

Brot pro

Das Magazin fürs Handwerk

Im Heft

8
exklusive
Rezepte

Axel Schmitt ohne
Heavy Metal und Pyro-Show

Die Extra-Meile gehen

**Kontroverse um
Vollkennzeichnung**

ZUTATEN
Kann Spuren von Schalenfrüchten
(Nüssen) enthalten.

NÄHRWERTINFORMATION	
100 g enthalten:	1 Portion (40 g)
Energie	1824 kJ
	435 kcal
Eiweiß	10,4 g
Kohlenhydrate	56,9 g
davon Zucker	14,4 g
... gesättigte	15,6 g
	5,2 g
Eisen	1,4 mg
	(10%**)

**Weniger ist mehr:
Das optimale Sortiment**



**Weizensauerteig
verstehen und
einsetzen**



Editorial

Herzlich willkommen bei **BROT**pro.



Vielen Dank für die herzliche Aufnahme. Nach der ersten Ausgabe von **BROT**pro haben wir uns über eine Menge positiven Feedbacks gefreut. Waren wir angesichts der Masse an Zeitschriften für die Branche anfangs noch ein wenig unsicher, hat die Überzeugung nun vollends gesiegt.

Denn zu einem fairen Preis (das Jahresabo mit 4 Ausgaben kostet gerade 50 Euro) bringen wir fundierte Informationen und unabhängige Blickwinkel für die Handwerksbäckerei. So auch in dieser Ausgabe.

Wir betrachten Lupinen als interessante Zutat im Brot, den Verkauf als entscheidenden Baustein für den Erfolg einer Bäckerei oder die Bedeutung von Wasser im Brot. Denn manchmal sind es die Dinge, mit denen wir täglich umgehen, über die wir am wenigsten nachdenken. Und wir gehen dem Mysterium Weizensauerteig auf den Grund. Von der Herstellung bis zur dauerhaften Pflege. Natürlich fehlen auch Rezepte für den täglichen Einsatz nicht – entwickelt von Dietmar Kappl.

Selbstverständlich schauen wir auch in vielerlei Hinsicht wieder über den Tellerrand. In London habe ich Ben Mackinnon kennengelernt, der als Amateur eine Bäckerei gründete, die heute zu den erfolgreichsten in London zählt. Und das zu Recht. Dabei

arbeitet kaum ein Profi im E5 Bakehouse. Auch weltweite Trends der Backindustrie sind ein Thema. Für Handwerksbäckereien lassen sich durchaus einige Ideen ableiten.

Um die geht es ohnehin in fast jedem Text. Ideen, die Eure Arbeit freudvoller, einfacher, kreativer, wirtschaftlicher machen. In diesem Sinne wünsche ich viel Freude und Erkenntnisgewinn bei der Lektüre. Ich freue mich sehr über Euer Feedback.

Herzliche Grüße



Sebastian Marquardt, Chefredakteur
redaktion@brot-pro.de

Inhalt 2/19

Handwerk

Weizensauerteig – dem Mysterium auf der Spur
3 Wege zur eigenen Weizensauer-Kultur
Sourdough-Summit in Luzern
Austauschbarkeit von Vorteigen
Gefahr durch Hitze am Arbeitsplatz

Seite 17
Seite 22
Seite 27
Seite 30
Seite 54

Rohstoffe

Allround-Talent Lupinen
H₂Brot – Was Wasser macht

Seite 4
Seite 12

Wirtschaft

Weltweite Food-Trends
Sortiments-Management
Verkauf als wichtiger Baustein
Gesetzliche Pflicht zur Vollkennzeichnung?
Kennzeichnung – Zentralverband vs. Verbraucher-Schützer
Kennzeichnung – Freie Bäcker vs. Zentralverband
7 oder 19% – Diskussion um Mehrwertsteuer
Spenden für ein Internat in Malawi
Onlinekurs des Brotinstituts

Seite 28
Seite 32
Seite 38
Seite 42
Seite 46
Seite 48
Seite 56
Seite 57
Seite 68

Aus anderen Backstuben

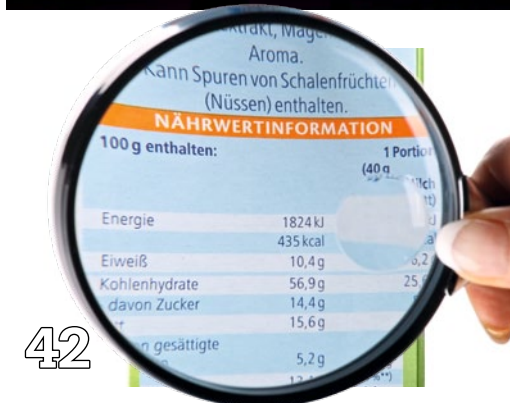
Die Backstube der Bäckerei Weiß & Sohn
Das E5 Bakehouse in London
Die Extra-Meile gehen – Wackebäcker Axel Schmitt

Seite 50
Seite 60
Seite 71

Rezepte

Lupinen-Brot
Lupinis
Gassenhauer
Levain francese
Hasenkanten
Heller Bure
Focaccia
Dinkel-Roggen-Mischbrot

Seite 10
Seite 11
Seite 24
Seite 25
Seite 26
Seite 66
Seite 67
Seite 79





Allround-Talent
aus dem Reich
der **Hülsenfrüchtler**

Lupinen



Mehl, Schrot, Milch, Eis, Kaffee, Steaks, Bratwurst, Pasta, Suppe, Aufstriche, Chutneys – die Lupine ist ein Allround-Talent und findet vielfältige Einsatzmöglichkeiten. Nicht alle muss man mögen, aber da die „Wolfsbohne“ dabei ist, die Sojabohne mehr und mehr abzulösen und dabei noch ein regionaler Vertreter ist, lohnt es sich, den einen oder anderen Blick auf die Lupine zu werfen.

Bereits im alten Ägypten, Rom und Griechenland war der Samen der Lupine ein wertvolles Grundnahrungsmittel, das selbst von Hippokrates aufgrund seiner „hohen Verdaulichkeit“ gelobt worden sein soll. Doch dann verschwand sie zunehmend von den Tellern, bis sie zwischen dem 16. und 18. Jahrhundert überwiegend nur noch als Zierpflanze diente. Ausschlaggebend dafür soll ihr bitterer Geschmack gewesen sein, der immer weniger Liebhaber fand. Denn die Lupine war reich an Bitterstoffen und toxischen Alkaloiden, dem Lupinin. Um sie überhaupt genießbar und verträglich zu machen, brauchte es eine tagelange Waschung in Salzwasser.

Es folgten bis ins 20. Jahrhundert hinein immer wieder Bemühungen, die Lupine zurück ins Nahrungsgedächtnis zu bringen. Vor allem in Notzeiten, zum Beispiel während des ersten Weltkriegs, wollte man sie als heimischen Eiweiß-Lieferanten anbauen lassen. 1918 fand in Hamburg sogar ein „Lupinen-Festessen“ statt, bei dem Lupinen-Suppe, Lupinen-Steaks in Lupinen-Öl gebraten und mit Lupinen-Extrakt gewürzt, Lupinen-Margarine mit Lupinen-Gebäck und Lupinen-Käse sowie Lupinen-Schnaps und Lupinen-Kaffee gereicht wurden.

Zudem gab es Tischdecken und Briefpapier aus Lupinen-Fasern und auch Briefumschläge, die mit Kleber auf Lupinen-Basis versiegelt werden konnten. Zum Händewaschen lag Lupinen-Seife bereit. Ziel war es, die Attraktivität der Lupine als Nahrungs- und Rohstoff-Lieferanten zu zeigen. Aber der bittere Geschmack, die relativ hohe Toxizität, der aufwändige Prozess des Waschens hielten die Ablehnung aufrecht.



Die Weiße Lupine keimt epigäisch, das heißt sie schiebt das Keimblatt während der Keimung aus dem Boden. Am Blattrand oben rechts sind noch die Abdrücke des Samens zu sehen



Die Samen haben eine unvergleichbare Form. Sie sind rundlich-viereckig, seitlich abgeflacht und von heller Farbe. Erntereif sind sie, wenn die Samen in den trockenen Hülsen rascheln

Schlussendlich war es der Botaniker und Pflanzenzüchter Reinhold von Sengbusch (Züchter der „Senga Sengana“-Erdbeere), der der Lupine die Bitterstoffe und toxischen Alkaloide herauszüchtete. 1942 gelang es ihm, eine Alkaloid-arme, aber in den Blatthülsen instabile Sorte mit einer Alkaloid-reicheren, aber in den Blatthülsen stabilen Sorte zur „platzfesten Süßlupine“ zu züchten. Der Name „Süßlupine“ beruht dabei weniger auf einem süßen Geschmack, als vielmehr auf der Abwesenheit eines bitteren Geschmacks. Als „Süßlupine“ gilt die Pflanze nämlich ab dem Zeitpunkt, ab dem der Alkaloid-Gehalt unter 0,04% sinkt. Für den Einsatz als Lebensmittel wird ein Alkaloid-Gehalt unter 0,02 % veranschlagt.

Die Lupine ist heute mehr und mehr im Gespräch wie auch im Einsatz, nicht zuletzt durch den schlechten Ruf, den die Sojabohne genießt (Stichwort: Gentechnik). Aber auch der regionale Faktor trägt zur steigenden Beliebtheit bei. Die Lupine wird beinahe in ganz Europa, verstärkt Mitteleuropa, und sogar in Deutschland angebaut und weiterverarbeitet. Vor allem in Norddeutschland zeigen sich farbenfrohe Felder aus Gelb-Lupine, Blau-Lupine und Weiß-Lupine. Wobei die Blüten-



MEHLHERSTELLUNG

Zur Mehl- und Schrotherstellung werden die Samen der Lupine in der Regel zunächst mit 70 Grad heißem Wasserdampf „getoastet“, um Enzyme zu inaktivieren, die sonst zum Ranzigwerden von Fettstoffen beitragen würden. Anschließend schält man die Samen, die dann zu Schrot oder Mehl vermahlen werden.



Schrot und Mehl aus der (Süß-)Lupine bereichern die heimische Backstube



Die Blütezeit ist in der Regel im Mai. Hier die Sorte ‚Lublanc‘, die schneeweiße Blüten trägt



Die Blütenfarbe der Lupine entspricht nicht zwingend dem Farb-Adjektiv der Pflanze. Es gibt auch weiß blühende Blaulupinen und bläuliche Weißlupinen

Ein sauberer Lupinen-Bestand im Raum Hannover Anfang Juni. Bis zu diesem Zeitpunkt wurden die Lupinen einmal gestriegelt und zweimal gehackt. Per Hand wurden einzelne Disteln gezogen

farbe der Blau-Lupine auch weiß sein kann und die der Weiß-Lupine auch bläulich. Die Gelb-Lupine findet bislang eher Einsatz im Futtersektor. Denn auch dort werden hochwertige Eiweißpflanzen als Soja-Alternative verstärkt nachgefragt.

Wer seine Lebensmittel unter ernährungsphysiologischen Gesichtspunkten auswählt, wird die Lupine früher oder später auch gegenüber anderen Bohnen vorziehen. Sie punktet nämlich mit einem hohen Eiweißgehalt von 35 bis 40 Prozent der Trockenmasse. Zudem enthält sie alle essentiellen Aminosäuren. Zeitgleich weist die Lupine einen relativ geringen Fettgehalt auf, dessen

Anteil überwiegend aus ungesättigten Fettsäuren besteht. Sie besitzt wertvolle Carotinoide und antioxidative Substanzen wie Vitamin E, ist reich an Mineralien und Spurenelemente (Kalium, Calcium, Phosphor, Magnesium, Mangan, Zink und Eisen) und hat weitere wertvolle sekundäre Pflanzenstoffe mit an Bord.

Die Produktpalette an Lupinen-Erzeugnissen ist vielfältig. Von Bier über Milch oder Kaffee bis hin zu Aufstrichen, Eis und Joghurt, Würzsaucen, Mehl- und Schrot-Erzeugnissen oder sogar veganen Steaks und Würsten gibt es kaum eine Sparte im Lebensmittelbereich, die nicht durch Lupinen-Varianten abgedeckt wird.

Beim Backen sind vor allem Lupinenmehl und -schrot von Bedeutung – und nicht nur für die glutenfreie Backstube interessant. Als Beimischung erhöht Lupinenmehl die Teigausbeute, da es viel Flüssigkeit binden kann. Diese Eigenschaft verbessert auch die



Sie sehen aus wie Erbsen, schmecken auch ähnlich. Allerdings werden sie nicht als Gemüse gedroschen und verwertet, sondern als getrocknete Hülsenfrucht

Teigbeschaffenheit sowie -bearbeitbarkeit und kann die Lupine zum Ei-Ersatz machen. Damit wird ihr Mehl auch in der veganen Küche interessant.

Lupinenmehl gibt eine gelbliche Nuance ins Gebäck und einen leicht nussig-herben Geschmack. Beim Backen kann das Lupinenmehl andere Mehle mit bis zu 15 Prozent als Beimischung ersetzen, ohne den Geschmack zu dominieren. Ab 20 Prozent Beimischung setzt sich der Lupinen-Geschmack stärker durch und ist dann schon eher etwas für Liebhaber herber und nussiger Nuancen.

Lupinenschrot sorgt für eine kernige Komponente und für eine angenehme Gebäck-Textur mit nussigen Aromen. Es kann als Aufstreu auf Brötchen die Klassiker wie Sesam, Mohn oder Sonnenblumenkerne ersetzen. Im Teig kann es als Quellstück oder Brühstück einen körnig-kernigen Charakter ähnlich wie Saaten oder Nüsse entwickeln. Auch im Müsli oder Porridge macht sich Lupinen-Schrot durch seinen nussigen und leicht knusprigen Charakter gut. Mehl und Schrot erhöhen den Ballaststoffgehalt von Broten und Brötchen und tragen zu einer erhöhten sowie anhaltenderen Sättigung bei.

Zusammenfassend punktet die Lupine aus der Familie der Hülsenfrüchtler mit einem regionalen Charakter, mit guten ernährungsphysiologischen Werten sowie mit einer positiven und vielfältigen Bereicherung für die Bäckerei. Es lohnt sich, mit ihr zu experimentieren. 🍳



Die Samen der Weißlupine sind deutlich größer als die ihrer blauen Schwester





Weißes Lupinen erhöhen in Brot die Wasserbindung, damit auch die Frischhaltung. Außerdem sorgen sie für einen höheren Eiweißgehalt der Gebäcke. Sie bekommen einen nussartigen Geschmack



Die Wurzeln der Lupine dringen tief ins Erdreich ein. Ihre Besonderheit ist die Gabe der Stickstoff-Fixierung. Je mehr Knöllchenbakterien die Wurzel trägt, desto mehr natürlicher Stickstoff wird gebunden und desto höher wird der Eiweißgehalt der Lupinensamen

NÄHRSTOFFLIEFERANT

Im Agrar-Bereich ist die Lupine nicht nur als Nahrungsmittel interessant, sondern auch als natürlicher Stickstofflieferant. Als Leguminose vermag die Lupine in den Wurzeln Luftstickstoff zu Bodenstickstoff umzuwandeln. Sie versorgt sich also mit dem wichtigsten Nährstoff selbst und reichert mit ihren tiefen Wurzeln den Boden mit Stickstoff an. So versorgt sie die oberen Schichten der Ackerböden optimal mit wichtigen Nährstoffen.

Text:
Ben Bemnista
 www.brotpoet.de

Bilder:
Elke zu Münster
 www.brotbuero.de



Lupinen-Brot

Geschmacklich wie auch optisch erinnert dieser Laib an ein Ruchmehl-Brot. Die Kruste ist sehr rösch und duftet aromatisch. Eine Maronen-Note wird durch die leicht harzigen Aromen des Honigs umspielt. Die feine, leicht ins Gelbliche gehende Krume ist durch die Langzeitführung sehr saftig und hat eine lange Frischhaltung. Das geröstete Roggenmehl dient zur optischen wie auch geschmacklichen Abrundung. Das Brot erinnert an ein dunkles französisches Baguette mit leichten Honignoten. Optional können auch Lupinensamenstückchen über ein Quellstück hinzugegeben werden.

Vorteig

- ▶ 1,380 kg Dinkelmehl 630
- ▶ 0,825 kg Wasser
- ▶ 0,015 kg Hefe

⦿ Die Zutaten vermischen und über Nacht im Kühlhaus reifen lassen.

Sauerteig

- ▶ 1,200 kg Roggenmehl 1150
- ▶ 0,720 kg Wasser
- ▶ 0,120 kg Anstellgut

⦿ Die Zutaten mischen und bei 28°C mindestens 16 Stunden lang reifen lassen.

Hauptteig

- ▶ 2,220 kg Vorteig
- ▶ 2,040 kg Sauerteig
- ▶ 2,400 kg Weizenmehl 550

- ▶ 3,220 kg Dinkelmehl 630
- ▶ 0,800 kg Roggenmehl 1150 geröstet
- ▶ 1,000 kg Lupinenmehl
- ▶ 6,500 kg Wasser
- ▶ 0,200 kg Honig
- ▶ 0,200 kg Salz
- 18,580 kg Teig

Kneten: 3 Minuten langsam,
6 Minute schnell
Teigtemperatur: 22°C
Teigruhe: 6 Stunden (Teig in
geölte Wannen verteilen, nach
1 Stunde aufziehen)

Aufarbeitung

- ⦿ Teigeinlage 900 g
- ⦿ Teiglinge zart über vier Ecken zur Mitte hin einschlagen und mit Schluss nach unten in gemehlte Körbe mit Tüchern geben

Stückgare

Temperatur: 24-26°C
Zeit: 60 Minuten
Alternativ über Nacht bei 6°C im Kühlhaus, vor dem Backen 1 Stunde akklimatisieren lassen.

Backen

Schwaden: normal
Backtemperatur: 240°C, fallend auf 210°C, Nach 1 Minute Zug ziehen, nach 10 Minuten schließen
Backzeit: 50 Minuten

Rezept & Bilder:
Akademie Deutsches
Bäckerhandwerk



AKADEMIE
Deutsches Bäckerhandwerk
Weinheim



Lupinis



Diese Lupinis sind keine klassischen Sonntagsbrötchen, aber ideale Begleiter zum Curry, zur deftigen Suppe oder als interessante Frühstücksbrötchen-Alternative. Mit 20 Prozent Lupinmehl erinnern die Brötchen geschmacklich ein wenig an Kichererbsen oder Berglinsen, die ja zusammen mit den Lupinen der gleichen „Familie“ angehören. Es dominieren würzige, herbe, kräftige und nussige Aromen.

Sauerteig

- ▶ 1,400 kg Weizenmehl 550
- ▶ 0,600 kg Lupinmehl
- ▶ 1,600 kg Wasser
- ▶ 0,400 kg Anstellgut

⦿ Die Zutaten vermischen und 12 Stunden bei Raumtemperatur reifen lassen.

Vorteig

- ▶ 0,600 kg Weizenmehl 550
- ▶ 0,400 kg Lupinmehl
- ▶ 1,200 kg Wasser (4°C)
- ▶ 0,010 kg Hefe

⦿ Die Zutaten mischen und 12 Stunden bei Raumtemperatur reifen lassen.

Brühstück

- ▶ 1,000 kg Lupinenschrot
- ▶ 1,500 kg Wasser (siedend)
- ▶ 0,100 kg Salz

⦿ Die Zutaten mit dem kochenden Wasser verrühren und 12 Stunden bei Raumtemperatur quellen lassen.

Hauptteig

- ▶ 4,000 kg Sauerteig
- ▶ 2,210 kg Vorteig
- ▶ 2,600 kg Brühstück
- ▶ 6,000 kg Weizenmehl 550
- ▶ 1,000 kg Lupinmehl
- ▶ 3,600 kg Wasser
- ▶ 0,120 kg Salz
- 19,530 kg Teig

Kneten: 5 Minuten langsam, 10 Minuten schnell
Teigtemperatur: 24°C
Teigruhe: 2 Stunden im Raum, anschließend zirka 12 Stunden im Kühlhaus

Aufarbeitung

- ⦿ Teigeinlage 100 g
- ⦿ Den Teig zu einem Quadrat ausziehen und Teiglinge abstechen.
- ⦿ Die Oberfläche benetzen und in Lupinenschrot drücken.

Stückgare

Temperatur: 24-26°C
Zeit: 45 Minuten

Backen

Schwaden: normal
Backtemperatur: 240°C, nach 1 Minute Zug ziehen
Backzeit: ca. 22 Minuten



Über die Bedeutung von
Wasser im Brot

H₂BROT

Muss man wirklich über Wasser reden? Klar, muss man. Es ist mengenmäßig die zweitwichtigste Zutat nach Mehl. Angesichts dessen wird im Zusammenhang mit Brot viel zu selten über Wasser gesprochen. Dabei erfüllt es eine Menge Funktionen im Brot. Zeit, die mal näher zu beleuchten.

Text: Sebastian Marquardt



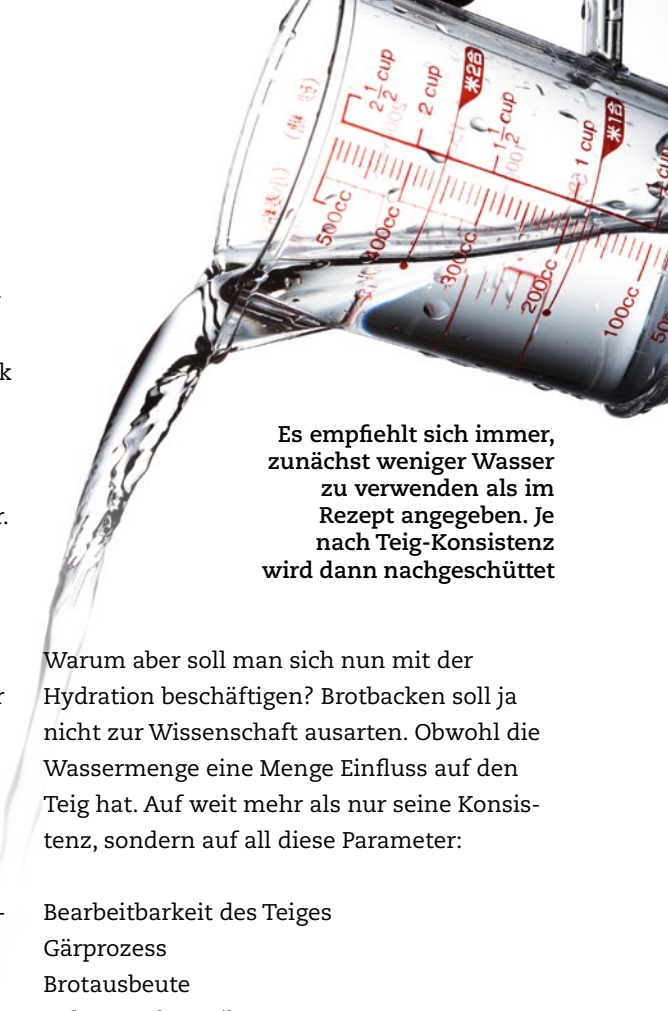
Wasser wird immer dann zum Thema beim Brotbacken, wenn die Menge im Teig nicht stimmt. Das kann selbst beim besten Rezept passieren. Zu viele Faktoren beeinflussen das Zusammenspiel der Ingredienzien. Temperatur, Luftfeuchtigkeit, Herkunft, Verarbeitungsart, Lagerung, Luftdruck – all das kann nur in Maßen beeinflusst werden. Also muss jedes Rezept diesen Bedingungen angepasst werden. Am stärksten sichtbar wird das beim Verhältnis von Mehl und Wasser.

