschichte des Brotes zu diskutieren. Vor allem Jugendliche sollen angesprochen werden, um ihnen die Erfahrungswelt früherer Generationen zu erschließen und aktuelle Entwicklungen einordnen und besser verstehen zu können. Natürlich sind auch die Veränderungen in der Branche selbst Gegenstand dieses Diskurses – von den Anfängen über die Industrialisierung bis zu Werteverschiebungen, die wir dieser Tage beobachten können. Dieser Wandel in der Bäckereiwelt wird, wie Dr. Isabel Greschat betont, auch Brotmuseen „als Bildungs- sowie Erlebnisorte und lebendige Diskussionsforen“ begleiten.

Hier weiterlesen ›

Quelle: © Museum der Brotkultur

INTERESSE NEU ENTFACHEN

Frischen Wind für diese Aufgaben erhofft sich die Direktorin auch vom Umbau des Museums der Brotkultur, der im September 2018 beginnt. Er soll das Interesse an dem Haus neu entfachen. „Wichtig ist uns eine zeitgemäße Präsentation, und das beinhaltet auch die Technik sowie interaktive Stationen. So können die Besucher aktiv sein und selbst Entscheidungen treffen“, erklärt Dr. Isabel Greschat. Ende Mai 2019 sollen die neuen Räumlichkeiten für die mehr als 18.000 Objekte umfassende Sammlung fertiggestellt sein. „Wir wollen neue Besucher ansprechen und erwarten uns großen Zuspruch bestehender Zielgruppen, insbesondere auch aus der Bäckereifachwelt“, betont sie.

NEUE MENSCHLICHKEIT

Vom großen Zuspruch der Besucher ist man im PANEUM angetan. „Die kontrastreiche Kombination aus Geschichten rund ums Brot sowie wegweisender Architektur kommt sehr gut an“, zieht Peter Augendopler Bilanz. Mehr als 20.000 Besucher zog die Wunderkammer des Brotes bislang an. Rückenwind erhalten PANEUM, Museum der Brotkultur & Co. auch von einem Trend, der mit der Digitalisierung vieler Lebensbereiche einhergeht und – so meinen Experten – Tür und Tor für neue Erlebnisse öffnet. Fachleute wie Thomas Egger, Geschäftsführer des Linzer Beratungsunternehmens Egger & Partner, bezeichnen diesen Gegentrend zur Digitalisierung als „neue Menschlichkeit“: „Hightech ergibt auf der anderen Seite Hightouch. Je mehr die Technisierung voranschreitet, desto größer die Sehnsucht nach realen, authentischen und emotionsaktivierenden Begegnungen und Erlebnisräumen. Das kann über Qualitäten, wie sie Markenwelten oder auch Museen bieten, sehr gut transportiert werden.“ Für Thomas Egger ist perfektes Storytelling der Schlüssel zum Erfolg: „Damit erhalten Produkte durch besondere, authentische und emotionale Geschichten die richtige Würze.“

MUSEEN DER BROTKULTUR

Quelle: © PANEUM, Foto: Markus Pillhofer

Museum der Brotkultur
Salzstadelgasse 10, 89073 Ulm
www.museum-brotkultur.de

PANEUM – Wunderkammer des Brotes
Kornspitzstraße 1, A-4481 Asten
www.paneum.at

Haubiversum
Kaiserstraße 8, A-3252 Petzenkirchen
www.haubiversum.at

Weitere Museen rund ums Brot: eine Auswahl
Europäisches Brotmuseum (Ebergötzen, Deutschland), Maison du Blé et du Pain (Echallens, Schweiz), Museio Artoy (Amfiklia, Griechenland), Muzej Chleba (Moskau, Russland), Muzej Chleba (St. Petersburg, Russland), Museu do Pão (Seia, Portugal), Museu do Pão (Ilópolis, Brasilien)

