



Wissensforum Backwaren  
Berlin · Wien



2019

**GESCHÄFTSBERICHT**  
WISSENSFORUM BACKWAREN E.V.



# VORWORT

---

Berlin, im Juni 2020

Verehrte Leserinnen und Leser,

im Jahr 2019 wurde die Transparenzoffensive des Wissensforum Backwaren e.V. konsequent fortgesetzt. Herausragend war unser zweiter Blogger-Rundgang, dieses Mal auf der *südback*. Das eigene Blog auf unserer Homepage, das zunehmend wächst, soll an dieser Stelle nicht nur am Rande erwähnt werden.

Auch im Bereich unserer klassischen Informationsmedien sind wir weiterhin gut aufgestellt. Neben *backwaren* aktuell und unseren stetig wachsenden Internetangeboten nimmt die Fachpressearbeit hier einen hohen Stellenwert ein. Es hat sich in zahlreichen beantworteten Anfragen wieder einmal gezeigt, dass das Wissensforum als kompetente Referenz genutzt wird. 22 Presseveröffentlichungen in Print- und 13 in Onlinemedien sprechen eine deutliche Sprache.

Im Bereich Medienkontaktarbeit zur Publikumspresse ging das Wissensforum Backwaren e.V. im Jahr 2019 neue Wege: Unter dem Stichwort „Ofenfrisch“ geht unser Presse-Informationsservice mit ausgewählten Themen aus dem Spektrum des Verbraucherinteresses an die Öffentlichkeit. Der ebenfalls mit Mitteln aus unserer Sonderumlage Öffentlichkeitsarbeit angestoßene Matern- und Pressedienst wird seitens zahlreicher Printmedien angenommen und abgedruckt.

Wir befanden uns in 2019 auf einem sehr guten Weg, und dieser sollte in 2020 mit zahlreichen geplanten Maßnahmen, insbesondere auch Redaktionsbesuchen bei der Fachpresse, eigentlich fortgesetzt werden. Leider hat die sogenannte Corona-Krise uns hier zunächst einen Strich durch die Rechnung gemacht. Doch sowohl für unsere interne Geschäftsstellenarbeit wie auch für die Pressekontaktarbeit stellt sich die veränderte Welt zunehmend als Chance dar, ausgetretene Pfade zu verlassen. So werden wir das ein oder andere Hintergrundgespräch und Interview im Wege der Videokonferenz führen, und ich bin überzeugt, dass das auch für die Zeit, wenn sich alles – hoffentlich – wieder normalisiert hat, Schule machen wird.

Ich möchte nun Ihrer hoffentlich interessierten Lektüre des vorliegenden Geschäftsberichts nicht weiter vorgreifen! Nicht zuletzt danke ich persönlich unserer Assis=tentin der Geschäftsführung, Frau Kathleen Reif, für die Zusammenstellung, und den Mitgliedern unseres PR-Arbeitskreises sowie unserer Agenturpartnerin für die stets gute Zuarbeit!

RA CHRISTOF CRONE

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



DR. THORID KLANTSCHITSCH

Stellvertretende Vorsitzende



GERRIT ROSCH

Stellvertretender Vorsitzender





# INHALT

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. GREMIENZUSAMMENSETZUNG 2019</b>         | <b>4</b>  |
| <b>2. MITGLIEDERVERSAMMLUNGEN 2019</b>        | <b>5</b>  |
| <b>3. PUBLIKATIONEN 2019</b>                  | <b>6</b>  |
| a) Bestand Fachbroschüren                     | 6         |
| b) backwaren aktuell                          | 10        |
| c) backwaren aktuell Themenbereiche           | 11        |
| <b>4. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IN ÖSTERREICH</b> | <b>13</b> |
| <b>6. PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT</b>   | <b>14</b> |
| Fachmedientalk 2019                           | 15        |
| Presseanfragen und Medienkontaktarbeit        | 16        |
| Foodblogger-Rundgang südback 2019             | 17        |
| Matern- und Pressedienst                      | 19        |
| <b>6. INTERNETAUFTRITTE</b>                   | <b>20</b> |
| <b>7. PR-ARBEITSKREIS</b>                     | <b>21</b> |
| <b>8. WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT</b>           | <b>21</b> |
| <b>9. MITGLIEDSUNTERNEHMEN</b>                | <b>22</b> |
| Mitglieder in Deutschland                     | 22        |
| Mitglieder in Österreich                      | 28        |
| <b>10. PRESSESPIEGEL</b>                      | <b>29</b> |
| <b>11. DATENSCHUTZHINWEIS</b>                 | <b>76</b> |

## **GESCHÄFTSBERICHT 2019**

vorgelegt auf der Mitgliederversammlung  
am 23. Juni 2020 (online)

Unseren Hinweis zum Datenschutz gemäß Bundesdatenschutzgesetz und EU-Datenschutz-Grundverordnung finden Sie am Ende dieses Geschäftsberichtes bzw. unter dem Link:

[www.wissensforum-backwaren.de/datenschutz](http://www.wissensforum-backwaren.de/datenschutz)

## **WISSENSFORUM BACKWAREN E.V.**

### **Geschäftsbereich Deutschland**

Neustädtische Kirchstraße 7A, 10117 Berlin

Telefon +49 (0) 30/680 7223-20  
Telefax +49 (0) 30/680 7223-29  
Internet [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de)  
[www.wissenwasschmeckt.de](http://www.wissenwasschmeckt.de)  
E-Mail [info@wissensforum-backwaren.de](mailto:info@wissensforum-backwaren.de)

### **Geschäftsbereich Österreich**

Smolagasse 1, 1220 Wien

Hotline +43 (0) 8/100 010 93  
Internet [www.wissensforum-backwaren.at](http://www.wissensforum-backwaren.at)  
E-Mail [info@wissensforum-backwaren.at](mailto:info@wissensforum-backwaren.at)

# 1. GREMIENZUSAMMENSETZUNG 2019

## **Vorstand**

Vorsitzende(r): RA Christof Crone, Wissensforum Backwaren e.V.  
Stellv. Vorsitzen-de(r): Dr. Thorid Klantschitsch, Zeelandia GmbH & Co. KG  
Gerrit Rosch, Dawn Foods Germany GmbH

---

## **PR-Arbeitskreis**

Vorstand Wissensforum Backwaren e.V.  
Lena Thalhammer, backaldrin International  
The Kornspitz Company GmbH  
Claudia Linder, Martin Braun KG  
Elke Preißler, UNIFERM GmbH & Co. KG  
Heidi Kahlstorf, CSM Deutschland GmbH  
Jochen Falk, Dawn Foods Germany  
Jasmin Heisinger, IREKS GmbH  
Dr. Georg Böcker, Ernst Böcker GmbH & Co. KG  
Hanna Neumann, Zeelandia GmbH & Co. KG  
Sandra Ganzenmüller, kommunikation.pur  
Sarah Fischer, kommunikation.pur

---

## **Wissenschaftlicher Beirat**

Vorstand Wissensforum Backwaren e.V.  
Prof. Dr. K.-D. Jany  
Prof. Dr. B. Kniel  
Prof. Dr. P. Köhler  
Prof. Dr. M. Lindhauer  
Prof. Dr. F. Meuser  
Prof. Dr. J. Schmitt  
Prof. Dr. Katharina Scherf

---

## **Gf. Vorstandsmitglied**

RA Christof Crone, Wissensforum Backwaren e.V., Berlin

---

## **Geschäftsstelle**

Kathleen Reif, Wissensforum Backwaren e.V., Berlin

---

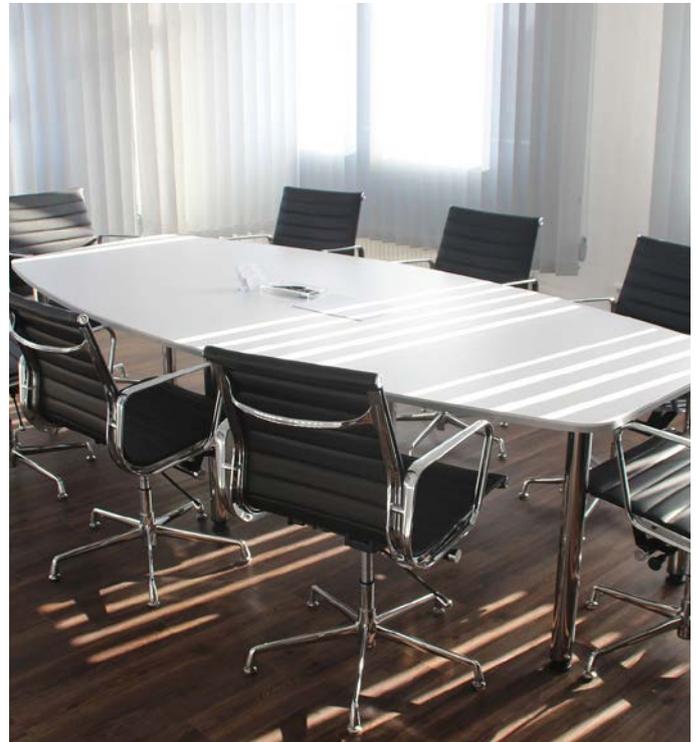
## 2. MITGLIEDERVERSAMMLUNGEN 2019

Im Berichtszeitraum fand die 11. Ordentliche Mitgliederversammlung des Wissensforum Backwaren e.V. (WFB) statt. Sie tagte am 27. Juni 2019 in Berlin.

Auf der Mitgliederversammlung wurde der Tätigkeitsbericht 2018 vorgestellt. Des Weiteren wurde ein erster Vorgeschmack auf die für das Geschäftsjahr 2019 geplanten Tätigkeiten des WFB gegeben.

Auf der Mitgliederversammlung 2019 standen keine Wahlen für einen neuen Vorstand des Wissensforum Backwaren e.V. an. Bezüglich weiterer Einzelheiten wird auf das Protokoll der Mitgliederversammlung vom 27. Juni 2019 verwiesen.

Im Jahr 2019 fand keine Herbsttagung des Backzutatenverbandes statt. Damit entfiel auch eine entsprechende Veranstaltung des Wissensforums Backwaren. Allerdings führte das WFB im Rahmen der im Geschäftsjahr stattgefundenen südback 2019 zum zweiten Mal einen Blogger-Rundgang durch. Zudem lud das WFB die Fachpresse zu einem Fachmedientalk ebenfalls im Rahmen der südback ein. Das Echo der Fachpresse auf den Fachmedientalk entnehmen Sie dem Pressespiegel. Eindrücke zu dem Blogger-Rundgang sowie ein Feedback der Blogger zu dem Rundgang finden Sie unter Punkt 6 „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“.



### 3. PUBLIKATIONEN 2019

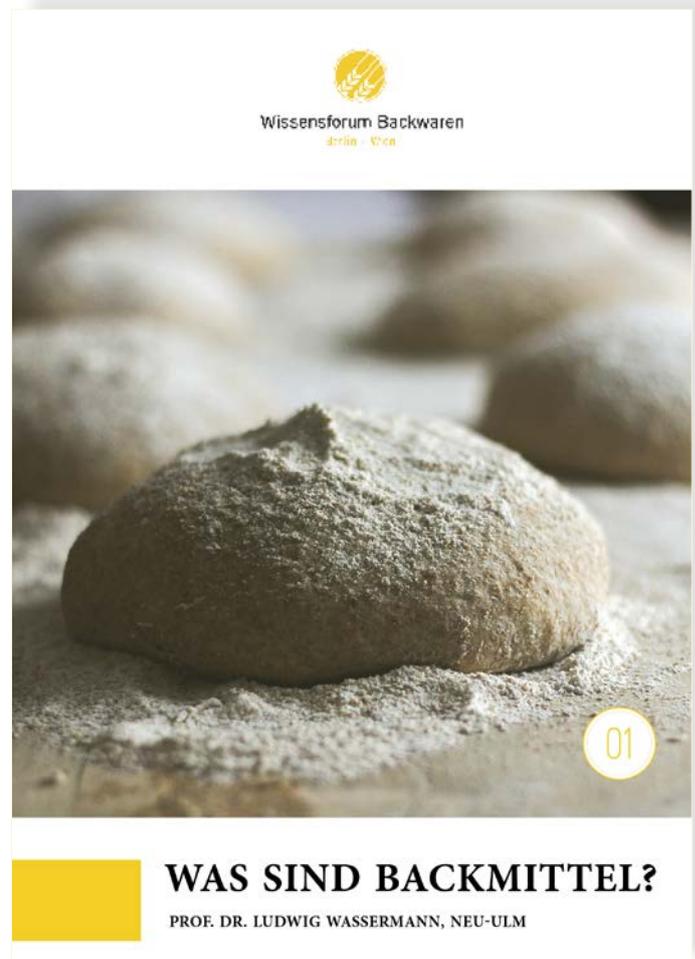
Um die interessierte Öffentlichkeit gemäß dem satzungsmäßigen Zweck über Backmittel, Backzutaten und die Herstellung von Backwaren zu informieren, veröffentlicht das Wissensforum Backwaren e.V. seit Jahren praxisrelevante Fachpublikationen in verschiedenen Formaten, darunter die regelmäßig erscheinende Fachveröffentlichung *backwaren aktuell*. Zu-dem werden Fachbroschüren zu verschiedenen Schwerpunktthemen publiziert, die bei Bedarf inhaltlich und strukturell überarbeitet werden. Der Sachstand dieser Publikationen wird nachfolgend unter a) kurz vorgestellt.

#### A) BESTAND FACHBROSCHÜREN

Unter der Federführung des Wissensforum Backwaren e.V. wurden bis dato insgesamt 30 Fachbroschüren zu verschiedenen Themenschwerpunkten publiziert. Sie behandeln warenkundliche Themen und technologische Fragestellungen, wie z.B. die Gärsteuerung mittels Kältetechnik. Außerdem werden lebensmittelrechtliche Sachverhalte aufgegriffen und erörtert. Dabei gilt es, dass das in den Broschüren erläuterte und sich stetig fortentwickelnde Fachwissen auf aktuellem Stand zu halten. Aufwendig ist dies insbesondere im Bereich des Lebensmittelrechts, das einem stetigen und immer schnelleren Wandel unterliegt. Eine möglichst zeitnahe Aktualisierung der Fachbroschüren ist daher, je nach inhaltlicher Ausgestaltung der einzelnen Publikationen, unabdingbar.

Angelehnt an das moderne frische Design der seit 2017 in neuem Look erscheinenden *backwaren aktuell* überarbeitet das Wissensforum nun auch nach und nach seine Fachbroschüren. Den Anfang macht die Broschüre „Was sind Backmittel?“, die nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich aktualisiert wurde, beispielsweise durch Berücksichtigung der 2017 überarbeiteten Leitsätze für Backmittel des BLL. Daneben bietet die Broschüre eine umfassende Definition von Backmitteln sowie eine Übersicht über die Entwicklung von Backmitteln im Laufe der Zeit. Die natürlichen Backeigenschaften von Getreide werden erläutert und wie Backmittel diese beeinflussen können. Einen Überblick über die gegenwärtig im Angebot befindlichen Broschüren einschließlich ihres Sachstandes geben die Tabellen 1-3.

Sämtliche Fachbroschüren stehen zum kostenlosen Download auf der Webseite des Wissensforums Backwaren e.V. [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) zur Verfügung. Fachbroschüren neueren Publikationsdatums können zudem kostenpflichtig über die Geschäftsstelle bezogen werden.



### 3. PUBLIKATIONEN 2019

In **Tabelle 1** sind diejenigen Broschüren aufgelistet, die dem gegenwärtigen Wissensstand und einer vertretbaren Aktualität entsprechen.

| <b>Nr.</b> | <b>Titel</b>   | <b>Stand (Online)</b> |
|------------|--|-----------------------|
| 1          | Was sind Backmittel  | 2019                  |
|            | Bread improvers – action and application   | 2009                  |
| 3          | Rohstoffe für Brotbackmittel   | 2009                  |
| 7          | Bio-Backwaren  | 2011                  |
| 8          | Gewürze in Backwaren   | 2009                  |
| 9          | Backwaren – Geschichte und Wissen heute  | 2009                  |
| 10         | Schokoladenüberzugsmassen und Fettglasuren   | 2012                  |
| 11         | Die Geschichte der Backmittel  | 2009                  |
| 12         | Die Bestandteile von Backmitteln für Brot und Kleingebäck                                | 2012                  |
| 13         | Die Bestandteile von Backmitteln und Backgrundstoffen für Feine Backwaren                | 2000                  |
| 14         | Früchte und deren Zubereitung für Bäckerei und Konditorei                                | 2009                  |
| 15         | Fehler bei Brot und Kleingebäck und deren Beseitigung                                    | 2009                  |
| 20         | Die Gärsteuerung mittels Kältetechnik – ein modernes Verfahren der Backwarenherstellung* | 2009                  |
|            | Proofing Control with Refrigeration Technology   | 2009                  |
| 25         | Sauerteig  | 2012                  |
| 28         | Antworten auf Kundenfragen in Österreich   | 2001                  |
| 29         | Fehler bei Feinen Backwaren und deren Beseitigung  | 2012                  |
| 30         | Hefe – natürlich rein  | 2012                  |

*Tabella 1: Broschürenangebot des Wissensforums Backwaren e.V. zum kostenlosen Download, Stand Mai 2020.*

### 3. PUBLIKATIONEN 2019

Die in **Tabelle 2** aufgelisteten Broschüren sind gegenwärtig als kostenpflichtige Printversion verfügbar.

| <b>Nr.</b> | <b>Titel</b>  | <b>Stand (Print)</b> |
|------------|---|----------------------|
| 1          | Was sind Backmittel   | 2004                 |
| 9          | Backwaren – Geschichte und Wissen heute                                   | 2004                 |
| 10         | Schokoladenüberzugsmassen und Fettglasuren                                | 2012                 |
| 11         | Die Geschichte der Backmittel   | 2003                 |
| 12         | Die Bestandteile von Backmitteln für Brot und Kleingebäck                 | 2012                 |
| 13         | Die Bestandteile von Backmitteln und Backgrundstoffen für Feine Backwaren | 1999                 |
| 14         | Früchte und deren Zubereitung für Bäckerei und Konditorei                 | 2003                 |
| 15         | Fehler bei Brot und Kleingebäck und deren Beseitigung                     | 2006                 |
| 25         | Sauerteig   | 2012                 |
| 28         | Antworten auf Kundenfragen in Österreich                                  | 2001                 |
| 29         | Fehler bei Feinen Backwaren und deren Beseitigung                         | 2012                 |

*Tabelle 2: Aktuell verfügbare, kostenpflichtige Printversionen, Stand Mai 2020.*

### 3. PUBLIKATIONEN 2019

**Tabelle 3** listet diejenigen Broschüren auf, die inhaltlich in Teilen überholt sind und grundsätzlich einer Überarbeitung bedürfen. Sie werden mangels Aktualität auch auf Anfrage hin nicht mehr versandt.

| <b>Nr.</b> | <b>Titel</b>   | <b>Print</b> |
|------------|--|--------------|
| 2          | Die Bedeutung von Nahrungsfetten für die menschliche Ernährung | 1993         |
| 4          | Convenience-Produkte   | 1994         |
| 5          | Rohstoffe für Backmittel beim Brötchen                         | 1998         |
| 6          | Mehr Genuss durch Aromen                                       | 1996         |
| 16         | Backmischungen für Brot und Kleingebäck                        | 1992         |
| 17         | Brot – ein wertvoller Bestandteil unserer Ernährung            | 1993         |
| 21         | Formtrennmittel  | 1995         |
|            | Release Agents   | 1995         |
|            | Les agents de démoulage  | 1995         |
| 22         | Allergien in Zusammenhang mit Backwaren und deren Herstellung  | 1996         |
| 24         | Einsatz von Enzymen in Backwaren                               | 1997         |
| 26         | Backmargarinen und Fette                                       | 1999         |
| 27         | Emulgatoren in Backmitteln und Backgrundstoffen                | 2001         |
|            | Emulsifiers in bread improvers and bakery ingredients          | 2001         |

*Tabelle 3: Inhaltlich teils überholte Broschüren des Wissensforums Backwaren e.V., Stand Juni 2019.*

## 3. PUBLIKATIONEN 2019

### B) BACKWAREN AKTUELL

Mit der Fachpublikation *backwaren aktuell* hat das Wissensforum Backwaren e.V. ein zitierfähiges Medium mit großer Anerkennung in Fachkreisen geschaffen. Es greift Trendthemen auf, informiert wissenschaftlich fundiert über neueste Entwicklungen auf dem Markt sowie lebensmittelrechtliche Neuerungen und technologische Fortschritte.

Im Jahr 2019 sind insgesamt drei Ausgaben der *backwaren aktuell* erschienen.

Der Leserkreis von *backwaren aktuell* setzt sich im Wesentlichen aus folgenden Vertretergruppen zusammen:

#### LESERKREIS

- Fachkreise: Hersteller, Händler und Anwender von Backmitteln und Backzutaten
- Universitäten und Berufsschulen
- Politische Entscheidungsträger auf nationaler und internationaler Ebene: Mitglieder des Bundestages und der Landtage, EU-Kommission, Mitglieder des EU-Parlamentes
- Multiplikatoren der Ernährungsberatung sowie Aus- und Weiterbildung
- Journalisten und andere Vertreter von Fachmedien
- Lebensmittelüberwachung und Regierungspräsidien in Deutschland und Österreich
- Politische Interessenvertreter: Wirtschafts- und Verbraucherverbände

Der Verteiler für die Print-Version von *backwaren aktuell* umfasst aktuell rund 2000 Adressen, davon rund 200 aus Österreich.

Im Jahr 2017 wurde mit dem Relaunch der *backwaren aktuell* eine Abfrage unter den Empfängern gestartet, wer die Ausgabe zukünftig nur noch als digitale Version erhalten möchte. Seitdem wird eine Mail mit den Links zu dem vollständigen PDF sowie den einzelnen Artikeln auf der Webseite des Wissensforums Backwaren an den Interessenkreis versendet. Dieser Verteiler umfasst rund 400 E-Mail-Adressen.

Ebenfalls in dem E-Mail-Verteiler sind die Mail-Adressen der PR-Abteilungen der Mitgliedsunternehmen des WFB aufgeführt. Ein gesonderter Versand an die PR-Abteilungen erfolgt daher seit dem Jahr 2019 nicht mehr.

Sehr geehrte Damen und Herren,

wir freuen uns, Ihnen heute die digitale Ausgabe der *backwaren aktuell* 03/2019 zuzusenden.

Auch in dieser Ausgabe haben wir Ihnen wieder abwechslungsreiche Themen zusammengestellt.

Hier gelangen Sie zu den einzelnen Artikeln:

[Basels berühmtes Backwerk: Basler Leckerli sind wir genannt](#) von Irene Krauß  
[So nice! Mit American Bakery junge Zielgruppen erobern](#) von Manfred Laukamp  
[Malz: Tradition trifft Trend - Herstellung, Einsatzmöglichkeiten & sensorischer Einfluss des Trendprodukts](#) von Dr. Thomas Kunze und Jasmin Heisinger  
[Leitsätze für Lebensmittel: Ein Rosinenbrot ist kein Wunschkonzert, sondern eine klare Sache](#) von Sandra Ganzenmüller  
[Neues aus der Welt des Lebensmittelrechts: DON in Getreideflocken](#) von Bärbel Ines Hintermeier

Laden Sie mit dem folgenden Link die vollständige Ausgabe herunter: [backwaren aktuell 03/2019 \(PDF\)](#)

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Viele Grüße  
Christof Crone

**Wissensforum Backwaren e.V.**

**Geschäftsbereich Deutschland:**

Neustädtische Kirchstr. 7A  
D - 10117 Berlin  
Tel: +49 (0) 30/680 7223-20  
Fax: +49 (0) 30/680 7223-29

**Geschäftsbereich Österreich:**

Smolagasse 1  
A - 1220 Wien  
Tel. und Hotline: +43 (0) 810/001 093

e-Mail: [crone@wissensforum-backwaren.de](mailto:crone@wissensforum-backwaren.de)  
Homepage: [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de)

Abb. 1: Informationsmail für den Interessenkreis und die Mitgliedsunternehmen, die anlässlich des Erscheinens von *backwaren aktuell* versandt wird.

## 3. PUBLIKATIONEN 2019

### C) BACKWAREN AKTUELL THEMENBEREICHE

Die Ausgaben im Jahr 2019 enthielten folgende Themenbeiträge.

#### Ausgabe 1

|  |                                 |  |
|--|---------------------------------|--|
|  | Dr. Friedrich Kunz,<br>Wien A   | <b>Italienische Festtagsgebäcke Colomba Pasquale</b><br>Panettone und Pandoro – Ursprung und Legenden<br><i>Produktkunde</i> |
|  | Kathrin Feldbrügge,<br>Bremen   | <b>Einsatz für Einkorn, Emmer &amp; Co.</b><br><i>Backwarenkultur</i>  |
|  | Sandra Ganzenmüller,<br>München | <b>Backende Foodblogger</b><br>Fluch oder Segen für die Branche?<br><i>Backwarenkultur</i>                                   |
|  | Eddy B. Sprenger,<br>Zug CH     | <b>Die Vakuumkühlung</b><br>Vorteile für die Backbranche   |

#### Ausgabe 2

|   |                                 |   |
|---|---------------------------------|---|
|  | Irene Krauss,<br>Bad Säckingen  | <b>Gut gewickelt – das Kipferl</b><br><i>Produktkunde</i>   |
|   | Frank Breuer,<br>Bremen         | <b>E-Learning als Chance – überall und jederzeit</b>  |
|   | Christof Crone,<br>Berlin       | <b>Dinkelprodukte</b><br>Über die Kennzeichnung im Zutatenverzeichnis<br><i>Lebensmittelrecht</i>                                     |
|   | Sandra Ganzenmüller,<br>München | <b>Bierbrauen mit (Rest-)Brot</b><br>Flüssige Lösungsansätze zur Reduktion der<br>Lebensmittelverschwendung<br><i>Backwarenkultur</i> |

## 3. PUBLIKATIONEN 2019

### C) BACKWAREN AKTUELL THEMENBEREICHE

Die Ausgaben im Jahr 2019 enthielten folgende Themenbeiträge.

#### *Ausgabe 3*

|  |   |  |
|--|---|--|
|  <p>The image shows the cover of the magazine 'BACKWAREN AKTUELL'. It features a photograph of a white bowl filled with several pieces of dark, crusty bread. The text on the cover includes 'BACKWAREN AKTUELL' and 'FACHMAZAZIN RUND UM BACKZUSTATEN'.</p> | <p>Irene Krauss,<br/>Bad Säckingen</p> <p>Manfred Laukamp,<br/>Bremen</p> <p>Dr. Thomas Kunte,<br/>Jasmin Heisinger,<br/>Kulmbach</p> <p>Sandra Ganzenmüller,<br/>München</p> | <p><b>Basels berühmtes Backwerk</b></p> <p><b>So nice! – Mit American Bakery junge Zielgruppen erobern</b><br/><i>Backwarenkultur</i></p> <p><b>Malz: Tradition trifft Trend</b><br/><i>Rohstoffkunde</i></p> <p><b>Leitsätze für Lebensmittel – Ein Rosinenbrot ist kein Wunschkonzert, sondern eine klare Sache</b><br/><i>Lebensmittelrecht</i></p> |
|--|---|--|

## 4. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT IN ÖSTERREICH

### ARGE BACKMITTELERZEUGER

Die gute Zusammenarbeit mit Fachvertretern in Österreich wurde im Jahr 2019 fortgesetzt. Es besteht ein inhaltlicher Austausch mit der Arbeitsgemeinschaft der Backmittelerzeuger beim Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie, Wien. Herr Crone nahm im Jahr 2019 allerdings aufgrund verschiedenster Terminüberschneidungen an keiner Sitzung der ARGE Backmittelerzeuger teil.



### ICC-AUSTRIA

Seit 2006 ist das Wissensforum Backwaren e.V. Mitglied der Internationalen Gesellschaft für Getreidewissenschaft und -technologie Austria (ICC Austria) und unterstützte in den vergangenen Jahren wiederholt Veranstaltungen der Organisation. Einmal im Jahr findet ein Symposium zu einem topaktuellen Thema und hinsichtlich der Vortragenden und Referate meist als hochkarätig eingestufte Veranstaltung statt. Das Symposium wurde im April 2019 veranstaltet.



Im Oktober 2019 fand zum fünften Mal die gemeinsame wissenschaftliche Tagung für angewandte Getreidewissenschaften statt. Thema der Tagung war die **D-A-CH-Tagung für angewandte Getreidewissenschaften**, ehemals Tagung für Getreidechemie, behandelt seit über 60 Jahren grundlegende getreidechemische Vorgänge vom Rohstoff

bis hin zum Endprodukt und liefert so die Basis für praxisrelevante Anwendungen. Diese Tagung wird von der Arbeitsgemeinschaft Getreideforschung e.V. in Zusammenarbeit mit dem Max Rubner-Institut, Institut für Sicherheit und Qualität bei Getreide in Detmold, dem ICC in der Schweiz und dem ICC in Österreich organisiert. Die rund 150 Teilnehmer kommen aus den Bereichen Produktentwicklung, Analytik, Forschung und Beratung. Die sechste Tagung für angewandte Getreidewissenschaften findet in der Zeit von 1. bis 2. Oktober 2020 bei der AGF Detmold statt.

### TRANSPARENZOFFENSIVE „WISSEN WAS SCHMECKT“

Der 2013 für das Verkaufspersonal in Bäckereien konzipierte und im Januar 2014 bereits in Deutschland publizierte Pocketfolder als Bestandteil der Transparenzoffensive „Wissen was schmeckt“ wurde in Zusammenarbeit mit der ARGE Backmittelerzeuger auch in Bezug auf einzelne österreichische Besonderheiten – im Wesentlichen in Bezug auf die leicht von Deutschland abweichenden national geregelten Kenntlichmachungspflichten bei loser Ware – angepasst.

