AUSGABE 3/NOVEMBER 1999

bmi aktuell.

EINE INFORMATION FÜR DIE ERNÄHRUNGS- UND VERBRAUCHERBERATUNG.

POLEN –
Brot und Kleingebäck
Die Vielfalt der polnischen Bäckerei 2

WEIZENKLEBER
Verfahrenstechnik und Anwendung 4

FUNCTIONAL FOOD
Was ist das? 5

DIE RECHTLICHE BEURTEILUNG VON FUNCTIONAL FOOD
In Deutschland, der EU und den USA 6

DARF DIE GENTECHNOLOGIE BEI BIOPRODUKTEN EINE ROLLE SPIELEN? 8

BACKMITTELVERBAND UND BACKMITTELINSTITUT MIT NEUER HOMEPAGE
www = world wide web 10

AROMEN UND GEWÜRZE
Nicht nur zur Weihnachtszeit! 13

LIEBE LESER,

unsere Reise in Sachen Brot und Feine Backwaren in Europa führt uns zum vielfältigen Angebot der polnischen Bäckereien.
Durch den Einsatz von unterschiedlichen Weizenklebern lässt sich bei der Teigbereitung ein besseres Ergebnis erzielen. Unser Aufsatz erläutert Verfahrenstechniken und Anwendungen.
Zwei Artikel dieser Ausgabe befassen sich mit Functional Food: wir erläutern den Begriff und den Einsatzbereich von Functional Food und stellen die rechtlichen Möglichkeiten und Beschränkungen für den Einsatz und die Auslobung in Deutschland, den europäischen Nachbarstaaten und den USA dar.
In Deutschland gibt es die Erste und Zweite Verordnung zur Änderung der Neuartigen Lebensmittel- und Lebensmittelzutaten-Verordnung (NLV), die auch als sogenannte „Ohne Gentechnik-Verordnung" bezeichnet wird. In unserem Artikel legen wir die neuen Änderungen der Ökoverordnung und die Überschneidungen mit der NLV dar.
Unsere neuen Internetseiten sind fertig. Gehen Sie doch mal rein!
www.backmittelverband.de und **www.backmittelinstitut.de**
Aromen und Gewürze gehören zur Weihnachtszeit. Wir geben eine Übersicht von A wie Anis bis Z wie Zimt.
In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine schöne Adventszeit!

Ihr BMI-Team

Herausgeber:
Backmittelinstitut e.V.
Markt 9, 53111 Bonn
Telefon: 0228/96 97 70
Fax: 02 28/9 69 77 77

Internet: http//www.backmittelinstitut.de
e-Mail: Backmittelinstitut@t-online.de
Fax-Abruf-Service: 02 28/9 69 41 80-000

Redaktion: Amin Werner
Erscheinungsweise: 3 x jährlich
Gestaltung und Herstellung:
kippconcept GmbH, Bonn
Druck: Gebr. Molberg GmbH, Bonn

Bäckerei und Brot in Polen

Bäckermeister
Dr. phil. nat. Hans Huber,
Ingelheim am Rhein

Polen ist unser unmittelbarer Nachbar im Osten. Das Land liegt zwischen Ostsee und den Karpaten. In seinen heutigen Grenzen ist Polen 312.677 km² groß. Das Land hatte vor 30 Jahren 32,4 Millionen Einwohner. Heute ist die Bevölkerungszahl auf 38,4 Millionen angewachsen. Mit Beginn der Demokratisierung Ende der 80er Jahre setzte zunehmend eine Welle der Liberalisierung und Privatisierung von Banken, Industrie, Handel und Verkehr ein. Die Motivation für Arbeit und Leistung wurde schnell größer. Die materiellen Bedürfnisse der Bevölkerung zur Anhebung ihres Lebensstandards sind sehr groß.

Essen und Trinken haben einen hohen Stellenwert. So hat die polnische Kochkunst – auch im Kreise der Familien – ein großes, häufig sogar grenzüberschreitendes Ansehen. Backwaren aus Bäckerei und Konditorei erfreuen sich in Polen hoher Beliebtheit und Akzeptanz. Aber auch in den modernen Klein- und Großmärkten ist das Angebot an Backwaren heute sehr attraktiv und vielseitig. Polen sind Feinschmecker – die große Zahl der Bäckereien und insbesondere Konditoreien spricht dafür.

Die Veränderungen im Lande – und zwar im positiven Sinne – sind in den letzten Jahren spürbar angestiegen. Die Bewohner können sich immer mehr leisten und haben in der Regel schon einen Wohlstands-Level erreicht, der in den Nachbarstaaten noch in weiter Ferne steht. Der Wirtschaftswachstum ist so groß, dass Polen sicher als erstes Land Osteuropas – und dies sogar am leichtesten – die Eintrittskonditionen in die EU erfüllen kann.

Dafür sprechen auch die neuesten Wirtschaftsdaten aus diesem Lande und vor allem deren Trends:

Inflationsrate

1994	33,3%
1998	9,2 %

Arbeitslosenquote

1994	15,4%
1998	10,1%

Interessant sind die neuesten Zahlenwerte (Ende 1998) für die Zahl der backenden Betriebe:
6.112 Handwerksbäckereien
41 Großbäckereien (Staatliche Betriebe und Industrie)
3.220 Konditoreien

Herausstechend in Polen ist der Anstieg des Backwarenverzehrs in den letzten 5 Jahren (von 1994 bis 1998). Er lag bei Brot in einer Höhe von 12,8 %, bei Feinen Backwaren sogar bei knapp 20 %.

Produktion und Verkauf von Backwaren verteilen sich in Polen wie folgt:
Gesamtverzehr 1998
74,1 kg pro Kopf

Anteil:	Handwerk	81,0 %
	Großbetriebe	19,0 %

Was die Mehle betrifft, so lässt sich allgemein sagen: Der Roggen ist im Backverhalten sehr unterschiedlich, abhängig von Witterung und Region. Auch von Jahr zu Jahr gibt es ebenfalls Abweichungen. Beim Weizen sind die Verhältnisse dagegen stabiler und die Verarbeiter sind durchwegs zufrieden mit der mehr durchschnittlichen Backqualität.

An Typen herrschen vor:
Roggenmehl Type 720
Weizenmehl Typen 750 und 850
Seltener gibt es folgende Mehltypen: Roggen 1400, 2000, Weizen 650, 1400, 1850, 2000

Interessant ist das Verhältnis von Weizenmehl zu Roggenmehl. Die Anteile verschieben sich – wie in jedem Osteuropäischen Staat – von Norden nach Süden. Im Süden wird immer mehr Weizenmehl verarbeitet und helleres Brot gekauft. Auch sind die Weizenanteile in der Regel in den Städten höher als in den Dörfern.

Im Norden Polens:
40 - 10 % Roggenmehlanteile je nach Region
60 - 90 % Weizenmehlanteile je nach Region

Die bekanntesten Brotsorten werden unter folgenden Namen

Lebkuchen „Krakauer Jungfrauen“

angeboten: Baltonowski, Zwykly, Regionalny, Mieszany
Das Normalbrot (Kornrot) ist die Sorte Zwykly – ein helles Brot (Weißbrot mit Mehl höherer Ausmahlung) unter der Bezeichnung CHLEBZYTNI bekannt. Chleb bedeutet in polnischer Sprache Brot und Zytni ist eine Kornsorte. Interessant ist dabei, dass in jedem Land der Welt die Hauptgetreidesorte mit „corn“ bezeichnet wird.
Beim Kleingebäck ist die Vielfalt im Angebot besonders groß. Zur Herstellung wird gut backfähiges Weizenmehl der Type 500 oder 550 eingesetzt. Die Brötchengewichte von 50 g sind am beliebtesten und entsprechend am weitesten verbreitet. Weniger häufig findet man Brötchen (Semmeln) im Gewicht von 80 g oder 90 g. Manchmal bieten Geschäfte sogar Kleingebäck von 100 g an.
Runde Brötchen sind die Norm, immer häufiger aber auch Kaisersemmeln. Eine Reihe von Kleingebäcksorten werden in ovaler Form angeboten. Sehr selten sind rechteckige oder quadratische Formen von Semmeln (Brötchen).

