



Wissensforum Backwaren  
Berlin · Wien



01/21

Foto: © backaldrin

CORONA: ÄNDERUNGEN IM KONSUMVERHALTEN S. 4-5 // FODMAP: IN BACKWAREN GESUND ODER NICHT? S. 6-7 // VEGANE VIELFALT: BEWUSSTE GENIESSER NACHHALTIG BEGEISTERN S. 8-11 // ZEIT FÜR OSTERGEBÄCK S. 12-13 // FASTNACHT ZUM ANBEISSEN: GEBÄCKE AUS DER FETTPFANNE S. 14-17 // NEUES AUS DER WELT DES LEBENSMITTELRECHTS: ETHYLENOXID IN SESAM S. 18-19 //

# BACKWAREN AKTUELL

FACHMAGAZIN RUND UM BACKZUTATEN



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

# BRANCHENNEWS

Liebe Leserinnen und Leser,

das Ernährungsbewusstsein der Bevölkerung ist über die letzten Jahrzehnte stark gestiegen, die Pandemie hat dem keinen Abbruch getan, im Gegenteil. Grund genug hier einmal genauer hinzuschauen. Hanna Neumann befasst sich daher im Einstiegsartikel damit, wie Corona unser Konsumverhalten verändert hat, und spinnt den Bogen weiter hin zu den Potenzialen, die sich für Bäcker daraus ergeben.

Auch die Frage der Verträglichkeit von Brot und Backwaren bleibt ein Dauerthema, FODMAP gelten als mögliche Verursacher für Verdauungsbeschwerden. Doch sind FODMAP wirklich ungesund und wie viel davon ist in Brot und Backwaren eigentlich enthalten? Frau Prof. Dr. Kniel gibt einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung und hilft bei der Einordnung.

Gesundheit und Nachhaltigkeit, zwei sogenannte „Megatrends“, die mit dem gestiegenen Ernährungsbewusstsein einhergehen, bringen auch den Veganismus zunehmend in den Fokus. Eine große Chance für unsere Branche, die von Haus aus mit vielen veganen Produkten punktet und im Bereich der feinen Backwaren mit guten pflanzlichen Alternativen vegane, aber auch flexitarische Käufer überzeugen kann. Die breite Vielfalt an Produkten und Möglichkeiten für Bäcker zeigt der Artikel von Manfred Laukamp.

Das Frühjahr mit Fasching und Ostern ist traditionell die Zeit der Fett- und Ostergebäcke. Welche Bräuche dahinterstehen, wie diese regional geprägt sind und welche Varianten heute daraus entstanden sind, das lesen Sie in den spannenden Beiträgen von Klaus Hilbig und Irene Krauß.

Und damit Sie auch rechtlich immer auf dem Laufenden bleiben, informiert Sie unsere Kolumne „Neues aus der Welt des Lebensmittelrechts“ der meyer.rechtsanwälte diesmal über Ethylenoxid in Sesam – Rückruf oder kein Rückruf, das ist hier die Frage ...

Ich wünsche Ihnen wie immer viel Spaß beim Lesen!

**CHRISTOF CRONE**

Vorsitzender und Geschäftsführer, Wissensforum Backwaren e.V.



## TERMINE DER BRANCHE

**03. – 07. MAI 2021**

DETMOLD – DEUTSCHLAND  
Fortbildungsseminar Getreidetechnologie der AGF  
(Arbeitsgemeinschaft Getreideforschung e.V.)

**18. JUNI 2021**

BERLIN – DEUTSCHLAND  
Festveranstaltung zur Verleihung des Eberhard Paech-Preises

**17. JUNI 2021**

BERLIN – DEUTSCHLAND  
Jubiläumsfeier der Berlin-Brandenburgischen  
Gesellschaft für Getreideforschung

**21. – 22. JUNI 2021**

DETMOLD – DEUTSCHLAND  
Lebensmittelrechtstag für Erzeugnisse aus Getreide  
der AGF (Arbeitsgemeinschaft Getreideforschung e.V.)

### WAS MACHEN SIE DA, HERR SCHMIDT?



**THOMAS SCHMIDT, 59 ...**  
Bäckermeister

... ist seit 2001 als Reisebackmeister für Handwerk und Semi-Industrie bei der Firma DAWN Foods Germany GmbH in Darmstadt tätig und bereist vorrangig die „neuen“ Bundesländer.

„Mein Aufgabengebiet ist es, unseren Kunden neue süße Gebäckideen für ihre Bäckereien, Konditoreien oder Cafés vorzustellen und diese auch in der Produktion erfolgreich umzusetzen. Bei Problemen gebe ich Hilfestellung in der Produktion sowie bei der Ideenfindung für neue Gebäcke, um in den Läden und Filialen die Umsätze zu steigern.

Außerdem führe ich Workshops bei Kunden durch. Zum Beispiel bin ich in der Berufsschule in Gera und arbeite mit dem dritten Lehrjahr als Vorbereitung für ihre Prüfungen zusammen.

Mein Einsatzbereich konzentriert sich auf Großanlagen, wo ich mit diversen Anlagenherstellern im engen Austausch stehe, um meine Kunden bestmöglich zu betreuen und deren Probleme zu lösen. Diese Abwechslung macht meinen Job sehr interessant und birgt immer wieder Herausforderungen. Dabei lerne ich selbst immer wieder hinzu. Zusätzlich unterstütze ich meine Kollegen bei der Entwicklung für neue Trends und Anwendungsideen.“



### KURIOSES DER BRANCHE

Seit dem Beginn der Pandemie inspiriert Corona findige Bäcker zu allerlei kreativen Gebäckvariationen, von Klopapiertorten bis hin zu süßen gebackenen „Viren“. Nun gab es bei einem niederbayerischen Bäcker zu Fasching sogar „geimpfte Krapfen“ im Angebot. Geimpft wurden die Krapfen mit einer Gin-Injektion. Die noch im Krapfen steckende Spritze sorgte für viel Schmunzeln und eine hohe Nachfrage.

Foto: © pixabay/jillWellington



### ZAHL DER BRANCHE

**15 MILLIARDEN EURO ...** betrug der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln im vergangenen Jahr. Dieser ist damit um rund 20% gestiegen. Ein neuer Rekord!



### ZITAT DER BRANCHE

„Im Bereich Social Media kann man als Unternehmen viel richtig, aber auch viel falsch machen. Daher gehört das auf jeden Fall in die Hände von Profis. Wir wissen, dass Facebook, Instagram, Blogs & Co. inzwischen wichtige Kommunikationskanäle sind, die von uns noch zu stiefmütterlich behandelt werden. Auch wenn sowohl einzelne Unternehmen als auch der Verband schon auf verschiedene Weise aktiv geworden sind, streben wir eine weitere Intensivierung und Professionalisierung in diesem Feld an.“

**DR. THORID KLANTSCHITSCH**  
Stellvertretende Vorsitzende Wissensforum Backwaren e.V.,  
Zeelandia GmbH & Co. KG



## FACHARTIKEL

Lesezeit 10 Min.

# CORONA: ÄNDERUNGEN IM KONSUMVERHALTEN

## ... UND WIE BÄCKEREIEN DAVON PROFITIEREN KÖNNEN

**In der Corona-Krise hat sich das Kaufverhalten der Verbraucher sowohl zeitweise als auch nachhaltig geändert. Im Gedächtnis geblieben sind dabei vor allem die Hamsterkäufe von Toilettenpapier sowie eine erhöhte Nachfrage an Produkten zur Vorratshaltung wie Konserven und Mehl. Auch Bäckereien mussten sich diesen neuen Herausforderungen stellen und Strategien entwickeln, um profitabel zu bleiben oder sogar zu profitieren.**

Unter dem Begriff des Kaufverhaltens werden verschiedene Aspekte, die beim Kauf von Waren oder Dienstleistungen durch den Konsumenten eine Rolle spielen, verstanden. Dazu zählen beispielsweise die Wahl der Einkaufsstätte, die Menge und Qualität der gekauften Güter sowie die Auswahl einer Marke beziehungsweise die Markentreue. Das Kaufverhalten wird von den individuellen Eigenschaften des Konsumenten wie Einstellungen und Wissen, aber auch demografischen Merkmalen bestimmt. Zudem gibt es Unterschiede, je nachdem wie wichtig das Produkt für den Konsumenten ist. So gestaltet sich das Kaufverhalten beim Kauf eines Brots anders als beim Kauf eines Notebooks. Neben diesen persönlichen Aspekten sind auch äußere Einflussfaktoren von Bedeutung. Diese Faktoren können sozial, wirtschaftlich

oder situativ bedingt sein. Die Corona-Pandemie ist ein solcher äußerer Einflussfaktor, der Auswirkungen auf die Konsumenten und das Kaufverhalten hat.

### SELBST BACKEN UND VORRATSHALTUNG

Bereits im ersten Lockdown im März und April 2020 wurden Änderungen im Kaufverhalten der Verbraucher besonders in Form der sogenannten Hamsterkäufe deutlich sichtbar. Neben Toilettenpapier, was in dieser Zeit ständig vergriffen war, ist laut einer Nielsen-Untersuchung hervorzuheben, dass in Kalenderwoche 9/2020 der Absatz von Brotbackmischungen im Vergleich zum Vorjahr um 392% gestiegen ist. Konsumenten hatten durch den Lockdown und der damit für viele einhergehenden Kurzarbeit oder das Arbeiten im Home-Office mehr Zeit zur Verfügung und konnten sich vermehrt der Essenszubereitung widmen. An dieser Stelle besteht aus der Sicht der Bundesakademie Weinheim für Bäckereien die Möglichkeit, ihre Kompetenz zu zeigen, indem sie Backtips an ihre Kunden weitergeben oder online kleine Backkurse halten.

Unter dem Pandemie-Einfluss hat sich auch die Nachfrage an Produkten zur Vorratshaltung erhöht. Die Verbraucherpräferenzen haben sich hierbei hin zu verpackten Artikeln mit längerer Haltbarkeit verschoben. Von diesem Trend konnten Bäckereien profitieren, indem sie beispielsweise pasteurisiertes Schnittbrot in handwerklicher Bäcker-Qualität in ihr Sortiment aufgenommen haben. Das verpackte, geschnittene Brot ist lange haltbar und eignet sich somit hervorragend für die hauseigene Vorratshaltung. Für Bäckereien hat dies den Vorteil, dass sich das Brot auf Vorrat produzieren lässt und weniger Retouren garantiert. Eine weitere mögliche strategische Anpassung des



### HANNA NEUMANN

Trade Marketing Managerin bei Zeelandia GmbH & Co. KG, Frankfurt am Main, verantwortlich für digitale Marketingthemen; M.Sc. Ernährungsökonomie und Marketing und langjährige Erfahrung im Presse- und Kommunikationsbereich

Bäcker-Sortiments besteht in der Aufnahme von Toastbrot/Sandwich. Verbraucher suchten vermehrt nach diesen Artikeln vom Bäcker für ein ausgiebiges Sonntagsfrühstück mit der Familie, das in dieser Zeit besonders zelebriert wurde. Pasteurisiert und verpackt im Polybeutel garantiert das Toastbrot/Sandwich eine längere Haltbarkeit und eignet sich auch hervorragend zum Toasten.

### FREQUENTIERUNG DER STANDORTE

Bäckereien mit Standorten in Innenstadtlage, im unmittelbaren Büroumfeld oder an Verkehrsknotenpunkten wie Bahnhöfen mussten mit veränderten Öffnungszeiten reagieren, da die Laufkundschaft eingebrochen ist. Im Kontrast dazu, konnten Bäckereien mit Lage in Wohngebieten oder mit Anschluss an einen Supermarkt einen deutlichen Kundenzuwachs verzeichnen. Dies liegt daran, dass Verbraucher vermehrt von zu Hause arbeiten und somit ihre Einkäufe von frischen Backwaren beim Bäcker um die Ecke erledigen. Zusätzlich erlebten die drei Hauptmahlzeiten, so auch das gemeinsame Abendbrot, im Zuge des Home-Office-Alltags eine Art Renaissance, da ihnen eine strukturgebende Bedeutung zugeschrieben wurde.

