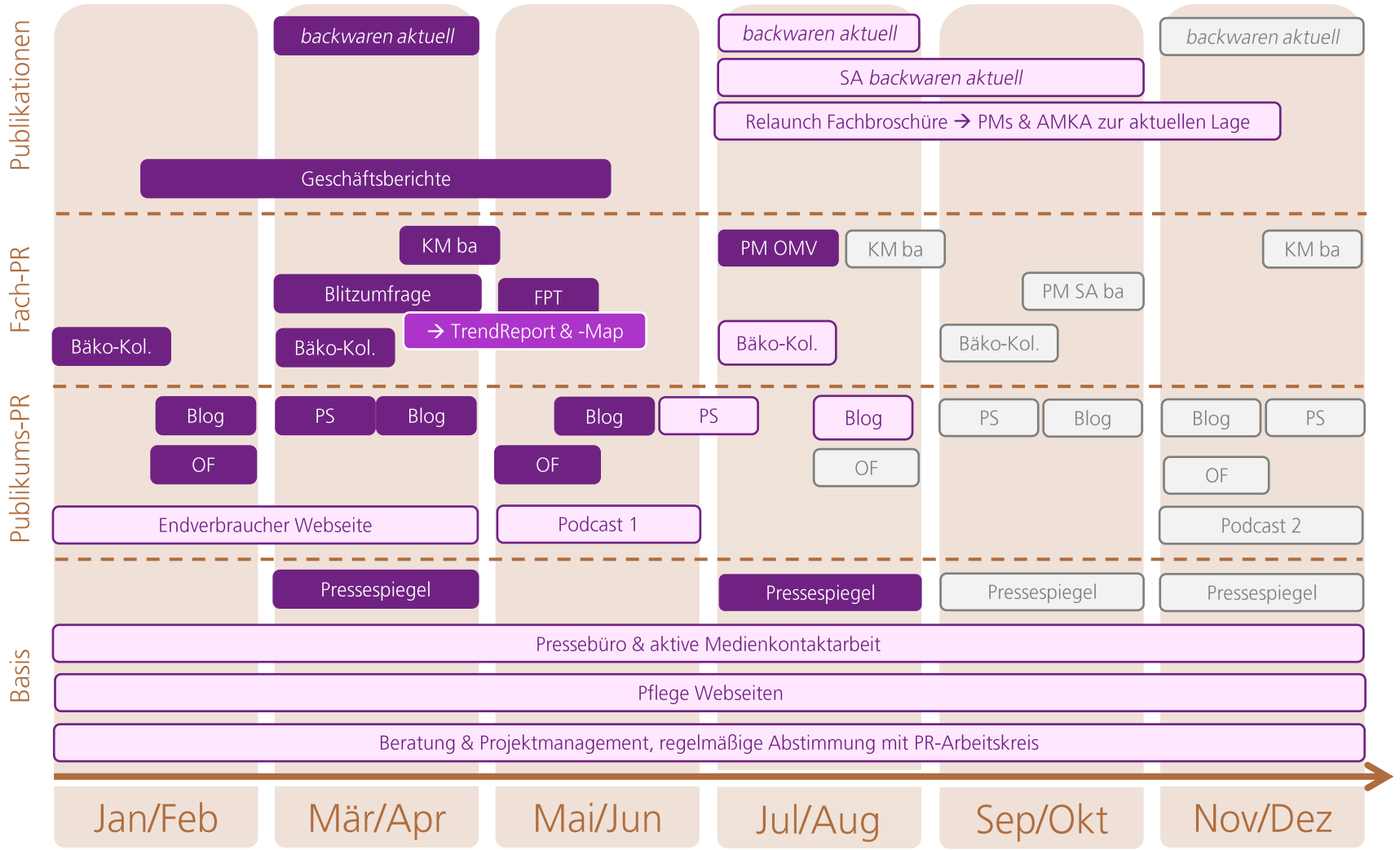
kommunikation.pur

food · beverages · lifestyle

WFB Quartalsberichte

08. Juli 2022

Projekte 2022



OF = Ofenfrisch
PS = Presseservice
FPT= Fachpressetalk
KM = Kurzmeldung
PM = Pressemitteilung
SA = Sonderausgabe

Abgeschlossen | Läuft | Ausstehend

kommunikation.pur

Q2/2022

Sitzungen & interne Kommunikation

Sondersitzungen PR-AK

Online, 13.05.

- Nachbericht Fachmedientalk

Online, 14.06.

- Anpassungen in der Fachkommunikation, verstärkte Kommunikation zur aktuellen Lage

Abgeschlossen

OMV

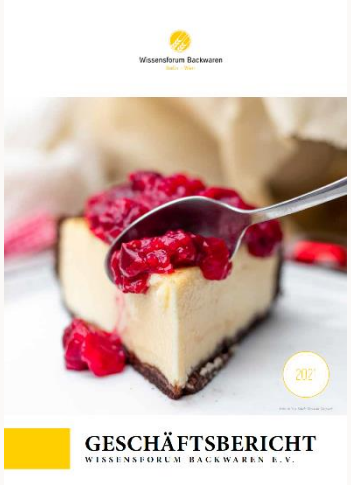
Berlin, 29.06.