Das Kleingebäcksortiment ist außerordentlich groß:
Bulka (rund)
Muravka Poznauska (oval)
Rogal (Hörnchen)
Paluch (Stangen)
Kajzerka (flache Halbkugel)
Wroclawska (länglich)
Chalka (Sechsstrangzopf)
Am meisten sind die Wroclawska (Breslauer Semmeln) im Angebot zu finden.

Weitere bekannte Kleingebäcksorten sind:
Zwykla
Wyborowa
Kajzerka
Wroclawianka
Montowa
Poznanska
Drobna
Dluga

Es gibt eine Vielzahl von Weißbrotsorten, meist in Gewichtseinheiten zwischen 300 g und 400 g. Als Süßgebäck gibt es kleine Zöpfe (Striezel) mit Mohn und auch glasiert. Eine überall anzutreffende Brotform ist dabei der Zylinder (länglich und rund).
Im Markt gibt es folgende Anteile:
Basis-Brot
(= Standardbrot) 51 - 65 %
Kleingebäck 12 - 18 %
Süßes Kleingebäck 5 %

Der Außer-Haus-Verzehr nimmt laufend zu. Gaststätten und Kioske stehen dabei an der Spitze der Beliebtheit. Snackbars und Heiße Theken sind im Kommen; Pizzerien gibt es allerdings noch sehr viel weniger als z.B. in Deutschland.
Braunbrot, Grahambrot, helles Roggenbrot, Pumpenickel, Ballaststoffbrote und Spezialbrote haben einen Anteil von 10 - 18 %. Interessant ist auch der Anteil verpackter Brote und Backwaren anderer Art. Er liegt bei 17 %.
Herauszuheben in Polen sind in jedem Falle die Krakauer Bajgels ein Kleingebäck in Ringform mit Mohn oder Sesam bestreut –, die sich großer Beliebtheit und Verbreitung erfreuen. Regelrecht ein Ritual sind in Polen die Lebkuchen. Sie gibt es überall und in vielerlei Rezepturen und Formen. Thomer Honigkuchen (Katarzynki) sind bestimmt so berühmt wie Nürnberger Lebkuchen. Sehr verbreitet über das ganze Jahr sind Lebkuchen-Mischungen – Pierniki genannt – in formenreichen Variationen.
Ein polnisches Sprichwort sagt:
„Danziger Goldwasser, Thomer Honigkuchen, Krakauer Jungfrauen *) und Warschauer Stiefel sind das Beste von Polen“
(* So werden in Polen die figürlichen Lebkuchen genannt)

Was schließlich die Preise in Polen betrifft, so sind diese den Einkommensverhältnissen entsprechend sehr niedrig. So erhält ein Bäcker in etwa einen Lohn von DM 300,- im Monat. Der Meister bringt es schon auf 400,- bis 450,- DM. Ein Brot (700 g) kostet ca. 1,50 DM, ein Brötchen 40 Groszy und ein Bajgel 60 Groszy.

Alles in Allem ist Polen ein hochinteressantes aufstrebendes Land – auch auf dem Sektor der Backwarenproduktion und im breiten Sortimentsangebot. ■

Weizenkleber

Dr. Götz Kröner, Ibbenbüren

Versetzt man einen Weizenteig mit größeren Mengen Wasser, so dass die wasserlöslichen Bestandteile und die Stärke ausgespült werden, bleibt ein viskoelastischer, eiweißreicher Stoff zurück, den man als Weizenkleber oder auch Weizengluten bezeichnet. Diesem Kleber schreibt man bei der Backwarenherstellung wichtige technologische Eigenschaften zu. Seine Menge und seine rheologischen Eigenschaften sind wichtige Qualitätsparameter bei der Beschreibung eines Weizenmehles.

Weizenkleber ist ein Lebensmittel gemäß deutschem Lebensmittelrecht, sofern er die Mindestanforderungen gemäß den Richtlinien für Stärke und bestimmte Stärkeerzeugnisse mit max. 12 % Feuchtigkeit und mindestens 80 % Protein in Trockensubstanz (Nx 6,25) erfüllt.

Weizenkleber enthält in kleinen Mengen verschiedene Kohlenhydrate (Stärke, lösliche und unlösliche Ballaststoffe) und Lipide, die an das glutenbildende Protein assoziiert sind und wesentlich die rheologischen Eigenschaften mitbestimmen. Seine wirtschaftliche Nutzung beruht auf diesen Eigenschaften, die bereits bei der Extraktion aus Weizenmehl von grundlegend entscheidender Bedeutung sind.

Heute wird das industriell hergestellte Weizengluten in einem Separationsprozess gewonnen, der auf physikalischen Grundlagen beruht. In der Regel erfolgt die Separierung der Mehlinhaltsstoffe auf zentrifugalem Wege z. B. in Dekantierzentrifugen. Bei einem der zur Zeit gebräuchlichen Verfahren – dem Westfalia-Dekanter-Verfahren – wird ein Wasser-/Mehlgemisch in einem sogenannten Drei-Phasen-Dekanter in drei wässrige Stoffströme Stärke, Gluten und Pentosane aufgetrennt. Der Gluten wird in den folgenden Verfahrensschritten durch Siebung weitestgehend von Begleitstoffen abgetrennt, zu denen Stärke, Pentosane und Wasser gehören. Nach einer abschließenden mechanischen Entwässerung wird der Gluten zum Erhalt seiner „vitalen Eigenschaften“ schonend im Luftstrom getrocknet. Neben der Trocknung zu Weizen (-vital)gluten, wird durch Trocknung z. B. auf Walzen devitaler Gluten hergestellt, wobei durch die Trocknung die vitalen Eigenschaften verloren gehen. Ebenso werden durch chemische, enzymatische oder kombinierte Verfahren, hochproteinhaltige Abbauprodukte (Hydrolysate) hergestellt.

Devitaler und hydrolysierter Gluten finden in der Futtermittel- und Nahrungsmittelindustrie hauptsächlich Anwendung. Beispiele für die Nahrungsmittelindustrie sind die Fleisch- und Milchverarbeitung, sowie die Herstellung von Convenience-Produkten, wobei die jeweilige Gesetzgebung und die notwendige Deklaration zu beachten sind. Weizen(-vital)gluten, auch als Vitaltrockenkleber bezeichnet, findet zum größten Teil in der Mühlen- und bei der Backwarenproduktion seine Anwendung.

Bei der heutigen Marktsituation verlangt das backende Gewerbe von einer Mühle Weizenmehle mit gleichbleibenden Qualitäten. Da der Rohstoff Weizen naturgemäß Schwankungen unterworfen ist, bietet sich dem Müller über einen Zusatz von Vitaltrockenkleber die Möglichkeit Schwankungen im Protein- und Klebergehalt auszugleichen und dadurch die Verarbeitungseigenschaften seines Produktes, besonders im Bezug auf Teigstabilität, Wasserbindung und Volumenausbeute, zu egalisieren.

Der Bäcker hingegen benötigt für die Vielzahl an verschiedenen Gebäcken, die er herstellt, die unterschiedlichsten Weizenmehlqualitäten. Logistisch ist es nicht möglich für jedes Gebäck das jeweils passende Mehl zu bevorraten. Bei der Teigbereitung lässt sich durch den Zusatz von Vitaltrockenkleber – entweder als pulverförmiger Rohstoff oder als Bestandteil eines Backmittels – die Weizenmehlqualität in bezug auf das jeweils zu erstellende Gebäck optimieren. Die Zusatzmenge ist dabei sowohl von den gewünschten Teigeigenschaften als auch von der Mehlqualität abhängig, bewegt sich jedoch hauptsächlich in einem Bereich von 0,5 - 2 % bezogen auf das Mehl.

Zusammenfassend ergibt sich, dass dem backenden Gewerbe mit dem Weizenkleber eine natürliche Zutat zur Verfügung steht, mit der gezielt die Proteinqualitäten des Weizens auf die Erfordernisse des Verarbeiters und des Endproduktes eingestellt werden können. ■

Literaturhinweis:
Richtlinie für Stärke und bestimmte Stärkeerzeugnisse; Schriftreihe BLL Heft 84/1975

Functional Food schließt zunehmend die Lücke zwischen begründetem Wunsch und Wirklichkeit bei der gesunden Ernährung

Michael Gusko, Hambug

Einleitung

Der Begriff „Functional Food“ ist lebensmittelrechtlich bisher nicht definiert. Nach einer gängigen Arbeitsdefinition versteht man darunter „Lebensmittel mit einem gesundheitlichen Zusatznutzen, der über den traditionellen ernährungsphysiologischen Effekt der darin enthaltenen Nährstoffe hinausgeht“. Das Ziel von Functional Food ist es, die Gesundheit der Bevölkerung zu verbessern.