Auch sortimentsseitig konnten Bäckereien feststellen, dass Brot stärker als vor der Corona-Krise nachgefragt wurde. Hier empfiehlt es sich für Bäckereien, ihr Brot-Sortiment zu prüfen und margenschwache oder arbeitsintensive Produkte aus dem Angebot zu nehmen. Durch diese Sortimentsstraffung kann der Produktionsprozess effizienter gestaltet werden und der Bäcker kann sich auf das Kerngeschäft fokussieren. Ein Brot-Kalender beispielsweise kann diesen Weg unterstützen, indem er Verbraucher informiert, welches Brot an welchen Tagen verfügbar ist.

*Zusätzlich zu den Änderungen in der Frequentierung der Standorte leiden oder litten Bäckereien zeitweise unter den starken Beschränkungen für die Gastronomie, da sie ihre betriebseigenen Cafés schließen mussten. Dieser Bereich ist bei den meisten Bäckereien eine wichtige Umsatzquelle. Noch deutlicher waren die Einbußen im Konditorhandwerk spürbar, wo der Umsatz im Cafébereich circa die Hälfte des Gesamtumsatzes beträgt. Für diesen Bereich wird prognostiziert, dass eine Erholung erst erfolgen kann, sobald die Beschränkungen aufgehoben werden.*

### TRENDS: LOKAL UND GESUND

Bäckereien profitieren von dem Trend, dass Verbraucher ein größeres Bewusstsein dafür entwickeln, wieder mehr lokal einzukaufen und somit Geschäfte in ihrer Nähe zu unterstützen. Es wird dabei beobachtet, dass Verbraucher verstärkt „vergessene“ Geschäfte wie den Bäcker oder Metzger wiederentdecken und dort ihre Einkäufe erledigen. Dabei erfährt das Ernährungshandwerk eine gestiegene Wertschätzung von Verbrauchern, da es einen wichtigen Beitrag zur Versorgung der Bevölkerung mit regionalen, wertigen Produkten leistet. 83% der Verbraucher geben laut dem aktuellen Ernährungsreport des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft an, dass es ihnen „(sehr) wichtig ist, dass ein Lebensmittel aus der Region kommt“. Bäckereien können hierbei durch ihren lokalen Direktverkauf der Artikel punkten. Zudem rückt der Gesundheitswert von Produkten in den Vordergrund: 90% finden eine gesunde Ernährung wichtig. Dabei steigt auch das Interesse an Lebensmitteln mit einem sogenannten „Health Benefit“. Eine Antwort darauf können Bäckereien geben, indem sie innovative Produkte mit Zusatznutzen in ihr Sortiment aufnehmen. Gefragt sind hierbei beispielsweise Produkte, die eine wichtige, pflanzliche Proteinquelle darstellen und/oder hohe Gehalte an Ballaststoffen aufweisen.

### ONLINE GEWINNT

Bei einer Studie des Marktforschungsinstituts appinio gaben 60% der Befragten im Dezember an, durch die Corona-Pandemie mehr online zu kaufen als vorher. Diese Erkenntnis eröffnet auch Chancen für Bäckereien im Bereich der Digitalisierung. Potenzial bieten hier die Einführung von digitalen oder kontaktlosen Zahlungssystemen oder auch Konzepte für Onlineshops, bei denen Bäckereien ihre Backwaren zusätzlich online zur Abholung oder zur Lieferung anbieten können. In diesem Bereich haben sich einige Tools etabliert, die diese Dienstleistung möglich machen: entweder als separater Onlineshop über die eigene Webseite oder über Plattformen, die wie Online-Marktplätze funktionieren wie „Bapacho – Dein lokaler Bäcker online“. Hier haben Bäckereien die Möglichkeit, ihre Produkte in ihrem eigenen Shop online zur Abholung (Click and Collect) oder Lieferung anzubieten und können von Verbrauchern, die sich gerade in der Nähe befinden, über die Standortfunktion der gleichnamigen App gefunden werden. Dies hat für Bäckereien den Vorteil, dass sie aufgrund der höheren Reichweite und Sichtbarkeit neben ihren Stammkunden auch Neukunden erreichen können. Online-Lösungen bieten Bäckereien die Möglichkeit, sich digitaler aufzustellen, Umsatzeinbußen abzufedern und auch die Wartezeit für Kunden zu verringern.

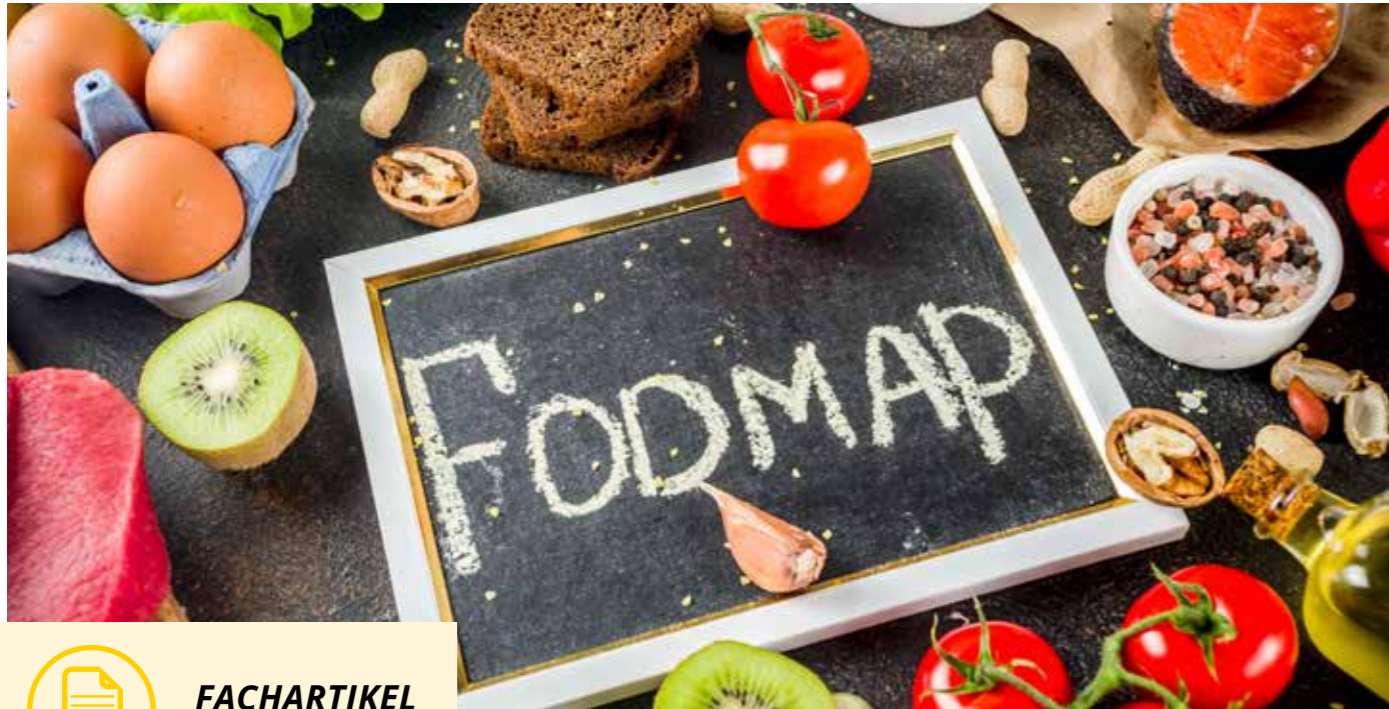
### ZUSAMMENFASSUNG

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Kaufverhalten der Verbraucher im Hinblick auf Brot und Backwaren sind vielfältig. Während viele Betriebe unter dem Wegfall der Laufkundschaft in Innenstädten und an Bahnhöfen und der Schließung der Café-Bereiche leiden, können Bäckereien in Wohngebieten vom Home-Office-Alltag profitieren und neue Kunden hinzugewinnen. Im Zuge der Pandemie ist die Wertschätzung für lokale, handwerklich hergestellte Produkte gestiegen und die Verbraucher entdecken „den Bäcker um die Ecke“ wieder für sich. Auch das Thema Vorratshaltung hat an Bedeutung gewonnen – ein wichtiges Stichwort für Bäcker: pasteurisieren.

Eine zentrale Entwicklung, die durch die Pandemie massiv beschleunigt wurde, ist die zunehmende Digitalisierung und der Anstieg des Online-Handels – auch im Lebensmittelbereich. Hier sind die Themen kontaktlose Bezahlsysteme und Online-Shop als Herausforderungen, aber eben auch Chance, zu nennen. Insgesamt ist festzuhalten: Trotz all der Beschränkungen und Entbehrungen bietet sich für Bäckereien in dieser Zeit an der einen oder anderen Stelle die Möglichkeit, ihr Geschäft weiterzuentwickeln, neue Kunden zu gewinnen und aktuelle Trends zu besetzen.

Pasteurisiertes Schnittbrot in handwerklicher Bäcker-Qualität  
Foto: © Zeelandia





**FACHARTIKEL**  
Lesezeit 10 Min.

## FODMAP IN ALLER MUNDE

### IN BACKWAREN GESUND ODER NICHT? FORSCHUNGSERGEBNISSE GEBEN DARÜBER AUSKUNFT

**FODMAP sind natürliche Bestandteile vieler Lebensmittel, insbesondere von Obst und Gemüse. Für die meisten Menschen sind sie gesundheitlich vorteilhaft, da sie zur Versorgung mit Ballaststoffen beitragen. Sie werden allerdings von einem Teil der Bevölkerung nicht vertragen, was sich in dem sogenannten Reizdarmsyndrom äußert. Auch Getreide wie Weizen und Roggen enthalten FODMAP. Doch wie sieht es bei den damit hergestellten Backwaren aus? Die Antwort lautet: Es kommt ganz darauf an.**

Unter FODMAP werden bestimmte Kohlenhydrate (fermentierbare Oligo-, Di- und Monosaccharide und Polyole) verstanden. Dazu zählen Mono- und Disaccharide wie Fructose und Lactose, Zuckeralkohole wie Mannit und Sorbit sowie die Gruppe der höhermolekularen Oligosaccharide wie beispielsweise Fructane, die den Ballaststoffen zugerechnet werden.

Der Verzehr von FODMAP ist für die meisten Menschen vorteilhaft, da sie zur Versorgung mit Ballaststoffen beitragen. In den letzten Jahren wurde aber zunehmend bekannt, dass sie bei circa 7% der Bevölkerung zur Entwicklung des Reizdarmsyndroms, einer gastrointestinalen Fehlfunktion, führen [1]. Die Betroffenen können FODMAP im Dünndarm nicht abbauen und resorbieren. So gelangen sie in den Dickdarm und sind dort osmotisch aktiv, das heißt, sie ziehen Wasser an. Zusätzlich werden sie von Bakterien der Darmflora im Dickdarm unter Gasbildung fermentiert. Das äußert sich in Symptomen wie Durchfall, Bauchschmerzen oder Blähungen. Diesen Personen wird eine FODMAP-arme Ernährungsweise nahegelegt. Dazu gibt es verschiedene Empfehlungen, eine davon ist, dass die Aufnahme von 0,3 g FODMAP pro Kilogramm Körpergewicht nicht überschritten werden sollte [2].