- Vorstellung PR-Aktivitäten WFB

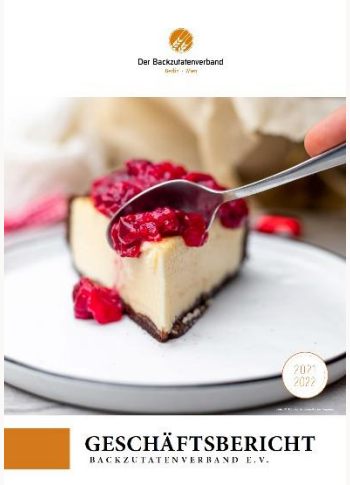
Abgeschlossen

Geschäftsberichte (2 von 2)

Erstellung Geschäftsberichte WFB & BZV



Grafik & Inhalt



Grafik

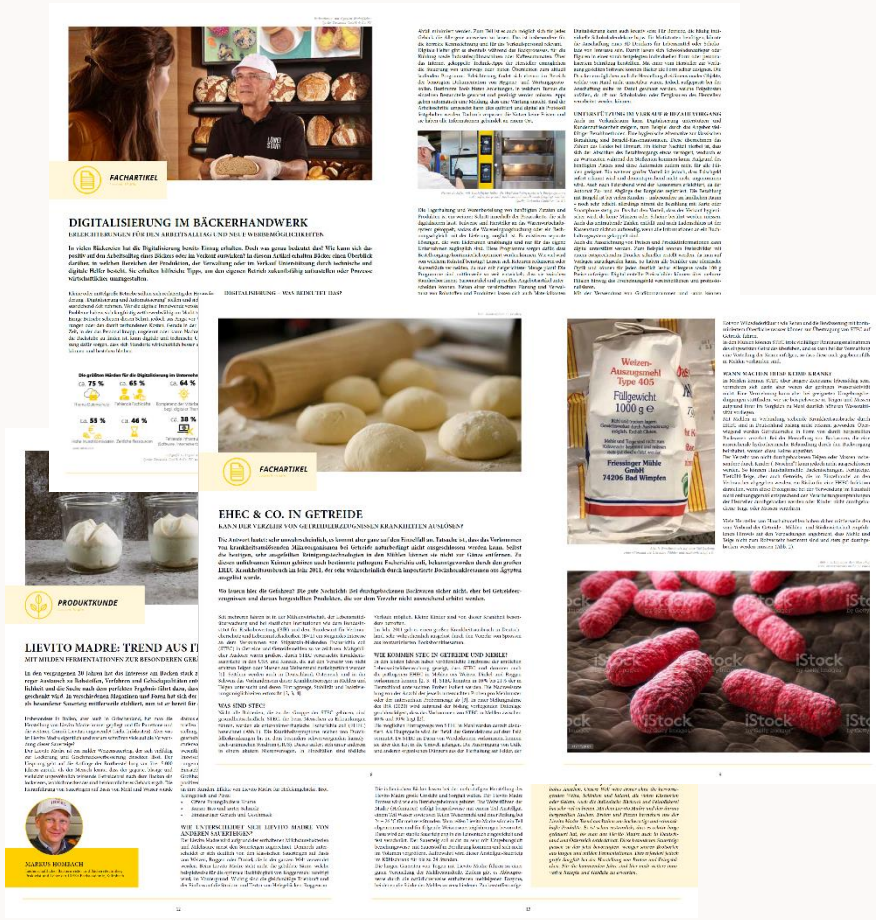
Abgeschlossen

Magazine & Broschüren

backwaren aktuell 02/22 (2 von 3)