Wirksame Substanzen natürlichen Ursprungs in Lebensmitteln

Unter Ernährungswissenschaftlern und Medizinern besteht einhellig die Meinung, dass sich eine ausgewogene und maßvolle Ernährung positiv auf den Gesundheitszustand des Menschen auswirkt. Darauf basieren die offiziellen Ernährungsempfehlungen, wie z. B. der Deutschen Gesellschaft für Ernährung (DGE). Zur gesundheitlich optimierten Ernährung kann man jedoch feststellen, dass der Verbraucher bisher dieser Empfehlung nicht in dem notwendigen Maße gefolgt ist.

In Anerkennung dieser Realität und im Hinblick auf eine wirkliche Veränderung, wollen seriöse Anbieter von Functional Food einen Beitrag zur ausgewogenen Ernährung leisten.

Functional Food nimmt für sich in Anspruch, einen zeitgemäßen Beitrag im Rahmen der Gesundheitsvorsorge zu leisten. Ein Blick in die Entwicklungsgeschichte der Menschheit zeigt, dass Functional Food als Marketingbegriff zwar neu, die zugrundeliegenden Kenntnisse über die Wirkung bestimmter Inhaltsstoffe aber teilweise bereits uralt sind.

Pflanzen werden seit Jahrtausenden nicht nur zur Ernährung, sondern auch zur Vorbeugung und Therapie von Krankheiten eingesetzt, da sie wirksame Stoffe enthalten. Eine häufig zitierte Aussage von Hippokrates (460 – 370 v. Chr.) „Eure Nahrungsmittel sollen eure Heilmittel und eure Heilmittel sollen eure Nahrungsmittel sein“ belegt den hohen Stand der damaligen Nahrungsheilkunde. Das Wissen um die gesundheitsfördernden Wirkungen bestimmter Nahrungsbestandteile trat mit dem Aufkommen der modernen Medizin und den Segnungen der Arzneimittel allerdings in den Hintergrund. Das präventive Potential der Nahrung wird heute, unterstützt durch die moderne Ernährungsmedizin, zunehmend wieder bekannt gemacht. Weltweit werden wertvolle Vitalstoffe, insbesondere aus Pflanzen, für die Entwicklung einer neuen Generation gesunderhaltender und gesundheitsfördernder Lebensmittel eingesetzt.

Markttrend

Der Markt für Functional Food weist weltweit die höchsten Zuwächse auf. Das globale Potential wird bei 5 % des Lebensmittelmarktes gesehen. In Teilsegmenten beträgt der Marktanteil von Functional Food bis zu 50 %. Die Wachstumsraten in den entwickelten Ländern (USA, Japan, Europa) sind heute durchweg zweistellig. Aufgrund der zunehmenden Alterspyramide wird ein anhaltend starkes Wachstum für die nächsten 30 Jahre prognostiziert.

Während in den USA, wo der Functional Food-Markt – mit maßgeblicher Unterstützung der Lebensmittelindustrie durch die US-Gesundheitsbehörde (FDA) – bei einem Wachstum von 17 % p.a. bereits ein Volumen von 25 Milliarden DM hat, steht die Entwicklung in Europa und Deutschland noch am Anfang (Umsatz rund 2 Mrd. DM). Die aktuellen Wachstumsraten von 30 bzw. 27 % zeigen aber, dass Europa aufholt.

Der Deutsche Functional Food Markt hat vor allem im Jahr 1996 durch die Einführung probiotischer Joghurts starke Wachstumsimpulse erfahren. Der Marktanteil dieser probiotischen Joghurts betrug 2 Jahre nach der

Markteinführung bereits 8 %. Der Durchschnittspreis liegt ca. 35 % über dem Durchschnitt dieser Warengruppe – ein Indiz für eine höhere Wertschätzung durch den Verbraucher.

Backwarenmarkt

Im deutschen Backwarenmarkt wurden 1998/99 einige Produkte mit pre- und probiotisch wirksamen Zutaten eingeführt. Aufgrund der hohen Akzeptanz beim Verbraucher und den damit verbundenen positiven Ergebnissen, konnte eine Umsatzsteigerung beim Bäckerhandwerk mit diesen Produkten festgestellt werden.
Die Umsatzschätzung für das Jahr 1999 beträgt bereits DM 250 Mio., wobei die Wachstumspotentiale dieser Produktgruppe damit noch nicht ausgeschöpft sind.
Mit diesen positiven Ergebnissen stehen die Bäcker dem Erfolg der großen internationalen Nahrungsmittelkonzerne mit den in 1996 in Deutschland eingeführten probiotischen Joghurts in keiner Weise nach. Der Erfolg des Bäckerhandwerks mit Functional Food ist nicht nur ein Beispiel für die Kundenorientierung der Bäcker, sondern auch ein Beispiel für marktorientierte Zusammenarbeit von Bäckerhandwerk und Zulieferindustrie.
Für die Entwicklung dieser anspruchsvollen Produkte bedienen sich die Backmittel- und Backgrundstoffhersteller des besten verfügbaren Fachwissens. So wird eng mit namhaften Ernährungswissenschaftlern und Medizinern zusammengearbeitet. Entscheidend für die Entwicklung dieses Marktes wird die Seriosität und das Verantwortungsbewusstsein der Anbieter sein. ■

Die rechtliche Beurteilung von Functional Food

1. Einleitung

Functional Food ist in den letzten drei Jahren zu einem neuen Trend auf dem Lebensmittelmarkt geworden.
Man versteht heute unter Functional Food „Lebensmittel, die neben ihrem Genuss- oder Geschmackswert bzw. ihren ernährungsphysiologischen Wirkungen noch einen zusätzlichen Nutzen für die Gesundheit aufweisen“.
Ob z.B. pre- oder probiotische Lebensmittel – die Hersteller solcher Lebensmittel möchten die gesundheitsfördernden und wissenschaftlich bewiesenen Aspekte dieser Produkte ausloben können. Aufgrund der aktuellen Rechtslage in Deutschland sind die Grenzen für solche Werbeaussagen jedoch sehr eng gesteckt. In dem folgenden Beitrag sollen daher die rechtlichen Möglichkeiten und Grenzen für Deutschland sowie im Vergleich zu den europäischen Nachbarstaaten und den USA dargestellt werden.

2. Rechtslage in Deutschland

Derzeit gibt es in Deutschland und der EU keine besonderen Regelungen für den Bereich Functional Food. Diese Lebensmittel sind daher lebensmittelrechtlich genauso zu behandeln wie „herkömmliche“ Lebensmittel.
Das Lebensmittel- und Bedarfsgegenständegesetz (LMBG) unterscheidet zwischen der zulässigen gesundheitsbezogenen Werbung und der verbotenen krankheitsbezogenen Werbung (§ 18 LMBG).
Bei der Abgrenzung zwischen gesundheits- und krankheitsbezogener Werbung bestehen erhebliche Rechtsunsicherheiten, da die einschlägige Rechtsprechung bis heute keine verlässlichen Abgrenzungsmaßstäbe entwickelt hat. Das Verbot der krankheitsbezogenen Werbung besteht auch dann, wenn die Aussage wahr, d.h. nicht irreführend ist. Wie die aktuelle Rechtsprechung zeigt, wird der Krankheitsbegriff sehr weit ausgelegt. So sind die Aussagen „... stärkt das Immunsystem“ oder „... wirkt cholesterinsenkend“ nicht zulässig, während die Aussage „ein Beitrag zur cholesterin-bewussten Ernährung“ als zulässige gesundheitsbezogene Werbung anzusehen ist. Meistens versuchen die Gerichte, eine Abgrenzung zwischen Lebens- und Arzneimittel vorzunehmen, um dann beurteilen zu können, ob es sich um eine krankheitsbezogene Werbeaussage handelt. Dabei wird zunehmend auf die objektive Zweckbestimmung des Lebensmittels durch den Hersteller abgestellt. Ebenso wichtig ist die Frage, wie die angesprochenen Verkehrskreise die in Frage stehende Auslobung auffassen werden.
In der Praxis ist daher im Zusammenhang mit Functional Food immer die Frage zu klären, ob diese Werbeaussagen sich auf die Verhütung von Krankheiten beziehen. Die Rechtsprechung hat bislang immer dann eine statthafte, gesundheitsbezogene Werbung angenommen, wenn diese das allgemeine Wohlbefinden, bzw. die Gesundheit im allgemeinen, betreffen. So wurden z.B. Werbeaussagen wie:

„... lebende LGG-Kulturen leisten einen wertvollen Beitrag für ihre gesunde Ernährung ...“,
„... plus Calcium für den Aufbau von Knochen und Zähnen ...“,

„... ein täglicher Beitrag zu ihrer Gesundheit ...“,
„... ein täglicher Beitrag für Fitness und Gesundheit ...“,
„... bei täglichem Verzehr die Darmflora positiv beeinflusst und in sofern eine probiotische Wirkung ausübt ...“,
„... und stimuliert die wünschenswerte natürliche Aktivität körpereigener Zellen ...,“
„... durch ihre positive Wirkung auf die Darmflora fördern die besonderen Kulturen die natürlichen Abwehrkräfte und können so den Körper bei der Regulierung des natürlichen Gleichgewichts unterstützen ...“
„... Ein wertvoller Beitrag zu einer cholesterinbewussten Ernährung ...“,
„... regt die Stoffwechselfunktion an ...“ und
„... bringt die Darmflora in ein natürliches Gleichgewicht ...“
als statthaft angesehen.

Die Erfahrung mit Functional Food zeigt, dass nicht nur seitens der Wirtschaft, sondern auch bei der Lebensmittelüberwachung Unsicherheit in der Bewertung dieser sogenannten „health claims“ besteht.

Als Hilfestellung bei der Beurteilung kann folgende Frage zur Einstufung einer Werbeaussage dienen:
Bezieht sich die Werbeaussage auf das allgemeine gesundheitliche Wohlbefinden und die damit verbundenen allgemeinen gesundheitlichen Aspekte?
Wenn ja, dann handelt es sich um eine statthafte gesundheitsbezogene Werbung.
Wenn nein, dann liegt in der Regel eine nicht zulässige krankheitsbezogene Werbeaussage vor.

3. Die Rechtslage in der Europäischen Union

Europaweite Grundlage für das Verbot der krankheitsbezogenen Werbung ist
Art. 2 Abs. 1 Lit. b der Etikettierungsrichtlinien 79/112/78.
Demnach ist eine sachliche und objektiv richtige Verbraucheraufklärung über eine gesunde und richtige Ernährung für den Gesunden wie für den Kranken nicht grundsätzlich in Frage gestellt. Diese EU-weit geltende Regelung wird jedoch in den verschiedenen Mitgliedsstaaten unterschiedlich ausgelegt und führt dadurch zu Handelshemmnissen. So gilt z.B. in Österreich ein generelles Verbot krankheits- und gesundheitsbezogener Werbung. Schon allein das Wort „Gesundheit“ oder „gesund“ in einer Auslobung ist daher eine (verbotene) gesundheitsbezogenen Werbung.
In mehreren EU-Mitgliedsstaaten wie z. B. Großbritannien, Belgien, Spanien, Schweden, Frankreich und den Niederlanden gibt es für den Bereich Functional Food sogenannte „codes of practise“ bzw. Richtlinien, die meist in Abstimmung zwischen der Lebensmittelindustrie, der Wissenschaft, den Verbraucherverbänden sowie den amtlichen Stellen erstellt wurden.
Für exportorientierte Unternehmen ist daher die Beachtung der einzelstaatlichen Regelungen bei der Ausgestaltungen der Werbeaussagenmöglichkeiten von großer Bedeutung.
Neben den unterschiedlichen nationalen Regelungen hat der Europäische Dachverband der Lebensmittelwirtschaft (CIAA) Richtlinien für die Anwendung von gesundheitsbezogenen Werbeaussagen bei Lebensmittel erstellt. Diese Richtlinien werden zur Zeit zwischen den zuständigen Verbänden und der EU-Kommission bei der Formulierung einer europaeinheitlichen Regelung zu Grunde gelegt.
Als wesentlicher Aspekt haben sich zwei Kategorien von gesundheitsbezogener Werbung herauskristallisiert:
Werbeaussagen des Typs A (functional claims), die sich auf bestimmte Inhaltsstoffe und deren Aufgaben im Körper durch ihre biologische Funktion beziehen und damit gesundheitsfördernd sind und Werbeaussagen des Typs B (health claim), die sich direkt und in allgemeiner Hinsicht mit dem gesundheitlichen Wohlbefinden auseinandersetzen.
Beiden claims muss in jedem Fall ein wissenschaftlicher Nachweis zugrunde liegen.

4. Die Rechtslage in den USA

In den USA hat die FDA (US-Food and Drug Administration) bestimmte „health claims“ gere-

Dipl. Lebensmittelchemiker Udo Berg, Frankfurt am Main
RA Amin Werner, Bonn

Der § 18 LMBG regelt, dass
1. Aussagen, die sich auf die Beseitigung, Linderung oder Verhütung von Krankheiten beziehen,
2. Hinweise auf ärztliche Empfehlungen oder ärztliche Gutachten,
3. Krankengeschichten oder Hinweise als solche,
4. Äußerungen Dritter, insbesondere Dank-, Anerkennungs-,
5. oder Empfehlungsschreiben, soweit sie sich auf die Beseitigung oder Linderung von Krankheiten beziehen, sowie Hinweise auf solche Äußerungen,
6. bildliche Darstellungen von Personen in der Berufskleidung oder bei der Ausübung der Tätigkeit von Angehörigen der Heilberufe, des Heilgewerbes oder des Arzneimittelhandels,
7. Aussagen, die geeignet sind, Angstgefühle hervorzurufen oder auszunutzen und Schriften oder schriftliche Angaben, die dazu anleiten, Krankheiten mit Lebensmitteln zu behandeln, verboten sind.

gelt. So sind dort bei Einhaltung der jeweiligen Vorgaben Aussagen möglich, die nach EU-Maßstäben bereits (verbotene) krankheitsbezogene Aussagen wären wie das folgende Beispiel zeigt:
„Soluble fiber from oatmeal – as a part of a low saturated fat, low cholesterol diet – may reduce the risk of heart disease".
Hier ist also der Hinweis erlaubt, dass lösliche Ballaststoffe aus Hafer dem Risiko von Herzerkrankungen vorbeugen.
Ein Täuschungsschutz wird dadurch gewährleistet, dass einerseits diese Aussagen nur erfolgen dürfen, wenn genau festgelegte Voraussetzungen (Dosis-Wirkung-Beziehung) erfüllt sind und andererseits der Wortlaut der Werbeaussagen exakt vorgegeben ist. In den USA unterliegen diese „health claims" strengen wissenschaftlichen Prüfungen.

5. Folgerungen

Im Interesse einer einheitlichen Rechtslage in der EU und der Schaffung von Rechtssicherheit bei Lebensmittelherstellern, Verbrauchern und der Lebensmittelüberwachung sollten möglichst bald EU-einheitliche Regelungen für Aussagen über die gesundheitliche Wirkung von Lebensmitteln festgelegt werden. Ziel muss es dabei sein, dass Aussagen zur Bedeutung der Lebensmittel für die Gesundheit und insbesondere zur Reduktion bzw. Vorbeugung eines Krankheitsbildes erlaubt werden, sofern diese objektiv nachgewiesen sind. Damit wird den berechtigten Informationsinteressen des Verbrauchers Rechnung getragen und auch die Möglichkeit geschaffen, das Ernährungsverhalten der Verbraucher positiv beeinflussen zu können.
Dies ist auch immer im Lichte des vom Europäischen Gerichtshof vorgegebenen Verbraucherleitbildes des mündigen und verständigen Verbrauchers zu sehen.

Darf die Gentechnologie bei Bioprodukten noch eine Rolle spielen?

I. Einleitung

Die EU-Ökoverordnung 2092/91 ist mit der Verordnung 1804/99 vom 19. Juli 1999, verkündet am 24. August 1999, geändert worden. Hierbei sind eine Fülle von Änderungen hinsichtlich des Verbotes der Verwendung von Rohstoffen und Lebensmitteln, die mit Hilfe der Gentechnologie hergestellt wurden, aufgenommen worden.
Neben dieser EU-Verordnung gibt es in Deutschland die Erste und Zweite Verordnung zur Änderung der Neuartige Lebensmittel- und Lebensmittelzutaten-Verordnung (NLV), die auch als sogenannte „Ohne Gentechnik-Verordnung" bezeichnet wird.
In diesem Artikel sollen die neuen Änderungen der Ökoverordnung und die Überschneidungen mit der NLV dargelegt werden.