Er wird, wie auch das Informationsangebot auf der Website [www.wissenschmeckt.at](http://www.wissenschmeckt.at) gleichermaßen wie in Deutschland auch in Österreich angeboten (s. dazu ausführlich unter 9.). Speziell für Österreich wurde im Jahr 2014 eine Druckauflage von 20.000 Exemplaren erstellt. Weitere Nachdrucke wurden, wie auch in den Vorjahren, im Jahr 2019 nicht vorgenommen.



# 6. PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Das Wissensforum Backwaren e.V. hat es sich im Zuge der Transparenzoffensive zum Ziel gesetzt, nicht nur auf externe Anfragen presseseitig zu reagieren, sondern aktiv Themen zu setzen und aktuelle Berichterstattungsanlässe zu nutzen, um den Dialog mit den relevanten Fach- und verstärkt auch mit den Publikumsmedien zu intensivieren und Veröffentlichungen in den Medien zu generieren.

Eine der Maßnahmen, die für das mediale Grundrauschen sorgen, sind Pressemitteilungen. In Zusammenarbeit mit der Geschäftsstelle wurden im Berichtszeitraum Informationen an die Presse zu folgenden Themen versendet, die für entsprechenden Niederschlag in den Medien gesorgt haben (s. Pressespiegel):

## Februar 2019: „Wissensforum Backwaren e.V. befürwortet Forderung nach mehr Transparenz“

Das Wissensforum Backwaren e.V. nutzt einen von Ernährungs- und Trendexpertin Hanni Rützler aufgerufenen Trend als aktuellen Aufhänger für eine Pressemitteilung. Transparenz gilt als neuer Foodtrend, Verbraucher und auch Verbraucherschützer fordern verstärkt Klarheit über Herkunft, Produktion und Inhaltsstoffe von Lebensmitteln. Das Wissensforum Backwaren e.V. bekommt durch diese aktuellen Entwicklungen frischen Wind in die Segel seiner Aufklärungsmission über Backmittel und Backzutaten.

## Mai 2019: „Relaunch: Fachbroschüre „Was sind Backmittel?“ aufgefrischt“

Nachdem die erste Fachbroschüre inhaltlich und grafisch überarbeitet wurde, erfolgte eine Pressemitteilung an die Fachpresse, um durch die Veröffentlichungen die backende Branche zum Download der aktualisierten Fachbroschüre zu animieren.

## Oktober 2019: „Foodblogger-Rundgang auf der südback“

Diese Pressemitteilung informierte über den Foodblogger-Rundgang, der im Rahmen der südback 2019 stattfand. Nachdem das Konzept 2018 auf der iba erstmalig erfolgreich umgesetzt wurde, lud der Verband dieses Jahr Foodblogger auf die südback ein. An den Ständen von UNIFERM, Dawn Foods, CSM und backaldrin erwarteten die Teilnehmer spannende Fachinformationen sowie unterhaltsame Aktionen, die die Blogger direkt von der Messe auf ihren Social Media-Kanälen teilen und im Nachgang mit ausführlicheren Berichten auf ihren Blogs Revue passieren ließen.



# 6. PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## FACHMEDIENTALK 2019

Im September fand im Rahmen der südback 2019 auf dem Stuttgarter Messegelände der Fachmedientalk des Wissensforums Backwaren e.V. statt. Eingeladen wurden die Fachmedien zum aktuellen Thema: „Weniger Fett, Zucker & Salz, Zero Waste & Clean Label – Wie die neuen Reduktions-Trends die Backzutatenbranche beeinflussen“. Hintergrund der inhaltlichen Konzeption waren aktuelle gesellschaftliche Strömungen und Verbrauchertrends, die eine hohe Relevanz für die Branche, die Mitgliedsunternehmen und deren Kunden haben. Sei es die „frei von“-Bewegung, das erstarkte Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein in der Bevölkerung oder die von der Bundesregierung beschlossene Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fette und Salz – der Trend hin zu „weniger“ ist deutlich spürbar.

Diese Entwicklung nimmt natürlich auch Einfluss auf die Backzutatenbranche und beim Fachmedientalk war es dem Wissensforum Backwaren wichtig, den Medienvertretern einen Einblick in die diesbezüglichen Aktivitäten der Mitgliedsunternehmen zu ermöglichen. Im Rahmen einer Umfrage unter den Mitgliedsunternehmen hat das Wissensforum Backwaren e.V. im Vorfeld ermittelt, ob und welche Konsequenzen die Unternehmen aus diesen Strömungen ziehen.

### Anwesende Journalisten

| Medium           | Journalist          |
|------------------|---------------------|
| brot + backwaren | Bastian Borchfeld   |
| BÄKO-magazin     | Falk Steins         |
|                  | Pascal Löchte       |
| BROT, BROTPRO    | Sebastian Marquardt |
| back.intern      | Mario Töpfer        |

Zunächst stellte Geschäftsführer Christof Crone der Presse die Ergebnisse der jüngsten Blitzumfrage unter den Mitgliedsunternehmen des Verbands vor. Die 35 Teilnehmer von rund 19 Mitgliedsunternehmen erläuterten im Rahmen der Befragung, ob die Reduktions- und Innovationsstrategie von den Unternehmen als sinnvoll erachtet wird, wer Anfragen bezüglich des Themas Reduktion von

Inhaltsstoffen stellt, ob sich die Nachfrage nach entsprechenden Produkten verändert hat, welche Maßnahmen bezüglich Umweltschutz getroffen wurden und wie der Clean-Label-Trend die Produktentwicklung beeinflusst. Christof Crone zog bei der Gesprächsrunde im Kreis der Fachmedien folgendes Fazit:

- *Der überwiegende Teil der Unternehmen steht den neuen Reduktionstrends positiv gegenüber und sieht darin neue Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten für die Branche.*
- *Schwerpunktthemen sind die Reduktion von Salz, Zucker und E-Nummern/Zusatzstoffen (Clean Label).*
- *Der überwiegende Teil der Unternehmen ergreift aktiv Maßnahmen, die das Thema Umweltschutz betreffen, besonders hinsichtlich Vermeidung von Plastik/Abfall allgemein und zur Steigerung der Energieeffizienz.*

Der nächste Punkt des Fachpresstalks beschäftigte sich mit dem zuvor stattgefundenen Foodblogger-Rundgang im Rahmen der südback. Ziel des Rundgangs war die Verbraucheraufklärung durch Informationen von Multiplikatoren bzw. Influencern, die ihre Informationen und das neu erworbene Wissen über die sozialen Netzwerke verbreiten. Mit dieser Maßnahme wurde einerseits eine erhöhte Aufmerksamkeit für die Thematik geschaffen, andererseits konnten Fürsprecher gewonnen werden.

### Fazit des Fachmedientalks 2019

Insgesamt ist ein großer Teil der Fachpresse dem Verband nach wie vor wohlgestimmt und der Meinung, dass der Verband mit der transparenten Aufklärung Richtung Publikumsmedien die richtige kommunikative Strategie verfolgt. Das Wissensforum Backwaren e.V. ist der richtige Adressat, dem Verbraucher klare und ehrliche Antworten zu Themen wie Enzymen und anderen Backmitteln zu geben. Dennoch war in diesem Jahr erstmals zu beobachten, dass die Verlagshäuser unterschiedlich mit der Einladung zur Presseveranstaltung umgegangen sind. Zwei Verlage setzen zunehmend auf Einzelgespräche mit Unternehmen und wägen eine Präsenz auf Verbandsveranstaltungen aufgrund von Compliance-Richtlinien vorsichtig ab.



## 6. PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

### FOODBLOGGER-RUNDGANG SÜDBACK 2019

Im Zuge der kommunikativen Öffnung wurde auf der südback 2019 bei einem Foodblogger-Rundgang zum zweiten Mal ein Blick hinter die Kulissen der Branche gewährt. An vier Stationen konnten sich die vierzehn teilnehmenden Foodblogger über Hefe und Fermentationsprodukte, vegane Gebäcke, Siedetechniken und Müslibrot informieren und wurden von den Unternehmen zum Mitmachen eingeladen.

Um die Berichterstattung über den Event hinaus zu verlängern, wurden die Foodblogger mit einer aufmerksamkeitsstarken Einladung per Post beschickt. So gab es schon im Vorfeld schöne Posts auf den Social Media-Kanälen. Auch die Live-Berichterstattung der Anwesenden direkt von der

Messe in Form von Instagram-Stories und Facebook-Postings war sehr gut. Die Blogbeiträge, die im Nachhinein erschienen sind, haben deutlich gezeigt, dass die transportierten Botschaften vom Rundgang verstanden und verarbeitet wurden. Der zweite Foodblogger-Rundgang wurde von Beginn an ohne weitere Kooperationspartner durch das Wissensforum Backwaren e.V. mit Hilfe der PR-Agentur kommunikation.pur konzipiert und umgesetzt und konnte als erfolgreich eingestuft werden.

**Insgesamt konnte eine Gesamtreichweite von 477.600 Abonnenten bzw. Followern erreicht werden.**

**Berichterstattung über den Foodlogger-Rundgang des Wissensforums Backwaren e.V. auf der südback 2019:**



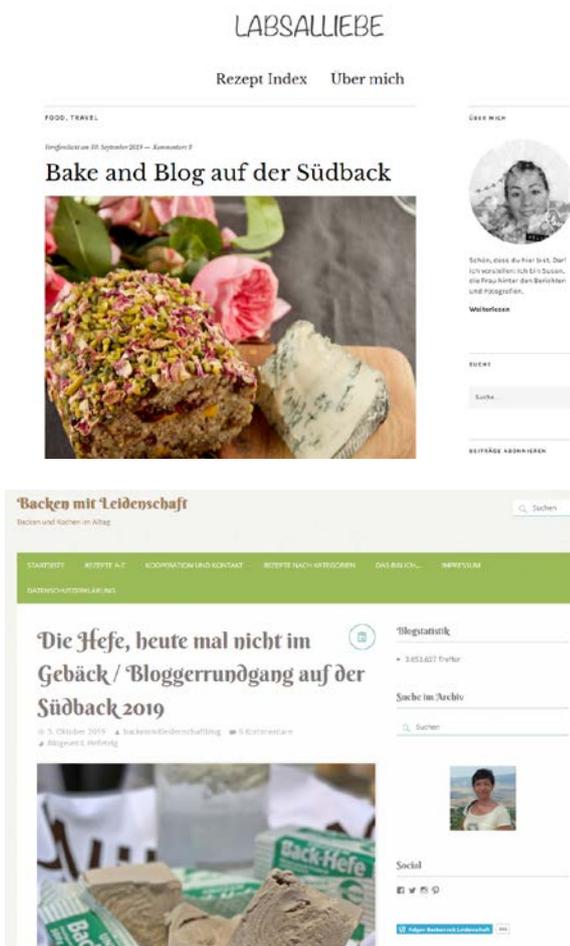
Abb. 1: Auszüge Vorberichterstattung

# 6. PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Abb. 2: Auszüge Live-Berichterstattung



Abb. 3: Auszüge Nachberichterstattung



Die „Südback“ in Stuttgart ist eine der wichtigsten Fachmessen für das Bäcker- und Konditoreihandwerk im deutschsprachigen Raum. Ähnlich wie auf der Weltbackmesse Iba, von der ich hier berichtet habe, geht es u.a. um Trends in der Branche. Das „Crazy Creamhorn“ zum Beispiel, eine Schillerlocke, die mit Sahne, Keksen etc gefüllt wird. Auf einem Bloggerrundgang haben wir (und der kleine Glückbäcker ☺) u.a. Krapfen vertiert, vegane Cookies getestet, Roboter getroffen und vom Brot-Sommelier gelernt. Und gesehen, wie verbreitet Fertigbackmischungen inzwischen im „Handwerk“ sind. Fertige Vorprodukte müssen nicht zwangsläufig schlecht sein. Und mit dem Preisdruck vielleicht auch teils nötig. Aber einfach aufgebakene Teiglinge möchte ich zumindest nicht als „Handwerksprodukt“ verkauft bekommen.



Einer der häufigsten „Zusatzstoffe“ ist ja die Hefe. Bis zur Messe wusste ich nicht, dass diese inzwischen ziemlich kritisch gesehen wird, teils verteuert (zumal es ja Bio-Hefe gibt...). Eins wegen der Verträglichkeit, Emulgatoren und der (industriellen) Herstellung. Habt ihr davon schon etwas mitbekommen? Wie steht ihr zur Kritik?



# 6. PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## MATERN- UND PRESSEDIENST

Um auflagenstarke Medien der tagesaktuellen Presse zu erreichen und die Kernbotschaften des Wissensforums Backwaren e.V. zu transportieren, wurde im April 2019 ein Matern- und Pressedienst zum Thema „Das steckt in unseren Backwaren“ versendet. Insgesamt wurde eine Auflage von rund 5.000.000 mit einem Anzeigegenwert von etwa 60.000 Euro erreicht. (Stand: Mai 2020)

## Das steckt in unseren Backwaren

Brot, Brötchen und andere Backwaren bestehen nicht nur aus Mehl und Wasser. Damit sie aufgehen, braucht es Triebmittel wie Backpulver, Hefe oder Sauerteig. Aber auch damit ist es in der Regel nicht getan. Für Konsistenz, Frischhaltung und Aroma werden verschiedene Stoffe zugesetzt, sogenannte Backmittel. Sie erleichtern den Bäckern die Verarbeitung des Teiges und sorgen für eine gleichbleibend hohe Qualität der Backwaren. Denn Rohstoffe wie Mehl unterliegen natürlichen Schwankungen. Diese Schwankungen auszugleichen, erfordert viel technisches und handwerkliches Know-how sowie Wissen um Roh- und Zusatzstoffe. Beim Wort Zusatzstoffe schrillen bei vielen allerdings die Alarmglocken – oft zu Unrecht. Dass bei der Herstellung von Brot beispielsweise Enzyme eingesetzt werden, ruft erst mal Skepsis hervor. Sind sie in Gesichtscremes oder Obst ent-

halten, wird dies wiederum begrüßt. Das besonders Paradoxe daran: Enzyme werden beim Backen inaktiv und verschwinden quasi. Vorher haben sie aber noch dazu beigetragen, dass das Brot eine schöne Kruste bekommt und mehrere Tage frisch bleibt.

Wer noch mehr über den Einsatz und die Wirkung von Backmitteln erfahren will, kann auf [www.wissenswasschmeckt.de](http://www.wissenswasschmeckt.de) weiterlesen oder im Blog auf [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) stöbern.



Abb. 4: Musterabdruck

## Was steckt in unserem Brot?

Backen ist eine Wissenschaft für sich und erfordert viel Know-how sowie Wissen um Rohstoffe und Zusatzstoffe



**B**rot, Brötchen und andere Backwaren bestehen nicht nur aus Mehl und Wasser. Damit sie aufgehen, braucht es Triebmittel wie Backpulver, Hefe oder Sauerteig. Aber auch damit ist es in der Regel nicht getan. Für Konsistenz, Frischhaltung und Aroma werden verschiedene Stoffe zugesetzt, sogenannte Backmittel. Sie erleichtern den Bäckern die Verarbeitung des Teiges und sorgen für eine stabile Qualität. Denn Rohstoffe wie Getreide unterliegen den Launen der Natur und so können die Backeigenschaften von Mehlpäckung zu Mehlpäckung variieren.

**Natürliche Schwankungen**  
Erfahrene Hobbybäcker kennen das: Am eigenen Tag geht der Kuchen wunderbar auf und wird fluffig und saftig, am anderen Tag fällt er in sich zusammen. Diese natürlichen Schwankungen auszugleichen, ist eine Wissenschaft für sich und erfordert viel technisches und handwerkliches Know-how sowie Wissen um Rohstoffe und Zusatzstoffe.

**Bäcker kriegen's gebacken**  
Backmittel sind keine neue Erfindung, sie kommen schon seit Mitte des 19. Jahrhunderts zum Einsatz. Natürlich wurden sie im Laufe der Zeit immer weiterentwickelt und bis heute wird daran

gefeilscht, wie sie die Produktion von Backwaren noch weiter verbessern können. Der Begriff Backmittel ist ein etablierter Oberbegriff für Gemische aus funktionalen Backzutaten wie Malzen, Quellmehlen, Milchprodukten, Zuckerarten und Fetten. Ergänzend kommen Rohstoffe wie Milcheiweiße, Lecithin, aber auch spezielle Stärken und Enzyme zum Einsatz. Backmittel sind also

in lebensmittelrechtlichen Sinne zusammengesetzte Zutaten, bei vielen der Komponenten handelt es sich um zugelassene Zusatzstoffe.

**Enzyme – Helfer beim Backen**  
Beim Wort Zusatzstoffe schrillen bei vielen allerdings gleich die Alarmglocken – oft zu Unrecht. Dass bei der Herstellung von Brot beispielsweise Enzyme verwendet werden, ruft bei den meisten Verbrauchern erst mal Skepsis hervor. Sind sie in Gesichtscremes oder Obst enthalten, wird dies wiederum begrüßt. Das besonders Paradoxe daran: Enzyme werden beim Backen inaktiv und verschwinden quasi. Sie können sich also im Falle von

Backwaren weder positiv noch negativ auf die Gesundheit auswirken. Was sie jedoch bewirken können, sind eine schön gebräunte, knusprige Brotkruste und eine Backware, die sich mehrere Tage lang frisch hält.

**Fundierte Informationen**  
Wer noch mehr darüber erfahren will, was in unseren Backwaren steckt, kann auf [www.wissenswasschmeckt.de](http://www.wissenswasschmeckt.de) weiterlesen oder im Blog auf [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) stöbern. Hier informiert das Wissensforum Backwaren e.V. Fachkräfte, aber auch Verbraucher über den Einsatz und die Wirkungsweise von Backmitteln und Backzutaten.

Abb. 5: Ausschnitt Wochenspiegel Königs Wusterhausen vom 01.05.2019

## 6. INTERNETAUFTRITTE

Die Überarbeitung der Webseite  
**WWW.WISSENSFORUM-BACKWAREN.DE**  
sowie der zeitgleiche Relaunch der  
**WWW.BACKZUTATENVERBAND.DE**  
haben sich bezahlt gemacht.

Die Zugriffszahlen und die Verweildauer auf den Seiten steigen kontinuierlich. Um zum einen das Ranking in den Suchmaschinen bei Suchanfragen der User zu den Themenfeldern Backmittel und Backzutaten zu verbessern und zum anderen Fragestellungen von Verbrauchern in Verbrauchersprache zu beantworten, wurde auf der Webseite des Wissensforums e.V. eine Unterseite in der Anmutung eines Blogs addiert.

Dort werden in regelmäßigen Abständen die gängigen Mythen (Ergebnis aus der Blitzumfrage unter den Mitgliedern und einem Beschluss im PR-Arbeitskreis) mit einem Augenzwinkern in einer dem Stil von Publikumsmedien angelehnten Schreibe aufgearbeitet.

Abb. 6: Einbindung der Unterseite, die als Blog fungiert, auf der Startseite.



Abb. 7: Übersicht der letzten drei Blogbeiträge



## 7. PR-ARBEITSKREIS

Im Berichtszeitraum fanden eine PR-Arbeitskreissitzung und zwei Telefonkonferenzen statt:

- 3. Juli 2019 *Telefonkonferenz*
- 10. September 2019 *Telefonkonferenz*
- 7. November 2019 *Sitzung in Berlin*

Zum Jahresende 2018 wurde der erste Dreijahreszyklus der aktiven Öffentlichkeitsarbeit unter dem Motto Transparenzoffensive in Zusammenarbeit mit der Food-PR-Agentur kommunikation.pur abgeschlossen.

Die strategische Vorgehensweise sah nach dem Aufbau der PR-Arbeit durch die Erstellung unterschiedlicher Basispressedokumente und das Einrichten eines Pressebüros durch die PR-Agentur kommunikation.pur die verstärkte aktive Kommunikation in Richtung Fachmedien der backenden Branche vor. Im Jahr 2018 wurde erstmals gezielt Richtung Verbraucher über Meinungsmittler wie Foodblogger und Publikumsmedien kommuniziert. Dieses Vorgehen wurde auch im Jahr 2019 fortgesetzt.

## 8. WISSENSCHAFTLICHER BEIRAT

**2013 wurden die grundlegenden Voraussetzungen für die Einrichtung eines Wissenschaftlichen Beirats als neues Gremium des Wissensforums Backwaren e.V. geschaffen.**

Mit diesem wurde das in das Tagesgeschäft des Vereins eingebundene Netzwerk aus Multiplikatoren weiter ausgebaut. Konstituiert hat sich das Gremium bereits Anfang des Jahres 2014. Im Berichtszeitraum 2019 fand eine Sitzung des Wissenschaftlichen Beirats am 19. November 2019 in Esslingen statt.

### MITGLIEDER

Dem Wissenschaftlichen Beirat gehören nunmehr wieder sieben renommierte Persönlichkeiten (Mitglieder siehe unter 2.) aus Wissenschaft und Forschung an, die über ihre Expertise einen klaren Bezug zur Backbranche aufweisen.

### AUFGABEN

Der Wissenschaftliche Beirat unterstützt das Wissensforum Backwaren e.V. in beratender Funktion. Zu seinen wesentlichen Aufgaben zählen:

- *Netzwerkpflege*
- *fachliche Unterstützung bei themenspezifischen Fragen, einschließlich der Auslegung von Rechtsvorschriften*
- *Unterstützung des Backzutatenverbandes im vorbeugenden Krisenmanagement*
- *Unterstützung bei der Klärung aktueller Fachfragen aus wissenschaftlicher Sicht*
- *Unterstützung der PR-Arbeit im Krisenfall*
- *Begleitung von Innovationsprojekten (Vorwettbewerbliche Gemeinschaftsforschung)*

## 9. MITGLIEDSUNTERNEHMEN

### MITGLIEDER IN DEUTSCHLAND

#### AB Enzymes GmbH

Feldbergstraße 78  
64293 Darmstadt  
oder  
Postfach 10 12 39  
64212 Darmstadt

Tel. +49-(0)6151/36 80 100  
Fax +49-(0)6151/36 80 120

e-Mail: [info@abenzymes.com](mailto:info@abenzymes.com)  
Internet: [www.abenzymes.com](http://www.abenzymes.com)

#### Abel + Schäfer

Komplet Bäckereigrundstoffe GmbH & Co. KG  
Schloßstraße 8 – 12  
66333 Völklingen  
oder  
Postfach 10 11 20  
66302 Völklingen

Tel. +49-(0)6898/97 26 0  
Fax +49-(0)6898/97 26 – 97

e-Mail: [info@komplet.com](mailto:info@komplet.com)  
Internet: [www.komplet.com](http://www.komplet.com)

#### Aromatic Marketing GmbH

Sadowastr. 5  
10318 Berlin

Tel. +49-(0)30/50 38 09 30  
Fax +49-(0)30/50 38 09 31

e-Mail: [buero.berlin@aromatic.de](mailto:buero.berlin@aromatic.de)  
Internet: [www.aromatic.de](http://www.aromatic.de)

#### backaldrin Vertriebs GmbH

Carl v. Linde Str. 5  
85748 Garching

Tel. +49-(0)89/32 93 97 60  
Fax +49-(0)89/32 04 82 9

e-Mail: [info@backaldrin.de](mailto:info@backaldrin.de)  
Internet: [www.backaldrin.com](http://www.backaldrin.com)

#### BASF Personal Care and Nutrition GmbH

Standort Illertissen  
Postfach 10 63  
89251 Illertissen

Tel. +49-(0)7303/13-0  
Fax +49-(0)7303/13-70 3  
= Geschäftsgebiet Nahrungsmitteltechnologie

e-Mail: [Andreas.Funke@basf.com](mailto:Andreas.Funke@basf.com)  
Internet: [www.basf.com](http://www.basf.com)

## 9. MITGLIEDSUNTERNEHMEN

### biotask AG

Schelztorstraße 54  
73728 Esslingen

Tel. +49-(0)711/310 590-61  
Fax +49-(0)711/310 590-70

e-Mail: [baerbel.kniel@biotask.de](mailto:baerbel.kniel@biotask.de)  
Internet: [www.biotask.de](http://www.biotask.de)

### CSM Deutschland GmbH

Mainzer Str. 152 – 160  
55411 Bingen  
oder  
Postfach 11 61  
55381 Bingen

Tel. +49-(0)6721/79 0-0  
Fax +49-(0)6721 /790 – 105

Theodor-Heuss-Allee 8  
28215 Bremen  
oder  
Postfach 10 78 69  
28078 Bremen

Tel. +49-(0)421/35 02-0  
Fax +49-(0)421/35 02-355

e-Mail: [info.deutschland@csmbakerysolutions.com](mailto:info.deutschland@csmbakerysolutions.com)  
Internet: [www.csmbaking.com](http://www.csmbaking.com)

### Dawn Foods Germany GmbH

Riedstraße 6  
64295 Darmstadt  
oder  
Postfach 10 14 65  
64214 Darmstadt

Tel. +49-(0)6151/35 22 90  
Fax +49-(0)6151/35 22 93 39

e-Mail: [info.dach@dawnfoods.com](mailto:info.dach@dawnfoods.com)  
Internet: [www.dawnfoods.de](http://www.dawnfoods.de)

### Dethmers GmbH & Co. KG

Otto Hahn Str. 1  
26810 Ihrhove

Tel. +49-(0)4955/1470  
Fax +49-(0)04955/1040

e-Mail: [info@dethmers.de](mailto:info@dethmers.de)  
Internet: [www.dethmers.net](http://www.dethmers.net)

### Diosna Dierks & Söhne GmbH

Am Tie 23  
49086 Osnabrück

Tel. +49-(0)541 33104 0  
Fax +49-(0)541 33104 10

e-Mail: [info@diosna.com](mailto:info@diosna.com)  
Internet: [www.diosna.de](http://www.diosna.de)

## 9. MITGLIEDSUNTERNEHMEN

### Dreidoppel GmbH

Ernst-Abbe-Straße 4-6  
40764 Langenfeld

Tel. +49-(0)2173/79 09-0  
Fax +49-(0)2173/79 09-12

e-Mail: [info@dreidoppel.de](mailto:info@dreidoppel.de)  
Internet: [www.dreidoppel.de](http://www.dreidoppel.de)

### DÜBÖR – Groneweg GmbH & Co. KG

Grüner Sand 72  
32107 Bad Salzuflen  
oder  
Postfach 20 6  
32064 Bad Salzuflen

Tel. +49-(0)5222/93 44-0  
Fax +49-(0)5222/93 44-50

e-Mail: [info@dubor.de](mailto:info@dubor.de)  
Internet: [www.dubor.de](http://www.dubor.de)

### Ernst Böcker GmbH & Co. KG

Ringst. 55 – 57  
32427 Minden  
oder  
Postfach 21 70  
32378 Minden

Tel. +49-(0)571 / 83 79 90  
Fax +49-(0)571 / 83 79 92 0

e-Mail: [institut@ernstboecker.de](mailto:institut@ernstboecker.de)  
Internet: [www.ernstboecker.de](http://www.ernstboecker.de)  
[www.sauerteig.de](http://www.sauerteig.de)

### FALA GmbH

Ohmstr. 1  
77694 Kehl-Sundheim

Tel. +49 (0)7851 88 61 0  
E-Mail: [info@fala-hefe.de](mailto:info@fala-hefe.de)

### Kröner-Stärke GmbH

Lengericher Str. 158  
49479 Ibbenbüren  
oder  
Postfach 13 54  
49463 Ibbenbüren

Tel. +49-(0)5451/94 47-0  
Fax +49-(0)5451/94 47-39

e-Mail: [Info@Kroener-Staerke.de](mailto:Info@Kroener-Staerke.de)  
Internet: [www.Kroener-Staerke.de](http://www.Kroener-Staerke.de)

### IREKS GmbH

Lichtenfelser Str. 20  
95326 Kulmbach  
oder  
Postfach 15 29  
95306 Kulmbach

Tel. +49-(0)9221/70 6-0  
Fax +49-(0)9221/70 6-306

e-Mail: [info@ireks.de](mailto:info@ireks.de)  
Internet: [www.ireks.de](http://www.ireks.de)

## 9. MITGLIEDSUNTERNEHMEN

### **Zeelandia GmbH & Co. KG**

Homburger Landstr. 602  
60437 Frankfurt am Main  
oder  
Postfach 56 02 20  
60437 Frankfurt am Main

Tel. +49-(0)69/95 05 5-0  
Fax +49-(0)69/95 05 58 0  
  
e-Mail: [info@zeelandia.de](mailto:info@zeelandia.de)  
Internet: [www.zeelandia.de](http://www.zeelandia.de)

### **Martin Braun Backmittel & Essenzen KG**

Tillystr. 17  
30459 Hannover  
oder  
Postfach 91 13 21  
30433 Hannover

Tel. +49-(0)511/ 41 07-0  
Fax +49-(0)511/41 07-70  
  
e-Mail: [info@martinbraun.de](mailto:info@martinbraun.de)  
Internet: [www.martinbraun.de](http://www.martinbraun.de)

### **Novozymes GmbH**

Monika Metschulat  
An der Leimenkaut 40  
65207 Wiesbaden

Tel. +49-(0)6127/703370  
Fax +49-(0)6127/703372  
  
e-Mail: [mmet@novozymes.com](mailto:mmet@novozymes.com)  
Internet: [www.novozymes.com](http://www.novozymes.com)

### **Palsgaard Verkaufsgesellschaft mbH & Co.KG**

Hildesheimer Straße 265-267  
30519 Hannover

Tel. +49-(0)511/8759144  
Fax +49-(0)511/8759100  
  
e-Mail: [vu.pham@palsgaard.de](mailto:vu.pham@palsgaard.de)  
Internet: [www.palsgaard.com](http://www.palsgaard.com)

### **PURATOS GmbH**

Reisholzer Werftstraße 35  
40589 Düsseldorf

Tel. +49-(0)211/598938-0  
Fax +49-(0)211/598938-40  
  
e-Mail: [info.germany@puratos.com](mailto:info.germany@puratos.com)  
Internet: [www.puratos.de](http://www.puratos.de)