VÖ voraussichtlich Ende Juli

Läuft



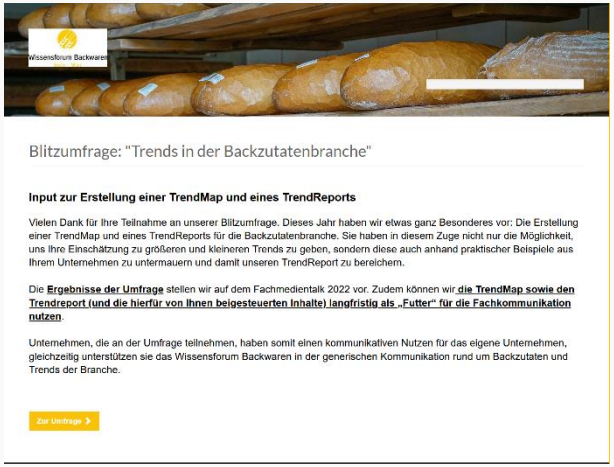
Pressearbeit

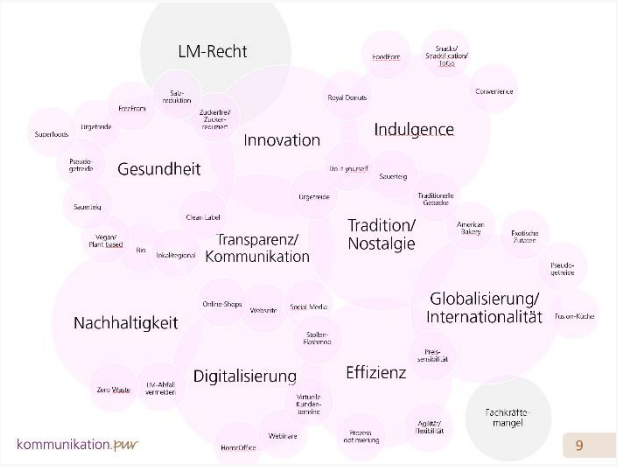
Blitzumfrage (1 von 1) → TrendMap & TrendReport

Laufzeit: 24.03. – 19.04.

Thema: Trends in der Backzutatenbranche

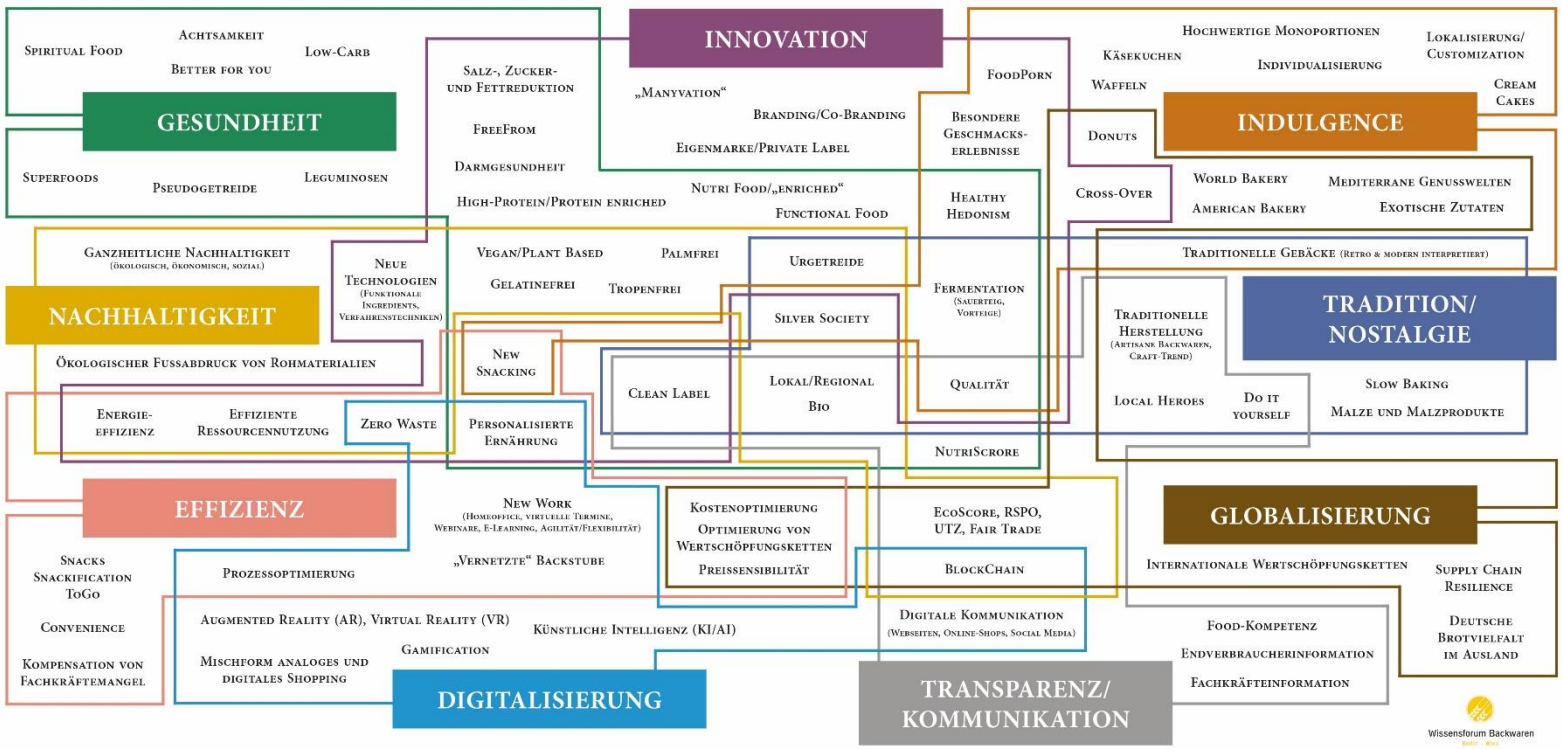
Ziel: Input zur Erstellung einer TrendMap und eines TrendReports generieren, TrendMap und TrendReport werden auf dem Fachmedientalk vorgestellt.