II. Die EU-Ökoverordnung

In dem Erwägungsgrund 10 zur Änderung der Ökoverordnung wird festgestellt, dass „genetisch veränderte Organismen (GVO) und deren Derivate ... mit der ökologischen Wirtschaftsweise unvereinbar (sind). Um das Vertrauen der Verbraucher zur ökologischen Erzeugung nicht zu erschüttern, sollten genetisch veränderte Organismen, Teile davon oder auf deren Grundlage hergestellte Erzeugnisse nicht in Erzeugnissen, die als Erzeugnisse aus ökologischen Landbau gekennzeichnet sind, verwendet werden."
Dieser Vorgabe wird die Änderung dadurch gerecht, indem u.a. der Artikel 4, der die Rechtsbegriffe der Ökoverordnung legal definiert, klarstellt, dass unter den Nummern 12-14 die Verwendung von GVO und GVO-Derivaten wie folgt zu verstehen ist:
„Die Verwendung derselben als Lebensmittel, Lebensmittelzutaten (einschließlich Zusatzstoffe und Aromen), Verarbeitungshilfsstoffe (einschließlich Extraktionslösungsmittel), Futtermittel, Mischfuttermittel, Futtermittel-Ausgangserzeugnisse, Futtermittel-Zusatzstoffe, Verarbeitungshilfsstoffe für Futtermittel, bestimmte Erzeugnisse für die Tierernährung gemäß der Richtlinie ..., Pflanzenschutzmittel, Tierarzneimittel, Düngemittel, Bodenverbesserer, Saatgut, vegetatives Vemehrungsgut und Tiere."
Im Artikel 5 Abs. 5 wird der neue Buchstabe f und im Artikel 5 Abs. 5a der Buchstabe i eingefügt. Es wird eingefügt, dass Öko-, bzw. Bioprodukte ohne Verwendung von genetisch veränderten Organismen und/oder auf deren Grundlage hergestellte Erzeugnisse hergestellt werden dürfen.
Entsprechende Änderungen finden sich auch im Artikel 6 Abs. 1d und Artikel 6 Abs. 2a wieder.

Zusammenfassend darf festgestellt werden, dass nach der Än-

RA Amin Werner, Bonn

derung der Ökoverordnung u.a. Rohstoffe, Lebensmittel, Futtermittel jeglicher Art und Arzneimittel bei Ökoprodukten, d.h. sowohl tierischer als auch pflanzlicher Herkunft, nicht verwendet werden dürfen. Der Hinweis, dass auch Pflanzenschutzmittel, Tierarzneimittel, Düngemittel, Bodenverbesserer und Saatgut, die mit Hilfe der Gentechnik hergestellt wurden, nicht verwendet werden dürfen, läßt den Schluß zu, dass die Herstellungskette weit zurückverfolgbar sein muß.

III. Die deutsche „Ohne Gentechnik"-Verordnung

Am 13. Oktober 1998 wurde im Bundesgesetzblatt die sogenannte „Ohne Gentechnik"-Verordnung (NLV) verkündet, die noch am selbigen Tag in Kraft trat.
Mit Änderungsverordnung vom 13. August 1999, die ebenfalls am Verkündungstag in Kraft trat, wurden geringfügige Änderungen angefügt.
Die Motivation zur Verkündigung der NLV liegt darin begründet, dass das Bundesland Bayern im Vorfeld entsprechende Regelungen zur Sicherstellung des Täuschungsschutzes der Endverbraucher fassen wollte. Es bestand allgemein das Bedürfnis, die Verbraucher bundesweit vor Täuschungen zu schützen, sodass die NLV als Bundesverordnung erlassen wurde.
Die NLV regelt, unter welchen Voraussetzungen die festgelegte Auslobung „ohne Gentechnik" für Lebensmittel möglich ist.
Die Auslobung darf nur dann für Lebensmittel vorgesehen werden, wenn
1. „es nicht aus einem genetisch veränderten Organismus besteht oder aus einem genetisch veränderten Organismus hergestellt worden ist, es nicht unter Verwendung von Stoffen hergestellt worden ist, die aus genetisch veränderten Organismen bestehen oder aus genetisch veränderten Organismen hergestellt sind, und bei der Herstellung der verwendeten Stoffe keine aus genetisch veränderten Organismen gewonnenen technischen Hilfsstoffe, einschließlich Extraktionslösungsmittel und Enzyme eingesetzt wurden,
2. dem Tier, von dem das Lebensmittel gewonnen worden ist, keine Futtermittel, Futtermittel-Zusatzstoffe oder Arzneimittel im Sinne des § 2 des Arzneimittelgesetzes verabreicht worden sind, die mit Hilfe gentechnischer Verfahren hergestellt worden sind."

Diese Grundsätze werden dann dadurch relativiert, dass unbeabsichtigte oder unvermeidbare Spuren der Kennzeichnung nicht entgegenstehen. Ebenfalls wird als Ausnahmeregelung dem Tierschutzgedanken dadurch Rechnung getragen, dass auch gentechnisch beeinflusste Arzneimittel dann eingesetzt werden dürfen, wenn keine anderen wirksamen zur Verfügung stehen.
Diese Verordnung macht deutlich, dass z.B. gentechnisch veränderte Rohstoffe, Futtermittel und Arzneimittel, einer Auslobung „ohne Gentechnik" entgegenstehen. Dadurch, dass beispielhaft anhand tierischer Produkte auch die Futtermittel und Arzneimittel herangezogen wurden, liegt der Schluß nahe, dass auch die Herstellungskette von pflanzlichen Produkten die Voraussetzungen erfüllen muss.

IV. Überschneidungen der geänderten EU-Ökoverordnung und der deutschen NLV

Der Regelungsbereich der Ökoverordnung trifft Produkte, die die Auslobung ökologisch oder biologisch vorsehen wollen. In diesem Rahmen müssen die Voraussetzungen für den ökologischen Landbau und die ökologische Tierhaltung, die in der Verordnung festgehalten sind, eingehalten werden. Dies trifft nunmehr auch die Vermeidung der Gentechnologie. Um sicherstellen zu können, dass die Verbraucher nicht getäuscht werden, muß eine Dokumentation durch die dafür zuständigen Zertifizierungsstellen vorgenommen werden, wobei die Herstellungskette erfasst werden muß.
Die NLV regelt für den Geltungsbereich in Deutschland die Auslobung „ohne Gentechnik"

ebenfalls zum Schutze des Verbrauchers. Ähnlich wie bei der Ökoverordnung muß gemäß § 5 NLV ein geeigneter Nachweis geführt werden, der beweist, dass auf den zurückreichenden Herstellungsketten die Gentechnologie keine Rolle spielte.

Es kann somit davon ausgegangen werden, dass sogenannte Öko- bzw. Bioprodukte, die die neuen Regelungen einhalten, in Deutschland auch die Auslobung „ohne Gentechnik" führen dürfen.

Umgekehrt darf jedoch ein Produkt, das die Auslobung „ohne Gentechnik" führt, nicht ohne weiteres auch als Öko- oder Bioprodukt bezeichnet werden, da die noch weitergehenden Voraussetzungen der Ökoverordnung beachtet werden müssen.

V. Problembereiche

Bei der Änderung der Ökoverordnung durch Verkündung am 24. August 1999 ist im Artikel 3 festgelegt, dass diese Verordnung am Tage der Veröffentlichung in Kraft tritt. Leider sind keine Abverkaufsfristen festgelegt, sodass es in der Praxis zu Problemen hinsichtlich der Rechtsumstellung bei den Produkten kommen wird. Hierdurch wird in krasser Weise gegen den Grundsatz der Verhältnismäßigkeit verstoßen, sodass zu hoffen ist, dass sich in der Praxis eine vernünftige Handhabung der Ökoverordnung im Interesse der Vermeidung von wirtschaftlichen Schäden finden läßt.