## 9. MITGLIEDSUNTERNEHMEN

### Roquette GmbH

Darmstädter Landstr. 182  
60598 Frankfurt

Tel. +49-(0)69/60 91 05-0  
Fax +49-(0)69/60 91 05 59

e-Mail: herbert.schelle@roquette.com  
matthias.mueller-weining@roquette.com  
Internet: www.roquette.com

### SchapfenMühle GmbH & Co. KG

Franzenhauserweg 21  
89081 Ulm-Jungingen

Tel. +49-(0)731/967 460  
Fax +49-(0)731/967 46 50

e-Mail: info@schapfenmuehle.de  
Internet: www.schapfenmuehle.de

### C. Siebrecht Söhne KG

Tillystr. 17-21  
30459 Hannover  
oder  
Postfach 91 10 46  
30430 Hannover

Tel. +49-(0)511/42 20 01-02  
Fax +49-(0)511/41 07 39 3

e-Mail: info@siebin-agrano.de  
Internet: www.siebin-agrano.de

### Symrise AG

Mühlenfeldstraße 1  
37603 Holzminden

Tel. +49 (0) 5531 90-0  
Fax +49 (0) 5531 90-1617

e-Mail: info@symrise.com  
Internet: www.symrise.com

### SternEnzym GmbH & Co. KG

Kurt-Fischer-Straße 55  
22926 Ahrensburg

Tel. +49-(0)4102/202001  
Fax +49-(0)4102/202010

e-Mail: info@sternenzym.de  
Internet: www.sternenzym.de

## 9. MITGLIEDSUNTERNEHMEN

### Dr. Otto Suwelack Nachf. GmbH & Co. KG

Josef-Suwelack-Straße  
48727 Billerbeck  
oder  
Postfach 1362  
48723 Billerbeck

Tel. +49-(0)2543/72-0  
Fax +49-(0)2543/72-253  
(F&E Food Biotechnologie)  
e-Mail: [Koen.Dekker@suwelack.de](mailto:Koen.Dekker@suwelack.de)  
Internet: [www.suwelack.de](http://www.suwelack.de)

### C. Thywissen GmbH

Ursulastr. 49  
50354 Hürth  
oder  
Postfach 16 63  
50333 Hürth

Tel. +49-(0)2233/97 47 30  
Fax +49-(0)2233/97 47 37 2  
  
e-Mail: [info@cthywissenmalz.de](mailto:info@cthywissenmalz.de)  
Internet: [www.c-thywissen.de](http://www.c-thywissen.de)

### Uldo Backmittel GmbH

Dornierstr. 14  
89231 Neu-Ulm  
oder  
Postfach 20 07  
89210 Neu-Ulm

Tel. +49-(0)731/97 47 20  
Fax +49-(0)731/97 47 27 4  
  
e-Mail: [info@uldo.de](mailto:info@uldo.de)  
Internet: [www.uldo.de](http://www.uldo.de)

### UNIFERM GmbH & Co. KG

Brede 4  
59368 Werne  
oder  
Postfach 16 61  
59359 Werne

Tel. +49-(0)2389/79 78-0  
Fax +49-(0)2389/79 78-2 80  
  
e-Mail: [info@uniferm.de](mailto:info@uniferm.de)  
Internet: [www.UNIFERM.de](http://www.UNIFERM.de)

### Vandemoortele Deutschland GmbH

Altensenner Weg 68  
32052 Herford  
oder  
Postfach 23 65  
32013 Herford

Tel. +49-(0)5221/76 70  
Fax +49-(0)5221/76 71 61  
  
e-Mail: [info@vandemoortele.de](mailto:info@vandemoortele.de)  
Internet: [www.vandemoortele.de](http://www.vandemoortele.de)

(Stand: Juni 2020)

## 9. MITGLIEDSUNTERNEHMEN

### MITGLIEDER IN ÖSTERREICH

#### backaldrin International – The Kornspitz Company GmbH

Kornspitzstraße 1  
4481 Asten  
oder  
Johann-Schorsch-Straße 3  
1140 Wien

Tel. +43-(0)722488210  
Fax +43-(0)7224882116  
Tel. +43-(0)19794806  
Fax +43-(0)19794664  
e-Mail: [info@backaldrin.com](mailto:info@backaldrin.com)  
Internet: [www.backaldrin.com](http://www.backaldrin.com)

#### CSM Austria GmbH

Schleppe Platz 8  
9020 Klagenfurt

Tel. +43 463 41403-0  
Fax +43 463 41403-33  
e-Mail: [in-fo.austria@csmbakerysolutions.com](mailto:in-fo.austria@csmbakerysolutions.com)  
Internet: [www.csmbakery.com/austria](http://www.csmbakery.com/austria)

#### Puratos Austria GmbH

Maria-Theresia-Straße 41  
4600 Wels

Tel. +43-(0)724241848-291  
Fax +43-(0)7242418484  
Internet: [www.puratos.at](http://www.puratos.at)

#### LESAFFRE AUSTRIA AG

Industriezentrum NÖ-Süd Straße 7  
Objekt 58B  
2355 Wiener Neudorf

Tel. +43- (0)2236 677 988-0  
Fax +43-(0)2236 677 988-550  
e-Mail: [office@lesaffre.at](mailto:office@lesaffre.at)  
Internet: [www.lesaffre.at](http://www.lesaffre.at)

#### Pfahnl Backmittel GmbH

Halmenberg 13  
4230 Pregarten

Tel. +43-(0)723623070  
Fax +43-(0)7236230715  
e-mail: [office@pfahnl.at](mailto:office@pfahnl.at)  
internet: [www.pfahnl.at](http://www.pfahnl.at)

#### STAMAG Stadlauer Malzfabrik GesmbH

Smolagasse 1  
1220 Wien

Tel. +43-(0)128808  
Fax +43-(0)12880819  
  
e-Mail: [office@stamag.at](mailto:office@stamag.at)  
Internet: [www.stamag.at](http://www.stamag.at)

# 10. PRESSESPIEGEL

## PRESSESPIEGEL

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Printmedien</b>  | <b>30</b> |
| 01.03.2019 – DBZ weckruf magazin, S.12                              | 30        |
| 01.04.2019 – BÄKO magazin, S.8                                      | 31        |
| 01.04.2019 – BÄKO magazin, S.46f                                    | 32        |
| 18.04.2019 – GEISLINGER ZEITUNG, S.28                               | 34        |
| 20.04.2019 – Märkische Oderzeitung, S.28                            | 35        |
| 20.04.2019 – Schwäbisches Tagblatt                                  | 36        |
| 25.05.2019 – Back Business, S.6                                     | 37        |
| 08.06.2019 – Allgemeine BäckerZeitung, S.15                         | 38        |
| 14.06.2019 – Brot, S.77   | 39        |
| 15.06.2019 – DBZ weckruf magazin, S.9                               | 40        |
| 01.07.2019 – Bäko Magazin, S.6                                      | 41        |
| 13.07.2019 – Back Business, S.48                                    | 42        |
| 01.08.2019 – Bäko Magazin, S.70                                     | 44        |
| 15.08.2019 – DBZ weckruf magazin, S.34                              | 45        |
| 20.08.2019 – back.intern, S.3                                       | 47        |
| 01.09.2019 – dei-Prozesstechnik für die Lebensmittelindustrie, S.66 | 48        |
| 01.09.2019 – Bäko Magazin, S.34                                     | 49        |
| 01.10.2019 – Bäko Magazin, S.22                                     | 50        |
| 01.11.2019 – Landbäckerei, S.6                                      | 59        |
| 27.11.2019 – Woche der Frau, S.19                                   | 60        |
| 14.12.2019 – Back.Business, S.9                                     | 61        |
| 14.12.2019 – Back.Business, S.28                                    | 62        |
| <b>Onlinemedien</b>   | <b>64</b> |
| 19.02.2019 – lifepr.de (2 weitere URL`s)                            | 64        |
| 14.05.2019 – lifepr.de  | 66        |
| 15.05.2019 – backnetz.eu (eine weitere URL)                         | 67        |
| 12.06.2019 – abzonline.de   | 68        |
| 23.09.2019 – back-intern.de   | 69        |
| 27.09.2019 – foodmultimedia.de                                      | 71        |
| 01.10.2019 – lifepr.de  | 71        |
| 02.10.2019 – backwelt.de  | 72        |
| 02.11.2019 – saechsische.de   | 73        |
| 18.12.2019 – lust-auf-dresden.de                                    | 74        |

## Printmedien

01.03.2019 – DBZ weckruf magazin, S.12

### **WISSENSFORUM BEFÜRWORTET MEHR TRANSPARENZ**

Das Wissensforum Backwaren sieht sich durch die vermehrten Diskussionen und Forderungen zum Thema Transparenz in seiner Arbeit und in seinem Ansinnen – Aufklärung über Backmittel und Backzutaten – bestärkt. „Wir sind modern und entsprechend des Zeitgeists aufgestellt“, so Geschäftsführer Christof Crone, „Aufklärung über Backwaren und die verwendeten Zutaten steht im Mittelpunkt unserer Verbandsarbeit.“ Das Wissensforum Backwaren zählt insgesamt

41 Mitgliedsunternehmen aus den Kreisen der Backmittel- und Backzutatenhersteller und versteht sich als Ansprechpartner für alle, die mit Backmitteln und Backzutaten arbeiten sowie für diejenigen, die sich über die Thematik informieren wollen. Ernährungsexperten und Verbraucherzentralen fordern seit langem eine klarere Kennzeichnung unter anderem von losen Backwaren, die nicht mehr zeitgemäß und daher kritisch zu hinterfragen sei, auch wenn Aus-

nahmen für kleine Handwerksbetriebe zur Diskussion stünden, hieß es im Rahmen einer Pressekonferenz auf der Grünen Woche. „Wir befürworten nicht nur, dass für Verbraucher leicht ersichtlich wird, welche Zutaten in Backwaren enthalten sind. Uns ist es auch ein großes Anliegen, dass ein Verständnis dafür geschaffen wird, warum sie enthalten sind und welche Funktionen sie erfüllen“, sagte Christof Crone weiter.

*jpa*

## Mehr Transparenz

Das Wissensforum Backwaren e. V. bekommt durch aktuelle Entwicklungen frischen Wind in die Segel seiner Aufklärungsmission über Backmittel und Backzutaten. Transparenz gilt als neuer Foodtrend, Verbraucher und auch Verbraucherschützer fordern verstärkt Klarheit über Herkunft, Produktion und Inhaltsstoffe von Lebensmitteln. Laut Ernährungs- und Trendexpertin Hanni Rützler wird „Transparency“ einer der großen Foodtrends 2019. In ihrem jährlich erscheinenden Foodreport des Zukunftsinstituts schreibt sie über das wachsende Bedürfnis nach mehr Information der durch Lebensmittelskandale verunsicherten Verbraucher.

Auch bei der im Rahmen der Grünen Woche abgehaltenen Pressekonferenz der Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) Mitte Januar war Transparenz ein zentraler Aspekt. Hier wurde u. a. die Forderung nach einer Vollkennzeichnung für lose Backwaren als Appell an die Politik formuliert. Die derzeit bestehenden geringen Anforderungen an die Kennzeichnung loser Backwaren seien nicht mehr zeitgemäß und daher kritisch zu hinterfragen, auch wenn Ausnahmen für kleine Handwerksbetriebe diskussionsfähig seien. Angesichts des hohen Informationsbedürfnisses der Verbraucher schwäche eine Zurückhaltung bei der Kennzeichnung loser Ware das Handwerk aber eher gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel. Die Politik sei gefordert, Optionen der vollständigen Kennzeichnung von losen Backwaren auf ihre Umsetzbarkeit zu prüfen. Das Wissensforum Backwaren sieht sich durch die vermehrten Diskussionen und Forderungen zum Thema Transparenz in seiner Arbeit und in seinem Ansinnen – Aufklärung über Backmittel und Backzutaten – bestärkt. Auf den Webseiten [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) und [www.wissenwasschmeckt.de](http://www.wissenwasschmeckt.de) informiert der Verband mit Fachartikeln, Blogbeiträgen und FAQ gezielt darüber, was in Backwaren und hinter Backmitteln steckt. ■

# „Lasst uns über Stärken sprechen!“

**Dr. Detlev Krüger**, Sprecher der Geschäftsleitung der international tätigen Martin Braun-Gruppe, schätzt klare Ziele: in mehreren Produktbereichen geht es dabei um die Marktführerschaft, in der Zusammenarbeit mit dem Bäckerhandwerk, seinen BÄKO-Genossenschaften und Verbänden jedoch vor allem um eine nachhaltige Kooperation zum gegenseitigen Nutzen.

**Die Martin Braun-Gruppe wächst durch Firmenzukäufe stetig, auch wenn im Vorjahr keine Akquisition zu vermelden war. Lag der Fokus 2018 auf dem „Verdauen“, spricht: der Integration der internationalen Unternehmen?**  
Wir legen großen Wert auf organisches Wachstum und erfreulicherweise konnten wir auch 2018 um 3,5% organisch wachsen. Das Ende 2017 akquirierte niederländische Unternehmen Diversi Foods gehört kartellrechtlich und bilanziell erst seit Frühjahr 2018 zu unserer Gruppe und war damit im Vorjahr das bestimmende Thema. Es war ein Jahr des Zusammenwachsens – und zwar auf Augenhöhe, denn Diversi Foods ist ein großes Unternehmen, das den Umsatz der Martin Braun-Gruppe um rund 50% auf nun rund 500 Mio. Euro gesteigert hat. Die Verschmelzung mit Wolf ButterBack zu einer „Frozen Bakery“-Einheit unter einer Geschäftsleitung, die direkt an die Geschäftsleitung der Gruppe berichtet, ist bewältigt. Die TK-Einheit tritt inzwischen über alle Länder hinweg gemeinsam auf.

**Wie ergänzen sich diese TK-Sortimente?**  
Während Wolf ButterBack sich auf süße und herzhaft Snacks sowie Croissants konzentriert, legt Diversi Foods den Fokus auf Brot und Brötchen, sodass eine größere Sortimentsbereinigung nicht erforderlich war. Unser Ziel ist es, der führende Premium-TK-Anbieter in Europa zu werden, und ich glaube,

## » Junge Menschen brauchen eine Unternehmenskultur, die sie spannend finden. «

dem sind wir nun deutlich näher gekommen. Trotzdem suchen wir weiter marktorientiert nach Akquisitionen – nicht der Börse, nicht um der Größe willen, sondern um Mehrwert für die Kunden zu kreieren. Um solche Unternehmen zu finden, braucht es allerdings viel Geduld. Aber wir haben keinen Druck – eben weil wir auch ohne Akquisitionen seit über 15 Jahren stetig organisch wachsen.

**Ihr Unternehmen gehörte vom Start weg zu den Förderern der Nachwuchskampagnen des deutschen Bäcker-**



**Langfristperspektive:**  
Dr. Detlev Krüger gehört seit 2003 der Geschäftsleitung der Martin Braun-Gruppe im Oetker-Konzern an.

**handwerks. Deren Initiativen schätzen Sie also offenbar als sehr wertvoll ein ...**

Aus großer Überzeugung, denn sonst würden wir eine solche Kampagne nicht so lange und intensiv unterstützen. Das sind gut gemachte Kampagnen mit klarer Zielgruppenorientierung – in den Kanälen wie in den Inhalten, die sie bespielen, auch in Sonderaktionen auf der iba. Wir, die Martin Braun-Gruppe, fühlen uns nach wie vor dem Bäckerhandwerk emotional sehr verbunden, und das gilt – generationenübergreifend – auch für die Gesellschafterebene, also die Eigentümer! Pragmatisch gesehen ist es eine wichtige Kundengruppe, und wir wollen, dass sie erhalten bleibt.

**Das Bäckerhandwerk drückt der Schuh beim Nachwuchs, aber auch bei der Fachkräftegewinnung und beim Thema Bürokratie. Welche Eindrücke gewinnen Sie derzeit vom Markt und wie sehen Sie die Lage Ihrer Handwerkskunden?**

Die größte Herausforderung ist weiterhin der Fachkräfte- und Nachwuchsmangel, der sich ja auch gegenseitig verstärkt. Die bürokratischen Belastungen kosten uns als mittelständischen Konzern enorm viel Geld und treffen kleinere Unternehmen natürlich noch mehr. Das dritte große Thema ist die Dynamik der Marktveränderung. Insgesamt ein großes Paket an Herausforderungen für das Handwerk!

Aber: Zu wenig wird mir über die einzigartigen Stärken des Bäckerhandwerks – vor allem Regionalität und Flexibilität bei der Umsetzung von Trends gesprochen, also Themen, die die Lebensmittelindustrie nicht so einfach und glaubwürdig bespielen kann! Das ist auch deshalb so wichtig, weil man dann leichter Nachwuchskräfte findet – denn junge Menschen müssen auf eine Unternehmenskultur treffen, die sie spannend finden, und sie müssen Weiterentwicklungsperspektiven sehen.

» Die Verbraucher sind heute deutlich informationsorientierter als früher und wertschätzen Transparenz. «



Das große Ganze im Blick: Seit 2010 ist Krüger auch 1. Vorsitzender des Backzutatenverbands, zudem steht er dem Ausstellerbeirat der iba vor.

**Welche Produktanforderungen trägt der Bäckermarkt an Sie als Lieferant derzeit heran? Verdient davon etwas den Namen „Trend“?**  
 Große, europaweite Trends wie „zuckerreduziert“ oder „vegan“ sind im deutschen Bäckerhandwerk flächendeckend noch nicht angekommen. Ich erlebe offen gesagt eine große Beständigkeit in den Sortimenten – was keine Schwäche sein muss, weil das zu den genannten Stärken wie Regionalität vielfach gut passt. Doch damit sich die Bäcker untereinander mehr differenzieren und Teilsortimente – auch saisonal – stärker beleben, würden wir uns ein wenig mehr Experimentierfreude durchaus wünschen. Auch weil sich Konsumenten vom Handwerk teils abwenden, wenn sie ihre Themen dort nicht wiederfinden.

**Vor zwei Jahren haben Sie die Marktführerschaft in den Segmenten „Bio“ und „frei von“ als Ziel für 2022 ausgegeben. Alles im Plan?**  
 Wir sehen uns im Brötchen- und TK-Bereich voll im Plan – aufgrund unserer Zutaten wie Bio-Hefe, aber gerade auch im Hinblick auf „Clean Label“. Im süßen Bereich arbeiten wir in großen Teilen des Sortiments intensiv daran, frei von Aromen, Farbstoffen und Geschmacksverstärken zu werden und auch im TK-Bereich ist das ein großes und wichtiges Thema geworden.

**Der Begriff „Digitalisierung“ gibt seit mehreren Jahren die Richtung vor, in die es gehen soll. Wie kommt die Branche, wie kommt Martin Braun dabei voran?**  
 Meines Erachtens wird branchenspezifisch zu wenig deutlich, wofür „Digitalisierung“ steht und welche echten Vorteile sich daraus ergeben. Das sind für die Lebensmittelindustrie ganz andere als für unseren Bäckerbereich. Bei Martin Braun spielt sie eine strategisch wichtige Rolle und wir beschäftigen uns intensiv damit, aber klar fokussiert auf Bereiche, die für uns relevant sind und die von den Kunden als Mehrwert wahrgenommen werden.

**Wie beurteilen Sie den Onlineshop von Martin Braun anderthalb Jahre nach der Einführung?**  
 Wir haben unsere Erfahrungen damit gesammelt und er ist ein – wichtiges – Element unserer Digitalisierungsstrategie. Kunden schätzen diesen 24-Stunden/7-Tage-die-Woche-Service, der ja nicht nur Produkte, sondern auch Spezifikationen, Marketingempfehlungen und Anwendervideos beinhaltet. Es ist also viel mehr als ein reines Vertriebswerkzeug und entwickelt sich durchweg gut, was wir u. a. an den steigenden Durchschnittswerten pro Einkauf ablesen können. Natürlich beschäftigen wir uns damit, auch die anderen Mitglieder der Gruppe hier einzubinden.

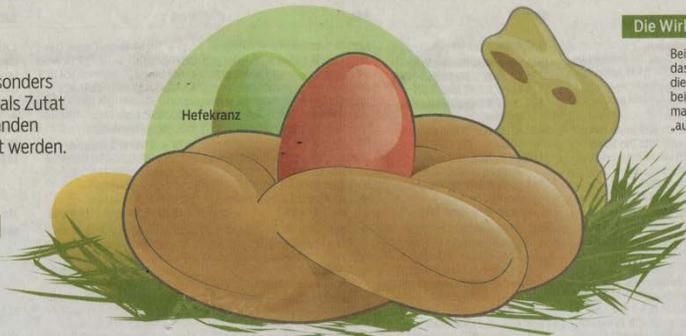
**Wie entwickelt sich für Martin Braun die Zusammenarbeit mit den BÄKO-Genossenschaften?**  
 Sehr positiv: Unser Umsatz mit der BÄKO wächst seit Jahren und wir fühlen uns mit der Organisation eng verbunden. Wo wir sie heute schon betreiben, funktioniert die Zusammenarbeit gut und wir sehen überhaupt keinen Bedarf, daran etwas zu ändern.

**Wie beurteilen Sie für die Unternehmen der Martin Braun-Gruppe die aktuelle, mehrschichtige Bäckerfachmesselandschaft in Deutschland?**  
 Grundsätzlich sehe ich für uns drei Säulen in der deutschen Messelandschaft: Eine ist unverändert die iba, die zweite ist die Südback und die dritte sind zunehmend die etwas regionaleren Messen, die manches auch zielgruppengenauer ansprechen können. Allen gemeinsam ist, dass sie flexibel bleiben und sich Jahr für Jahr neuen Herausforderungen und einer veränderten Anbieter- und Kundenlandschaft stellen müssen. Denn in einem enger werdenden, zum Teil schrumpfenden Markt ändern sich auch die Finanzierungsmöglichkeiten der Aussteller und die Digitalisierung bietet neue Möglichkeiten der Präsentation. Ich bin allerdings überzeugt, dass gerade in unserer Branche der persönliche Kontakt und Austausch auf einer Fachmesse dadurch nicht zu ersetzen sind.

**Die Unternehmen der Backzutatenbranche setzen sich für mehr Transparenz, umgekehrt aber auch für mehr Anerkennung als Lieferanten wertvoller Zutaten und „Problemlöser“ ein. Gibt es Erfolge zu vermelden?**  
 Wir haben nichts zu verbergen – und da gibt es auch nichts zu verbergen! Es braucht aber viel Geduld, über lange Zeit gewachsene Vorurteile zu verändern, und zwar in der gesamten Kommunikationskette bis hin zum Endverbraucher. Ich bin sehr froh, dass die Mitglieder des Backzutatenverbands diesen Weg heute umfassend unterstützen und dass wir uns dabei eng mit dem Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks abstimmen. Und wir sehen durchaus erste Erfolge, z. B. steigen die Zugriffszahlen auf die einschlägigen Internetseiten des Wissensforums Backwaren permanent. Wenn wir nicht nachlassen, sondern den Weg konsequent weitergehen, werden wir deutlich vorankommen. Auf der Website von Martin Braun kann man z. B. auch ohne Kundenanmeldung die Produktspezifikationen einsehen. Die Verbraucher sind heute deutlich informationsorientierter als früher und werden es wertschätzen. Interview: sts

# Backhefe

Süße Kränze und Zöpfe sind zu Ostern besonders beliebte Backwaren. Dabei spielt die Hefe als Zutat eine besondere Rolle. Sie besteht aus lebenden Mikroorganismen, die industriell gezüchtet werden.



## Die Wirkung

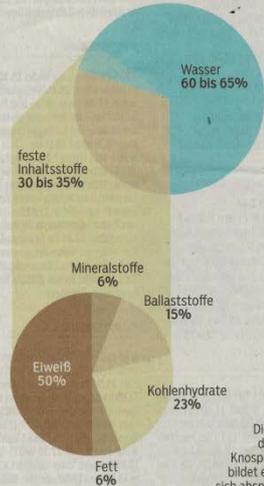
Beim Backen mit Hefe fällt sofort auf, dass der Teig sich stark ausdehnt. Es ist die Folge der Zuckeraufnahme der Hefe, bei der Kohlendioxid entsteht. Das Gas macht den Teig locker und lässt ihn „aufgehen“.



Volumenzunahme des Teigs beim Backen

Zusätzlich entstehen bei dem Stoffwechsellvorgang auch hefetypische Aromen.

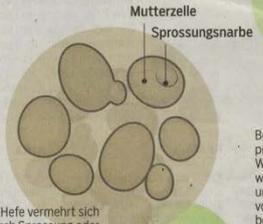
## Bestandteile von Hefe



Hefe ist sehr eiweißreich – zur Hälfte besteht die feste Masse aus diesem Makronährstoff.

## Herstellung größerer Mengen

Die Mikroorganismen, aus denen Backhefe besteht, müssen sich in einem Fermentationsprozess aus dem Inokulum (Hefestamm) bilden und so anwachsende Kulturen bilden.



Die Hefe vermehrt sich durch Sprossung oder Knospung. Eine Mutterzelle bildet eine Ausstülpung, die sich abspaltet, sobald sie eine bestimmte Größe erlangt hat.

Wässrige Lösung mit Inokulum

## Melasse aus Zuckerrüben

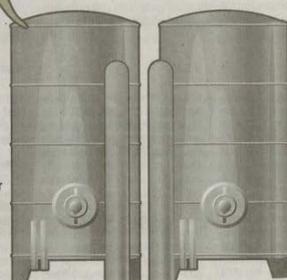


Bei der Backhefeproduktion wird das Wachstum schrittweise durchgeführt, um ein Eindringen von Fremdorganismen besser vermeiden zu können.

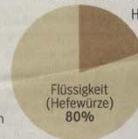
Um größere Mengen Hefe herzustellen, braucht man einen Hefestamm und ein Kulturmedium, das als Nahrung der Zellen dient. Meist handelt es sich dabei um Melasse, ein Nebenprodukt der Zuckerherstellung.

Hat die Rohhefe nach den ersten Wachstumsstufen ein gewisses Volumen erreicht, wird sie in großen Fermentern weitergezüchtet.

Fermenter



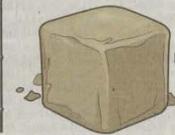
## Das Ergebnis des Fermentationsprozesses



In Separatoren wird der größte Teil der Hefewürze abgetrennt. Es bleibt eine zähflüssige Hefemilch übrig.

## Angebotsformen

Backhefe ist in unterschiedlicher Form erhältlich, je nachdem wie viel Flüssigkeit der Hefemilch entzogen wird. Verbreitet ist Frischhefe, die meist in Würfel form gepresst wird. Entzieht man der Hefe noch mehr Flüssigkeit, entsteht die deutlich haltbarere Trockenhefe – allerdings büßt sie durch das Verfahren auch einiges an Triebkraft ein.



Hefewürfel

Quelle: wasserforum-backwaren.de, Allgemeine Backwarenlehre (abzonline.de)

# Backhefe

Süße Kränze und Zöpfe sind zu Ostern besonders beliebte Backwaren. Dabei spielt die Hefe als Zutat eine besondere Rolle. Sie besteht aus lebenden Mikroorganismen, die industriell gezüchtet werden.



## Die Wirkung

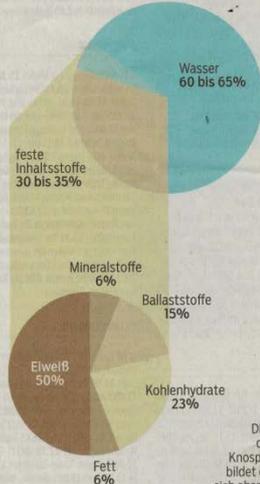
Beim Backen mit Hefe fällt sofort auf, dass der Teig sich stark ausdehnt. Es ist die Folge der Zuckeraufnahme der Hefe, bei der Kohlendioxid entsteht. Das Gas macht den Teig locker und lässt ihn „aufgehen“.



## Volumenzunahme des Teigs beim Backen

Zusätzlich entstehen bei dem Stoffwechsellvorgang auch hefefetische Aromen.

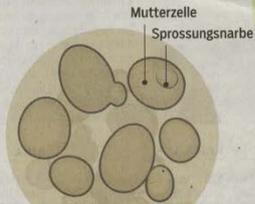
## Bestandteile von Hefe



Hefe ist sehr eiweißreich – zur Hälfte besteht die feste Masse aus diesem Makronährstoff.

## Herstellung größerer Mengen

Die Mikroorganismen, aus denen Backhefe besteht, müssen sich in einem Fermentationsprozess aus dem Inokulum (Hefestamm) bilden und so anwachsende Kulturen bilden.



Die Hefe vermehrt sich durch Sprossung oder Knospung. Eine Mutterzelle bildet eine Ausstülpung, die sich abspaltet, sobald sie eine bestimmte Größe erlangt hat.

Wässrige Lösung mit Inokulum

## Melasse aus Zuckerrüben

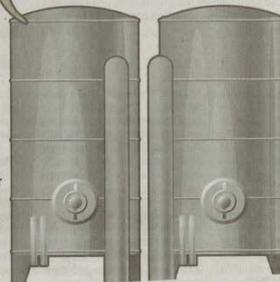


Bei der Backhefeproduktion wird das Wachstum schrittweise durchgeführt, um ein Eindringen von Fremdorganismen besser vermeiden zu können.

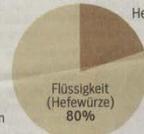
Um größere Mengen Hefe herzustellen, braucht man einen Hefestamm und ein Kulturmedium, das als Nahrung der Zellen dient. Meist handelt es sich dabei um Melasse, ein Nebenprodukt der Zuckerherstellung.

Hat die Rohhefe nach den ersten Wachstumsstufen ein gewisses Volumen erreicht, wird sie in großen Fermentern weitergezüchtet.

