

Brot pro

Das Magazin fürs Handwerk

Handwerk als Karriereweg

Diese
Aufstiegs-Chancen
gibt es



Kleineres Sortiment als Gewinn für alle

Verzicht ist Trumpf



Lievito Madre –
das italienische
Wunderkind



Sprossen –
Kraftpakete im Teig



Backmittel – was sie
können, wie man sie ersetzt

Editorial

Herzlich willkommen bei **BROTpro**.



Dieses Jahr ist an Herausforderungen nicht arm. Die Kosten explodieren an allen Stellen. Den Personalmarkt „angespannt“ zu nennen, wäre eine riesige Untertreibung. Die Inflation macht Menschen Angst und lässt sie sparen, wo Dinge nicht zwingend nötig sind. Der Lebensmitteleinzelhandel erlebte im April mit 7,7 Prozent den größten Umatzeinbruch im Vergleich zum Vormonat, seit diese Daten erhoben werden (1994).

Das sind alles keine guten Zeichen für die kommenden Monate. Und doch beinhalten diese Entwicklungen Chancen. Denn in einem solchen Umfeld profitieren vor allem zwei Segmente: Die Discounter mit Niedrigpreisen auf der einen Seite und jene Geschäfte, die auf Basis von Vertrauen ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten, auf der anderen.

Wer Discounter-Qualität aus der Tüte zum Handwerkspreis verkauft, wer Handwerks-Qualität verspricht und Convenience liefert, wer nicht klar fokussieren und sagen kann, wofür das eigene Unternehmen steht, wird es in naher Zukunft schwer haben. Gefragt sind jetzt die Tugenden wahren Unternehmertums – Flexibilität, Mut und ehrliches Handwerk. Die Zukunft gehört der Industrie und jenen Bäckereien, die überzeugend einen Mehrwert für ihre Kundinnen und Kunden schaffen.

Diese Ausgabe **BROTpro** liefert dafür jede Menge Inspiration. Ich weiß gar nicht, womit ich anfangen und aufhören soll. Wir erklären, welche Entwicklungsmöglichkeiten die Branche ihren Angestellten gibt, und liefern damit ein Plädoyer für den Berufseinstieg im Backhandwerk. Mit Lievito Madre, Sprossen und Kamut zeigen wir Möglichkeiten, die eigenen Produkte vom Wettbewerb abzusetzen. Und mit Einblicken in kluges Sortiments-Management bieten wir Inspiration für ein wirtschaftlich sinnvolleres Warenangebot. Kurzum: Dieses Heft gibt Antworten auf einige der aktuell drängendsten Fragen.

Für die Lektüre wünsche ich gute Unterhaltung und hilfreichen Erkenntnisgewinn.

Herzliche Grüße

A handwritten signature in blue ink, which appears to read 'Sebastian Marquardt'.

Sebastian Marquardt, Chefredakteur
redaktion@brot-pro.de

Inhalt 3/22



Handwerk

- Lievito Madre – Triebkraft für Umsatz und Teig Seite 4
- Backmittel – wie man sie ersetzen kann Seite 12
- Feinstaub – die unsichtbare Gefahr Seite 36
- Der Costa-Bäcker – Riccardo Bellaera im Porträt Seite 71

Rohstoffe

- Kamut – das Getreide mit Legende vermarkten Seite 22
- Backen mit Keimlingen – die Kraft der Natur nutzen Seite 28

Wirtschaft

- Weizenpreis – wie der globale Handel ihn beeinflusst Seite 40
- Sortiments-Management – Verzicht ist Trumpf Seite 42
- Weiterbildung – Karrierewege für Backprofis Seite 50
- Personalentwicklung – 10 schnelle Kniffe Seite 57
- Influencer-Marketing – wie man erfolgreich mit anderen wirbt Seite 63

Rezepte

- Pane Madre Seite 9
- Das Genussvolle Seite 10
- Kamut-Laib Seite 27
- Roggenkeimbrot Seite 35
- Kartoffelbrot Seite 49
- Riccardo Bellaeras Traditionsbrot Seite 78



Raffinierte Gebäcke mit **Lievito Madre**

Triebkraft für Teig und Umsatz

Sie ist die Mutter bester italienischer Gebäcke. Und zunehmend weckt Lievito Madre auch das Interesse der Backbranche. Denn mit ihr gelingen triebstarke Teige ohne Backhefe-Zusatz und Brote sowie Kleingebäcke mit einem komplexen, dabei aber milden Aromen-Spiel. Die Italienerin hat es in sich.



Text: Sebastian Marquardt

Grob gesagt ist Lievito Madre (LM) ein Weizensauerteig. Aber diese Kurzfassung wird der Realität nicht ganz gerecht. Denn ja – in der Wasser-Mehl-Mischung tummeln sich Hefen wie Milchsäurebakterien und damit entsprechen die Inhaltsstoffe einem klassischen Sauerteig. Der Unterschied liegt darin, wie man mit den Zutaten umgeht. Nämlich ganz anders als bei einem klassischen nordeuropäischen Sauerteig. Das belohnt die Madre mit großer Triebkraft und milden, dabei aber komplexen Aromen.

Lievito steht im Italienischen für Hefe, Madre ist die Mutter. Die Rede ist also von der Mutterhefe. Und so wird sie auch seit Jahrhunderten in Italien gepflegt. Wie eine nahe, liebe Verwandte. Einmal angesetzt, füttert und pflegt man sie, nicht selten über Jahrzehnte. Dabei unterlag die italienische Bäckerei nie der Fehlentwicklung, die Funktionen Aroma und Trieb voneinander zu trennen. Wo in Deutschland oft ein überreifer Sauerteig für das eine und die Hefe für das andere zuständig ist, liefert eine Lievito Madre, auch Pasta Madre genannt, beides in Perfektion.

Ein Siegeszug beginnt

Seit einigen Jahren schon setzen Hobbybäckerinnen und -bäcker auf die Madre. Sie gehört dort inzwischen in das Standard-Repertoire der Triebmittel. Das blieb in der Branche nicht unbeobachtet, einige Bäckereien setzen Lievito Madres bereits ein, allen voran die Brotpuristen in Speyer oder die



Ciabatta ist ein Klassiker für den Einsatz der italienischen Mutterhefe



Panettone wird ursprünglich mit Lievito Madre getrieben. Dank ihrer starken Triebkraft sind ei- und fettreiche Teige kein Problem, ihr mildes Aroma passt auch zu süßen Gebäcken

Bäckerei Gnauck in Ottendorf-Okrilla. Wenn nun selbst Backmittel-Konzerne wie Ireks die Mutterhefe als Marktsegment entdecken, in das erheblich investiert wird, dann darf man davon ausgehen, dass ihre Bedeutung stark wächst. Und damit auch das Wissen in der Breite. Noch muss man es suchen.

Die Lievisti, wie man die LM-Expertinnen und -Experten in Italien nennt, der Meraner Mühle kann man getrost zu den kompetentesten in Europa zählen. Sie haben das Know-how entwickelt, eine exzellente Madre so schonend zu trocknen, dass sie mit „Eva“ bereits seit Jahren eine Mutterhefe in Pulverform anbieten können, die – mit Wasser vermischt – Trieb und Aroma entwickelt und einer gereiften Eigenzucht in nichts nachsteht. Das Produkt war bislang einmalig. Nun haben die Meraner ihre Kompetenz in ein Joint-Venture mit Ireks eingebracht. Von dort kommt neben Backstuben-Know-how vor allem Vertriebs-Power. Werbedruck, Online-Kurse und ein intensiv geschulter Außendienst tragen die Kunde der Lievito Madre seit einigen Monaten ins Land. Produkt-Optionen inklusive.

Führungs-Unterschiede

Was aber macht nun den Unterschied zwischen dem klassischen Weizensauerteig und einer Lievito Madre. Kurz gesagt: die



Wer je eine Brioche mit Lievito Madre gebacken hat, wird kaum je mehr mit Backhefe arbeiten wollen



Mehr als 40 Produkte hat Marlon Gnauck auf Lievito Madre umgestellt, im Umsatz ist das positiv spürbar

Führung. Der Sauerteig wird in der Regel zu gleichen Teilen mit Wasser und Mehl sowie 10 bis 20 Prozent Anstellgut angesetzt. Das Mischungsverhältnis der Madre liegt hingegen bei 1:2:2. Auf ein Teil Wasser kommen je 2 Teile helles Weizenmehl und Anstellgut. Das ergibt einen sehr festen Teig, der – je nach Triebstärke – binnen 6 bis 12 Stunden reift und dann einsatzfähig ist oder zur Lagerung in die Kühlung kommt.

Diese Führungsmethode mit einer Teigausbeute von 150 ist die klassische. Es gibt andere. So führt Marlon Gnauck seine „Vanessa“ deutlich weicher, mit TA 170. Angesetzt

wurde sie – auch das schon ein Unterschied zu traditionell italienischen Methode – auf Basis von Hefewasser. Über hohe Temperaturen beim Ansatz kommt Vanessa in die Hefe-Betontheit und milde Aromatik.

Ansatz und Führung sorgen sonst dafür, dass Sauerteig und LM zwar im Wesentlichen dieselben Mikroorganismen enthalten, aber in umgekehrten Verhältnissen. Während im Sauerteig die Milchsäurebakterien gegenüber den Hefen im Verhältnis 90:10 dominieren, haben in der Madre die Hefen mit 90:10 die Oberhand. Genau das sorgt für die milde Aromatik und große Triebstärke der Italienerin.



Offene Porung und erstklassige Krustenbräunung – das sind Wesensmerkmale der Madre



Teige auf LM-Basis zeichnen sich durch hohe Stabilität und Wolligkeit aus



Sebastian Däuwel arbeitet bereits lange erfolgreich mit Lievito Madre als Triebmittel ohne Hefezusatz

Und es gibt gegenüber der deutschen Schwester zwei große Vorteile. Mit LM lassen sich auch süße Gebäcke treiben. Die Panettone ist das Parade-Beispiel für einen Madre-Teig. Was man auf Hefe-Basis oft im Supermarkt bekommt, erinnert eher an trockenen Bauschaum. Das italienische Weihnachtsgebäck kommt traditionell eigentlich ohne Backhefe aus, wird so deutlich saftiger und haltbarer. Dank der großen Triebkraft stellen hohe Fett- und Ei-Anteile keine Herausforderung dar. Zudem bleiben Gebäcke mit LM auch bei langer kalter Führung mild, Säure-Spitzen gibt es bei guter Pflege nicht.