Unbefriedigend ist auch der in der NLV geforderte geeignete Nachweis zur Belegung, dass die Voraussetzungen der Kennzeichnung „ohne Gentechnik" erfüllt sind. Es wird nicht festgestellt, ob eine geeignete Stelle in Deutschland die fachliche Befähigung dazu hat, um einen entsprechenden Nachweis ausstellen oder führen zu können. Dadurch, dass die Ökozertifizierungsstellen nunmehr auch die Herstellungskette bei gentechnisch veränderten Rohstoffen überprüfen muß, sind diese Stellen sicherlich auch geeignet, im Sinne der NLV einen geeigneten Nachweis über „Ohne Gentechnik"-Produkte zu geben.

VI. Ausblick:

Es ist wünschenswert, da bereits auch in den Niederlanden entsprechende Regelungen zur NLV erlassen wurden, europaeinheitliche Regelungen zu schaffen.

Wir befinden uns in einem globalen europäischen Markt, wo Rohstoffe und Endprodukte problemlos über die Grenzen geliefert werden können. Um Handelshemmnisse abzubauen, ist es zwingend notwendig, einheitliche europäische Regelungen, entweder in Form einer Richtlinie nach dem Vorbild der niederländischen und deutschen „ohne Gentechnik"-Verordnung oder durch eine unmittelbar wirkende Verordnung zu schaffen. ■

Es ist soweit: Backmittelverband und Backmittelinstitut nutzen die Möglichkeiten der modernen Computerkommunikation und haben ihre neue Website ins Netz gestellt. Ab sofort können Verbandsmitglieder, Bäcker und Konditoren, Ernährungsberater, Berufsschulen, Behörden, Endverbraucher, Journalisten und andere interessierte Benutzer das erweiterte Service-Angebot von BVB und BMI in Anspruch nehmen. Und das mit einfachem Mouseklick, kostengünstig und nahezu sekundenschnell. Hier einige Hinweise, um Ihnen die neuen elektronischen Dienstleistungen darzustellen und Ihren Einstieg in die „digitale Welt" der Backmittel und Backgrundstoffe zu erleichtern.

Verband der Deutschen Backmittel- und Backgrundstoffhersteller e.V.

Wählt man die Internet-Adresse: www.backmittelverband.de, erscheint zunächst das Hauptmenü auf dem Bildschirm, das den Besucher übersichtlich zu den wichtigsten Datenbanken und Informationsquellen des Verbandes führt. Anhand dieses Menüs können Sie unter folgenden Informationsquellen auswählen:

- Nur für Mitglieder
- Der Verband
- Ziele
- Mitglieder
- Presse-Info
- Kontakt

„going online“
BVB und BMI im Internet

Martina Bröcker M.A., Bonn

Alle Informationen sind der Öffentlichkeit zugänglich bis auf die Rubrik „Nur für Mitglieder“. In diesem passwortgeschützten Bereich ist ein sogenanntes „Intranet“ eingerichtet worden mit Diensten und Daten, die nur für einen begrenzten autorisierten Benutzerkreis – unsere Mitglieder – verfügbar sind.

Backmittelinstitut e.V.

Auch die Homepage des Backmittelinstituts www.backmittelinstitut.de ist für den Benutzer sehr einfach und übersichtlich aufgebaut. Kurze und prägnante Oberbegriffe führen als Links durch die verschiedenen Navigationsebenen:

- Das Institut
- BMI Aktuell
- Presse News
- Info-Material
- Backwaren
- Kontakt

Über die Buttons „BMI Aktuell“ und „Presse News“ finden Sie die jeweils aktuellen Pressemitteilungen. Sie haben darüber hinaus aber auch die Möglichkeit, im Jahresarchiv gezielt Recherchen durchzuführen und somit die Entwicklung der letzten Monate zu verfolgen.

Unter der Rubrik „Info-Material“ stehen Ihnen die Broschürenreihe, Sonderveröffentlichungen, Folienmappen für Berufsschulen sowie Frage- und Antwortkataloge des BMI zur Ansicht zur Verfügung. Ein Klick mit der Mouse auf den Button „Bestellen“ - und Sie können dieses Informationsmaterial auch via Internet anfordern.

Für die Zielgruppe Bäcker und Konditoren haben wir einen eigenen Bereich „Backwaren“ eingerichtet. Anhand verschiedener Datenfelder werden zunächst 10 Produktbeispiele für die Gruppen „Brot“, „Brötchen/Kleingebäck“ und "Feine Backwaren" erläutert. Sie sollen laufend ergänzt und aktualisiert werden. Von der Übersichtsseite der Produktbeispiele wird mit einem Link auf die Leitsätze für Brot und Kleingebäck bzw. Feine Backwaren verwiesen, die den Zugang zu Basisinformationen ermöglichen. Auch hier arbeiten wir daran, das Lebensmittelrecht und andere normative Bestimmungen für den Bäcker und Konditor transparenter zu machen.

Stichwort „Online-Relations“:
Mit unserer Kontaktseite fordern wir Sie auf, mit uns auf elektronischem Wege zu kommunizieren und uns Ihre Fragen, Wünsche, Anregungen und auch Ihre Kritik mitzuteilen.

Datenbanken, Archive und aktuelle Meldungen werden nahezu täglich von uns online ergänzt. Denn „Präsenz im Internet“ bedeutet, ständig kommunikationsbereit zu sein. Im Bereich der elektronischen Dienstleistungen wird der Faktor Zeit zum Maßstab eines Total Quality Managements. Websites sind keine „digitalen Broschürenständer“. Nutzen Sie unser Angebot. Wir freuen uns auf Ihren Besuch auf unserer Homepage!

Internetlexikon (Auszüge)

@: (gesprochen = „ät“ oder umgangssprachlich „Klammeraffe“) Bestandteil jeder E-Mail Adresse, als Sonderzeichen der Tastatur erstellen Sie es mit Alt-Gr + Q geschrieben.

Booksmarks: Funktioniert wie ein Lesezeichen für das Internet: Eine einmal gefundene Seite kann gebookmarked werden, so daß Sie immer wieder schnell darauf zurückgreifen können; vergleichbar mit einem Lesezeichen.

Browser: Programm, mit welchem Sie die Seiten des World Wide Webs lesen, beispielsweise Microsoft Internet Explorer oder Netscape Navigator.

Domain: Der Name des Servers, den Sie ansurfen, beispielsweise ist der Server dieser Adresse www.uni-marburg.de die Universität Marburg. Das „de“ am Ende ist die Endung der Domain und steht für Deutschland.

Download: Bezeichnet das Herunterladen von Daten aus dem Internet auf den eigenen Rechner.

E-Mail: Elektronische Post, die über Computernetze binnen Sekunden weltweit verschickt werden kann.

Firewall: Schutz eines internen Netzwerkes vor unberechtigten Zugriffen oder Eindringlingen.

Homepage: Die erste Seite eines Angebots im Internet, meist ein Inhaltsverzeichnis.

Host: Ein Computer, der direkt mit dem Internet verbunden ist.

HTML (Hypertext Markup Language): eigene Sprache für Computer, die dafür sorgt, daß jeder Computer die Daten des Internets richtig interpretiert.

Intranet: Ein Netzwerk, welches nur regional, firmen-oder organisationsabhängig verwendet wird. Ein Intranet ist nur mit einer besonderen Berechtigung zugänglich. Meist besitzen Intranets Übergänge zum Internet oder sind sogar ein Teil des Internets. Intranets sind zielgruppenspezifische Netzwerke.

Links: Verweise, die eine Verbindung zu anderen Informationen im Internet geben.

Mailbox: Der virtuelle Briefkasten für Ihre E-Mails.

Provider: Firma oder Institution, die den Zugang zum Internet anbietet.

www (world wide web): Das weltweit vernetzte Mediensystem innerhalb des Internets. Der erfolgreichste und bekannteste Dienst, der den Internet-Boom ausgelöst hat.

BACKMITTELINSTITUT
Informationszentrale für Backmittel und Backgrundstoffe zur Herstellung von Brot und Feinen Backwaren e.V.
Das Institut
BMI Aktuell
Info-Material
Presse News
Backwaren
Kontakt

Nur für Mitglieder
Der Verband
Ziele
Mitglieder
Presse-Info
Kontakt
Verband der Deutschen Backmittel- und Backgrundstoffhersteller e.V.
BVB

Gewürze – und die Verwendung in der Weihnachtsbäckerei

Ralf Beisner, Hannover

Wie der Adventskranz mit seinen Lichtern, wie die vertrauten Advents- und Weihnachtslieder, wie die frühe Dunkelheit, so gehört auch der Duft von Zimt, Anis oder Kardamom in der Bäckerei zu den Vorfreuden auf die schönste Zeit des Jahres – die Weihnachtszeit.