Fermenter



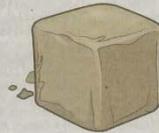
## Das Ergebnis des Fermentationsprozesses



In Separatoren wird der größte Teil der Hefewürze abgetrennt. Es bleibt eine zähflüssige Hefemilch übrig.

## Angebotsformen

Backhefe ist in unterschiedlicher Form erhältlich, je nachdem wie viel Flüssigkeit der Hefemilch entzogen wird. Verbreitet ist Frischhefe, die meist in Würfel form gepresst wird. Entzieht man der Hefe noch mehr Flüssigkeit, entsteht die deutlich haltbarere Trockenhefe – allerdings büßt sie durch das Verfahren auch einiges an Triebkraft ein.

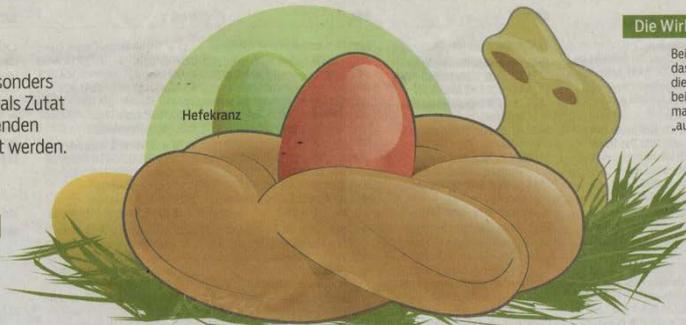


Hefewürfel

Quelle: weizenforum-backwaren.de, Allgemeine Biologie (abonnie.de)

# Backhefe

Süße Kränze und Zöpfe sind zu Ostern besonders beliebte Backwaren. Dabei spielt die Hefe als Zutat eine besondere Rolle. Sie besteht aus lebenden Mikroorganismen, die industriell gezüchtet werden.



## Die Wirkung

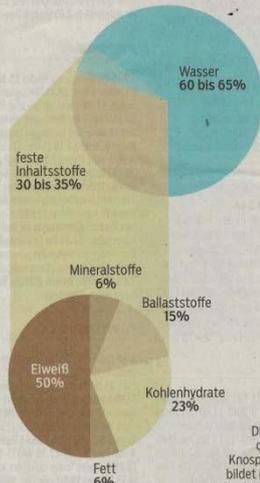
Beim Backen mit Hefe fällt sofort auf, dass der Teig sich stark ausdehnt. Es ist die Folge der Zuckeraufnahme der Hefe, bei der Kohlendioxid entsteht. Das Gas macht den Teig locker und lässt ihn „aufgehen“.



## Volumenzunahme des Teigs beim Backen

Zusätzlich entstehen bei dem Stoffwechsellvorgang auch hefetypische Aromen.

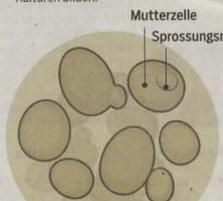
## Bestandteile von Hefe



Hefe ist sehr eiweißreich – zur Hälfte besteht die feste Masse aus diesem Makronährstoff.

## Herstellung größerer Mengen

Die Mikroorganismen, aus denen Backhefe besteht, müssen sich in einem Fermentationsprozess aus dem Inokulum (Hefestamm) bilden und so anwachsende Kulturen bilden.



Die Hefe vermehrt sich durch Sprossung oder Knospung. Eine Mutterzelle bildet eine Ausstülpung, die sich abspaltet, sobald sie eine bestimmte Größe erlangt hat.

Wässrige Lösung mit Inokulum

## Melasse aus Zuckerrüben

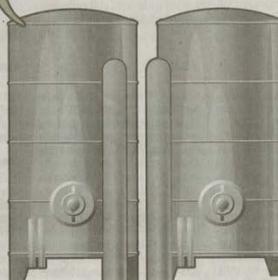


Bei der Backhefeproduktion wird das Wachstum schrittweise durchgeführt, um ein Eindringen von Fremdorganismen besser vermeiden zu können.

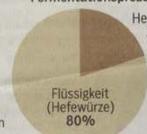
Um größere Mengen Hefe herzustellen, braucht man einen Hefestamm und ein Kulturmedium, das als Nahrung der Zellen dient. Meist handelt es sich dabei um Melasse, ein Nebenprodukt der Zuckerherstellung.

Hat die Rohhefe nach den ersten Wachstumsstufen ein gewisses Volumen erreicht, wird sie in großen Fermentern weitergezüchtet.

Fermenter



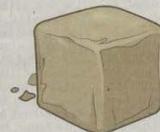
## Das Ergebnis des Fermentationsprozesses



In Separatoren wird der größte Teil der Hefewürze abgetrennt. Es bleibt eine zähflüssige Hefemilch übrig.

## Angebotsformen

Backhefe ist in unterschiedlicher Form erhältlich, je nachdem wie viel Flüssigkeit der Hefemilch entzogen wird. Verbreitet ist Frischhefe, die meist in Würfel form gepresst wird. Entzieht man der Hefe noch mehr Flüssigkeit, entsteht die deutlich haltbarere Trockenhefe – allerdings büßt sie durch das Verfahren auch einiges an Triebkraft ein.



Hefewürfel

Quelle: wikipedia-backwaren.de, Allgemeine Bakterienkunde (abzoo.de)

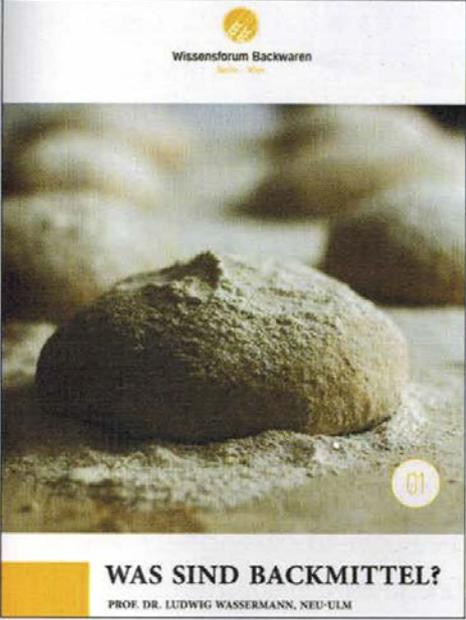
#### MELDUNGEN IN EINEM SATZ

Die **Edeka-Tochtergesellschaft Schäfer's Brot- und Kuchen-Spezialitäten GmbH** machte im Geschäftsjahr 2018 ein Umsatzminus von acht Prozent im Vergleich zu 2017 (163 Millionen Euro), was unter anderem an der brandbedingten Verschiebungen sowie dem Hochfahren der Produktion im Osterweddinger Werk mit stark abgesenkten Abgabepreisen liegt, so das Unternehmen • Eine Mindestquote für Bio-Lebensmittel in Kantinen? Mindestens 30 Prozent Bio-Lebensmittel sollen bis zum Jahr 2030 nach Forderung der Landtags-Grünen in staatlichen Kantinen und der Mittagsverpflegung an bayrischen Schulen verarbeitet werden • Die Broschüre ‚Was sind Backmittel?‘ des **Wissensforums Backwaren e.V.** (Erstauflage 2009) wurde inhaltlich aktualisiert und steht auf der Webseite <https://wissensforum-backwaren.de> als Download zur Verfügung • **Der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e. V.** (BLL) heißt zukünftig **Lebensmittelverband Deutschland** • Ohne Gentechnik ist jetzt fast so groß wie der Biomarkt, denn die Verbraucher gaben 2018 für Produkte ohne Gentechnik rund zehn Milliarden Euro aus (ein Plus von 41 Prozent), meldet der **Verband Lebensmittel ohne Gentechnik** (VLOG) • Wegen des großen Erfolges (Umsatzplus von mehr als 15 Prozent) rüstet Aral dieses Jahr noch weitere 85 Tankstelle auf das Rewe To-go-Konzept um – damit erhöht sich die Anzahl auf bundesweit 550 Shops, deren Sortimente individueller an das lokale Umfeld angepasst werden • **Mein Bäcker Horst** mit drei Filialen in Bergisch Gladbach und drei Filialen in Köln hat Insolvenz angemeldet – betroffen sind 36 Angestellte • Die **Bizerba SE + Co. KG**, Experte im Bereich der Wiege-, Schneide- und Auszeichnungstechnologie, hat im Geschäftsjahr 2018 weltweit einen Umsatz von 675 Millionen Euro erwirtschaftet und knüpft damit an das schon erfolgreiche Jahr 2017 an •

## Definition von „Backmittel“

**STUTTGART** (abz). Backmittel sind bei der Herstellung von Backwaren nicht mehr wegzu-denken. Trotzdem werden sie oft skeptisch betrachtet und als „un-gesunde Chemie“ abgelehnt. Diese Auffassung sei laut Wis-sensforum Backwaren aber un-begründet. Sie würden nur in sehr geringen Mengen zuge-setzt, und wenn ein Backmittel Zutaten enthalte, deren Anwen-dung aufgrund lebensmittel-rechtlicher Vorschriften be-schränkt ist, werde dies in den Anwendungsempfehlungen der Hersteller berücksichtigt.

Die offizielle Definition von Backmitteln steht in den Leitsät-zen für Brot und Kleingebäck. Sie sind demnach „Mischungen von Lebensmitteln einschließ-lich Zusatzstoffen, die dazu be-stimmt sind, die Herstellung von Backwaren zu erleichtern oder zu vereinfachen, die wechseln-den Verarbeitungseigenschaften der Rohstoffe auszugleichen und die Qualität der Backwaren zu beeinflussen“.



www.wissensforum-backwaren.de

Wissensforum Backwaren

**WAS SIND BACKMITTEL?**  
PROF. DR. LUDWIG WASSERMANN, NEU-ULM

01

2009 erschien die letzte Auflage der Broschüre „Was sind Backmittel?“ des Wissensforums Backwaren e.V., bei dem es sich um einen Lobbyverband für Backmittel handelt. Nun wurde die Broschüre inhaltlich aktualisiert und grafisch überarbeitet. Sie steht kostenfrei zum Download zur Verfügung und richtet sich in erster Linie an Fachkräfte. Doch auch für Hobbybäckerinnen und -bäcker ist es durchaus interessant zu sehen, wie die genaue Definition von Backmitteln lautet und welchen Einfluss sie auf kommerziell hergestellte Backwaren haben.



## KURZ & KNAPP

**Ein positives Fazit** zog die Staatliche Studienakademie Plauen (Sachsen) nun, denn seit Oktober 2018 bietet die Hochschule den Studiengang „Systemgastronomie-Management“ an. Nach Angaben des Bundesverbands der Systemgastronomie könne man mit dem ersten Semester und der aktuell laufenden Praxisphase sehr zufrieden sein. Derzeit studieren elf junge Frauen und Männer im ersten Jahrgang. +++ **Ein Fall fürs Guinnessbuch?** Der weltgrößte Feldversuch zum Anbau von Urgetreide wird gerade an der Universität Hohenheim durchgeführt. Je 150 Sorten Einkorn, Emmer und Dinkel wachsen gerade auf den Versuchsfeldern der Hochschule. Die Ausmaße des Experiments sind gewaltig: Zwei Tonnen Getreide sollen nach der Ernte zu 500 sortenreinen Mehlen verarbeitet werden. Daraus wiederum wollen die Forscher rund 3.000 Brötchen für die wissenschaftliche Untersuchung backen. +++ **Das Wissensforum Backwaren hat seine Broschüre „Was sind Backmittel?“** in überarbeiteter Form neu herausgegeben. Dabei wurde nicht nur die Optik aktualisiert, sondern auch die Inhalte, teilt das Wissensforum mit. In der Broschüre finden Bäcker und andere Interessierte die wichtigsten Eigenschaften, Verwendungszwecke und die Geschichte von Backmitteln. *bf*

## Wissen „up to Date“

Im Jahr 2009 erschien die jüngste Auflage der Broschüre „Was sind Backmittel?“ des Wissensforums Backwaren – nun wurde sie inhaltlich aktualisiert und grafisch überarbeitet. Die neue Broschüre steht ab sofort auf der Website des Wissensforums zum Download für Fachkräfte, aber auch interessierte Laien zur Verfügung. Bereits 2017 begann das Wissensforum Backwaren mit der Überarbeitung seiner Medien. Die Webseite [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) wurde in der Funktionalität für die User deutlich verbessert sowie den Erfordernissen digitaler Mediennutzung angepasst. Sie bekam ein neues, frisches Design, so wie auch das Fachmagazin „backwaren aktuell“, das drei Mal im Jahr vom Verband herausgegeben wird. Angelehnt an diese moderne Optik überarbeitet das Wissensforum nun auch nach und nach seine Fachbroschüren. Den Anfang macht die Broschüre „Was sind Backmittel?“, die nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich aktualisiert wurde, beispielsweise durch Berücksichtigung der 2017 überarbeiteten Leitsätze für Backmittel des BLL. ■

INTERVIEW

## „Die Reduktionitis hat sich inzwischen auf alle Bereiche übertragen“

**Check Up Back. Business hat mit der stellvertretenden Vorsitzenden des Vorstands Wissenforum Backwaren Dr. Thorid Klantschitsch über das Jahr 2018 und Themen wie die Nährwertkennzeichnung oder die nationale Reduktions- und Innovationsstrategie gesprochen, aber auch über kommende Herausforderungen und aktuelle Trends.**

**Frau Dr. Klantschitsch, mit welchen aktuellen Entwicklungen beschäftigt sich die Backzutatenbranche derzeit?**

Zum einen mit der Ende letzten Jahres von der Bundesregierung beschlossenen nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie. Hierin hat sich die Lebensmittelwirtschaft bekanntermaßen dazu verpflichtet, bis zum Jahr 2025 konkrete Reduktionsziele für Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten zu erreichen. Sicherlich eine Herausforderung für alle unsere Mitglieder, denn diese Zutaten wirken sich nicht nur auf den Geschmack aus, sondern haben auch Einfluss auf Textur, Konsistenz, Farbe, Frisch- und Feuchthaltung und nicht zuletzt auf die Haltbarkeit. Deshalb nehmen wir als Branchenverband diese Aufgabe ernst und prüfen derzeit, wie und wo wir unseren Beitrag leisten und diese Ziele gemeinsam mit unseren Mitgliedsunternehmen und diese mit deren Kunden umsetzen können. Letztlich sehen wir hier auch eine große Chance für uns als Zulieferer funktionaler Backzutaten. Forschung und Innovation werden der Schlüssel sein, um zufriedenstellende Lösungen für Verbraucher und Industrie zu finden. Laut einer Studie der **Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft** ist nur ein kleiner Teil der Konsumenten bereit, zugunsten von weniger Zucker, Salz und Fett Geschmacks-

einbußen hinzunehmen. Bei manchen Produkten ist es zwar möglich, diese Inhaltsstoffe bis zu einem gewissen Grad zu reduzieren, ohne dass sensorische Nachteile entstehen, in vielen Fällen müssen aber neue Wege gefunden werden.

**Ein weiteres Thema, das die gesamte Lebensmittelbranche bewegt, ist die Nährwertkennzeichnung.**

Auch hier arbeiten wir intensiv daran, dem Verbraucherwunsch nach möglichst wenigen und nachvollziehbaren Inhaltsstoffen nachzukommen.

Die Backzutatenbranche unterstützt ihre Kunden bereits bei der Erstellung ihrer Etiketten, um eine verständliche Deklaration möglich zu machen und das Bedürfnis nach mehr Transparenz zu erfüllen.

Schaut man sich die Strömungen der letzten Jahre insgesamt an, lässt sich beobachten, wie sich die sogenannte ‚Reduktionitis‘ nach und nach auf alle Bereiche überträgt. Angefangen beim ‚Frei von‘-Trend, in dem es um Inhalts-

stoffe wie Gluten und Laktose geht, über Clean Label bis hin zu der jetzt aktuellen Diskussion um Zucker, Salz und Fett sowie der Zero-Waste-Bewegung. Wir werden daher auch hierzu unsere jährliche Umfrage unter den Mitgliedsunternehmen des **Wissenforums Backwaren** durchführen, um zu schauen, wie das Thema von den Unternehmen wahrgenommen wird, was sich dadurch schon verändert hat und wo Chancen und Risiken für unsere Branche liegen.

**Wie schätzen Sie die aktuelle Marktlage der Backzutatenbranche ein?**

Natürlich ist die Marktlage insgesamt durch die weltweit angespannte politische Situation, wie beispielsweise den Brexit und generell Fragen den Euroraum betreffend, unsicher. Die Umsatzsitu-



Dr. Thorid Klantschitsch, Geschäftsführerin bei Zeelandia, ist bereits seit 2018 Vorstandsmitglied des Backzutatenverbandes in Berlin.

Fotos: Zeelandia

ation in der Backzutatenbranche ist bisher aber weiterhin stabil, ebenso wie die Beschäftigungsquote und die Einkommensentwicklung. Dass sich Verbraucher zunehmend mit Fragen der Ernährung auseinandersetzen, führt auch dazu, dass sie bereit sind, für hochwertige Lebensmittel mehr Geld auszugeben. Davon profitieren unsere Kunden und somit natürlich auch wir. Von Verbandsseite gehen wir daher davon aus, dass sich unsere Branche trotz der genannten Unwägbarkeiten weiterhin positiv entwickeln wird.

#### **Mit welchen besonderen Herausforderungen war die Branche im vergangenen Jahr konfrontiert?**

Ein Dauerthema ist der Fachkräftemangel in der Bäckerbranche, und dieser wird uns auch noch eine ganze Weile beschäftigen. Wir sehen die Schwierigkeiten, die der Fachkräftemangel für unsere Kunden mit sich bringt, und die Herausforderung für uns als Verband und unsere Mitgliedsunternehmen, hierbei eine bestmögliche Hilfestellung anzubieten. Daher legen wir auch großen Wert auf einen kontinuierlichen Austausch mit unseren Kunden. Wir müssen wissen, mit welchen Verbraucheransprüchen sie konfrontiert sind, aber auch, welche internen Hürden sie bei der Produktion zu nehmen haben. Nur so können wir Lösungen finden. Für Bäckereien und Konditoreien wird es immer wichtiger, ein Vollsortiment anzubieten. Dafür brauchen sie Rezepturen, auf die 100 Prozent Verlass ist. Dieser Qualitätsanspruch hat bei Produkten und Produktinnovationen der Backzutatenbranche oberste Priorität. Zudem wird auch die kompetente Beratung vor Ort immer wichtiger sowie das Angebot von internen und externen Schulungen – ein Part, den unsere Mitgliedsunternehmen in hohem Maße leisten.

#### **Wo besteht – Ihrer Meinung nach – bei Verbrauchern noch Aufklärungsbedarf?**

Eine weitere, ständige Herausforderung für unsere Branche ist das Image, mit dem Backmittel und Backzutaten in großen Teilen der Bevölkerung nach wie vor behaftet sind. Nicht ohne Grund sehen wir den Hauptfokus unseres Verbands daher immer noch in der Aufklärungsarbeit, um dem schlechten Ruf, der im Wesentlichen auf mangelndem Hintergrundwissen basiert, entgegenzuwirken und fundierte Informationen zu liefern. Neben unseren Publikationen und den Fachbroschüren, die derzeit überarbeitet und neu aufgelegt werden, dienen dazu auch unsere Internetangebote. Hier

haben wir im vergangenen Jahr einen neuen Blog integriert, der sich an Vertreter der Publikumsmedien und damit an Endverbraucher richtet.

#### **Welche Themen werden uns in den kommenden Jahren noch beschäftigen?**

Die bereits erwähnten Reduktionsbemühungen werden sicherlich weiter von großer Relevanz sein. Hier sind neben Produktinnovationen auch entsprechende Marketingstrategien gefragt. Anhalten wird auch die Nachfrage nach Backwaren aus Urgetreide wie Einkorn und Emmer. Viele Verbraucher spüren ein Bedürfnis nach Ursprünglichkeit, Natürlichkeit und Einfachheit, vielleicht als Gegenpol zum immer komplexeren Alltagsleben. Damit einher geht, dass bewusste und gesunde Ernährung für viele Verbraucher eine zunehmend wichtige Rolle spielt. Ganz besonders große Aufmerksamkeit hat dieses Jahr zudem das Thema Nachhaltigkeit erfahren. Auf der anderen Seite ist aber auch der steigende Absatz im To-go-Bereich ungebrochen. In der Kombination dieser Entwicklungen liegt meiner Ansicht nach großes Potenzial.

#### **Vegane und vegetarische Produkte liegen im Trend. Wird sich der Trend fortsetzen?**

Die vegane Welle wird langsam etwas abebben und in entschärfter Form unter dem Begriff pflanzenbetonte Ernährung in der breiten Bevölkerung ankommen. Für die Backbranche eine gute Entwicklung, denn Backwaren sind in der Regel vegan und als Getreideerzeugnis pflanzenbasiert.

Das Interview führte Kim Eberhardt

## Herausforderungen annehmen

Anlässlich der diesjährigen Mitgliederversammlung des Backzutatenverbands gaben drei Referenten im Rahmen einer Vortragsveranstaltung Einblicke in Themenfelder, die für Industrie und Bäckerhandwerk gleichermaßen spannend sind: „Transparenz“, „Controlling“ und „Insolvenz“ lauteten die Stichworte.

Der Backzutatenverband e. V. (BZV) repräsentiert mit über 50 Mitgliedsunternehmen nahezu 100% aller Unternehmen der Branche in Deutschland und Österreich. Gemeinsam mit der Schwesterorganisation, dem Wissensforum Backwaren e. V., hat er sich im Rahmen der Transparenzoffensive „Wissen, was schmeckt ... Das steckt in unseren Backwaren“ das Ziel gesetzt, die Fachkompetenz der Beschäftigten im backenden Gewerbe, vor allem der Fachverkäuferinnen, zu stärken, indem auf leicht verständliche Weise über Backmittel und Backzutaten in

zu treffen, Risikoanalysen vorzunehmen und einen Notfallplan mit klar definierten Zuständigkeiten aufzustellen. Die Telefonnummern (auch mobil) der wichtigsten Ansprechpartner in den Behörden sollten z. B. ständig griffbereit sein. Die Grundprinzipien einer effektiven „Krisenkommunikation 2.0“ lauten laut Prof. Meyer: „Schnell – widerspruchsfrei – transparent.“ Der Fachmann ging auch im Detail auf die Kampagne „Topf Secret“ ein. Obwohl die Rechtmäßigkeit von Veröffentlichungen über Hygieneverstöße im Zusammenhang mit dem § 40

Software für Bäckereien vor, die in diesem Jahr bereits mit dem Bundespreis „Zu gut für die Tonne!“ (Kategorie: „Förderpreis“) ausgezeichnet wurde. Ziel und Aufgabe des Programms, das aus Warenwirtschafts- und Kassensystemdaten Muster erzeugt, ist es, Entscheidungsgrundlagen herzustellen und damit Bauchentscheidungen in der Filialplanung durch datenbasierte Entscheidungen zu ersetzen. Aramaz definierte fünf „Visionen 2025“, zu deren Verwirklichung das Start-up „FoodTracks“ maßgeblich beitragen soll:



1| Christof Crone, Geschäftsführer des Backzutatenverbands (l.), und Daniel Schneider, Hauptgeschäftsführer des Zentralverbands, verbindet eine vertrauensvolle Zusammenarbeit.  
2| Johannes Glaser von der SchapfenMühle (r.) und Stephan Schwind von Backaldrin wurden in den Vorstand gewählt.

Backwaren aufgeklärt wird und die wichtigsten Informationen und Hintergründe übersichtlich zusammengefasst werden. Da passte es gut, dass der erste Vortrag zur Mitgliederversammlung von Prof. Dr. Alfred Hagen Meyer sich detailliert dem Thema „Transparenzgesellschaft und Unternehmenspranger“ widmete.

### Was tun im Krisenfall?

Transparenz sei ein Bedürfnis unserer Zeit, konstatierte Meyer, und wies mit Blick auf Ereignisse der jüngsten Zeit (Barilla, Müller-Brot) darauf hin, dass selbst Großunternehmen angesichts von Krisen oft nicht angemessen, sondern planlos reagieren und mit der Öffentlichkeit kommunizieren. Dies, so der Fachjurist, gelte es in den meisten Unternehmen zu verbessern – durch Installation eines internen Krisen-Assessment-Centers, ggf. in Zusammenarbeit mit spezialisierten Rechtsberatern.

Unabhängig sei es, die Rahmenbedingungen zu kennen und auf den Ernstfall vorbereitet zu sein: Das bedeutet u. a., vorbeugende Maßnahmen

(1a) LFGB im Rahmen dieses Portals umstritten sei und inzwischen von mehreren Verwaltungsgerichten verneint worden ist, beobachtet er bei vielen Behörden eine große Verunsicherung, die zu zahlreichen, zum Teil fehlerhaften „Proforma-Veröffentlichungen“ führe. Die Behörden hätten eine Pflicht zur Herausgabe nur dann, wenn kein Risiko für die öffentliche Sicherheit, das geistige Eigentum oder den Datenschutz bestehe und wenn kein Verwaltungs-, Gerichts- oder Strafverfahren dazu abhängig sei. Beim Einleiten eines Verfahrens gegen eine Behörde sei allerdings abzuwiegen, ob der dadurch ggf. entstehende negative PR-Effekt nicht schwerwiegender sei als eine Veröffentlichung („die haben etwas zu verbergen!“). Die Löschfristen (in der Regel sechs Monate) beurteilt Meyer als irrelevant, da das Internet ohnehin nichts „vergesse“.

### Keine Bauchentscheidungen

Eyüp Aramaz von Foodtracks stellte im Rahmen der Vortragsveranstaltung die „FoodTracks“-

- Unternehmen nicht mehr über Retourenquoten, sondern über Umsatzchancen steuern (Wann wurden Kundenkaufwartungen enttäuscht? Wo wurden Umsätze liegen gelassen?)
  - wissen, wo jedes einzelne Brötchen geblieben ist,
  - die genauen Kosten jedes Artikels kennen (auch als Grundlage für eine Sortimentsbereinigung),
  - angesichts von Personalknappheit, fehlenden Ressourcen und Datenkomplexität Künstliche Intelligenz zur Unternehmenssteuerung nutzen (z. B. durch Identifizierung von „Alarmartikeln“ oder Warengruppen, die für Umsatzverluste sorgen),
  - Sortimente und Verkauf viel genauer und nach dem Wünschen der Kunden steuern.
- Um zu einem derart „intelligenten Controlling“ zu gelangen, gab der Geschäftsführer den Zuhörern drei Leitfragen mit auf den Weg: Wie relevant sind die Daten für den Betrieb, was wird unternommen, um die Daten auszuwerten, und

# Mythos Bio-Brot?

Viele Verbraucher kaufen Bio, weil sie es für gesünder halten. Wie sollen Filialteams auf entsprechende Nachfragen reagieren?

Von Dirk Waclawek



Um mit dem Gedanken vieler Kunden aufzuräumen, dass Bio-Brot gesünder ist: Nein, ist es nicht. Wie das Wissensforum Backwaren schreibt, konnte jedenfalls noch kein analytischer Nachweis erbracht werden, dass Bio-Brote gesünder als die konventionellen Vettern sind. Während also bei manchen Bio-Lebensmitteln tatsächlich beispielsweise eine geringere Belastung mit Umweltgiften nachgewiesen kann, ist das bei Bio-Brot nicht der Fall. Die EU-Bioverordnung lässt deshalb auch keine Hinweise darauf zu, dass Bio-Lebensmittel eine Garantie für besseren Geschmack, Nährwert oder Gesundheitsverträglichkeit darstellen. Zum Glück ist das nicht weiter schlimm, ist doch Brot so schon ein hochwertiges Lebensmittel, das Basis einer vollwertigen Ernährung sein sollte. Nun ist der Glaube

„Bio ist gesünder“ bei vielen Verbrauchern verbreitet. Für den Verkauf stellt sich also die Frage, wie bei Nachfragen argumentiert werden soll – insbesondere, wenn die Bäckerei neben dem konventionellen auch ein Bio-Sortiment im Programm hat. Nun ist es nicht Aufgabe der Filialteams, Gläubige zu bekehren. Heißt: Wenn Verbraucher Bio-Brot für gesünder halten, müssen und sollten Sie ihnen das nicht aktiv ausreden. Achten Sie nur bei offenen Fragen darauf, die Brote mit Rohstoffen aus konventionellem Anbau nicht herabzuwürdigen – weder die aus dem eigenen Sortiment noch die aus anderen Bäckereien. Das Brot als hochwertiges Lebensmittel hat das nicht verdient und für Bio-Brot gibt es andere Argumente, die für den Verbraucher heute ebenso wichtig sein können:



- Umweltschutz
- Grundwasserschutz
- Erhalt von Tierarten
- Verzicht auf Chemie beim Anbau
- Regionalität – natürlich nur, wenn die Bio-Rohstoffe tatsächlich aus der Region stammen.

**Trumpfkarten.** Insbesondere die Regionalität ist ein Pfund, mit dem man wuchern kann. Sowohl bei konventionellen wie bei Bio-Rohstoffen. Vorteil hier ist nämlich außerdem, dass die Konkurrenz aus dem Lebensmittelhandel hier kaum glaubwürdig mithalten kann. Viele Bäcker haben die Erfahrung gemacht, dass ihr Regionalitätsargument bei den Verbrauchern mehr Gewicht hat als das reine EU Bio-Siegel, das sich ja auch auf immer mehr Discount-Verpackungen findet. Der Markt für Bio-Lebensmittel ist in Deutschland in den vergangenen Jahren teilweise um zehn Prozent und mehr gewachsen. Dennoch liegt der Bio-Anteil bei Brot hierzulande weiter bei nur circa sieben Prozent. Das lässt noch Luft nach oben, mengenmäßig liegt der Anteil beispielsweise in der Schweiz schon bei rund 15 Prozent.