APPETIT MACHEN

Auf dieses Konzept setzt die Haubis GmbH bereits seit vielen Jahren, lange bevor das Wort Digitalisierung in aller Munde war. Das Familienunternehmen hat am niederösterreichischen Firmensitz in Petzenkirchen mit dem Haubiversum ein Vorzeigeprojekt geschaffen. Schon 1998 hat man den Hunger der Verbraucher auf Authentizität und einen Blick in die Produktion erkannt, die Pforten geöffnet, die Rundgänge professionalisiert und vor etwa zehn Jahren eine eigene Broterlebniswelt errichtet. Im Haubiversum wird nicht die Geschichte des Brotes, sondern die Produktion und das Handwerk in die Auslage gestellt – am Puls der Zeit, abseits jeder Nostalgie. Geschäftsführer Anton Haubenberger erklärt:

„Bei uns können die Kunden und Konsumenten erleben, wie Haubis tickt.“

Die Marke, Transparenz und die Wertigkeit von Lebensmitteln im Allgemeinen und Brot im Speziellen stehen im Mittelpunkt. Anton Haubenberger erläutert: „Jeder formt bei uns sein Mohnflesserl, das während des Rundgangs gebacken wird. Im Idealfall erinnern sich die Besucher beim Einkauf an die Handarbeit, die in dem Kleingebäck steckt.“ Die Idee kommt gut an. Etwa 50.000 Besucher im Jahr machen das Haubiversum auch zu einem touristischen Top-Ziel in Niederösterreich. Der erlebnisreiche Rundgang wird mit gastronomischen Angeboten, einem Back-Shop und einem abwechslungsreichen Programm für alle Zielgruppen ergänzt, angefangen bei den Jüngsten.

Anton Haubenberger, Geschäftsführer Haubis (Quelle: © Haubis GmbH)

Anton Haubenberger, dessen Unternehmen derzeit etwa 50 Bäcker- und Konditorlehrlinge ausbildet, sieht das Haubiversum auch als Möglichkeit, auf den Beruf Appetit zu machen: „Dabei kommt uns bestimmt zugute, dass wir aufgrund unserer Produktionsweise die Nachtarbeit auf den Tag verlagern können.“ Die Faktoren, die für die Nachwuchsprobleme verantwortlich sind, könne man zwar nicht beeinflussen, geben Dr. Isabel Greschat und Peter Augendopler zu bedenken, aber: „Wenn wir es schaffen, das Bewusstsein für Brot auch bei jungen Menschen zu erweitern, dann hilft das der Branche in jeder Hinsicht, auch in der Nachwuchsarbeit“, sagt die Direktorin des Museums der Brotkultur. Ein Ansatz ist hier, noch stärker als bisher Schulen anzusprechen und einen Besuch dieser Häuser in die Fachausbildung zu integrieren. Michael Wippler schließt: „Für die Branche bedeuten diese Institutionen die Chance, die Begeisterung für unser Handwerk zu stärken – sowohl auf Verbraucherseite als auch bei potenziellen Lehrlingen.“

BROT AUFWERTEN

„Unser Beitrag ist auf jeden Fall, dass wir das Thema Brot ganz stark aufwerten“, ist Dr. Isabel Greschat überzeugt. „Mit unserer Arbeit tragen wir dazu bei, die Gesellschaft, in der wir leben, besser zu verstehen. Woher wir kommen und wohin wir gehen, hat letztlich mit Brot und der Getreidekultur zu tun.“ Um Brot und seine Geschichte erleb-, spür- und verstehbar zu machen, greift das PANEUM auf eine Idee aus dem Italien des 16. Jahrhunderts zurück: die Wunderkammer. Sie hat sich einem Gefühl verschrieben, das so tief geht, dass es sich in Herz und Hirn einbrennt: dem Staunen. Auf dem Weg zum Verstehen ist das Staunen schon die halbe Miete. Peter Augendopler resümiert:

„Wenn die Leute ein bisschen über Brot nachdenken, haben wir alles erreicht, was wir wollten.”