Läuft

Backzutaten-TrendMap



Abgeschlossen

Fachmedientalk (1 von 1)

Termin: 10.05.

Thema: Vorstellung TrendReport & TrendMap

Referenten:

- Christof Crone (WFB, BZV)
- Wilko Quante (UNIFERM, BZV)
- Kerstin Schmidt (CSM, BZV)

Anwesende Journalisten (13)	
Medium	**Name**
brot+backwaren, backspiegel	Helga Baumfalk
Handelsmagazin CASH/ Manstein Verlag	Stefan Pirker
back.intern	Mario Töpfer
BROTpro	Edda Klepp
BÄKO-magazin	Falk Steins
ABZ/KoCa Backmedien Deutscher Fachverlag	Arnulf Ramcke
RUNDSCHAU für den Lebensmittelhandel	Sibylle Menzel
Lebensmittel Praxis	Susanne Klopsch
Österreichische Bäcker & Konditor Zeitung	Hildegard Resch
Das Lebensmittel-handwerk (Öst. Agrarverlag)	Andrea Sturm
Back Journal	Dr. Benno Kirsch
DBZ Magazin	Lukas Orfert
Check Up Back.Business	Paola Rentsch

Läuft

Pressebüro

- ✓ BÄKO-magazin: Interview mit W. Quante im Rahmen des Tags des Deutschen Brotes zur aktuellen Lage sowie zum Trendreport
- ✓ Freier Journalist: Anfrage zu Zusatzstoffen in (Bio-)Backwaren

Abgeschlossen

BÄKO-Kolumne (2 von 4)

Thema: Titandioxid, ET: 01.06.

Abgeschlossen

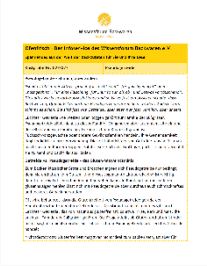
Medienkontaktarbeit

- ✓ BÄKO-Kolumne mit Christof Crone (siehe rechts)
- ✓ Fortführung Ofenfrisch-Reihe (siehe rechts)
- ✓ Erwähnung in FoodForum inkl. Verweis auf Webseite

Abgeschlossen

Ofenfrisch-Reihe (2 von 4)

Thema: Pseudogetreide, Versendet an die Publikumspresse am 03.05.



Abgeschlossen

Pressemitteilung (Umschichtung: 1 von 4)

Thema: Ausrufung der zweiten Stufe des Notfallplans Gas gefährdet langfristige Lieferkontrakte

Versendet an die Fachpresse am 23.06.

Der Backzutatenverband

PRESSEMITTEILUNG

Backzutatenhersteller befürchten signifikante Verteuerung der Gasbezugspreise
Ausrufung der zweiten Stufe des Notfallplans Gas gefährdet langfristige Lieferkontrakte

im Einzelfall technisch umsetzbar ist, verspricht zudem keine Entlastung in preislicher Hinsicht."

In der Alarmstufe des Notfallplans Gas liegt das Heft des Handelns weiterhin bei den Energieversorgungsunternehmen. Sollte es zur Zündung der dritten Stufe kommen, kommt es zur hoheitlichen Zuteilung der Gasbezugsmengen durch die Bundesnetzagentur. Die Ausrufung dieser Stufe stünde nach derzeitiger Einschätzung des Backzutatenverbands spätestens dann im Raum, wenn sich (abhängig vom Wetter) gegen Ende des kommenden Winters ein Leerlaufen der Gaspeicheranlagen abzeichnen sollte.

(1.900 Zeichen)

Abgeschlossen

Pressemitteilung (1 von 3)

Thema: Veröffentlichung TrendReport

Versendet an die Fachpresse am 28.06.

Wissensforum Backwaren

PRESSEMITTEILUNG

Backzutaten-TrendReport 2022 veröffentlicht
Wissensforum Backwaren nimmt Mega- und Subtrends der Branche unter die Lupe

Berlin, 28. Juni 2022 - Erstmalig hat das Wissensforum Backwaren e.V. einen TrendReport für die Backzutaten-Branche erstellt. Grundlage des Reports ist eine Umfrage, die unter Backzutatenherstellern durchgeführt wurde, und die verschiedene Trends sowie deren Bedeutung analysiert. Daraus ist eine komplexe TrendMap mit rund 100 Trends entstanden. Neun davon wurden aufgrund ihrer besonderen Bedeutung als Megatrends definiert. Der vollständige TrendReport sowie die TrendMap können ab sofort auf der Webseite des Verbands heruntergeladen werden.

Wissensforum Backwaren

Abgeschlossen

Pressespiegel Q2 (2 von 4)

Uriges Getreide – Einkorn, Emmer & Co.