#### FODMAP IN GETREIDE

Getreidearten wie Weizen und Roggen enthalten ebenfalls FODMAP und sind daher in Zusammenhang mit dem Reizdarmsyndrom in die Diskussion geraten. Es handelt sich hierbei vor allem um Oligosaccharide wie Fructane und Raffinose. Sie sind hauptsächlich in den

Außenschichten des Weizenkorns enthalten. Bei der Vermahlung zu Auszugs-/Typenmehlen werden sie deutlich abgereichert, in der Kleie dagegen angereichert. Weizenvollkornmehle, die alle Bestandteile des Getreidekorns enthalten, weisen daher höhere FODMAP-Gehalte auf als Auszugsmehle [2]. Roggen enthält im Vergleich zu Weizen mehr FODMAP. Wie bei Weizen sind sie in der Roggenkleie mit höheren Gehalten vertreten als in den Roggenauszugsmehlen.

#### FORSCHUNGSBEDARF BEI BACKWAREN

Nun werden Getreide und Getreidemahlerzeugnisse meistens nicht als solche verzehrt, sondern in Form der daraus hergestellten Backwaren. Es ist bekannt, dass FODMAP während der Teigfermentation durch Mikroorganismen verstoffwechselt und abgebaut werden können. Zu diesen zählen die Bäckerhefe *Saccharomyces cerevisiae* und auch Mikroorganismen im Sauerteig. Die Forschung beschäftigt sich nun mit der Frage, welche FODMAP-Gehalte in Gebäcken, vorrangig in Weizen- und Roggenbrot, tatsächlich vorliegen und wie sie beeinflusst werden können. Dabei konzentrieren sich die Forschungsvorhaben derzeit auf folgende Einflussgrößen:

- Zeitdauer der Fermentation beziehungsweise der Teigführung (kurz versus lang)
- Vollkornbrote im Vergleich zu Broten, die mit Auszugsmehlen hergestellt werden
- Sauerteigführung versus reine Hefeteigführung

Zwei aktuelle Studien von Longin et al. [1] und Sciorba et al. [2] sind dabei von besonderem Interesse. Die Ergebnisse sollen im Folgenden zusammengefasst werden. Wichtig für die Interpretation und die Schlussfolgerungen ist die Anmerkung, dass es Unterschiede im Versuchsdesign und in den Untersuchungsmethoden gibt, die dann auch zu teilweise abweichenden Resultaten führen. Das Studium der entsprechenden Publikationen kann allen Interessierten nur empfohlen werden.

#### STUDIE VON LONGIN ET AL.

Die Wissenschaftler haben Weizenvollkornbrote aus 21 Weizensorten mit verschiedenen Backtechniken hergestellt und auf den Anteil an FODMAP untersucht. Dabei nutzten sie für den Bäckeralltag geeignete Rezepte und verglichen Brote, für die der Teig entweder 110 Minuten oder 2 Stunden geruht hatte.

#### ZUSAMMENFASSUNG

Die bisherigen Forschungsergebnisse zeigen, dass, von sehr kurzen Teigführungen abgesehen, längere Führungszeiten zu einer Reduzierung der FODMAP-Gehalte beitragen. Während Weizenbrote, hergestellt aus Auszugsmehlen, wenig FODMAP enthalten, ist dies bei Roggenbrot und Weizenvollkornbrot mit herkömmlichen Herstellungsprozessen nicht der Fall. Der Einsatz von Sauerteigen führt zu einer Verschiebung der FODMAP-Zusammensetzung, nicht jedoch zu einer Reduzierung. Da der Verzehr von Roggenbrot und insbesondere Vollkornbrot vorteilhaft für die Ernährung der meisten Menschen ist, sollten diese Brote dennoch auch weiterhin einen hohen Stellenwert im Speiseplan einnehmen.

Unabhängig von der Länge der Teigführung haben sich die FODMAP-Anteile vom Mehl zum Brot um mehr als 65 % verringert. Nach 25 Stunden waren die Werte kaum geringer. Denn bei einer verlängerten Teigführung muss die Aktivität der Hefe reduziert werden, damit das für das Backen wichtige Getreideeweiß nicht zu sehr geschädigt wird. Dazu wurde die Hefemenge reduziert und der Teig gekühlt. Mit einer geringeren Aktivität der Hefe sinkt aber auch der Abbau der FODMAP.

In den 42 Studienbrot waren im Durchschnitt 0,22 g FODMAP pro 100 g Frischgewicht (2 bis 3 Scheiben) nachweisbar. Im Vergleich zu Fruchtsäften und Früchten ist das sehr wenig. Alle Brote waren danach für eine FODMAP-arme Ernährung geeignet.

Die Autoren weisen auf frühere Studien hin, in denen festgestellt wurde, dass bei noch kürzeren Teigführungen von circa 1 Stunde kaum ein Abbau von FODMAP stattfindet.

Es wurde auch gefunden, dass die Weizensorten deutlich unterschiedliche FODMAP-Gehalte aufweisen, sie lagen zwischen 0,85 % und 2 % bezogen auf Trockenmasse. Interessant war auch die Feststellung, dass Dinkel und Einkorn mehr FODMAP enthalten als Weizen.

#### STUDIE VON SCIORBA ET AL.

In dieser Studie wurden die Möglichkeiten einer FODMAP-Reduzierung untersucht, wobei realistische Herstellungsmethoden, wie sie in Backbetrieben zur Anwendung kommen, ausgewählt wurden. Ziel war es, vermarktungsfähige Weizen- und Roggenbrote herzustellen. Untersucht wurden der Einfluss einer verlängerten Teigführung und der Einsatz von Sauerteig. Die Ergebnisse zusammengefasst:

- Eine verlängerte Teigführung bewirkte eine Verringerung der FODMAP-Gehalte.
- Bei Verwendung von Sauerteig wurden FODMAP nicht reduziert, allerdings veränderte sich die FODMAP-Zusammensetzung: weniger Fructane, dafür mehr Mannit.
- Weizenbrote aus Auszugsmehlen wiesen einen niedrigen FODMAP-Gehalt auf und erfüllten die Kriterien für eine FODMAP-arme Ernährung.
- Das Vorkommen von FODMAP in Roggen- und Weizenvollkornbrot war unabhängig von der Prozessführung hoch.

Insgesamt wurde die Herstellung von FODMAP-armen Roggenbrot als größte Herausforderung identifiziert.



#### PROF. DR. BÄRBEL KNIEL

Vorstand biotask AG, Esslingen, Dienstleistungsunternehmen für die Getreidekette – Untersuchung und Beratung.  
Redaktionsmitglied von *BACKWAREN AKTUELL*




**FACHARTIKEL**

Lesezeit 15 Min.

## VEGANE VIELFALT

### BEWUSSTE GENIESSER NACHHALTIG BEGEISTERN

Deutschland isst mehr und mehr vegan. Ein aufblühender Megatrend, der sowohl durch Veganer als auch durch Vegetarier und Flexitarier getrieben wird, und der sich zunehmend im Angebot von Lebensmitteleinzelhandel und Discount widerspiegelt. Auch bei Backwaren. Der ideale Zeitpunkt für Handwerksbäcker, sich mit veganer Vielfalt im wachsenden Wettbewerbsumfeld zu positionieren und so die Weichen zu stellen für die Gewinnung neuer Zielgruppen und für ein nachhaltiges Zusatzgeschäft.





Bislang gibt es in Europa keine rechtlich verbindlichen Vorgaben für die Kennzeichnung von Lebensmitteln als „vegan“. In Deutschland hat die Verbraucherschutzministerkonferenz der Länder auf ihrer Sitzung vom 22. April 2016 folgende Definition auf den Weg gebracht:

Vegan sind Lebensmittel, die keine Erzeugnisse tierischen Ursprungs sind und bei denen auf allen Produktions- und Verarbeitungsstufen keine

- Zutaten (einschließlich Zusatzstoffe, Trägerstoffe, Aromen und Enzyme) oder Verarbeitungshilfsstoffe oder
- Nicht-Lebensmittelzusatzstoffe, die auf dieselbe Weise und zu demselben Zweck wie Verarbeitungshilfsstoffe verwendet werden,

die tierischen Ursprungs sind, in verarbeiteter oder unverarbeiteter Form zugesetzt oder verwendet worden sind.

Hinter dieser sachlichen Definition verbirgt sich ein hochemotionaler Trend. Denn Verbraucher, die sich für den veganen Lifestyle entscheiden, tun dies verschiedenen Marktforschungsergebnissen zufolge größtenteils aus ethischen und gesundheitlichen Gründen. So haben die Marktforscher FMCG Gurus in ihrer Erhebung „Bakery 2019“ vier Hauptgründe für die vegetarische/vegane Ernährung identifiziert:

-  **UMWELT (61 PROZENT)**
-  **GESUNDHEIT (58 PROZENT)**
-  **RESSOURCEN (27 PROZENT)**
-  **TIERWOHL (26 PROZENT)**

Weitere Quellen bestätigen dies und weisen darüber hinaus auf Unterschiede innerhalb der Konsumenten veganer Lebensmittel hin: Während Veganer und Verbraucher zwischen 18 und 24 Jahren besonders großen Wert auf Ethik und Tierschutz legen, messen viele über 35-Jährige insbesondere dem Gesundheitsaspekt eine große Bedeutung bei.

Schaut man sich die vier Top-Gründe für eine vegane/vegetarische Ernährung genauer an, ist das Tierwohl das populärste Anliegen, um auf Zutaten tierischen Ursprungs zu verzichten. Es lohnt sich aber auch, die anderen Motivationsgründe näher zu beleuchten. So sind etwa Umweltthemen, Fragen der Welternährung und einer gerechten Verteilung vorhandener Ressourcen Themen, die schon vor etwa einem Jahrzehnt aufkamen und seitdem mehr und mehr Menschen beschäftigen.

Nachhaltigkeit ist inzwischen in allen Bevölkerungsschichten angekommen und hat sich zu einer gesamtgesellschaftlichen Diskussion auf allen Ebenen entwickelt. Dies spiegelt sich etwa im wachsenden Interesse an erneuerbaren Energien, in der rasanten Entwicklung bei Hybrid- und E-Autos und eben auch einem veränderten Ernährungsbewusstsein wider.

### BREITE ZIELGRUPPE – NACHHALTIGE BEWEGUNG

Insgesamt ernährt sich laut Angaben der beiden Unternehmen FMCG Gurus und Deloitte ein Viertel aller deutschen Konsumenten zeitweise vegan. Die größte Gruppe davon bilden mit 21 Prozent die Flexitarier, Menschen, die tierische Produkte regelmäßig durch vegane Alternativen ersetzen. Hinzu kommen 3 Prozent Vegetarier, die in ihrer Ernährung auf Fleisch- und Fischprodukte verzichten, sowie 1 Prozent Veganer, die sämtliche Produkte tierischen Ursprungs vermeiden. Dabei ist die vegane Ernährung besonders attraktiv für die Generation Z und für Millennials, also für Konsumenten zwischen 16 und 34 Jahren, deren Werte und Wünsche nicht nur die gesellschaftliche Diskussion, sondern auch den Lebensmittelmarkt noch lange prägen werden.

Vegan ist somit alles andere als eine kurzfristige Modeerscheinung. Es handelt sich dabei auch um mehr als einen Trend. Es ist eine Bewegung, die sich nicht aufhalten lassen wird und so nachhaltige Wachstumschancen bietet.