Für dieses Verhältnis gibt es zwei unterschiedliche Werte. Im deutschsprachigen Raum ist die Rede von der Teigausbeute, also dem Mengenverhältnis von Mehl und Wasser als Addition, mit 100 Teilen Mehl als Grundmenge. Diese Form der Berechnung ist ein deutsches Phänomen.

International spricht man von der Hydratation eines Teiges. Hier kommt der klassische Dreisatz zum Tragen:

Wassermenge x 100 / Mehlmenge
= Hydratation in Prozent

Eine TA von 165 entspricht international also einer Hydratation von 65%.



Es empfiehlt sich immer, zunächst weniger Wasser zu verwenden als im Rezept angegeben. Je nach Teig-Konsistenz wird dann nachgeschüttet

Warum aber soll man sich nun mit der Hydratation beschäftigen? Brotbacken soll ja nicht zur Wissenschaft ausarten. Obwohl die Wassermenge einen Einfluss auf den Teig hat. Auf weit mehr als nur seine Konsistenz, sondern auf all diese Parameter:

- Bearbeitbarkeit des Teiges
- Gärprozess
- Brotausbeute
- Volumen des Laibes
- Flexibilität der Krume
- Kau-Empfinden
- Geschmacksempfinden
- Haltbarkeit des Brotes



Beim Backen in der Kastenform kann die TA auf bis zu 200 erhöht werden. Ergebnis sind saftige Brote



Helle Weizenteige für
Brötchen oder Baguettes
haben in der Regel eine
TA von 160 bis 165

Das ist eine Menge Verantwortung, die da beim Wasser liegt. Was passiert nun aber eigentlich, wenn es mit Mehl in Berührung kommt? Beim Vermischen beider Komponenten hydratisieren Wassermoleküle die glutenbildenden Proteine Gliadin und Glutenin sowie Stärke und andere Bestandteile. Wenn Protein- und Stärkemoleküle Wasserstoffverbindungen eingegangen sind, ist der Prozess der Hydratation abgeschlossen.

Die Partikel nehmen dabei das Wasser allein durch den Kontakt auf, unterstützt wird der Prozess aber, wenn die Moleküle aneinander reiben – ein Effekt, der beim Kneten entsteht. Entsprechend haben Faktoren wie der Knetmaschinen-Typ, Knethaken, Wasserfluss und Druck Einfluss auf den Prozess. Beim Kneten werden immer wieder bereits hydratisierte Schichten abgetragen und noch nicht gebundenes Wasser kann sich in die nächste Schicht einarbeiten.

Drei Inhaltsstoffe des Mehls beeinflussen die Wasser-Aufnahme. Mit einem Wert von 46 Prozent hat die Stärke den, nunja, stärksten Einfluss. Zu 31 Prozent bestimmen die Proteine die Bindungsfähigkeit, zu 23 Prozent sind es die Pentosane. Das sind Schleimstoffe, die in Getreide vorkommen und eine hohe Wasseraufnahme-Fähigkeit haben.

Bei Weizen machen Pentosane nur etwa 2 bis 3 Prozent des Kornes aus. Bei Roggen sind es 6 bis 8 Prozent. Das erklärt, warum Roggenteige mehr Wasser brauchen als Weizenteige. Mehr

Pentosane binden mehr Wasser. Aber wieviel Wasser braucht ein Teig? Die Antwort ist einfach: Nicht zu wenig und nicht zu viel.

Enthält er zu wenig Wasser, bleibt der Teig unflexibel und trocken. Der Gärprozess dauert länger und der Teigling wird beim Backen nicht gut aufgehen. In der Folge wird das gebackene Brot ein kleineres Volumen haben und eine eher feste Porung. Es trocknet zudem schneller aus, ist also weniger lange haltbar.



Bei Roggenbrot liegt die Hydratation oft bei etwa 75 Prozent





Die Wassermenge bestimmt, wie gut sich der Teig bearbeiten lässt



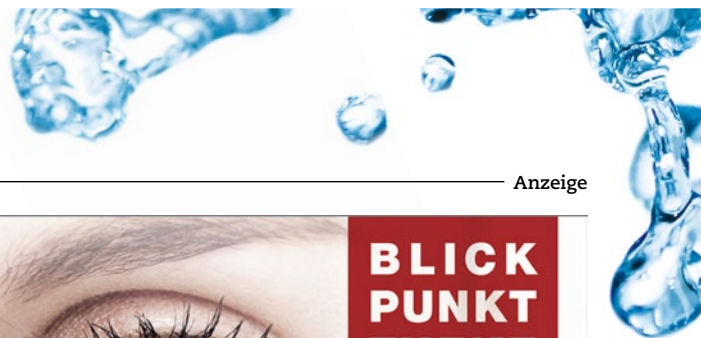
Der Wassergehalt des Teiges bestimmt auch die Flexibilität der Krume sowie ihr Kau-Empfinden

Aber auch eine zu hohe Hydratation ist nicht wünschenswert. Sie führt zu einem weichen, feuchten sowie klebrigen Teig und schnell zu Übergare. Er ist zudem weder von Hand noch in der Maschine gut zu handhaben.

Das Endprodukt wird zwar ein Brot mit höherem Volumen sein, dessen Krume aber eine unregelmäßige Struktur hat und eher klitschig sowie Schimmelanfälliger ist.

Irgendwo zwischen diesen beiden Zuständen sollte also die TA eines Brotes liegen. Üblich sind in der Regel diese Werte:

Vollkorn-Teige	180
Roggen-Teige	175
Ciabatta-Teige	175
Helle Weizen-Teige	160-165



Anzeige



BLICK
PUNKT
THEKE



SCHWEITZER
die ladenmanufaktur

+43 (0)7242-238-0 · www.schweitzer.at



Eine hohe Hydratation im Teig führt zu einer grobporigen Krume

Doch sind das nur Richtwerte. Denn es gibt, wie eingangs erwähnt, auch externe Faktoren, die die Fähigkeit der Wasserbindung im Mehl beeinflussen. Das beginnt bei der Mühle, ihrer Art zu mahlen und den dortigen Lagerbedingungen. Schon hier zeigen sich riesige Unterschiede in den Mehlen.


Verstärkt werden sie in der eigenen Bäckerei. Herrscht eine hohe Luftfeuchtigkeit, saugt das Mehl diese bereits auf, wenn es nicht luftdicht gelagert wird. Raumtemperatur, Luftdruck sind weitere Einflussfaktoren. Gerade im warmen Sommer des letzten Jahres wurde in vielen Backstuben geflucht, weil Teige plötzlich viel weicher waren als geplant oder gewohnt.

Zunächst einmal empfiehlt es sich, mit den eigenen Mehlen zu experimentieren. Dafür beginnt man mit einer deutlich geringeren Wassermenge, als im Rezept angegeben. Je nach Beschaffenheit des Teiges wird Wasser in kleineren Schritten hinzugegeben. Auf diese Weise gewinnt man Erfahrungswerte und bestimmt seine eigene ideale Hydratation.

Damit werden die Teig- und Backergebnisse berechenbarer und Überraschungen wie dahinfließende Teige bleiben aus. ■

Bei zu wenig Wasser trocknet das Brot schnell aus, mehr Wasser bedeutet eine längere Haltbarkeit





Durch die Pflegeparameter
erhält der fest geführte
Weizensauer kräftigen Trieb
bei milder Säure

Die **Führung** des eigenen
Weizensauerteigs Text: Manfred Schellin

Mysterium

Weizensauer ist oft ein Buch mit sieben Siegeln. Auf Fortbildungsveranstaltungen sieht, riecht, schmeckt man unglaublich verführerische Gebäcke, die man sich genau so in den eigenen Verkaufsregalen wünscht. Bei der Umsetzung in der eigenen Backstube stolpert man dann über fehlenden Trieb, Übersäuerung und schwankende Qualitäten. Und findet den Fehler nicht. Zudem gibt es niemanden, der weiterhelfen könnte. Hier sind die wichtigsten Informationen zu einer völlig neuen – und doch sehr alten – Philosophie zusammengestellt.

Warum fällt es so schwer, die Weizensauer-Philosophie zu verstehen? Mit dem Einzug der Bäckerhefe in Backstuben hat eine grundlegende Veränderung stattgefunden: Die eigene (Roggen-)Sauerteig-Kultur wurde zunehmend auf ihre aroma- und säuregebende Eigenschaft reduziert. Für die notwendige Triebkraft im Brot sorgt indessen die Hefe. Sie ist schnell, leicht steuerbar, billig und zuverlässig. Kurzum: Eine große Entlastung. Gesteigert noch vom nächsten konsequenten Schritt, auch die Säure von extern zuzugeben. Letztlich aber eine qualitätsmindernde Form der Arbeitserleichterung.

Die Arbeit mit Roggensauer, im deutschsprachigen Raum mit großem historischem Wissen und viel Tradition belegt, wird auf den Vollsauer beschränkt. Mit ihm ist es fast egal, ob der Sauerteig nach einer Reifezeit von 24 Stunden oder 3 Tagen in den Hauptteig kommt.

Der Versuch, es mit dem Weizensauer ebenso zu tun, enttäuscht häufig. Soll ein Weizen-Hefengebäck mit einem Weizenvollsauer aromatisiert werden, ist das eher die Holzhammer-Methode. Mit etwas Glück und Erfahrung kommt ein geschmacklich ausgewogenes Brötchen aus dem Ofen, das länger anhaltende Frische und Röste aufweist als der Standard. Nicht schlecht. Aber ein Teilsieg, kein Befreiungsschlag. Denn dieses einfache Verfahren ist lange kein Alleinstellungsmerkmal mehr.

Für die anspruchsvolle Aufgabe, auf Bäckerhefe im Weizengebäck zu verzichten, ist eine lebendige, wachsende Weizensauer-Kultur nötig,

ÜBER DEN AUTOR

Manfred Schellin ist Biochemiker und Dozent der Akademie Deutsches Bäckerhandwerk in Weinheim. Hier lehrt er sein Wissen als Sauerteig-Fachmann, der sich auf Brotaromen in Abhängigkeit von Mehl und Fermentation spezialisiert hat.



kein durch eigene Stoffwechselprodukte gelähmter, schlafender Vollsauer. Das ist, als ließe man einen seit 15 Jahren berenteten Bäcker von jetzt auf gleich eine Backstube leiten. Er würde scheitern.

Wir richten unsere Aufmerksamkeit also auf junge oder langsame Reifestadien – solche, aus denen der Weizensauer kräftig treibt und noch wenig Säure entwickelt. Die sehr individuellen Aromen bringt die spezielle – im besten Falle hauseigene – Kultur mit. Um die geht es im Anschluss.

Die Triebigkeit, also die Kohlendioxid-Produktion – so ist es gelernt – kommt in der Roggensauer-Kultur zu zirka 80 Prozent von



Mit dem milden Aroma lassen sich auch süße Gebäcke treiben



den Hefen. In der milden Weizensauer-Kultur sind sie es wegen des geringen Anteils säureproduzierender Bakterien zu fast 100 Prozent.

Das Hefewachstum wird durch 4 Maßnahmen besonders gefördert:

Sauerstoffzufuhr

Wie beim Schaumsauer-Verfahren wird das Anstellgut mit dem Schüttwasser schaumig aufgeschlagen. Das ist die wichtigste Komponente. Fehlt Sauerstoff, wird die Hefevermehrung stark gebremst.

Temperatur

Die Hefen teilen sich bei zirka 26°C am schnellsten.

Einfachzucker

Malz oder Honig (kein Haushaltszucker) dienen den Mikroorganismen als Energielieferanten.

Mehrstufige Sauerteig-Führung.

Mit ihr werden die natürlichen Hefen konzentriert, sodass ihre volle Arbeitskraft zur Verfügung steht.

In italienischen Bäckereikreisen wird die echte Madre (Lievito naturale, ein fest geführter, milder Weizensauerteig) fast wie eine Gottheit verehrt. Grund ist die durch sie erreichte Gebäckqualität.

Zudem gibt es nur noch wenige Handwerksbäcker/innen, die das Madre-Handwerk beherrschen. Die Madre unterscheidet sich von unserem milden Weizensauer im Wesentlichen durch den geringeren Wassergehalt und die Gärtemperaturen. Daraus resultiert eine verminderte Stoffwechselfgeschwindigkeit. Madre baut langsamer ab, ist also besser berechenbar, hat ein größeres Zeitfenster für ihre Pflege und die Arbeit mit ihr. Der Clou ist, dass TA und Temperatur leicht verändert, angepasst werden können. Deshalb gilt dem Einstieg in die Welt der Weizensauerführungen über die italienische Variante eine besondere Empfehlung.

Für den eigenen Lernprozess kann man mit relativ günstigem Gerät beginnen. 100,- Euro sollten als Startkapital genügen. Ein billiger Weinkühlschrank (17°C) als „Hardware“, ein Sack Bio-Gelbweizen (Kanarienvogelfutter ist teurer und nährt Menschen nicht) als Futter für die neue Mitarbeiterin und ihre Kultur. Der Gelbweizen überrascht mit einem großen Volumen fruchtiger Aromavorstufen, die auch im Brot noch wahrnehmbar sind.



Entscheidend für die Qualität des Anstellguts ist neben der Hygiene die Einhaltung fester Zeiten und Temperaturen

Gepflegt wird die Madre mit Anstellgut, Mehl und Wasser im Verhältnis 2:2:1



Mit einem gut gepflegten Weizensauer ist der Zusatz von Bäckerhefe nicht nötig

Los geht es mit 300 g reifem ASG, das mit 500 g Wasser (33°C) schaumig aufgeschlagen und anschließend mit 1000 g Gelbweizenmehl Type 550 homogen verknetet wird (Teigtemperatur 27°C). Das Ganze eine Stunde starten lassen, dann für 24 Stunden abgedeckt in den Weinkühlschrank bei 17°C.

Am nächsten Arbeitstag startet die gleiche Prozedur zur – zumindest ungefähr – gleichen Zeit. Am Wochenende bekommt die Kultur eine Auszeit, am besten wird die Madre in dieser Zeit bei 4°C gelagert.

Auf diese Weise stehen arbeitstäglich 1,5 kg Madre zum Experimentieren zur Verfügung. Sie entwickelt durch die beschriebenen Zucht-Bedingungen eine ganz leichte Säure und einen starken Trieb, der keine weitere Bäckerhefe nötig macht.

Sollte der Trieb in der ersten Zeit mit der neuen Madre noch nicht ausreichen, schiebt man eine 2. Stufe (Auffrischung) ein. Im Verhältnis 2:2:1 werden ASG, Mehl und

Vollsauer

Der ausgereifte Sauerteig ist durch Aufkonzentration einer Reihe eigener Stoffwechselprodukte oder einen Mangel an Energie oder bestimmter Bausteinen in seiner Fermentations-Geschwindigkeit deutlich verlangsamt.

Kaufkultur

Aktive Kulturen, kommerziell vermarktet, bieten eine verlässliche, gleichbleibende Qualität. Sie unterscheiden sich in Konzentration und Zusammensetzung der Mikroorganismen, sodass teilweise auch hier eine einstufige Führung nicht ausreicht. Manche dieser Kulturen funktionieren andererseits so gut, dass sie eine diskussionswürdige Alternative zur eigenen Kultur darstellen. Insbesondere bei einem nur kleinen Anteil von Sauerteig-Produkten im Sortiment.

6 wichtige Parameter der Sauerteigführung

(ausführlich beschrieben in Ausgabe 1/19 von BROTpro)

1. Qualität des Anstellgutes, Trockensauers, Ferments: Sie zu beurteilen, geht nur durch Vergleich. Die Suche nach gutem ASG kennt keine Grenzen: Urlaub, Fortbildung, Erfa-Kreise – sammeln, testen und mit der eigenen Kultur vergleichen. Dabei sollte nicht nur das ASG mit nach Hause genommen werden, sondern auch die Pflegeanleitung. Auch gekauftes ASG hat seine Berechtigung.
2. Den Sinnen trauen: riechen, schmecken, sehen, fühlen und so die Qualität beurteilen.
3. Disziplin bei der Einhaltung von Temperaturen.
4. Disziplin bei der Einhaltung von Fütterungszeiten.
5. Hygiene: Zwar ist eine gute Kultur relativ stabil, aber verschiedene Keime könnten sie infizieren und aus dem Gleichgewicht bringen, im wahrsten Sinne krank machen. Deshalb: vorher Hände waschen und neue, saubere Arbeitswerkzeuge sowie -gefäße benutzen.
6. Futter, Substrat, Mehl: Für ein ASG sollte immer das selbe Mehl verwendet werden, Wechsel beeinträchtigen die Qualität. Die steigt auch mit der Güte des Mehls.

Wasser gemischt (TT 28°C) und 5 Stunden zur Reife gestellt.

Der einzige echte Kompromiss gegenüber den Lombarden ist der Verzicht auf Fermentation unter Druck. In der Lombardei wird die Madre während des Gärprozesses in ein Segeltuch eingeschlagen und mit einem Seil verzurrt. Diese Maßnahme verschiebt das biochemische Gleichgewicht in der Madre und lässt sie nach Ansicht der Norditaliener noch triebiger werden.

Um sich im Thema Sauerteig Kompetenzen anzueignen, empfiehlt sich die Suche nach den besten und unabhängigen Spezialisten. Es gibt nur wenige.

Die Arbeit mit dem festen, milden Vorteig erfordert Hände und Kopf, passt durch diese naturgegebenen Charakterzüge also sehr gut in die handwerklich arbeitende Bäckerei. Außerdem bringt sie eine hohe und unverwechselbare Backwaren-Qualität ins Verkaufsregal.

Wer richtig schlechte Laune bekommt, weil jemand unsachgemäß mit der Madre umging, wissend, dass jede käufliche Kultur sie nicht annähernd ersetzt, ist auf dem richtigen Weg.

Die folgenden Rezepte von Dietmar Kappl sind sehr ausgereift und – wenn man von einer Konstante absieht – gelingsicher sowie geschmacklich ausgewogen. Bei dieser einen Konstante handelt es sich um die Qualität des ASG. Für die einfache Umsetzung der Rezepte unterscheidet Dietmar Kappl nicht zwischen Roggen- und Weizensauer ASG und beschreibt das eigene ASG auch nicht näher.

Das ist fachlich in Ordnung, weil es in seinem Haus von immer gleicher, berechenbarer Top-Qualität – und tatsächlich zwischen Roggen und Weizen austauschbar – ist. Das liegt an der milden, triebigen Ausprägung seines R960-Sauerteiges.

Alternativ bekommt man mit einem Weizensauer-ASG ein geschmacklich tendenziell anderes Brot, das dennoch in jeder Prüfung glänzt. 🍞



Während Roggensauer in hiesigen Backstuben etabliert ist, wirkt Weizensauer wie ein Buch mit sieben Siegeln – zu Unrecht

Eigener Starter



Helle Mehle führen zu einem milderen Sauerteig, Vollkorn führt zu einer steten Neuzufuhr von Mikroorganismen

Wer nicht auf ein entsprechendes Anstellgut zurückgreifen kann und keinen Reinzuchtstarter kaufen möchte, hat verschiedene Wege, eigenen Sauerteig anzusetzen. Belohnt wird man mit großer Aromenvielfalt, wenn man der Natur freien Lauf lässt. Hier die drei erfolgversprechendsten Wege mit unterschiedlichem Arbeitsaufwand, aber auch unterschiedlicher Versäuerung.

Milder Starter aus Rosinenwasser

Diese Variante führt auf einem sehr einfachen Weg zu einer milden, fast säurefreien Madre. Benötigt wird eine stabile PET-Flasche, etwa 1,5 Liter fassend, 250 Gramm Rosinen bester Bioqualität, möglichst frisch und ungeölt. Dazu 1 Teelöffel Honig und 1 Liter Wasser. Alles wird in die Flasche gefüllt, verschraubt, geschüttelt und bei 25-30°C – je nach Qualität der Rosinen – 3-5 Tage stehen gelassen. Dabei entwickelt sich durch Gärprozesse erheblicher Druck in der Flasche. Er muss regelmäßig abgelassen werden, um eine Explosion zu vermeiden.

Hat sich ein solch starker Druck entwickelt, ist das ein sicheres Zeichen dafür, dass die Mikroorganismen wie gewünscht arbeiten. Nur dann ist das entstandene Hefewasser als Startermaterial geeignet. Es wird abgeseiht und im Verhältnis 1:1 mit dem Wunsch-Mehl ver-

mischt und abgedeckt bei wiederum 27-30°C bis zur Volumenverdoppelung stehen gelassen. Als Mehl eignet sich Weizenmehl 550, sehr gute Ergebnisse bringt italienisches Tipo 0 orange.

Diese Volumenverdoppelung sollte innerhalb von etwa 3 Stunden stattgefunden haben. Damit ist der neue Starter fertig und einsatzbereit.

Die übriggebliebenen Rosinen taugen noch für einen zweiten Durchgang. Die Flasche wird wieder mit 1 Liter Wasser befüllt, ein



Eine aktive Sauerteigkultur macht den Einsatz von Bäckerhefe überflüssig, das Aroma profitiert

guter Teelöffel Honig hinzugefügt und alles kräftig geschüttelt. Dieser zweite Ansatz wird deutlich schneller reif sein, die Zahl der vorhandenen Mikroorganismen und Hefen ist deutlich größer, zudem sind sie in einem bereits aktivierten Zustand.

Kräftiger Starter durch hauseigenen Roggensauer

50 g reifer Roggensauer werden mit 50 g Wasser aufgeschlagen, sodass es schäumt. Danach werden 50 g Weizenmehl 1050 (Für eine aktivere Kultur noch besser: französisches T80-Steinmühlmehl) untergerührt. Bei 30°C reift der Teig abgedeckt bis das Volumen um den Faktor zwei bis drei zugenommen hat. Der Vorgang wird so lange wiederholt, bis diese Volumenzunahme innerhalb von rund 3 Stunden stattfindet. Dann ist der Starter bereit für die Bäckerei.