Trotz der Milde im Geschmack überzeugen LM-Gebäcke mit komplexer Aromatik. Die verbinden sie mit einer grobporigen, saftigen, cremefarbenen Krume und einer feinsplittrigen, gut gebräunten Kruste. Die lange Frischhaltung ist das Sahnehäubchen.

Unterschiede sind bereits im Teig spürbar. Lievito Madre gibt Weizenteigen eine höhere Elastizität und Stabilität, steigert zudem die Gärtoleranz. Das macht einen Verzicht auf Hilfsmittel im Teig einfach.

Lagerung

Gelagert wird die Madre immer kühl. Für das „Wie“ gibt es mindestens drei Varianten. Ähnlich wie ein Mozzarella wird der Teig gern in einem Wasserbad aufbewahrt. Der pH-Wert des Wassers soll ein Nachsäuern der Mutterhefe verhindern. Bei den Brotpuristen wurde das lange so praktiziert. Inzwischen sagt Inhaber Sebastian Däuwel: „Wir haben keinen Vorteil erkennen können, lagern sie jetzt wieder in einem Messbecher, abgedeckt mit Folie.“

Eine andere Form der Lagerung ist das feste Verschnüren in einem Pergamentpapier oder Tuch. Der Druck auf den Teig triggert die Hefen, das soll die Triebkraft stärken. Das Verschnüren ist beinahe eine Wissenschaft für sich und eine gute Lösung für den Transport auf Reisen oder als Pflegemaßnahme. Dauerhaft erscheint der Aufwand recht hoch.



Die feste Führung der Madre und der hohe Anstellgut-Anteil sorgen für mildes Aroma

Simpler und nicht minder zielführend ist die Lagerung in einem schmalen hohen Gefäß. Auch die enge Begrenzung hier zwingt die Hefen zu größerer Aktivität. So lässt sich die Madre über lange Zeiträume kühl lagern. Nach etwa zwei Wochen beginnt die Triebkraft abzunehmen. Die Lagerung über sechs bis acht Wochen bis zur nächsten Fütterung ist kein Problem. In diesem Fall sollte die LM nur per Auffrischung vor dem Backen in jedem Fall wieder fit gemacht werden.

Triebkraft für den Umsatz

Auf Trab kann eine gute Madre auch den Umsatz bringen. Denn Kundinnen und Kunden bleiben die Unterschiede in Aroma und Haltbarkeit nicht verborgen. Mehr als 40 Rezepturen hat Marlon Gnauck in seiner Bäckerei auf LM umgestellt. Ein Highlight – sein Pane Sera (Rezept in **BROTpro** 2/21). Er hat aus dem einstigen Misch- ein reines Weizenbrot gemacht, getrieben mit seiner Vanessa. Die Verkaufszahl hat sich seit der Umstellung verdreifacht.

Denn auch im Marketing lässt sich LM hervorragend einsetzen. Noch arbeiten wenige Bäckereien mit so natürlichen Triebmitteln. Das allein setzt vom Wettbewerb ab. Erklärt man dann noch die lange Frischhaltung und die fantastischen Aromen des Gebäcks mit einem so besonderen Triebmittel italienischer Herkunft, nimmt die Kundschaft sie gleich noch stärker wahr. 🍞



Mit EVA bietet die Meraner Mühle bereits seit Jahren eine getrocknete Lievito Madre an, die sofort einsatzfähig ist

LIEVITO MADRE ANSETZEN UND PFLEGEN

Viele Wege führen nach Rom, und immerhin noch einige zur eigenen italienischen Mutterhefe. Es gibt etliche Grundrezepte – mit und ohne Joghurt, mit Dinkel oder Weizenmehl. Auch Honig und Olivenöl werden regelmäßig angezweifelt. Hier geht es um einen ganz einfachen Ansatz, der bereits nach zwei bis drei Wochen eine triebstarke Lievito Madre hervorbringt. Es kann allerdings auch 4 bis 6 Wochen dauern. Die Natur ist manchmal launisch.



- ▶ 80 g Wasser (lauwarm)
- ▶ 200 g Weizenmehl 550
- ▶ 20 g Blütenhonig
- ▶ 20 g Olivenöl

Die Zutaten gut miteinander zu einem glatten Teig verkneten und am Ende zu einer Kugel formen. Diese Kugel rundherum mit Olivenöl einreiben, kreuzweise einschneiden und abgedeckt 2 Tage lang bei Raumtemperatur stehen lassen. Der Ansatz kann in dieser Zeit breitlaufen, sich auch an der Oberfläche verfärben. Solange kein Schimmel im Spiel ist, stellt das kein Problem dar.

Nach 2 Tagen:

- ▶ 50 g Wasser (lauwarm)
- ▶ 100 g Weizenmehl 550
- ▶ 100 g vom hergestellten Ansatz

Die Zutaten erneut gut miteinander zu einem glatten Teig verkneten und am Ende zu einer Kugel formen. Diese Kugel rundherum mit Olivenöl einreiben, kreuzweise einschneiden und abgedeckt 2 Tage lang bei Raumtemperatur reifen lassen.

Nach weiteren 2 Tagen:

- ▶ 50 g Wasser (lauwarm)
- ▶ 100 g Weizenmehl 550
- ▶ 100 g vom 2 Tage zuvor hergestellten Ansatz

Die Zutaten gut miteinander zu einem glatten Teig verkneten und am Ende zu einer Kugel formen. Diese Kugel rundherum mit Olivenöl einreiben, kreuzweise einschneiden und abgedeckt für 5 Tage in die Kühlung geben. Der Teig sollte langsam Trieb entwickeln und in dieser Zeit wachsen sowie blasig werden.

Nach 5 Tagen

- ▶ 50 g Wasser (lauwarm)
- ▶ 100 g Weizenmehl 550
- ▶ 100 g vom 5 Tage zuvor hergestellten Ansatz

Die Zutaten erneut miteinander zu einem glatten Teig verkneten und am Ende zu einer Kugel formen. Diese Kugel abgedeckt für 5 Tage in die Kühlung geben. Öl und Einschnitt sind nun nicht mehr nötig. Der Teig sollte auf Trab sein. Wenn nicht – Geduld, manchmal kann es länger dauern.

In diesem Kreislauf geht es nun immer weiter. Wöchentlich sollte die Madre nach dem bekannten Muster im Verhältnis 2:2:1 (Anstellgut:Mehl:Wasser) aufgefrischt werden. Das Kugelformen ist allerdings nicht mehr nötig, der Ansatz reift in einem ausreichend großen Gefäß. Bei Raumtemperatur sollte sich das Volumen binnen 8 bis 12 Stunden mindestens verdoppeln, eher verdreifachen. Damit ist die Madre reif und kann innerhalb von zwei Wochen zum Backen verwendet werden. Danach empfiehlt sich eine Auffrischung vor dem Einsatz.

Bei der Wahl des Mehls sind Experimente und Aromenspiele möglich. Neben Weizen bieten sich Dinkel, Hartweizen oder auch Kamut an.

Eine alternative Methode ist der Ansatz mit Hefewasser. Eine Rezeptur dafür gibt es in Ausgabe 2/21 von **BROTpro**.



Pane Madre

„Perfektion“, so sagte es Antoine de Saint-Exupéry, „ist nicht dann erreicht, wenn man nichts mehr hinzufügen, sondern wenn man nichts mehr weglassen kann.“ In diesem Sinne steht das Pane Sera für Backkunst in Perfektion. Eine Mehlsorte, Wasser, Salz – mehr steckt nicht drin. Und dennoch ist das Brot ein Gedicht. Die karamellige Kruste, die weiche Krume und das milde Aroma verwöhnen den Gaumen.

Teig-Zutaten

- ▶ 3,500 kg Lievito Madre
 - ▶ 8,600 kg Weizenmehl 550
 - ▶ 6,900 kg Wasser
 - ▶ 0,210 kg Salz (spätere Zugabe)
- 19,210 kg Teig

Mischen: 10 Minuten langsam, 4 Minuten schnell, Salz zugeben, 3 Minuten schnell

Teigtemperatur: 26°C
Teigruhe: 5 Stunden bei Raumtemperatur

Aufarbeitung

- ⦿ Teigeinlage 850 g
- ⦿ Den Teig abwiegen, die Teiglinge rundwirken und mit Schluss nach unten 60 Minuten in Gärkörbchen gehen lassen. Die Teiglinge auf dem Einschießer absetzen.

Backen

Schwaden: normal
Backtemperatur: 230°C, fallend auf 210°C
Backzeit: 45 Minuten

Rezept: Sebastian Marquardt
Foto: Jan Schnare

 @brotmagazin
 /brotmagazin



Das Genussvolle

Ein Brot für besondere Genussmomente, die sich mit allen Sinnen erleben lassen. Neben Leinsaat braucht es nur Wasser, Mehl und Salz für diesen Gaumenschmeichler. Aroma und Trieb kommen aus der aktiven Lievito Madre, die nur natürliche Mikroorganismen enthält.

Lievito Madre

- ▶ 1,680 kg Wasser
- ▶ 2,700 kg Weizenmehl 550
- ▶ 0,300 kg LIEVITO MADRE PURO ATTIVO

Kneten: 4 Minuten langsam

Teigtemperatur: 27-29°C*

Reifezeit: 14-15 Stunden bei 25-28°C*

Quellstück

- ▶ 1,600 kg Wasser
- ▶ 0,400 kg Leinsaat
- ▶ 0,400 kg Goldleinsaat

Die Zutaten gründlich mischen

Stehzeit: mindestens 2 Stunden

Hauptteig

- ▶ 4,680 kg Lievito Madre
- ▶ 2,400 kg Quellstück
- ▶ 4,520 kg Wasser
- ▶ 7,000 kg Weizenmehl 550
- ▶ 0,200 kg Salz
- 18,800 kg Teig

Kneten: 5 Minuten langsam,

8 Minuten schnell

Teigtemperatur: 26-27°C

Teigruhe: 60 Minuten bei Raumtemperatur

Aufarbeitung

- ⊙ Teigeinlage 1.850 g
- ⊙ Die Teiglinge länglich aufarbeiten, in bemehlte Tücher einschlagen und 80 Minuten zur Gare stellen. (Wenn gewünscht, können die zu 80% gereiften Teiglinge bei 4°C über Nacht gelagert werden.)
- ⊙ Auf Abzieher setzen, weitere 15 Minuten im Raum gären lassen, über Kreuz mehrmals schneiden.