Verstärkt werden die öffentliche Wahrnehmung pflanzenbasierter Ernährung und die damit verbundenen Umwelt-, Gesundheits- und Tierschutzaspekte durch prominente Veganer wie etwa Profisportler und Musikstars. Und auch Organisationen, Events und Berichte in reichweitenstarken Medien tragen dazu bei – in Deutschland, Europa

und weltweit. Zwei Beispiele: Die Nichtregierungsorganisation ProVeg setzt sich laut eigener Aussage dafür ein, „das globale Nahrungsmittelsystem zu transformieren“, und arbeitet gemeinsam mit verschiedensten Partnern daran, „den weltweiten Übergang zu einer Gesellschaft und Wirtschaft zu unterstützen, die weniger von der Tierhaltung abhängig und nachhaltiger für Menschen, Tiere und den Planeten sind“. Die Kampagne Veganuary ruft jährlich dazu auf, im Januar eine rein pflanzliche Ernährung auszuprobieren. Sie verzeichnet seit 2014 mehr als eine Million Teilnehmer aus 192 Ländern weltweit und wirkt sich zudem auf das Marktgeschehen aus. Denn auch Branchengrößen aus Systemgastronomie, Drogerie und Discount beteiligen sich und bringen anlässlich des Veganuary regelmäßig neue vegane Produkte und Menüs auf den Markt.

### DER LEH LEBT ES VOR

Doch auch unabhängig von einzelnen Initiativen hat das Thema „Vegan“ in Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und Discount längst Einzug gehalten – und somit im unmittelbaren Wettbewerbsumfeld des Bäckerhandwerks. Vegetarische und vegane Produkte haben sich fest in den Sortimenten etabliert und sind aus den Regalen nicht mehr wegzudenken. Das Angebot ist breit gefächert und reicht von Alternativen zu Fleisch, Wurst, Käse und Milch über TK- und Fertiggerichte sowie Schokolade und Weingummi bis hin zu Backmischungen und Feinen Backwaren. Dabei wird der Verzicht auf tierische Zutaten meist prominent ausgelobt. Ein zusätzlicher Erfolgsfaktor, auch bei Backwaren, denn schon heute achten im Schnitt circa 20 Prozent der Verbraucher in Deutschland darauf, ob Produkte dieser Kategorie als „vegan“ gekennzeichnet sind (FMCG Gurus, März 2020).

Neben der wachsenden Awareness spricht das große Wertschöpfungspotenzial ebenfalls für das Angebot veganer Lebensmittel. Der LEH zeigt, wie es geht. Das sollten sich auch Handwerksbäcker nicht entgehen lassen.

In den vergangenen Jahren wurden zudem Auszeichnungen und Rankings ins Leben gerufen, die Interessierte bei der Wahl von Einkaufsstätte und Hersteller unterstützen sollen. So vergibt etwa die Tierrechtsorganisation PETA jährlich den „Vegan Food Award“ in verschiedenen Kategorien und die Albert Schweitzer Stiftung verglich



im Rahmen ihres „Vegan-Rankings“ 2019 bereits zum dritten Mal Lebensmittel-Einzelhändler im Hinblick auf ihr veganes Angebot und die dazugehörige Kommunikation und ermittelte so die vegan-freundlichsten Supermärkte und Discounter in Deutschland.

## VEGAN WÄCHST

Neben dem Blick in die Supermarktregale bestätigen auch die Marktforscher von Mintel das rasante Wachstum veganer Produkte. Die Zahlen der Mintel GNPD Analysis vom März 2020 attestieren einen EU-weiten Trend zu veganen Lebensmitteln – mit Deutschland als Spitzenreiter: Mit mehr als 8.000 veganen Produktneueinführungen über alle Lebensmittelkategorien hinweg lag Deutschland im Beobachtungszeitraum von 2015 bis 2019 EU-weit vorn. Mit klarem Abstand folgten Großbritannien (6.973), Frankreich (2.436) und Spanien (2.087).

Mit Blick auf die Kategorie „Backwaren“ befinden sich europaweit „Backzutaten & Mixe“, „Kekse“ sowie „Brot & Brotprodukte“ unter den Top-10 der Lebensmittelkategorien, in denen von 2015 bis 2019 die meisten veganen Neuprodukte eingeführt wurden – mit jährlichen Wachstumsraten von circa 30 Prozent. Insgesamt bestätigten die Marktforscher über alle Gebäckkategorien hinweg einen EU-weiten Trend hin zu vegan. Auch hier erfolgten die meisten veganen Produktneueinführungen in Deutschland, mit 881 veganen von insgesamt 7.635 Neuprodukten. Es folgten Großbritannien (766) und, mit deutlichem Abstand, Italien (315). Neueste Mintel-Daten von Juli 2020, die einen Zeitraum bis Mitte 2020 berücksichtigen, zeigen zudem, dass der Trend sich fortsetzt und die Anzahl veganer Produktneueinheiten im Backwaren-Bereich weiter steigt.

## CHANCEN FÜR HANDWERKSBACKER

Angesichts der steigenden Zahlen von Flexitariern, Vegetariern und Veganern, dem damit verbundenen Anstieg der Nachfrage nach veganen Produkten und der bereits erfolgten Verankerung des Themas in LEH und Discount ist jetzt der ideale Zeitpunkt für Handwerksbäcker, den Trend zu veganer Ernährung aufzugreifen. Sie haben die Chance, sich als lokaler beziehungsweise regionaler Anbieter veganer Gebäcke über alle Kategorien hinweg zu positionieren und ihr

Geschäft so modernen Ernährungsbedürfnissen entsprechend anzupassen. Mit dem Angebot veganer Vielfalt in Top-Handwerksqualität lassen sich ernährungsbewusste Kunden begeistern. So werden sie zu Stammkunden und der Bäcker behauptet sich langfristig und erfolgreich im wachsenden Wettbewerbsumfeld veganer Angebote.

*„Dabei sind vegane Gebäcke als attraktive Ergänzung des bestehenden Sortiments zu sehen. Sie sollen es beleben und Talk-Abouts schaffen, die Kunden anziehen. Damit dies optimal gelingt, ist konzeptionelle Vielfalt im veganen Sortiment essenziell.“*



Im Bereich Brot/Brötchen ist diese größtenteils schon gegeben, denn viele Rezepturen für herzhaftes Gebäck enthalten per se keine tierischen Zutaten. Anders im Bereich der Feinbäckerei. Hier stehen klassischerweise Molkereiprodukte, Honig und Eier auf der Zutatenliste zahlreicher Spezialitäten – Lebensmittel, die Veganer von ihrer Speisekarte gestrichen haben. Es bedarf daher Alternativen, die gleichzeitig den Anforderungen einer rein pflanzlichen Ernährung und den hohen Qualitätsansprüchen handwerklich hergestellter Gebäcke gerecht werden.

Ein Pluspunkt für den Handwerksbäcker: Obwohl er mit rein veganen Rezepturen unter Umständen komplettes Neuland betritt, kann er Gebäcke herstellen, die seinem klassischen Kompetenzfeld entsprechen. Denn auch Klassiker wie Bienenstich oder Schwarzwälder Kirschtorte lassen sich mit den passenden Produktlösungen vegan herstellen. Vorsicht walten lassen sollten Bäcker lediglich bei der Namensgebung. Denn die veganen Varianten entsprechen teilweise nicht den Leitsätzen für Feine Backwaren und müssen daher anders heißen. Das führt zwar unter Umständen zu einem zusätzlichen Erklärungsbedarf seitens der Verkaufskräfte, bietet aber auch viel Freiraum für Kreativität und somit zusätzliches Differenzierungspotenzial.

Foto: © CSM



Foto: © CSM

## GANZHEITLICHE KOMMUNIKATION

Neben der Vielfalt ist auch eine ganzheitliche Kommunikation wichtig für Erfolg mit veganen Gebäcken. Und die beginnt bei den Mitarbeitern. Bevor die neuen Kreationen ins Sortiment aufgenommen werden, sollten Unternehmer im Bäckerhandwerk ihre Backstuben- und Verkaufsteams umfassend über das Thema „Vegan“ informieren und für eine positive Grundstimmung sorgen: Was bedeutet „vegan“ eigentlich? Wer interessiert sich dafür? Schmeckt das überhaupt? Und wie wollen wir die veganen Gebäcke in unser bestehendes Angebot integrieren?

Je nach Standort, Fokus und Kundenstruktur können sich hier verschiedene Herangehensweisen als sinnvoll erweisen. So hat die vegane Bewegung ihren Schwerpunkt (noch) großteils in urbanen Umfeldern, sodass es sich für Bäckereien mit städtischen Verkaufsstellen gegebenenfalls besonders lohnen kann, ihr veganes Sortiment in

den Fokus zu rücken. Doch auch in ländlichen Gegenden interessieren sich mehr und mehr Menschen für vegane Alternativen. Der Anspruch an die Verkaufsteams steigt somit bundesweit.

Für eine effektive Kommunikation zum Kunden sollten Handwerksbäcker ihre veganen Spezialitäten gut sichtbar ausloben und über verschiedene Kanäle auf ihr Angebot hinweisen. Dazu eignen sich klassische Werbemittel wie zum Beispiel Gebäckestecker und Plakate für die Sichtbarkeit im Laden ebenso wie Hauswurfsendungen oder Social-Media-Posts, um potenzielle Kunden dort abzuholen, wo sie sich auf dem Laufenden halten und austauschen – auch über die neuesten veganen Köstlichkeiten aus „ihrer“ Handwerksbäckerei.



### MANFRED LAUKAMP

Director Activation Ingredients, verantwortlich den Marketing-Services-Bereich von CSM (Bremen) für die Regionen Central und East.

## ZUSAMMENFASSUNG

Deutschland isst mehr und mehr vegan. Ein aufblühender Megatrend, der sowohl durch Veganer als auch durch Vegetarier und Flexitarier getrieben wird – mit insgesamt 25 Prozent der deutschen Gesamtbevölkerung eine breite Zielgruppe. In den Sortimenten von LEH und Discount spiegelt sich die steigende Nachfrage nach Lebensmitteln ohne tierische Zutaten bereits wider. Vegetarische und vegane Produkte haben sich etabliert, sind aus den Regalen nicht mehr wegzudenken und offenbaren ein großes Wertschöpfungspotenzial. Auch bei Backwaren.

Jetzt ist daher der ideale Zeitpunkt für Handwerksbäcker, sich mit veganer Vielfalt im wachsenden Wettbewerbsumfeld zu positionieren und so die Weichen zu stellen für die Gewinnung neuer Zielgruppen und ein nachhaltiges Zusatzgeschäft. Um die Potenziale bestmöglich zu nutzen, sollten Bäcker eine trendgerechte vegane Vielfalt anbieten. Dabei können sie optimal bei Gebäcken ansetzen, deren Herstellung mit herkömmlichen Rezepturen ihrem klassischen Kompetenzfeld entspricht. Denn auch Gebäckklassiker lassen sich mit den passenden Produktlösungen vegan herstellen.

Ebenfalls essenziell für Erfolg mit veganen Gebäcken ist eine ganzheitliche Kommunikation nach innen und außen. Es gilt, die Backstuben- und Verkaufsteams zu informieren und zu motivieren. Gleichzeitig sollte ein Fokus auf Präsentation und Vermarktung liegen. Denn nur, wenn alles stimmt, lassen sich (Neu-)Kunden nachhaltig für das vegane Gebäcksortiment begeistern.

Foto: © CSM





## PRODUKTKUNDE

Lesezeit 10 Min

# ZEIT FÜR OSTERGEBÄCK

WENN SICH HASE UND HENNE AUS SÜSSEN TEIGEN EIN STELLDICHEIN GEBEN

Neben Weihnachten ist Ostern ein weiteres christliches Fest, bei dem süßes Gebäck seit jeher eine wichtige Rolle spielt. Es gehört dazu wie das sprichwörtliche Salz in der Suppe. Heute reicht das vielseitige Angebot in Bäckereien und Konditoreien sowie im Lebensmitteleinzelhandel von klassisch-traditionell bis trendy-inspirativ.

### DER URSPRUNG

Die Geschichte der Ostergebäcke reicht bereits so lange zurück wie es das Fest an sich gibt. Einige Bräuche und Symbole, die wir Ostern zuordnen, sind sogar heidnischen Ursprungs beziehungsweise stammen aus vorchristlicher Zeit. So gab es den Hasen und das Ei bereits im alten Ägypten. Hier galt der Hase in der Mythologie als Sinnbild für die Fruchtbarkeit. Deswegen wurden gerade ihm die Ostereier „untergeschoben“.