ZUSAMMENFASSUNG

Initiativen in aller Welt widmen sich auf unterschiedlichste Art und Weise dem Phänomen Brot. Sie leisten zum Verstehen des Lebensmittels einen Beitrag, in der Bäckereibranche ebenso wie bei den Konsumenten. Denn Brot ist Alltagsgut und bedeutendes Kulturgut zugleich. Das Museum der Brotkultur oder das PANEUM – Wunderkammer des Brotes beispielsweise zählen das Sammeln, Bewahren, Forschen und Vermitteln zu ihren Kernaufgaben. Aus dem Gestern kommend spannen sie den Bogen in die Gegenwart und Zukunft. Als lebendige Foren laden diese Häuser ein, über Themen und Spannungsfelder des 21. Jahrhunderts vor dem Hintergrund der Jahrtausende alten Geschichte des Brotes zu diskutieren. Das Haubiversum wiederum stellt Produktion und Handwerk in den Mittelpunkt – transparent und am Puls der Zeit. Alle Initiativen haben gemein, dass sie das Thema Brot aufwerten, dem Nachwuchs den Bäckerberuf schmackhaft machen und im Zeitalter der Digitalisierung authentische sowie emotionale Erlebnisse rund ums Brot bieten wollen.

Quelle: © Haubis GmbH

© 2018 Dawn Foods

WARENKUNDE
Lesezeit 10 Min.

DEKORE

GESCHMACK MIT GLANZ & GLITZER

„Bunt ist meine Lieblingsfarbe“ hat schon Walter Gropius gesagt. Schön verziertes Gebäck, ob in dezenten oder leuchtenden Farben, macht gleich Appetit auf mehr. Ob leuchtende Tortenspiegel, bunter Zuckerguss oder glitzernde Dekore – all diese Verzierungen ermöglichen Bäckern und Konditoren unbegrenzte Kreativität und fördern die Sortimentsvielfalt. Dank moderner Farbkompositionen und Dekorideen erfreuen sich Auge und Geschmacksknospen gleichermaßen an den bunten Kreationen.

KREATIVITÄT, DIE SCHMECKT

Dekore machen Backwaren zu etwas Besonderem. Historisch gesehen ermöglichten erst die Dekorationen, Verfeinerungen und Verzierungen die Sortimentsvielfalt, die das moderne Konditorhandwerk ausmacht. Die Kreativität des Handwerks zeigt sich gerade an Festtagen wie Ostern oder Weihnachten in voller Pracht. Auch besondere Anlässe wie Hochzeiten, Jubiläen und Geburtstage sind die „Hoch-Zeit“ der Dekore mit aufwendig gestalteten Motivtorten. Dabei sind Dekore immer, Tag für Tag, eine glänzende Gelegenheit, sich durch Kreativität vom Wettbewerb abzusetzen und mit individuellem Design Kunden zu gewinnen.

© 2018 Dawn Foods

JOCHEN FALK
ist zuständig für Messen, Events und PR im Marketing der Dawn Foods Germany GmbH, Darmstadt.

VIELFALT FÜR AUGE UND GAUMEN

Vielfältige Produkte stehen zum Schmücken, Verzieren und Verschönern der Backwaren und Süßspeisen zur Verfügung: glänzende Dekorgels, Cremes, Glasuren, schimmernder Glitter und metallischer Flitter, Blattgold, Schokolade, Kuvertüre, Marzipan, Rollfondants, Tortenguss, Streudekore, Zuckerguss und Zuckerwerk.

Wichtig für die Anwendung im Alltag sind Dekore, die zuverlässig jeden Tag ohne großen Zusatzaufwand wiederholbar sind – mit dem immer gleichen, verlockenden Ergebnis. Je nach Einsatz und Verwendung lustig, bunt oder glamourös. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt!