Entscheidend für die Beurteilung der Reife ist die Volumenverdoppelung. Sie sollte in drei bis vier Stunden stattfinden

Je nach Verfahren steht nach 1 bis 6 Tagen ein aktiver Starter zur Verfügung



Der klassische französische Starter

Ausgangsstoff ist ein möglichst frisches, eventuell frisch gemahlene, Weizen-Vollkornmehl in Bio-Qualität. 100 g davon werden mit 100 g Wasser (30°C) schaumig aufgeschlagen. Abgedeckt bleibt der Teig bei zirka 28°C stehen. Nach 12 Stunden werden davon 100 g in 100 g Wasser (30°C) aufgelöst, schaumig geschlagen und mit 100 g Weizen-Vollkornmehl verrührt. Der Teig steht erneut 12 Stunden abgedeckt bei 28°C. Der Vorgang wird so oft wiederholt, bis der werdende Sauerteig nach 12 Stunden vollreif ist.

Dann lässt sich die Zeit bis zur nächsten Fütterung schrittweise reduzieren: auf 10 Stunden, 8 Stunden, 6 Stunden, dann 4 Stunden. Mit jeder neuen Fütterung sollte die Kultur schneller reifen. Bei 4 Stunden angelangt, kann man mit dem Mehl umsteigen auf die gewünschte Hausvariante (zum Beispiel Type 812 oder Tipo 0 orange). Selbstverständlich funktioniert auch Weizen-Vollkornmehl zur Fütterung sehr gut. Wenn sich der Sauerteig nach rund 3 Stunden verdoppelt hat, ist auch dieser Starter bereit, in der Bäckerei seinen Dienst zu tun.

Ganz wichtig ist in allen beschriebenen Verfahren die Einhaltung der Temperaturen und der Zeiten. 🍴



Gassenhauer

Hier kratzt man mit zwei Sauerteigen im Brot geschmacklich an der Championsleague. Der Roggensauer wird zweistufig geführt. Das macht ihn triebiger und Bäckerhefe im Rezept überflüssig. Er wird zudem milder. Das ist wichtig in einem hellen Brot, das deutlich weniger Säure verträgt als ein Vollkornbrot. Die Mehle in den Vorstufen sollten eher hell bleiben, um die Säure-Entwicklung einzuschränken. Im Hauptteig kann variiert werden. Wer qualitativ wirklich ganz oben mitspielen will, muss aber auch Mehlsqualitäten in Frage stellen. Kein Sterne-Restaurant würde Discounter-Fleisch auf dem Teller zulassen, Im Bäckerhandwerk werden noch zu oft lediglich backtechnische Eigenschaften diskutiert, zu selten jedoch sensorische.

Weizensauer

- ▶ 2,500 kg Weizenmehl 550
- ▶ 2,500 kg Wasser
- ▶ 0,120 kg Anstellgut

Mischen

Teigtemperatur: 25-27°C

Reifezeit: 15-18 Stunden

Grundsauer

- ▶ 1,000 kg Roggenmehl 960
- ▶ 0,700 kg Wasser
- ▶ 0,050 kg ASG

Mischen

Teigtemperatur: 22-24°C

Reifezeit: 15-18 Stunden

Hauptteig

- ▶ 5,120 kg reifer Weizensauer
 - ▶ 1,750 kg reifer Grundsauer
 - ▶ 5,000 kg Roggenmehl 960
 - ▶ 1,500 kg Weizenmehl 550
 - ▶ 3,500 kg Wasser
 - ▶ 0,180 kg Salz
-
- 17,050 kg Teig

Kneten: 6 Minuten langsam

Teigtemperatur: 28-32°C

Kesselgare: 30 Minuten

Aufarbeitung

- ⦿ Teigeinlage: 850 g
- ⦿ Rundwirken
- ⦿ Mit Schluss nach unten in den Gärkorb

Stückgare

Temperatur: 27°C

Zeit: knappe Volumenverdoppelung (abhängig von Anstellgut und Temperatur, bei voller Gare wenden und einschließen)

Backen

Schwaden: normal (die Dauer der Schwadeneinwirkzeit entscheidet über die gewünschte Rissbildung / 5-6 Minuten)

Backtemperatur: 250°C,

fallend auf 230°C

Backzeit: 35-45

Minuten 🍳

Levain francese

Voraussetzung für den Erfolg ist bei diesem Brot die zweistufige Führung. Dabei entscheidet die Qualität des Anstellguts über Wohl und Wehe. Der Gebrauch von Urgetreide in diesem Rezept hat weniger Marketing-Gründe. Der Brotcharakter wird entscheidend beeinflusst.

Weizensauer

- ▶ 2,250 kg Weizenmehl 550
- ▶ 2,250 kg Wasser
- ▶ 0,110 kg Anstellgut

Mischen

Teigtemperatur: 25-27°C

Reifezeit: 15-18 Stunden

Hauptteig

- ▶ 4,610 kg Weizensauer
- ▶ 5,400 kg Weizenmehl 550
- ▶ 1,170 kg Dinkelmehl Vollkorn
- ▶ 1,170 kg Emmermehl Vollkorn
- ▶ 4,500 kg Wasser

45 Minuten Autolyse, dann:

- ▶ 0,200 kg Salz
- ▶ 0,540 kg Wasser (erst hinzuschütten, wenn sich der Teig vollständig von der Kesselwand löst)
- 16,850 kg Teig

Kneten: 10 Minuten langsam, 4-6 Minuten schnell (erst im schnellen Gang die 540 g Wasser zugeben)

Teigtemperatur: 26-27°C

Wannengare: 70 Minuten, falten, 90 Minuten (nicht die Zeit ist entscheidend, sondern eine Volumenzunahme um etwa 30-40% für eine grobporige Krume)

Aufarbeitung

- ◎ Teigeinlage: 850 g
- ◎ Nur zusammenfalten und Stückgare mit Schluss nach unten

Stückgare

◎ Bei 4°C über 12-18 Stunden im Kühlschrank

Backen

Schwaden: normal

Backtemperatur: 260°C, fallend 250°C

Backzeit: 35-40 Minuten

Rezept & Bild:
Dietmar Kappl





Hasenkanten

Vollkornbrot ist gesund und ernährungsphysiologisch wertvoll. Es hält zudem lange satt und ist der Verdauung zuträglich. Zu oft ist es nur leider so, dass bei allem Gesundheitswahn der Spaß beim Essen und der Geschmack auf der Strecke bleiben. Der Hasenkanten zeigt, dass sich toller Geschmack und gesunde Ernährung ganz wunderbar miteinander verbinden lassen. Dinkel- und Roggen-Vollkornmehl, Roggenschrot und die Saaten mit den frischen Karotten stellen im Verbund einen wahnsinnig tiefen und intensiven Geschmack, der an alles erinnert, nur nicht an langweiliges Vollkornbrot.

Sauerteig

- ▶ 3,330 kg Roggenmehl 1150
- ▶ 2,640 kg Wasser
- ▶ 0,070 kg Reinzuchtsauer

⦿ Die Zutaten mischen und 12-14 Stunden reifen lassen.
Teigtemperatur: 28-30°C

Brühstück

- ▶ 1,000 kg Roggenschrot fein
- ▶ 3,000 kg Wasser kochend

⦿ Schrot mit dem kochenden Wasser übergießen, mischen und mindestens 8 Stunden bei Raumtemperatur quellen lassen.

Quellstück

- ▶ 2,640 kg Karotten, fein gewürfelt
- ▶ 0,900 kg Sonnenblumenkerne

- ▶ 0,900 kg Kürbiskerne
- ▶ 0,800 kg Wasser
- ▶ 0,020 kg Salz

⦿ Zutaten mischen, über Nacht in der Kühlung quellen lassen.

Hauptteig

- ▶ 6,040 kg Sauerteig
- ▶ 4,000 kg Brühstück
- ▶ 5,260 kg Quellstück
- ▶ 5,680 kg Dinkelmehl Vollkorn
- ▶ 1,990 kg Wasser
- ▶ 0,080 kg Hefe
- ▶ 0,250 kg Honig

Erst im Schnellgang:

- ▶ 0,210 kg Salz
 - ▶ 0,250 kg Pflanzenöl
 - ▶ 0,050 kg Apfelessig
- 23,810 kg Teig



Kneten: 12 Minuten langsam,
2 Minuten schnell
Teigtemperatur: 28-30°C
Teigruhe: 20-30 Minuten Kesselkare

Aufarbeitung

- ⦿ Teigeinlage 600-1.000 g
- ⦿ Teig in Kastenformen geben

Stückgare

Temperatur: 28-30°C
Zeit: 60-90 Minuten bei 28°C

Backen

Schwaden: normal
Backtemperatur: 260°C, fallend auf 210°C, letzte 5 Minuten: 235°C
Backzeit: 55-70 Minuten 🍪

Rezept & Bilder: Thomas Schmitt

Sourdough Summit in Luzern

Schweizer Expertise

Am 9. Mai dieses Jahres dreht sich im malerischen Luzern alles um Mikroorganismen. Dann laden die Richemont Fachschule und der internationale Richemont Club zu einer Fachtagung ein. Im Mittelpunkt des hochkarätig besetzten Kongresses stehen aktuelle Erkenntnisse rund um das Thema Sauerteig.



Unter dem Motto „Handwerk trifft Wissenschaft“ veranstalten die Richemont Fachschule Luzern und der internationale Richemont Club den Sourdough Summit im Verkehrshaus der Schweiz in Luzern. Hier halten Experten aus Praxis, Ernährungswissenschaft und Forschung am 9. Mai 2019 Vorträge zu aktuellen Erkenntnissen zum Thema Brot, Bekömmlichkeit und Verdaulichkeit sowie die Zusammenhänge mit Sauerteig. Denn während Brot einst als wichtigstes Grundnahrungsmittel galt, verzichten heute immer mehr Menschen darauf.

Verdauungsbeschwerden, Unverträglichkeiten und Diätmaßnahmen sind Gründe dafür, dass der Ruf des Brotes leidet. Doch was ist dran an den gesundheitlichen Bedenken? Haben Brot und Backwaren tatsächlich negative Auswirkungen auf die Gesundheit und das Wohlbefinden? Oder sind viele der Probleme durch die industrielle Herstellung vielleicht schlichtweg hausgemacht? Welche Rolle spielen die Rohstoffe, die Verarbeitung und insbesondere die Teigruhezeit?

Diese und viele weitere Fragen haben sich Handwerker und Wissenschaftler in den letzten Jahren immer wieder gestellt und sich intensiv mit der Herstellung von geschmackvollen und gesunden Broten und Backwaren beschäftigt. Die Ergebnisse ihrer Arbeit prä-

sentieren einige der bekanntesten Experten auf dem ersten Internationalen Richemont Sauer-teigkongress. Die Fachvorträge sind unterteilt in die fünf Themenblöcke: Zutaten, Sauerteige, Prozesse, Ernährung und Gesundheit. Offene Fragerunden sowie eine Ausstellung mit Verkostungen von Sauerteiggebäcken und Marktstände von Zulieferfirmen bilden den weiteren Rahmen des Kongresses. Den Ausklang findet die Veranstaltung mit weiteren Möglichkeiten zum Austausch und Networking bei Fingerfood und Getränken.

Der Kongress richtet sich unter anderem an Fachleute aus Bäckereien, Mühlen, Landwirtschaft, Lebensmittelverarbeitung und den Bereichen Ernährung sowie Gesundheit. Ebenfalls willkommen sind Fachlehrerinnen und -lehrer aus der Lebensmittelbranche, Food-Bloggerinnen und -Blogger, Journalistinnen und Journalisten sowie weitere Liebhaber/innen guten Brotes. Die Kongresssprache ist Englisch, Simultanübersetzung wird angeboten. Weitere Informationen zum Sourdough Summit gibt es im Internet: www.sourdough-summit.com.



KONGRESS-INHALTE

- Neueste Erkenntnisse und Erfahrungen über Brotzutaten und Prozesse sowie aus der Sauerteigforschung
- Austausch und Networking mit Fachexperten aus ganz Europa
- Brot- und Gebäckpräsentationen und Degustationen aus verschiedenen Ländern



Um alle wesentlichen Aspekte des Sauerteigs geht es im Rahmen des ersten Richemont-Summits zum Thema

Drei **weltweite Trends** in Sachen Brot

Trendforschung

Geht es um Brot, beruft man sich im deutschsprachigen Raum gern auf Tradition. Und lässt dabei gelegentlich außer Acht, dass auch Grundnahrungsmittel Trends unterliegen. Amrin Walji, Innovations-Analystin mit Schwerpunkt Nahrungsmittel, hat international drei wesentliche Trends für Brot ausgemacht.

Ein populäres Thema der vergangenen Jahre ist die Reduktion von Kohlenhydraten. Viele Diäten setzen an ihrer Stelle auf Eiweiß und Gemüse. Brot wird hier zum Feind erklärt. Nahrungsmittelproduzenten reagieren darauf mit entsprechenden Low-Carb-Angeboten. Hovis zum Beispiel hat in Großbritannien einige kohlenhydratarme Brote eingeführt. Sorten wie „Softy and Tasty White“, „Tasty Wholemeal“ oder „Deliciously Seeded“ versprechen eine Reduktion von Kohlenhydraten, Weizenprotein und Ballaststoffen um 30%.

Auf Instagram kursiert das besonders Kohlenhydrat-arme Rezept einer Blumenkohl-Pizza. Die Mutter zweier Kinder mit Glutenunverträglichkeit hat darin in Kanada die Chance zur Selbstständigkeit gesehen, die Firma Caulipower (Ein Wortspiel – Cauliflower ist das englische Wort für Blumenkohl) gegründet und eine Convenience-Version dieser Pizza auf den Markt gebracht.

So wie internationale Geschmäcker die Streetfood- und Restaurantszene beleben, spielen sie international in der Backbranche eine wichtiger werdende Rolle. Sie haben das Potenzial, die Verwendungsmöglichkeiten von Brot und Brotprodukten zu erweitern. Gerade die Dip-Kultur von Küchen wie der spanischen, indischen, mexikanischen oder orientalischen kann die Nachfrage nach bestimmten Brotsorten erhöhen.

Die „Kingston Style Kokos- & Pfeffer-Tortillas“ des Schwedischen Unternehmens Santa Maria Street Food sind weiche, dünne Tortillas mit Kokosgeschmack sowie einem Hauch Pfeffer und damit idealer

Begleiter für Dips und Saucen. Geliefert werden sie mit Rezeptvorschlag. Tescos „Finest Ras El Hanout“-Fladenbrot in Großbritannien liefert authentische nordafrikanische Aromen mit Rosinen, Aprikosen und einer Mischung aus neun Gewürzen.

In Südkorea wiederum findet die Beweisführung statt, dass „exotisch“ ein sehr unterschiedlich interpretierter Begriff ist. Das Unternehmen Sajo Royal Brezel hat sich Inspiration in Bayern geholt – für eine Mikrowellen-geeignete Brezel mit Schokoladenfüllung.

Während diese beiden Trends wahrscheinlich eher industrielle Themen sind, bietet sich mit Trend Nummer drei eine Chance fürs Handwerk. Bäckereiprodukte, die Gemüse enthalten, bedienen vor allem Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich bewusst und gesund ernähren wollen. Gerade farbenfrohe Sorten wie Möhren oder Rote Bete geben guten Geschmack und sind optisch gut wahrnehmbar.

Mit Sorten wie „Tasty Wholemeal“ oder „Deliciously Seeded“ verspricht Hovis in Großbritannien eine Reduktion von Kohlenhydraten, Weizenprotein und Ballaststoffen





Kingston Style Kokos- & Pfeffer-Tortillas bedienen den Trend zur Dip-Kultur



Damit wird der Gesundheitsaspekt im Brot sogar visualisiert. Aktuell haben solche Brote in Europa laut Mintel Global New Products Database einen Marktanteil von 6%.

Der in Finnland auf den Markt gekommene „Leivon Leipomo“-Roggenfladen mit Wurzelgemüse besteht zu 30% aus Pastinake, Rote Bete und Karotten. In Brasilien gibt es neu den „Fhom Veg Super Thin Toast“ mit Spinat, Roter Bete und Karotte. Die amerikanischen „Raw Wraps Spinach Soft Tacos“ wiederum sollen zudem den Rohkost- und Paläo-Markt bedienen. Apfel, Spinat, Zwiebeln und Flohsamen zählen hier zu den Zutaten.

Im Grunde ein Trend, an dessen Spitze sich Handwerksbäckereien setzen können, indem sie zusätzlich die regionale Karte spielen und Zutaten verwenden, die aus der Umgebung stammen. Die Verbindung zweier Super-Trends ist an dieser Stelle vergleichsweise simpel umzusetzen. 🍌



Den Brasilianischen Fhom Veg Super Thin Toast gibt es mit Spinat, Roter Bete und Karotte

Anzeigen

Fachkompetente Analyse & Beratung

Unabhängig – Problemorientiert – Praxisnah

Von Bäcker zu Bäcker

...lernen aus Liebe zum Beruf

ERFA-Kreise / Für Praktiker

Fachliche Weiterbildung auf Augenhöhe

Produktion Beratung / Der Bäcker-Coach

- Ursachen erforschen
- Lösungen erarbeiten
- Strategien entwickeln
- Umsetzung begleiten

Bäckerschmiede – Bildungsreisen – Projektplanung

www.baeckereitechnologie.de / Tel. +49 (0) 7425 – 327 880

Über 35 Jahre Betriebs- und Produktionsberatung
Seit mehr als 20 Jahren „JhD-Bäckereitechnologie“



Poolish, Biga, Sponge – spielt das eine Rolle?

Pâte Égalité

Vorteige beschleunigen den Reifeprozess und stärken das Aroma des Hauptteiges. Im Wesentlichen unterscheiden sie sich in zwei Sorten: Jene, die mit kommerzieller Hefe angesetzt werden und jene, die auf wilden Hefen, wie zum Beispiel Sauerteig, basieren. Hefevorteige wiederum werden in verschiedene Typen kategorisiert. Dabei gibt es schwammige Grenzen. Und es ist überraschend egal, welcher von ihnen zum Einsatz kommt.

In der Literatur gibt es einige Begriffe für Hefevorteige. Da ist vom Biga die Rede, vom Poolish, dem Pâte Fermentée oder Sponge. Ihr wesentlicher Unterschied liegt in der Teigausbeute. Bei 200 wird klassisch von Poolish gesprochen, festere Vorteige heißen Biga oder Sponge. Aber klare Regeln zur Teigausbeute scheint es nicht zu geben. Bei Pâte Fermentée findet sich eine große TA-Spannbreite.

Das wirft natürlich die Frage auf, inwieweit es im Endprodukt eine Rolle spielt, welcher Vorteig zum Einsatz kommt. Der Frage haben sich die Forscher von Modernist Bread gestellt. Und eine verblüffende Antwort gefunden: Es ist ziemlich egal. Jedenfalls solange die Gesamtmenge an Flüssigkeit im Rezept gleich bleibt. Wer das beachtet, erzielt identische Backergebnisse unabhängig davon, ob nun ein Poolish oder ein Biga in den Hauptteig kommt.

Getestet wurde mit einem einfachen Rezept für französisches Baguette, 6 verschiedene Vorteige kamen zum Einsatz. Der Hauptteig hatte immer eine Teigausbeute von 169. Die TA der Vorteige rangierte von 150 bis 200 – in Zehnerschritten.

Die aus dem Ofen kommenden Brote waren optisch dabei weitgehend identisch. Geschmackliche Unterschiede ließen sich –

wenn überhaupt – nur sehr subtil wahrnehmen. Was die Verarbeitung betrifft, gewinnen allerdings Vorteige mit hoher TA. Denn während sich ein Biga mit TA 150 nur mühsam unter den Hauptteig kneten lässt, löst sich ein Poolish ganz leicht in Wasser und lässt sich so bequem in den Hauptteig einarbeiten.

Die Hefemenge im Vorteig spielt naturgemäß eine größere Rolle. Das aber vor allem im Bezug auf Reifezeiten. Ein Teig mit TA 200 und 0,45% Hefe zeigt nach 3 Stunden dasselbe Ergebnis wie eben dieser Teig mit 0,25% Hefe nach 8 Stunden Fermentation

In Rezepten wird regelmäßig festgelegt, welcher Vorteig zum Einsatz kommt. Der Poolish ist eher ein flüssiger Teig und empfohlen für grobporige Gebäcke, während der Biga deutlich fester ist und gern genutzt wird, wenn es sich um reichhaltige Teige mit Eiern, Butter oder Zucker handelt.

Aber im Grunde ist ein Biga nur ein festerer Poolish und ein Sponge ein noch festerer Biga. Wenn also mal die Zeit für eine zwölfstündige Fermentation fehlt, dann lässt sich eben einfach der Hefeanteil leicht erhöhen. Und das Mischen der Teige lässt sich erleichtern indem man einen Vorteig mit höherer TA wählt. Wichtig ist immer nur, die Gesamt-TA im Auge zu behalten und die Wassermenge im Hauptteig entsprechend anzupassen. 🍞

Ein gestrafftes Sortiment macht auch die Warenpräsentation einfacher



Sortiments-**Management**

Text: Sebastian Marquardt
Fachberatung: Markus Messemer

Die richtige Menge

Kaum ein Punkt wird wohl so kontrovers diskutiert wie die Sortiments-Gestaltung in der Bäckerei. Totale Konzentration à la Max Kugel, der nur 10 Brote anbietet? Oder Selbstverständnis als Grundversorger für alle noch so kleinen Bedürfnisse. Was aber auch heißt, Verlustbringer durchzuschleppen? Die Wahrheit liegt wahrscheinlich irgendwo dazwischen. Man kann sich ihr nähern.

Es gibt in der Bäckerei drei wesentlich Kostenblöcke: Rohstoffe, Personal und Energie. Es gab eine Zeit, die Älteren erinnern sich, in denen die Rohstoffkosten der teuerste dieser Posten waren. Selbst Personal fiel nicht über die Maßen ins Gewicht. Insofern spielte das Zeit-Investment in der Backstube eine nur untergeordnete Rolle.

Inzwischen gibt es in diesem Dreiklang keine zu vernachlässigenden Posten mehr. Alle sind hochpreisig oder – mit Blick aufs Personal – sogar schwer zu finden. Sprechen die Zahlen noch eine klare Sprache, sind die Konsequenzen schon nicht mehr so klar.

Dabei verschärft ein zweiter Faktor die Situation: Wettbewerb. Der sieht heute anders aus als vor 40 Jahren. Backwaren sind beinahe überall zu haben, wo für den täglichen Bedarf eingekauft wird. Es gibt

keine Notwendigkeit, zur Bäckerei zu gehen. Vor allem dann nicht, wenn es keine wesentlichen Qualitätsunterschiede gibt.