### KLAUS HILBIG

Gelernter Konditormeister mit langjähriger Erfahrung in der Bäckerei und Konditorei. Seit 1988 ist er Anwendungsberater bei der Martin Braun KG und fachlicher Ansprechpartner für das gesamte Gebäcksortiment.

Als Fruchtbarkeitssymbol galt und gilt der Hase nach wie vor auch bei vielen Naturvölkern. Kunstvoll bemalte Eier tauchten erstmals bei den Babyloniern auf. Sie stellten ein wertvolles Geschenk bei den Frühlingsfesten dar. Einen entsprechend hohen Stellenwert hatte das Ei auch in den alten ägyptischen Dynastien sowie im Persischen Großreich. In Europa steht das Ei als Symbol für das wiederkehrende Leben. Jahrhundertalte Bräuche rund um das Ei werden in unserem Kulturkreis heute noch gepflegt. Angefangen beim Färben von Eiern – in Bunt oder ausschließlich in Rot als Erinnerung an das vergossene Blut Christi – über das Eiersuchen bis hin zum Osterfeuer, das den Winter und die kalten Tage vertreiben soll.

Sehnsüchtig wurde das eigentliche Fest erwartet, dem eine vierzig-tägige strikte Fastenzeit vorausging, wie es heute noch in einigen europäischen Ländern Tradition ist. Man begnügte sich mit dem ursprünglichsten aller Gebäcke, einem schlichten Fladen, der auch Apostelbrot genannt wurde. Heute hat sich das Apostelbrot zu einem richtigen Kuchen gemausert, mit einem feinen Guss aus Eiern, Zucker und Zimt, belegt mit Rosinen und Mandeln.

### DAS ANGEBOT HIER UND HEUTE

Wie auch beim Weihnachtsangebot läutet der Lebensmitteleinzelhandel die Ostersaison sehr früh ein, um den Verbraucher schon vor dem Fest mit süßen Leckereien zu verwöhnen. Ganze Kompanien von Osterhasen aus Vollmilchschokolade, Marzipanküken und Eier aus Marzipan und Schokolade jeglicher Couleur sowie all die anderen doch so typischen Süßigkeiten belagern die Regale. Ursprünglicher und individueller dagegen ist das Angebot in Bäckereien und Konditoreien. In Regionen mit eigenen traditionellen Gebäcken sind diese

obligatorisch. In Norddeutschland ist dies beispielsweise der Friesische Osterkuchen, eine Spezialität mit säuerlichen Äpfeln, Rosinen, gerösteten Haselnüssen und Mandeln. Im Niederrheinischen ist der Osterfladen aus Hefeteig ein Muss. Im Osten der Mecklenburgische Osterkranz und im Süden der Republik die Bayerischen Osterlaibchen.

### DAS OSTERLAMM - KLASSIKER UND EVERGREEN

Als absoluter Spitzenreiter unter den Ostergebäcken ist das Osterlamm zu nennen. Es ist überregional bekannt und beliebt und gleichzeitig das traditionellste aller deutschen Ostergebäcke überhaupt. Hübsch dekoriert entpuppt es sich zu einer attraktiven Geschenkidee, bei der nicht nur Kinderherzen höherschlagen. Das Lamm als solches spielt bereits in der christlichen Mythologie eine große Rolle. In Erinnerung an das biblische Opferlamm wurden im Mittelalter Gildebrote in Form eines Osterlammes gebacken und es ist das Pendant zum Stollen, der zu Weihnachten das Christkind in weißen Windeln symbolisiert. Das Lamm hat eindeutig christlichen Ursprung. Zum Backen von typischen Formgebäcken wie dem Osterlamm, Hahn, Henne oder Küken, gibt es spezielle dreidimensionale Backformen aus Metall oder Ton. Als ideale Gebäcksmasse hierfür dienen Biskuit-, Wiener- oder Sandmassen. Die Massen werden mit einem Spritzbeutel und großer Lochtülle in die gefetteten und bemehlten Formen circa dreiviertelvoll gefüllt. Nach dem Backen sind sie sofort aus den Formen zu lösen. Anschließend werden die Gebäcke mit feinem Zucker abgepudert oder mit Schokolade überzogen.

Deutlich rationeller und schneller geht die Herstellung von Figurgebäck, das einfach aus Hefeteig, Quarkhefeteig oder Biskuit-Kapseln ausgestochen wird. Spezielle Ausstecher aus Metall oder Kunststoff mit typischen Motiven gibt es in Hülle und Fülle. Allerdings wirken diese nicht so originalgetreu, da sie nicht plastisch sind. Durch eine entsprechende Dekoration mit Schokolade, Kuchenglasur, Fondant und Streu- und Beleg-Dekoren können diese Stückgebäcke zusätzlich optisch veredelt werden und die stilisierten Gebäcke erhalten außerdem eine originalgetreuere Ausstrahlung.

Ebenso unkompliziert, aber sehr originell und damit empfehlenswert, ist die Herstellung von Gebäckeiern aus Berliner-Teig: Den Berliner-Teig nach dem Rundwirken mit der Hand leicht länglich ziehen und wie gewohnt in der Fettpfanne backen. Im Anschluss können sie nach Belieben noch weiter veredelt werden: sowohl in Hinblick auf die Füllung, beispielsweise mit Cremes oder Konfitüren, als auch, was ihr Äußeres angeht.

### ZUSAMMENFASSUNG

Neben Weihnachten ist Ostern ein weiteres christliches Fest, bei dem eine lange Gebäck-Kultur gepflegt wird. Was viele nicht wissen: Viele Bräuche und Traditionen, die wir heute mit Ostern verbinden, haben ihren Ursprung in vorchristlicher Zeit. Sie sind heidnisch oder haben ihre Wurzeln im alten Ägypten, Persien und Babylon. Die typischen Ostermotive wie Hase, Henne, Ei und Lamm haben alle eine symbolische Bedeutung. In Bäckereien und Konditoreien gehören traditionelle Ostergebäcke saisonal zum Sortiment. Typische Spezialitäten sind die Rübli-Torte, der Osterzopf und Formgebäck in den bekannten Motiven, das aus Teig oder Biskuit-Kapseln ausgestochen wird. Dabei haben sich in Deutschland regional auch unterschiedliche Spezialitäten herausgebildet. Ein absoluter Klassiker ist das Osterlamm aus Biskuit-, Wiener- oder Sandmasse. Es ist ein Sinnbild für das biblische Osterlamm. Je nach Anlass können Ostergebäcke sowohl den to go-Markt als auch die österliche Festtafel bedienen. Das Tüpfelchen auf dem i ist eine liebevolle Dekoration der Gebäcke und eine Präsentation in einem österlichen Ambiente, um für den Verbraucher eine stimmungsvolle Atmosphäre und Erlebnisdimension zu schaffen.

### VON TO GO BIS FESTLICH

Ausgestochenes Formgebäck und Eier aus Berliner-Teig sind nicht nur einfach in der Herstellung, sondern auch sehr praktisch zu transportieren und das ideale Gebäck to go. Vielleicht auch schon für das erste Picknick im Grünen. Die Tradition des Osterfrühstücks in erweiterter Familienrunde wird in ganz Deutschland gepflegt. Der Osterzopf oder Osterkranz aus Hefeteig mit Rosinen, Mandeln sowie Orangeat und Zitronat ist dabei stets willkommen. In diesem Zusammenhang wäre auch der italienische Panettone zu erwähnen: Er ist ein vergleichbares Festgebäck, das traditionell zu Ostern und Weihnachten gebacken wurde, sich aber mittlerweile aufgrund seiner Beliebtheit zum Ganzjahresgebäck etabliert hat. Noch festlicher darf es beim österlichen Kaffeeklatsch sein. Die Rübli-Torte aus einer feinen Nussmasse mit geraspelten Möhren und einer ansprechenden Dekoration aus Marzipan-Möhrchen stellt ein besonderes Highlight dar. Ostergebäck muss nicht immer traditionell sein. Typische Obsttorten für den Frühling sowie feine Schnitten und Torten mit Sahne- oder Cremefüllung können auch in Richtung Ostern veredelt werden. Zum Beispiel, indem sie mit Motiv-Schablonen abgepudert oder mit entsprechenden Oster-Dekoren aus Schokolade oder Marzipan und Gebäckschildern ausgarniert werden.

### DAS AUGE ISST BEKANNTLICH MIT

Auch beim Ostergebäck-Angebot gilt: Auf das richtige Ambiente kommt es an. Verkaufsräume sollten entsprechend dekoriert werden, um Erlebnisdimensionen für den Kunden zu schaffen: Typisch österliche Accessoires sind Weidenkätzchen, Osternester mit Küken, Hahn und Henne sowie fröhliche Ostersträuße. Farbige Ostereier aus Keramik, Stein oder Kunststoff runden die Dekoration ab. Die österliche Atmosphäre soll den Kunden auf das bevorstehende Fest einstimmen und zum Kauf animieren.

Da das Osterfest und der Frühling seit jeher Hand in Hand gehen, sollte auf die Farben des Frühlings gesetzt werden. Ein frisches Grün, ein freundliches Gelb, Orange und ein zartes Rosa sind die Farben des Naturerwachens. Ein breites Sortiment hierfür bietet der professionelle Deko-Handel.

Ein Osterlamm, ein Quarkteigosterhase oder eine Rübli-Torte in einer Geschenkverpackung sind die perfekten „Mitbringsel“ für den Osterbrunch oder die Oster-Kaffeetafel. Auch hierfür gibt es perfekte Verpackungen wie beispielsweise Kartons mit Sichtfenstern bei Verpackungsanbietern.





# FASTNACHT ZUM ANBEISSEN

## GEBÄCKE AUS DER FETTPFANNE

**Wer bei Siedegebäcken lediglich an den flaumigen, goldgelben, mit Konfitüre gefüllten und mit Staubzucker bestreuten Berliner denkt, der irrt. Denn wirft man einen Blick in historische und neue Kochbücher, so findet man darin regional unterschiedliche Fettgebäcke mit so eigentümlich klingenden Namen wie Ausgezogene, Schnürkrapfen und Schneeballen, Hasenöhrl, Zuckerstrauben oder Mutzenmandeln.**

### „EIN PACHENS [...]“

Dass die früher als Schmalzgebäcke bezeichneten Backwerke eine lange Tradition haben, lässt sich anhand alter Backanweisungen bestätigen. Wurden diese zunächst noch vielfach unter dem vergleichsweise neutralen Sammelbegriff „ein pachens“ zusammengefasst, so differenzierten sich die Backwerke zunehmend in ihrer Bezeichnung sowie in ihrer Formenfülle: Sie erschienen langgezogen, rautenförmig oder gebogen. Sie konnten eine kugelförmige Ballenform haben oder platt gepresst sein wie eine Flunder, mit glatten oder gezackten Rändern versehen, gefüllt oder ungefüllt. Bei flüssigem Teig verwendete die Hausfrau ein Formeisen, festen Teig formte sie mit der Hand. Angesichts solcher Vielfalt lässt sich hier die volkscundliche Regel anwenden, dass eine Erscheinung umso älter ist, je vielgestaltiger und formenreicher sie ist.