FARBE MACHT APPETIT

Mit den vielfältigen Dekoren haben auch die Lebensmittelfarben einen festen Platz in der Backwarenbranche eingenommen. Kräftige Farben machen Spaß und erfreuen Menschen. Wissenschaftliche Studien zeigen, dass Kleinkinder stark auf klare Farben reagieren und die kräftigen, leuchtstarken Farben matteren Mischfarben eindeutig vorziehen. Für Erwachsene ist die Farbe grundsätzlich ein Hinweis auf die Intensität der Aromen. Optik und Geschmack ergänzen sich. Fakt ist: Essen, das gut aussieht, macht Appetit. Der Mensch zieht vom Aussehen einer Speise Rückschlüsse auf deren Geschmack und Qualität. So ist Glanz ein optischer Hinweis für Frische. Die Farbe signalisiert, welches Geschmackserlebnis den Esser erwartet. Wir haben gelernt, bestimmte Farben bestimmten Geschmacksrichtungen zuzuordnen. Farbe kann daher Geschmackserlebnisse verstärken – wie beispielsweise Gelb für Zitrone oder Rot für Erdbeere. Und das ist keine Einbildung: Unsere Sinnesorgane erfassen unter anderem optische Reize und auch Duft sowie Geschmack von Lebensmitteln. Die gebündelten Reize nehmen wir als Gesamterlebnis wahr. Das bedeutet: Die Farbigkeit von Backwaren und Süßspeisen weckt Erwartungen, die der Geschmack dann auch halten muss. Daher werden Dekorprodukte gerne mit schmackhaften Frucht-, Aroma- oder Eispasten gemischt, um den Geschmack zu intensivieren.

FARBFREUDE – MIT SICHERHEIT

Kunden sind gegenüber Lebensmittelfarben kritischer geworden, seit in der Öffentlichkeit mögliche gesundheitliche Risiken beim Verzehr künstlich hergestellter Azofarbstoffe angesprochen wurden. Es ist wichtig, die Fakten zu kennen, um Kunden entsprechend informieren zu können. In einer klinischen Studie der britischen Universität Southampton wurde 2007 ein möglicher Zusammenhang zwischen der Aufnahme von Azofarbstoffen und Aufmerksamkeitsdefiziten beobachtet. Die europäische Behörde für Lebensmittelsicherheit EFSA konnte 2008 jedoch keinen kausalen Zusammenhang zwischen der Aufnahme der einzelnen Azofarbstoffe und möglichen Auswirkungen auf das Verhalten (Hyperaktivität) bestätigen. Dennoch wurde aufgrund des vorbeugenden gesundheitlichen Verbraucherschutzes bei Verwendung der Azofarbstoffe E 102, 104, 110, 122, 124 und 129 ein Warnhinweis eingeführt: „... kann Aktivität und Aufmerksamkeit bei Kindern beeinträchtigen“.

DIE SCHNELLE KUNST DER DEKORE

Moderne Produkte ermöglichen schnelle und wirkungsvolle Effekte. So wird beispielsweise ein reichhaltiges Sortiment an gebrauchsfertigen Dekorgels für die praktische und zeitsparende Kaltanwendung angeboten. Diese gefrier- und auftaustabilen Gele eignen sich zum Herstellen von Tortenspiegeln mit einer großen Vielfalt an Farben und Geschmacksrichtungen.

Tipp 1: GLÄNZENDE MARMORIERUNG
Beeindruckende Marmoriereffekte entstehen durch Anwendung mehrerer Dekorgels in unterschiedlichen Farbnuancen.

Tipp 2: SCHOKOLADENGLANZ
Mit Schokolade lassen sich hochglänzende Schokoladenspiegel erzielen.

Tipp 3: FRUCHTIGE FARBE
Geschmacklich lässt sich der glänzende Eindruck durch Mischung mit Fruchtfüllungen oder Frucht- und Aromapasten verstärken.