Eine Kern-Antwort auf diese Herausforderungen steckt im Sortiment. Kann man das so strukturieren, dass Konzentration auf Qualität möglich ist, ohne in Quantität zu ersticken, ist ein wichtiger Schritt getan. Wie aber lässt sich das perfekte Sortiment definieren? Ein Versuch: Wenn jeder Kunde das Produkt findet, das er aus Überzeugung zu einem fairen Preis kaufen kann, für das er gerne wiederkommt – und wenn diese Produkte wirtschaftlich in

Mit der Fokussierung auf weniger Produkte muss die Qualität spürbar steigen



Produktion, Logistik und Verkauf zu realisieren sind, dann ist man nah dran.

Dabei ist Angst vor den Kundinnen und Kunden ein schlechter Berater. Die Vielfalt der Nachkriegsjahre ist heute kein entscheidender Faktor mehr im Wettbewerb. Die kann inzwischen jeder bieten. Vielmehr steigen mit der Breite des Sortiments auch die Probleme. Zum Beispiel in Gestalt von Retouren, mit denen sich der Wareneinsatz erhöht. Aufgrund kleinerer Chargen in der Produktion sinkt zudem die Stundenleistung, steigen also die Personalkosten. Im Zweifel ergibt sich daraus die Notwendigkeit, auf Convenience-Produkte zurückzugreifen. Nicht zuletzt steigen mit der Vielfalt die Fehlerquellen, selbst die Präsentation im Laden wird schwieriger.

Wer Top-Qualität anbieten kann, benötigt kein breites Sortiment. Auch mit der Konzentration auf Kernkompetenzen und entsprechend geringerer Auswahl, kann man sich einen guten Ruf erbacken. Kunden entziehen sich inzwischen der klassischen Bäckerei-Logik. Ihnen ist Verlässlichkeit wichtiger als Kreativität und Vielfalt. Untersuchungen wie

der Marmeladenversuch (siehe Kasten auf der nächste Seite) zeigen: Zu viel Auswahl lähmt und verhindert schnelle Entscheidungen. Dabei steigt die Fähigkeit zur Auswahl, wenn jedes Produkt eigene, klare Attribute hat, es also nicht zu viele Ähnlichkeiten gibt.

Der Weg zum perfekten Sortiment beginnt mit tiefem Wissen um die eigenen Produkte. Grob lassen sich drei Kategorien eingrenzen:

Die Sortiments-Politik beginnt in der Backstube. Welche Produkte lassen sich qualitativ hochwertig effizient produzieren? Diese Frage ist nicht minder wichtig als (vermeintliche) Kundenbedürfnisse





Bei der Durchsetzung eines neuen Sortiments kommt dem Verkauf eine besondere Rolle zu, Das Personal muss geschult sein und wissen, was da über die Theke geht

A-Produkte

Sie haben den höchsten Deckungsbeitrag, also die geringsten Retourenkosten. Die wünschenswerte Retourenquote liegt bei 10-12%. Diese Produkte stellen die Basis dar und sollten auch zum Feierabend noch im Regal liegen.

B-Produkte

Sie runden das Sortiment ab, sollten zum Feierabend aber in der Regel ausverkauft sein. Die anzustrebende Retourenquote beträgt 0-10%.

C-Produkte

Produkte für bestimmte Kunden und bestimmte Tageszeiten. Sie haben den höchsten Wareneinsatz, also auch die höchsten Retourenkosten. Entsprechend liegt die Zielquote bei 0%. Zum Feierabend sollten diese Produkte in der Regel ausverkauft sein.

Retouren sind natürlich ein heikles Thema. Steht ein Produkt nicht mehr zum Verkauf zur Verfügung, ist die Retourenquote erfreu-

DER MARMELADENVERSUCH



Um dem Verhaltensmuster „Paradox of Choice“ nachzugehen, haben die amerikanischen Forscher Sheena Iyengar und Mark Lepper einen Versuch in einem kalifornischen Delikatessen-Geschäft durchgeführt. Ziel war es, herauszufinden wie sich eine größere Auswahl von Produkten auf das Kaufverhalten auswirkt. An einem Probiertisch wurden Marmeladen auf Toast zum Probieren angeboten, die dann auch zu kaufen waren.

Dabei gab es zwei verschiedene Versuchsanordnungen. In der ersten Variante boten sie 6 verschiedene Marmeladen an. In der zweiten standen 24 unterschiedliche Sorten zu Auswahl.

In der ersten Anordnung (kleine Auswahl) blieben nur 40 Prozent der Vorbeigehenden am Stand stehen um zu kosten. Bei der größeren Auswahl waren es hingegen 60 Prozent. Das Verhältnis kehrt sich aber dramatisch um, wenn es um den Kauf geht. 2 Prozent der Kunden griffen bei der größeren Auswahl zu, bei der kleineren waren es hingegen 12 Prozent. Damit waren die Verkäufe nicht nur prozentual, sondern auch absolut deutlich größer bei geringerer Auswahl.

Fazit: Größere Auswahl weckt zunächst mehr Interesse, beeinflusst die Entscheidungsfähigkeit aber negativ. Die Psychologie nennt das größere Risiko einer falschen Entscheidung als wichtigen Faktor. Bei geringerer Auswahl ist dieses Risiko geringer, die Entscheidungsfreudigkeit wächst.

Ausverkauf ist keine Schande. B-Produkte sollten, C-Produkte müssen zum Feierabend ausverkauft sein. Retouren mindern den Gewinn



lich. Aber potenzieller Umsatz bleibt auf der Strecke. Ärgerlich. Andererseits schmälern kostenintensive Produkte den Gewinn, wenn sie abends in der Retouren-Kiste liegen. Genauso ärgerlich. Wichtig ist es, die Balance zu finden. Dabei hilft die Akzeptanz, dass die Menge nicht an jedem Tag genau dem Bedarf entsprechen kann. Ziel sollte es sein, die Produkte, die „dem letzten Kunden“ noch angeboten werden können, finanziell lukrativ zu halten und, wenn sie dann in die Retoure laufen, womöglich auch noch weiterverarbeiten zu können (Altbrot-Verwertung).

Neben den finanziellen Aspekten macht ein schmales Sortiment auch das Marketing einfacher. Denn wo Backwaren an jeder Ecke zu haben sind, machen Qualität und Besonderheit den Unterschied. Im Mittelpunkt steht also die Frage: Wofür soll meine Bäckerei bekannt und geschätzt sein? „Die Sortimentsbreite“ ist da ein schwaches Argument. Das können andere mindestens genauso gut. Besser sind da schon „Das beste Bauernbrot am Ort“, „Die Beste Brezel der Region“ oder „die leckerste Zimtschnecke der Stadt“.

Damit empfiehlt sich die Bäckerei nebenbei auch für die preiswerteste, ehrlichste und damit wirksamste Form der Werbung: Das Empfehlungsmarketing, also klassische Mund-Propaganda. Klare Attribute lassen sich besser weiterempfehlen als eine große Auswahl.

Dabei steht und fällt alles mit der Güte der Produkte. Die Fokussierung auf eine geringere Vielfalt muss einhergehen mit der bedingungslosen Konzentration auf Qualität. Das beginnt mit den Rohstoffen. Aroma aus dem Kanister, billiges Ziehfett – damit ist nichts zu gewinnen. Vor allem keine angemessenen Preise. Gute Preise lassen sich ehrlich – und damit langfristig – nur mit guten Rohstoffen erzielen.

Wie geht es nun aber an die Sortiments-Optimierung?

Schritt 1

Am Anfang steht die Bestandsaufnahme. Sinnvoll ist es, eine Woche lang Theke und Brotregal aller Fachgeschäfte zu definierten Zeiten zu fotografieren und diese Bilder dann auszuwerten. Parallel hilft eine Liste aller Produkte, die im Verlauf des Jahres angeboten werden. Dabei gilt jede Version als eigenes Produkt – also auch Backwaren, bei denen sich nur Gewicht oder Dekor unterscheiden. Ebenso saisonale Produkte und Sonderbestellungen.

Schritt 2

Es folgt die Festlegung des eigenen Alleinstellungsmerkmals. Es definiert das Selbstbild. Wofür soll man uns kennen? Was macht uns besonders? Was können nur wir (so gut)?

Schritt 3

Zu definieren ist eine angestrebte Produktzahl. Es mag Bäckereien geben, die mit 80 Produkten gutes Geschäft machen. Wahrscheinlich liegt aber die richtige Zahl zwischen 120 und 200 verschiedenen Produkten, inklusive der saisonalen.

Schritt 4

Eine Definition der effizientesten Produkte ist der nächste Schritt. Welche Backwaren lassen sich mit geringem Einsatz qualitativ hoch-



Auch eine Betrachtung der Wochentage gehört zur Sortiments-Strategie. So ist große Brötchenauswahl am Wochenende wichtig, in der Woche nicht unbedingt

wertig produzieren und gut verkaufen. Hier kann es sinnvoll sein, an den Rezepten zu arbeiten und auch diese zu optimieren.

Schritt 5

In diesem letzten Schritt erfolgt die sinnvolle Verteilung der Produkte auf Wochentage. Unter Berücksichtigung der Effizienz in Produktion und Verkauf schaut man, welche Waren an welchen Tagen angeboten werden sollten. So ist Brötchen-Vielfalt am Wochenende zum Beispiel gefragter als in der Woche.

Was dann folgt, ist die Umsetzung. Ein Weg dafür ist die Brechstange – also die Umstellung von heute auf morgen. Das kann man machen, es erfordert aber Kraft und einen höheren Marketingaufwand mit klarer Botschaft. Wichtig ist dann auch eine sofort spürbare Steigerung der Qualität.

Einfacher ist die Umstellung in mehreren Schritten. Wenn das Probebacken erfolgreich verläuft, wird ein Produkt ausgetauscht. Zugleich lassen sich Sorten reduzieren (zum Beispiel unterschiedliche Gewichte desselben Brotes). Schritt für Schritt geht man so konsequent den Weg zu einem gestrafften Sortiment, das man zuvor erarbeitet hat. Mit dem letzten Schwung lässt sich zum Beispiel ein Tag der offenen Backstube organisieren, in dessen Rahmen man das neue Konzept erläutert, alte Kunden überzeugt und neue gewinnt.



Bei der Bestandsaufnahme gilt jedes Dekor, jedes unterschiedliche Gewicht als eigenes Produkt. Nur so entsteht echter Überblick und die Produktzahl bewegt sich gelegentlich in eine vierstellige Richtung

Aber ist ein großes Sortiment immer falsch? Sicher nicht. Es gibt Fälle erfolgreicher Bäckereien, die breit aufgestellt sind und während des gesamten Jahres um 700 Produkte anbieten. Man sollte sich aber bewusst machen, welcher Preis dafür zu zahlen ist. Im wahrsten Sinne. Denn ein breites Sortiment erfordert, viele Rezepturen immer wieder zu hinterfragen und zu überarbeiten, um das Qualitäts-Niveau zu halten. Jedes Produkt sollte zudem durchkalkuliert sein. Die Produktinfos müssen verfügbar sein und das Personal geschult, um die Waren kompetent zu verkaufen. Das alles erfordert Ressourcen, die eher in großen Betrieben zu finden sind.

Ein Trugschluss ist, bei alledem anzunehmen, der Verkauf müsse über die Produkte entscheiden. Natürlich kann man Kundenwünsche nicht komplett außer Acht lassen. Wobei zu unterscheiden ist zwischen den tatsächlich Wünschen vor der Theke und der Annahme dahinter. Henry Ford, Erfinder effizienter Automobil-Produktion sagte einmal: „Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt: schnellere



Pferde.“ Recht hat er. Wenn die Backstube exzellente Qualität abliefert, lassen Kunden sich auch lenken bei der Produktauswahl. Verkäuferinnen und Verkäufern kommt dann natürlich eine wichtige Rolle zu. 🍞

Vielfalt ist kein Alleinstellungsmerkmal. Das können andere mindestens genauso gut

— Anzeige

Der Stikkenofen.

Spart noch mehr Energie.
Und hat auch sonst eindeutig die Nase vorn.
Ihr nächster MIWE roll-in e⁺.

- ▶ Einzigartig: Atmosphärisches Backen.
Macht unabhängig von Witterungseinflüssen
- ▶ Flexible Charakteristik: MIWE delta-baking
- ▶ Geizt mit Energie:
von Anschlusswert bis Wirkungsgrad
- ▶ Backen auf den Punkt: Kerntemperaturfühler
- ▶ Ergonomisch überzeugend:
Soft Close-Tür, Fernanzeige, großes Display



Internorga Hamburg: Halle B6.
Seien Sie unser Gast.

Kontaktieren Sie uns: Telefon + 49 (0)9363 – 680 · contact@miwe.de · www.miwe.com/roll-in



Kundinnen und Kunden aktiv zur Verkostung
einladen – das macht sich im Umsatz bemerkbar

Text: Annette Fürst
 www.fürst-class.org



Gute Backwaren

verkaufen sich **von selbst?**

Den Strudelwurm überzeugen

In der Backstube wird jede Nacht hart gearbeitet, um gute Backwaren zu produzieren. Das müsste Kundinnen und Kunden doch überzeugen, nicht wahr? Aber nein, das genügt nicht. Die Menschen kommen in vielen Fällen gar nicht wegen des Produktes. Geht es bei Autos oder Smartphones oft um Image und Marke, sind es bei Backwaren zu 84 Prozent die Verkäuferin oder der Verkäufer. Sie bestimmen darüber, ob Kundinnen und Kunden wiederkommen.

Wie war das beim letzten Einkauf? Eher so Wohlühl-Atmosphäre oder Selbstbild als Störfaktor im Leben der Verkäuferinnen? Und mit welcher der beiden Erfahrungen wird man wohl zurückkehren? Menschen kaufen im Regelfall nicht rational, sondern emotional ein. Das ist nun keine neue Erkenntnis. Werbung macht sich das schon seit vielen Jahren zu nutze und kreierte über Werbespots oder Plakate gute Gefühle.

Situationen werden im Gehirn auf zwei Ebenen bewertet, die unterschiedlich schnell reagieren. Die erste und schnellere Ebene ist ein sehr altes System, das uns besonders

früher beim Überleben geholfen hat. Sie beruht auf Erfahrungswissen. Blitzschnell entscheidet sie „Mag ich“ oder „Mag ich nicht“. Diese Instanz in uns, die Psychologin und Trainerin Maja Storch oft den „Strudelwurm“ nennt, drückt sich nicht in Worten aus, sondern in so genannten somatischen Markern, sprich Körpergefühlen.

Der Strudelwurm ist sehr schnell und er hat viel Entscheidungsmacht. Besonders bei ganz alltäglichen und kleinen Entscheidungen spielt er eine große Rolle. Bei ihm stimmt der Spruch „Es gibt keine zweite Chance für einen ersten Eindruck“. Blitzschnell entscheidet er – fühlen wir uns wohl oder nicht.

Die zweite Instanz ist das Großhirn, also der neueste Teil des menschlichen Gehirns. Auch hier werden Situationen bewertet. Aber erst nach dem Strudelwurm, denn das Großhirn ist bedeutend langsamer mit seiner Analyse der Situation. Anders als der Strudelwurm drückt



Die Leute im Verkauf sollten die Produkte kennen, sie erklären können. Das fördert den Verkauf



**Blickkontakt, Zuhören, ein freundliches Wort
– all das wirkt direkt auf den Strudelwurm**

es sich in Worten aus. Es kann zwar auch Erklärungen dafür finden, dass ein Verkäufer mal schlecht drauf ist. Allerdings hat der Strudelwurm zu diesem Zeitpunkt längst „grumpfl“ gesagt – und zurück bleibt ein schlechtes Gefühl beim Verlassen des Geschäfts.

Beispiel: Ein Kunde betritt ein Fachgeschäft für Film- und Fotoausrüstung. Für den beruflichen Einsatz benötigt er eine neue Kamera, die sowohl für Video also auch Foto geeignet ist. Er entscheidet sich bewusst für ein Fachgeschäft und nicht für einen Discounter, da er Beratung sucht. Hinter der Theke stehen drei Verkäufer. Einer wendet sich ab, weil er etwas anderes zu tun hat. Ein zweiter Verkäufer guckt angestrengt in einen Katalog, scheint etwas bestellen zu müssen. Der dritte Verkäufer wendet sich dem Kunden zu und fragt, um was es gehe. Der Kunde schildert kurz sein Anliegen, der Verkäufer legt ihm ein Kameramodell hin und wendet sich dann seinem Computer zu.

Der Kunde ist verduzt. Es geht nicht um ein Produkt für 50 Euro, sondern um mehr Geld. Er ist für die gute Beratung gekommen. Der Verkäufer legt ihm noch eine zweite Kamera hin und ist mit seiner Aufmerksamkeit wieder bei seinem Computer. Der Käufer kann die Produkte in Ruhe betrachten und ausprobieren. Nach zehn Minuten teilt er dem Verkäufer mit, dass er es sich nochmal überlegen wird und verlässt das Geschäft.

Mit welchem Gefühl hat er das wohl getan? Hat er sich als Gast oder als Störenfried gefühlt? Hat er sich überlegt, dass der Verkäufer vielleicht etwas ganz wichtiges im Computer hat fertigstellen müssen? Hätte diese Überlegung sein Gefühl verändert? Wie hoch ist die Wahrscheinlichkeit, dass dieser Kunde in dem Geschäft seine Kamera kauft und den Laden weiterempfiehlt?

Das hat auf den ersten Blick nichts mit den Einkaufserlebnissen in einer Bäckerei zu tun? Wirklich nicht? Oh doch, sogar ganz viel. Im Prinzip ist es da noch schlimmer. Denn es geht um Produkte, die deutlich günstiger sind. Zudem gibt es viel mehr Alternativen zu Bäckereien als zu Foto- und Videofachgeschäften. In einer Bäckerei entscheidet der Strudelwurm noch viel stärker, ob eine Kundin wiederkommt oder nicht.

Wenn wir uns jetzt auf die Verkäuferin konzentrieren – selbstverständlich sind Warenpräsentation und Aufbau des Geschäftes ebenfalls wichtig – stellt sich die Frage, wie wir einem Kunden in der kurzen Zeit seines Aufenthaltes ein gutes Gefühl vermitteln können, das Gefühl „Schön, dass Du da bist, wir haben hier tolle Produkte für Dich“.

Schauen wir uns wichtige Komponenten des emotionalen Verkaufs an:

Die innere Einstellung

Beim Verkauf steht und fällt alles mit der inneren Einstellung der Verkäuferin oder des Verkäufers. Dabei sollte man sich über eines im Klaren sein: Der Körper spricht für sie und er tut das laut und deutlich. Die ausgefallenste Verkaufstechnik bringt überhaupt nichts, wenn Kundinnen und Kunden schon im Gesicht des Personals Lustlosigkeit ablesen können. Daher ist es ganz besonders wichtig, gemeinsam mit dem Team zu erarbeiten, welche innere Einstellung ihre Freude am Verkauf ausdrückt. Die Einstellung verändert die gesamte Wahrnehmung und in Folge die verbale, vor allem aber die nonverbale Kommunikation.



Ein gutes Produkt ist der Anfang, sein Verkauf eine ganz eigene Disziplin, die im Fokus stehen sollte

Ungeteilte Aufmerksamkeit und der erste Eindruck

Kundinnen und Kunden möchten wichtig sein und beachtet werden. Das gelingt sicher nicht, wenn Unterhaltungen hinter der Theke stattfinden, während jemand davor steht. Gerade der erste Eindruck zählt: Wird der Gast seinem Alter angemessen nett begrüßt oder erwartet ihn ein „Bitteschön“? Wieso dem Alter angemessen? Weil es um das gute Gefühl geht. Viele ältere Menschen möchten nicht mit einem „Hallo“ oder „Hi“ begrüßt werden. Sie sind in einer anderen Zeit aufgewachsen und haben gelernt, dass es „Guten Morgen“ oder „Guten Tag“ heißt. Dieser kleine Unterschied kann darüber bestimmen, ob der Kunde sich gut fühlt oder eben nicht.

Begeisterung und gute Laune

Hat das Team gute Laune und ist von den Produkten begeistert, überträgt sich das auf die Kunden. Wie ist die Einstellung der Verkäuferinnen zu den Produkten? Kennen diese die Backstube und haben die Arbeit der Kollegen nachts gesehen? Das kann unglaublich viel verändern. Daher lohnt es sich, mit dem Team Produktverkostungen zu veranstalten und gemeinsam zu überlegen, wie man Kundinnen und Kunden begeistern kann.

Interesse zeigen

Emotional verkaufen heißt Interesse zeigen. Beim Stammkunden ist das ganz einfach und die meisten Verkäufer/innen machen das automatisch. Man fragt, wie es der Partnerin geht oder wie der letzte Urlaub war. Doch wie kann man auch bei einem neuen Kunden Interesse zeigen? Vor allem natürlich durch Blickkontakt und Aufmerksamkeit. Ganz einfach ist es auch, indem man die Verkaufssprache umstellt: Ganze Sätze und direkte Ansprache. Statt „Was darf es sein?“ ein „Welches Brot kann ich Ihnen heute empfehlen?“. Das erfordert nicht viel Aufwand und es dauert auch nicht zu lange. Es ist schlicht eine Frage des Trainings, sich eine neue Sprache anzugewöhnen und sie automatisch zu verwenden.

Anfassen wirkt

Nein, nein, nein, niemand soll in Zukunft dem Kunden um den Hals fallen. Es geht um das Probieren der Produkte. Man mag kaum glauben, in wie vielen Bäckereien Kundinnen und Kunden eben nicht aktiv eingeladen werden, ein Produkt zu verkosten. Dafür reicht ein Teller mit Probierstücken auf der Theke nicht aus. Es mag sein, dass sich jemand etwas nimmt, oft geschieht das aber nicht und schon geht die Wirkung dieses Tricks verloren. Also stellt sich die Frage, wie es das Team hinbekommt, aktiv anzubieten und verkosten zu lassen.

ÜBER DIE AUTORIN

Annette Fürst studierte neben ihrer Ausbildung zur Reiseverkehrskauffrau Betriebswirtschaftslehre und anschließend Psychologie. Die Diplom-Psychologin absolvierte diverse Zusatzausbildungen im Bereich Training, Business Coaching und Therapie. So deckt sie ein breites Spektrum an Beratungsmöglichkeiten ab, das sie vor allem auch im Bäckerhandwerk zum Einsatz bringt.



Foto: Alexander Bernhard



Bis das Großhirn eine Situation bewertet hat, ist im Strudelwurm längst die Entscheidung gefallen, ob wir uns wohlfühlen oder nicht

Natürlich sind die angesprochenen Punkte nur ein Ausschnitt der Dinge, mit denen sich der Verkauf positiv beeinflussen lässt. Sie sind vor allem aber auch nicht schwierig umzusetzen. Die Herausforderung besteht vielmehr darin, das Team einzubinden und die Mitglieder möglichst selbst durch geschickte Fragen entdecken zu lassen, wofür all das nützlich sein kann.