Alle guten Dinge sind ...? Auf jeden Fall Getreide! Denn es ist Bestandteil vieler Lebensmittel – egal ob in Nudeln, Brot oder Kuchen. Wir könnten nicht auf unsere vielfältigen Getreidesorten verzichten. Nun ist vermehrt von einem anderen Getreide die Rede: Urgetreide. Bisher fristete es ein absolutes Nischendasein. Alte Getreidesorten wie Einkorn und Emmer sorgen für neue Abwechslung und erfreuen sich steigender Beliebtheit.

Emmer, auch Zweikorn genannt, besitzt ein kräftiges Aroma. Quelle: pixabay

Urgetreide, wie der Name schon vermuten lässt, ist bereits seit vielen Jahren bekannt - sogar seit vielen Tausenden von Jahren. Denn in Kleinasien wurde Urgetreide schon vor 10.000 Jahren angebaut. Das urige Getreide wurde jedoch von Getreidesorten wie Weizen und Roggen weitestgehend verdrängt, da diese ertragsreicher sind. Entsprechend wurden durch Züchtung über die Jahre die Sorten selektiert. Das Urgetreide hatte das Nachsehen. Aber auch die „alten" Sorten haben bestimmte Vorteile.

Was ist nun aber Urgetreide? Alte Getreidearten, die vor der industriellen Kultivierung angebaut wurden, werden Urgetreide genannt. Sie entwickelten sich vor Tausenden von Jahren aus Wildgräsern und kreuzten sich untereinander. Erbse, Linse und Lein zählen zu den sogenannten Gründerpflanzen, Emmer und Einkorn gehören zu den ältesten angebauten Getreidesorten. Da

... bereichert viele Leckereien. Dinkel ist die jüngste Urgetreidesorte und feierte bereits in den 80er-Jahren sein Comeback.

Grünkern

Grünkern ist eine Sonderform des Dinkels, denn die Dinkelkörner werden vor ihrer Reife geerntet und anschließend nach dem Dreschen geröstet und gedarrt. Durch diese Spezialbehandlung erhalten die Körner eine olivgrüne Farbe – daher auch der Name Grünkern. Dieser Vorgang ermöglicht eine längere Haltbarkeit und härtere Körner. Grünkern findet seinen Weg weniger in Backwaren als mehr in herzhaften Gerichten wie Risotto oder Bratlingen.

Einkorn

Klein, weich und goldgelb: Das ist das Einkorn. Die Farbe entsteht aufgrund des hohen Gehalts an

jedoch ein kräftigeres Aroma. Zu[sammen mit dem Einkorn gehör[t] er zu den ältesten kultivierten Ge[treidearten. Die Körner sind har[t] und dunkel, dadurch entsteht ei[n] etwas gröberes Mehl, das sich gu[t] für herzhafte Brote und Nudel[n] eignet. Die Körner finden sich so[wohl in Suppen, Salaten und Au[f]läufen als auch in Emmerbier.

Hirse

Hirse ist ein weitgefasster Be[griff. Denn unter diesem Name[n] verbergen sich tatsächlich zwöl[f] Gattungen und mehrere Arten wie beispielsweise die Zwerghirse. Hirsemehl ist besonders in Fladenbroten beliebt, Grieß oder Flocken werden oft als Brei zubereitet. Hirse sollte allerdi[ngs wegen] der hohen Konzentr[ation an ...]ninen nicht in größ[eren Mengen] roh verzehrt werden.

Ur-Roggen

Nach wie vor verges[sen ...] 7.000 Jahre alte Ur-R[oggen ...]sprünglich aus dem [...]ent stammt. Heute fi[ndet man ihn] auch unter dem Nam[en Wal]denroggen oder Wald[staudenkorn]. Die kleinen Körner d[...] werden vor allem [...]len verarbeitet ode[r ...] Brotteige erhalten e[ine ...] Färbung und einen [...]lichen Geschmack. [...]det sich Ur-Roggen [...] Lebkuchen.

Backmittelhersteller veröffentlichen Trend-Map

Das Wissensforum Backwaren, ein Zusammenschluss verschiedener Backzutatenhersteller, hat den „Backzutaten-Trendreport 2022" vorgestellt, in dem auf Basis der Befragung der Mitglieder des Wissensforums hundert Trends und neun Megatrends identifiziert werden. Die Ergebnisse wurden in einer sogenannten Trend-Map visualisiert, also einer Art Landkarte. Der Report soll Ende Juni veröffentlicht werden. Als wichtigste Trends, die Megatrends, werden in dem Report Gesundheit, Nachhaltigkeit, Effizienz, Digitalisierung, Transparenz/Kommunikation, Globalisierung, Tradition/Nostalgie, Indulgence und Innovation genannt. Sie haben nach Auffassung der Verfasser eine Dauer von mehreren Jahrzehnten, zeigten sich in allen Lebensbereichen, würden auf der ganzen Welt auftreten und seien komplex. Ihnen zugeordnet werden Subtrends wie Neue Technologien, Individualisierung oder Bio. In der Einleitung weisen die Autoren auf „die Verwobenheit der verschiedenen Themen und Aspekte" hin, „die sich schwerlich trennscharf voneinander abgrenzen lassen. Alles hängt mit allem [...]en guten Ein- und Überblick geben zu können zu den Themen, die