Tipp 4: GLANZ & GLORIA MIT GOLD UND GLITTER
Der ohnehin schon starke Glanz von vielen Dekoren wird durch Mischen mit Gold-, Silber- oder Bronzepuder zusätzlich metallisch-glänzend.

Tipp 5: RUND WIRD BUNT
Donuts erhalten durch Dekorgel und Mischung mit Frucht- und Aromapasten einen farbigen Glanz, beispielsweise mit Erdbeergeschmack. Hierfür sollte das Gel am besten im Wasserbad oder in der Mikrowelle erhitzt werden, da es durch den hohen Zuckergehalt auf dem Herd anbrennen kann.

Tipp 6: FORM & FUNKTION
Die hohe Kunst der plastischen Dekore ist die Herstellung von aufwendigen Verzierungen, die wiederum mit glitzernden Beigaben oder Farben noch individueller sind. So ist die unkomplizierte Herstellung von Zuckerdekoren wie Engelshaar oder Strukturen möglich. Innovative Schokoladenprodukte sind ideal für die Anwendung in Kombination mit Transferfolien für individuelle Beschriftungen, marmorierte oder gestreifte Dekore und plastische Schokoladendekore wie Schleifen, Borken, Röllchen, Sticks und Cigarillos.

© 2018 Dawn Foods

DINKELBACKWAREN
HERAUSFORDERUNGEN VOM FELD BIS ZUM OFEN

Dinkelgebäcke haben sich in den letzten Jahren von einer lokalen Spezialität einzelner Bäckereien zu einer in ganz Deutschland und darüber hinaus verbreitet angebotenen Alternative zu Weizen- und Roggengebäcken entwickelt. Neben guter Bekömmlichkeit und ernährungsphysiologischen Vorzügen ist sicher auch die sehr gute Qualität der Dinkelgebäcke eines der wichtigsten Kriterien für den Siegeszug dieses Urgetreides.

Quelle: © IREKS GmbH

ROHSTOFFKUNDE
Lesezeit 10 Min.

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

DINKEL-VOLLKORNBROT – BROT DES JAHRES

Die GfK-Daten aus dem Jahr 2017 zeigen sehr deutlich, dass die Nachfrage nach Dinkelprodukten steigt. Allein in den Jahren 2013 bis 2017 erhöhte sich die absolute Einkaufsmenge von Dinkelbroten beim Bäcker um knapp 44 Prozent, im Bake-Off-Bereich sogar um knapp 500 Prozent.[3] Und auch im Brotkorb der Deutschen tauchte Dinkelbrot im Jahr 2017 mit einem Anteil von 2,6 Prozent auf.[4]
Somit ist die Entscheidung des Deutschen Brotinstituts auch gut nachvollziehbar, Dinkel-Vollkornbrot zum Brot des Jahres 2018 zu wählen.[5] Dabei waren die positiven Eigenschaften von Dinkel schon im Mittelalter bekannt. Doch aufgrund der im Vergleich zu Weizen schwierigeren Verarbeitung und geringeren Erträge wurde das Getreide im letzten Jahrhundert nur in reduzierterem Umfang angebaut. Erst in den letzten Jahren erlebte es eine Renaissance. Gründe hierfür waren der Wunsch des Verbrauchers nach traditionsreichen Nahrungsmitteln und die sehr guten Dinkel-Gebäckqualitäten.