Viele unserer Weihnachtsgebäcke gibt es schon sehr lange, die Tradition reicht bis in heidnische Vorzeiten zurück. Die christliche Kirche schuf eine neue Bedeutung dieser Gebäcke. Denken wir zum Beispiel an den heiligen Nikolaus – heute in Form von Schokolade oder Pfefferkuchen, die Lebkuchenbrezel als Symbol der Freundschaft und der christlichen Liebe und nicht zuletzt an den Stollen, weicher die Wiege, in die das Christkind gelegt wurde, symbolisiert.

Allen Weihnachtsspezialitäten gemeinsam ist der jeweils einzigartige, typische Geschmack und Geruch, der in der Regel über die Zugabe von Gewürzen erzielt wird.

Gewürze und Aromen

Wie bereits erläutert, werden der Geruch und der Geschmack von Backwaren sehr wesentlich durch die verwendeten Zutaten bestimmt. Neben Zucker und Salz sowie den durch den Backprozess entstehenden Aromanoten, wird die Geschmacksgebung bei Feinen Backwaren, zu denen auch die eingangs zitierten Weihnachtsgebäcke zählen, durch Aromen und Gewürze bestimmt. Allerdings muss man in der feinen Abgrenzung diese beiden geschmackgebenden Produktfelder getrennt definieren.

Aromen sind Zubereitungen von Geruchs- und Geschmacksstoffen zur Aromatisierung von Lebensmitteln, die neben den reinen Aromastoffen auch Trägerstoffe, Lösungsmittel und Emulgatoren enthalten können. Sie sind relativ gut haltbar und leicht zu dosieren.

Man unterscheidet Aromen in vier Gruppen:

- Natürliche Aromen

Hierbei handelt es sich um aromatisierende Stoffe, die durch physikalische Verfahren aus natürlichen Ausgangsstoffen pflanzlicher oder tierischer Herkunft gewonnen werden.

- Naturidentische Aromastoffe

Dies sind aromatisierende Stoffe, die mit chemischen Verfahren gewonnen werden und mit einem natürlich vorkommenden Aroma chemisch gleich sind.

- Künstliche Aromastoffe

Diese Gruppe bezeichnet chemisch gewonnene Stoffe mit Aromaeigenschaften, die vom chemischen Aufbau her nicht mit natürlich vorkommenden Aromastoffen verglichen werden können.

- Aromaextrakte

Sind verschieden konzentrierte Zubereitungen aus Ausgangsstoffen pflanzlicher oder tierischer Herkunft, ohne nur einfache Aromastoffe zu sein (zum Beispiel Compounds).

Unter Gewürzen versteht man hingegen naturbelassene Pflanzenteile verschiedenster Art, die sich, meist getrocknet, durch den Gehalt an aromatischen oder scharf schmeckenden Inhaltsstoffen auszeichnen und daher zur Geschmacksbeeinflussung verwendet werden. Sie enthalten als wirksame Inhaltsstoffe ätherische Öle, Gerbsäuren und Harze. Sie werden in der Regel in gemahlener Form angeboten. Die Würzstoffe sind bei falscher Lagerung leicht flüchtig und verlieren ihre Wirkung.

Neben den geschmacklichen Komponenten geht von vielen Gewürzen auch eine gesundheitsfördernde Wirkung aus. So wirken einige Substanzen appetitanregend, andere fördern die Verdauung, wieder andere bewirken eine verbesserte Herztätigkeit oder bessere Durchblutung. Auch eine Verbesserung der Nervenstabilität wird aus bestimmten Gewürzsubstanzen abgeleitet.

Man teilt die Gewürze in folgende Gruppen:

- Wurzelgewürze (zum Beispiel Ingwer)
- Rindengewürze (zum Beispiel Zimt)

- Fruchtschalengewürze (zum Beispiel Vanille, Muskat)
- Samengewürze (zum Beispiel Anis, Fenchel, Kardamom, Koriander, Pfeffer oder Mohn)

Gewürze im Kulturkreis der menschlichen Entwicklung

Die Aromatisierung und geschmackliche Beeinflussung von Lebensmitteln hatte auch für die Menschen in früheren Kulturen einen besonderen Reiz. Die Verwendung von Gewürzen lässt sich bis in die Anfänge der menschlichen Kulturgeschichte zurückverfolgen.

So wurde bereits vor 5000 Jahren die Zimtrinde im Kräuterbuch chinesischer Kaiserdynastien beschrieben. Vor 3000 Jahren wurde in Indien bereits Pfeffer und in Kombination Curry verwendet. Rund 300 v. Chr. wurde in Griechenland die Herstellung von Speiseeis unter Verwendung von Gewürzen wegen der Bekömmlichkeit herausgestellt. Im 2. Jahrhundert unserer Zeitrechnung kassierten die Römer in Alexandria als Durchgangsgebühr einen sogenannten „Pfefferzoll“.
Bis ins Mittelalter hinein waren Gewürze relativ rar. Sie wurden hoch geachtet und teuer gehandelt. Noch zu Zeiten von Columbus wurden Gewürze mit Gold aufgewogen. Mit dem Ausbau der Seewege und der dadurch leichteren Beschaffung wurden die Kaufpreise drastisch reduziert und so fanden diese Geschmacksverbesserer auch Anwendung in den Küchen und Backstuben unserer nordeuropäischen Regionen.
Heutzutage bilden Gewürze eine preisgünstige Form der geschmacklichen Abrundung vielfältiger Lebensmittel und werden natürlich auch in verschiedener Form bei der Gebäckherstellung verwendet.

Gewürze in der Feinbäckerei

Gewürze und Aromen werden heutzutage in praktisch jeder Backstube eingesetzt. Während Aromen vornehmlich bei der Herstellung von Kuchen und Torten zur Geschmacksgebung Verwendung finden, sind Gewürze mehrheitlich im traditionellen Stück- und Kleingebäckbereich zu finden. Dies ist vielleicht auch ein Grund, warum fast alle althergebrachten Weihnachtsgebäcke, wie Lebkuchen, Stollen, Spekulatius, Honigkuchen, Gewürzkuchen oder Plätzchen, ihren typischen Geschmack durch Gewürze erzielen.
In der Entstehungszeit dieser Gebäcke hatten Gewürze von der Wertstellung her eine ganz andere Bedeutung. Gewürzgebäck war kostbar und je nach Komposition der geschmackgebenden Stoffe auch einmalig. Über die Tradition des Weihnachtsfestes hat sich auch die Tradition der festlichen Gebäcke bis in die heutige Zeit erhalten. So können wir alle auch heute (ge)würzig die Advents- und Weihnachtszeit genießen. ■

Kleines ABC der Weihnachtsgewürze:

Anis
wird aus den im Mittelmeerraum heimischen Anispflanzen gewonnen. Schon 1500 v. Chr. wurde er wegen seiner gesundheitlichen Vorzüge in einer Schrift erwähnt. Die Hauptanbaugebiete sind Syrien, Ägypten, die Türkei, Italien, Bulgarien und Spanien.

Ingwer
ist das gelbe, gestoßene Pulver der getrockneten Ingwerwurzel, das seit Urzeiten als Magenheilmittel gilt und vorwiegend aus Indien kommt.

Kardamom
gehört zu den Ingwergewächsen. Man schreibt dem Gewürz, das ebenfalls meist aus Indien und Sri Lanka stammt, magenanregende Wirkung zu.

Koriander
gilt als typisches Kuchengewürz. Man findet die pfeffernussgroße Frucht in Marokko, aber auch in Ungarn, Rumänien, Bulgarien und Russland.

Muskatblüte
auch Macisblüte genannt, ist der getrocknete Samenmantel der Muskatnuss, im Aroma milder als diese. Sie kommt aus dem indischen Raum.

Nelken
sind neben ihrem würzigen Aroma als keimtötend und Magenheilmittel bekannt. Schon die alten Ägypter kannten dieses Gewürz, das aus Ostafrika, Madagaskar, Indonesien und Brasilien kommt.

Orangeat
ist eigentlich kein Gewürz. Die kandierte Schale von Bitterorangen oder „Sevilla Orangen“ verleiht aber vielen Weihnachtsgebäcken ihren charakteristischen Geschmack. Gleiches gilt für das Zitronat.