Backen

Schwaden: Reichlich, 10 Minuten vor Ende der Backzeit Zug öffnen

Backtemperatur: 245°C, fallend auf 230°C

Backzeit: 65 Minuten ■

* Die Einhaltung der Teig- und Raumtemperatur zur Reifung der Lievito Madre ist für die optimale Entwicklung der Mikroorganismen und der Teige erforderlich.

LIEVITO MADRE PURO ATTIVO

IREKS baut seine Sauerteig-Kompetenz weiter aus. Gemeinsam mit der Meraner Mühle gründete das Unternehmen 2021 das Joint Venture MONDO LIEVITO MADRE S.r.l. zur Entwicklung und Herstellung innovativer Sauerteige. Lievito Madre steht für italienische Backkultur. Der mild-aromatische Sauerteig wird traditionell zur Herstellung von Brot, Kleingebäck, Pizza und auch Hefefeinteiggebäck eingesetzt und sorgt für unnachahmliche Aroma- und Geschmackserlebnisse.

Die getrocknete LIEVITO MADRE PURO ATTIVO steht für höchste Backkunst. Sie setzt handwerkliches Können, Präzision, Zeit und Liebe für authentische, pure Backwaren voraus. PURO, da nur Weizenmehl und Wasser zur Herstellung der getrockneten Lievito Madre verwendet werden. ATTIVO weist auf die besonders aktiven Hefen und Milchsäurebakterien hin, die die Einzigartigkeit des mild-aromatischen Weizensauerteigs ausmachen. Traditionell soll Lievito Madre kaum säuern, sondern den Teig geschmackvoll ohne den Zusatz von Backhefe lockern.





Backmittel und ihr zweifelhafter Ruf Es geht auch anders

Backmittel sollen die Eigenschaften von Backwaren positiv beeinflussen. So einfach, dass sie handwerkliches Know-how ersetzen. Zunehmend stehen sie bei Konsumentinnen und Konsumenten jedoch in der Kritik. Innerhalb der Branche wird ebenfalls hitzig diskutiert, welche Mittel als natürlich sowie handwerklich einzustufen sind und welche nicht. Mit professionellem Können und Wissen über Rohstoffe und Techniken kann man auf künstliche Gebäck-Booster verzichten.

Text: Edda Klepp

Es gab Zeiten, da funktionierte es auch ohne sie ganz gut: Backmittel. Traditionell wurde Brot über Jahrhunderte aus Mehl, Wasser, Salz und natürlichen Triebmitteln hergestellt, zum Beispiel unter Verwendung von spontan gegorenem Sauerteig. Mit der Weiterentwicklung des Bäckerei-Marktes kamen zunehmend Zutaten zum Einsatz, „die dazu bestimmt sind, die Herstellung von Backwaren zu erleichtern, die wechselnden Verarbeitungseigenschaften der Rohstoffe auszugleichen und die Qualität der Backwaren zu beeinflussen“, wie Backmittel in den aktuellen Leitsätzen für Brot und Kleingebäck definiert werden. Die produzierten Teigmen-

gen wuchsen ebenso wie die Erwartungen der Kundschaft und somit auch der Druck auf Bäckereien, immer effizienter und vor allem auch standardisierter zu arbeiten.

Dabei haben Bäckerinnen und Bäcker schon in früheren Generationen erkannt, dass sich zum Beispiel die Beigabe von natürlichen Zutaten wie Milch, Sauermilch, gekochten Kartoffeln oder Zuckersirup positiv auf Teige, Prozesse und Backergebnisse auswirken kann. Bereits im späten 19. Jahrhundert entdeckte auch die Industrie in Backmitteln einen lukrativen Markt, das zeigen Quellen wie das 1879 veröffentlichte Buch „Chemie



Mit der Weiterentwicklung der Branche stieg auch der Druck, Produkte stärker zu standardisieren

der Nahrungs- und Genussmittel“ von Joseph König. Er nutzte den Begriff „Backhilfsmittel“ damals als Sammelbezeichnung für industriell hergestellte Backzutaten wie zum Beispiel Malzmehl oder Malzextrakt.

Seit 1989 ist der Begriff „Backmittel“ als Verkehrsbezeichnung in Deutschland offiziell anerkannt, das lässt sich in der Schrift „Die Geschichte der Backmittel“ vom Wissensforum Backwaren nachlesen. Seither werde er in Zutatenlisten zulässigerweise verwendet – „gegebenenfalls ergänzt durch die im Endprodukt technologisch wirksamen Zusatzstoffe“, heißt es dort weiter. Gemäß der Leitsätze für Brot und Kleingebäck dürfen sie „in einer Menge von weniger als 10 Prozent (bezogen auf den Getreideanteil) bei der Teigherstellung“ zugegeben werden. Soweit also doch alles gut, könnte man meinen.

Backmittel in der Kritik

In der öffentlichen Wahrnehmung und auch im Handwerk selbst wird die Verwendung von Backmitteln allerdings zunehmend kritisch hinterfragt, zumal die industrielle Herstellung sich seit dem vorherigen Jahrhundert deutlich weiterentwickelt hat und heute vieles im Labor möglich ist, das damals undenkbar war. Wer künstlich hergestellte Zutaten brauche, arbeite nicht handwerklich, so einer der häufigsten pauschal vorgebrachten Einwände gegen die Verwendung von Backmitteln. Zusatzstoffe, die im Labor synthetisch hergestellt oder extrahiert werden, seien keine natürlichen Zutaten mehr. Dies gelte zum Beispiel bei Enzymen aus genetisch veränder-



Neben Fragen der Natürlichkeit bestimmter Zusatzstoffe stellen sich auch solche nach möglichen gesundheitlichen Risiken

ten Substraten, so die Kritik. Wohingegen beispielsweise Enzyme aus gekeimtem Getreide, also klassisches Backmalz, als natürlich eingestuft werden, weil sie auch auf natürlichem Wege entstanden sind.

Backmittel ist also nicht gleich Backmittel. Herkunft, Zusammensetzung und Herstellungsweise des jeweiligen Stoffes sind entscheidend. Der Blick auf die Deklaration von Produkten hilft nicht immer weiter, Zutaten korrekt einzuordnen, da zum Beispiel Mehlbehandlungsmittel nicht in jedem Fall deklariert werden müssen. Die Pflicht fällt weg, sobald sie im Endprodukt keine technologische Wirkung mehr entfalten – für Enzyme wird das pauschal angenommen – oder wenn sie Bestandteil einer zusammengesetzten Zutat sind. Dann steht letztere zwar auf der Liste, woraus sie aber im Detail besteht, wird nicht ersichtlich. Trennmittel, die während der Herstellung genutzt werden, gleichzeitig aber keinen technologischen Einfluss auf das Endprodukt haben, fallen ebenfalls durchs Raster – und das, obgleich hier nicht selten Soja beinhaltet ist, ein hochgradig allergener Stoff. Neben die Frage der Natürlichkeit tritt also noch eine weitere: die nach möglichen gesundheitlichen Risiken. Kein Wunder, dass selbst unter



Immer mehr Konsumentinnen und Konsumenten achten beim Einkauf auf die Vermeidung von Zusatzstoffen



Einige Backmittel sollen schwankende Qualitäten von Mehl ausgleichen

In zahlreichen TK-Teiglingen dürften Teigerweichungsmittel stecken



Fachleuten oft Uneinigkeit besteht, was denn nun unbedenklich sei und was nicht. Wer kann wirklich eine valide Aussage darüber treffen, welche langfristigen Folgen die Einnahme bestimmter Zusatzstoffe über die Nahrung auf den Menschen hat? Eine Frage, die auch viele Konsumentinnen und Konsumenten umtreibt.

Im Mai 2021 veröffentlichte das Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) die Ergebnisse einer bundesweiten Befragung zur allgemeinen Beurteilungen von Lebensmittelzusatzstoffen. Ziel sei es gewesen zu ermitteln, „wie sehr die Bevölkerung mit der Thematik vertraut ist, wie wichtig ihr deren Funktionen bei der Auswahl von Lebensmitteln ist und wie sie deren Nutzen und gesundheitliche Risiken einschätzt“, heißt es im abschließenden Bericht. Die Umfrage gibt also Aufschluss darüber, wie Lebensmittelzusatzstoffe – unabhängig von den genauen Kenntnissen der Befragten – wahrgenommen werden. Das beeinflusst schließlich ihre Kaufentscheidungen. Insgesamt 81 Prozent aller Befragten gaben an, beim Konsum von Lebensmitteln auf natürliche Inhaltsstoffe zu achten. 55 Prozent versuchen, mit ihrer Kaufentscheidung bestimmte Zusatzstoffe explizit zu vermeiden, darunter Geschmacksverstärker (84 Prozent), Süßungsmittel (69 Prozent), Farbstoffe (64 Prozent), Konservierungsstoffe (60 Prozent) und Emulgatoren (43 Prozent). Um die 70 bis 80 Prozent schätzen dabei das gesundheitliche Risiko der genannten Zutatengruppen als hoch oder zumindest mittelhoch ein.

Diese Gefahr bewerteten die Befragten dabei sogar als wesentlich höher im Vergleich zum jeweiligen Nutzen. Befürchtete gesundheitliche

Folgen sind unter anderem Unverträglichkeiten (27 Prozent), Krebs (26 Prozent), Übergewicht (23 Prozent) und Diabetes (17 Prozent). Nur zwischen 13 und 24 Prozent der Studienteilnehmenden fühlen sich in Bezug auf die Kennzeichnung von Zusatzstoffen, deren Funktion sowie das gesundheitliche Risiko und den Herstellungsprozess gut informiert. Es gibt also gute Gründe für Bäckereien, sich mit der Thematik mehr als nur oberflächlich auseinanderzusetzen. Wer sich darauf beruft, handwerklich sowie ausschließlich mit natürlichen Zutaten zu arbeiten, sollte sich genau anschauen, welche Mittel den Weg in die Teige finden und warum.