Am Anfang fordern solche Umstellungen viel Energie und Aufmerksamkeit, später wird all das zum Automatismus. Zu einem wertvollen, Umsatz steigernden Automatismus. ■





Verbraucherschützer
fordern **Vollkennzeichnung**
für **lose Backwaren**

Dolchstoß oder Segen?

Für verpackte Backwaren gilt bereits die
Volldenkleration – auch in Handwerksbäckereien

kann eine Kalorienbombe sein“, so Klaus Müller, VZBV-Vorstand. Je nach Claim schätzen 56 bis 70 Prozent der Befragten den Gesundheitswert der Brote positiv ein. Zwischen 40 und 55 Prozent unterschätzen jedoch den Fett- und Kaloriengehalt.

Beim Verband kommt man zu einem klaren Schluss: Verbraucherinnen und Verbraucher sind mit der Kennzeichnung loser Backwaren unzufrieden. Weniger als fünf Prozent finden die heute übliche Kennzeichnung ausreichend und nur 16 Prozent meinen, die Zutaten von Brot und Brötchen in Bäckereien seien gut zu erkennen. Bislang sind Handel und Bäckereien nur verpflichtet, neben dem Preis die wichtigsten Allergene und kennzeichnungspflichtige Zusatzstoffe bei loser Backware anzugeben.

Zwei Drittel der Verbraucher sprechen sich laut VZBV für eine Kennzeichnung mit Nährwerttabelle aus, 53 Prozent wollen außerdem eine Zutatenliste. Dem anderen Drittel genügen weniger Angaben, knapp 14 Prozent plädieren aber ebenfalls für eine Zutatenliste. Die Informationen sollen im Geschäft selbst bereitgestellt werden, 60 Prozent favorisieren eine Kennzeichnung mit Schildern direkt in der Verkaufstheke.

Basierend auf den Erkenntnissen fordert der VZBV, die Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuchs kurzfristig um Trendbrotarten zu erweitern: „Hersteller sollten sich für Brot und Brötchen nicht mehr Fantasienamen ausdenken können, die beispielsweise ähnlich wie „Vollkorn“ klingen. Wenn sie es doch tun, müssen diese auch ähnliche Zutatenanforderungen erfüllen wie Vollkorn“, so Klaus Müller.

Aber damit ist es aus Sicht des Verbandes nicht getan: „Der VZBV fordert eine Vollkennzeichnung, wie sie für verpackte Backwaren vorgeschrieben ist“. Dies, so Müller, stärke auch das traditionelle Backhandwerk, schließlich hätten Verbraucher/innen hohe

DOWNLOAD

Ergebnisbericht der VZBV-Umfrage:
<https://bit.ly/2TMth1X>

Präsentation der VZBV-Umfrage:
<https://bit.ly/2E7WHIN>



Beim Verband der Freien Bäcker sieht man die Vollkennzeichnung auch als Schutz gegen industrielle Ware

Qualitätsansprüche, auch an Grundnahrungsmittel wie Brot und Brötchen.

Aus Sicht des Zentralverbandes ein Dolchstoß fürs Handwerk: „Handwerkliche Produktion heißt auch immer flexible und oft tagesaktuelle Produktion. Außerdem schwanken Zusammensetzungen und verwendete Mengen oftmals, wenn auch nur minimal. Das ist gerade bei der verlangten Nährwertdeklaration ein Problem.“ Bäckermeister Marlon Gnauck aus Dresden widerspricht: „Unsere Aufgabe als Hersteller heißt, die Schwankungen im Einsatz so gering wie möglich zu halten. Wenn ich jeden Tag +-10% bei den Rohstoffen abwäge, habe ich ganz andere Sorgen. Grund sind reproduzierbare Ergebnisse, ich kann nicht jeden Morgen einen Backversuch machen. Teige und Massen müssen bei unterschiedlichen Mitarbeitern gleich werden. Das erfordert eine hohe Wiegegenauigkeit.“

In seiner Bäckerei sind wesentliche Teile der Forderung längst umgesetzt: „Wir kennzeichnen alle Produkte im Laden offen per Kladde – Zutaten, Allergene & Getreidemahlerzeugnisse (GME). Perspektivisch will ich dafür ein Tablet bereitstellen, um die Suche komfortabler zu machen. Alle Angaben sind

Verbraucherschützer wollen eine gesetzliche Pflicht zur Vollkennzeichnung loser Backwaren





in der Kasse hinterlegt und man findet sie auf unserer Website, inklusive Nährwerte. Am Preisschild sind wegen der Lesbarkeit nur Allergene und GME ausgewiesen.“

„Die Umsetzung“, so Gnauck, „stellt für uns nur einen geringen Mehraufwand dar. Da Rezeptverwaltung, Kasse und Internetseite automatisch zusammenarbeiten. Somit bleibt nur der Neudruck von Preisschildern und Kladde, wenn sich etwas ändert. Der Erfassungsaufwand ist derselbe, da sowieso alle Rezepte in unserer Software elektronisch erfasst werden. Das Programm errechnet im Hintergrund ohne mein Zutun die erforderlichen Angaben. Und gerade bei den Zutatenlisten geschieht das auch noch in optimierter Form.“ Für ihn ergibt sich ein klares Fazit: „Wenn man seine Rezepte zwecks Kalkulation bereits elektronisch erfasst, ist der Rest mit entsprechender Software ein Kinderspiel.“

Doch aus Sicht des Zentralverbandes besteht noch ein weiteres Risiko. „Die Bäcker“, so Daniel Schneider im Interview, „müssen sich bewusst sein, dass eine Volldeklaration das Risiko einer amtlichen Beanstandung durch die Lebensmittelüberwachung erhöht.“

Die Erfahrung zeigt, dass die Produkte von Bäckern, die auf freiwilliger Basis eine Nährwerttabelle angeben, die angegebenen Werte bei einer amtlichen Beprobung nicht einhalten können, hier also oft deutliche Abweichungen bestehen.“

Eine Erfahrung, die Marlon Gnauck nicht teilen kann: „Unterschiede in den Nährwerten ergeben sich schon mit einer neuen Charge Mehl oder einer abweichenden Teigreife. Das wissen die Ämter. Wir haben es mit Naturprodukten zu tun. Das findet bei den Prüfungen Berücksichtigung.“

Auch beim Verband Die Freien Bäcker sieht man den Vorstoß der Verbraucherschützer positiv. Eine Kennzeichnungspflicht, so Vorstands-Mitglied Anke Kähler, sei auch ein Schutz handwerklich arbeitender Betriebe gegen industriell backende Bäckereien, in denen Zusatzstoffe die handwerkliche Kompetenz ersetzen.

Noch gibt es keine politische Initiative für eine Volldeklaration loser Backwaren. Aber das Thema ist hinterlegt. Und der Frontverlauf recht klar. 🍞



Bäckermeister Marlon Gnauck kennzeichnet bereits voll und hält das für ein Kinderspiel



Foto: Bundesmühlenkontor/Steffen Höft

Zentralverband **vs.** Verbraucherzentrale

Dolchstoß

Für Daniel Schneider, Hauptgeschäftsführer des Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks, ist die Idee der Kennzeichnungspflicht loser Backwaren „weder notwendig noch praxistauglich“, für Handwerksbäckereien sogar gefährlich. Im Interview erklärt er warum.

Vom Bundesverband der Verbraucherzentralen kommt die Forderung einer klareren Kennzeichnung von losen Backwaren. Welche Meinung wird im Zentralverband der Bäckerhandwerks dazu vertreten?

Zu Recht unterscheiden sowohl der deutsche als auch der europäische Gesetzgeber bewusst zwischen vorverpackter und lose verkaufter Ware. Das Brot und die Brötchen unserer Innungsbäcker stammen aus handwerklicher Produktion, die nur mehr oder weniger standardisiert ist. Handwerkliche Produktion

heißt auch immer flexible und oft tagesaktuelle Produktion. Außerdem schwanken Zusammensetzungen und verwendete Mengen oftmals, wenn auch nur minimal. Das ist gerade bei der verlangten Nährwertdeklaration ein Problem, die nur natürliche Rohstoffschwankungen berücksichtigt. Das heißt: Wer eine Vollkennzeichnung inklusive Nährwerttabelle fordert, sagt eigentlich: Wir wollen keine handwerkliche Herstellung mehr. Allein die Zutaten einzelner Backwaren können je nach Rohstoffangebot leicht variieren, was bedeutet, dass für jede kleine Rezepturänderung neue Zutatenverzeichnisse und Schilder für sämtliche Filialen erstellt werden müssten. Das ist in den meisten Handwerksbäckereien kaum umsetzbar, weshalb eine vollumfängliche Pflichtkennzeichnung wie in der industriellen Lebensmittelproduktion ein Dolchstoß fürs Bäckerhandwerk darstellt.

In der repräsentativen Umfrage der Verbraucherzentralen erklären 84% der Befragten Qualität zum Entscheidungs-Kriterium beim Brötchenkauf. 60% der Verbraucherinnen und Verbraucher wünschen sich eine klare Deklaration am Regal. Ist es klug, diesen Wunsch rundweg abzulehnen?

Um eines klarzustellen: Wir lehnen keine Volldeklaration von Backwaren ab, sondern nur eine gesetzliche Verpflichtung hierzu für jeden Handwerksbäcker. Die Betriebsverantwortlichen sollten weiterhin selbst entscheiden können, ob sich eine Volldeklaration wirtschaftlich lohnt oder nicht und ob sie aufgrund ihres individuellen Herstellungsprozesses in der Lage sind, Zutatenverzeichnisse oder gar Nährwerttabellen anzugeben. Denn allen Ergebnissen von Verbraucherbefragungen zum Trotz: Die meisten Verbraucher achten beim Einkauf vor allem auf Geschmack und oftmals auch auf den Preis. Die Bäcker müssen sich zudem bewusst sein, dass eine Volldeklaration das Risiko einer amtlichen Beanstandung durch die Lebensmittelüberwachung erhöht. Auch dies spricht gegen eine Pflicht. Die Erfahrung zeigt auch, dass die Produkte von Bäckern, die auf freiwilliger Basis eine Nährwerttabelle angeben, die angegebenen Werte bei einer amtlichen Beprobung nicht einhalten können, hier also oft deutliche Abweichungen bestehen. Es ist eben ein Unterschied, ob beispielsweise eine Maschine grammgenau einen Zuckerguß auf die Backware streicht, oder aber verschiedene Bäcker in der Backstube mal mehr oder mal weniger Zuckerguss verwenden. Dann lässt sich auch nicht mit „Ich habe das ja freiwillig gemacht.“ argumentieren, wenn die angegebenen Werte beim Zucker von den behördenseits analysierten abweichen.

Bäckereien haben in den letzten Jahrzehnten auch Vertrauen verloren, weil sich teilweise nur noch die Handgriffe von der Industrie unterschieden haben, nicht aber die Zutaten. Ist eine Kennzeichnung nicht ein idealer Weg, Transparenz zu zeigen, sich positiv von Industrieware abzusetzen und Vertrauen zurückzugewinnen?

Es stimmt schon, dass viele Verbraucher glauben, dass ein Bäcker mit mehr als zwei, drei Filialen eine „Kette“ sei, die ja nicht mehr selbst herstellt. Diese Meinungslage ist aber nicht so global, wie es gerne behauptet wird, beziehungsweise ist hier Aufklärungsarbeit nötig. Hinzu kommt ja, dass – wie gesagt – für 99 Prozent der Verbraucher der Geschmack das wichtigste Kriterium bei der Lebensmittelauswahl ist, wie es der aktuelle Ernährungsbericht des Bundesernährungsministeriums belegt. Und hier können Handwerksbäcker gegenüber der Industrie punkten. Ein mit alten Herstellungstechniken, die in der Industrie aus technischen Gründen nicht anwendbar sind, hergestelltes Brot schmeckt nicht nur besser, sondern ist auch länger haltbar, selbst mit identischen Zutaten. Auch die Bekömmlichkeit von Backwaren mit längerer Teigruhe wurde unlängst durch die Universität Hohenheim nachgewiesen. Ein Zutatenverzeichnis sagt aber nichts über den Geschmack und wenig über die Qualität oder Herstellung einer Backware aus. Außerdem: Haben Sie schon einmal erlebt, dass ein Gast im Restaurant die genaue Zusammensetzung seiner Speise erfragt? Auch hier werden ja meist nur die grundlegenden (wertgebenden) Bestandteile mitgeteilt und kein Gast hat damit ein Problem.

Vom Verband „Die Freien Bäcker“ kam der Vorschlag, der Zentralverband könne für seine Mitglieder eine „praxisnahe Software entwickeln lassen“ und sie damit bei der Deklaration unterstützen. Ein guter Vorschlag?

Zunächst: Es gibt ja bereits Software, die bei der Deklaration und Rezepturverwaltung unterstützt wie etwa „Backbüro“ von der BÄKO. Ansonsten ist es schon recht verwunderlich, dass sich der Verband „Die Freien Bäcker“ in der Öffentlichkeit medienwirksam für eine Kennzeichnungspflicht ausspricht, die Arbeit, die die Umsetzung dieser Pflicht machen würde, dann aber anderen überlassen will. Für uns ist dies ein Hinweis, dass man dort wenig Ahnung über den Aufwand einer Volldeklaration und den Leidensdruck der meisten Handwerksbäcker durch solche bürokratischen Pflichten hat. Wir wissen zudem, dass sich komplexe Fragen wie eine rechtssichere und verständliche Lebensmittelkennzeichnung nicht mit ein paar Klicks am Computer basteln lässt, sondern von Experten geprüft werden muss. Wie bereits erwähnt: Die Deklaration ist immer nur so gut, wie die Herstellung sich an die genauen Rezepturvorgaben hält. Daher ist der Vorschlag weder notwendig noch praxistauglich. ■

Stein des Anstoßes sind
Produktversprechen,
die Kunden in die
Irre führen





Die Freien Bäcker **vs.** Zentralverband

Sinnvoll

Beim Verband „Die Freien Bäcker“ hält man den Kennzeichnungsvorschlag der Verbraucherzentrale für richtig. Anke Kähler vom Vorstand des Verbandes erläutert im Interview, warum er gerade für Handwerksbäckereien sinnvoll ist.

Vom Bundesverband der Verbraucherzentralen (VZBV) kommt die Forderung einer klareren Kennzeichnung von losen Backwaren. Welche Meinung wird im Verband Die Freien Bäcker dazu vertreten? Wir teilen diese Forderung. Kunden und Kundinnen sollten jederzeit die Möglichkeit haben, sich in vollem Umfang über die einzelnen Zutaten sowie die Verwendung von Backmitteln, einschließlich exogener Enzyme, zu informieren. Egal ob ein Lebensmittel verpackt oder unverpackt ist. Wir Freien Bäcker/innen haben 2015 die Volldeklaration

in unsere „Grundregeln für die handwerkliche Herstellung von Brot und Backwaren“ aufgenommen. Betriebe, die nach unseren Regeln arbeiten und sich zertifizieren lassen, sind seitdem zu einer vollumfänglichen Deklaration verpflichtet. Als Verbraucherin will ich einfach wissen, was in einem Brötchen steckt. Ich selber habe eine Lebensmittelallergie und erlebe immer wieder, dass ich am Tresen keine exakten Informationen zu den Inhaltsstoffen erhalte. Da ich vom Fach bin, kann ich die richtigen Fragen stellen. Im Zweifelsfall kaufe ich dann nichts. Ein „normaler“ Kunde hat in vielen Bäckereifilialen keine Chance auf eine vollständige Auskunft. Nach meiner Erfahrung sieht es insbesondere bei großen Filialbetrieben düster aus. In Zeiten von Digitalisierung und Diskussionen über Künstliche Intelligenz ist ein solcher Zustand für mich nicht nachvollziehbar.



Der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks (ZVDB) argumentiert, eine Kennzeichnung sei für kleine und mittelständische Betriebe nicht möglich und verweist auf die Besonderheiten und Unterschiede bei der handwerklichen Lebensmittelproduktion. Ist das kein relevantes Argument?

Das Argument von Daniel Schneider, dem Geschäftsführer des ZVDB, eine „Vollkennzeichnung ... bedeutet den Tod der flexiblen, nicht standardisierten, handwerklichen Produktion“ ist aus meiner Sicht absurd. Ich selbst komme aus einer kleinen Handwerksbäckerei. Es wird doch nicht jeden Tag die Rezeptur eines Produktes geändert. Wenn ich eine Rezeptur entwickle und das Produkt ins Sortiment aufnehme, schreibe ich das Rezept auf, kalkuliere es, erfasse die Allergene und so weiter. Selbst wenn ein Bäcker keinen PC hätte, gäbe es kein Problem, eine vollständige Zutatenliste zu erstellen. Ich meine, dass gerade kleine Handwerksbäckereien mit einer offenen und vollständigen Deklaration und einem kompetenten Beratungsservice bei ihren Kunden punkten können. Statt in immer neue Marketingstrategien und die Bedienung von Trends zu investieren, wäre es aus meiner Sicht oft sinnvoller, erst einmal die Kernkompetenz am sogenannten „Point of sale“ zu optimieren. Sicherlich gibt es viele Verbraucher/innen, die nur nach neuesten Trends schauen und nicht darauf achten, was sie da wirklich zu sich nehmen. Aber der Anteil derer, die wissen wollen, was in ihrem Essen steckt und wo es herkommt, wird, wie zahlreiche Studien zeigen, größer. Und das ist gut so.

Die Befürwortung klarer Kennzeichnung in Handwerksbäckereien wurde seitens des Zentralverbands in einer Facebook-Diskussion „unkollegial“ genannt. Ist die Position der Freien Bäcker unkollegial?

Wenn es – aus welchen Gründen auch immer – für eine Bäckerin oder einen Bäcker wirklich nicht leistbar wäre aufzuschreiben, was in den einzelnen Gebäcken steckt, dann wäre unsere Position unkollegial. Richtig ist, dass die Betriebe hinsichtlich der ständig steigenden regulatorischen Anforderungen entlastet werden müssen. Deshalb haben wir als Verband Vorschläge erarbeitet, wie mit den zum Teil ineffektiven und den tatsächlichen Risiken oft nicht angemessener

regulatorischer Auflagen umzugehen ist. Sich jedoch in Bezug auf eine Volldeklaration scheinbar schützend vor die Betriebe zu stellen, läuft den Interessen der kleinen Handwerksbetriebe mittel- und langfristig zuwider. Wenn Teile meiner Kundschaft – berechtigt – mehr Transparenz fordern, verweigere ich mich diesen Interessen doch nicht. Sonst sind sie morgen da Kunde, wo ihre Wünsche erfüllt werden. Etliche Bäcker/innen finden übrigens den Status quo als „unkollegial“ oder unfair. Heute schreibt doch fast jede Bäckerei, egal in welchem Umfang handwerklich oder industriell produziert wird, auf die Fensterscheiben oder Tüten, dass nachhaltig, mit regionalen Rohstoffen, traditionell handwerklich oder nach Opas Rezepten gearbeitet wird. Dazu noch ein paar schöne Heile-Welt-Bilder. Doch was steckt alles in diesen Backwaren, wenn man sie genauer anschaut? Wie unfair ist die scheinbare Bedienung von Verbraucherwünschen gegenüber wirklich handwerklich arbeitenden Bäckereien, die zudem mit Rohstoffen von Biohöfen aus der Region arbeiten und auf Zeit, handwerkliches Know-how und Wissen statt auf ein Potpourri von Backmitteln und Convenienceprodukten setzen. Opa kannte das Verfahren „Tüte auf, Wasser drauf, umgerührt und ab in den Ofen“ übrigens nicht. Klar, Opa hatte auch keine Auswahl von 200 Produkten jeden Morgen. Doch das Motto „Weniger ist mehr“ gewinnt in jeder Hinsicht wieder an Bedeutung. Deshalb: um Transparenz und faire Wettbewerbsbedingungen zu schaffen, ist eine Volldeklaration sinnvoll.

Vom Verband Die Freien Bäcker kam der Vorschlag, der Zentralverband könne für seine Mitglieder eine „praxisnahe Software entwickeln lassen“ und sie damit bei der Deklaration unterstützen. Ein bisschen Provokation?

Nö! Der Vorschlag ist schon ernst gemeint. Der Zentralverband sagt immer, er müsse alle Betriebstypen und -größen vertreten. Das ist richtig. Dann kann er doch für Bäcker und Bäckerinnen, die in ihren Betrieben jeden Tag selbst am Baktisch stehen und „nebenbei“ den wachsenden Wust an bürokratischen Aufgaben zu bewältigen haben, mit einer intelligenten Software zur Seite stehen. Zumal es derartige Systeme bereits für wenig Geld gibt. ■

Womit arbeitet die **Branche**

Backstuben-Blick

Die nächste Anschaffung steht an? Der Markt ist reich an Auswahl. Da hilft ein Blick in andere Backstuben. Wir zeigen, womit gearbeitet wird. Außerdem fragen wir die Kolleginnen und Kollegen nach ihrer Erfahrung. Heute: Jochen Weiß von der Bäckerei Weiß & Sohn in Tostedt. Die Backstube arbeitet für 22 Fachgeschäfte.