Diese Cloud soll die Trends der kommenden Jahre veranschaulichen. Grafik: Wissensforum Backwaren

Neun Megatrends mit Zukunft

Wissensforum Backwaren der Backzutatenbranche stellt Trendreport vor

BERLIN (abz). Für den aktuellen ... Auswirkungen in allen gesell- ... Nachhaltigkeit, Innovation, In-

TOASTBROT UND SEINE GESCHICHTE

BACKWAREN AKTUELL

In der neuen Publikation „backwaren aktuell" des Wissensforums Backwaren dreht sich vieles um besondere Brotsorten und seine kulturhistorischen Hintergründe.

weiter >

Freitag, 24. Juni 2022 Anzeigen Kontakt Datenschutz

WebBaecker

STARTSEITE RUBRIKEN NACHRICHTEN LISTE INFODIENST ARCHIV ABONNEMENT

MANAGEMENT - BETRIEB

Backzutatenhersteller befürchten deutliche Verteuerung der Gasbezugspreise

Freitag, 24. Juni 2022

Berlin. (bzv) Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) hat die zweite Stufe des Notfallplans Gas, die sogenannte »Alarmstufe«, ausgerufen. Aktuell ist die Versorgungssicherheit gewährleistet, doch ist die Lage angespannt.

Essen muss jeder – doch eigentlich ist dazu ein „Studium" notwendig

Genussvoll essen – aber mit Fachwissen

Ein gutes Frühstück, schmackhaftes Mittagessen und gesundes Abendessen braucht schon jeder.

BLK (wm). Alle Mahlzeiten am Tag sollen schmecken, gut aussehen und auch gesund sein. Aber um das Essen auch genießen zu können, sollte man schon mal auf die Verpackungen achten. Hier stehen neben dem Namen des Lebensmittels – und oft auch einem Serviervorschlag – noch ein paar wichtige Angaben, die gesetzlich vorgeschrieben sind. Wir wollen heute mal untersuchen, was da so alles auf den bunten Verpackungen zu lesen ist. Dazu haben wir uns mit dem Wissensforum Backwaren e.V. in Verbindung gesetzt.

Christof Crone, Vorsitzender und Geschäftsführer des eingetragenen Vereins, sagt einleitend: „Die Irrungen und Wirrungen bei der Kennzeichnung loser Ware stellen für viele Bäcker eine Herausforderung dar. Auf zusätzliche freiwillige Angaben wird häufig verzichtet, da auch diese dann wieder Vorschriften unterliegen würden. Eine klare und für jeden leicht nachvollziehbare Regelung wäre wünschenswert. Gerade im Sinne der Nachhaltigkeit sollte das Anbieten von unverpackter Ware und somit das Einsparen von Verpackungsmüll nicht unnötig erschwert werden." Das ist allerdings gar nicht so einfach. Wer unverpackte Lebensmittel zum Verkauf anbietet, muss sich rechtlich gut auskennen. Gleich drei Verordnungen gibt es zu beachten: Die Lebensmittelinformationsverordnung (LMIV), die nationale Lebensmittel-Durchführungsverordnung (LMIDV) sowie die Lebensmittelzusatzstoff-Durchführungsverordnung (LMZDV). Neben den hier geregelten verpflichtenden Angaben können freiwillige Angaben gemacht werden. Diese müssen dann jedoch auch wieder bestimmten Anforderungen entsprechen.

Verpackte Lebensmittel stehen auch in der gesetzlichen Informationspflicht. Der Fachmann dazu: „Welche Informationen auf Lebensmittelverpackungen angegeben sein müssen, ist EU-weit einheitlich geregelt. Verpflichtend sind: Bezeichnung des Lebensmittels; Zutatenverzeichnis (absteigend nach Gewichtsanteil); Allergenkennzeichnung (z.B. durch Fettdruck im Zutatenverzeichnis); Nährwertkennzeichnung ('Big 7': Kalorien, Fett, gesättigte Fettsäuren, Kohlenhydrate, Zucker, Eiweiß, Salz); Nettofüllmenge; Mindesthaltbarkeitsdatum und die Firmenanschrift. In bestimmten Fällen müssen zudem Herkunft, Gebrauchsanleitung, Einfrierdatum und Alkoholgehalt angegeben werden. Darüber hinaus gibt es weitere Kennzeichnungsregelungen, etwa spezielle Hinweise bei koffeinhaltigen Lebensmitteln (außer Tee und Kaffee) für Kinder, Schwangere und Stillende oder Auftauhinweise, wenn es sich um Lebensmittel handelt, die schon einmal eingefroren waren und aufgetaut verkauft werden."