STUDIEN: EIGENSCHAFTEN VON DINKELSORTEN

In einem groß angelegten dreijährigen Versuch der **Landessaatzuchtanstalt der Universität Hohenheim** wurden insgesamt 160 Sorten Dinkel an drei verschiedenen Standorten Baden-Württembergs angebaut.[6] Obwohl nur wenige Sorten kommerziell eingesetzt werden, schwanken die Qualitäten sehr stark – sowohl bei alten Traditionssorten als auch bei modernen Züchtungen. Allerdings werden laut Studie nach wie vor auch backtechnisch schlechtere Dinkelsorten verwendet. Grund hierfür ist wohl, dass beim Landwirt zunächst vor allem agronomische Gesichtspunkte im Vordergrund stehen. Ziel der Studie war es daher, geeignete indirekte Analyseverfahren zu entwickeln, die gut mit den backtechnischen Eigenschaften korrelieren, um den Akteuren der Getreidekette (Züchter, Händler, Müller und Bäcker) geeignete Schnellmethoden an die Hand zu geben, um die backtechnischen Eigenschaften gut zu charakterisieren. Ergebnis: Rohproteingehalt bzw. Feuchtklebergehalt sind ungeeignet, um Backqualitäten von Dinkelsorten zu beschreiben. Am besten sollen sich der Sedimentationswert und vor allem die Energie im Extensogramm nach 90 bzw. 135 Minuten eignen.
Auch die **Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft** führt jährlich Untersuchungen zu den Eigenschaften von Dinkelsorten durch.[7] Dabei zeigen die Ergebnisse der Untersuchungen ebenfalls, dass der Feuchtklebergehalt der Dinkelsorten keine Korrelation mit dem Volumen der Brote im Rapid-Mix-Test aufweist. Die Sorten mit weichem Kleber (z.B. *Divimar*) weisen trotz eines höheren Feuchtklebergehaltes deutlich niedrigere Backvolumina im Standard-RMT auf. Um geeignete Backqualitäten zu erzielen, ist eine Anpassung der Teigführung und der Rezeptur erforderlich.

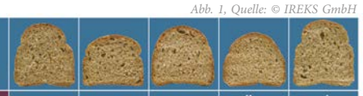
UNTERSUCHUNGEN DER IREKS GMBH

Mehrjährige systematische Untersuchungen der **IREKS GmbH** an kommerziell angebauten sortenreinen Dinkelproben, die geschält und zunächst auf einer Labormühle zu Dinkelmehl 630 vermahlen und dann standardisiert in einem Rezept für Dinkelbrot gegen ein Standard-Handelsdinkelmehl verbacken wurden, haben zu folgendem Ergebnis geführt: Obwohl die mehlanalytischen Parameter es nicht immer erkennen lassen, sind die Teigeigenschaften sowie die backtechnischen Eigenschaften sehr unterschiedlich. Die Backversuche der verschiedenen sortenreinen Mehle wurden durch gleichzeitiges Kneten in baugleichen Knetern unter standardisierten Bedingungen durchgeführt. Um vergleichbare Backergebnisse zu erhalten, müssten auch hier für jede Sorte die Verarbeitungsparameter (Knetzeit, Wasserschüttung) individuell angepasst werden, was in der Praxis sicher zu Problemen führen würde. *(Abb. 1: Unterschiedliche Backergebnisse von Dinkelbroten, hergestellt mit verschiedenen sortenreinen Dinkelmehlen Type 630)*
Dinkel-Handelsmehle bestehen häufig aus einer spezifischen Sortenmischung, mit der die geforderten mehlanalytischen Parameter angepasst werden. Weiterhin werden Handelsmehle zum Teil mit Ascorbinsäure zur Mehlreifung behandelt und zum Teil nicht, was weiter zu deutlichen Unterschieden der Qualität führt, wie in folgendem Backversuch deutlich wird. *(Abb. 2: Vergleich von Dinkel-Handelsmehlen Type 630 verschiedener Mühlen)*
Die mehlanalytischen Parameter lassen erkennen, dass sich auch anhand der Energie im Extensogramm bei Handelsmehlen keine klare Voraussage auf die backtechnischen Eigenschaften treffen lässt. Um zu große Schwankungen bei Dinkelmehlen zu vermeiden, sollten sich Bäckereien mit der Mühle auf die verwendete Sortenmischung einigen und die Menge der verwendeten Ascorbinsäure definieren. Nochmals deutlicher werden die Unterschiede beim Einsatz von Öko-Dinkelmehlen, was der Vergleich der Backergebnisse der beiden Brote zeigt, bei denen lediglich das Öko-Dinkelmehl 630 ausgetauscht wurde. *(Abb. 3: Schwankungen bei Öko-Dinkelmehlen (ausgetauscht wurde lediglich das Öko-Dinkelmehl))*