Miwe Stikken-
öfen roll-in

„Wir haben diese Öfen seit 15 Jahren im Einsatz, backen vor allem Brötchen darin. Sie arbeiten zuverlässig.“

„Der Beschickungsautomat übernimmt Brote, schiebt sie in den Ofen und holt sie auch wieder heraus. Das erleichtert die Arbeit enorm und schont die Rücken der Ofenführer.“



Beschickungsautomat

Heuft Vulkan Thermo-Roll



„Hier werden seit 2014 Brote auf Steinplatten gebacken. Mit einem Anschaffungsvolumen von 700.000 Euro war der Ofen die größte Investition in der Backstube. Gearbeitet wird mit indirekter Hitze, die Heizung steht in einem anderem Raum. Die Öfen haben sich bewährt.“

Elisa Wasseraufbereitungs- system

ElisaQuellWasser

„Wir haben das vor etwa 15 Jahren in der Backstube installiert. Wir glauben, dass unsere Teige durch die Aufbereitung des Wassers besser werden. Sie sind in jedem Fall angenehmer zu bearbeiten.“



Winback Brotmixer für 500 Liter

„Brote aus Retouren können hier perfekt zu Altbrot-Brühstücken aufgearbeitet werden.“

WP Kemper

„Die Teigknetmaschine President 125 läuft seit mehr als 10 Jahren zuverlässig.“



Winback Röstanlage Rosenheim 500 V2.0



iceCool Kühlung

„Das Preis/Leistungs-Verhältnis hat hier überzeugt. Wir nutzen die Anlage vor allem für Produkte, die nur einmal pro Woche gebacken werden.“

„Wir haben die Anlage seit einem halben Jahr im Einsatz. Hier werden alle Saaten geröstet.“



Fortuna Brötchenpresse (wird für Rumkugeln verwendet) Automat 3-30

„Ein Erbstück meines Vaters. Sie Maschine wurde sicher schon zehnmals aufgearbeitet und läuft noch immer. Die geht einfach nicht kaputt. Wir nutzen sie auch für die Produktion von Rumkugeln.“



Forma
Baguetteroller



WP Kemper
Quadro Relax
Maschine zur Herstellung
für eckige Brötchen

Winback
Silotechnik

„Die Anlage befreit uns vom Säckeschleppen.
Außerdem gewährleistet sie Rezeptgenauigkeit.“



Winback
Verwiegungsanlage



Viessmann
Kühlraum zur Vorteigkühlung



Fortuna
Teigteiler



„Die Kombi
aus beiden
Maschinen hat
sich in Backstuben
bewährt.“



Kövy
Brötchenanlage

„Die Anlage ist seit 10 Jahren im Einsatz. Kövy
besticht durch einen exzellenten Service. Wir haben
sie gebraucht direkt bei Kövy gekauft, merken aber
keinen Unterschied.“



Seewer Rondo
Feingebäcklinie vor
allem für Kuchen
Euroline

„Die Anlage ist mindestens 15 Jahre alt und erleichtert die Arbeit enorm. Was früher händisch gefüllt und geschnitten wurde, übernimmt jetzt die Maschine. Wir möchten sie nicht missen.“



WP Riehle

Maschine zur Belagung
von Laugengebäck

RMBB



**Gärstop
Kühlung**



WP Bakery Cooling
Kühlung

Jochen Weiß

WP Multimatic

„Der Teigteiler für
Brötchen ist seit etwa
8 Jahren im Einsatz.“



BÄCKEREI WEISS & SOHN
Kronskamp 5
21255 Tostedt



Neue Studie weist auf **Gesundheitsgefahren** durch **Wärme** hin

Hitzegefahr

Im Hinblick auf den Klimawandel ergibt es Sinn, sich mit den Folgen steigender Temperaturen im Berufsleben auseinanderzusetzen. Eine Menge Professionen sind schon ohne Klimawandel starker Wärme ausgesetzt. Ihnen bescheinigt eine internationale Studie nun erhöhte Gesundheitsrisiken, ausgelöst durch Hitze am Arbeitsplatz.



DOWNLOAD

Merkblatt der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe zum Thema Hitzearbeit:
<https://bit.ly/2ldph9m>



Zwischen 200 und 400°C spuckt ein Bäckerei-Ofen aus – Gesundheitsrisiken für Ofenführer sind nachweisbar

Gesundheit und Produktivität der Arbeitnehmer unter beruflicher Hitzebelastung: eine systematische Überprüfung und Metaanalyse – unter diesem sperrigen Titel haben sich Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus Griechenland, Kanada, Dänemark sowie Großbritannien mit der Gesundheitsbelastung durch Wärme am Arbeitsplatz auseinandergesetzt.

Dabei bedienten sie sich existierender Studien. Aus 958 Untersuchungen wählten sie 111 relevante aus und hatten so Zugriff auf die Daten von mehr als 447 Millionen Arbeiterinnen und Arbeitern aus über 40 Berufen – darunter Bäcker, Küchen-Mitarbeiter, Feuerwehrleute oder Minenarbeiter – in 30 Ländern. Die berufliche Wärmebelastung wurde anhand internationaler Richtlinien und Normen für Arbeitssicherheit definiert. Ergänzende Simulationen und statistische Modelle halfen bei der Berechnung von Effekten.

Im Fokus standen Menschen, die an mindestens 6 Stunden pro Tag and 5 Tagen pro Woche über nicht weniger als 2 Monate pro Jahr Wärmebelastung ausgesetzt sind. Die Forscher fanden heraus, dass sie im Durchschnitt eine Körpertemperatur von 37,6°C haben. Der Durchschnitt liegt bei Menschen normalerweise bei 36,9°C. Daraus resultieren bei vielen Betroffenen – zuweilen erhebliche – Gesundheitsprobleme.

So haben diese Menschen eine viermal höhere Wahrscheinlichkeit, unter Hitzebelastung zu leiden. Das ist selbst kein definiertes Krankheitsbild, geht aber mit diversen Effekten auf die Physis einher. Dazu zählen Symptome wie Übelkeit, Bewusstlosigkeit, Hyperthermie, also ungesunde Körpererwärmung, Wassermangel, Krämpfe, Nieren-Krankheiten sowie -Verletzungen. Das

darüber hinaus festgestellte erhöhte spezifische Gewicht des Urins kann neben den bereits genannten Symptomen auch mit Durchfall, übermäßigem Schwitzen, Blasenentzündungen, Harnwegsinfektionen, dem erhöhten Ausscheiden von Glucose, Aterien-Verengung bei der Nieren-Versorgung und Nieren-Leiden einhergehen.

Nicht zuletzt geht große Hitze auch mit hohem Produktivitätsverlust einher. Bis zu 30% beträgt er, da die dauerhafte Wärmebelastung dem Körper Energie raubt.

„Wir werten die Studie noch aus“, sagt Friedemann Berg vom Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks und verweist auf die Arbeitsstättenverordnung, konkretisiert durch die technischen Regeln für Arbeitsstätten, in denen alles Wesentliche geregelt sei. Er ergänzt: „Wir empfehlen den Betrieben, die einschlägigen Empfehlungen und Publikationen der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe zu beachten.“ Dort blieben Nachfragen zu Konsequenzen aus der Studie unbeantwortet.

Aktuell sind nur ausgewählte Berufsgruppen von diesen Problemen betroffen. Bäckerinnen und Bäcker zählen unbedingt dazu. Mit Hinblick auf die steigenden Temperaturen im Zusammenhang mit dem Klimawandel, erwarten die Forscherinnen und Forscher aber eine Verbreitung des Problems und kommen zu einem eindeutigen Fazit: „Berufliche Hitzebelastung hat bedeutende Auswirkungen auf Produktivität sowie Gesundheit und sollte entsprechend als Gesundheitsproblem anerkannt werden. Es bedarf konzertierter internationaler Maßnahmen, um die Auswirkungen angesichts des Klimawandels und des erwarteten Anstiegs der Wärmebelastung zu mildern.“



Wenn die Leute **im Laden** essen

Prozentfrage

7 oder 19 Prozent Umsatzsteuer – diese Frage stellt sich aktuell, wenn Kundinnen und Kunden Ihre Brötchen und Kuchen noch im Geschäft essen. Das Finanzgericht Münster beschäftigt sich mit dieser Frage. Klarheit gibt es noch nicht, aber Handlungs-Empfehlungen.

Die Frage „Zum hier Essen oder Mitnehmen?“ entspringt nicht der Neugier von McDonalds-Kassierer/innen. Die Antwort ist bares Geld wert. Der Verzehr vor Ort ist eine Restaurantleistung und unterliegt dem Mehrwertsteuersatz von 19%. Geht das Essen außer Haus, handelt es sich um die Lieferung von Lebensmitteln, die ermäßigt mit 7% besteuert wird. Bei identischen Bruttopreisen entscheidet die Antwort also über die Marge des verkauften Produkts.

Beim Finanzgericht Münster wird diese Frage unter dem Aktenzeichen 15 K 2553/16 U gerade für Bäckereien erörtert. In welchen Fällen greift der ermäßigte Satz, wann der volle? Ist es entscheidend, ob die Bäckerei Tische und Stühle zur Verfügung stellt?

Dabei wird das Verfahren auf der Homepage des Gerichtes unter der Kategorie „Verfahren von besonderem Interesse“ geführt. Das hat laut Nordrhein-Westfälischer Finanzverwaltung dazu geführt, dass verschiedenen

Finanzämtern Anträge und Einsprüche von Bäckereien vorliegen, die ihre Umsätze aus derartigen Verkäufen unter Berufung auf dieses anhängige Verfahren ebenfalls insgesamt dem ermäßigten Umsatzsteuersatz unterwerfen möchten und bis zum Abschluss dieses Verfahrens das Ruhen ihres eigenen beantragen.

Folgende Auffassung wird in der Finanzverwaltung dabei aktuell vertreten: „Die Lieferung von Speisen zum Verzehr an Ort und Stelle unterliegt dem Regelsteuersatz von 19%, wenn die vorhandenen Sitzgelegenheiten im Eigentum der Bäckerei stehen, angemietet wurden oder zumindest deren Mitnutzung ausdrücklich vereinbart wurde. Können die vorhandenen Sitzgelegenheiten nicht der Bäckerei zugeordnet werden oder sind keine Sitzgelegenheiten vorhanden, liegt keine Lieferung von Speisen zum Verzehr an Ort und Stelle vor und der ermäßigte Umsatzsteuersatz ist anzuwenden.“

Einstweilen gilt also der höhere Mehrwertsteuersatz, sobald es Tische und Stühle gibt. Ob das so bleibt oder auch hier künftig der ermäßigte Satz gilt, entscheidet sich irgendwann in Münster. Soweit Betriebe ihre eigenen Antrags- und Einspruchsverfahren ruhen lassen wollen, bis in Münster entschieden wurde, empfiehlt die Verwaltung, dem gemäß § 363, Absatz 2, Satz 1 der Abgabenordnung zuzustimmen. Dabei gibt es aber kein Aussetzen der Vollziehung, da „zurzeit keine berechtigten Zweifel an der aktuellen Verwaltungsauffassung bestehen.“



ZukunftsBrot

Ein Internat für Mädchen in Malawi

Seit 13 Jahren können Kinder in Malawi, einem der ärmsten Länder der Welt, die „Bella Vista Primary School“ besuchen. Gegründet wurde sie von Gernot Fürst und seiner Frau Rose, die ihrem Sohn Alexander eine gute Schulbildung ermöglichen wollten. Inzwischen lernen etwa 185 Kinder in der Schule, die einen exzellenten Ruf genießt. Um auch Mädchen aus entfernteren Orten den Schulbesuch zu ermöglichen, soll nun ein Internat mit 20 Plätzen gebaut werden. Unterstützt wird Fürst dabei von seiner Tochter Annette Fürst, Beraterin und Trainerin im Bäckereihandwerk. Mit einem via Banderole kenntlich gemachten ZukunftsBrot können die Betriebe Spenden für das Internat sammeln. Doch Hilfe ist auf vielfache Art möglich. Hier erklärt Annette Fürst, was sie vorhat.

Was genau planen Sie wo genau in Malawi?

Mein Ziel ist es, für Mädchen, die eine Schule sonst aufgrund fehlender Transportmöglichkeit nicht besuchen können, ein Internat neben der bereits seit 13 Jahren bestehenden „Bella Vista Primary School“ am Lake Malawi, in der Nähe von Chintheche zu bauen.

Warum Malawi, nicht Mannheim?

Malawi gehört zu den zehn ärmsten Ländern der Welt. Viele Menschen haben weder fließendes Wasser noch Elektrizität noch den Zugang zu Medikamenten oder guter Bildung. Provokant könnte man sagen: Alle

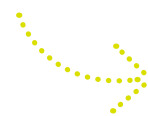


Annette Fürst ist selbst regelmäßig vor Ort und berichtet von den Fortschritten



Gegründet hatte Fürst die Schule einst für seinen Sohn Alexander, inzwischen lernen dort etwa 185 Kinder

Eine bessere Zukunft Afrikas führt über die Bildung der Frauen. Ihre Chancen wollen die Fürsts verbessern



Informationen zum Projekt gibt es unter www.fürst-class.org oder auf Facebook: <https://bit.ly/2SwedsP>



reden davon, dass Fluchtursachen vor Ort beseitigt werden müssen. Wir tun es. Wir werden Kindern in Afrika eine gute Zukunft ermöglichen. Besonders Mädchen. Denn wenn sich in Afrika etwas zum Besseren ändern soll, geht das nur über die Bildung der Frauen. Sind sie besser ausgebildet, haben sie bessere berufliche Chancen und können das gesellschaftliche Geschehen besser beeinflussen und lenken.

Was verbindet Sie mit dem Projekt?

Mein Vater lebt seit vielen Jahren am Lake Malawi und ist mit einer Einheimischen verheiratet. Er hat zusammen mit seiner Frau Rose die „Bella Vista Primary School“ gegründet, um ihren Kindern und den Fischerkindern am See eine gute Schulbildung zu ermöglichen. Ich selbst finanziere den Schulbesuch von zwei Mädchen, Prisca und Melani. Weil es meine Familie ist, kann ich dafür garantieren, dass jeder gespendete Euro in das Projekt fließt. Wir haben keinerlei Verwaltungskosten. In Deutschland kümmere ich mich um die Organisation und bin Ansprechpartnerin, in Malawi meine Stiefmutter Rose.

Warum suchen Sie Unterstützung ausgerechnet in der Bäckerei-Branche?

Ich bin als Trainerin für Führungskräfte seit gut zehn Jahren dem Bäckerhandwerk sehr verbunden. Bäcker und Bäckerinnen sowie viele der Verkäuferinnen erlebe ich als Menschen, die mit beiden Beinen

auf dem Boden stehen und tatkräftig anpacken. Genau das braucht ein solches Projekt: Tatkräftige Unterstützer. Daher bin ich fest davon überzeugt, dass wir es im Bäckerhandwerk gemeinsam schaffen, einen Unterschied für diese Kinder in Afrika zu machen.

Was haben teilnehmende Bäckerinnen und Bäcker von einem Engagement?

Zunächst das gute Gefühl – helfen macht glücklich. Es heißt „Tue Gutes und rede darüber“. Wir stellen PR-Material zur Verfügung, das über die gesamte Bauzeit aktualisiert wird: Fotos, kleine Filme, Nachweise über die Verwendung des Geldes. Bei einem Verkaufswettbewerb könnten wir zum Beispiel die lokale Presse einladen, wenn wir der Gewinnerfiliale eine Urkunde überreichen. So bekommt die Bäckerei regional Aufmerksamkeit. Und: Sollten Sie mal in Malawi sein, sind Sie meiner Familie sicherlich willkommen und können die Schule sehr gern vor Ort besichtigen.



Wo kann ich sehen, was mit meinem Geld passiert?

Sowohl auf der Facebookseite als auch auf meiner Homepage können Sie verfolgen, was mit dem Geld geschieht. Der Bau wird mit aktuellen Fotos und Filmen begleitet. Diese können Sie gern auch für Ihre PR-Aktion anfordern.

Was genau ist geplant?

Bäckereien haben die Möglichkeit, sich am „ZukunftsBrot“ zu beteiligen und selbst zu entscheiden, welches Brot sie dafür verwenden. Manche wollen jeweils das „Brot des Monats“ nehmen, andere haben eine Produkteinführung dafür geplant. Die Banderolen für die Brote stellen wir zur Verfügung. Manche Betriebe haben sich entschieden, das Internat mit einer Spende zu unterstützen. Dieser Weg steht auch

Firmen außerhalb des Bäckerhandwerks und Privatpersonen offen. Selbstverständlich gibt es Spendenquittungen.

Wie lange läuft die Spendenaktion und wie geht es danach weiter?

Die Banderolen können bereits an die teilnehmenden Betriebe ausgeliefert werden, sodass jede Bäckerei für sich selbst bestimmen kann, wie lang sie die Aktion laufen lässt. Anfang Dezember würden wir gern den Grundstein für das Internat legen. Dafür werde ich nach Malawi fliegen, um alles in Bild und Ton festzuhalten – gemeinsam mit den Schülern, den Lehrern und örtlichen Politikern. 🇸🇰



Bella Vista
BOARDING SCHOOL

Das Logo der von Gernot Fürst gegründeten Bella Vista Boarding School in Malawi

SPENDENKONTO

people4people e.v.
DE09 8306 5408 0004 0327 56
BIC GENODEF1SLR
Stichwort: Hilfe für Malawi

Wenn Job-Frust zu **gutem Brot** führt

Frust-Backen

Wenn eine Bäckerei sich E5 nennt, dann muss irgendwas dahinter stecken. Aber auch über den Namen hinaus wirkt das E5 Bakehouse in London wie eine Backstube mit interessanter Geschichte. Außerdem hört man viel Gutes über das Brot dort. Einige Gründe also, dem mal auf die Spur zu gehen.





Luke bereitet den Teig vor. Gelernt hat er Grafikdesign. Heute ist er einer der Chef-Bäcker bei E5



Erst 18 Jahre alt und doch schon routiniert – seit drei Jahren arbeitet Gaby neben der Schule in der Bäckerei

Offen gestanden wirkt Ben Mackinnon nicht wie ein freundlicher Bäcker aus der Nachbarschaft. Eher wie ein griesgrämiger Designer. Vor allem inmitten seiner vielen Mitarbeiter, die lächelnd und geschäftig durch Cafe, Küche und Backstube wuseln – alles ist in einem großen Raum unter einer Bahntrasse untergebracht.

Vorne wird in einem kleinen Gastraum der Mittagstisch serviert. Es ist wirklich nicht warm an diesem Tag und dennoch sitzen Leute auch draußen an Tischen. In der Küche dahinter bereiten fleißige Hände belegte Brote vor, geben den Speisen den letzten Schliff, während im Nebenraum eine Steinmühle unablässig frisches Mehl ausspeit.

Ganz hinten schließt sich die Backstube an, die auch vom Gastraum aus zu sehen ist, weil es keine hohen Trenn-Elemente zwischen den Räumen gibt. Dort dehnt und faltet Fin den Teig in großen Bottichen, während Luke das Formen der Laibe vorbereitet. Der 31-jährige ist von Hause aus eigentlich Grafikdesigner. Seit dreieinhalb Jahren gehört er zum E5-Team, ist inzwischen einer der Chef-Bäcker.

Ihm zur Hand geht Gaby. Für sie ist es ein Job neben der Schule. Und das bereits seit vier Jahren. 15-jährig begann sie als Helferin in der Backstube und sieht hier auch ihre Zukunft.



Fin mischt die Zutaten im großen Hubknetter

So griesgrämig kann Ben also am Ende nicht sein. Sein Team strahlt dafür zu viel Fröhlichkeit und Leidenschaft fürs Brotmachen aus.

Dabei hatte alles mit Frust begonnen. Ben, studierter Biologe, arbeitete zunächst im Fischerei-Management, später als Berater für Nachhaltigkeit im Bau. Nichts davon machte ihn richtig glücklich. So reichte er 2011 seine Kündigung ein und ging auf Reisen. Einfach so, ohne Ziel.

Aus Frust im Job kam Ben Mackinnon zum Backen. Heute versorgt er seine Nachbarschaft in Hackney mit fantastischem Brot





Zum Formen der Brote kommt die ganze Mannschaft der Backstube zusammen



In Formen ruht der Teig. Er hat genug Zeit, langsam zu reifen

Im andalusischen Alpujarras stolperte der damals 32-jährige über eine Tüte Mehl und etwas Hefe, buk sein erstes Brot. Es dauerte dann aber noch ein paar Wochen, der Brite war inzwischen in Marokko angekommen, da entdeckte er diese kleine Bäckerei in einer Nebenstraße. Ein Holzofen wärmte die Stube den ganzen Tag, Männer standen da, formten Brote und Ben fühlte sich zu Hause.



Zwischen den Arbeitsschritten müssen die Bäcker ran zum Reinigen

Zurück in England besuchte der neugierig gewordene eine Schule für handwerkliche Lebensmittel, nahm Unterricht bei Carl Schavitz. Der ist selbst Autodidakt, zählt heute aber zur internationalen Brotback-Elite und beliefert Restaurants sowie Geschäfte in Cambridge und London, gibt international Kurse für traditionelles Backen.



Mittags-Teller bekommen den letzten Schliff in der Küche, die zwischen Gasträum und Backstube liegt

Ben, der eigentlich aus Suffolk stammt, lebte inzwischen in Hackney. Der Stadtteil im Nordosten Londons war mal ziemlich runtergekommen, bekannt für seine Straßenkriminalität. Aber 2011 war die Gentrifizierung bereits kräftig im Gang. Junge Familien zogen in die Gegend, hippe Leute eroberten den Bezirk. Es war die richtige Zeit für gesundes, nachhaltiges Essen.

Ben fand ein italienisches Restaurant in der Nachbarschaft, dessen Ofen er morgens nutzen durfte, bevor er für die Pizza gebraucht wurde. Die Laibe formte er zuvor im Keller eines Freundes. Am Wochenende wurden die Brote in verschiedenen Geschäften Hackneys verkauft.

JUST BREAD

Schon seit 1951 setzt sich der Londoner Flüchtlingsrat für Menschen ein, die ihre Heimat verlassen mussten. Angesichts des aktuellen Zustroms kam Liz Siena auf die Idee, Menschen unterschiedlicher Kulturen über Brot zueinander zu bringen. Als Partner kam schnell das E5 Bakehouse ins Projekt. Hier lernen Frauen aus aller Welt in 14 Tagen, wie eine Bäckerei funktioniert. Gleichzeitig bringen sie ihre eigenen Erfahrungen und kulturellen Hintergründe, Rezepte und Backtechniken mit ein. So entsteht nicht nur Kommunikation, so entstehen vor allem tolle Brote. Ziel ist es, gemeinsam mit den Flüchtlingen perspektivisch kleine Bäckereien aufzubauen. Neben dem sozialen Aspekt des gemeinsamen Brotbackens und Erfahrungsaustauschs sollen die Teilnehmer also auch



in die Lage versetzt werden, sich eine eigene Zukunft in Großbritannien aufzubauen. „Just Bread“ heißt das Projekt, das seit 2014 läuft. Man kann es mit „Einfach nur Brot“ am besten übersetzen. Und genau darum geht es. Brot bringt Menschen zusammen, Brot gibt ihnen eine wirtschaftliche Zukunft.

Beeinflusst von der Vielfalt der kulturellen Hintergründe entstehen ganz neue Brote






E5 bringt das Bäckerei-Know-how mit ein, Flüchtlingsfrauen ihre Erfahrungen beim Backen, Rezepte und Techniken. Es gibt also viel Gesprächsstoff beim Backen

Außerdem suchte der umtriebige Bäcker Privatkunden. Er klopfte an Haustüren, lies Probierstücke da und fand so 20 Haushalte, die sich samstags frisches Brot von ihm liefern ließen. Sie gaben ihm das Selbstvertrauen für den nächsten Schritt.

Der war fällig als Ben Lisa Stockton kennenlernte. In ihrer „Happy Kitchen“ stellte sie glutenfreie Kuchen her. Und stimmte zu, dass Ben in ihren Räumen einen Holzofen baute. So legte er los, schleppte Lehm, Ziegel und Pflastersteine durch den Laden und erschuf einen Ofen wie er ihn in Marokko kennengelernt hatte. Betrieben mit dem nicht mehr gebrauchten Holz einer nahen Tischlerei, begann die Geschichte des E5 Bakehouse. Und Ben lebte seinen Traum einer nachhaltig betriebenen Bäckerei.