### FASTNACHT = ZEIT DER SCHMALZGEBÄCKE

All diesen schwimmend in Fett ausgebackenen Backwerken gemeinsam ist, dass sie zum Großteil saisonal an die Fastnacht gebunden sind. Daraus ergibt sich die Grundsatzfrage, warum es nun gerade Siedegebäcke sind, die das kulinarische Bild der närrischen Tage prägen? Dass es diese enge Verbindung zwischen Fettgebackenem und der Fastnacht gibt, ist jedenfalls unzweifelhaft. Das belegt beispielsweise die volkstümliche Redewendung: „Ihm geht's nicht um die Fasnacht, ihm geht's um die Küchle“ oder aber gläubische Vorstellungen wie „Wer an Fasnacht keine Küchle backt, kann das Jahr über nicht froh werden“. In ähnlicher Weise auf das leibliche Wohl bedacht ist der im schwäbisch-alemannischen Raum bekannte Kinderreim: „Luschtig isch de Fasnacht, wenn mei Mueder Küchli bacht“ und weiter: „Wenn sie aber koane bacht, noh pfeif i' auf de Fasnacht.“

### SCHMALZ VOR DEN TAGEN DER SCHMALEN KOST

Dass es zur Fastnacht vor allem Schmalzgebackenes gab, hatte durchaus auch praktische Gründe. Die Fastnacht als Vorabend der Fastenzeit stand für den nahenden radikalen Einschnitt in die alltäglichen Speisegewohnheiten. Der Konsum von Fleisch war in der sechswöchigen Fastenzeit untersagt, aber auch der Genuss von Nahrungsmitteln aus der Großvieh- und Geflügelhaltung, beispielsweise Schmalz, Fett, Milch, Butter, Käse und Eier. Da Fett zu essen früher gleichbedeutend war mit gut und üppig zu essen, empfahl sich der Verzehr von fettreichen Speisen ebenso wie von Schmalzgebäcken, zumal die entsprechenden Vorräte ja auch aufgebraucht werden mussten. Volkstümliche Redensarten wissen, dass die Fastnacht früher neben Ostern und Weihnachten die Zeit des reichlichsten Essens war. „Wenn nur Fasnacht in meiner Küche ist“, heißt es da, oder „an der man Fasnacht soll so oft essen, wie der Hund mit dem Schwanz wedelt“. Daraus folgt, dass Redewendungen wie „Viel essen und trinken an Fasnacht soll man, um ‚Fülle‘ zu erhalten“ eben durchaus wörtlich zu nehmen sind. Davon einmal abgesehen schrieb der volkstümliche Glaube in früheren Jahrhunderten dem Fett – aber Küchlefett musste es sein – offenbar auch eine besondere Fruchtbarkeitwirkung zu. Wachstumsfördernd sollte es sein, ja sogar Heil- und Abwehrkräfte sollte es haben und so schmierte man noch bis ins 19. Jahrhundert ab und an auch Fuhrwagen und das Joch der Zugtiere damit ein. Selbst Hühner und Marder bekamen ihr Fett weg – Hühner, damit sie legten, Marder und Füchse, damit sie eben nicht erlegten! Jedenfalls weiß ein Nachschlagewerk des 19. Jahrhunderts zu Bräuchen in Schwaben zu berichten, dass man Füchsen ein Fastnachtsküchle im Gebüsch versteckte, um sie von den Hühnern abzulenken.

### ZWISCHEN VÖLLEREI UND DARBEN

Vor allem in der häufig milchreichen, aber getreidearmen Bergbauernwirtschaft waren Milch, Butter und Schmalz in der Regel reichlich verfügbar, und so wundert es nicht, dass diese in Form von in Schmalz gebackenen, eierhaltigen Fastnatsküchlein verwertet worden sind. Nach und nach entstand ein großes, landschaftlich verschiedenes Repertoire an Fastnatsgebäcken, die gerne in öffentlichen Gelagen gegessen oder verschenkt wurden.

Bis ins späte Mittelalter billigte die Kirche solche Völlerei vor den Fasten- und Bußwochen. Als aber die öffentlichen Gelage überhandnahmen und die Sitten allzu derb wurden, begann so mancher Kirchenvertreter die Unmäßigkeiten mit sehr gemischten Gefühlen zu betrachten. Aber was half es, dass der wortgewaltige Augustinerprediger Abraham a Sancta Clara am Fastnachtssonntag des Jahres 1676 in der Kirche fast schon Bühnentauglich donnerte: „Heut ist ein Festtag und ein Freitags.“ Geahnt hatten das schon viele vor ihm! Knapp 80 Jahre zuvor war beispielsweise der Pfarrer von Litzelstein, Heinrich Vogel, beim Gedanken an die Schmalzpfannen in heiligen Zorn geraten und hatte gegen das „Küchlein backen / Strauben / [...] und wie sie mehr heißen“ als ein „antichristlicher greul“ gewertet, das er gar als „Teuffels dreck“ anprangerte.

### FETTGEBACKENE VIELFALT

Die genannten „Küchlein“ und „Strauben“, wie überhaupt die im Laufe der Zeit entstandene breite Palette an Fettgebäcken, verdienen eine nähere Betrachtung. Da wären beispielsweise die ausgezogenen Küchle, auch „Spiegelkrapfen“, „Fensterküchle“, „Knieküchle“ oder einfach nur „Ausgezogene“ genannt, die uns in der Fastnachtszeit bis heute in vielen Bäckereien und Konditoreien begegnen. Es sind flache, runde Hefeteigstücke, die früher von der Hausfrau mit der Hand übers bloße Knie gelegt und hauchdünn ausgezogen wurden. Beim Ausbacken bildete sich dadurch ein heller durchscheinender „Spiegel“ in der Mitte, der ringherum von einem rund 3 cm hohen, braunen wulstigen Rand umgeben war. Das galt früher zu Recht als hohe Backkunst, die einer Hausfrau Ehre einbrachte. Damit die Hygiene nicht zu kurz kam, riet man in alten Kochbüchern schon einmal, sich zuvor eine weiße Schürze umzubinden oder ein reines Tuch übers Knie zu breiten.

In der Regel waren solche traditionsreichen Backwerke nicht nur als Fastnatsgebäck beliebt. Vor allem in der Erntezeit und zu hohen Festtagen, wie etwa zur Kirchweih, wurden sie im ländlichen bayerischen Raum gerne auch als kraftpendende und sättigende Mahlzeit verzehrt. Die verfeinerte städtische Abart dagegen, tauchte erst seit der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts verstärkt auf und unterschied sich beträchtlich von den rustikaleren Artgenossen. Nicht nur, dass solche Gebäcke wie der Wiener Faschingskrapfen beziehungsweise der Berliner aus feinstem Weizenmehl, Milch, Butter, Eidotter und Zucker hergestellt sowie mit Konfitüre gefüllt waren. Nein, es galt auch die Regel: je kleiner, desto feiner! Zu diesen besonders zarten, kleinen Backwerken gehören auch die Rheinischen Mutzenmandeln aus süßem Mürbteig, dafür mit reichlich Eiern und Zucker, Mandeln, Rum und Rosenwasser. Exklusive Zutaten, die seinerzeit auch ihren Preis hatten. Die mithilfe von zwei Teelöffeln mandelförmig ausgestochenen Gebäckstücke werden in siedendem Fett goldbraun ausgebacken. Anschließend werden sie in Puderzucker oder Streuzucker gewendet. Als Variation bekannt sind auch die etwas größeren Mutzen und die Munzer Puffeln, die der Form nach ausgerollten, verschobenen Vierecken ähneln.

Ähnlich exquisit sind die in Südbaden und im Schweizer Nachbarland mit Sauerrahm hergestellten mürben „Scherben“. Der dünn ausgerollte Teig wird zu verschobenen Vierecken ausgewellt, mit einer Gabel „gestupft“ und dann schwimmend in heißem Fett ausgebacken. Vor dem Servieren wird das stark aufgeblähte Backwerk mit Zucker und Zimt bestreut.

Als bodenständige Erwiderung auf solche feinen Schmalzgebäcke könnte man die hausälterische Nutzung des abtropfenden Küchlefettes verstehen. Von der alltäglichen Sparsamkeit früherer Generationen zeugt beispielsweise, was die bekannteste Köchin und Kochbuchautorin des Schwabenlandes, Friederike Luise Löffler (1744–1805), hinsichtlich der „Fasnachtsküchla“ notierte: „Dann leg sie einen Augenblick auf Brotschnitten zum Ablaufen.“ Die so getränkten Schwarzbrotstücken

wurden als Einlage für eine Suppe genutzt. Weniger hausälterisch hantierte dagegen Katharina Prato, die mit ihrem „Süddeutschen Kochbuch“ seit 1858 einen Bestseller in immer neuen Auflagen gelandet hatte. Sie ließ ihre Schmalzgebäcke damals schon auf „Löschpapier“ abtropfen.

### VON HASENÖHRL ...

Eine besondere Bewandnis hat es mit den sogenannten „Hasenöhrl“, die in Deutschland, der Schweiz und in Österreich zu den ganz alten Fastnatsgebäcken zählen. In Schwaben bezeichnete man sie als „Teiglappen“ oder „Fastnatsörli“, in Franken als „Hasenlöffel“ oder „geschnitten Hasen“ und im Schweizer Nachbarland hießen sie „Öhrli“ oder „Chüechli“. Aber was sind „Hasenöhrl“ eigentlich, sieht man einmal von ihrer Bedeutung als Teil eines Hasens ab?

Ein Blick in die Küchenliteratur ergibt, dass es sich kulinarisch gesehen um ein rautenförmiges oder dreieckiges Siedegebäck handelt, rund 8 cm lang und 3 cm breit, das einem Hasenlöffel nachgeformt ist und sich beim Ausbacken in heißem Fett ein wenig aufbläht. In der neueren Literatur geht man wohl zu Recht davon aus, dass es sich bei den „Hasenöhrl“ um ein sogenanntes Teig-Substitut handelt, verständlicher ausgedrückt, um einen Stellvertreter aus Teig. So zitierte man das Gebäck im „Handwörterbuch des deutschen Aberglaubens“ (Bd. III, 1930/31) als ein „Substitut des gesundmachenden Frühlingshasen“ mit dem Hinweis, dass im 14. Jahrhundert den Kindern richtige Hasenohren als Einschlafmittel in die Wiege gelegt wurden. Das klingt reichlich verwirrend, bedeutet aber im Grunde genommen nur, dass man irgendwann statt des Originals – also des blutigen Hasenohrs – ein entsprechendes Abbild aus Teig schuf, vermutlich verbunden mit der Vorstellung, dass die göttliche Kraft und somit die gewünschte sedierende Wirkung auf den, der das Gebäck genießt, übergehe.

Tatsache ist, dass das Gebäck schon früh beliebt war. Unter dem Namen „haßenor“ erschien es in der „Küchenmeisterei“ („Kuchenmaistrey“), dem ersten gedruckten deutschen Kochbuch von 1485. Wenige Jahrzehnte später, 1534, waren die „hasenörl“ auch im Tegernseer Klosterkochbuch zu finden – als Fastnatsgebäck. Es waren mit Quark hergestellte, längliche Teiglappen, die in Schmalz ausgebacken und zu Hasenragout mit Sauerkraut gegessen wurden. 1541 sprach man in der Schweiz von „Öhrliküchli“ oder „eier-örli“, die beim Ausbacken in heißem Fett aufgehen wie „Küssele“ (Kissen). Und 1719 nahm sogar der hochherrschafliche Berufskoch Conrad Hagger die „Hasen-Aehrlein“ in seinem „Neuen Saltzburgischen Koch-Buch“ auf.