Mehlreifungsmittel

Mit dem Mahlen von Getreide beginnt die sogenannte Mehltreifung. Dabei werden durch Oxidation Schwefel- und Sulfidbrücken im Mehl aufgebaut. Der Prozess findet auf natürlichem Wege statt und ist notwendig, um später ein stabiles Glutengerüst zu erhalten. Allerdings braucht er Zeit. Bei entsprechender Lagerkapazität stellt das kein Problem dar, etwa drei Wochen vergehen, dann ist das Mehl nach dem Mahlen reif und backfähig. Häufig werden allerdings bereits in der Mühle Stoffe beigelegt, um den Oxidationsprozess zu beschleunigen und somit Zeit zu sparen. Beziehungsweise auch, um die Erwartungen vieler Bäckereien zu erfüllen, die nach der Lieferung direkt mit dem Mehl backen wollen. Als ein solcher Turbo werden verschiedene Mehltreifungsmittel verwendet, am häufigsten Ascorbinsäure. Chemisch betrachtet entspricht sie synthetisch hergestelltem Vitamin C. Allerdings wird Ascorbinsäure industriell auf Basis gentechnisch veränderter Mikroorganismen hergestellt.

Neben Ascorbinsäure kommt zur Festigung von Teigen hin und wieder Cystin zum Einsatz. Der Stoff wird oft aus Schweineborsten gewonnen, ist also nicht vegan. Cystin zeigt ebenfalls eine leicht oxidative Wirkung, verkürzt darüber hinaus aber auch lange und somit im Vergleich recht weiche Kleberstrukturen, wie es beispielsweise bei Dinkel der Fall ist. Teige mit Dinkelmehl können alternativ während der Teigbereitung mehrfach aufgezogen werden, um den Kleber zu festigen. Daneben verträgt Dinkelmehl keine so langen Knetzeiten wie Weizen, andernfalls wird das



Acerolakirschkirschenpulver stellt eine gute Alternative zu Ascorbinsäure dar

Klebergerüst wieder destabilisiert. In niedriger Dosis wird Cystin auch die gegenteilige Funktion bescheinigt: Klebererweichung. Bei der Reaktion mit im Mehl enthaltenem Eiweiß setzt es nämlich reduziertes Cystein frei, das in gewisser Weise einen Gegenspieler von Cystin darstellt. Ebenfalls zum Einsatz kommt gelegentlich enzymaktives Sojamehl als oxidationsförderndes Mittel, das durch das enthaltene Enzym Lipoxygenase eine Kleberstabilisierende Wirkung erreicht. Die ist im Vergleich allerdings eher gering. Zudem ist Soja ein hochallergener Stoff.

Eine Alternative zu Ascorbinsäure stellt das natürliche Acerolakirschenpulver dar, das zum Beispiel in der Bio-Branche oder auch bei der Bäckerei Greimel in Aschau am Inn zum Einsatz kommt. Etwa 20 g reine Ascorbinsäure rechnet man auf 100 kg Mehl. Da Acerolakirschenpulver nur einen Vitamin-C-Anteil von etwa 17 Prozent hat, braucht man für dieselbe Menge Mehl etwa sechsmal soviel Acerolakirschen- wie Ascorbinsäurepulver. „Es ist auch teurer, ein 10-Kilo-Sack kostet zwischen 500 und 600 Euro“, sagt Betriebsinhaber Stefan Greimel. Trotzdem hat er sich dafür entschieden: „Wenn ich natürliche Wege gehen will, kommt für mich nur diese Komponente in Frage“, so der Bäckermeister. In seiner Backstube verwendet er ausschließlich unbehandeltes Mehl, so hat er es mit seiner Mühle vereinbart. In der Bäckerei lagert das Mehl dann weiter, bis der Reifeprozess abgeschlossen ist. Das Acerolakirschenpulver gibt Greimel bei der Autolyse hinzu, sodass es dort seine Wirkung entfalten kann. Während zum Bei-

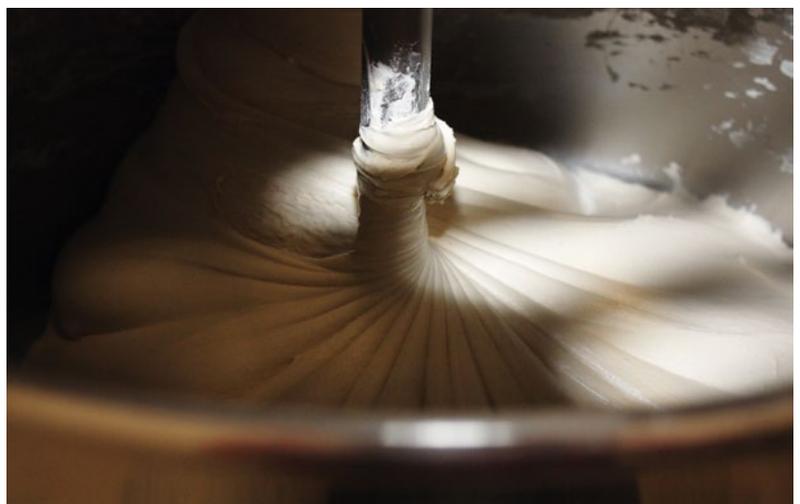
spiel Weizenmehl und Wasser miteinander verquellen, wird so ein stabiles Klebergerüst aufgebaut.

Um Aktivität in Teige zu bringen, eignen sich Vorteige ohnehin sehr gut. Auf diese Weise kann bei schwankender Mehltreife mehr Prozesssicherheit gewonnen werden, weiß Bäckermeister Martin Reck, der mehrere Jahre im Außendienst der Spittwitzer Rätze-Mühle tätig war. Um die Backfähigkeit zu bestimmen, wird unter anderem die Fallzahl eines Mehls gemessen. Sie benennt die Dauer, die ein standardisierter Stab benötigt, um durch eine Masse aus Mehl und Wasser zu fallen, die nach 60 Sekunden Rührzeit ein Klebergerüst gebildet hat. Eine niedrige Fallzahl bedeutet, dass eine eher schlechte Backfähigkeit besteht. Zu hohe Werte sagen aus, dass der Teig zu zäh gerät und sich kaum Volumen bildet. Die ideale Fallzahl liegt bei Weizen zwischen 250 und 300 Sekunden, bei Roggen zwischen 150 und 180. „Im Schnitt liefern Mühlen Mehl mit einer Fallzahl von 330 aus“, sagt Martin Reck. „Bäckereien fügen dem Teig daher oft noch Malzmehle oder ein Backmittel hinzu.“ Zwingend notwendig ist das nicht, wie das Beispiel Greimel beweist. „Wer mit Teigherstellung vertraut ist, braucht keine Ascorbinsäure“, ist auch Bäckermeister Reck überzeugt.

Teigerweichungsmittel

Eine weitere Backmittel-Gruppe bilden die Teigerweichungsmittel. Sie sollen helfen, bei Teigen mit kurzen Kleberverbindungen mehr Elastizität zu erzeugen. So kann sich der Teig ausreichend ausdehnen, um Volumen zu

Über die Wahl der Knetzeiten können Teige gut gesteuert werden





Mit einem gut ausgekneteten Teig und handwerklicher Herstellung bringt man auch ohne Backmittel Volumen ins Brot

entwickeln. Während mithilfe von Mehltreifungsmitteln Sulfidbrücken aufgebaut werden, bauen sie sich nach Zugabe von Teigerweichern zum Teil ab. Je nach Getreidesorte hat Mehl ohnehin unterschiedliche Klebereigenschaften. Darüber hinaus können sich die Kleberbrücken bei hohen Temperaturen oder beim Gefrieren von Teiglingen verändern. Die Zugabe von Backmitteln soll hier für mehr Prozesssicherheit sorgen. Dass Teigerweichungsmittel in der handwerklichen Bäckerei überhaupt notwendig sind, bezweifelt Marlon Gnauck aus Ottendorf-Okrilla: „Bei den Teigen, die wir auch in größeren Mengen einfrieren, hatte ich bislang keine Probleme“, erklärt der Bäcker. „Meine Burger-Buns oder mein Milchgebäck kommen ungebacken und uneganzt bis zu zwei Wochen in den Froster und ich habe keine Sorgen mit der Stabilität. Da frage ich mich, wie lange Teiglinge eingefroren werden müssen, damit dieser Effekt überhaupt erst nötig wird.“ Einen möglichen Vorteil solcher Backmittel für Bäckereien sieht Gnauck in der Verkürzung von Knetzeiten und der damit einhergehenden geringeren Teigerwärmung, insbesondere bei sehr großen Teigmengen. Aber auch hier kann man gegensteuern, zum Beispiel mit der Wassertemperatur.

Eines der bekanntesten Teigerweichungsmittel ist das bereits erwähnte Cystein. Es handelt sich dabei um eine einfache Aminosäure, die in allen Proteinen enthalten ist. Cystein „wird entweder aus besonders cysteinreichen Proteinen (vornehmlich aus dem Keratin von Geflügelfedern) durch Hydrolyse und aufwendige Reinigungsschritte oder auf ferment-



Viele Enzyme werden heutzutage auf Basis gentechnisch veränderter Mikroorganismen im Labor erzeugt

tativem Wege mithilfe von Mikroorganismen hergestellt“, informiert das Wissensforum Backwaren. Wer beispielsweise besonders kleberstarken Weizen verwende, könne die Kleberbrücken durch die Beigabe des Stoffes verlängern, heißt es. Allerdings gibt es auch hier ein einfaches handwerkliches Mittel, wie dieser Vorgang beeinflusst werden kann: „Beim Kneten steuere ich, wie stark ich den Kleber belaste“, erklärt Martin Reck. Während zu langes und zu schnelles Kneten bei Dinkelteigen destabilisierend wirken kann, ist es bei Weizenteigen an dieser Stelle geboten. Und zwar so lange, bis die gewünschte Elastizität erreicht ist.

Cystein und Ascorbinsäure werden vielfach zeitgleich eingesetzt, obgleich sich auf den ersten Blick deren Wirkung gegenseitig aufheben dürfte. Im Gegenteil scheinen sich beide Komponenten aber eher zu ergänzen: Während Ascorbinsäure die Kleberstrukturen festigt, sorgt Cystein für Dehnbarkeit. „Insbesondere in Tiefkühlteigen sind recht hohe Dosierungen beider Mehlbehandlungsmittel anzutreffen. Einerseits wird nämlich eine gute Gärstabilität benötigt, andererseits erfolgt durch den Gefrierprozess eine Kleberverkürzung, die durch Cystein wenigstens teilweise aufgefangen werden kann. Cystein wird mit etwa zwei Dritteln der Ascorbinsäure-Menge dosiert“, so die Auskunft vom Wissensforum Backwaren. Möglicherweise ein guter Impuls für Handwerksbäckereien, vor dem Zukauf von Tiefkühl-Teiglingen etwas genauer hinzuschauen.