**Warum gibt es in unserer Bäckerei kein Bio?** Wo der Markt wächst, stellt sich natürlich die Frage, warum viele Handwerksbäcker noch nicht auf den Biozug aufgesprungen sind. Das hat eine ganze Reihe von Gründen. So liegt der Aufpreis für Biomehl noch in einem Bereich, den viele Kunden zu zahlen bereit sind. Insbesondere im Bereich Konditorei sieht das aber schon ganz anders aus. Die Rohstoffe sind hier teilweise um einige hundert Prozent teurer. Außerdem erfordert die Produktion von Bio- und konventionellen Backwaren nebeneinander in der Backstube einen sehr hohen Aufwand. Die Bioteige müssen sortenrein bleiben. Schließlich – und damit sind wir wieder bei der Regionalität – sind viele Biorohstoffe wegen der gestiegenen Nachfrage gar nicht mehr von deutschen Produzenten zu bekommen. Wenn Chefin oder Chef also großen Wert auf regionale Lieferanten legen, kann das heute auch ein Grund sein, sich gegen Bio zu entscheiden.

## Darum ist Brot gesund

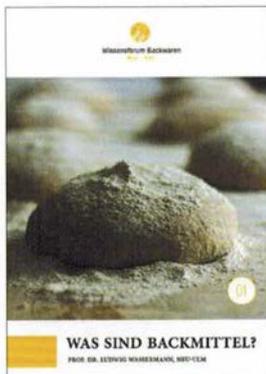
Wer vor allem Vollkornbrot und andere Lebensmittel mit einem hohen Anteil an Ballaststoffen isst, hat schon eine sehr gute Basis, sich vollwertig zu ernähren. Denn eine Kost mit einem hohen Anteil an Ballaststoffen und komplexen Kohlenhydraten enthält insgesamt:

- ✓ **weniger Fett mit ungünstigen (gesättigten) Fettsäuren,**
- ✓ **weniger Cholesterin,**
- ✓ **weniger tierische Lebensmittel,**
- ✓ **weniger Zucker,**
- ✓ **mehr komplexe Kohlenhydrate (Stärke),**
- ✓ **eine mittlere Energiedichte (mäßig Kalorien).**

Für eine ausgewogene Ernährung und zur Erhaltung der Gesundheit sind Ballaststoffe sowohl aus Getreide als auch aus Obst und Gemüse notwendig. Die Aufnahme von Ballaststoffen sollte insgesamt bei Erwachsenen 30-40 Gramm pro Tag betragen. Mindestens die Hälfte der Ballaststoffe sollte aus Getreide stammen, der Rest aus Gemüse und Obst.

## Was sind Backmittel?

Die Broschüre „Was sind Backmittel?“ des **Wissensforums Backwaren** wurde inhaltlich aktualisiert und grafisch überarbeitet. Sie bietet eine umfassende



Definition von Backmitteln sowie eine Übersicht über ihre Entwicklung. Die natürlichen Backeigenschaften von Getreide werden erläutert und

wie Backmittel diese beeinflussen können. Autor ist **Prof. Dr. Ludwig Wassermann**, die Überarbeitung erfolgte durch **Christof Crone** und **Udo Berg**. Die Broschüre kann das eigene Wissen auffrischen und eignet sich auch für Mitarbeiterschulung oder Ausbildung. → *Download:* [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de)

## Alles Wichtige zum Thema Backmittel

Das Wissensforum Backwaren e. V. hat seine Fachbroschüre „Was sind Backmittel?“ überarbeitet. So wurde sie nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich aktualisiert, beispielsweise durch Berücksichtigung der 2017 überarbeiteten Leitsätze für Backmittel des BLL.

Die Fachbroschüre bietet eine umfassende Definition von Backmitteln sowie eine Übersicht über die Entwicklungsgeschichte von Backmitteln. Zudem werden die natürlichen Backeigenschaften von Getreide erläutert und aufgezeigt, wie Backmittel diese beeinflussen können. Autor der Broschüre ist Prof. Dr. Ludwig Wassermann, die Überarbeitung erfolgte durch Christof Crone und Udo Berg.

Bäckern, Berufsschülern und allen Interessierten steht das PDF zum Download unter

[www.wissensforum-backwaren.de/publikationen/fachbroschueren/](http://www.wissensforum-backwaren.de/publikationen/fachbroschueren/) zur Verfügung. Bei Anfragen größerer Mengen an das Wissensforum Backwaren e. V. werden die Broschüren zudem auch als Printversionen angeboten.

[www.prozesstechnik-online.de](http://www.prozesstechnik-online.de)  
**Suchwort: dei0919wissensforum**

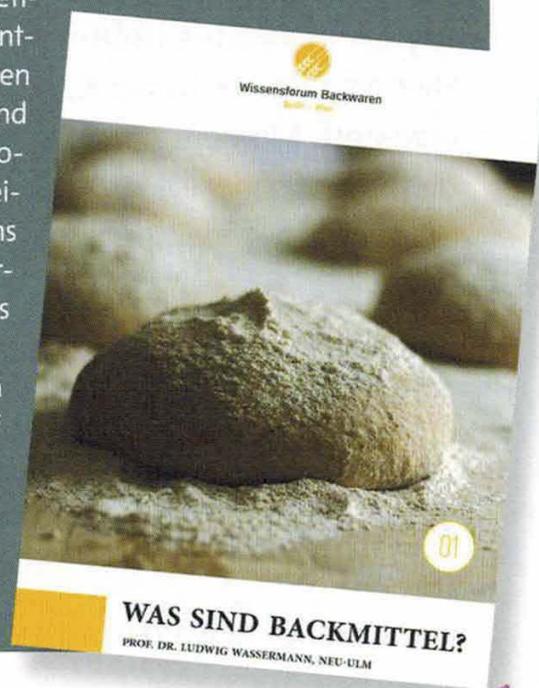


Bild: Wissensforum Backwaren e. V.

## Fachbroschüre „Was sind Backmittel?“ aufgefrischt

Das Wissensforum Backwaren e. V. überarbeitet seine Fachbroschüren: Die Broschüre „Was sind Backmittel?“ wurde nun beispielsweise inhaltlich aktualisiert und grafisch überarbeitet. Berücksichtigung fanden auch die 2017 überarbeiteten Leitsätze für Backmittel des BLL. Daneben bietet die Broschüre eine umfassende Definition von Backmitteln sowie eine Übersicht über die Entwicklung von Backmitteln im Lauf der Zeit. Die natürlichen Backeigenschaften von Getreide werden erläutert und wie Backmittel diese beeinflussen können. Autor der Broschüre ist Prof. Dr. Ludwig Wassermann, die Überarbeitung erfolgte durch Christof Crone und Udo Berg. „Uns ist es wichtig, modern, aktuell und wissenschaftlich korrekt zu kommunizieren“, sagt der Geschäftsführer des Verbands, Christof Crone.

Abgerufen werden können diese und alle weiteren Broschüren unter [www.wissensforum-backwaren.de/publikationen/fachbroschueren](http://www.wissensforum-backwaren.de/publikationen/fachbroschueren). Bei Anfragen größerer Mengen an das Wissensforum Backwaren e. V. werden die Broschüren zudem auch als Printversionen angeboten. ■



BACKZUTATEN II

# Für Volumen und Stabilität

Für Kunden ist die Individualität von Produkten oftmals entscheidend. Für Bäcker und Konditor zählt neben der Individualität aber auch die Gär- und Backstabilität bzw. die einfache Anwendung von Backzutaten bzw. Backmitteln in individuellen Rezepturen und Veredelungen der handwerklichen Backwaren.

Der Bäcker und Konditor steht in der Backstube vor mehrere Aufgaben:

- Es muss in einer hohen Qualität produziert werden.
- Die Produktion muss rationell sein.
- Die Kunden erwarten Vielfalt und immer wieder neue Produkte.

Scheint unmöglich zu sein, dies alles zu vereinen! Zumal sich die unterschiedlichen Anforderungen auch auszuschließen scheinen. Vielfalt kann z. B. durchaus bedeuten, dass die Chargen kleiner werden. Dies hat wiederum zur Folge, dass die Rationalisierung auf der Strecke bleibt. Soll dann trotzdem noch wirtschaftlich gearbeitet werden, kann unter Umständen die Qualität leiden.

Wer dies trotzdem schaffen will, der muss seinen Betrieb an vier Säulen ausrichten:

- Entsprechende Technik muss zur Verfügung stehen.
- Die Mitarbeiter müssen ein großes handwerkliches Wissen haben.

- Die Abläufe sind genau zu planen.
- Die Auswahl der Rohstoffe und Backzutaten ist entsprechend auszurichten.

Hier soll der Fokus auf den Themenbereich Rohstoffe/Backzutaten gelegt werden. Der Bäcker und Konditor ist im besten Fall partnerschaftlich verbunden mit seiner BAKO als Lieferant sowie den Rohstoff- und Grundstoffherstellern. Wobei je nach Conveniencegrad ein Teil der Produktion aus der Backstube zum Lieferanten/Hersteller verlagert wird. Dies bringt Vorteile, wie Rationalisierungseffekte und Gelingsicherheit. Dies kann jedoch auch Nachteile mit sich bringen, wenn die Uniformierung zu groß wird.

## Backen ohne Alternative

Kaum ein Bäcker kommt ohne Brötchenbackmittel aus. Eine Alternative mit annähernd gleichem Ergebnis gibt es nicht. Möglich wäre die Verwendung von Honig, Zucker oder reinem Malz, was dem Backmittel zumindest mit Blick

auf den Geschmack und die Kruste am nächsten kommt. Allerdings wären dann immer deutliche Volumen- und Ausbundeinbußen hinzunehmen. Auch die Teigverarbeitung wäre problematischer.

Denn folgt man den Leitsätzen für Brot- und Kleingebäck, dann sind Backmittel „Mischungen von Lebensmitteln einschließlich Zusatzstoffen, die dazu bestimmt sind, die Herstellung von Backwaren zu erleichtern oder zu vereinfachen, die wechselnden Verarbeitungseigenschaften der Rohstoffe auszugleichen und die Qualität der Backwaren zu beeinflussen“.

Warum? Weil die Hauptzutat Mehl ein natürlicher Rohstoff ist! Seine Qualitäten können sich mehr oder weniger stark unterscheiden. Die Mühle hat zwar Möglichkeiten zur Qualitätsbeeinflussung, doch auch ihre Grenzen. So zeigt die Praxis, dass sich durchaus von Charge zu Charge Qualitätsunterschiede ergeben können. Extrembeispiel ist hier der Dinkel. Die üblichen



Die Dinkelmalz-Kruste: Mit dunklen Malzextrakten, wie von IREKS, wird Farbe und Aroma in das Brot gebracht.

Mehlanalyseverfahren stoßen an ihre Grenzen, weil Unterschiede im Backverhalten erst in Backversuchen erkennbar werden.

Bei Dinkel- und auch Weizenmahlprodukten ist in erster Linie das Klebereiweiß wichtig. Die Menge des Klebereiweißes, seine Wasseraufnahmefähigkeit und die Elastizität und Dehnbarkeit des gequollenen Klebers bestimmen die Verarbeitungsqualität des Teiges. Das Volumen von Teigling und später vom Gebäck wird durch die Gashaltkraft des Klebereiweißes bestimmt.

Im Mehl und Brötchenbackmittel kann Ascorbinsäure enthalten sein. Diese wirkt nach der im Teig erfolgten enzymatischen Umwandlung in Dehydroascorbinsäure als Oxidationsmittel und verbessert die Kleber- und damit die Teigstabilität. Die Aminosäure Cystein reagiert ebenfalls mit dem Kleber, erweicht jedoch die Teige und macht sie geschmeidig und gut verarbeitbar.

Sollen Teige trockener werden, um gut verarbeitbar zu sein, sind im Backmittel vorverkleisterte Getreidemehle und Stärken sowie Quarkernmehle und Sojamehle enthalten. Sie nehmen bei der Teigbereitung Wasser auf. Außerdem hat die höhere Wasseraufnahme eine bessere Stärkeverkleisterung zur Folge, was wiederum die Frischhaltung verbessert. Unabhängig davon zeigt die Praxis aber auch, dass entsprechend ausgiebige Teigruhezeiten ebenfalls zur Verbesserung der Wasseraufnahme nach der Teigknetung beitragen.

### Volumen voll aufdrehen

Eine zentrale Bedeutung haben bei Brötchenbackmitteln Amylasen. Bereits im 19. Jahrhundert stellte man fest, dass der Zusatz von Mehl aus ausgewachsenem Getreide das Volumen bei Weizengebäcken erhöht. In der Folge wird auch noch heute Mehl aus künstlich gekeimtem Getreide (Malzmehl) als Amylaseträger eingesetzt. Zudem werden heute auch aus Mikroorganismen gewonnene Amylasepräparate verwendet. Amylase wirkt zum einen bei der Teigphase. Sie baut die beschädigte Stärke teilweise in vergärbaren Zuckern ab, die von der Hefe in Alkohol und Kohlendioxid umgewandelt wird. So entstehen die Lockerung und Volumengbildung des Teiges. Zum anderen wirkt die Alpha-Amylase vor allem im Backprozess. Beim Ofentrieb dehnen sich die Gasbläschen aus. Dieser thermischen Ausdehnung wirkt allerdings die steigende Viskosität der Stärke entgegen, die zu dieser Zeit Wasser aufnimmt, quillt und teilweise verkleistert. Durch gezielten Einsatz von Amylasen wird die Viskosität der Stärke so weit verringert, dass sich die Gasblasen am Beginn des Backprozesses weiter ausdehnen können.

Hinzu kommt, dass die Stärkebeschaffenheit einen großen Einfluss auf die Frischhaltung von Gebäcken hat. Durch einen gezielten Einsatz von Amylasen lässt sich die Stärkestruktur so verändern, dass dadurch die Frischhaltung der Gebäcke verlängert wird.

### Malzmehl: eine wichtige Zutat

Die im Zuge der Clean-Label-Bewegung entstanden Vorbehalte gegen bestimmte Inhaltsstoffe bei Backmitteln ließen Malz als Zutat bei Brötchenbackmitteln wieder verstärkt in den Fokus rücken: kein neuer Rohstoff, jedoch vielleicht ein wenig vergessen.

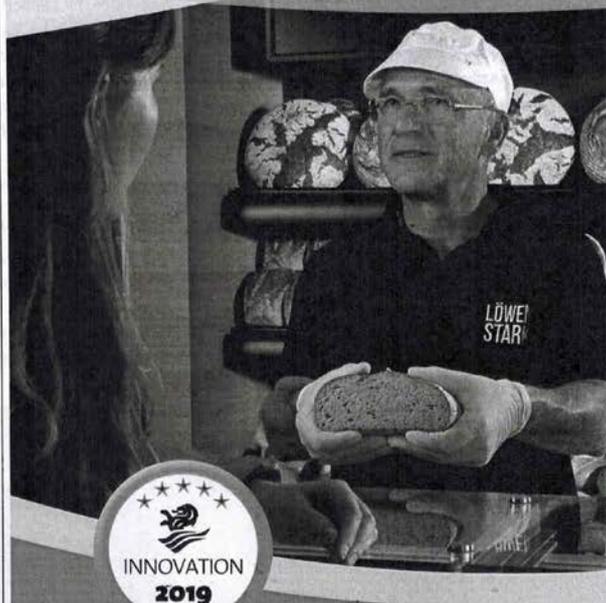
Die Qualität von Malz bzw. Malzerzeugnissen hängt weitgehend vom Rohgetreide und der Kunst des Mälzers ab. Wird für Bier vornehmlich Gerste und Weizen gemalt, sind es zur Nutzung im Backgrundstoffbereich neben Weizen auch Roggen und Dinkel. Dabei wird im ersten Schritt das gereinigte Getreide mit Wasser versetzt und zur Keimung gebracht. Nach etwa sechs Tagen ist die Enzymaktivität des Malzes am höchsten. Dann wird der Keimprozess durch langsames Darren bei Temperaturen von unter 80 °C gestoppt. Je nach Keimbedingungen und Darretemperatur – ähnlich wie beim Sauerteig – hat das Malz eine unterschied-

# Maximo Stabil & Fresh

Brotfrischhalter mit  
der natürlichen  
Frische Formel &  
dem Plus an Gärstabilität



**FRISCHE  
POWER**



**TOP**

- maximale Frische-Leistung
- sehr gute Gärstabilität
- ohne Weizenkleber als Zutat
- Clean Label Rezeptur

 **Zealandia**  
www.zealandia.de



**Wir freuen uns auf Ihren Besuch!**  
**21.-24. September 2019 –**  
**Halle 5, Stand 5C31**



So gar keine optische Ähnlichkeit hat Buchweizen mit Getreide, zumal er auch zu den Knöterichgewächsen zählt.

liche Zusammensetzung. Unterschieden wird dabei auch zwischen hellen und dunklen Malzmehlen sowie zwischen enzymaktiven und enzyminaktiven Malzmehlen. So beeinflusst der Zusatz von enzymaktiven Malzmehlen maßgeblich die backtechnischen Eigenschaften von Mehl, was sich in der Senkung der Fallzahl oder

auch in niedrigeren Amylogrammwerten niederschlägt. In der Backstube zeigt sich die Wirkung von enzymaktiven Malzmehl durch einen besseren Ofentrieb, eine weichere, feuchtere Krumenstruktur, eine verlängerte Frischhaltung sowie eine angenehme Krustenfarbe und anhaltende

Rösche. Durch die Verwendung von enzymaktivem Malzmehl kann die schwankende Enzymaktivität des Mehls auf ein optimales Maß eingestellt werden.

Enzymaktive Malzmehle erzeugen bei Brötchen eine weichere, feuchtere Krumenstruktur, verbessern die Frischhaltung und wirken auf Krustenfarbe und Krustenrösche. Gleichzeitig tragen sie zum charakteristischen Aroma des Gebäcks bei. Getrocknete, enzyminaktive Malzextrakte werden heute bevorzugt in Brötchenbackmitteln und Premixen für Spezialbrötchen und -brote eingesetzt.

Für die Herstellung von Malzextrakt aus Malz sind übrigens noch einige technologische Schritte notwendig. Im ersten Schritt werden ausgesuchte Malztypen geschrotet. Der enzymaktive Malzschrot wird anschließend mit Wasser versetzt und mehrere Stunden erhitzt. In weiteren Schritten werden unlösliche Stoffe herausgefiltert und die Würze in einem Niedertemperatur-Vakuum-Verdampfer eingedampft. Auch hier sind es wieder Temperatur- und Prozessführung, die über Farbe und Enzymaktivität des Malzextrakts entscheiden.

Der Vorteil von Malzextrakten ist, dass neben charakteristischen Geschmacksstoffen eine Reihe von verschiedenen Zuckerarten enthalten ist. Je nach Gebäckart erhält der Teig eine bessere Bindigkeit, wobei gleichzeitig das Gebäckvolumen erhöht wird. Die Krumenstruktur wird zarter und die Bräunung der Kruste angenehm



## Ein spezialisiertes Angebot bringt treue Kunden

Die Spezialisierung auf neue Ernährungsformen der Verbraucher und die entsprechenden Produktrends kann dem Bäcker und Konditor neue treue Kunden bringen, unterstreicht **Jochen Falk**, Marketing Service bei Dawn Foods Germany.

» Besondere Ernährungsformen wie vegetarisch und vegan nehmen immer noch zu. Kann sich damit der Bäcker und Konditor profilieren? Ein rasant wachsender Markt: Aus gesundheitlichen, ethischen oder religiösen Gründen achten immer mehr Menschen darauf, was auf ihren Teller kommt. Fast jeder vierte Deutsche meidet bestimmte Nahrungsmittel. Diese Kunden suchen nach Fachbetrieben ihres Vertrauens, bei denen sie zuverlässig „ihre“ Lebensmittel bekommen. Dabei kann sicher der Bäcker oder Konditor profilieren! Ein spezialisiertes Angebot bringt zusätzlichen Umsatz mit Neukunden, die schnell zu treuen Kunden werden. Haben sie erst einmal Gebäcke gefunden, die ihren Anforderungen entsprechen, ist ihnen das viel wert. Wir sprechen bei steigender Tendenz momentan von über 8 Mio. Vegetariern und Veganern in Deutschland.

» Auf was sollte der Bäcker/Konditor achten, wenn er Zielgruppen für besondere Ernährungsformen ansprechen will? Der Bäcker oder Konditor muss wissen, dass in Deutschland Vegetarier

meist in Großstädten mit über 500 000 Einwohnern leben. 6% der Frauen und 2,5% der Männer ernähren sich vegetarisch. In Deutschland gibt es 1,3 Mio. Veganer. Vegetarier und Veganer verdienen überdurchschnittlich gut und sind bereit, für gesunde Ernährung mehr auszugeben. Wir bei Dawn Foods Germany halten Produkte und Rezepte für leckere Gebäcke bis hin zum köstlichen Sojaeis mit Vanillegeschmack für Vegetarier und Veganer bereit.

» Was gibt es backtechnisch zu beachten, wenn z. B. im Feingebäckbereich vegane Produkte (Kuchen etc.) angeboten werden sollen? Da nicht alle tierischen Rohstoffe so einfach durch pflanzliche ersetzt werden können, hat sich Dawn Foods Germany intensiv mit dem Thema vegetarische/vegane Ernährung befasst. Erste Ergebnisse sind unsere neuen Backmixe. Weitere Produkte folgen. Natürlich eignen sich auch einige Produkte aus dem Standardsortiment für eine vegetarische oder vegane Ernährung. Interview: hs

**Lallemand**



Speziell für die Herstellung von zucker- und fettreichen Backwaren wurde neu „Lal<sup>®</sup>Ferm No 2“ entwickelt. Durch die genau Anpassung an schwere Teige kann der Hefeinsatz im Vergleich zu einer Standardhefe deutlich reduziert werden, ohne dass Volumeneinbußen hinzunehmen sind. Für Backwaren, die über einen längeren Zeitraum als Teigling gefroren werden, empfiehlt sich „Lal<sup>®</sup>Ferm No 6“. Mit dieser Hefe wird ein deutlich besseres Volumen nach dem Frost- bzw. der Gärunterbrechung erzielt. Die Haltbarkeit von gefrorenen Teiglingen wird mit dieser Hefe verlängert. Alle Produkte werden aus dem Stamm *Saccharomyces cerevisiae* hergestellt, sind GVO- und glutenfrei.

**www.lallemand-dhw.com**  
Südback: Halle 10, Stand A17

**Meyermühle**

Bio-Getreide mit dem Labels von Naturland, Bioland und Biokreis bietet die Meyermühle den Bäckern. Die 100%ige Bio-Mühle verarbeitet diese zu ihrem Bio-Premium-Sortiment. Eine hohe Mehlqualität wird durch eine sorgfältige Getreideauswahl und die richtige Mischung der passenden Getreidepartien erreicht. Zu den Spezialitäten der Meyermühle zählen Ruchmehle, mit denen alpenländische Brotspezialitäten hergestellt werden können. Neu ist ein Spezialmehl, mit dem Bio-Baguettes mit ihrer typisch lockeren Krume und krossen Kruste hergestellt werden können. Durch die hohe Kleberstabilität lässt sich das Spezialmehl auch im Bereich der Langzeitführungen verwenden.

**www.biomehl.bio**  
Südback: Halle 8, Stand B86



nehmende Bedeutung in der Backstube. Obwohl man es vermuten könnte, ist Buchweizen überhaupt nicht mit Weizen oder jeglichen anderen Getreidesorten verwandt. Vielmehr zählt er zu den Knöterichgewächsen. Er wird auch als Heiden, Heidenkorn, Heidegraupen, Blende, Brein, schwarzes Welschkorn, Gricken oder Türkischer Weizen bezeichnet, was auf die Annahme hindeutet, Buchweizen sei über die Türkei nach Europa gelangt. Zuerst kultiviert wurde er wohl im chinesischen Raum. In Deutschland hat Buchweizen schon seit Einzug der Kartoffel an Bedeutung verloren. Dies deshalb, weil Kartoffeln wie Buchweizen mit Böden schlechterer Qualität auskommen. Nach

dem Zweiten Weltkrieg ist Buchweizen dann nahezu ganz verschwunden, weil sich ertragschwache Böden dank der Verwendung von Kunstdünger für Getreidesorten mit höheren Erträgen eignen. In einigen mittel- und osteuropäischen Ländern wie Russland, der Ukraine und den baltischen Staaten ist Buchweizen über die Jahrzehnte hinweg nicht von dem Speiseplan verschwunden. In den letzten Jahrzehnten wird Buchweizen aufgrund geänderter Ernährungsgewohnheiten in Deutschland wieder als Nischenprodukt angepflanzt – vornehmlich im Bio-Qualität. Buchweizen erfreut sich besonders der Beliebtheit bei Vegetariern und Veganern, jedoch greifen

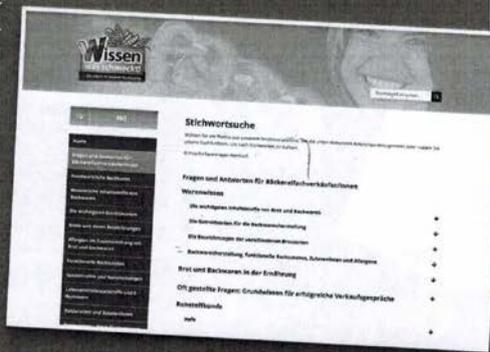
auch generell immer mehr ernährungsbewusste Konsumenten wieder zu Buchweizen und ähnlichen Produkten wie Bulgur und Quinoa. Wobei Buchweizen eigentlich gar keine Getreidesorte ist: Es zählt zu den Pseudogetreiden, weil er keinen Kleber bildet. Dadurch ist er aber auch hervorragend geeignet, um glutenfreie Backwaren herzustellen. Hierbei ist zu beachten, dass der fehlende Kleber durch eine andere bindende Zutat ersetzt wird. Im süßen Bereich kann dies Ei sein. Bei Brötchen oder Broten empfiehlt sich Reismehl. Pfannkuchen, Blinis und Crêpes gelingen auch ohne stärkehaltige Beigaben, da der Buchweizen durch die Zugabe von viel Flüssigkeit aufquillt und zähflüssig wird.

Soll/muss ein Brot nicht glutenfrei sein, dann kann Buchweizen z. B. sehr gut mit Dinkel oder auch mit anderen Getreidesorten gemischt werden. Um Brot oder Brötchen als Buchweizenbrot bzw. Buchweizenbrötchen auszuloben, müssen laut Leitsätzen mindestens 20% der Getreidemenge aus Buchweizen stammen. Diese kann z. B. auch zum Teil aus einem Buchweizensauerteig kommen, der inzwischen von mehreren Zulieferern dem Bäcker angeboten wird. Auch Backgrundmischungen mit Buchweizen werden inzwischen angeboten. Aus backtechnischer Sicht sollte der Buchweizenanteil maximal 30% betragen, da sonst enorme Einbußen beim Gebäckvolumen und der Krumenlockerung zu verzeichnen sind.

Doch macht dies überhaupt Sinn, wenn nicht die Glutenfrei-Thematik im Mittelpunkt des Interesses steht? Ja, gleich im doppelten Sinne. Denn zum einem ist Buchweizen und sind damit hergestellte Gebäcke vom Geschmack her völlig anders als die üblichen Getreidesorten. Zum anderen kann der Bäcker – noch – sehr gut mit

**Wissen was schmeckt – die Kasse hilft**

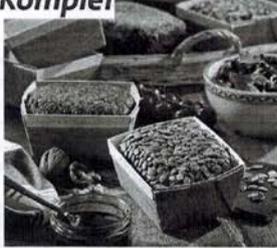
Verbraucher erwarten im Fachgeschäft umfangreiche Informationen rund um Brot und Backwaren. Täglich werden die Mitarbeiter dort mit verschiedensten Fragen konfrontiert, die zum Teil auch sehr speziell sind. Es geht um Zutaten, Herstellung und auch gesundheitliche Themen rund um die Backwaren. Das Wissensforum Backwaren hat auf der Website [www.wissenwasschmeckt.de](http://www.wissenwasschmeckt.de) die vier Themenfelder „Warenwissen“, „Brot und Backwaren in der Ernährung“, „Grundwissen für erfolgreiche Verkaufsgespräche“ und „Rohstoffe“ ausgearbeitet. Neu ist hier das Thema „Hefe“. Für einen schnellen Zugriff von der Ladentheke aus kann eine Verlinkung über das Kassensystem ohne großen Programmieraufwand realisiert werden. Hilfe dazu sollten sich Betriebe bei ihren Kassenanbietern holen. ■



## Abel + Schäfer/Komplet

Den Trend zu körnerreichen Broten bedient Abel + Schäfer mit „Komplet Unser Körniges“. Das aus zahlreichen Saaten und ausgewählten Getreiden gebackene vegane Brot kommt ganz ohne Hefe aus und überzeugt durch seinen nussig abgerundeten Geschmack. Als eine Quelle von Eiweiß und Omega-3-Fettsäuren und bei gleichzeitiger Kohlenhydratreduzierung steht dieses Brot für eine moderne und bewusste Ernährung. Ausgelobt werden kann das Brot als „Hafervollkornbrot“. Variationen ergeben sich durch die Zugabe von getrockneten Früchten und/oder Beeren, Kürbis- oder Sonnenblumenkernen und Walnusskernen.

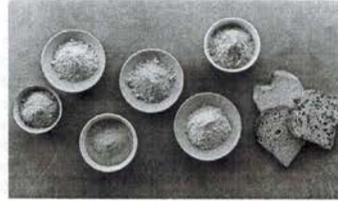
[www.komplet.com](http://www.komplet.com)  
Südback: Halle 10, Stand E61



## Böcker

Glutenfreie Backwaren sind eine Nische. Bäcker, die diese bedienen wollen, müssen hochwertige Produkte anbieten. Glutenfreie Sauerteige tragen zur Frischhaltung, Haltbarkeit und Geschmacksbildung solcher Backwaren gleichermaßen bei. Böcker bietet als Vorreiter in diesem Bereich seit 2008 glutenfreie Sauerteigprodukte an. Es gibt glutenfreien Sauerteigstarter auf Reisbasis, getrockneten Sauerteig aus Reis mit zwei verschiedenen Säuregraden, getrockneten Sauerteig aus Bio-Quinoa, getrockneten Sauerteig aus Bio-Buchweizen sowie getrockneten Sauerteig aus Mais.