Der kam in Hackney richtig gut an. Bald schon wurde der Backplatz zu klein, die Bäckerei zog um in ihre heutigen Räume unter der Overground-Linie. Verbunden mit dem Umzug war auch der schmerzhaft Abschied vom Holzofen. Elektrisch betriebene waren eine rationale Entscheidung in Sachen Kosten und Nachhaltigkeit.

Nie in Frage stand allerdings die Philosophie. Dem Gedanken der Nachhaltigkeit muss sich alles unterordnen. Das beginnt schon mit dem Strom aus erneuerbarer Energie, geht über die Kompostierung organischer Abfälle und Verpackungen aus Recycling-Material bis hin zum Triebmittel für das Brot. Nur Sauerteig kommt zum Einsatz.

 @justbreadlondon
 /justbreadlondon
 www.justbreadlondon.com



Im Gastraum herrscht den ganzen Tag über geschäftiges Treiben

Unscheinbar, im Bahn-Viadukt, ist das E5 Bakehouse beheimatet



Dunkel ausgebacken, innen saftig-gnätischig, ist das klassische E5-Brot



Nebenan wird experimentiert und fermentiert

Den brachte eine Kundin irgendwann mit aus Schweden, wo ihre Familie lebt. Schon ihre Mutter, Großmutter und Urgroßmutter hatten mit ihm gebacken. Die Geschichte des Sauerteiges lässt sich bis nach Lappland zurückverfolgen.

Während des Brot-Formens besprechen Ben und Luke den Tag

In einem großen Topf blubbert er vor sich hin, regelmäßig schaut ein Mitarbeiter liebevoll nach seinem Wohlbefinden. Es ist auch nur dieser eine Weizen-basierte Sauerteig, der alle Brote treibt. Egal, ob Roggen, Weizen oder Dinkel.



Signature-Brot des E5 – also die wichtigste Eigenkreation – ist das „Hackney Wild“. In einer dunkel ausgebackenen Kruste steckt eine saftig-gnätische Krume voller Geschmack, der von einem Mix aus neuen und alten britischen Weizensorten kommt.

3.000 Laibe verlassen die Bäckerei inzwischen pro Woche. Ein Teil des benötigten Mehls wird

Die Rahmendaten aller Brote werden auf dem Whiteboard festgehalten

LEAVENS		RYE	WHITE	H.W CLASS	H.W	66%	WM	BAUGHTE	CL	NUMER
Am For 29-20C						66%		32	140R	8A G
F I R S T	WATER TEMP	31.5		25.5	25.5		37	26	824	MG XXL
	TIME	10:50		10:45	10:30		10:15	11:10		HW XXL
	LEAVEN TEMP	26		24.7	25.2		28.7	26.8	79	
S E C O N D	FRIDGE									
	WATER TEMP	28.5		24.7	24		37			20-2
	TIME	15:45		15:15	10:50		10:10	5:10		10:00
	LEAVEN TEMP	26.5	26.5	25.5	24.3		25	5:10		20-2
	FRIDGE	16:30		16:25						

in der eigenen Mühle gemahlen. Das Korn kommt von britischen Bio-Höfen. Ziel ist es, jede Zutat genau zu kennen, ihre Herkunft, ihre Entstehung. Auf der Website wird jeder Lieferant vorgestellt, erzählt, woher die Dinge stammen, die man bei E5 kaufen kann.

Immer mehr will Ben die Dinge aber auch in die eigene Hand nehmen. So denkt er nicht darüber nach, eine weitere Bäckerei zu eröffnen oder den Cafe-Betrieb auszuweiten, sondern eher über einen eigenen Bauernhof.

Viele Kunden sind dem Backhaus treu seit seinen ersten Tagen. Ihnen geht es genau um diese Philosophie. Andere kommen einfach rein, um sich mit köstlichem Brot zu versorgen. Denn das steht an erster Stelle. Garant dafür sind erstklassige Zutaten und Mitarbeiter mit Leidenschaft für gutes Brot.




Vorgeformte Laibe warten auf ihre Weiterverarbeitung




Nach dem Formen haben die Brote noch eine Nacht im Kühlhaus vor sich, gebacken wird am nächsten Morgen

Dabei fällt auf, dass eigentlich nur Seiteneinsteiger im E5 Bakehouse arbeiten. Sind sie die besseren Bäcker? „So ganz stimmt das nicht“, sagt Ben, „Natürlich haben wir Leute, die direkt von der Schule zu uns kommen. Aber ja, viele unserer Bäcker hatten vorher andere Berufe. Der Schlüssel zu gutem Brot ist doch, die Bedeutsamkeit und Verantwortung des Bäckerdaseins. Und manchmal wissen das Seiteneinsteiger mehr zu schätzen.“

Dieses Gefühl, aber auch jede Menge Wissen gibt Bens Team inzwischen auch an Freizeit-

 @e5bakehouse

 e5-bakehouse-132555766758130/

 www.e5bakehouse.com



Ohne Trennwände geht der Blick von der Backstube durch die Küche bis in den kleinen Gasträum der Bäckerei

Bäcker weiter. Regelmäßig finden Backkurse statt, in denen es um Pizza oder Brot geht. Überhaupt macht der Mann seine Bäckerei zum Teil der Gemeinschaft in Hackney, mischt sich auch lokalpolitisch ein. Das Backhaus engagierte sich in der Flüchtlingshilfe, bot Crashkurse für Geflohene an. Das Viertel kämpft aktuell um den Erhalt des Overground-Viadukts. Das soll privatisiert werden. Aber so wie E5 nutzen viele Kleinunternehmen die Immobilie. Es wird befürchtet, dass Privatisierung und Mieterhöhungen die Gewerbestruktur verändern. In der Bäckerei werden Unterschriften gesammelt, Aktionen unterstützt.

Bei alledem will Ben vor allem die Wertschätzung für gutes Essen weitertragen. Das ist vielleicht der nachhaltigste Ansatz seiner Philosophie. Wozu Job-Frust manchmal führen kann, wenn es keinen Meisterzwang gibt...

Ach ja – und das E5 Steht für die ersten beiden Stellen der Londoner Postleitzahl der Nachbarschaft, in der die Bäckerei einst startete. Nach einem Umzug fängt die nun allerdings mit E8 an. Ahnt ja auch keiner. 🇬🇧

Heller Bure

2019 ist das Jahr des deutschen Bauernbrot. Aber auch in der Schweiz zählt das Burebrot (Bauernbrot) zu den beliebten Backwaren. Klassisch für dieses Hefebrot sind die Beimischung von Roggen sowie etwas Milch als Schüttflüssigkeit. Sie gibt dieser hellen Version des helvetischen Klassikers eine besonders wattige Krume.

Poolish

- ▶ 3,330 kg Weizenmehl 550
- ▶ 3,330 kg Wasser (4°C)
- ▶ 0,030 kg Hefe

☉ Die Zutaten mischen und bei Raumtemperatur 12-16 Stunden lang reifen lassen.

Hauptteig

- ▶ 6,690 kg Poolish
- ▶ 3,750 kg Weizenmehl 550
- ▶ 2,920 kg Roggenmehl 1370

- ▶ 3,670 kg Vollmilch (4°C)
- ▶ 0,200 kg Salz
- ▶ 0,100 kg Hefe
- ▶ 0,250 kg Honig (optional)
- 17,580 kg Teig

Kneten: 5 Minuten langsam,
3 Minuten schnell
Teigtemperatur: 21°C
Teigruhe: 2 Stunden

Aufarbeitung

- ☉ Teigeinlage 900 g

- ☉ Teig Rundwirken, mit Schluss nach unten ins Gärkorbchen

Stückgare

Temperatur: 24-26°C

Zeit: 60 Minuten

Backen

Schwaden: normal

Backtemperatur: 250°C,
fallend auf 230°C. Nach
4 Minuten Zug ziehen

Backzeit: 45 Minuten



Rezept & Bild:
Sebastian Marquardt



Focaccia Weinheimer Art

Bis zum Beginn der Grillsaison ist es nicht mehr weit. Zeit fürs Probebacken. Focaccia ist ein idealer Begleiter zum Essen im Freien. Dabei handelt es sich um ein Fladenbrot aus dem Raum Genua (Ligurien), das schon zur Römerzeit gebacken wurde und als Vorläufer der Pizza gilt. Die Römer nannten dieses Brot „Panis Focacius“ (übersetzt: in der Herdasche gebackenes Brot), daher auch der heutige Name. Die Weinheimer Rezeptur ist sehr einfach und ergibt durch die lange Teigführung eine besonders aromatische Focaccia.

Vorteig

- ▶ 3,000 kg Weizenmehl 550
- ▶ 1,800 kg Wasser
- ▶ 0,030 kg Hefe

Kneten: 6 Minuten langsam,
4 Minute schnell

Teigtemperatur: 24°C

Teigruhe: mindestens 12 Stunden
bei 4-6°C

Hauptteig

- ▶ 4,830 kg Vorteig
 - ▶ 7,000 kg Weizenmehl 550
 - ▶ 6,800 kg Wasser
 - ▶ 0,100 kg Hefe
 - ▶ 0,200 kg Salz
 - ▶ 0,500 kg Olivenöl
- 19,430 kg Teig

Kneten: 10 Minuten langsam,
5 Minute schnell

Teigtemperatur: 24°C

Teigruhe: 2 Stunden in einer mit
Olivenöl bestrichenen Wanne,
nach einer Stunde einmal
zusammenschlagen

Aufarbeitung

- ⦿ Teigeinlage 490 g
- ⦿ Den Teig abwiegen und nur leicht einschlagen. Anschließend die Teiglinge für weitere 30 Minuten abgedeckt ruhen lassen. Teiglinge mit eingeölten Händen flachdrücken, mit den Fingern stippen und mit Tomatenhälften, grobem Salz und mediterranen Kräutern

(gegebenenfalls auch anderen
Zutaten wie Oliven etc.) bestreuen.

Backen

Schwaden: wenig

Backtemperatur: 240°C

Backzeit: ca. 26 Minuten

Text & Bilder:

Akademie Deutsches Bäckerhandwerk



AKADEMIE
Deutsches Bäckerhandwerk
Weinheim



Mitarbeiter-Schulung

Nicht alle, die beruflich mit dem Thema Brot zu tun haben, verfügen auch über Expertenwissen auf diesem Gebiet. Um gerade Quereinsteigenden oder Neulingen in der Welt des Brotes bei der Erlangung des essentiellen Grundwissens zu helfen, bietet das Deutsche Brotinstitut einen Online- Videokurs an. Er richtet sich in erster Linie an Gewerbetreibende und versteht sich als Schulungsmaterial.

Unter dem Motto „Grundwissen Brot“ bietet das Deutsche Brotinstitut aus Weinheim einen Videokurs an, der den Zuschauerinnen und Zuschauern auf anschauliche Art und Weise alles Wichtige rund ums Thema Brot beibringt. Die Inhalte sind speziell zur Schulung von beispielsweise Fachverkäuferinnen und -verkäufern gedacht. Zielgerichtet und kurzweilig werden zahlreiche Inhalte anschaulich vermittelt.

Der Videokurs ist unterteilt in die sieben Kapitel „Brotkultur und Brotgeschichte“, „Brotbegrifflichkeiten“, „Die Herstellung von Brot“, „Getreide und Mehl“, „Brotbezeichnungen und Brotsorten“, „Gesundheitlicher Wert von Brot“ sowie „Der richtige Umgang mit Brot“. Die Kapitel unterliegen alle derselben Gliederung. Es beginnt mit einer Begrüßung zum jeweiligen Thema durch Bernd Kütscher,

Geschäftsführer des Brotinstituts, oder Katrin Knopp. Es wird erläutert, worum es im folgenden Kapitel gehen wird. Danach folgt ein jeweils zwei- bis dreiminütiges Erklärvideo mit anschaulichen Fotos, Grafiken und Videosequenzen, in dem zusätzlich die wichtigsten Informationen stichpunktartig eingeblendet werden.

Am Ende jedes Kapitels gibt es dann einen kurzen Multiple-Choice-Test, in dem man das Wissen aus dem soeben Gelernten noch einmal überprüfen kann. Nach der korrekten Beantwortung der Fragen kommt man zum nächsten Lehrfilmchen. Bei Bedarf kann man natürlich jederzeit pausieren oder den gesamten Kurs beziehungsweise einzelne Kapitel wiederholen, vor- oder zurückspulen. Insgesamt sollte man mindestens etwa 30 Minuten Zeit für den kompletten Kurs einplanen.

Gewissermaßen das „große Finale“ stellt ein 20 Fragen umfassender Test am Ende des gesamten Video-Kurses dar. Darin werden einige zufällig ausgewählte Fragen aus allen sieben Kapiteln erneut angezeigt. Doch läuft nun ein Countdown (30 oder 60 Sekunden) mit, innerhalb dessen die richtige Antwort angeklickt werden muss. Außerdem





Bernd Kütscher und Katrin Knopp informieren zu Beginn jedes Kapitels über den Inhalt



DEUTSCHLAND HAT DIE GRÖSSTE BROTVIELFALT WELTWEIT. DIESE WURDE 2014 IN DIE LISTE DER IMMATERIELLEN KULTURGÜTER UNSERES LANDES AUFGENOMMEN

Neben praktischen Tipps und Tricks gibt es auch Hintergrundinfos zu Brot



Die Besonderheiten verschiedener Brotsorten werden anschaulich dargestellt



Dank einer Mischung aus Fotos, Grafiken und Texteinblendungen fällt es leicht, die Informationen aufzunehmen

Onlinekurs
<https://deutsches-brotinstitut.connectedrms.com/>



Nicht nur Fachbegriffe werden erklärt, sondern auch das Zusammenspiel der einzelnen Faktoren innerhalb des Brotes thematisiert



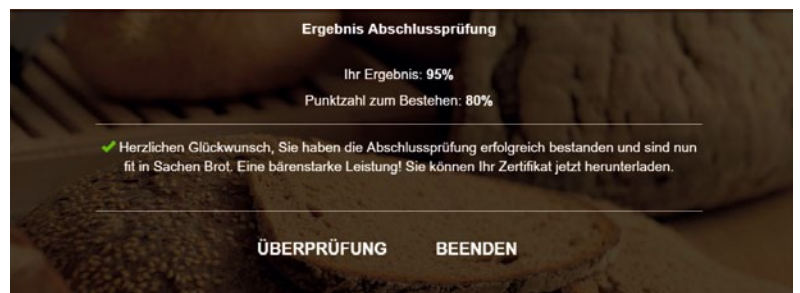
Nach jedem Kapitel gibt es einige Fragen, die im Multiple-Choice-Verfahren beantwortet werden können



hat man insgesamt nur zwei Versuche, um wenigstens 80 Prozent der Fragen korrekt zu beantworten. Doch keine Angst: Die Inhalte werden unmissverständlich und anschaulich vermittelt, sodass man den Test mit etwas Konzentration auch ohne Vorwissen bestehen kann. Ist das geschafft, gibt es ein PDF-Zertifikat, das die Teilnahme am Kurs bescheinigt.

Inhaltlich behandelt dieser Basiskurs alles Wichtige zum Thema Brot. Von der Geschichte des Brotes über gängige Fachbegriffe, verschiedene Backverfahren und Rohstoffe bis hin zur sinnvollen Lagerung wird in kurzer Zeit viel Wissen vermittelt. Damit ist der Kurs eine gute Möglichkeit, um unter anderem Fachverkäuferinnen und -verkäufern Wissen

zu vermitteln oder bereits Gelerntes aufzufrischen. Die Preise sind gestaffelt nach Anzahl der Teilnehmer. Für bis zu vier Personen kostet jede Lizenz zum Beispiel 37,80 Euro netto. Bei 50 oder mehr Teilnehmenden sind noch 19,90 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer pro Lizenz fällig. Dazwischen gibt es weitere Abstufungen. 📄



Am Ende aller sieben Kapitel kommt der große Abschlusstest, bei dem man mindestens 80 Prozent der Fragen richtig beantworten muss, um das Zertifikat zu erlangen

Im Abo günstiger

1 Jahr **Brot**
für € 50 **pro**

Im Abo
€ 29,20 sparen
Brot
pro



040/42 91 77-110

service@brot-pro.de • www.brot-pro.de/abo

Das Abo bringt Ihnen ab der nächsten Ausgabe BROTpro viermal jährlich frei Haus. Der Bezugspreis für das Abonnement beträgt in Deutschland, Österreich und der Schweiz EUR 50,00 (statt EUR 79,20 bei Einzelbezug; Auslands-Abo: EUR 70,00). Das Abonnement verlängert sich jeweils um ein weiteres Jahr. Sie können das Abonnement aber jederzeit kündigen und erhalten das Geld für bereits gezahlte, aber noch nicht erhaltene Ausgaben zurück.

Der Mann hinter der **Heavy-Metal-Show**

Die Extra-Meile gehen

Er ist der Wacken-Bäcker. Immer fröhlich. Immer ein bisschen laut. Er liebt die Bühne, die Show. Das ist der sehr sichtbare Teil. Der sorgt manchmal für Missverständnisse. Vor allem bei Kollegen, denen das zu viel Darstellung ist, zu wenig Handwerk. Wer das schmecken will, muss in die fränkische Pampa reisen. Dort trifft man einen anderen Axel Schmitt. Den vollständigen.

Text: Sebastian Marquardt



Axel Schmitt ist der Flummi unter den Bäckern. Es ist Internationale Backausstellung in München – und am Debag-Stand hüpfht, springt, jubelt der kleine Mann mit dem spitzen Bart. Licht flackert, Hardrock ertönt, irgendwann qualmt es sogar. Und das ist nicht der Ofen. Derweil produziert Schmitt Burger am Fließband. Fröhlich hüpfend. Selbst ein Audio-Gruß von Doro Pesch, der deutschen „Heavy-Metal-Queen“, fehlt nicht.

Am Ende beschweren sich Leute von Nachbar-Ständen darüber, dass man bei dem Lärm nicht arbeiten könne. Auf Instagram mosert wer, dass man mit so einem Blödsinn auch kein Brot mehr verkaufe. Aber die Leute am Debag-Stand haben Spaß. Und es schmeckt ihnen.

Und noch jemand hat Spaß: Axel Schmitt. Im Grunde ist er Entertainer mit Teig in den Adern. Er wiederholt immer wieder, wieviel Spaß ihm das alles mache. Manchmal vielleicht etwas zu demonstrativ. Sodass man geneigt ist, es nicht in jedem Moment zu glauben. Besser also, mal genauer hinzuschauen.

So landet man in Frankenwinheim. Einer 900-Einwohner-Gemeinde im fränkischen Niemandsland zwischen Würzburg und Schweinfurt. Hier wächst Axel Schmitt auf. Und eigentlich gibt es nie einen Zweifel daran, dass er die Familien-Bäckerei einmal in vierter Generation fortführen wird.

Die Eltern binden den Jungen früh ein. Mit vier Jahren wird er gefühlter Herr über den Sauerteig. Einmal täglich steht er mit einem Paddel am Eimer und pflegt die Kultur. Daneben heizt der Kohle-Ofen. Es ist wohlrig warm.

Drumherum herrscht die klassische Bäckerei-Idylle dieser Zeit. Der Vater backt, kümmert sich ums Wirtschaftliche, die Mutter hilft, wo Hilfe nötig ist, die Großmutter schmeißt vorne den Laden. Der kleine

Zuhause geht es um Qualität und darum, die Einwohner von Frankenwinheim zu überzeugen

Axel spielt auf dem Kohle-Berg im Hof. Alles ist ein wenig beengt, denn gewirtschaftet wird streng konservativ. Die Eltern investieren nur aus dem, was die Bäckerei erwirtschaftet. „Das Geld“, erinnert sich Schmitt, „war immer knapp, aber Schulden kamen nie in Frage.“

Zwei Bäckereien gibt es damals im Ort. Das ist die Konkurrenzsituation. Eine andere Zeit. Eine, in der man noch CDs kauft, um Musik zu hören. Seine ersten finanziert Axel mit dem Reiben von Käse, dem Putzen der Backstube. Er ist immer schon Mitarbeiter im Betrieb. Er wehrt sich nicht, er lebt es. Rebellion bleibt aus.

Daneben entwickelt sich mit der Musik eine zweite Leidenschaft. Die Eltern bemerken und fördern es, bringen den Sohn zur musikalischen Früherziehung. Er genießt eine klassische Klavierausbildung. Wobei er die nicht genießt. An der Stelle rebelliert er doch. Das etwas gröbere Schlagzeug liegt ihm mehr als der zarte Tastenanschlag. Mit 12 Jahren beginnt er die Lehre am Schlagzeug.

Da ist seine Liebe für eine Musikrichtung bereits festgelegt. Denn seit der ersten Klasse versorgt ein Cousin Axel Schmitt mit Kassetten und T-Shirts von Bands wie AC/DC oder Iron Maiden. Und der Sechsjährige findet sofort Spaß an Heavy Metal. Den hat er bis heute.



Die Bäckerei ist im Ort auch Grundversorger, ein klassischer Tante-Emma-Laden

In Sachen Ausbildung entscheidet er sich aber fürs Handwerk, lernt in einer Bäckerei bei Würzburg, also nicht allzu weit von Zuhause entfernt. Aber er will auf eigenen Beinen stehen, zieht in eine WG mit drei jungen Frauen. Mit einer von ihnen, einer Erzieherin, ist er heute verheiratet.

In der Bäckerei packt der Lehrling voll mit an. „Wahrscheinlich hätten die eher jemanden gebraucht, der putzt“, erinnert sich Schmitt. Aber nach jahrelanger Arbeit im Familienbetrieb ist der Mann anderen Auszubildenden voraus. Er schließt dann auch mit Auszeichnung ab und eine Konditoren-Lehre in Würzburg an. Auch die wird er mit Auszeichnung und vorzeitig beenden.

Finanziell ist es mit 450 Mark Ausbildungsvergütung allerdings gar nicht so einfach mit den eigenen Beinen. Die Musik hilft. Ab und zu schläft das Energiebündel. Sonst steht er entweder in der Backstube oder auf der Bühne, spielt Trompete, Klavier, alles was man schlagen kann. Sogar Blockflöte zählt zum Repertoire. Aber das ist zu peinlich, um darüber zu sprechen.

Talent und Fähigkeiten genügen sogar, um den Wehrdienst im Musikkorps der Bundeswehr ableisten zu können. Das Orchester ist eigentlich Berufsmusikern vorbehalten. Aber Schmitt besteht das Vorspielen und wird

genommen. Er kommt viel rum mit den Musikern und nutzt jede Gelegenheit auf Reisen, um Bäckereien zu besuchen. Er will sehen, wie sie woanders arbeiten.