Alternativ werden statt Cystein zur Teigerweichung auch inaktivierte Hefepräparate eingesetzt. Dabei handelt es sich um Substanzen, die von Hefen im Falle ihres Zelltodes freigesetzt werden und einen hohen Glutathion-Gehalt aufweisen. Es sind gewissermaßen also Abfallprodukte, die auf diesem Wege dann noch nutzbar gemacht werden. Glutathion besteht aus den drei Aminosäuren Glutaminsäure, Cystein und Glycin und wirkt daher ähnlich wie Cystein. Da für die Hefepräparate die gleichen Deklarationspflichten wie für Backhefe gelten, muss der Zusatz im Produkt nicht deklariert werden. In der Regel handelt es sich bei Backhefe um industriell gezüchtete sogenannte Kultur- oder Reinzuchthefen, die durch gezielte Selektion aus Wildhefen unter Laborbedingungen und ho-



Mithilfe von Kochstücken kann mehr Wasser im Teig gebunden werden



Brotgranulat ist hydrothermisch behandeltes Mehl, das einem getrockneten Kochstück gleicht

hem Wasserverbrauch erzeugt worden sind. Der oftmals postulierte gesundheitsschädliche Einfluss von Hefe auf den menschlichen Organismus hat sich bislang nicht bestätigt. Zwar gibt es Menschen, die aufgrund einer Allergie- oder Unverträglichkeit Hefe meiden müssen, die breite Masse trifft das jedoch nicht. Ungeachtet dessen gehen immer mehr Betriebe dazu über, die Menge der verwendeten Backhefe in Backwaren zu reduzieren, vor allem um Teig mehr Zeit zur Reife zu geben und ein abwechslungsreiches Aromenspiel zu erzeugen. Zudem werden im Rahmen einer längeren Fermentation bei geringer Hefezugabe schwer verdauliche Getreidebestandteile abgebaut. Die Verträglichkeit verbessert sich und Symptome wie der Blähbauch nach Brotgenuss treten seltener auf.

Enzyme

Eine häufige Beigabe in Backwaren und Bestandteil nahezu aller gängigen Backmittel sind Enzyme, also komplexe Eiweißmoleküle, die biochemische Prozesse beschleunigen. Es gibt mehrere hundert verschiedene Enzyme, je nach Beschaffenheit werden damit unterschiedliche Effekte erzielt. Bei der Teigbereitung beginnen die Enzyme zu wirken, sobald das angereicherte Mehl mit Wasser in Berührung kommt. Beispielsweise gibt man Amylasen bei, die auch als natürlicher Bestandteil in Mehl enthalten sind. Sie spalten Stärke in Mehrfachzucker, die dann von Hefen und Lactobazillen weiter verstoffwechselt werden. Unterscheiden muss man zwischen technischen (exogenen) Enzymen sowie

Malzmehlen aus dem Labor auf der einen und natürlichen Malzen auf der anderen Seite, die mit endogenen Enzymen dieselbe Wirkung entfalten. Labor-Enzyme werden in der Regel ebenfalls auf Basis gentechnisch veränderter Mikroorganismen hergestellt. Hier handelt es sich unter anderem um Amylasen in isolierter und konzentrierter Form, die Teige zum Beispiel maschinengängiger machen oder die Haltbarkeit von Backwaren verlängern sollen.

Derzeit sind Enzyme nicht deklarationspflichtig, weil man davon ausgeht, dass sie nach dem Backprozess keinerlei technologische Wirkung mehr entfalten. Eine Studie der Universität Hohenheim legt allerdings einen anderen Schluss nahe: Hier fand man heraus, dass die Aktivität technischer Enzyme im Brot mit bis zu 18 Prozent noch nachzuweisen ist. Auch auf politischer Ebene ist die Diskussion inzwischen angekommen. Wie das Wissensforum Backwaren infor-

Für die Herstellung von natürlichem Backmalz wird Getreide zum Keimen gebracht





Über Vorteige bringt man Aktivität in den Teig

miert, arbeitet die Europäische Union (EU) seit 2015 daran, eine Liste von Enzymen zu erstellen, die in der Lebensmittelindustrie der EU eingesetzt werden dürfen und künftig möglicherweise dann doch deklariert werden sollen. Die Stoffe müssen ein spezielles Zulassungsverfahren erfolgreich durchlaufen haben. Die Auflistung soll voraussichtlich 2025 abgeschlossen sein. Eine Alternative zu technischen Amylasen aus dem Labor stellt enzymaktives Backmalz dar, das auf natürlichem Wege gewonnen wurde. Dieses Malz wird aus gekeimtem Getreide hergestellt und erzeugt bei der Keimung korneigene Enzyme, die durch Spaltung von Stärke Zucker hervorbringen und dem Korn somit Energie zuführen. Durch Trocknung kann dieser Vorgang gestoppt werden. Da die Enzyme aber auch dann im Korn verbleiben, können diese natürlich erzeugten Zusätze im Teig reaktiviert werden und Eigenschaften von Brot verbessern. Natürlichen Malzen wird gern nachgesagt, aufgrund wechselnder Eigenschaften, wie sie Naturprodukten eigen sind, die Produktionssicherheit zu gefährden. In der Praxis bestätigt sich dieses Vorurteil nicht, wie Bäckermeister Ingmar Krimmer aus Untermünkheim bestätigt. Er setzt auf natürliche Malze und hat damit ausschließlich gute Erfahrungen gemacht.

Ein weiteres Enzym aus dem Labor, das zur Anwendung kommt, ist Hemicellulase. Es bildet Schleimstoffe, die Wasser dauerhaft binden können, wie beispielsweise Pentosane im Roggen. Alternativ bietet sich die Zugabe

von Koch- oder Brühstücken an, um handwerklich denselben Effekt zu erzielen. Auch Flohsamenschalen binden ein Vielfaches ihres Eigengewichts an Wasser im Teig. Elegant ist darüber hinaus die Beigabe von hydrothermisch behandeltem Brotgranulat. Es handelt sich dabei vereinfacht gesagt um ein getrocknetes und gemahlenes Kochstück, das bis zum Fünffachen seines Eigengewichts binden kann. Es wird dem Teig bei entsprechender Erhöhung der Wassermenge zugegeben oder binnen 10 Minuten vorverquollen.

Emulgatoren

Bei Emulgatoren handelt es sich um besonders umstrittene Zusatzstoffe. Sie sorgen im Teig dafür, im Grunde nicht mischbare Zutaten, zum Beispiel Wasser und Fett, gleichmäßig miteinander zu vermengen. Also dienen sie sozusagen als Bindeglied und sorgen für eine gleichmäßige Konsistenz, eine feine Krume und ein größeres Volumen sowie verbesserte Haltbarkeit. Die Retrogradation – also die Alterung – von Backwaren wird außerdem verlangsamt. Immer wieder stehen Emulgatoren allerdings im Verdacht, schwere Leiden wie Krebs oder entzündliche Darmerkrankungen hervorrufen zu können. Außerdem werden sie in der Industrie häufig synthetisch hergestellt. Auch wenn die Studienlage zu gesundheitlichen Risiken bislang nicht eindeutig ist, so stehen Verbraucherinnen und Verbraucher der Verwendung der Stoffe sehr kritisch gegenüber. In Backmitteln werden unter anderem Lecithin, Mono- und Diglyceride sowie Diacetylweinsäureester (DAWE) verwendet. Lecithin wurde lange überwiegend aus Eigelb gewonnen, inzwischen gibt es auch aus Sojabohnen, Raps und Sonnenblumen extrahierte Präparate. Mono- und Diglyceride sorgen für eine wattige Teigstruktur und längere Frischhaltung. Sie werden aus in der Regel pflanzlichen Fettsäuren und Glycerin extrahiert. Die einzig natürliche Quelle stellt Schweineschmalz dar, was für vegane Produkte nicht geeignet ist. DAWE war lange in Deutschland nicht zugelassen. Das geschah erst im Zuge der allgemeinen Harmonisierung auf europäischer Ebene, die bestimmte, welche Zusatzstoffe in Lebensmitteln erlaubt sind oder nicht. Was immer sich auf dieser Liste befindet, kann nicht vollkommen harmlos sein. Einige Stoffe, die mit E-Nummern gekennzeichnet werden müssen, sind als Ge-

Das Mehl der Ackerbohne eignet sich nicht nur als Alternativ-Emulgator, es hat auch eine bleichende Wirkung auf die Krume von Brot



fahrgut deklariert und sollte zum Beispiel nicht eingeatmet werden. Wer solche Mittel grundsätzlich meiden will, muss umso genauer auf die Kennzeichnung auf der Backmittelverpackung schauen.

Der DAWE-Emulgator ist deklarationspflichtig und wird mit der E-Nummer 472e ausgezeichnet. Vor allem kommt DAWE in Backwaren vor, die lange gefrostet aufbewahrt werden, zum Beispiel in Aufbackbrötchen. Im Teig verbindet DAWE Wasser und Fett, damit beim Einfrieren keine großen Eiskristalle entstehen, die beim Auftauen sonst zu viel Wasser freisetzen würden. Als natürlicher Emulgator kann Eigelb verwendet werden, alternativ zu Lecithin bietet sich laut Bäckermeister Stefan Greimel auch Ackerbohnenmehl an. „Das enthält natürliches Lecithin. Zu viel greift allerdings den Teig an wegen der ebenfalls enthaltenen Enzymatik“, sagt er. Auch Lupinenmehl hat eine entsprechende Wirkung, ist allerdings ähnlich wie Soja ein hoch allergener Stoff. Es empfiehlt sich, die maximale Menge von 10 Prozent auf die Gesamtmehlmenge nicht zu überschreiten. Als nicht-vegane Alternative kommt außerdem Butterreinfett in Frage. Dabei handelt es sich um konzentrierte Butter mit einem Fettgehalt von 99,8 Prozent.

Säuerungs- und Bleichmittel

Um auch bei Mehlen mit niedriger Fallzahl gute Backergebnisse zu erzielen, werden Säuerungsmittel und -regulatoren eingesetzt. Außerdem wirkt Säure dem zu starken Abbau von Stärke in Zuckerkoffen entgegen. Durch die Beigabe direkt in den Teig sparen herstellende Unternehmen Zeit. Statt zu Säuerungsmitteln aus dem Labor



Sauerteig ist eine handwerkliche Alternative zu synthetischen Säuerungsmitteln. Er macht Backwaren zudem besonders aromatisch und bekömmlich

zu greifen, bietet sich in der handwerklichen Bäckerei die Versäuerung über Sauerteig oder die Verwendung von Apfelessig an. Für die Fermentation muss dann natürlich eine gewisse Gehzeit eingeplant werden, was die Brote aber umso aromatischer und bekömmlicher macht.