[www.sauerteig.de](http://www.sauerteig.de)  
Südback: Halle 6, Stand E65



Fallzahl von 210–250 (Vorjahr: 170–200) fest. Die Enzymaktivität ist leicht geringer. Als Verarbeitungsempfehlung wird bei Teigsäuerungsmitteln und Sauerteig die mittlere vorgeschlagene Menge empfohlen. Positiv wirkt sich die Verwendung von Teigsäuerungsmitteln mit einem Anteil von Quellstoffen zur Regulierung des

Wasserhaushalts aus. Bei Dinkelmehlen der Type 630 empfiehlt die SchapfenMühle die TA wie im Vorjahr zu belassen. Generell wird ein Vorteig empfohlen. Wie auch im Vorjahr sollte auch die Ernte 2019 länger langsam geknetet werden (4/5 langsam, 1/5 schnell). Die Dinkelernte 2018 ist wohl schon aufgebraucht, sodass

direkt die Ernte 2019 verarbeitet wird. Je nach Höhenlage erfolgt die Dinkelernte Ende Juli bis Ende August.

### Backen mit Buchweizen

Neben Dinkel, Emmer und Einkorn als alte Getreidesorten bekommt Buchweizen eine zu-

**52%** der deutschen Konsumenten wünschen sich nachhaltig produzierte Produkte.

Quelle: Taste Tomorrow Verbraucherbefragung 2019

„**Unser Plange Süßer Schnee macht den Unterschied!**“

Judith Beyerle, Puratos Produktentwicklerin

- Das Original seit 1966
- Erfüllt höchste Anforderungen – auch ohne Palm

Jetzt Termin vereinbaren & die ersten 100 kg GRATIS erhalten! [www.puratos.de/suesser-schnee](http://www.puratos.de/suesser-schnee)

**Puratos**  
Our Partner for Innovation

**Puratos**



Die Marke „Plange“ gehört seit vergangem Jahr zu Puratos. Die langjährige Erfahrung von Plange wird seitdem mit dem weltweiten Entwicklungs- und Technologie-Know-how von Puratos gekoppelt. Ein Ergebnis ist „Plange HTM RSPO SG“, eine Hefeteiggrundmischung. Lange Verzehrfrische und eine herausragend feine und softe Krume sind Vorteile der daraus hergestellten Backwaren. Verwendet wird für die Grundmischung u. a. ein Enzym aus chinesischen Wäldern. Mit der neuen Enzymformulierung entfällt eine E-Nummer bei der Zutatendeklaration. Teige aus „Plange HTM“ sind maschinenfreundlich und gäristabil auch bei Langzeit- und Kälteführungen.

[www.puratos.de](http://www.puratos.de)

**SchapfenMühle**

Ein deklarationsfreundliches Backmittel für Weizenkleingebäcke ist „Schapfen Meine Mühle Brötchen Premium“. Es kann gleichermaßen bei direkter Führung als auch bei Kälteführungen über Garunterbrecher oder Gärverzögerer verwendet werden. Durch eine sichere Teigstabilität ist eine problemlose Teigaufbereitung gegeben. Die Brötchenqualität ist traditionell geprägt von einem realen Volumen, gleichmäßigem Ausbund, einer ansprechend zarten Krume, zartmürber Rösche und einem malzig-aromatischen Geschmack: Merkmale, die die Verbraucher seit eh und je schätzen und von einem guten Bäckerbrötchen erwarten.

[www.schapfenmuehle.de](http://www.schapfenmuehle.de)  
Südback: Halle 10, B11



Buchweizenprodukten werben. Denn Buchweizenbackwaren sind noch eher selten im Markt präsent.

Gleichzeitig hat Buchweizen aber aus ernährungsphysiologischer Sicht viel zu bieten. So enthält Buchweizen zwar prozentual geringfügig weniger Protein als z. B. Weizen, doch liefert das Knöterichgewächs alle acht essenziellen Aminosäuren in einem günstigeren Aminosäureprofil als Getreide. Dadurch dient er viel besser zur Deckung des Eiweißbedarfs als Getreide. Buchweizen gilt als ein perfektes Lebensmittel für Diabetiker und für Menschen, die sich um ihre Blutzuckerwerte Sorgen machen, da er mindestens einen Stoff enthält (D-Chiro-Inositol), der den Blutzuckerspiegel regulieren kann. Ein anderer Stoff im Buchweizen ist Rutin, der sich positiv auf Bluthochdruck auswirkt. Zur Cholesterinsenkung trägt das Lezithin im Buchweizen bei. Es hemmt den Mechanismus, der für die Resorption des Cholesterins durch die Darmschleimhaut verantwortlich ist. Buchweizen hat also viel Potenzial, denn Verkaufen heißt heute vor allem Geschichten erzählen und der Bäcker hat damit eine Zutat, über die es viele Geschichten zu erzählen gibt. Wobei mit Geschichten nicht Märchen gemeint sind, sondern Wahrheiten, aber auch Mythen rund um einen Rohstoff oder ein Produkt. Das schafft Vertrauen bei den Kunden!

**„Superfood“ – mehr als nur ein Schlagwort**

Immer wieder ist das Schlagwort „Superfood“ in den Medien zu vernehmen. Eng damit verbunden sind Chiasamen. Die Pflanze stammt ursprünglich aus dem Süden Mexikos und Norden Guatemalas. Wie z. B.

Buchweizen gilt sie als Pseudogetreide und ist wie Leinsaat eine Ölsaat. Heute wird Chia sowohl in den südamerikanischen Andenstaaten angebaut, aber auch in den USA, Australien, Ländern Afrikas und Südostasiens. Chiasamen sind eine der reichhaltigsten bislang bekannten pflanzlichen Quellen für essenzielle mehrfach ungesättigte Fettsäuren. Der Proteingehalt beträgt rund 20%. Im Vergleich dazu hat Weizen einen Proteingehalt von ca. 14% und Reis von ca. 8,5%. Trotz des hohen Proteingehalts gibt es bisher keine Hinweise auf schädliche Nebenwirkungen. Zugelassen ist Chia in der EU im Rahmen der Novel-Food-Verordnung. Durfte es anfänglich nur in einer Menge von bis zu 5% bei Broterzeugnissen, darf es inzwischen bis zu 10% in allen Backwaren verwendet werden. Hauptsächlich werden Chiasamen heute im Brot- und Spezialbrötchenbereich verwendet. Sie haben eine sehr gute Wasserbindfähigkeit und tragen somit zur Frischhaltung bei.

Geschmacklich ist Chia eher unauffällig. Deshalb sollten weitere Saaten wie etwa Kürbiskerne oder Leinsamen zugegeben werden. Der hohen Wasserbindfähigkeit geschuldet, müssen Chiasamen möglichst über Nacht eingeweicht werden. Werden sie einem Brotteig zugegeben, ist die bis zu fünffache Menge Wasser zu verwenden. Zur Geschmacksverstärkung können die Chiasamen auch in Milch, Joghurt oder Saft eingeweicht werden. Milch eignet sich zum Einweichen beispielsweise auch, wenn Chiasamen im Feingebäckbereich zugesetzt werden. Beim Backen von Keksen z. B. genügt es allerdings, die Chiasamen mit der doppelten Flüssigkeitsmenge einzuweichen. Neben Chiasamen ist auch Chiamehl auf dem Markt. Es ist insbesondere interessant als Zutat für Feingebäcke wie Müsliriegel oder Kekse.

**Weizen in der Kritik**

Die zunehmende Nachfrage nach alten Getreidesorten wie Dinkel, Emmer, etc. beruht zum Teil auf dem negativen Image von Weizen. So manche Verbraucher sind verunsichert, wobei auch Behauptungen gewertet werden, die nachweislich keiner wissenschaftlicher Grundlage standhalten. Dennoch gibt es Verbraucher, denen z. B. Weizenbrote nicht bekommen, obwohl keine Zöliakie diagnostiziert wurde. Bislang bestand ihre einzige Lösung darin, sich für weizen- oder glutenfreie Backwaren zu entscheiden und Einbußen im Genuss zu akzeptieren.

Mit „2ab-Weizen“ hingegen bietet GoodMills Innovation eine bekömmliche Alternative, um Backwaren aus Weizen mit hervorragenden sensorischen Eigenschaften herzustellen. Der Unterschied zwischen diesem

Markenqualität und Frische aus Tradition.

**KOENIG** The Nut specialists

...einfach kernig!

**Mandel-, Haselnuß- u. Erdnußkern-Präparate. Nußecken- und Bienenstich-Streusel, Haselnuß-Füllmassen und Multi-Crunch. Sonderanfertigungen.**

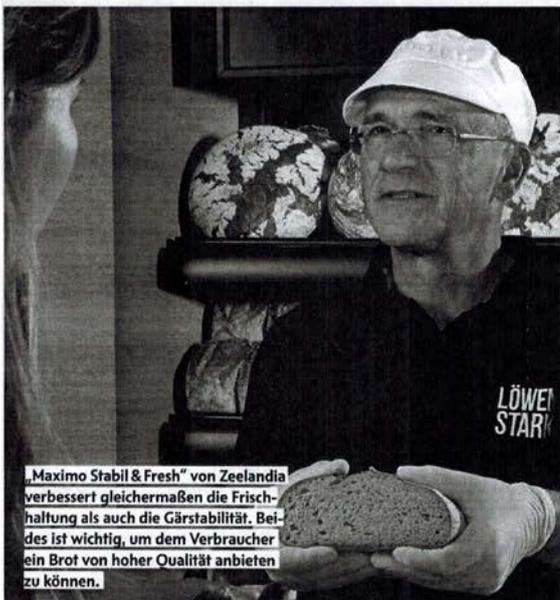
Zu beziehen durch Ihren Fachgroßhandel!

KOENIG BACKMITTEL GMBH & CO. KG • Postfach 1453 • D-59444 Wert  
Tel. 02922/9753-0 • Fax 02922/9753-99  
E-Mail: info@koenig-backmittel.de • Internet: www.koenig-backmittel.de

Urweizen – wie ihn GoodMills Innovation bezeichnet – und herkömmlichem Weizen liegt in der Genetik: „2ab-Weizen“ enthält nur das AA- und BB-Genom – nicht das D-Genom, welches für Verdauungsprobleme verantwortlich sein soll. Darüber hinaus ist „2ab-Weizen“ arm an FODMAPs, das sind schwer verdauliche Zuckeralkohole, die mit Weizenallergie und Reizdarmsyndrom in Verbindung gebracht werden. Enthalten ist das Spurenelement Selen, welches zu einer normalen Funktion des Immunsystems beiträgt.

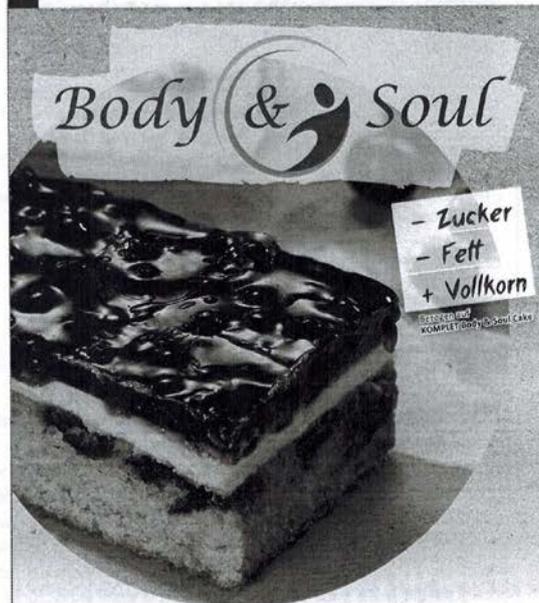
Zur Unterstützung beim Backen hat GoodMills Innovation ([www.goodmillsinnovation.com](http://www.goodmillsinnovation.com)) ein umfassendes Qualitätskonzept entwickelt, das die Verarbeitungsrichtlinien festlegt und Rezepturen liefert, die beste Ergebnisse garantieren und sicherstellen, dass das fertige „2ab-Brot“ besonders verträglich ist. Aufgrund der Komplexität des Themas unterstützt das Unternehmen auch die Kommunikation mit einer informativen Website. Als Erweiterung des Konzeptes entwickelte das Hamburger Innovationsteam eine Rezeptur für ein Brot mit Stoffwechselfower aus 100% Urgetreide. Basierend auf „2ab-Weizenmehl“ und Crispiers aus Tatarischem Buchweizen, einem prähistorischen „Superfood“. Mit wertvollen Inhaltsstoffen wie Zink und Rutin können so Backwaren entstehen, die den Kohlenhydrat-, Fett- und Eiweißstoffwechsel unterstützen und auch für „sensible Esser“ geeignet sind.

Sensible Esser, das sind vornehmlich Menschen mit Reizdarm-Syndrom. Rund 12% der deutschen Bevölkerung leiden darunter. Ihr Dünndarm kann die im Teig enthaltenen niedermolekularen Zuckermoleküle – die so genannten FODMAPs (fermentierbare Oligo-, Di- und Monosaccharide sowie Polyole) – nicht ausreichend abbauen. Sie gelangen unverdaut in den Dickdarm und bilden dort Gase. Diese blähen den Darm auf und das bereitet Schmerzen. Inzwischen wissen wir, dass es nicht zwingend am Getreide liegt, sondern auch an der Teigführung, ob ein Brot bekömmlich ist oder nicht. Je länger die Teigführung, desto mehr FODMAPs werden abgebaut. Forscher der Universität Hohenheim (Stuttgart) fanden heraus, dass der FODMAP-Anteil nach einer Gärzeit von viereinhalb Stunden nur noch 10% betrug. Ein lange Teigführung bringt zudem den Vorteil, dass die im Getreide enthaltene Phytinsäure abgebaut wird. Aufgrund



„Maximo Stabli & Fresh“ von Zeelandia verbessert gleichermaßen die Frischhaltung als auch die Gärstabilität. Beides ist wichtig, um dem Verbraucher ein Brot von hoher Qualität anbieten zu können.

Mit **KOMPLET**  
voll im Trend!



- Zucker  
- Fett  
+ Vollkorn

Mit diesen und vielen weiteren Gebäckneuheiten und Rezept-Spezialitäten begrüßt Sie das Team von **Abel + Schäfer/ KOMPLET Berlin** ganz herzlich. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!



21. - 24.09.2019  
Halle: 10  
Stand: E61



Mit **KOMPLET**  
voll im Trend!

- OHNE HEFE
- MIT DINKELVOLLSAUERTEIG
- OHNE WEITEREN MEHL-ZUSATZ
- WENIGER KOHLENHYDRATE

Aus Gutem das Beste backen!



Abel + Schäfer Völklingen  
Tel.: 0 68 98 / 97 26 - 0  
KOMPLET Berlin  
Tel.: 0 30 / 72 39 72 - 0  
info@komplet.com  
www.komplet.com



Bio-Getreide, oftmals mit Lebensmittelsiegeln zertifiziert, wie hier von der Meyermühle, kann ein Kaufanreiz sein. Die 100%ige Bio-Mühle verarbeitet Getreide zu ihrem Bio-Premium-Sortiment; so können handwerkliche Premium-Produkte in der Bäckerei folgen.

ihrer komplexbildenden Eigenschaften kann sie vom Menschen mit der Nahrung aufgenommene Mineralstoffe wie Eisen und Zink in Magen und Darm unlöslich binden, sodass diese dem Körper nicht mehr zur Verfügung stehen. Einer ganz anderen Problematik nimmt sich **Böcker** an. Die Sauerteigspezialisten haben ihr Portfolio seit geraumer Zeit um glutenfreie Sauerteige ergänzt, bieten zudem auch glutenfreie Backwaren an. Als neue Produktränge

werden auch „ATControl“-Produkte dazu kommen. Das sind Produkte, die wenig Amylase-Trypsin-Inhibitoren enthalten. Das sind Proteine verschiedener glutenhaltiger Getreidesorten. Weizen, Roggen und Gerste haben eine hohe Aktivität an Amylase-Trypsin-Inhibitoren (ATI), während z. B. Quinoa, Buchweizen und Erbsen eine mittlere Aktivität haben. Reis, Hirse, Hafer und Mais zählen zu den Pflanzen mit geringer ATI-Aktivität. Da Amylase-Trypsin-Inhibitoren

nicht mit Gluten gleichzusetzen sind, gilt nicht die Schlussfolgerung, dass Rohstoffe ohne Gluten auch gleichzeitig keine Amylase-Trypsin-Inhibitoren beinhalten. Die von Böcker angebotene 100%-Backmischung „novATI-Mixes“ ist ideal zum Backen von Baguette und Brötchen. Sauerteig als Zutat ist selbstverständlich auch drin. Die Mindesthaltbarkeit der Backmischung beträgt neun Monate ab Produktion.



Die Frischhaltung ist für Verbraucher gerade auch bei Mischbrot, wie hier beim Roggenmischbrot, ein wichtiges Kriterium.

### Verzicht auf die süße Sünde

Ernährungsbewusstsein heißt heute auch, auf bestimmte Zutaten zu verzichten, ohne dass zwingende gesundheitliche Gründe vorliegen. Es geht weg von sehr süß, hin zu weniger süß und natürlichem Geschmack. Ernährungsbewusste Erwachsene, aber auch Eltern mit Kindern sowie Senioren sind hier die Zielgruppe, wenn es um Backwaren mit weniger Zucker geht. Man gönnt sich seltener die „süße Sünde“, sondern sucht nach Alternativen.

**Martin Braun** bietet hier dem Bäcker und Konditor eine Reihe von Lösungen. Es handelt sich um zunächst sechs Basisartikel für Mürbeteig, Biskuit, Rührmasse, Käsekuchen, Kaltcreme sowie ein neutrales Sahnestandmittel. Bei Einhaltung der Anwendungsrezepturen dürfen die Gebäcke als zuckerreduziert ausgelobt werden. So ist der Zuckeranteil bei Mürbeteigen oder Rührmassen, die aus den Grundmischungen hergestellt werden, um 30% niedriger als bei üblichen Rezepten. Das schreibt der Gesetzgeber auch vor, wenn ein Produkt als „zuckerreduziert“ ausgelobt werden soll.

## Zeelandia



körnig und voll aromatisch. Auf die Zugabe von Hefe wird verzichtet. Die einfache Herstellung bietet dem Bäcker vielfältige Variationsmöglichkeiten.

[www.zeelandia.de](http://www.zeelandia.de)

Südback: Halle 5, Stand C31

Eine Grundmischung zur Herstellung von saatenreichen Gebäckspezialitäten mit Flokken ist „Jung pure & joy“. Verwendet werden hier u. a. Hafer, Leinsamen und Flohsamenschalen, was ballaststoff- und proteinreiche Gebäcke ergibt. Enthalten sind auch Omega-3-Fettsäuren. Die Gebäcke schmecken

## Lesaffre



Verschiedenste Sauerteigprodukte bietet Lesaffre dem Bäcker an. Neu ist ein flüssiger, lebender Buchweizensauerteig. Dieser durch natürliche Fermentation gewonnener Sauerteig wird nach einem von Lesaffre zum Patent angemeldeten Verfahren hergestellt und stabilisiert. Seine fermentative metabolische Aktivität gewährleistet die Gleichmäßigkeit der Brotherstellung. Im Endgebäck, wie Buchweizenbrot und Buchweizenbaguette, wird dadurch ein vollaromatischer, fruchtiger und abgerundeter Geschmack erreicht. Sein gesamtes Sauerteigangebot hat Lesaffre in einem so genannten Geschmackscoffer gebündelt. Damit kann der Bäcker unterschiedliche Sauerteige kombinieren und seinen eigenen Brotgeschmack kreieren.

[www.lesaffre.com](http://www.lesaffre.com)

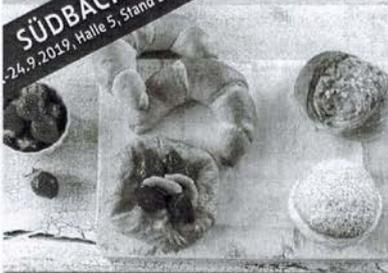
Südback: Halle 10, Stand F12

Wer bei seinen eigenen Rezepten den Zuckergehalt reduzieren will, der kann dies z. B. durch die Verwendung von Stevia erreichen. Stevia ist eine Mischung aus Steviaglycosiden, die aus der Pflanze *Stevia rebaudiana* gewonnen werden. Die Süß- oder auch Honigkraut genannte Pflanze kommt ursprünglich aus Paraguay (Südame-

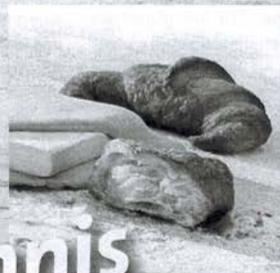
rika) und wird dort schon seit vielen Jahrhunderten als Süßungsmittel verwendet. Seit Dezember 2011 ist Stevia in Deutschland offiziell zugelassen und ist z. B. in Form von Pulver oder flüssigem Konzentrat erhältlich. Allerdings ist Stevia auch nicht ganz unumstritten, da es hochindustriell verarbeitet wird, bis es in Backstu-

be und Küche verwendet werden kann. Ganz auf Zucker verzichtet kann man allerdings nicht bei Backwaren, weil der Zucker neben der Süße auch backtechnische Aufgaben hat. Eine Zuckerreduktion kann allerdings durch die Zugabe von passenden Gewürzen wett gemacht werden. Statt „nur süß“ schmeckt es dann „aromatisch-süß“. hs

**SÜDBACK**  
24.9.2019, Halle 5, Stand B62



**LINDEMANN**  
A BÜNGE COMPANY



# Das Geheimnis bester Zutaten

Die ganze Welt der Margarinen, Fette und Öle aus einem Haus. Für jeden Bedarf das passende Produkt, für jeden Geschmack das Richtige. Ein Wunsch bleibt offen für beste Backergebnisse.



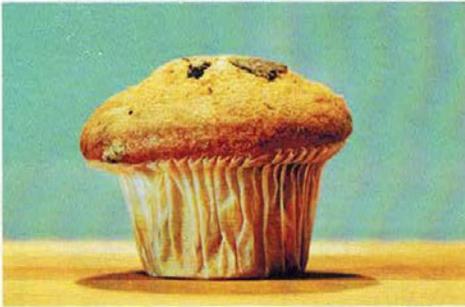
**Mülr Frisch** **Super Schnee** **Trenn-Spray** **Kalktrem Super** **NEU! Innovativ mit Shea**



MARGARINE • FETTE • ÖLE • CONVENIENCE

[www.lindemmann.de](http://www.lindemmann.de)

## Gewusst, wie: unsere Backtipps



### In die Höhe oder Breite?

Backtriebmittel gibt es in mehreren Varianten. Wie das Wissensforum Backwaren erklärt, lösen alle beim Backen chemische Prozesse aus. Die Prozesse sind unterschiedlich. Während Backpulver und Natron vor allem dafür sorgen, dass ein Teig in die Höhe aufgeht, lassen ihn Hirschhornsalz und Pottasche eher in die Breite gedeihen. Deshalb eignen sich die ersten beiden besonders für Kuchen und Muffins, die letzten zwei glänzen bei Lebkuchen.

**?** Die Frage der Woche **Ist Weizen wirklich so schlecht für die Gesundheit?**

Der Ruf von Weizen ist angeschlagen. Gerüchte kursieren, z. B. dass Getreide dick und das Herz krank macht. Der Inhaltsstoff Gluten wird pauschal von vielen gemieden, dabei besteht ohne entsprechende Erkrankung (z. B. Zöliakie, Weizenallergie) kein Grund dazu. Wir klären auf.

■ **Viele Gesichter.** Auch Dinkel, Grünkern, Emmer, Einkorn und Kamut sind Weizenarten, letztere zählen sogar zu den ältesten Sorten, die angebaut wurden.

■ **Gesund.** Weizen – sowie andere Getreidesorten – und daraus hergestellte Produkte sind gute Energie- und Ballaststofflieferanten sowie Quellen für pflanzliches Eiweiß, Vitamine und Mineralstoffe. Je höher die Typenzahl, desto dunkler bzw. vollwertiger ist das Mehl und je mehr Inhaltsstoffe bleiben enthalten. Was nicht heißt, dass in hellem Mehl nichts mehr enthalten ist, aber der Griff zur Vollkornvariante lohnt sich.

■ **Gluten.** Das enthaltene Klebereiweiß Gluten ermöglicht, dass Weizenmehl mit Flüssigkeit einen Teig bildet, der „zusammenklebt“ und so in der Lage ist, sich bildendes Kohlendioxid (z. B. durch Hefe) zu halten: Der Teig geht auf und bleibt auch nach dem Backen in Form.



Ein Weizenbrötchen zum Frühstück weckt Kindheitserinnerungen

■ **Zusatzstoffe.** Übrigens: Drückt der Bauch nach dem Verzehr von Brot, kann es auch an einem der rund 200 erlaubten Zusatzstoffen liegen!

■ **Mehr Infos zum Thema:** [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de)

## **Kichererbsen ersetzen Getreide in Brot, Keksen, Pizza und Eis**

Kichererbsen erobern das Back- und Eissegment. Denn sie sind milch-, gluten-, soja- und nussfrei, nicht gentechnisch verändert, nachhaltig und umweltfreundlich hergestellt. Genau die Werte, die derzeit weltweit bei den Verbrauchern immer wichtiger werden. Mit Kichererbsenmehl formulierte Fladenbrote und Pizzakrusten werden sich in Amerika ausweiten, ist die amerikanische **Food-Expertin Elizabeth Moskow** überzeugt. So wird bereits Kichererbsenwasser in veganen Rezepten für Kekse und andere Backwaren verwen-

det. Und das **Little Bean** in Portland/Oregon hat sich sogar spezialisiert auf Kichererbsen-Eis, -Waffeln und -Kekse (siehe auch Interview mit **Cristoph Crone, 1. Vorsitzender und Geschäftsführer des Wissensforums Backwaren**, Seite 25).



**Trends wie vegetarisch, vegan und free from bieten Bäckern erhebliche Vorteile, die sie weiter ausbauen sollten, empfiehlt Christof Crone, 1. Vorsitzender und Geschäftsführer des Wissensforums Backwaren. Er ist überzeugt: Erfolg hat, wer sich klar positioniert.**

**Was steht in den nächsten zwölf Monaten im Wissensforum auf dem Programm?**

Wir werden im Sinne unserer Dachkampagne ‚Transparenzoffensive‘ gezielt weiter in Richtung Verbraucher kommunizieren, um mit diversen Mythen rund um Backzutaten aufzuräumen.

**Was ist die größte Herausforderung?**

Die Regulationen, die von Seiten der Politik, sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene, kontinuierlich auf die Branche zurollen. Dies betrifft die gesamte backende Branche. Gerade kleine Bäcker sind mittlerweile oft mehr am Schreibtisch mit dem Erfüllen gesetzlicher Vorgaben beschäftigt, als am Ofen zu arbeiten.

**Was war der beste Rat, den Sie bekommen haben?**

Keine Angst vor hohen Tieren. Auch bei der Kommunikation mit Politikern begleitet mich dieser Leitspruch stets als guter Rat.

**Welche internationalen Trends sind für Sie die wichtigsten?**

Die besonderen Ernährungsformen wie vegetarisch, vegan und free from. Die Gründe hierfür sind in zunehmendem Maße getrieben von Nachhaltigkeits- und Umweltaspekten. Für die backende Branche ist das eine tolle Entwicklung, da wir in vielen Produktsegmenten per se bereits auf der vegetarischen, ja sogar veganen Schiene fahren und diesen Vorteil in Zukunft noch weiter ausbauen müssen.

Zudem ist eine Rückbesinnung auf das Handwerk, den regionalen Bezug von Rohstoffen und auf die Verarbeitung und den Verkauf in der Region zu beobachten.

**Welche innovativen Produkte erhoffen Sie sich?**

Produkte, die die Verbraucher begeistern.

**Warum ist Innovation so wichtig?**

Die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen und die Anforderungen der Verbraucher verändern sich beständig. Dem müssen wir als backende Branche mit neuen, zum Zeitgeist passenden, innovativen Produkten Rechnung tragen. Wenn die Grenze zwischen den Mahlzeiten beispielsweise immer mehr verschwimmt und die Verbraucher das Essen von zu Hause auf die Straße verlagern, dann müssen wir als Hersteller und Verkäufer von Lebensmitteln Produkte zur Verfügung stellen, die nicht nur schmackhaft und gesund sind, sondern auch unterwegs gegessen werden können.

**Was ist Ihrer Meinung nach für Bäckereien der Schlüssel, um sich erfolgreich gegen die Konkurrenz zu behaupten?**

Erfolgreiche Bäckereien haben ein klares Profil und eine sichtbare, für Verbraucher nachvollziehbare Positionierung am Markt. Zudem schaffen sie es, qualifizierte Nachwuchskräfte für sich zu begeistern und sie auch langfristig an das Unternehmen zu binden. Bäckereien, die sich als Fachgeschäfte verstehen und Verbrauchern mehr als nur Backwaren bieten, werden auch zukünftig erfolgreich am Markt agieren.

**Was ist Ihrer Meinung nach der Schlüssel für Bäckereien, um sich erfolgreich gegen die Konkurrenz zu behaupten?**

Produktqualität, Service und Differenzierung.

**Welche Belegschafts-/Recruitingtrends sind zu beobachten und wie werden Lücken geschlossen?**

Employer Branding, originelle Onboarding-Strategien, Digitalisierung und Du-Kultur. Letzteres schätzen unsere Mitarbeiter sehr. Wir haben die Du-Kultur vor circa zweieinhalb Jahren erfolgreich eingeführt. Dadurch konnten wir ein stärkeres Wir-Gefühl und flachere Hierarchien schaffen. Gerade die Du-Kultur spricht auch potenzielle Mitarbeitende der jüngeren Generationen an. Zusätzlich haben wir im Sommer mit SAP unsere Prozesse erfolgreich digitalisiert und können diese durch ein integriertes Warenwirtschaftssystem abbilden.