RECHTLICHE BETRACHTUNG

Um den Verbraucher, der sich bewusst für den Kauf von Dinkelprodukten entscheiden möchte, korrekt zu informieren, werden Dinkelerzeugnisse schon immer im Zutatenverzeichnis auch als solche deklariert. Auch wenn die Herkunft des Dinkels als Unterart von Weizen mit der Änderungsverordnung (EU) 78/2014 zur Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV) präzisiert wurde, so ist Dinkel immer noch eine als Dinkel aufgeführte Bezeichnung im Anhang II der LMIV und kann somit auch als solche weiterhin im Zutatenverzeichnis bestehen bleiben. Eine rechtlich nicht bindende Bekanntmachung der EU-Kommission über die Bereitstellung von Informationen über Stoffe oder Erzeugnisse, die Allergien und Unverträglichkeiten auslösen[8], schlägt hingegen vor, Dinkelrohstoffe künftig im Zutatenverzeichnis nicht mehr als „Dinkel", sondern als „Weizen (Dinkel)" zu bezeichnen, und geht somit weit über die im Gesetzeswortlaut definierte Deklarationsvorgabe hinaus. Ein Verbraucher dürfte sich auch völlig in die Irre geführt fühlen, wenn er Dinkelbackwaren künftig im Zutatenverzeichnis mit „Weizen" deklariert sieht. Er würde selbstverständlich davon ausgehen, dass auch der günstigere Rohstoff Weizen als Zutat verwendet wurde. Dies beeinflusst sicherlich die Kaufentscheidung der Personen, die speziell Dinkelprodukte verzehren wollen. Bei den Personen, die tatsächlich an einer Weizenallergie oder an Weizenunverträglichkeiten wie Zöliakie leiden, kann aufgrund ärztlicher Diagnose und Beratung in Deutschland davon ausgegangen werden, dass eben auch Dinkel gemieden wird.
Nach den Leitsätzen für Brot und Kleingebäck enthalten Dinkelbrote/-brötchen mindestens 90 Prozent Dinkelerzeugnisse. Hierzu gab es im Jahr 2010 Untersuchungen von der Universität Hamburg und dem Hans-Dieter-Belitz-Institut für Mehl und Eiweißforschung, die Weizenanteile in Dinkel bestimmen und quantifizieren konnten.[9] Diese DNA-basierte Methode ist mittlerweile bei Analytiklaboren etabliert. Auch weitere universitäre Projekte beschäftigen sich aktuell mit der Authentizität von Getreide (u. a. auch Dinkel).

Abb. 1, Quelle: © IREKS GmbH



	Standard	Divimar	Filderstolz	Zollern-spelz	Franckenkorn
Feuchtigkeit	13,0 %	12,6 %	12,7 %	13,0 %	13,0 %
Feuchtkleber (ICC 137/1)	38,5 %	43,5 %	40,3 %	45,7 %	35,3 %
Sedimentationswert (ml)	34,0	23,5	38	37	33,5
Fallzahl (sec.)	340	379	357	339	386

Abb. 2, Quelle: © IREKS GmbH

Daten	Mühle 1	Mühle 2	Mühle 3	Mühle 4	Mühle 5	Mühle 6
Feuchtkleber (ICC 137/1)	33,3 %	36,8 %	39,9 %	35,7 %	37,3 %	34,4 %
Fallzahl (sec.)	388	312	353	388	322	425
Energie (nach 135 min.)	56 cm^2	37 cm^2	86 cm^2	107 cm^2	121 cm^2	83 cm^2
Gebäckvolumen (ml/100 g)	332	291	339	355	337	284