Bleichmittel werden verwendet, um eine hellere Krumenfarbe zu erzielen. Und auch hier gibt es handwerkliche Alternativen: Durch Zugabe von Soja- oder Ackerbohnenmehl wird ebenfalls ein bleichender Effekt erzielt. Die maximale Menge von 10 Prozent auf die Gesamtmehlmenge sollte nicht überschritten werden.

Was es wirklich braucht

Mit Backmitteln werden Zutaten und Zusatzstoffe bezeichnet, die die Eigenschaften von Brot und anderen Backwaren positiv beeinflussen sollen und mit in den Teig gegeben werden. Historisch haben sie eine lange Tradition. In jüngster Zeit geraten Backmittel allerdings zunehmend in die Kritik. Sowohl industrielle Herstellungsverfahren als auch die möglichen Risiken für die Gesundheit lassen die Kundschaft vorsichtig werden. Wer sich von industrieller Massenproduktion absetzen und gleichzeitig auf synthetische Wundermittel verzichten will, hat zahlreiche handwerkliche Möglichkeiten, für gleichbleibend hohe Qualität zu sorgen, auch ohne künstliche Zusatzstoffe zu verwenden. 🌱



GOLDEN **WALNUT** AWARD 2022

Kreativität ist Gold wert

Auch 2022 wird der GOLDEN WALNUT AWARD für die besten Produktideen mit kalifornischen Walnüssen für Backwaren und Patisserie verliehen. Nach dem Erfolg der Vorjahre hat sich die California Walnut Commission (CWC) bewusst für die Fortführung des Backwettbewerbs im dritten Jahr entschieden. Man ist von der Expertise des deutschen Traditionshandwerks beeindruckt, das durch die außergewöhnliche Inszenierung der Walnüsse mehrfach unter Beweis gestellt wurde.

Nur ein Produktangebot, das sich vom Wettbewerb abhebt, kann nachhaltig punkten. Das gilt für Qualität, Produktsicherheit wie auch für den Geschmack der Ware. Außergewöhnliche Ideen mit erlesenen Zutaten stechen hervor und überzeugen die Kundschaft. Auch Auszeichnungen sind ein wertvolles Instrument im Marketing.

Viele gute Gründe also, beim Backwettbewerb mit kalifornischen Walnüssen teilzunehmen. Dafür werden ab sofort wieder die kreativsten Produktideen mit der Omega-3-Powernuss aus dem nordamerikanischen Sonnenstaat gesucht. Profis aus dem Backhandwerk können sich mit originellen Rezepturen in den Kategorien Backwaren und Patisserie bewerben.

Zur renommierten Jury zählen die Wildbakers Johannes Hirth und Jörg Schmid, Bernd Kütscher, Direktor der Bundesakademie Weinheim, und Annette Klingelhöfer, Deutschlands erste Schokoladen-Sommelière. Nach dem Einsendeschluss am 31. August bewerten sie alle Einsendungen – und zehn Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden zum Finale am 10. Oktober 2022 in die Akademie Deutsches Bäckerhandwerk in Weinheim eingeladen. Hier präsentieren sie ihre Kreationen dann der Jury.

Die feierliche Preisverleihung findet am 23. Oktober im Bäcker-Trend-Forum der südback 2022 in Stuttgart statt. Es winken Preisgelder im Gesamtwert von 10.000 Euro. Die Vorfreude ist bei allen Beteiligten groß: „Die Vielfalt und Kreativität der Rezepturen haben gezeigt, dass das Bäckerhandwerk trotz aller Tradition ein immens hohes Innovationspotenzial bietet,“ so die Wildbakers. Die Schirmherren des Profi-Wettbewerbs sind von der Zutat kalifornische Walnuss überzeugt und gespannt auf die Beiträge zum diesjährigen GOLDEN WALNUT AWARD. 🍷

TOP-ZUTAT AUS KALIFORNIEN

Walnüsse sind Allround-Talente, die für Crunch sorgen und sich dank ihres milden Geschmacks sowohl für herzhaft als auch für süße Produkte eignen. Zudem bringen sie eine extra Portion Nährstoffe in die Produkte, unter anderem durch den hohen Gehalt an Omega-3-Fettsäuren und Proteinen. Die Walnuss ist die einzige Baumnuss, die hohe Mengen des pflanzlichen Omega-3 ALA (2,7 g/30 g) enthält und 4,6 g Protein sowie 2,0 g Ballaststoffe (pro 30 g) liefert. Zudem enthält sie zahlreiche Mikronährstoffe wie Mangan und Kupfer.



INFO

Alle Details zum Wettbewerb:

 californiawalnuts.de/backwettbewerb

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.

Backwaren aus **Kamutmehl** vermarkten

Legendäres Getreide



Khorasan-Weizen, auch Kamut genannt, wird zu den sogenannten Urgetreidesorten gezählt und hat ein paar hervorragende Verkaufsargumente im Gepäck. Das Mehl ist vielseitig einsetzbar und bringt gesunde Nährstoffe auf den Tisch. Sein nussig-milder Geschmack verleiht dem Brot eine besondere Note, der hohe Eiweißgehalt des mineralreichen Getreides sorgt zudem für eine lange Frischhaltung von Backwaren. Im Sortiment gebührt Khorasan daher ein besonderer Platz.

Text: Edda Klepp

Es ist ein Stoff, aus dem in Hollywood Filmdramen entwickelt werden: In der Steinkiste eines Pharaonengrabes entdeckt man 1948 Reste eines urtümlichen Getreides. 36 Körner davon gelangen durch einen amerikanischen Luftwaffenoffizier aus Ägypten zu seinem Vater, dem Farmer Bob Quinn, nach Montana. Der bringt die spärliche Saat auf den Acker und schließlich zum Gedeihen. So jedenfalls lautet die Legende, die sich um das Korn rankt.

Aus Amerika in die Welt

Mehrere Jahrzehnte dauerte es, bis sich eine breitere Öffentlichkeit für das wiederentdeck-

te Getreide interessierte. Statt eines Blockbusters folgte eine erfolgreiche Marketing-Kampagne: 1990 wurde Kamut, wie Quinn selbst seine neue Sorte angeblich nannte, vom amerikanischen Landwirtschaftsministerium offiziell zugelassen. „Die Seele der Erde“, so die Übersetzung des Begriffs, trat ihre Reise auf andere Kontinente und somit auch in zahlreiche Backstuben an.

Dafür wurde Kamut zunächst als Markenname geschützt. Im Einzelhandel gilt es als Handelsbezeichnung für Khorasan-Weizen, „der nach bestimmten Richtlinien erzeugt“ wurde, heißt es im Brotbackbuch „Modernist



Die Pflanze des Khorasan-Weizens spricht nicht gut auf Düngung an

Bread“. Und weiter: „Dazu gehört, dass das Getreide biologisch angebaut wird und eine Sorte sein muss, deren Wurzeln sich bis auf die alte Khorasan-Weizen-Varietät zurückführen lassen.“

Der Begriff Kamut wird inzwischen allerdings nahezu synonym zur Ursprungsbezeichnung für jeglichen Khorasan-Weizen verwendet. Ob die Geschichte seiner Entdeckung wahr oder bloß Frucht einer geschickten PR-Aktion ist, lässt sich nicht eindeutig belegen. Zweifel am Wahrheitsgehalt dürfen allerdings aufkommen, da die Keimung von Pflanzensamen aus archäologischen Ausgrabungen sehr unwahrscheinlich ist. Hübsch ist die Legende allemal.

Der Legende nach soll Kamut bei Ausgrabungen in einem Pharaonengrab wiederentdeckt worden sein



Khorasan ist Teil der Weizen-Familie und auch unter der Bezeichnung Kamut bekannt

Unempfindliches Korn

Es handelt sich um eine alte Sorte des Sommerweizens, eine Kreuzung aus einer Weizen-Wildform (*Triticum polonicum*) und Hartweizen (*Triticum durum*). Seinen Namen verdankt das Getreide der iranischen Stadt Chorasán im Nordosten des Landes. Dort sowie in umliegenden Regionen ist genetischen Analysen zufolge seine ursprüngliche Heimat verortet – die Züchtung soll vor etwa 6.000 Jahren entstanden sein.

Kamut wird den sogenannten Urgetreidesorten zugerechnet – ein Begriff, der vor allem durch Marketing geprägt wurde und sich botanisch nicht scharf abgrenzen lässt. Überwiegend wird Khorasan-Weizen heuer in Nordamerika und Südeuropa angebaut. Das liegt an den besonderen Bedürfnissen der Pflanze. Zwar ist sie im Vergleich zu konventionellem Brotweizen weniger empfindlich gegenüber Schädlingsbefall und Krankheiten, dafür benötigt Kamut zum Wachstum eher warme und trockene klimatische Verhältnisse.

Im unbeständigen und kalt-feuchten Deutschland ist der Anbau also schwierig. Nur sehr wenige landwirtschaftliche Betriebe trauen sich an die Materie. Auch spricht Khorasan-Weizen eher nicht auf künstliche Düngung an, der Ertrag der einzelnen Pflanze ist überdies gering. In Zahlen ausgedrückt liefert das Getreide etwa 1,2 Tonnen pro Hektar, also zirka 12 Doppelzentner. Was auf



In Deutschland ist Kamut ausschließlich in Bio-Qualität erhältlich

den ersten Blick vielleicht nach viel klingt, relativiert sich beim Blick auf andere, konventionell angebaute Getreidearten.

So liegen beispielsweise Weizen und Gerste bei mehr als 70 Doppelzentnern auf gleicher Fläche. Roggen bringt immerhin noch 50 Doppelzentner pro Hektar auf die Waage. Einen Massenmarkt eroberte Khorasan bis jetzt folglich nicht. Entsprechend gestalten sich auch die Preise am Markt, Kamut ist nicht gerade günstig zu haben. In Deutschland bekommt man es ausschließlich in Bio-Qualität, als Mehl jeweils in einer hellen und in einer Vollkorn-Variante. Darüber hinaus gibt es



Der hohe Stärkeanteil im Kamutmehl sorgt für eine gute Bindefähigkeit

Khorasan-Weizen in Form ganzer Körner oder Flocken sowie als Grieß zu kaufen.