So können z.B. Backwaren gekennzeichnet werden. Die Zutaten sind in der Bäckerei zu erfahren. Foto: annam-w_on_pexels

Der Nutri-Score ist eine freiwillige Kennzeichnung, die Verbrauchern Auskunft über den Gesundheitswert eines Lebensmittels geben soll. Um eine schnelle Einordnung zu ermöglichen, wird hierbei mit einer fünfstufigen Farbskala von Grün bis Rot und Buchstaben von A bis E gearbeitet. Ein grünes A markiert also Lebensmittel mit einem besonders guten Gesundheitswert.

Fortsetzung Seite 3

BRANCHE AKTUELL

TRENDS & MEGATRENDS IM FOKUS

Das Wissensforum Backwaren e. V. durchleuchtet anhand von Marktstudien regelmäßig die Rahmenbedingungen für Bäcker und Backzutatenhersteller. Nun hat die Informationszentrale für Backmittel und Backgrundstoffe erstmals einen „TrendReport" vorgelegt, der nicht weniger als 100 Trends aufgreift und zu neun Megatrends bündelt.

Zusammen mit seinen Mitgliedern aus dem Kreis der Backzutatenhersteller hat das Wissensforum Backwaren in den zurückliegenden Monaten eine „TrendMap" (siehe S. 67) und einen dazugehörigen „Trend-Report" entwickelt. Hierin werden neun große Megatrends der Branche beschrieben, zudem die vielfältigen Subtrends, die sie antreiben. Mit praktischen Beispielen aus den Unternehmen sowie Ergebnissen einer unter den Mitgliedern durchgeführten Umfrage werden die Trends untermauert, die anlässlich des traditionellen Fachmedientalks des Wissensforums Anfang Mai 2022 vorgestellt wurden.

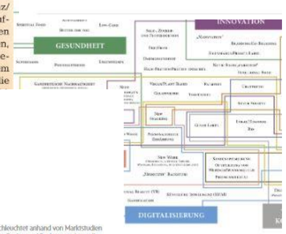
WAS IST EIN „MEGATREND"?

Wilko Quante, Vorsitzender des Backzutatenverbands und Geschäftsführer von Uniferm, Kerstin Schmidt, kooptiertes Mitglied des Vorstands des Backzutatenverbands und Geschäftsführerin von CSM Deutschland, sowie Christof Crone, Vorsitzender und Geschäftsführer Wissensforum Backwaren, erläuterten die wichtigsten Ergebnisse der Marktstudie. Dabei wurde deutlich, dass die prägenden Entwicklungen innerhalb der Backbranche untrennbar mit den allgemeinen gesellschaftlichen bzw. Verbrauchertrends verbunden sind. „Was die Gesellschaft prägt, prägt auch die Herstellung von Backwaren und somit die Backzutatenbranche", brachte es Christof Crone markant auf den Punkt.

Dem vorgelegten „TrendReport" wurde das Konzept von Mega- und Subtrends zugrunde gelegt. Der Begriff „Megatrend" wird vom Zukunftsinstitut wie folgt definiert: Er hat eine Dauer von mindestens mehreren Jahrzehnten, zeigt Auswirkungen in allen gesellschaftlichen Bereichen (Ökonomie, Konsum, Wertewandel, Medien, politisches System etc.), ist ein globales Phänomen (wenn auch nicht überall gleichzeitig und gleich stark) und weist hohe Komplexität auf. „Subtrends" sind demnach kleinere Trends, die diese Kriterien nicht oder nicht vollständig erfüllen, die schneller kommen und gehen. Die vorgelegte „TrendMap" zeigt u. a. auf, wie stark sich die Trends gegenseitig beeinflussen und durchdringen. Crone spricht

Kerstin Schmidt, Wilko Quante und Christof Crone (v.l.) erläuterten die Ergebnisse der Marktstudie und ordneten sie für ihre Branche ein.

66



5. Transparenz/Kommunikation: Au[f]grund digitaler Medien nehmen Interess[e und Wissen] um Ernährung und Lebensmittel in der Bevölkerung weiter zu. Eine zentrale Bedeutung erlangen dadurch die Sozialen Medien.
6. Digitalisierung: Stark befeuert durch die Pandemie schreitet die Digitalisierung der Arbeitswelt, vor allem durch den Einsatz Künstlicher Intelligenz, rapide voran.
7. Tradition/Nostalgie: Dahinter steckt die Rückbesinnung auf traditionelle Herstellung, authentisches, ehrliches und leidenschaftliches Handwerk. Und auf das Wesentliche: Mit Blick auf die Zutaten heißt das z. B. Clean Label, Qualität, Urgetreide und am besten „lokal/regional".
8. Globalisierung: Dies ist der einzige Megatrend, bei dem ein hoher Anteil der Befragten (40%) davon ausgeht, dass er in den nächsten Jahren kleiner wird. Dennoch bleiben Nachverfolgbarkeit, Prozessoptimierung und die Sicherung der Wertschöpfungsketten von großer Bedeutung.
9. Effizienz: Auch dieser eher operative Begriff wurde als Megatrend definiert. Agilität, Flexibilität („New Work") und effiziente Ressourcennutzung sind heute mehr denn je gefragt.