Für diejenigen, die erfahren möchten, wie denn nun diese Hasenöhrl gemacht wurden, dem sei nachfolgend eine Backanweisung für „aufgeloffene Haasen-Oehrlein“ genannt. Sie stammt aus dem „Neuen und nutzbahren Koch-Buch“ der Eleonora Lichtenstein, das zwischen 1699 und 1754 mindestens 14 Auflagen erfahren hat. Hier also das Rezept:

*„Thue schmaltz und wasser in eine pfanne, laß sieden, gieß es in schönes Mehl, und schlag 3. eyer daran, mach einen teig, und walge ihn dünn aus, formire haasen-oehrlein, und backs im schmaltze.“*



**IRENE KRAUSS**

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



Übrigens waren die „Hasenöhrl“ keineswegs immer süß. Noch Katharina Prato (1858) servierte das Schmalzgebäck entweder ungezuckert zu Salat oder gefüllt mit Konfitüre beziehungsweise gezuckert mit Früchten. Verloren gegangen ist das Backwerk in der heutigen Zeit nicht, auch wenn die dahinter stehenden mystisch-abergläubischen Vorstellungen schon lange vergessen sind. In Niederbayern ist das Fastnachtsgebäck nach wie vor beliebt und in Wien beispielsweise werden solche als Dreieck zusammengesetzten Teigtaschen vielfach mit Konfitüre gefüllt, in heißem Schmalz ausgebacken und dann leicht gezuckert serviert.

### „SCHNEEBALLEN“ ...

Zu den historisch besonders früh auftauchenden Fettgebäcken gehören die sogenannten kugelförmigen „Schneeballen“, die unter dieser Bezeichnung bis heute vor allem in der mittelfränkischen Stadt Rothenburg ob der Tauber, wie überhaupt in ganz Franken, zu finden sind. Solche „Schneeballen“ sind nicht nur als Fastnachts-, sondern auch als Festgebäcke zu Hochzeiten oder zur Kirchweih beliebt und werden mittlerweile sogar das ganze Jahr über in den Bäckereien angeboten. Das Backwerk, das in der Küchenliteratur auch als „Storchennester“, „Spankiachl“ oder „Maulkörbe“ bezeichnet wird, gibt allein schon wegen seiner ungewöhnlichen Form Anlass zum Wundern. Grundlage ist in der Regel ein Mürbteig, der mit einem Teigrad in Streifen geschnitten wird. Diese Bänder schichtete man früher nestartig übereinander und steckte einen Kochlöffel oder etwas Ähnliches dazwischen, um das so entstandene Backwerk aus ineinander verschlungenen Teigstreifen locker zusammenzuhalten. In Katharina Pratos „Süddeutsche Küche“ (ab 1858) liest sich das so: „Schneeballen oder Maulkörbe. Man macht einen mürbten Teig, läßt ihn ½ Stunde rasten, treibt ihn [...] rund aus, radelt diese handgroßen Flecken in fingerbreiten Streifen [...]. Dann hebt man jeden zweiten Streifen in die Höhe und steckt zwischen den oberen und unteren einen Kochlöffelstiel durch, mit dem man den Teig in das heiße Schmalz gibt und dabei auseinander schüttelt, so wie auch die Pfanne geschüttelt wird [...]. Man bäckt nur einen allein in einer kleinen Pfanne [...]. Dann bestreut man sie auf beiden Seiten stark mit Vanille-Zucker [...]“.

Das Rezept ist aber noch viel älter. Das „Haus-Vatter“-Buch des Franz Philipp Florinus (Nürnberg, 1702) kannte die Schneeballen, deren geschnittene Teigstreifen man vor dem Ausbacken über „Steckelein“ gelegt hat, auch schon. Und im „Vollständigen Nürnbergschen Kochbuch“ von 1691 tat ganz einfach ein „langes spitziges Hölzlein“ seine Dienste. Rund 200 Jahre später ist im „Neue(n) Nürnberger Kochbuch“ von 1820 von einem „Löffelstiel“ die Rede, über den der geschnittene feine Schneeballeteig geschoben wurde.

Heutzutage hat sich die Herstellungspraxis vereinfacht. Das „Große Sacher Kochbuch“ von 1975 jedenfalls schreibt vor, die Teigstreifen jeweils „gut aufgelockert in eine Schneeballenform“ zu geben „und im tiefen Fettbad goldbraun“ zu backen. Bei der besagten Backform handelt es sich um eine Metallhohlkugelform mit Löchern, die man aufklappen kann, um das zu einem lockeren Ball geformte Gebäck hineinzulegen. Das durch die Löcher dringende Fett bäckt den Teig dann zu einem luftigen und goldbraunen Ball. In anderen Anweisungen ist zu erfahren, dass die Teiglinge auch ganz einfach mit der Hand zu Kugeln geformt und in heißem Fett gebacken werden können.

### ... UND SCHNÜRKRAPPEN

Es gibt noch mehr in Fett ausgebackene Fastnachts- und Festtagsgebäcke, die mit einer speziellen Eisenform hergestellt werden. Für die Bereitung der vor allem in Österreich beliebten „Schnür- oder Spagatkrappen“ (Spagat = österr. und südd. für Bindfäden) benötigt man ein rundes, spiralförmiges oder auch herzförmig gebogenes Modelleisen. Das Backwerk selbst aus feinem Mürbteig wurde in einem Nürnberger Kochbuch von 1752 als „Brügel-Krapffen“ oder als „Spieß-Krapffeln“ bezeichnet. Zur Formgebung benötigte man eine konische Blechbackform. Der an das Blechröhrchen angenietete lange Stiel ist leicht abgewinkelt, um eine ausreichende Eintauchtiefe in das Schmalz zu erzielen und einen gewissen Abstand zum heißen Fett herzustellen. An die Form ist eine Schnur gebunden, die das Ablösen des Teigs von der Form verhindert. Über die zunächst im Schmalz erhitzte Blechform

legte man ein Teigviereck, band es mit der Schnur fest und tauchte es in das heiße Backfett ein. Anschließend ließ sich das Gebäck innen mit Konfitüre füllen und außen mit Zimtzucker bestreuen. Das Herstellungsverfahren hat sich wenig geändert, wie uns Katharina Prato um 1850 mit ihrer Anweisung zum Backen von „Schnür- oder Spagatkrappen“ beweist: Den Teig bereitete sie aus Mehl, Butter, Zucker, geriebenen Mandeln, Eigelb, Zimt, Nelken, Zitronensaft, Wein und Milch und schnitt ihn „zu fingerlangen, etwas schmälere Vierecken [...]“. An den Stiel des Modells bindet man eine weiche, weiße Schnur, taucht ihn in das Schmalz und, wenn er heiß geworden ist, legt man ein Stück Teig darauf, windet die Schnur nicht zu fest herum und hält das Ende derselben nebst dem Modell, während der Krapfen im Schmalze bäckt und so lange er noch heiß ist ... Man bestreut sie mit Zucker und Zimmt und bestreicht die innere Seite mit Marillensalse.“ Dieses Verfahren, einen Teig wie einen Rollschinken zu verschnüren, dürfte man sich vom Backen eines Baumkuchens abgeschaut haben. Der Baumkuchen, gelegentlich auch als „Prügelkrappen“ bezeichnet, wurde schon viel früher um einen Holzspieß gewickelt, mit einer Schnur festgebunden und über offenem Feuer gebacken. Die österreichische Volkskundlerin Maria Kundegrabner (1924-2014) bezeichnete den Baumkuchen denn auch als einen Ahnen der in der Steiermark bei festlichen Anlässen so beliebten Schnür- oder Spagatkrappen.

### STRAUBEN, STRIEBLE ODER STRIEWLI

Nach weiteren Schmalzgebäcken mit kuriosen Namen und eigentümlicher Form muss man nicht lange suchen. Zu nennen wären beispielsweise die regional unterschiedlich als Strauben, Strieble oder Striewli bezeichneten mürbten, brüchigen Faschingsgebäcke, die vor allem in Süddeutschland und im Alpenraum in der Fastnachts- und Fastenzeit beliebt waren. Zur Herstellung dieses bereits im Mittelalter bekannten Backwerks benötigte man eine Straubenpfanne (Schmalzpfanne) und einen Straubentrichter, durch den man die fertige Teigmasse mit kreisenden Bewegungen bandartig in das heiße Schmalz einlaufen ließ. So entstand ein Gebäck mit einem Gewirr von Teigschlaufen. Jenes „klein blechen Trechterlein, dadurch man strauben becht“ beschrieb man schon 1506 als ein unerlässliches Backutensil. Gelegentlich nahm und nimmt man zum Eingießen des Teigs in das Schmalz statt eines Straubentrichters aber auch eine Schnabelkanne, ein Sieb oder einen Spritzsack. Der Ursprung des Wortes liegt vermutlich im alemannischen „straub“ für „kraus, rau“ oder in „strabe“ für „Schraube, gewundene Linie“. Diese letzte Deutung dürfte in Anbetracht der Spiralform des Gebäcks wohl die passende sein.

Ein wichtiges Datum für die Straubengeschichte ist das Jahr 1090. Damals fand sich für den süddeutschen Raum urkundlich der Hinweis auf „ein Nahrungsmittel, allgemein straua genannt“. Demzufolge wären die Strauben also über 900 Jahre alt, was als Alter für ein Gebäck wahrlich kein schlechter Rekord ist.

Striewletrichter, Foto: © Irene Krauß



„Beim Striewli backen“. Zeichnung von Wilhelm Hasemann aus der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Repro: Irene Krauß

Als Festtagsgebäck waren die Strauben besonders in Klöstern sehr geschätzt. Nachgewiesenermaßen gaben die Stiftsdamen in Säckingen am Hochrhein in der Fastnachtszeit größere Summen aus, „um strüblin bache“ zu können, für die sie so kostspielige Zutaten wie „[...] mandel, [...] zuckher, [...] un sunst allerley gewirz“ benötigten. Vor allem der teure Rohrzucker schlug seinerzeit hoch zu Buche, sodass sich die einfache Bevölkerung das Backwerk nicht leisten konnte. Immerhin kostete ein Pfund Zucker im 15. Jahrhundert etwa so viel wie drei Spanferkel. Die genannten Fastnachtsküchle wurden nicht nur selbst verzehrt, sondern gerne auch verschenkt, etwa an die Geistlichkeit aus der Umgebung, an die Dienstleute eines Klosters, an die städtische Obrigkeit oder an die Narren selbst. Von der Säckinger Fürstäbtissin beispielsweise ist überliefert, dass sie immer wieder „denen faßnacht lüt ze zerung strüblin, breczlin, Kuechlin“ spendierte. Im Jahr 1552 ist außerdem vermerkt, dass die Stiftsinsassen „uff die gemein stuben“, also im Rathaus, „für das Faßnacht Kuechlin“ ausgegeben haben. Und 30 Jahre zuvor, 1522, findet man im Säckinger Schaffneibuch bezeugt, dass die Stiftsdamen „uf fasnacht für ds mall den herren vnd den schülern und den Buren“ Fettgebackenes, vorzugsweise „Strüble“ zukommen

### ZUSAMMENFASSUNG

Siedegebäcke, also in heißem Fett ausgebackene Backwerke, werden traditionell zur Fastnacht gebacken. Dies hängt mit der unmittelbar bevorstehenden vorösterlichen Fastenzeit und der früher üblichen strengen Fastendisziplin zusammen, die den Genuss von Schmalz, Fett, Milch, Butter, Käse und Eiern für mehrere Wochen verbot. Da empfahl es sich, vor dieser radikalen Einschränkung der Speisegewohnheiten die Vorräte aufzubauchen und nochmals deftig zu essen – und das hieß: fett. Neben dem wohl bekanntesten Vertreter der Fettgebäcke, dem mit Konfitüre gefüllten Berliner, entwickelte sich im Laufe der Jahrhunderte eine ganze Palette an landschaftlich typischen Backwerken in großer Formenvielfalt und mit teils kuriosen Namen. Zur Herstellung mancher Fastnachtsgebäcke aus eher flüssigem Teig benötigte man spezielle Formeisen. Angesichts dieser Fülle lässt sich sicherlich die volkskundliche Regel anwenden, die besagt, dass eine Erscheinung umso älter ist, je vielgestaltiger und formenreicher sie ist.

ließen „wis denn der Bruch ist“. Begehrt war das mürbe Backwerk aus Mehl, Eiern, Milch, Salz und Zucker über die Jahrhunderte hinweg auch als exklusives Festtagsgebäck, das auch in gehobenen weltlichen Kreisen zunehmend beliebter wurde. Das Gebäck schmeckte gut, war schnell herzustellen und erforderte keine besondere Vorratshaltung. So war es vor allem in Österreich und im Süden Deutschlands nicht nur als Fastnachtsgebäck beliebt, sondern auch als häusliches Kaffeegebäck. Vor allem im 19. Jahrhundert gibt es dazu reichlich Belege. So bezeichnete etwa der badische Heimatschriftsteller Heinrich Hansjakob (1837-1916) die Strauben als „das feinste Mehl- und Schmalzgebäck einer alemannischen Bauernküche“. Ähnlich äußerte sich der alemannische Mundartdichter und ehemalige Oberbürgermeister der Stadt Lahr Philipp Brucker (1924-2013), der dem Backwerk in einer seiner Erzählungen mit einem geradezu philosophischen Vergleich ein literarisches Denkmal setzte. Da heißt es:

„Manchmal schiint mr's Lewe wiä-n-e Striiewili. So iwerzwerch un kriz un quer, daß de dr Afang nit findsch un's End niäne siehsch.“

„Manchmal erscheint mir das Leben wie ein Striewele. Es verläuft immerzu kreuz und quer, sodass man den Anfang nicht findet und das Ende nicht zu sehen vermag“.