Piment
duftet und schmeckt nach Nelken, Muskat, Zimt und Pfeffer. Man nennt es daher auch „Viergewürz“. Es kommt aus Mexiko, Ostindien und Jamaika.

Zimt
ist das wichtigste Gewürz der Lebkuchenbäckerei. Die edelsten Sorten kommen aus Sri Lanka. Auch diesem Gewürz wird heilende Wirkung zugeschrieben.

Auszug aus „Fragen und Antworten für die Bäckereifachverkäuferin“

Was sind eigentlich Backmittel, die in so großen Mengen in Backwaren eingearbeitet werden?

Backmittel sind Lebensmittel. Sie bestehen selbst wieder aus Lebensmitteln und Lebensmittelzusatzstoffen. In der Regel werden nur sehr kleine Mengen verwendet. Ihr Anteil beträgt etwa 0,5 - 4,0% im fertigen Gebäck. Die Inhaltsstoffe der Backmittel sind auf den Verpackungen aufgedruckt. Die Lieferanten von Backmitteln unterziehen ihre Produkte ständigen Qualitätskontrollen und beachten selbstverständlich alle Vorschriften des Lebensmittelgesetzes. Backmittel benötigen wir, um Backwaren sicher und in guter Qualität herstellen zu können. Ihre Verwendung ist seit langem erprobt, und sie sind gesundheitlich absolut unbedenklich.

Warum verwenden Sie zur Brotherstellung nicht einfach nur Mehl, Wasser, Hefe und Salz wie früher auch?

So einfach war das früher auch nicht. Schon immer hat der Bäcker nach Möglichkeiten gesucht, seine Herstellungsverfahren und die Qualität der Backwaren zu verbessern. Zusätze verschiedener Art sind daher schon immer verwendet worden, z. B. Malzextrakt oder Malzmehle bereits seit über hundert Jahren. Auch Lecithin wird schon seit über 60 Jahren zur Herstellung von Backwaren verwendet. Außerdem haben die Bäcker durch ihren Ideenreichtum bei der Verwendung der verschiedensten Zutaten zum Brot (z. B. Kartoffelbrot, Mehrkornbrot, Nussbrot usw.) ganz wesentlich zur Entwicklung der regionalen und landesweiten Brotvielfalt in Deutschland beigetragen. Darauf sind wir stolz, die Verbraucher wissen es zu schätzen, und im Ausland werden wir oft darum beneidet.

Die technische Entwicklung in der Bäckerei hat es notwendig gemacht, spezielle Backmittel unterschiedlicher Zusammensetzung für die Herstellung bestimmter Backwaren zu entwickeln und einzusetzen. Die dabei verwendeten Stoffe sind entweder Lebensmittel, wie Malzmehl oder Lebensmittelzusatzstoffe, wie Lecithin. Die Verwendung dieser Stoffe ist seit langem erprobt, und sie sind in ihrer Wirkung ohne jegliches gesundheitliches Risiko.

Dies trifft natürlich auch für unsere Backwaren zu, die dank der modernen Rohstoffe in optimaler Qualität hergestellt werden können.

Warum kann man den Lebensmittelzusatzstoffen keine allgemein verständlichen Namen geben?

Da alle Stoffe chemische Elemente oder Verbindungen sind, tragen sie dementsprechend auch chemische Bezeichnungen. Nur in wenigen Fällen tragen chemische Verbindungen allgemein verständliche Namen, wie z. B. Kochsalz, das chemisch Natriumchlorid heißt, oder doppelt kohlensaures Natron, der wesentliche Bestandteil des Backpulvers, der chemisch Natriumhydrogencarbonat heißt. In der Liste, in der alle zugelassenen Lebensmittelzusatzstoffe aufgeführt sind, muss man wegen der Einheitlichkeit vollständige, wissenschaftlich korrekte Bezeichnungen angeben. Die sind es auch, die auf den Inhaltslisten stehen.

So wird z. B. als Mehlbehandlungsmittel Ascorbinsäure eingesetzt, die jeder Verbraucher als Vitamin C kennt. Die Bezeichnung „Vitamin C“ darf aber nur dann benutzt werden, wenn die eingesetzte Menge auch als Vitamin wirken kann. Dies ist aber als Mehlbehandlungsmittel nicht der Fall. Daher die Bezeichnung „Ascorbinsäure“.

Einige weitere Beispiele für manchmal schwer verständliche Bezeichnungen von Lebensmittelzusatzstoffen:

- Tocopherol = Vitamin E
- Calciumsulfat wird bei vielen Mineralwässern als wichtiger Bestandteil hervorgehoben und ist auch im normalen Trinkwasser enthalten.
- Johannesbrotkernmehl wird aus der Frucht des Johannisbrotbaumes gewonnen.

Quelle:
Fragen- und Antwortenkatalog für die Bäckereifachverkäuferin

Übersicht

Das Backmittelinstitut e.V.
informiert:

Zu beziehen bei:
Backmittelinstitut e.V.
Markt 9, 53111 Bonn
Tel.: 02 28/9 69 77-0
Fax: 02 28/9 69 77-77

Weitere Informationen
erhalten Sie über unseren
Fax-Abruf: 02 28/9 69 41 80-000

Heft 1 (2. Auflage 1992)
Was sind Backmittel?

Heft 2 (2. Auflage 1993)
Die Bedeutung von Nahrungsfetten
für die menschliche Ernährung

Heft 3 (2. Auflage 1994)
Rohstoffe für Backmittel beim Brot

Heft 4 (2. Auflage 1994)
Convenience-Produkte

Heft 5 (1985) (2. überarbeitete Auflage 1998)
Rohstoffe für Backmittel bei Brötchen

Heft 6 (1986)
Mehr Genuß durch Aromen

Heft 7 (2. Auflage 1996)
Ist „Bio"-Brot gesünder?

Heft 8 (1987)
Gewürze in Backwaren (5,– DM)

Heft 9 (1987)
Backpulver – Geschichte und Wirkprinzip

Heft 10 (1988)
Überzüge im Dienste des Backgewerbes

Heft 11 (1989)
Die Geschichte der Backmittel

Heft 12 (1990)
Die Bestandteile von Backmitteln für Brot
und Kleingebäck – Herkunft und Wirkungsweise

Heft 13 (1991) (2. überarbeitete Auflage 1999)
Die Bestandteile von Backmittel und Backgrund-
stoffen für Feine Backwaren – Herkunft und
Wirkungsweise

Heft 14 (1991)
Früchte und ihre Zubereitung für Bäckerei
und Konditorei

Heft 15 (1992)
Fehler bei Brot und Kleingebäck und deren
Beseitigung

Heft 16 (1992)
Backmischungen für Brot und Kleingebäck

Heft 17 (1993)
Brot – ein wertvoller Bestandteil unserer Ernährung:
Warum ist unser Brot so wertvoll?

Heft 18 (1994)
Zulassung von Zusatzstoffen

Heft 19 (1994)
Backwaren für besondere Ernährungsformen

Heft 20 (1995)
Die Gärsteuerung mittels Kältetechnik – ein moder-
nes Verfahren in der Bäckerei und Konditorei

Heft 21 (1995)
Formtrennmittel

Heft 22 (1996)
Allergien in Zusammenhang mit Backwaren und
deren Herstellung – ein Diskussionsbeitrag

Heft 23 (1996)
Backmittel und Backgrundstoffe – der große
Nutznießer ist der Verbraucher

Heft Nr. 24 (1997)
Der Einsatz von Enzymen bei Backwaren

Heft Nr. 25 (1998)
Sauerteig

Heft Nr. 26 (1999)
Backmargarine und -fette

Folienreihe:
Unterrichtsfolien zum Thema „Backmittel und Back-
grundstoffe für den Berufsschul- und Berufsfach-
schulunterricht für die Ausbildung sowohl von Mül-
lern als auch Bäckern, Konditoren,
Fachverkäuferinnen und -verkäufern.
Teil I 1991 (50,– DM) Teil II 1993 (35,– DM)

Videofilm:
Backmittel im Dienste des Verbrauchers
(20,– DM)

Fragen- und Antwortenkatalog für
die Bäckereifachverkäuferin
Teil I 0,50 DM Teil II 0,50 DM
Schutzgebühren zuzügl. Porto u. 7 % MwSt.
Alle Broschüren 5,– DM