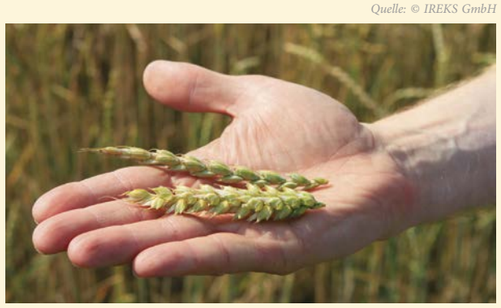
Abb. 3, Quelle: © IREKS GmbH

Mehle einer Mühle	Öko-DM 630 Eingang 1	Öko-DM 630 Eingang 2
Feuchtigkeit	12,4 %	12,3 %
Feuchtkleber (ICC 137/1)	45,5 %	50,3 %
Fallzahl (sec.)	349	381

ZUSAMMENFASSUNG

Die Qualität von Dinkelmehlen hängt stark von der Sorte ab. Am Markt befinden sich jedoch deutlich unterschiedliche Qualitäten. Die Übersetzung der Sorteninformation in mehlanalytische Parameter bei Dinkel ist ein großer Fehler, denn mehlanalytische Parameter allein charakterisieren Dinkelmehle nicht ausreichend. Die Sorteninformation sollte stets erhalten bleiben. Eine Unterscheidung von Dinkel und Weizen ist analytisch heute möglich. Die von der EU-Kommission vorgeschlagene Deklaration von Dinkel als „Weizen (Dinkel)" im Zutatenverzeichnis würde zur Verunsicherung oder gar Täuschung der Verbraucher führen, die sich bewusst für Dinkel entscheiden wollen.

Quelle: © IREKS GmbH



BACKWAREN AKTUELL

FACHMAGAZIN RUND UM BACKZUTATEN

LITERATURANGABEN

Die Zukunft der Ernährung, S. 4-7	
1.	*Korem T et al.: Bread Affects Clinical Parameters and Induces Gut Microbiome-Associated Personal Glycemic Responses. Cell Metab. 2017 Jun 6; 25(6):1243-1253.e5. doi: 10.1016/j.cmet.2017.05.002.*
2.	*Peter Brabeck-Letmathe: Ernährung für ein besseres Leben. Frankfurt 2016, S. 15.*
Dinkelbackwaren: Herausforderungen vom Feld bis zum Ofen, S. 14-15	
3.	*GfK, 13.03.2018, Internorga 2017*
4.	*Brotkorb der Deutschen 2017, Angaben vom Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks*
5.	*Pressemitteilung Deutsches Brotinstitut e.V.*
6.	*PD Dr. F. Longin, M. Sc M. Rapp 2017: Backqualität bei Dinkel und der Zusammenhang zu indirekten Bestimmungsmethoden*
7.	*Diverse Informationen auf http://www.lfl.bayern.de*
8.	*Bekanntmachung der Europäischen Kommission vom 13.07.2017 über die Bereitstellung von Informationen über Stoffe oder Erzeugnisse, die Allergien oder Unverträglichkeiten auslösen und die in Anhang II der Verordnung (EU) Nr. 1169/2011 des Europäischen Parlaments und des Rates betreffend die Information der Verbraucher über Lebensmittel aufgeführt sind. Abschnitt 3.1., Punkt 9.*
9.	*brot+backwaren 4/2010, S. 8-9*

Was steckt in unseren Backwaren?

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

Wissen was schmeckt! ...das steckt in unseren Backwaren

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 www.wissensforum-backwaren.de info@wissensforum-backwaren.de*	*Smolagasse 1 1220 Wien Hotline +43 (0) 810 /001 093 www.wissensforum-backwaren.at info@wissensforum-backwaren.at*
Redaktion:		
Prof. Dr. Bärbel Kniel Sarah Fischer, kommunikation.pur		
Gestaltung:		
Daniel Erke GmbH & Co. KG kommunikation.pur, München		