### FETTGEBÄCKE ALS FESTTAGSGERICHTE

Ohnehin sollte nicht vergessen werden, dass diese und andere Siedegebäcke nicht nur in süßer Form und ausschließlich zur Fastnacht gebacken wurden. So spielten auch die einfachen rustikalen Strauben aus Milch, Mehl und Eiern auf dem gedeckten Tisch einer bäuerlichen Familie bis in die 1930er-Jahre vielerorts eine große Rolle. Der Freitag war früher der Tag, an dem es traditionell Schmalzgebackenes gab, und so waren Strauben als Freitagsgesicht bis nach Österreich und Südtirol verbreitet. Aber auch in ganz besonderen Situationen wurden Strauben gegessen: In Neuhausen ob Eck zum Beispiel bekam eine Wöchnerin als stärkende Speise nach der Geburt früher „Straubeze mit Zwetschgenmus“.

Und zum guten Schluss sei im Zusammenhang mit den Strauben ein historischer Hinweis für Heiratswillige gegeben: Wurde früher im Schwarzwald beim Antrittsbesuch eines Verehrers das „Tischtuch aufgelegt und Straubeze“ von den Schwiegereltern in spe gereicht, so hatte die Brautwerbung gute Aussichten auf Erfolg. Tische der Hausherr hingegen nur Backsteinkäs oder Schnaps auf, war es wohl an der Zeit, sich anderweitig umzuschauen.



Foto: © IREKS

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?



**POLINA SCHNUR**

Rechtsanwältin mit dem Schwerpunkt Lebensmittelrecht, insbesondere tätig im Bereich Risk Assessment und Krisenmanagement



Foto: © iStock/Bill Oxyford



**LEBENSMITTELRECHT**

Lesezeit 10 Min.

## ETHYLENOXID IN SESAM

RÜCKRUF ODER KEIN RÜCKRUF, DAS IST HIER DIE FRAGE ...

Die Belastung von Sesam mit Ethylenoxid ist derzeit in aller Munde. Die Funde von Ethylenoxid in Sesamsamen sind Gegenstand diverser öffentlicher Mitteilungen, Meldungen im Europäischen Schnellwarnsystem RASFF sowie öffentlicher Rückrufe. Der europäische Gesetzgeber hat bereits reagiert und mit der VO (EU) 2020/1540 die amtlichen Kontrollen bei der Einfuhr von Sesam aus Indien verschärft.

Für viele Unternehmen stellt sich dennoch die Frage, wie im Rahmen der Produktsicherheit mit dieser Problematik umzugehen ist.

### WAS IST ETHYLENOXID?

Bei Ethylenoxid handelt es sich um einen gasförmigen Biozidwirkstoff zur Sterilisation von Gewürzen. Die teilweise hohen Gehalte von Ethylenoxid lassen darauf schließen, dass dieses in Indien systematisch zur Verbesserung des mikrobiologischen Status bei Sesam eingesetzt wurde, insbesondere um das Risiko an Salmonella zu senken.

### WAS IST GEREGELT?

Die aktive Substanz Ethylenoxid ist derzeit auf EU-Ebene nicht für den Einsatz in Pflanzenschutzmitteln oder Biozidprodukten zugelassen. Gemäß Art. 18 Abs. 1 VO 396/2005 dürfen unter Anhang I fallende Erzeugnisse ab dem Zeitpunkt ihres Inverkehrbringens als Lebensmittel keine Pestizidrückstände enthalten, die den festgelegten Rückstandshöchstgehalt (RHG) überschreiten. Der RHG für Ethylenoxid in Sesamsamen beträgt 0,05 mg/kg.

Bei verarbeiteten und zusammengesetzten Erzeugnissen ist zu beachten, dass der RHG von 0,05 mg/kg nicht unmittelbar anwendbar ist und gemäß Art. 20 Abs. 1 VO 396/2005 mögliche Verarbeitungsfaktoren sowie Anteil an Sesam im Enderzeugnis zu berücksichtigen sind.

Ferner ist in Art. 19 VO 396/2005 ein Verarbeitungsverbot statuiert für Erzeugnisse, die den festgelegten RHG überschreiten. Jedoch führt ein Verstoß ausschließlich gegen Art. 19 VO 396/2005 nicht zwingend zu einem Verbot des Enderzeugnisses. Dieser hat lediglich die bewusste Verarbeitung nicht verkehrsfähiger Rohwaren zum Gegenstand. Die Vorschrift regelt jedoch weder die Frage, ob das hergestellte Lebensmittel verkehrsfähig noch ob das Erzeugnis sicher ist (siehe auch Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft, BMEL, Schreiben vom 11.08.2017 zur rechtlichen Einordnung der Verkehrsfähigkeit von Erzeugnissen im Anwendungsbereich der VO 396/2005).

### WAS IST ZU TUN?

Für die Entscheidung, welche Maßnahmen im Rahmen von Art. 14, 19 BasisVO 178/2002 (Rücknahme? Rückruf?) einzuleiten sind, wenn eine Belastung mit Ethylenoxid festgestellt wurde, ist eine Risikobewertung gemäß Art. 6, 7 BasisVO 178/2002 erforderlich.

Anders als von einigen behördlichen Schreiben impliziert (so zum Beispiel BMEL, Schreiben vom 13.10.2020 zu Ethylenoxid in Sesamsamen aus Indien), bewirkt eine Überschreitung des Höchstgehalts keinen automatischen Rückruf. Ein solcher Automatismus ist dem Gesetzeswortlaut nicht zu entnehmen und würde gegen die Grundsätze verstoßen, die bei der Entscheidung der Frage, ob ein Lebensmittel sicher ist, anzuwenden sind. Daher ist auch in Fällen von Ethylenoxid eine einzelfallbezogene Risikobewertung unabdingbar.

Die Erforderlichkeit und Möglichkeit der Risikobewertung wird auch durch die aktuelle Stellungnahme des Bundesinstitut für Risikobewertung (Gesundheitliche Bewertung von Ethylenoxid-Rückständen in Sesamsamen, Stellungnahme Nr. 056/2020 vom 23.12.2020) bestätigt und kann als Grundlage für Entscheidungen hinsichtlich zu treffender Maßnahmen herangezogen werden.

### FAZIT

Es gilt die Bedeutung eines Krisenmanagements im Unternehmen sowie einer Risikobewertung anhand jedes Einzelfalles zu betonen. Die Fälle von Ethylenoxid werden uns sicherlich noch eine Zeit lang begleiten. Insofern sollten aktuelle Entwicklungen beobachtet und Sensibilität für die Problematik im Rahmen des Krisenmanagements geschaffen werden.

# BACKWAREN AKTUELL

## FACHMAGAZIN RUND UM BACKZUTATEN

### LITERATURANGABEN

<b>Corona: Änderungen im Konsumverhalten, S. 4-5</b>	
	<a href="https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/kaufverhalten-38063/version-261489">https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/kaufverhalten-38063/version-261489</a> (abgerufen am 26.01.2021)
	Alfred Kuß, Michael Kleinaltenkamp: <i>Marketing-Einführung</i> , Springer Gabler, Wiesbaden, 8. Aufl., 2020
	<a href="https://www.baeko-magazin.de/aktuell/marktforschung/12-03-2020-brotmischungen-stark-gefragt/">https://www.baeko-magazin.de/aktuell/marktforschung/12-03-2020-brotmischungen-stark-gefragt/</a> (abgerufen am 26.01.2021)
	<a href="https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/11/PD20_438_61.html">https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2020/11/PD20_438_61.html</a> (abgerufen am 26.01.2021)
	Appinio: <i>Corona Report</i> , Welle 40 18.12.2020
	<a href="https://www.sueddeutsche.de/gesundheit/krankheiten-berlin-brot-in-corona-krise-gefragt-zeit-der-hamsterkaeufe-vorbei-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-200504-99-925022">https://www.sueddeutsche.de/gesundheit/krankheiten-berlin-brot-in-corona-krise-gefragt-zeit-der-hamsterkaeufe-vorbei-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-200504-99-925022</a> (abgerufen am 26.01.2021)
	Andrea Wessel: <i>Brotbranche passt strategische Ausrichtung an</i> , in <i>Lebensmittel Zeitung</i> 01/2021, S. 16
	<a href="https://www.ifo.de/branchenatlas/ernaehrungshandwerk">https://www.ifo.de/branchenatlas/ernaehrungshandwerk</a> (abgerufen am 26.01.2021)
	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft: <i>Deutschland, wie es isst - Der BMEL-Ernährungsreport 2020</i>
	Paola Rentsch: <i>Chancen für Bäcker während &amp; nach Corona</i> , in <i>Check up Back.Business</i> , 05/2020, S. 8-11
	<i>Euromonitor International: Food and Nutrition in Light of COVID-19</i> , ( <a href="https://go.euromonitor.com/webinar-packaged-food-2020-food-and-nutrition-in-light-of-covid-19.html">https://go.euromonitor.com/webinar-packaged-food-2020-food-and-nutrition-in-light-of-covid-19.html</a> )
<b>FODMAP in aller Munde, S. 6-7</b>	
1.	Longin, F.; Beck, H.; Güttler, A. u. H.; Heilig, W.; Bischoff, S.; Zimmermann, J.: <i>FODMAP-Gehalte im Brot sind gering und können durch Rohstoffauswahl und Teigführung weiter reduziert werden</i> ; <i>Getreide, Mehl und Brot</i> , 3/2020, S. 102-107
2.	Schmidt, M.; Sciarba, E.: <i>Determination of FODMAP contents of common wheat and rye breads and the effects of processing on the final contents</i> . <i>European Food Research and Technology</i> (2021) 247:395-410; <a href="https://doi.org/10.1007/s00217-020-03633-6">https://doi.org/10.1007/s00217-020-03633-6</a>

### Was steckt in unseren Backwaren?

Auf [www.wissenwasschmeckt.de](http://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
<b>Redaktion:</b> Prof. Dr. Bärbel Kniel Sarah Fischer, kommunikation.pur	<a href="http://www.wissensforum-backwaren.de">www.wissensforum-backwaren.de</a> <a href="mailto:info@wissensforum-backwaren.de">info@wissensforum-backwaren.de</a>	<a href="http://www.wissensforum-backwaren.at">www.wissensforum-backwaren.at</a> <a href="mailto:info@wissensforum-backwaren.at">info@wissensforum-backwaren.at</a>
<b>Gestaltung:</b> Daniel Erke GmbH & Co. KG kommunikation.pur, München		