Danach geht es auf die Meisterschule. Er absolviert sie nach zehn Monaten als einer der Jüngsten und schließt die betriebswirtschaftliche Ausbildung an. Nebenbei arbeitet er als Spinning-Instructor, läuft Marathon und macht selbst bei einem 24-Stunden-Mountainbike-Rennen mit. „Wunderbar für Bäcker“, sagt er, „Du brauchst Ausdauer und bist nachts stark, wenn alle anderen schlapp machen. Ich liebe es, die Extra-Meile zu gehen.“

Danach geht es heim in den elterlichen Betrieb. Alle leben unter einem Dach und über der Bäckerei. Auch die Freundin zieht ein. 2010 werden sie heiraten. Am 1. Mai. Es ist der einzige freie Tag des Jahres. Schließlich will man für eine Hochzeit ja nicht gleich den Laden schließen. Es wird immer gearbeitet. Zwar ist zu dieser Zeit Sonntag noch ein Ruhetag. Aber meistens liegen Sonderbestellungen an.

Der Sohn arbeitet an allen Stationen, nimmt nebenbei fast jede Schulung oder Weiterbildung wahr, die sich anbietet. „Ich bin“, erklärt er, „noch so aufgewachsen, dass der Chef in allen Bereichen besser sein muss als seine Angestellten, so ein richtiger Betriebs-Führer.“ Lediglich das Büro bleibt ihm versagt. Dort regiert der Vater und das tut er allein. Die Bücher kennt neben ihm nur der Steuerberater.



In der Weihnachtsbäckerei. Selbst zum Fest der Liebe ließ es Schmitt sich nicht nehmen, seine Leidenschaften zu mischen. Ein paar Kekse, ein paar Weihnachtsengel und dazu harte Klänge



In Wacken kam alles zusammen – der Spaß an Brot, die Leidenschaft für Heavy Metal und die Freude an der großen Bühne

Und wenn der zu Besuch ist, bleibt die Tür geschlossen. Sonst gibt es klare Arbeitsteilung und nicht mehr als die üblichen Reibe-reien, wie man sie aus Familienunternehmen kennt. Kaum der Rede wert.

So geht die Zeit ins Land und Schmitt bereitet sich langsam auf die Übernahme vor. Ohne Eile. Es ist noch Zeit. Denken alle. Aber dann erkrankt der Vater 2013 schwer. Er versucht es immer wieder, kann aber nicht arbeiten. Da ist Schmitts erstes Kind bereits geboren, seine Frau mit dem zweiten schwanger. Trotzdem muss sie nun einen Teil der Arbeit mit auf-fangen. Neben dem Verkauf, indem sie schon sieben Jahre arbeitet, hilft sie nun auch in der Backstube, schreibt Backzettel.

Die Krankheit, da sind sich alle sicher, ist ein vorübergehender Zustand. So kommt niemand auf die Idee, sich ins Büro, in die Zahlen zu vertiefen. Das Tagesgeschäft muss laufen, alles andere ist nachrangig. Zwei Filialen hat der Betrieb da – und 20 Leute. Die Familie hält die Bälle in der Luft. Immer im Hinterkopf, dass der Vater bald wiederkommt. So geht das ein halbes Jahr lang.

Sechs Monate können sich elend lang anfühlen. Für die Familie, die alles irgendwie über die Zeit bringt. Aber auch für den Vater, der es nicht gewohnt ist, nicht zu arbeiten. Ein erneuter plötzlicher Rückschlag seiner Gene-

sung raubt ihm die letzte Hoffnung auf Besserung und die Möglichkeit in seine Backstube zurückzukehren. Ohne diese Hoffnung aber sieht er keinen Sinn in seinem Leben und lässt es los.

Auch das hat er allein entschieden. Auf die Situation ist niemand vorbereitet. Es wird ein Jahr dauern, bis sie im Betrieb bewältigt ist. Bis Behördengänge erledigt, Unterlagen sortiert sind. Der Vater hatte noch klassisch auf Papier gearbeitet. Das findet sich überall im Haus. Daneben ein paar Excel-Tabellen. Eine Übergabe sieht anders aus. Axel Schmitt arbeitet sich durch. „Erst mal alles laufen lassen“ lautet die Devise. Selbst das ist nicht einfach. Konten sind zunächst blockiert. Ersparnisse überbrücken die Situation. Parallel muss er mit seiner Frau die Entscheidung treffen: Weitermachen? Schließen? Verkaufen?

Es gab einfachere Zeiten fürs Backhandwerk. Will man sein Leben da an eine kleine Bäckerei hängen wie es die Eltern getan hatten? Andererseits ist der Betrieb schuldenfrei und er funktioniert. Das steht auf der Haben-Seite. Getrübt nur durch die Tatsache, dass die Backstube eigentlich viel zu klein ist für die Erfordernisse, die Verwaltung aus dem letzten Jahrhundert.

Sie reden, rechnen, überlegen. Und entscheiden am Ende, es zu machen. Zusammen und mit Vollgas. Also weitermachen, ohne einfach nur weiterzumachen. „Natürlich ist es super, Altes zu bewahren“, sagt er, „aber wir sind keine Denkmalpfleger.“ Sie schreiben einen Drei-Jahres-Plan. Mit klar terminierten Meilensteinen. Und in dem ist Frankenwinheim das Zentrum, die Wurzel. Aber die Pläne gehen weit darüber hinaus. Schmitt hat andere Ansprüche. Das lähmende Jahr wird am Ende die Ruhe vor dem Sturm gewesen sein.

Der Sohn will eine andere Bäckerei. Wo der Vater nach innen ge-kehrt war, will er nach draußen. Er will Offenheit. Er will bessere Qualität. Er will richtig gutes Brot. Er will bessere Arbeitsbedingun-



Während des Interviews filmt Schmitt selbst und postet bei Instagram. Ein Medienkoffer reist immer mit ihm

Ergebnisse des letzten Experimentier-Backens. Einige der Brote werden ihren Weg ins Sortiment der Bäckerei Schmitt finden



Fermentiert wird alles, was nicht wegläuft. Dabei geht es Schmitt mehr um Aromen als um Triebmittel

gen. Er will raus in die Welt. Er will die Extra-Meile gehen. Er will mehr Respekt für das Handwerk. Und vor allem will er Spaß mit alledem haben.

Sowas muss man einer Bank erstmal verkaufen. Er macht das erfolgreich. „Ich bin der erste in meiner Familie, der Schulden gemacht hat“, resümiert er. Und nicht mal wenig. Planmäßig ist alles abbezahlt, wenn die Rente vor der Tür steht. Aber das Geld gibt ihm die Möglichkeit, die Bäckerei fit für eine Zukunft zu machen, wie er sie sich vorstellt. Er verdreifacht den Betrieb in seiner Größe. Ein Teil des Wachstums ist sowieso nötig, um überhaupt vernünftig für die Gegenwart gerüstet zu sein, ein weiterer setzt auf Wachstum in der Zukunft. Selbst ein Gastraum und ein kleine Küche – als Kurs-Raum genauso geeignet wie als Fernsehstudio – kommen in den Anbau.

Auch personell stellt Schmitt die Dinge auf den Kopf. „Sich als Selbstständiger auf das Kernprodukt zu konzentrieren“, sagt er, „bedarf riesiger Anstrengung“ Die Gespräche mit den Banken, das Kümmern um jede Kleinigkeit im Betrieb, die Umfirmierung von der GbR zum eK zur GmbH, die Einführung

einer Betriebs-Software... All das ist enorm wichtig, um den Laden fit zu machen. Aber es hält ihn aus der Backstube fern.

Er holt sich einen Betriebsberater ins Haus. Eine zweite Management-Ebene wird eingezogen. Ein großes Wort für eine kleine Bäckerei. Aber es gibt Schmitt mehr Freiheit, sich um das eigentlich Wichtige zu kümmern.

Und das ist neben den Produkten auch das Marketing. Er will die Bäckerei zur Marke machen. In der ZDF-Sendung „Deutschlands Beste Bäcker“ schafft er es bis ins Halbfinale. Zuhause pusht das unheimlich. Die Leute treffen sich zum Public Viewing. Für eine Back-Sendung. Schon zu dieser Zeit denkt Schmitt über die Brot-Sommelier-Ausbildung in Weinheim nach. Aber der Kurs würde mit dem Halbfinale der Sendung kollidieren. Die Idee wird aufgeschoben.

Im nächsten Jahrgang ist er dann aber dabei. Hier zündet die nächste Stufe. Es entsteht ein wichtiges Netzwerk. Die Teilnehmer des Kurses sind bis heute täglich in Kontakt. Johann Lafer wird zum Teilzeit-Mentor, kommt für ein Event vorbei.

Der Knaller aber wird Schmitts Abschluss-Arbeit. AC/DC vs. Mozart. Er untersucht den Einfluss von Musik auf die Entwicklung der Mikroorganismen im Sauerteig. Das Max-Planck-Institut ist dabei und eine große Portion Ernst. Am Ende ist der wissenschaftliche Wert vernachlässigbar. Die Welt weiß nun, dass den Laktobazillen Musik so



Der hauseigene Sauerteig „war irgendwann mal ein Reinzucht“, die Pflege ist Aufgabe seines Teams

ziemlich am Stäbchen vorbeigeht. Aber die Medienresonanz ist riesig.

Mehr als 300 Artikel erscheinen national und international, Schmitt ist im Radio zu Gast, führt Fernseherteams durch die Bäckerei. Natürlich bedient das die Eitelkeit des Mannes, der früher gern auf Bühnen gestanden hat. Vor allem aber hilft es dem Betrieb. Der Umsatz wächst in dieser Zeit um ein Drittel.

Schmitt begreift den Wert dieser Art von Marketing. Und er will nicht aufhören. „Jetzt bloß nicht den Fuß vom Gas nehmen“, sagt er. Das Regionalfernsehen kommt mit der Idee zur eigenen Backsendung. Seitdem ist er alle zwei Wochen dort zu sehen.

Auch der Gastraum füllt sich regelmäßig. Die Region ist bei Touristen beliebt, ein Weinanbaugebiet. Im Sommer gibt es regelmäßige



Die Bekanntheit zahlt sich im Betrieb aus. Er wächst

Tastings. Brot und Wein. Ein kurzer Vortrag und Brot ist wieder ein bisschen mehr im Bewusstsein der Leute. Sie kommen von weiter her, sind nicht seine Kunden. Aber er will die Wertschätzung fürs Handwerk. Und natürlich auch dem Umsatz. Der liegt im Sommer jetzt beim Dreifachen des übrigen Jahres. Besser also keine zweiwöchigen Betriebsferien mehr wie früher.

Durch den Medien-Bohei wird Thomas Jensen auf Schmitt aufmerksam. Der Mann kommt selbst aus einem kleinen Dorf. Aber er hatte Anfang der 90er Jahre zusammen mit einem Kumpel die Idee zu einem Heavy-Metal-Festival. Inzwischen ist Wacken noch immer das kleine Dorf, aber das Festival mit 85.000 Besuchern eines der größten der Welt und das Dorf international eine Marke. Die beiden entdecken Parallelen, drehen zusammen, Schmitt entwickelt Zeltplatz-fähige Brotrezepte mit unmöglichen Zutaten.

Am Ende backt er selbst in Wacken. Auf der Bühne begeistert er Heavy-Metal-Fans für Brot, dahinter lernt er die Idole seiner Kindheit und Jugend kennen. Er ist nun der „Wacken-Bäcker“. Er wollte backen, er wollte in die Welt, er wollte dem Handwerk Respekt verschaffen, er wollte Spaß haben – jetzt kommt alles zusammen. Weil er die Extra-Meile gegangen ist, jeden Tag gearbeitet hat, auf Urlaub verzichtet. Die Mühe zahlt sich aus.

Die Wurzel verliert er dabei nicht aus dem Blick. Zuhause nervt er seine Leute, quält sie mit zwei immer wiederkehrenden Sprüchen: „Sich verbessern zu wollen, heißt nicht, dass man vorher schlecht war“ und „Wir wollen heute immer besser sein als gestern“. Er meint das ernst und schont sich dabei selbst nicht. Die Extra-Meile, er liebt sie.

„Es ist eine ziemliche Grätsche, den Betrieb zu managen, nebenbei in den Medien präsent zu sein und auch noch Vorträge zu halten.“ Er kann selbst kaum fassen, dass inzwischen Leute von ihm lernen wollen. Aber er hat eine Menge zu erzählen.

Denn auch die Backstube hat er in den zurückliegenden drei Jahren umgekrempelt. Gab es früher hier und da noch Backmischungen, wird heute nur noch mit Mono-Komponenten gearbeitet. Seine Standard-Mehle kommen aus einer Mühle, die nur acht Kilometer entfernt ist. „Ich sehe das Getreide das ganze Jahr über“, sagt Schmitt. Man kennt



Der Bäcker experimentiert gern mit Extrudaten und Granulaten – als Monokomponenten in ehrlichem Brot

sich, arbeitet eng zusammen. Dem Getreide, das ist das besondere, fehlt die letzte Düngung. Das schont das Grundwasser. Es macht das Korn aber auch weniger Kleber-stark. „Darauf muss man sich einlassen“, sagt Schmitt. Natürlich lässt sich aber auch das vermarkten – als Grundwasserschutzmehl. Gutes tun, drüber reden. Basis-Regel.

Ein weiteres Bäckerei-Café hat er inzwischen eröffnet. Das Geschäft wächst. Trotzdem hat Schmitt sich langsam einen Tag pro Woche mehr oder weniger freigekämpft. Und die Möglichkeit, sein Marketing-Leben zu leben, einen Medienkoffer mit Kamera und Mikrofon immer dabei. Irgendwann wird auch mal wieder Zeit für Urlaub sein. Noch fragen seine Söhne – sie sind drei und sechs Jahre alt – nicht danach.

Regelmäßig nimmt er sich Zeit für Experimente, neue Rezepturen. Auf der einen Seite wird alles fermentiert, was nicht wegläuft. In Sachen Fermentation liefert der Weinanbau viel Inspiration. Aktuell gibt es ein Brot auf der Basis von Lindenblüten-Hefewasser. Die Linde steht im Hof. Sowa lässt sich den Kunden gut erzählen. Auf der anderen Seite probiert Schmitt viel mit Extrudaten und Granulaten. Das thermisch behandelte Getreide ersetzt an vielen Stellen Koch- und Quellstücke. Es gibt ihm Möglichkeiten, an Geschmack und Konsistenz zu arbeiten, ohne dabei in der Produktion zu viel Zeit zu verlieren und das Personal zu belasten.

Ehrliches Handwerk und solche Hilfsmittel – das geht für ihn gut zusammen. Er ist am Ende des Tages für 40 Leute verantwortlich. Der



Axel Schmitt
liebt die Bühne,
Musik und Brot

Laden muss laufen, die Wirtschaftlichkeit darf bei allen guten Ideen nicht aus dem Blick geraten.

Das ist der Axel Schmitt, den man nicht sieht, wenn er Flummi-mäßig auf der Bühne rumhüpft. Wenn es laut wird und qualmt. Den Unternehmer Schmitt, den sieht man nur in Frankenwinheim. Zusammen mit dem experimentierfreudigen Bäcker Axel, der immer an der Qualitätsschraube drehen will. Der Spaß hat an der Extra-Meile. 🍞

Anzeigen

SOURDOUGH SUMMIT
by Richemont

HANDWERK TRIFFT WISSENSCHAFT

Kongress zu aktuellen Erkenntnissen zum Thema Sauerteig

9. Mai 2019, Verkehrshaus der Schweiz, Luzern

- Erfahren Sie die neusten Erkenntnisse über Brotzutaten und Prozesse sowie aus der Sauerteigforschung.
- Erleben Sie Austausch und Networking mit Fachexperten aus ganz Europa.
- Lassen Sie sich von Brot- und Gebäckpräsentationen sowie Degustationen aus verschiedenen Ländern inspirieren.

Weitere Informationen und Anmeldung unter www.sourdough-summit.com

Veranstalter: Richemont Fachschule & Richemont Club International

Brot

Das Magazin für Hobby-Bäcker

www.brot-magazin.de

HAUSSLER

**Holzbacköfen
Pelletbacköfen
Ladenbacköfen**

Komplett mit Schamottestein ausgekleidet. Für die optimale Backqualität in ruhender Atmosphäre.

Telefon 07371/9377-0
www.backdorf.de

VORSCHAU

BROTpro gibt es viermal jährlich.
Die nächste Ausgabe erscheint
am 29.05.2019

Digital-
Ausgabe
erhältlich ab
22.05.2019

Darum geht es unter anderem:



● Französische Mehle –
mehr Schein als Sein?

● Tartine-Head Baker Richard Hart
und sein neues Leben in Kopenhagen



● Emmer – Kraftprotz unter
den Urgetreiden

HERAUSGEBER
Tom Wellhausen

REDAKTION
Hans-Henny-Jahn-Weg 51
22085 Hamburg

Telefon: 040/42 91 77-300
Telefax: 040/42 91 77-155
redaktion@brot-pro.de
www.brot-pro.de

LEITUNG REDAKTION/GRAFIK
Jan Schönberg

CHEFREDAKTION
Sebastian Marquardt
(verantwortlich)

REDAKTION
Mario Bicher
Jan Schnare

AUTOREN
Ben Bembnista, Annette Fürst,
Dietmar Kappl, Markus Messemer,
Manfred Schellin, Thomas Schmitt

FOTOS
Alessio Orrù, Angel Simon, ascom73,
BillionPhotos.com, contrastwerkstatt,
Flaviu Boerescu, Floydine, fovito, hacobob,
herlanzer, ismotionprem, jörn buchheim,
Julia Sedaeva, Karanov images, Kzenon,
Lulu Berlu, Mike Richter, Mulderphoto,
Natalia Pyzhova, Nitr, Philippe Ramakers,
PhotoSG, rainbow33, rdnlz, rodnikovay,
sakura, santypan, ShutterDivision,
Sergey Ryzhov, smspsy, Thidara,
travelguide, vladischern, YakobchukOlena

VERLAG
Wellhausen & Marquardt
Mediengesellschaft bR
Hans-Henny-Jahn-Weg 51
22085 Hamburg

Telefon: 040/42 91 77-0
Telefax: 040/42 91 77-155
post@wm-medien.de
www.wm-medien.de

GESCHÄFTSFÜHRER
Sebastian Marquardt
post@wm-medien.de
VERLAGSLEITUNG
Christoph Bremer

ANZEIGEN
Christoph Bremer (Leitung)
Sven Reinke

GRAFIK
Sarah Thomas, Martina Gnaß,
Bianca Buchta, Jannis Fuhrmann,
Kevin Klatt
grafik@wm-medien.de

ABO- UND KUNDENSERVICE
Leserservice BROTpro, 65341 Eltville
Telefon: 040/42 91 77-110
Telefax: 040/42 91 77-120
E-Mail: service@brot-pro.de

ABONNEMENT
Jahresabonnement für:
Deutschland: € 50,-
EU und Schweiz: € 50,-
Übriges Ausland: € 70,-

Das Abonnement verlängert sich
jeweils um ein weiteres Jahr, kann
aber jederzeit gekündigt werden. Das
Geld für bereits bezahlte Ausgaben
wird erstattet.

EINZELPREIS
€ 19,80
CH: 24,80 sFR

DRUCK
Druckerei Silber Druck oHG
Am Waldstrauch 1
34266 Niestetal
www.silberdruck.de
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem
Papier. Printed in Germany.

COPYRIGHT
Nachdruck, Reproduktion oder
sonstige Verwertung, auch
auszugsweise, nur mit ausdrücklicher
Genehmigung des Verlages.

HAFTUNG
Sämtliche Angaben wie Daten, Preise,
Namen, Termine usw. ohne Gewähr.

BEZUG
BROTpro erscheint viermal jährlich.
Direktbezug über den Verlag.

Für unverlangt eingesandte Beiträge
kann keine Verantwortung übernommen
werden. Mit der Übergabe von Manu-
skripten, Abbildungen, Dateien an den
Verlag versichert der Verfasser, dass es
sich um Erstveröffentlichungen handelt
und keine weiteren Nutzungsrechte
daran geltend gemacht werden können.

**Brot
pro**

**DEUTSCHES
BROTINSTITUT e.V.**

FÖRDERMITGLIEDSCHAFT
BROTpro unterstützt als Fördermitglied
das Deutsche Brotinstitut e.V.

**wellhausen
marquardt
Mediengesellschaft**



Rezept: Sebastian Marquardt

Dinkel-Roggen-Mischbrot

Es gibt ja gestandene Bäckermeister, die behaupten, ein Vollkornbrot müsse immer im Kasten gebacken werden. Hier ist der Gegenbeweis. Gutes Handwerk genügt. Ein Kochstück bringt ordentlich Saftigkeit ins Brot, das sich dennoch hervorragend formen lässt. Geschmacklich bleiben ohnehin keine Zweifel.

Vorteig

- ▶ 3,950 kg Roggenmehl Vollkorn
- ▶ 3,950 kg Wasser
- ▶ 0,330 kg Anstellgut

⦿ Die Zutaten mischen und bei Raumtemperatur 12-18 Stunden lang reifen lassen.

Kochstück

- ▶ 0,650 kg Dinkelmehl Vollkorn
- ▶ 3,250 kg Wasser
- ▶ 0,200 kg Salz

⦿ Die Zutaten cremig kochen, abkühlen lassen

Hauptteig

- ▶ 8,280 kg Sauerteig
- ▶ 4,100 kg Kochstück
- ▶ 5,250 kg Dinkelmehl Vollkorn
- 17,630 kg Teig

Kneten: 10 Minuten langsam
Teigtemperatur: 22°C
Teigruhe: 90 Minuten

Aufarbeitung

- ⦿ Teiginlage 900 g
- ⦿ Teig langwirken, mit Schluss nach unten ins Gärkorbchen

Stückgare

Temperatur: 24-26°C
Zeit: 50 Minuten

Backen

Schwaden: normal
Backtemperatur: 250°C, fallend auf 230°C, Nach 4 Minuten Zug ziehen
Backzeit: 50 Minuten. ■





GUTE DINGE
vorgestellt
VON FÜHRENDEN
FOODBLOGS

bon'gu
FÜR GENIESSER

DAS MEHL MACHT DEN UNTERSCHIED

Aromatisches Baguette, luftiges Ciabatta, herzhaftes Roggenbrot –
bongu.de liefert Europas beste Mehle aus einer Hand



Mit bon'gu-Mehlen hat
Dietmar Kappl (homebaking.at)
auf internationalen Brotwettbewerben
vielfach Goldmedaillen gewonnen

bongu.de & homebaking.at: vereinte Online-Kompetenz in Mehl & Bäckerei für beste Ergebnisse.
Kaufen Sie auf bongu.de und erhalten blitzschnell ihr Wunschmehl per Post.