Im Bereich Employer Branding stärken wir unsere Marke Zeelandia durch Jobmessen im Rhein-Main-Gebiet und durch gezielte Unterstützung, wie zum Beispiel des BakerMaker Awards – ein Preis, der Unternehmen mit besonderem Engage-

ment in der Nachwuchsförderung der Backbranche auszeichnet. Zusätzlich läuft unser Bewerbermanagementsystem auch nur noch digital ab, was die internen Prozesse vereinfacht und Bewerber durch die Intuitivität und Klarheit besonders anspricht.



Das Kuchenkonzept 'Mein Lieblingsstück aus der Kindheit' soll nostalgische Gefühle bei den Endverbrauchern wecken, um den Kaufanreiz zu erhöhen. Auf der Kuchenform sind Motive, wie Schaukelpferd und Kinder-rad, abgebildet, welche die ältere Zielgruppe ab 50 plus ansprechen.

## Onlinemedien

19.02.2019 – [lifepr.de](http://lifepr.de) (2 weitere URL`s)

URL: <https://www.lifepr.de/inaktiv/wissensforum-backwaren-ev-informationszentrale-fuer-backmittel-und-backzutaten-zur-herstellung-von/Wissensforum-Backwaren-e-V-befuerwortet-Forderung-nach-mehr-Transparenz/boxid/740453>

### **Wissensforum Backwaren e.V. befürwortet Forderung nach mehr Transparenz**

(lifePR) (Berlin, 19.02.19) Das Wissensforum Backwaren e.V. bekommt durch aktuelle Entwicklungen frischen Wind in die Segel seiner Aufklärungsmission über Backmittel und Backzutaten. Transparenz gilt als neuer Foodtrend, Verbraucher und auch Verbraucherschützer fordern verstärkt Klarheit über Herkunft, Produktion und Inhaltsstoffe von Lebensmitteln.

Laut Ernährungs- und Trendexpertin Hanni Rützler wird „Transparency“ einer der großen Foodtrends in 2019. Im jährlich erscheinenden Foodreport des Zukunftsinstituts schreibt sie über das wachsende Bedürfnis nach mehr Information der von Lebensmittelskandalen verunsicherten Verbraucher. Diese Verunsicherung resultiere in einer gesteigerten Forderung nach Sicherheit und Transparenz in Bezug auf Herkunft, Verarbeitung, Inhaltsstoffe, Vertrieb und Verkauf, die sich in Zukunft noch weiter ausbreiten wird, so Rützler. Hersteller und Handelsunternehmen müssten diesem Anspruch Genüge tun, er habe sich inzwischen zu einem Dauerthema entwickelt.

Auch bei der im Rahmen der Grünen Woche abgehaltenen Pressekonferenz der Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) Mitte Januar war Transparenz ein zentraler Aspekt. Hier wurde unter anderem die Forderung nach einer Vollkennzeichnung für lose Backwaren als Appell an die Politik formuliert. Die derzeit bestehenden geringen Anforderungen an die Kennzeichnung loser Backwaren seien nicht mehr zeitgemäß und daher kritisch zu hinterfragen, auch wenn Ausnahmen für kleine Handwerksbetriebe diskussionsfähig seien. Angesichts des hohen Informationsbedürfnisses der Verbraucher schwäche eine Zurückhaltung bei der Kennzeichnung loser Ware das Handwerk aber eher gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel. Die Politik sei gefordert, Optionen der vollständigen Kennzeichnung von losen Backwaren auf ihre Umsetzbarkeit zu prüfen.

Das Wissensforum Backwaren e.V. sieht sich durch die vermehrten Diskussionen und Forderungen zum Thema Transparenz in seiner Arbeit und in seinem Ansinnen – Aufklärung über Backmittel und Backzutaten – bestärkt. „Wir sind modern und entsprechend des Zeitgeists aufgestellt“, so Geschäftsführer Christof Crone, „Aufklärung über Backwaren und die verwendeten Zutaten steht im Mittelpunkt unserer Verbandsarbeit.“ Das Wissensforum Backwaren e.V. zählt insgesamt 41 Mitgliedsunternehmen aus den Kreisen der Backmittel- und Backzutatenhersteller und versteht sich als Ansprechpartner für alle, die mit Backmitteln und Backzutaten arbeiten, und für diejenigen, die sich über die Thematik informieren wollen.

Dabei wendet sich der Verband nicht mehr nur an die backende Branche, sondern zunehmend auch an Verbraucher, um über gängige Mythen und Vorurteile gegenüber Backzutaten und Backmitteln aufzuklären. „Wir befürworten nicht nur, dass für Verbraucher leicht ersichtlich wird, welche Zutaten in Backwaren enthalten sind. Uns ist es auch ein großes Anliegen, dass ein Verständnis dafür geschaffen wird, warum sie enthalten sind und welche Funktionen sie erfüllen. Auch das gehört dazu, wenn wir von Transparenz sprechen, denn oft werden bestimmte Inhaltsstoffe zu Unrecht in einem negativen Licht gesehen und abgelehnt“, erklärt Crone. Auch hierüber müssten Verbraucher sachlich und wissenschaftlich fundiert aufgeklärt werden. Auf ihren Webseiten [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) und [www.wissenwas-schmeckt.de](http://www.wissenwas-schmeckt.de) informiert der Verband mit Fachartikeln, Blogbeiträgen und FAQ gezielt darüber, was in unseren Backwaren

und hinter Backmitteln steckt. „Die aktuelle Entwicklung zeigt, dass wir als Verband auf dem richtigen Weg sind, aber auch, dass es noch viel zu tun gibt. In jedem Fall nehmen wir das gestiegene Bedürfnis nach Transparenz ernst und werden in unserer Arbeit weiterhin verstärkt den Fokus darauf legen.“

Wissensforum Backwaren e.V. - Informationszentrale für Backmittel- und Backzutaten zur Herstellung von Brot und Feinen Backwaren e.V.

Das Wissensforum Backwaren e.V. versteht sich als Ansprechpartner für alle, die mit Backmitteln und Backzutaten arbeiten, und für diejenigen, die sich über die Thematik informieren wollen. Umfangreiche Informationen stehen auf der Internetseite [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) kostenlos zur Verfügung, darunter die Fachpublikation „backwaren aktuell“. Die Print-Version kann kostenfrei per Mail ([info@wissensforum-backwaren.de](mailto:info@wissensforum-backwaren.de)) bestellt werden.

Weitere URL`s:

<https://www.webbaecker.de/wissensforum-befuerwortet-forderung-nach-mehr-transparenz/>

<https://www.backnetz.eu/wissensforum-befuerwortet-forderung-nach-mehr-transparenz/>

14.05.2019 – lifepr.de

URL: <https://www.lifepr.de/inaktiv/wissensforum-backwaren-ev-informationszentrale-fuer-backmittel-und-backzutaten-zur-herstellung-von/Relaunch-Fachbroschuere-Was-sind-Backmittel-aufgefrischt/boxid/751784>

### **Relaunch: Fachbroschüre „Was sind Backmittel?“ aufgefrischt**

Das Wissensforum Backwaren e.V. überarbeitet seine Fachbroschüren (lifePR) ( Berlin, 14.05.19 ) 2009 erschien die letzte Auflage der Broschüre „Was sind Backmittel?“ des Wissensforums Backwaren e.V. Nun wurde sie inhaltlich aktualisiert und grafisch überarbeitet. Die neue Broschüre steht ab sofort auf der Webseite des Wissensforums zum Download für Fachkräfte, aber auch interessierte Laien zur Verfügung.

Bereits 2017 begann das Wissensforum Backwaren mit der Überarbeitung seiner Medien. Die Webseite [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) wurde in der Funktionalität für die User deutlich verbessert sowie den Erfordernissen digitaler Mediennutzung angepasst. Sie bekam ein neues, frisches Design, so wie auch das Fachmagazin backwaren aktuell, das drei Mal im Jahr vom Verband herausgegeben wird.

Angelehnt an diese moderne Optik überarbeitet das Wissensforum nun auch nach und nach seine Fachbroschüren. Den Anfang macht die Broschüre „Was sind Backmittel?“, die nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich aktualisiert wurde, beispielsweise durch Berücksichtigung der 2017 überarbeiteten Leitsätze für Backmittel des BLL. Daneben bietet die Broschüre eine umfassende Definition von Backmitteln sowie eine Übersicht über die Entwicklung von Backmitteln im Laufe der Zeit. Die natürlichen Backeigenschaften von Getreide werden erläutert und wie Backmittel diese beeinflussen können. Autor der Broschüre ist Prof. Dr. Ludwig Wassermann, die Überarbeitung erfolgte durch Christof Crone und Udo Berg.

„Uns ist es wichtig, modern, aktuell und wissenschaftlich korrekt zu kommunizieren“, so der Geschäftsführer des Verbands, Christof Crone. „Nach und nach werden wir weitere Fachbroschüren überarbeiten, um uns in einer einheitlichen und zeitgemäßen Optik präsentieren und inhaltlich den neuesten Stand sicherstellen zu können.“ Als Nächstes sollen die Fachbroschüren zu den Themen „Fehler bei Brot und Kleingebäck und deren Beseitigung“, „Sauerteig“ „Fehler bei Feinen Backwaren und deren Beseitigung“ sowie „Hefe“ relauncht werden.

Zielgruppe der Fachbroschüren sind Bäcker, Berufsschüler, aber auch interessierte Verbraucher. Sie stehen als Download unter <https://wissensforum-backwaren.de/publikationen/fachbroschueren/> zur Verfügung. Bei Anfragen größerer Mengen an das Wissensforum Backwaren e.V. werden die Broschüren zudem auch als Printversionen angeboten. Wissensforum Backwaren e.V. - Informationszentrale für Backmittel- und Backzutaten zur Herstellung von Brot und Feinen Backwaren e.V.

Das Wissensforum Backwaren e.V. versteht sich als Ansprechpartner für alle, die mit Backmitteln und Backzutaten arbeiten, und für diejenigen, die sich über die Thematik informieren wollen. Umfangreiche Informationen stehen auf der Internetseite [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) kostenlos zur Verfügung, darunter die Fachpublikation „backwaren aktuell“. Die Print-Version kann kostenfrei per Mail ([info@wissensforum-backwaren.de](mailto:info@wissensforum-backwaren.de)) bestellt werden.

15.05.2019 – [backnetz.eu](http://backnetz.eu) (eine weitere URL)

URL: <https://www.backnetz.eu/wifo-frischt-fachbroschuere-was-sind-backmittel-auf/>

### **WiFo: frisch Fachbroschüre «Was sind Backmittel?» auf**

Berlin. (wifo) Die letzte Auflage der Broschüre «Was sind Backmittel?» des Wissensforums Backwaren erschien 2009. Jetzt wurde sie inhaltlich aktualisiert und grafisch überarbeitet. Die neue Broschüre steht ab sofort auf der Webseite des Wissensforums zum Download für Fachkräfte und interessierte Laien zur Verfügung.

Bereits 2017 begann das Wissensforum Backwaren mit der Überarbeitung seiner Medien. Die Webseite [wissensforum-backwaren.de](http://wissensforum-backwaren.de) wurde in der Funktionalität für Nutzer deutlich verbessert sowie den Erfordernissen digitaler Mediennutzung angepasst. Sie bekam ein neues, frisches Design, so wie auch das Fachmagazin «backwaren aktuell», das drei Mal im Jahr vom Verband herausgegeben wird.

Angelehnt an diese moderne Optik überarbeitet das Wissensforum nun auch nach und nach seine Fachbroschüren. Den Anfang macht die Broschüre «Was sind Backmittel?», die nicht nur optisch, sondern auch inhaltlich aktualisiert wurde, zum Beispiel durch Berücksichtigung der 2017 überarbeiteten Leitsätze für Backmittel des BLL. Daneben bietet die Broschüre eine umfassende Definition von Backmitteln sowie eine Übersicht über die Entwicklung von Backmitteln im Lauf der Zeit. Die natürlichen Backeigenschaften von Getreide werden erläutert und wie Backmittel diese beeinflussen können. Autor der Broschüre ist Prof. Dr. Ludwig Wassermann, die Überarbeitung erfolgte durch Christof Crone und Udo Berg.

«Uns ist es wichtig, modern, aktuell und wissenschaftlich korrekt zu kommunizieren», sagt Verbandsgeschäftsführer Christof Crone. «Nach und nach werden wir weitere Fachbroschüren überarbeiten, um uns in einer einheitlichen und zeitgemäßen Optik präsentieren und inhaltlich den neuesten Stand sicherstellen zu können.» Als Nächstes sollen die Fachbroschüren zu den Themen «Fehler bei Brot und Kleingebäck und deren Beseitigung», «Sauerteig», «Fehler bei Feinen Backwaren und deren Beseitigung» sowie «Hefe» relaunched werden.

Weitere URL`s:

<https://www.webbaecker.de/wifo-frischt-fachbroschuere-was-sind-backmittel-auf/>

12.06.2019 – abzonline.de

URL: <https://www.abzonline.de/fokus/definition-was-sind-backmittel,7069311325.html>

### Was sind Backmittel?



Verbrauchermedien sehen die Verwendung von Backmitteln meist skeptisch. Ist das begründet?

Backmittel gibt es als Granulat und Pulver, in flüssiger oder pastöser Form.

Mittwoch, 12. Juni 2019

Stuttgart (abz). Backmittel sind bei der Herstellung von Backwaren nicht mehr wegzudenken. Trotzdem werden sie oft skeptisch betrachtet und als „ungesunde Chemie“ abgelehnt. Diese Auffassung sei laut Wissensforum Backwaren aber unbegründet. Sie würden nur in sehr geringen Mengen zugesetzt, und wenn ein Backmittel Zutaten enthalte, deren Anwendung aufgrund lebensmittelrechtlicher Vorschriften beschränkt ist, werde dies in den Anwendungsempfehlungen der Hersteller berücksichtigt.

Die offizielle Definition von Backmitteln steht in den Leitsätzen für Brot und Kleingebäck. Sie sind demnach „Mischungen von Lebensmitteln einschließlich Zusatzstoffen, die dazu bestimmt sind, die Herstellung von Backwaren zu erleichtern oder zu vereinfachen, die wechselnden Verarbeitungseigenschaften der Rohstoffe auszugleichen und die Qualität der Backwaren zu beeinflussen“.

Inzwischen sind Backmittel zu essenziellen Bestandteilen der Rezepturen von Teigen und Massen geworden. Dies wird auch in Zukunft so bleiben, sagt Christof Crone, Geschäftsführer des Vereins Wissensforum Backwaren. Denn bei der Weiterentwicklung der Bäckereitechnologie werde die stoffliche Beeinflussung der Getreidemahlerzeugnisse als Hauptrohstoffe bei der Backwarenherstellung eine wichtige Rolle spielen. Es gehe nicht darum, mit Backmitteln das Handwerk des Bäckers zu ersetzen, denn das wäre gar nicht möglich. Die Produktion von qualitativ hochwertigen Backwaren erfordere viel Wissen und Erfahrungen rund um Rohstoffe, Technologien und Herstellung.

23.09.2019 – back-intern.de

URL: <https://www.back-intern.de/2019/09/23/der-streit-ums-salz/>

## Der Streit ums Salz



access\_time23.09.2019

Stellten die Ergebnisse einer Mitgliederbefragung vor:

Gerrit Rosch, stellvertretender Vorsitzender des Wissensforums Backwaren, und Christof Crone, Vorsitzender.

Foto: Töpfer

Der Titel ist sperrig und macht Bäckern und Konditoren das Leben schwerer: „Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie: Weniger Zucker, Fette und Salz in Fertigprodukten.“ Ernährungsministerin Julia Klöckner macht Druck, damit Hersteller die Ziele schneller umsetzen. Jetzt wollte der Backzutatenverband von seinen Mitglieder wissen, wie sie mit diesem Thema umgehen. Christof Crone, Geschäftsführer des Backzutatenverbandes und des Wissensforums Backwaren und der stellvertretende Vorsitzende des Wissensforums Backwaren, Gerrit Rosch, stellten die Ergebnisse bei einem Gespräch mit der Fachpresse während der Südback vor. Dabei wies er darauf hin, dass letztlich der Bäcker entscheide, was in seine Produkte komme. Das gelte auch für Salz, Zucker und Fett.

Wie sinnvoll eine gesetzliche Regelung ist, darüber geht die Meinung nicht nur in der Öffentlichkeit auseinander, sondern auch unter den Mitgliedsfirmen des Backzutatenverbandes. Zwar halten 41 Prozent der Mitglieder die Strategie für sinnvoll, 50 Prozent sehen sie aber nur teilweise als sinnvoll an und 9 Prozent lehnen sie schlicht ab. Ein Statement der abwägenden Mitglieder bringt es auf den Punkt: „Bei Produkten, in denen kein Zucker, Fett oder Salz vermutet

werden, ist eine Reduktion sinnvoll. Tragen Zucker, Salz oder Fett jedoch zum Genuss eines Produkts bei, ist eine Reduktion bzw. ein Ersatz oft nicht sinnvoll.“ Das zeigen auch Beispiele aus Ländern, in denen der Salzgehalt im Brot gesetzlich reduziert wurde: Die Verbraucher greifen verstärkt zu gesalzener Butter oder Margarine.

Das Thema beschäftigt die Branche: 74 Prozent der Zulieferfirmen erhielten schon Anfragen von ihren Kunden. Sie interessierten sich vor allem für Produktlösungen zur Reduktion von Salz und Zucker. Wollten wissen, was das Minimum ist und ob es technologische Möglichkeiten zur Kompensation gibt. Austauschstoffe können geschmackliche Nebenwirkungen haben, beispielsweise metallisch schmecken. Teilnehmer der Veranstaltung rieten dazu, zwischen dem Salzgehalt bezogen auf Mehl (heute meist um die 2 Prozent) und dem im fertigen Produkt (deutlich unter den 2 Prozent) zu unterscheiden. Eine entsprechende Tabelle, die die Werte vergleichbar macht, ist in Vorbereitung.

66 Prozent der Unternehmen haben aufgrund der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie schon Veränderungen angeschoben, vor allem neue Produkte entwickelt und die Kommunikation verstärkt. Bei 80 Prozent der neuen Produkte wurde der Zuckergehalt reduziert, in 69 Prozent der Salzgehalt und in 38 Prozent der Fettgehalt.

Auch der Trend zu Clean Label-Produkten bestätigt die Umfrage: In 94 Prozent der Unternehmen hat der Clean-Label-Gedanke Einfluss auf die Produktentwicklung. 62,5 Prozent verwenden ganz allgemein weniger Zusatzstoffe und 34 Prozent nutzen Zusatzstoffe, die nicht deklariert werden müssen. Insgesamt halten 70 Prozent der Befragten Clean Label für sinnvoll. Der Trend zu natürlichen Rohstoffen halte weiterhin an und werde sich auch in den nächsten Jahren weiter verstärken. Die meisten Konsumenten seien auch bereit, für natürliche Rohstoffe einen höheren Preis zu zahlen.

Der Backzutatenverband hatte dazu seine 40 Mitgliedsunternehmen befragt, 35 Teilnehmer aus 19 Unternehmen beteiligten sich daran.

27.09.2019 – foodmultimedia.de

URL: <http://mailings.foodmultimedia.de/m/7385275/992695-c0eab56c7b9fdee6880f0805ba5b4bff>

#### **16. Wissensforum Backwaren: Umfrageergebnisse vorgestellt**

Das Wissensforum Backwaren e.V. lud zum Fachmedientalk ein und stellte unter anderem die Ergebnisse einer Umfrage unter den Mitgliedsunternehmen vor. Gefragt wurde z. B., was für Auswirkungen die nationale Reduktions- und Innovationsstrategie der Bundesregierung hat. Insgesamt gab es ein differenziertes Ergebnis, erklärten die Vorstandsmitglieder Christof Crone (1. Vorsitzender und Geschäftsführer) und Gerrit Rosch (stv. Vorsitzender). Allerdings steht der größte Teil der Firmen den Reduktionsstrategien aufgeschlossen gegenüber. Die Unternehmen sehen darin auch neue Chancen bezüglich der Weiterentwicklung von Technologien und von Produkten. Die Schwerpunktthemen sind dabei die Reduktion von Salz, Zucker, Fett und Zusatzstoffen. Zudem steht die Nachhaltigkeit besonders im Fokus. So ergreifen viele der befragten Unternehmen aktiv Maßnahmen, die das Thema Umweltschutz betreffen, besonders hinsichtlich der Vermeidung von Plastik und Abfall sowie zur Steigerung der Energieeffizienz.

01.10.2019 – lifepr.de

URL: <https://www.lifepr.de/inaktiv/wissensforum-backwaren-ev-informationszentrale-fuer-backmittel-und-backzutaten-zur-herstellung-von/Bloggerrundgang-auf-der-suedback/boxid/769762>

#### **Das Wissensforum Backwaren informiert Blogger über Backmittel und Backzutaten**

(lifePR) ( Berlin, 01.10.19 )

Der Bloggerrundgang „Bake & Blog“ des Wissensforum Backwaren e.V. ging in die zweite Runde. Nachdem das Konzept 2018 auf der iba erstmalig erfolgreich umgesetzt wurde, lud der Verband dieses Jahr Blogger auf die südback ein. An den Ständen von Uniferm, Dawn Foods, CSM und backaldrin erwarteten die Teilnehmer spannende Fachinformationen sowie unterhaltsame Aktionen, welche die Blogger direkt von der Messe auf ihren Social Media-Kanälen teilten.

Die Betreiber von zehn Blogs – zwölf Personen insgesamt – folgten der Einladung des Wissensforum Backwaren e.V. zum Bloggerrundgang „Bake & Blog“ auf der südback. Darunter namhafte Bloggergrößen wie Kathrin und Jan Runge von Backen macht glücklich, Birgit Mönch von Backen mit Leidenschaft oder Sandy Rojo Cerezo von Wie Wo Was Ist Gut.

Nach der Begrüßung durch Geschäftsführer Christof Crone und einigen Worten zum Wissensforum Backwaren e.V., den Mitgliedern sowie der Aufgabenstellung des Verbands, startete der Rundgang am Stand von Uniferm. Hier erfuhren die Blogger nicht nur viel Wissenswertes rund um das Thema Hefe, Brotsommelier Rico Pfortner erklärte auch, worauf es bei einer Brotverkostung ankommt. Weiter ging es bei Dawn Foods, wo die Blogger „Quick Cakes“ zubereiteten und sich dem Thema vegane Gebäcke widmeten. Um Siedegebäcke und Dekore ging es bei CSM Deutschland – hier sorgten vor allem bunte Dekoraufleger für viel Instagram-taugliches Fotomaterial. Am Stand von backaldrin stellten die Blogger schließlich noch eine eigene Müslibrotmischung her, die sie in personalisierten Tüten mit nach Hause nahmen.

Geschäftsführer Christof Crone zum Hintergrund der Veranstaltung: „Uns geht es mit dem Bloggerrundgang vor allem um Verbraucheraufklärung durch Information von Multiplikatoren. Auch wenn die Produkte unserer Mitgliedsunternehmen sich nicht primär an Endverbraucher richten, ist deren direkte Ansprache in unserer Kommunikation ein

konsequenter und logischer Schritt. Wir möchten in der breiten Öffentlichkeit Aufmerksamkeit für unsere Themen schaffen und so beispielsweise dem negativen Image, das sich derzeit zu Unrecht rund um Hefe breitmacht, entgegenwirken.“

„Vor der Digitalisierung dürfen wir uns nicht verschließen, auch wenn der Markt noch sehr traditionell ist“, ergänzt Gerrit Rosch, Vorstandsmitglied des Wissensforum Backwaren e.V. und Geschäftsführer von Dawn Foods, und gibt damit auch die Beweggründe seines Unternehmens wieder, am Bloggerrundgang mitzuwirken. „Auf der anderen Seite wächst eine neue Generation heran und auch junge Bäcker oder solche, die es vielleicht werden möchten, informieren sich in den sozialen Medien. So eine Maßnahme kann neben der Aufklärung also auch zur Nachwuchsförderung beitragen.“

Zahlreiche Storys auf Instagram der am Rundgang beteiligten Blogger zeigen ihre Eindrücke des Tages und ihr Interesse an den Themen der Backmittelbranche. „Natürlich hoffen wir auf weitere Beiträge in der Blogosphäre und einen entsprechenden Austausch zwischen den Bloggern und ihren Followern. Vielleicht kommt es auch wieder zu weiterführenden Kooperationen zwischen Bloggern und Mitgliedsunternehmen. Wir sind aber jetzt schon sehr zufrieden mit der Teilnehmerquote, ihrer Reichweite, dem positiven Feedback und dem Output in den Social Media“, resümiert Crone. Wissensforum Backwaren e.V. - Informationszentrale für Backmittel- und Backzutaten zur Herstellung von Brot und Feinen Backwaren e.V.

Das Wissensforum Backwaren e.V. versteht sich als Ansprechpartner für alle, die mit Backmitteln und Backzutaten arbeiten, und für diejenigen, die sich über die Thematik informieren wollen. Umfangreiche Informationen stehen auf der Internetseite [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) kostenlos zur Verfügung, darunter die Fachpublikation „backwaren aktuell“. Die Print-Version kann kostenfrei per Mail ([info@wissensforum-backwaren.de](mailto:info@wissensforum-backwaren.de)) bestellt werden.

## 02.10.2019 – backwelt.de

URL:<https://www.backwelt.de/newsview/wissensforum-backwaren-umfrageergebnisse-vorgestellt.html>

### **Wissensforum Backwaren: Umfrageergebnisse vorgestellt**

02.10.2019 15:46

Das Wissensforum Backwaren e.V. lud zum Fachmedientalk ein und stellte unter anderem die Ergebnisse einer Umfrage unter den Mitgliedsunternehmen vor. Gefragt wurde z. B., was für Auswirkungen die nationale Reduktions- und Innovationsstrategie der Bundesregierung hat. Insgesamt gab es ein differenziertes Ergebnis, erklärten die Vorstandsmitglieder Christof Crone (1. Vorsitzender und Geschäftsführer) und Gerrit Rosch (stv. Vorsitzender). Allerdings steht der größte Teil der Firmen den Reduktionsstrategien aufgeschlossen gegenüber. Die Unternehmen sehen darin auch neue Chancen bezüglich der Weiterentwicklung von Technologien und von Produkten. Die Schwerpunktthemen sind dabei die Reduktion von Salz, Zucker, Fett und Zusatzstoffen. Zudem steht die Nachhaltigkeit besonders im Fokus. So ergreifen viele der befragten Unternehmen aktiv Maßnahmen, die das Thema Umweltschutz betreffen, besonders hinsichtlich der Vermeidung von Plastik und Abfall sowie zur Steigerung der Energieeffizienz.

02.11.2019 – saechsische.de

URL:<https://www.saechsische.de/nur-jedes-dritte-brot-kommt-vom-baecker-5135377.html>

### **Nur jedes dritte Brot kommt vom Bäcker**

Warum immer mehr Bäcker aufgeben. Wie gut unser täglich Brot ist. Und ob es dick oder krank macht. Unsere neue Serie.



© www.pixabay.com

Von Martina Hahn 2 Min. Lesedauer

Dresden. Handwerksbäcker haben massiv Marktanteile verloren: Bei ihnen wird nur noch jedes dritte Brot gekauft. Zwei von drei Broten holen sich Konsumenten aus den Backstationen der Supermärkte und Discounter. Kurz nach der Wende war es genau umgekehrt, so der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks.

Die Ursachen hierfür sind veränderte Ess- und Konsumgewohnheiten, Billigpreise der Discounter sowie der Zuwachs an Backshops. Auch sinke die Zahl kleiner Bäckereien und fehle der Nachwuchs, sagt Michael Wippler, Präsident des Zentralverbands und Bäcker in Dresden: „Seit der Wende verlieren wir jährlich vier Prozent der Betriebe, und ein Ende ist nicht in Sicht.“ Viele Orte hätten keinen eigenen Bäcker mehr. Bundesweit gibt es derzeit knapp 11.000 traditionelle Bäcker, ein Drittel weniger als vor zehn Jahren. In Sachsen sind es noch rund tausend.

Die Handwerksbetriebe stehen in Konkurrenz zu etwa 100 industriellen Herstellern und rund 300 großen Filialbäckereien. „Auszubildende gehen lieber zu den zukunftssträchtigeren Backbetrieben“, sagt Armin Juncker, Chef des Verbands Deutscher Großbäckereien. Den weitaus größten Teil der 20,6 Milliarden Euro, die die Branche 2018 mit Backwaren umsetzte, stammt von Liefer- und Filialbäckereien.

„Aus Zeitgründen nutzen viele Kunden die standardisierten Angebote der Supermärkte“, sagt Dirk Willkomm, Leiter Verkauf bei der Dresdener Mühle. Doch wie und wo das Brot hergestellt wurde, wird immer intransparenter. Die unverpackten Brote im Supermarkt und Discounter stammen in der Regel von Industriebetrieben, ergab eine Recherche von [saechsische.de](http://saechsische.de). Diese liefern vorgebackene Rohlinge oder tiefgefrorene Teiglinge an die Backstationen. Dort werden sie aufgebacken und als ofenfrisches Brot verkauft. „Doch auch Handwerksbäcker nutzen nicht selten Maschinen und Backvormischungen“, sagt Christof Crone vom Backzutatenverband. Dessen Mitglieder beliefern alle, „vom kleinsten Handwerksbäcker bis hin zur Brotindustrie.“ Der Begriff „Bäckerei“ müsse geschützt werden, fordert der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks. Er solle nur von Betrieben genutzt werden dürfen, die das Brot von Anfang bis Ende herstellen.