Einige Subtrends wie etwa „Fermentation/Langzeitführung" passen übrigens durchaus zu mehreren Megatrends (hier: Gesundheit, Indulgence, Tradition/Nostalgie). Welche der Trends für die eigene Bäckerei/Konditorei am besten passen bzw. umsetzbar sind, liegt im Ermessen des Einzelnen. Freie Kombination ist empfohlen!

Der vollständige Trendreport ist ab Ende Juni via www.wissensforum-backwaren.de verfügbar.

| Falk Steins |

67

back.intern.

Backzutatenhersteller befürchten teures Gas

Abgeschlossen

Blog, Webseiten, Podcast

Webseiten WFB & BZV

- ✓ Einstellen von Pressemitteilungen auf wissensforum-backwaren.de und www.backzutatenverband.de
- ✓ Einpflegen der Artikel aus *backwaren aktuell* auf wissensforum-backwaren.de
- ✓ Einstellen von TrendReport & TrendMap auf wissensforum-backwaren.de
- ✓ Aktualisierung der Termine auf www.backzutatenverband.de

Abgeschlossen

Blogbeitrag (2 von 6)

Thema: Fachkräftemangel

VÖ: 26.04.

Fachkräftemangel Bäckerhandwerk – Chancen und Perspektiven

Abgeschlossen

Blogbeitrag (3 von 6)

Thema: Gluten

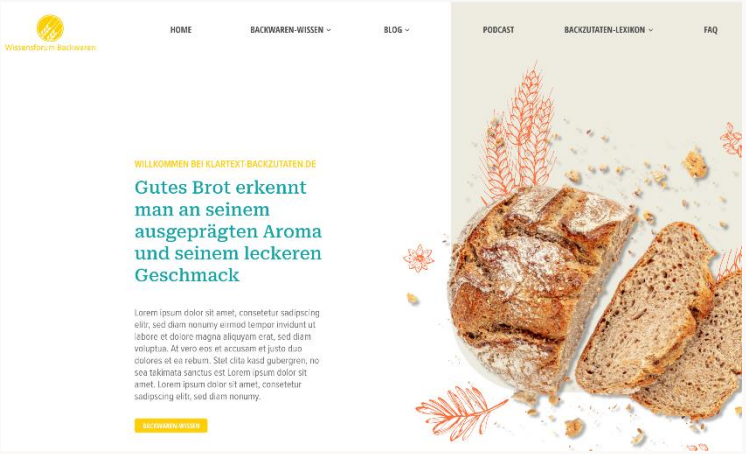
VÖ: 27.06.

Gluten – Umstrittener Getreideinhaltsstoff mit vielen Vorteilen

Abgeschlossen

Verbraucherwebseite

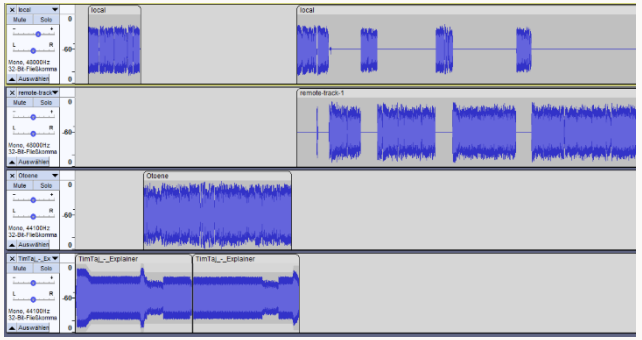
- ✓ Abschluss der Layoutphase für neue Endverbraucherwebseite www.klartext-backzutaten.de



Läuft

Podcast (1 von 2)

- ✓ Erstellung und Verabschiedung Konzept
- ✓ Thema: Die größten Brot-Mythen – Von dickmachenden Kohlenhydraten, ungesundem Gluten und frischem Brot, das Bauchweh macht
- ✓ Ansprache Interviewpartner
- ✓ Aufzeichnung



Läuft

Ausblick Q3/2022

Q3/2022

Presseservice (2)

Themen: Trends, Zusatzstoffe

PMs & AMKA

Themen: aktuelle Lage, Energieversorgung, Rohstoffknappheiten und Lieferschwierigkeiten

Ofenfrisch-Reihe (1)

Themen: analog Blog

Sonderausgabe ba

Themen: aktuelle Lage, Rohstoffknappheiten und Lieferschwierigkeiten

Blogartikel (2)

Themen: Buchweizen, Nachhaltigkeit

Endverbraucherwebseite

Abschluss des laufendes Projektes in Q3

BÄKO-Kolumne (1)

Themen: n.n.

Podcast

Abschluss des laufendes Projektes in Q3

Kurzmitteilungen, Webseitenpflege, Pressebüro, Pressespiegel, Beratung …

Ausstehend

kommunikation.pur GmbH
Geschäftsführerin Sandra Ganzenmüller
Sendlinger Straße 31, 80331 München
Telefon: 089.23 23 63 45
Fax: 089.23 23 63 51
E-Mail: info@kommunikationpur.com