Reich an Nährstoffen

Aus ernährungsphysiologischer Sicht spricht jedoch einiges für die Verwendung von Kamut in Backwaren. Die Körner sind bis zu zweimal so lang wie die vom Weizen und enthalten bis zu 40 Prozent mehr Proteine als das verwandte Getreide. Khorasan ist dem-



Die Backeigenschaften von Khorasan, Weizen und Dinkel sind vergleichbar



Kamutmehl eignet sich besonders gut für elastische Teige wie zum Beispiel für Focaccia

nach ein hervorragender Energielieferant und sättigt langanhaltend. Viel Stärke im Mehl sorgt für eine gute Wasserbindung, daher halten Backwaren mit Kamutmehl auch lange frisch.

Geschmacklich verleiht das Getreide dem Brot eine mild-nussige bis butterige Note, was auf den geringen Anteil an pflanzlichen Bitterstoffen zurückzuführen ist. Indes enthalten die Körner zahlreiche Mineralstoffe, zum Beispiel bis zu 35 Prozent mehr Magnesium und Zink als Weizen sowie verschiedene B-Vitamine und Vitamin E. Auf 100 Gramm Kamut entfallen mehr als 10 Gramm Ballaststoffe, also etwa ein Drittel der täglich empfohlenen Menge. Zudem liefert das Getreide reichlich Selen und Phosphor.

Der hohe Eiweißanteil macht Kamutmehl vor allem für besonders elastische Teige interessant, zum Beispiel Pizza oder Focaccia. Aber auch Brote gelingen

Kamut wird zu den sogenannten Urgetreide-Sorten gezählt



Professionelle Ladenbacköfen

Bei MANZ kann jeder Ladenbackofen individuell zusammengestellt und nach Bedarf kombiniert werden. Ob traditionelles Herdbacksystem oder mit Heißluft - auch eine Kombination beider Heizsysteme - MANZ ermöglicht das Backen in individuellen Ladenbacköfen auf kleinstem Raum. Unsere Öfen sind komplett aus Edelstahl gefertigt und glänzen auch in punkto „innere Werte“.



Dabei stehen die einfache Bedienbarkeit, der geringe Energieverbrauch und vor allem die Qualität der Backergebnisse im Vordergrund. Extra große Sichtfenster, dampfdicht schließende Backofentüren und das Spezialbedampfungssystem IDS und DMS zeichnen die MANZ-Backöfen aus.

MANZ Backtechnik GmbH

Backofenstraße 1-3 | 97993 Creglingen-Münster
0 79 33 / 91 40-0 | www.manz-backtechnik.de



Backwaren verleiht Kamut einen mild-nussigen bis butterigen Geschmack

mit Kamut ganz hervorragend. Der Fantasie sind also keine Grenzen gesetzt.

Besonderheit im Brotregal

Wie Weizen und Dinkel enthält Kamut Gluten und ist daher nichts für Menschen mit einer Unverträglichkeit. Wahrscheinlich hängt die hier und da erwähnte bessere Verträglichkeit bei gluten-sensitiven Menschen vielmehr mit der Verarbeitung zusammen, also zum Beispiel langer Teigführung, die die Backware grundsätzlich bekömmlicher macht.

Generell hat Kamut wie andere sogenannte Urgetreidesorten in der Bevölkerung das Image, besonders wohltuend für die Gesundheit zu sein. Wissenschaftliche Belege dafür



Kamutmehl bringt zahlreiche Mineralien sowie Vitamine ins Brot

sind allerdings rar. Trotzdem lässt sich der „gute Ruf“ von Urgetreide im Verkauf sehr gut für Marketing-Zwecke nutzen, auch ohne Unwahrheiten zu verbreiten – sei es indem man auf die Bio-Qualität sowie die Mineralstoffe verweist, den hohen Vitamin- und Proteingehalt oder die lange Frischhaltung.

Auch die Ursprungslegende eignet sich, um Aufmerksamkeit für neue Khorasan-Produkte zu generieren. Nicht zuletzt dürften sich die wenigen Betriebe glücklich schätzen, die das rare Kamutmehl aus regionaler Herstellung verarbeiten, denn damit schaffen sie ein weiteres Alleinstellungsmerkmal. Wer dem Brot dann auch noch eine außergewöhnliche Form verleiht oder es durch eine schöne Banderole optisch hervorhebt, wertet das Gebäck zusätzlich auf und schafft damit unwiderstehliche Kaufanreize. 🍞

Konventionelle Getreidesorten wie Weizen und Roggen bringen einen deutlich höheren Ertrag pro Hektar



Rezept: Sebastian Marquardt

Foto: Jan Schnare

 @brotmagazin

 /brotmagazin



Kamut-Läib

War Kamut-Mehl lange nur als Vollkorn-Variante erhältlich, findet man inzwischen immer öfter auch die helle Variante. Die überzeugt nicht nur mit guten Teigeigenschaften, sondern auch mit einem hervorragenden, cremigen Aroma. Unterstrichen von milder Säure, harmonisieren viele Aufstriche mit diesem köstlichen Brot.

Sauerteig

- ▶ 3,300 kg Wasser
- ▶ 3,300 kg Kamutmehl hell
- ▶ 0,330 kg Anstellgut

Mischen: 4 Minuten langsam

Teigtemperatur: 26°C

Teigruhe: 8-16 Stunden bei

Raumtemperatur

Hauptteig

- ▶ 6,930 kg Sauerteig
- ▶ 6,700 kg Kamutmehl hell

- ▶ 4,700 kg Wasser
- ▶ 0,200 kg Salz (spätere Zugabe)
- 18,530 kg Teig

Kneten: 8 Minuten langsam,
2 Minuten schnell, Salz zugeben,

2 Minuten schnell

Teigtemperatur: 24°C

Teigruhe: 3-4 Stunden bei
Raumtemperatur

Aufarbeitung

- ◎ Teiginlage 750 g

- ◎ Den Teig abwiegen, die Teiglinge langwirken und mit Schluss nach oben 90-120 Minuten in Gärkorbchen gehen lassen. ◎ Die Teiglinge auf dem Einschießer absetzen und einschneiden.

Backen

Schwaden: normal

Backtemperatur: 230°C, fallend
auf 210°C

Backzeit: 45 Minuten ■

Backen mit **Keimlingen**

Die Kraft der Natur nutzen

Keimlinge geben jedem Brot geschmacklich einen besonderen Kick. Zudem sorgen sie für eine Extraportion Nährstoffe. Kostengünstig und mit wenig Aufwand lassen sich die kleinen grünen Kraftpakete problemlos selbst züchten. Ihr Einsatz im Teig lohnt sich nicht nur geschmacklich und ernährungsphysiologisch. Auch Frischhaltung, Krume und Kruste können von den Inhaltsstoffen profitieren.

Text & Bilder:
Marta Ullmann

 @martauullmann

 martauullmann.com

Wenn aus dem Samen eine neue Pflanze entsteht, zeigt die Natur all ihre Kraft. Dann sprießt aus dem Korn zunächst ein Keimling. Der wird bei dem Vorgang aus dem Korn heraus mit einer im Verhältnis riesigen Portion Nährstoffe

ausgestattet. Die schlummern dort lange, gut konserviert und verpackt. Mit dem Keimen des Samens beginnen Prozesse, die die Stoffe verfügbar machen – und zu einem regelrechten Booster werden lassen.

Den Prozess kann man sich zunutze machen und die Nähr- und Vitalstoffe in konzentrierter Form auf natürliche Weise zu sich nehmen, zum Beispiel als Zutat im Brot. Die Prozesse während des Keimens verbessern nämlich auch die Bioverfügbarkeit für den menschlichen Körper. Der Vitamingehalt erhöht sich bei Sprossen im Durchschnitt um zirka 50 Prozent, pflanzliches Eiweiß um zirka 20 Prozent, essenzielle Aminosäuren vermehren sich um das bis zu Fünffache.

In Bäckereien begegnet einem im Zusammenhang mit gekeimtem Getreide hin und wieder der Begriff „Essenerbrot“. Damit sind Brote gemeint, die je nach Rezept zu 60 bis 100 Prozent aus gekeimtem Getreide hergestellt werden. Das Wort „Essener“ geht auf





Sprossen machen sowohl im Brot als auch auf dem Brot eine gute Figur

eine Volksgruppe im alten Palästina zurück. Dort, so erzählt man sich, sei Brot traditionell aus gequetschtem gekeimtem Getreide auf heißen Steinen gebacken worden.

In Gebäcken sorgen Keimlinge für geschmackliche Abwechslung und mehr Biss. Darüber hinaus bleiben nach dem Backprozess noch zirka 70 bis 80 Prozent der enthaltenen Vitamine und Mineralien erhalten. Sie steigern den Nährwert enorm. In zwei bis sieben Tagen sind sie herangewachsen und zum Backen bereit, je nach Sorte. Und das ohne viel Aufwand. Eine wohltuende Beigabe also, die Backwaren für eine gesundheitsbewusste Kundschaft interessant macht.

Sprossen, Keimlinge und Microgreens

Geht es um die kleinen Kraftpakete, hat man es schnell mit drei Begriffen zu tun, die alle auf denselben Kern zurückgehen: Sprossen, Keimlinge und Microgreens. Der Keimling ist die gesamte Baby-Pflanze inklusive Wurzel, Stängel und Blättchen. Als Sprosse wird lediglich der oberirdische Teil bezeichnet, also Stängel und Blätter. Der Unterschied zwischen Sprosse und Microgreen wiederum liegt im Zeitpunkt der Ernte.

Von Sprossen spricht man in den ersten drei bis zehn Tagen. Die Pflanzen haben zu diesem Zeitpunkt noch kein Blattgrün gebildet. Sie können ausschließlich auf Basis von Wasser und sogar ohne Licht gezüchtet werden, weil sie alles Lebenswichtige aus dem Samen erhalten. Wenn diese Quelle erschöpft ist, muss die Pflanze in die Erde, um daraus Nährstoffe zu ziehen.



Im Sortiment schafft man sich mit einem Keimlingsbrot ein Alleinstellungsmerkmal

In dieser Phase – zwischen Tag 10 und 20 – spricht man von Microgreens. Sie haben bereits erste grüne Blätter und brauchen nun auch Tageslicht. Der Übergang ist fließend, kann variieren und wird nicht von der Uhr bestimmt, sondern von der Entwicklung des Keimlings. Sollten Körner oder Samen partout nicht keimen, kann es daran liegen, dass sie zu alt sind, zu warm oder auch zu hell gelagert wurden.