Jeder Bundesbürger verzehrt im Schnitt 21 Kilo Brot im Jahr. Mit 3.200 Sorten ist Deutschland das Land mit der größten Brotvielfalt. Doch Brot ist umstritten. Die einen sehen es als Nähr- und Ballaststoff-Lieferant. Andere verteufeln es als Dick- und Krankmacher. Was ist dran? Wo und wie wird Brot hergestellt? Mogeln Anbieter bei der Kennzeichnung?

Antworten gibt die neue Serie „Unser Brot“ - hier auf [saechsische.de](http://saechsische.de)

Teil 1: Wie gut ist unser Brot wirklich? (SZ+)

## 18.12.2019 – lust-auf-dresden.de

URL: <https://www.lust-auf-dresden.com/post/zucker-kann-denn-lecker-s%C3%BCnde-sein>

Fast wirkt es so, als sei Zucker der neue Staatsfeind Nummer eins. Viel hört und liest man darüber, dass er dick und krank macht und wir ihn am besten aus unserer Ernährung eliminieren sollten. Aber wer Zucker pauschal als Gift abstempelt, verliert das Gesamtbild aus den Augen. Ernährung ist ein komplexes Thema, in das viele Aspekte hineinspielen: Biologie, Psychologie, Gesellschaft, Wirtschaft, Politik, Ethik, Religion. Das wird bei der Debatte um Zucker wieder einmal ganz deutlich.

Wir lieben Zucker. Kein Wunder, denn evolutionsbiologisch sind wir darauf programmiert. Zucker liefert unserem Körper schnell verfügbare Kohlenhydrate – Energie, die wir quasi sofort nutzen können, um beispielsweise einem Säbelzahn tiger davonzurennen. Den gibt es zwar heute nicht mehr, aber damals, als es ihn noch gab, konnte eine Portion Zucker im Blut ein Überlebensvorteil sein. Heute wird uns unser süßer Gaumen zunehmend zum Verhängnis, aber das ist eben die Krux an der Evolution: Sie geht sehr langsam vonstatten. Was für uns eine lange Zeit ist, ist im Auge der Evolution nur ein Wimpernschlag. Und da sitzen wir nun, ohne Säbelzahn tiger, aber immer noch mit großer Lust auf Süßes. Und jetzt? Das fragt sich nicht nur über die Hälfte der Deutschen, die übergewichtig ist, sondern auch die Politik und die Lebensmittelindustrie.

### Was wir wissen und wie wir handeln

Laut der Weltgesundheitsorganisation (WHO) sollten wir täglich maximal 10 Prozent unserer Gesamtenergiezufuhr durch freie Zucker aufnehmen. Freie Zucker sind nach dieser Definition solche Zucker, die Lebensmitteln bei der Herstellung zugesetzt werden, aber auch solche, die in Honig, Sirupen, Fruchtsaftkonzentraten und Fruchtsäften natürlicherweise vorkommen. In der Praxis bedeutet das: Jemand mit einem Energiebedarf von rund 2000 kcal am Tag sollte

nicht mehr als 50 Gramm freien Zucker essen. Dem schließen sich auch die Deutsche Adipositas-Gesellschaft e.V. (DAG), die Deutsche Diabetes Gesellschaft (DDG) und die Deutsche Gesellschaft für Ernährung e.V. (DGE) an. Bei der maximalen Obergrenze für Zucker ist man sich inzwischen also weitestgehend einig. Aktuell wird diese Obergrenze im Durchschnitt von einer Frau um 4 Prozent verfehlt, von einem Mann um 3 Prozent, sprich bei Frauen liegt die Zufuhr freier Zucker bei rund 14 Prozent ihrer Gesamtenergiezufuhr und bei Männern bei 13 Prozent. Das klingt erst mal gar nicht so dramatisch und 10 Prozent nach einem machbaren Ziel. Trotzdem bleibt die Frage, wie dieses Ziel erreicht werden kann. Denn bisher haben verhaltenspräventive Maßnahmen, also Maßnahmen, die auf das Verhalten einer Person abzielen, wenig Erfolge gezeigt. Soll heißen: Wir wurden lange genug aufgeklärt und wüssten nun zwar theoretisch, wie wir uns ernähren sollten, aber wir tun es trotzdem nicht. Dafür sitzt die Angst vor dem Säbelzahn tiger noch zu tief.

### **Vom Verhalten zu den Verhältnissen**

Was wir selbst nicht schaffen, will nun die Politik für uns regeln. Weltweit werden verschiedene Maßnahmen diskutiert und erprobt, um uns zu einer gesünderen Ernährung zu verhelfen. Dazu zählt in erster Linie die Reduzierung von Zucker (und auch anderen Inhaltsstoffen) in Fertigprodukten. Denn der größte Teil unserer Zuckerverzehrung stammt aus Süßwaren und zuckerhaltigen Getränken, also Fruchtsäften, Nektaren und Limonaden. In England wurde aus diesem Grund bereits eine Zuckersteuer auf süße Getränke eingeführt, in Deutschland dafür die „Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker, Fett und Salz in Fertigprodukten“ beschlossen. In diesem Zuge hat sich die Lebensmittelwirtschaft selbst verpflichtet, Zucker-, Fett- und Salzgehalte in ihren Produkten zu reduzieren. Eine Herausforderung, denn diese Zutaten wirken sich nicht nur auf den Geschmack aus, sondern haben auch Einfluss auf Textur, Konsistenz, Farbe, Frisch- und Feuchthaltung und nicht zuletzt auf die Haltbarkeit.

### **Schmeckt das dann überhaupt noch?**

Mit der Frage der technologischen Umsetzbarkeit von einer Zucker-, Fett- und Salzreduktion, aber auch mit der Akzeptanz von Geschmackseinbußen auf Verbraucherseite hat sich 2018 die Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft DLG in einer Studie auseinandergesetzt. Demnach wäre wohl nur ein kleiner Teil der befragten Konsumenten bereit, zugunsten von weniger Zucker, Salz und Fett auch auf ein bisschen Geschmack zu verzichten. Die gute Nachricht ist aber: Bei bestimmten Produkten ist es möglich, diese Inhaltsstoffe zu reduzieren, ohne, dass es groß auffällt und sensorische Nachteile zur Folge hat. Bei anderen Lebensmitteln wiederum könnte die Zielgruppe über eine entsprechende Vermarktung durch den gesundheitlichen Nutzen überzeugt werden.

### **Der gesunde Mittelweg**

Wir alle wollen gesund sein und lange leben. Dass Ernährung einen Einfluss darauf hat, ist unumstritten. Dass es nie um Extreme geht, sondern darum, das richtige Maß zu finden, aber auch. Natürlich handelt es sich bei der Angabe von 10 Prozent nicht um eine empfohlene Zufuhr, sondern um eine Obergrenze. Diese lässt aber eben auch Spielraum für süße Genüsse in unserem Leben zu. Zucker hat in unserer Ernährung schon immer eine Rolle gespielt, er ist Teil unserer Gesellschaft, unserer Traditionen und unserer Kultur. Ganz verbannen kann, darf und soll man ihn nicht. Auch ohne Säbelzahn tiger.

### **Über das Wissensforum Backwaren e.V.**

Das Wissensforum Backwaren e.V. versteht sich als Ansprechpartner für alle, die mit Backmitteln und Backzutaten arbeiten, und für diejenigen, die sich über die Thematik informieren wollen. Umfangreiche Informationen stehen auf der *Internetseite* [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) kostenlos zur Verfügung, darunter die Fachpublikation „backwaren aktuell“. Die Print-Version kann kostenfrei per Mail ([info@wissensforum-backwaren.de](mailto:info@wissensforum-backwaren.de)) bestellt werden. Weitere Informationen und Bildmaterial können Sie gerne anfordern bei: kommunikation.pur, Sarah Fischer, Sendlinger Straße 31, 80331 München, Tel.: 089 23 23 63 41, [fischer@kommunikationpur.com](mailto:fischer@kommunikationpur.com)

# 11. DATENSCHUTZHINWEIS

Seite 1/5

Das Wissensforum Backwaren e.V. nimmt den Schutz personenbezogener Daten ernst. Wir verarbeiten personenbezogene Daten im Einklang mit dem deutschen Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), der EU-Datenschutz-Grundverordnung 2016/679 (DSGVO), dem deutschen Telemediengesetz (TMG) sowie sämtlichen sonstigen anwendbaren Rechtsvorschriften. Mit nachfolgenden Datenschutzhinweisen informieren wir Sie über die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten gemäß Artikel 13 DSGVO.

## **Grundsätzlich verarbeiten wir Ihre personenbezogenen Daten, wenn Sie**

- I. uns als Ansprechpartner eines unserer Mitglieder genannt werden und/oder ein Mitglied unserer Gremien sind.**
- II. mit uns telefonisch, postalisch oder über unsere Internetseiten ([www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de)) in Kontakt treten,**
- III. Publikationen bei uns bestellen**
- IV. mit uns oder wir mit Ihnen im Rahmen der Wahrnehmung unserer Aufgaben als Interessenvertretung der deutschen und österreichischen Backzutatenwirtschaft in Kontakt stehen bzw. treten,**
- V. ein Ansprechpartner eines Unternehmens sind, zu dem wir in einer geschäftlichen Beziehung stehen,**
- VI. Veranstaltungen des Wissensforum Backwaren e.V. besuchen oder,**
- VII. unsere Newsletter erhalten.**

Wenn Sie zu einer dieser Personengruppen gehören, stehen Ihnen gesetzliche Rechte zu, die Sie uns gegenüber geltend machen können. Welche das sind, erfahren Sie unter Abschnitt VIII.) Rechte der Betroffenen.

## **I. Datenschutzhinweis für die Ansprechpartner bei unseren Mitgliedern sowie für die Mitglieder unserer Verbandsgremien**

Wir verarbeiten Ihre Kontaktdaten, wenn Sie für uns ein Ansprechpartner eines unserer Mitgliedsunternehmen und / oder ein Mitglied unserer Gremien sind.

Dies betrifft insbesondere Ihren Namen und Vornamen, ggf. Titel oder akademischen Grad, den Namen und die Anschrift des Mitgliedsunternehmens, für das Sie arbeiten, sowie Ihre Kontaktdaten, wie Telefonnummern, E-Mail und Fax, die Funktionen in dem Mitgliedsunternehmen und in unserem Verband. Erhalten wir von Ihnen weitere Daten, wie das Geburtsdatum oder Ihre Wohnanschrift, so speichern wir auch diese Daten.

Die Verarbeitung erfolgt zu Zwecken der Verwaltung der Mitgliedschaften der Vereinsmitglieder des Wissensforum Backwaren e.V., des Vorstands, sowie der Ausschuss- und Gremienmitglieder, der Ausschuss- und Gremienarbeit, Organisation von Sitzungen und Veranstaltungen in diesem Zusammenhang, der Erstellung von Teilnehmerlisten und ihrer verbandsinternen Veröffentlichung, der Mitgliederbetreuung, der Information ggü. unseren Mitgliedern, der Schulung und Beratung von Mitgliedern, der verbandsinternen Kommunikation, der Abrechnung von Mitgliedsbeiträgen, Umlagen und ggf. zivilrechtlichen Ansprüchen ggü. den Mitgliedern sowie des Datenschutzes (Artikel 6 Absatz 1 b) und c) DSGVO), der Einladung zu unseren Veranstaltungen und in diesem Zusammenhang zum Zwecke der Erstellung von Gästelisten und ihrer verbandsinternen Veröffentlichung sowie ggf. der Versendung von Grüßen (Artikel 6 Absatz 1 f) DSGVO). Das berechtigte Interesse des Wissensforums Backwaren e.V. liegt in der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen, auf denen der Erfahrungs- und Informationsaustausch im Rahmen unserer satzungsmäßigen Aufgaben gefördert wird.

Personenbezogene Daten von Mitgliedern unserer Gremien (insb. Mitgliederversammlung, Vorstand sowie Ausschüssen wie dem „PR-Arbeitskreis“ und dessen

# 11. DATENSCHUTZHINWEIS

Seite 2/5

Unterausschüssen sowie des Wissenschaftlichen Beirats) werden zu Zwecken der Erstellung von Jahrbüchern, Jubiläumsschriften und -veranstaltungen, Grüßen sowie Ehrungen archiviert (Artikel 6 Absatz 1 f) DSGVO). Das berechnigte Interesse des Wissensforums Backwaren e.V. an der Archivierung Ihrer personenbezogenen Daten besteht in der historischen Sicherung und Dokumentation der Verbandstätigkeit.

Teilweise setzen wir bei der Verarbeitung Auftragsdatenverarbeiter ein. Die Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.

Wir speichern Ihre Daten im Allgemeinen für die Dauer von 10 Jahren nach Beendigung der Mitgliedschaft des Mitgliedsunternehmens. Des Weiteren löschen wir personenbezogene Daten einzelner Ansprechpartner nach Ablauf der regelmäßigen Verjährungsfrist, wenn uns das Mitgliedsunternehmen (oder der Ansprechpartner selbst) meldet, dass ein Arbeitsverhältnis mit diesem nicht mehr besteht. Die Archivierung von personenbezogenen Daten von Mitgliedern der Gremien des Wissensforums Backwaren e.V. bleibt hiervon unberührt.

## II. Datenschutzhinweis für Verbraucher / Kontaktaufnahme mit dem Wissensforum Backwaren e.V.

Wir verarbeiten Ihre Kontaktdaten. Dies betrifft insbesondere Ihren Namen und Vornamen, Ihre Kontaktdaten, wie Telefonnummern, E-Mail und Fax sowie ggf. den Namen des Unternehmens / der Institution oder Organisation, für die Sie arbeiten.

Dies tun wir in der Regel, wenn Sie mit uns telefonisch, postalisch oder über unsere Internetseiten, [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de), [www.wissenwasschmeckt.de](http://www.wissenwasschmeckt.de), in Kontakt treten, zum Zwecke der Beantwortung Ihrer Anfragen, dem Erteilen von Auskünften sowie ggf. der Übersendung von Informationsmaterial auf Nachfrage.

Teilweise setzen wir bei der Verarbeitung Auftragsdatenverarbeiter ein. Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung ist Artikel 6 Absatz 1 f) DSGVO. Die Daten werden

vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Das berechnigte Interesse des Wissensforum Backwaren e.V. an der Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten besteht darin, Ihnen eine durch Sie veranlasste Auskunft zu erteilen.

Wir speichern Ihre Daten für die Dauer, die wir für die Beantwortung Ihrer Anfrage benötigen, höchstens jedoch bis zum Ablauf der regelmäßigen Verjährungsfristen.

## III. Datenschutzhinweis für Verbraucher und andere Kunden, die Fachpublikationen bei uns bestellen

Wenn Sie bei uns Fachpublikationen bestellen, sei es per Email, Post, Telefon, Fax, über sonstige Kommunikationswege oder unsere Internetseite, verarbeiten wir Ihre personenbezogenen Daten.

Das betrifft Ihren Namen und Vornamen, ggf. Titel und akademischen Grad, Ihre Anschrift, Ihre Kontaktdaten, wie E-Mail-Adresse, Telefon-/Faxnummer, Geburtsdatum und die Bankverbindung sowie ggf. USt.-ID und Steuer- nummer.

Die Verarbeitung erfolgt zu Zwecken der eindeutigen Identifizierung des Vertragspartners sowie der Anbahnung, Durchführung, Verwaltung und Abwicklung von Verträgen, der Erstellung von Abrechnungen/Gutschriften, der Verwaltung und Durchsetzung von Forderungen sowie der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und des Datenschutzes. Zur Kommunikation verarbeiten wir zudem die Namen und Kontaktdaten der Ansprechpartner beim Vertragspartner (Artikel 6 Absatz 1 b) und c) DSGVO.

Teilweise setzen wir bei der Verarbeitung Auftragsverarbeiter ein. Ihre Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.

Die Daten speichern wir für die Dauer der Vertragsbeziehung mit dem Kunden. Sind die Daten zur Erfüllung der Vertragsbeziehung nicht mehr erforderlich, löschen wir die Daten nach Ablauf der gesetzlichen Verjährungsfristen, etwaiger daraus resultierender Ansprüche sowie einschlägiger gesetzlicher Aufbewahrungspflichten.

# 11. DATENSCHUTZHINWEIS

Seite 3/5

## **IV. Datenschutzhinweis für die Ansprechpartner im Rahmen der Wahrnehmung unserer Aufgaben als Interessenvertretung der deutschen und österreichischen Backzutatenwirtschaft**

Wir verarbeiten Ihre Kontaktdaten, wenn Sie für uns ein Ansprechpartner aus der Politik, der Wirtschaft, der Verbraucherschaft oder sonstigen Bereichen sind, die für uns im Rahmen der Wahrnehmung unserer Aufgaben als Interessenvertretung der deutschen oder österreichischen Backzutatenwirtschaft von Bedeutung sind.

Wenn Sie uns Ihre personenbezogenen Daten mitteilen, verarbeiten wir diese, soweit sie zur Erfüllung unserer gesetzlichen und satzungsmäßigen Aufgaben erforderlich sind. Des Weiteren nutzen wir öffentlich zugängliche Quellen (z.B. Handels- und Vereinsregister, Presse und Internet), um personenbezogene Daten zulässigerweise zu gewinnen.

Dies betrifft Ihren Namen und Vornamen, Titel sowie akademischen Grad, den Namen und die Anschrift des Unternehmens, der Institution, Organisation oder Behörde, für die Sie arbeiten, Ihre Funktion bzw. Berufsbezeichnung, sowie Ihre Kontaktdaten, wie Telefonnummern, E-Mail und Fax. Erhalten wir von Ihnen weitere Daten wie das Geburtsdatum oder Ihre Anschrift, so speichern wir auch diese Daten.

Die Verarbeitung erfolgt in unserem satzungsgemäßen Interesse zu Zwecken des Informations- und Erfahrungsaustausches, Sie ggf. von Gesetzesvorhaben, die die Backzutatenwirtschaft betreffen, in Kenntnis zu setzen und diesbezügliche Stellungnahmen an Sie zu richten, der Netzwerk- und Lobbyarbeit, ggf. der Versendung von Grüßen, der Einladung zu unseren Veranstaltungen und in diesem Zusammenhang zum Zwecke der Erstellung von Teilnehmer- und Gästelisten und ihrer verbandsinternen Veröffentlichung (Artikel 6 Absatz 1 f) DSGVO). Ferner verarbeiten wir Ihre personenbezogenen Daten zum Zwecke des Datenschutzes (Artikel 6 Absatz 1 c) DSGVO). Teilweise setzen wir bei der Verarbeitung Auftragsverarbeiter ein. Die Daten werden vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben.

Das berechtigte Interesse des Wissensforum Backwaren e.V. an der Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten besteht in der satzungsgemäßen Wahrnehmung und Förderung der gemeinsamen Interessen der gesamten deutschen Backzutatenwirtschaft. Zu unseren Aufgaben gehören insbesondere die Aufklärung über und die Steigerung des Ansehens über Backzutaten, insbesondere solche mit funktionaler Wirkung („Backmittel“), der Erhalt der wirtschaftlichen Freiheit, und die Begleitung von die Branche tangierenden Gesetzgebungsvorhaben, die Veröffentlichung von Presseaussendungen, die Herausgabe von Fachpublikationen . Die Satzung des Wissensforum Backwaren e.V. ist abrufbar unter [www.wissensforum-backwaren.de/Satzung](http://www.wissensforum-backwaren.de/Satzung).

Wir speichern Ihre Daten zunächst für die Dauer von vier Jahren. Die Speicherdauer von vier Jahren beginnt von neuem, sobald wir mit Ihnen oder Sie mit uns zu o.g. Zwecken in Kontakt treten.

## **V. Datenschutzhinweis für die Ansprechpartner bei Unternehmen, zu denen wir in einer Geschäftsbeziehung stehen**

Wir verarbeiten Ihre personenbezogenen Daten, wenn Sie für uns ein Ansprechpartner eines Unternehmens sind, das uns gegenüber Dienstleistungen erbringt oder Waren an uns liefert. Gleiches gilt für Ansprechpartner von Unternehmen, Organisationen und Institutionen, die wir im Rahmen eines Sponsorings unterstützen oder anderweitig fördern.

Dies betrifft Ihren Namen und Vornamen, ggf. Titel und akademischen Grad, den Namen und die Anschrift des Unternehmens, der Organisation oder Institution, für die Sie arbeiten sowie Ihre Kontaktdaten, wie Telefonnummern, E-Mail und Fax.

Die Verarbeitung erfolgt zur Anbahnung, Durchführung, Verwaltung und Abwicklung von Verträgen, der Erstellung von Abrechnungen/Gutschriften, der Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und des Datenschutzes (Artikel 6 Absatz 1 b) und c) DSGVO) sowie der Verwaltung und Durch-

# 11. DATENSCHUTZHINWEIS

Seite 4/5

setzung von Ansprüchen (Artikel 6 Absatz 1 f) DSGVO). Teilweise setzen wir bei der Verarbeitung Auftragsverarbeiter ein.

Die Daten speichern wir für die Dauer der Geschäftsbeziehung. Sind die Daten zur Erfüllung der Geschäftsbeziehung nicht mehr erforderlich, löschen wir die Daten nach Ablauf der gesetzlichen Verjährungsfristen, etwaiger daraus resultierender Ansprüche sowie einschlägiger gesetzlicher Aufbewahrungspflichten.

## VI. Datenschutzhinweis für die Teilnehmer an Veranstaltungen des Wissensforum Backwaren e.V.

### 1. Fotoaufnahmen

Wir fotografieren während unserer Veranstaltungen zum Zwecke der Veröffentlichung auf unserem Internetauftritt [www.wissensforum-backwaren.de](http://www.wissensforum-backwaren.de) und/oder unseren Social Media Kanälen „Facebook“, „Flickr“, „Twitter“, „Instagram“, in Fachzeitschriften sowie in unserem Extranet.

Mit Ihrer Teilnahme an der Veranstaltung erklären Sie sich mit der Veröffentlichung und Archivierung von Lichtbildern einverstanden, auf denen auch Sie abgebildet sind. Wenn Sie das nicht möchten, teilen Sie das bitte unserem Fotografen oder unseren Mitarbeitern mit. Im Übrigen weisen wir Sie auf Ihr gesetzliches Widerrufsrecht hin (**siehe VIII. 2, besonderer Hinweis zum Widerruf gemäß Artikel 7 Absatz 3 DSGVO**).

Teilweise setzen wir bei der Verarbeitung der Fotos Auftragsverarbeiter ein. Rechtsgrundlagen sind Artikel 6 Absatz 1 a) DSGVO und § 22 Kunsturhebergesetz (KunstUrhG).

Die Bildaufnahmen werden bei uns archiviert.

### 2. Teilnehmerlisten

Zum Zwecke der Durchführung und Planung unserer Veranstaltungen erstellen wir Teilnehmerlisten, die personenbezogene Daten enthalten. Diese werden ausschließlich unseren Mitgliedern zugänglich gemacht. Die Teilnehmerlisten enthalten Ihren Namen und

Vornamen, ggf. Titel und akademischen Grad, die Berufsbezeichnung, den Namen des Unternehmens sowie der Institution oder Organisation, für die Sie arbeiten sowie Ihre Funktion. Rechtsgrundlage ist Artikel 6 Absatz 1 f) DSGVO.

Das berechtigte Interesse an der Erstellung von Teilnehmerlisten besteht in der Feststellung Ihrer Anwesenheit auf unseren Veranstaltungen sowie darin, Sie auf unseren Veranstaltungen für unsere Mitglieder erkennbar zu machen, um eine Kontaktaufnahme sowie einen Erfahrung- und Informationsaustausch zu ermöglichen, der den satzungsmäßigen Interessen des Wissensforum Backwaren dient. Soweit Sie und/oder Ihre Begleitperson mit der Veröffentlichung der personenbezogenen Daten auf der Teilnehmerliste nicht einverstanden sind, haben Sie die Möglichkeit, gegenüber uns von Ihrem Widerspruchsrecht Gebrauch zu machen (**siehe VIII. 1, besonderer Hinweis zum Widerspruchsrecht gemäß Artikel 21 DSGVO**). Wir bitten spätestens bis zwei Wochen vor dem Veranstaltungstermin um eine entsprechende Information.

Die Teilnehmerlisten werden nach Ablauf der gesetzlichen Verjährungsfristen und etwaiger daraus resultierender Ansprüche gelöscht.

## VII. Datenschutzhinweis für die Abonnenten unserer Newsletter

Wir verarbeiten Ihre personenbezogenen Daten, wenn Sie sich zu einem unserer Newsletter anmelden.

Zum Versand eines Newsletters benötigen wir Ihre E-Mail-Adresse. Ihre Daten werden von uns zum Zwecke des Newsletter-Versands verarbeitet.

Rechtsgrundlage der Datenverarbeitung ist Ihre Einwilligung und damit Art. 6 Abs. 1 a) DSGVO.

Sie können sich jederzeit von den Newslettern wieder abmelden und damit der weiteren Verwendung Ihrer Daten widerrufen. Sie können sich hierzu jederzeit aus dem Newsletter-Verteiler austragen, indem Sie uns per Email um Austragung bitten. Im Übrigen weisen wir Sie

# 11. DATENSCHUTZHINWEIS

Seite 5/5

hin auf **VIII. 2, besonderer Hinweis zum Widerruf gemäß Artikel 7 Absatz 3 DSGVO.**

Wenn Sie den Newsletter abbestellen, werden Ihre Daten dauerhaft gelöscht. Im Rahmen des täglichen Backups werden sie dort allerdings noch bis zu 30 Tage gespeichert.

## **VIII. Rechte der Betroffenen**

Betroffene haben uns gegenüber ein Recht auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung, Datenübertragbarkeit und Widerspruch (Artikel 15-21 DSGVO) sowie ggf. auf Widerruf einer erteilten Einwilligung (Artikel 7 DSGVO). Des Weiteren steht Ihnen ein Recht auf Beschwerde bei einer Aufsichtsbehörde zu (Artikel 77 DSGVO).

### **1. Besonderer Hinweis zum Widerspruchsrecht gemäß Artikel 21 DSGVO**

Sie haben das Recht, aus Gründen, die sich aus Ihrer besonderen Situation ergeben, jederzeit gegen die Verarbeitung Sie betreffender personenbezogener Daten, die aufgrund Artikel 6 Absatz 1 f) DSGVO (berechtigtes Interesse an einer Verarbeitung personenbezogener Daten aufgrund einer Interessenabwägung) erfolgt, Widerspruch einzulegen.

Widersprechen Sie der Datenverarbeitung, werden wir Ihre personenbezogenen Daten nicht mehr verarbeiten, es sei denn, wir können zwingende schutzwürdige Gründe für die Verarbeitung nachweisen, die Ihre Interessen, Rechte und Freiheiten überwiegen oder die Verarbeitung dient der Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen. Der Widerspruch kann formfrei mit dem Betreff „Widerspruch gegen die Verarbeitung personenbezogener Daten“ erfolgen unter Angabe Ihres Namens und Ihrer Adresse. Er sollte gerichtet sein an:

Wissensforum Backwaren e.V.  
Neustädtische Kirchstraße 7A  
10117 Berlin  
Per E-Mail: datenschutz@wissensforum-backwaren.de

### **2. Besonderer Hinweis zum Widerruf gemäß Artikel 7 Absatz 3 DSGVO**

Soweit Sie uns eine Einwilligung in die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten zu bestimmten Zwecken (z.B. Newsletterversand, Lichtbilder im Rahmen unserer Veranstaltungen sowie die Archivierung bestimmter Daten) gegeben haben, ist die Rechtmäßigkeit dieser Verarbeitung auf Basis einer Einwilligung gegeben.

Die Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Dies gilt auch für den Widerruf von Einwilligungserklärungen, die Sie uns gegenüber vor der Geltung der DSGVO (vor dem 25.05.2018) erteilt haben.

Der Widerruf der erteilten Einwilligung wirkt nur für die zukünftige Datenverarbeitung, sodass eine weitere Datenverarbeitung ab diesem Zeitpunkt unterbleibt. Die Rechtmäßigkeit der Verarbeitung bis zum Widerruf bleibt hiervon jedoch unberührt.

Der Widerruf kann formfrei mit dem Betreff „Widerruf gegen die Verarbeitung personenbezogener Daten“ erfolgen unter Angabe Ihres Namens und Ihrer Adresse. Er sollte gerichtet sein an:

Wissensforum Backwaren e.V.  
Neustädtische Kirchstraße 7A  
10117 Berlin  
E-Mail: datenschutz@wissensforum-backwaren.de

Verantwortlicher iSd Artikels 4 Nr. 7 DSGVO:

Wissensforum Backwaren e.V.  
Neustädtische Kirchstraße 7A  
10117 Berlin  
Kontakt per E-Mail: info@wissensforum-backwaren.de

Ansprechpartner in Angelegenheiten des Datenschutzes:

Wissensforum Backwaren e.V.  
Herr Geschäftsführer Christof Crone  
Neustädtische Kirchstraße 7A  
10117 Berlin  
E-Mail: datenschutz@wissensforum-backwaren.de

#### 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 Vi.S.d.P.:                                | Geschäftsbereich Deutschland:  | Geschäftsbereich Österreich:   |
|---|--|--|
| RA Christof Crone,<br>Wissensforum Backwaren e.V.         | Neustädtische Kirchstraße 7A<br>10117 Berlin<br>Tel. +49 (0)30/68072232-0<br>Fax +49 (0)30/68072232-9  | Smolagasse 1<br>1220 Wien<br>Hotline<br>+43 (0) 810 /001 093   |
| Wissensforum Backwaren e.V.<br>kommunikation.pur, München | <a href="http://www.wissensforum-backwaren.de">www.wissensforum-backwaren.de</a><br><a href="mailto:info@wissensforum-backwaren.de">info@wissensforum-backwaren.de</a> | <a href="http://www.wissensforum-backwaren.at">www.wissensforum-backwaren.at</a><br><a href="mailto:info@wissensforum-backwaren.at">info@wissensforum-backwaren.at</a> |
| Gestaltung:   |  |  |
| kommunikation.pur, München                                |  |  |