Einsatz von Keimlingen

Bevor es an die Verwendung in Backwaren geht, stellen sich im Betrieb zunächst einige Fragen, die beantwortet werden müssen. Welche Mengen sollen zum Einsatz kommen? Werden die Keimlinge zugekauft oder selbst hergestellt? Gibt es bereits technische Ausstattung vor Ort oder muss sie angeschafft werden? Wer kümmert sich darum? Wie kann die Herstellung gegebenenfalls in die

Um zu gedeihen, benötigen Keimlinge ein geeignetes Mikroklima





Keimlinge sind nährstoffreiche kleine Kraftpakete

laufenden Prozesse integriert werden? Und wo findet sich Platz im Betrieb?

Grundsätzlich ist die Eigenherstellung möglich. Wichtig ist, eine möglichst gleichbleibende Qualität der verwendeten Keimlinge zu gewährleisten. Hierfür spielt die Rohstoffqualität eine Rolle, aber auch der Herstellungsprozess, bei dem die Vermehrung unerwünschter Mikroorganismen möglichst gering sein sollte.

Wer fertige Keimlinge einkauft, spart sich auf der einen Seite Lagerfläche sowie Personalkosten bei der Produktion. Auf der anderen Seite gibt man die Kontrolle über die Qualität des Keimungsprozesses ab und kann keine ganz frischen Keimlinge im Brot verwenden.



Die gekeimten Körner lassen sich im Ganzen in den Teig geben oder auch zerkleinert

In der Bäckerei lässt sich die Restwärme im Ofen nutzen, um Keimlinge zu trocknen

Zusätzlich ist es eine Kostenfrage: Der einmaligen Anschaffung eines modernen Keimgerätes oder kostengünstiger Alternativen sowie des Kaufs von Getreidekörnern oder anderen Samen steht der Einkaufspreis der fertigen Keimlinge gegenüber. Es lohnt sich, an dieser Stelle genau zu kalkulieren.

Keimlinge selbst herstellen

Mit dem richtigen Equipment ist es sehr einfach, positive Ergebnisse zu erzielen. Verschiedene Maschinenhersteller bieten die Möglichkeit, kiloweise Keimlinge in einem Gerät in einem halbautomatisierten Prozess herzustellen. Nicht alle Geräte sind allerdings für jede Art von Sprossen geeignet. So macht es beispielsweise einen Unterschied, ob

gekeimtes Getreide oder andere Sprossen – wie Bohnen, Linsen oder Ähnliches – verwendet werden sollen.

Die Samen gedeihen in einem feuchten Mikroklima. Für die Anzucht von Keimlingen simuliert man den natürlichen Vorgang, bei dem Samen zu wachsen beginnen. Ideal sind dafür eine gleichbleibende Temperatur von 15°C sowie ein heller, gut belüfteter Platz ohne direkte Sonneneinstrahlung.

Es empfiehlt sich, einen eigenen Keimraum zu nutzen, in dem die Temperatur konstant gehalten werden kann. In der Backstube steigen die Temperaturen erfahrungsgemäß stark an, das könnte einen negativen Effekt auf die Keimung und auch auf die Vermehrung von Mikroorganismen haben.

In der Bäckerei gelingt der Keimvorgang alternativ zur maschinellen Keimlingsherstellung mithilfe einer Kiste oder Keimwanne. Die Kiste sollte Löcher in der Unterseite haben, damit überschüssiges Wasser abfließen kann und keine Staunässe entsteht. Die Löcher müssen jedoch klein genug sein, sodass keine Körner durchfallen.

Darüber hinaus bietet es sich an, einen leichten Stoff darunter zu legen. Wenn man





Ein solches Brot mit gekeimten Körnern lässt sich für gesundheitsbewusste Zielgruppen vermarkten



Da in Roggenmehl ohnehin eine hohe Enzymtätigkeit herrscht, gibt man für Roggenbrote am besten die unzerkleinerten Keimlinge hinzu

viele Körner gleichzeitig keimen möchte, sind stapelbare Kisten eine sehr platzsparende Lösung. Wichtig ist dann aber, dass die Kisten seitlich ebenfalls Löcher haben, damit die Körner genug Sauerstoff erhalten.

Schritt 1

Zunächst müssen die Samen gewaschen werden. Dann werden sie in einer Schüssel oder Wanne mit Wasser bedeckt. Einige Samen quellen dabei stark auf, weshalb es wichtig ist, ausreichend Wasser zu verwenden – auch damit die Keimung bei allen Körnern oder Samen gleichmäßig vonstatten geht. Eine Faustregel empfiehlt 3 Teile Wasser auf 1 Teil Samen. Die Länge der

Quellzeit richtet sich nach den entsprechenden Samen (siehe Tabelle).

Schritt 2

Nach der Quellzeit wird alles durch ein Sieb geschüttet und unter fließendem Wasser abgewaschen. Die Samen kommen dann in das Keimgerät, in diesem Fall also in die Kiste. Dort sollten sie etwa ein Drittel des vorgesehenen Platzes einnehmen. Das stellt neben dem Mikroklima im Gefäß auch sicher, dass ausreichend Raum zum Sprießen bleibt.

Es muss ebenfalls darauf geachtet werden, dass die Samen eine nicht zu dicke Schicht bilden, damit sie genügend Sauerstoff be-

QUELLZEIT UND KEIMDAUER VERSCHIEDENER SAMEN

Sprossen	Quellzeit	Keimdauer
Weizen, Gerste, Hafer, Roggen, Dinkel, Emmer, Einkorn	12 Stunden	30 Stunden-3 Tage
Hirse	8 Stunden	3 Tage
Quinoa	4 Stunden	1-2 Tage
Amaranth	6 Stunden	2-3 Tage
Buchweizen	30 Minuten	5-7 Tage
Sprossen-Mix (Bockshornklee, Linsen, Rettich)	6-8 Stunden	4-6 Tage





Je nach Sorte haben Keimlinge einen eher scharfen oder milden Geschmack



Nicht nur Getreide, auch Linsen oder andere Samen eignen sich zum Keimen. Sie geben dem Brot ein besonderes Aroma

kommen. Empfehlenswert sind etwa 1 bis 2, maximal aber 15 Zentimeter. Mit der Höhe der Schicht steigt auch die Temperatur im Keimgut an, was großen Einfluss auf die Vermehrung von Mikroorganismen hat. Je dicker die Schicht, desto besser müssen die Sauerstoffzufuhr und das regelmäßige Umschichten gewährleistet sein.

Schritt 3

Die Samen müssen mindestens zwei- bis dreimal pro Tag gewässert werden. Wenn die Löcher der Kiste groß genug sind, kann man die Körner unter fließendem Wasser wässern.

Sofern die Löcher zu klein sind, gibt es die Möglichkeit, den Deckel der Kiste abzunehmen und eine Sprühflasche zu nutzen. Bei der Gelegenheit sollten die Körner gewendet werden, damit nach der Bewässerung alle gleichermaßen befeuchtet wurden.

Schritt 4

Nach 30 Stunden bis zu fünf Tagen sind die Sprossen zum Backen bereit. Es besteht die Möglichkeit, sie in der Kühlung für bis zu zwei Tage oder sogar einige Wochen bei -18°C zu lagern. Beim Einfrieren können die Sprossen allerdings Inhaltsstoffe verlieren.



Verbesserung von Teigen

Neben mehr Biss und Aroma haben die Sprossen positiven Einfluss auf Teig und Krume. Mit ihrem Feuchtigkeitsgehalt von mehr als 40 Prozent bringen sie zum Beispiel gebundenes Wasser in den Teig. Das wirkt sich förderlich auf die Frischhaltung der Gebäcke aus. Außerdem können sie eingesetzt werden, um die Enzymaktivität im Teig zu erhöhen, ähnlich wie bei der Zugabe von aktivem Backmalz.

Durch aktive Enzyme wird im Teig der Abbau von Stärke zu Zucker beschleunigt. Das versorgt die Hefen schneller mit Nährstoffen.





Bei eher enzymchwachem Mehl findet durch die Zugabe von Keimlingen ein Ausgleich statt. Die Abbauprozesse machen die Krume wattiger und geben ihr mehr Feuchtigkeit. Nicht von den Hefen verwertete Zuckerstoffe verbessern wiederum die Krustenbräunung. Mit der Zugabe von Keimlingen können also Krusten- und Krumeneigenschaften optimiert werden. Sie machen die Kruste röscher, die Krume lockerer und saftiger.

Dabei steuert man die Wirkung der Beigabe durch den Grad der Zerkleinerung und die Menge. Je gröber und später sie in den Teig kommen, desto weniger Wirkung entfalten sie. Weitere Möglichkeiten sind das Flocken oder das Mahlen. In diesem Fall müssen die Keimlinge zunächst getrocknet werden. Das geht am einfachsten bei Raumtemperatur oder in der Restwärme der Backöfen. Um Maschinen nicht zu verstopfen, sollte sichergestellt sein, dass die Keimlinge wirklich komplett durchgetrocknet sind.

Keimlinge verbacken

Die einfachste Variante der Keimlings-Verarbeitung in Broten ist die Zugabe direkt in den Teig. So sind sie optisch wahrnehmbar und machen das Gebäck zum Hingucker. Aber



auch geschmacklich entfalten sie so die größte Wirkung. Dabei hängt das Aroma natürlich von der gewählten Pflanze ab. Gemein ist beinahe allen eine grasige Note, die mal ins Schärfere, mal ins Süßere geht. Nicht zuletzt geben die Keimlinge dem Brot dank ihrer festeren Konsistenz mehr Biss.

Die Keimlinge gibt man am Ende des Knetprozesses hinzu und arbeitet sie mit langsamer Geschwindigkeit unter

Idealerweise gibt man sie am Ende der Knetzeit in den Teig und mischt sie bei langsamer Geschwindigkeit unter. Da Roggenteige schon von Natur aus über eine höhere Enzym-Tätigkeit verfügen, fügt man bei ihnen die Keim-



linge am besten im Ganzen hinzu, so wirken die Enzyme nicht nennenswert auf den Teig.

Booster fürs Marketing

Nicht nur Nachhaltigkeit, auch gesunde Ernährung sind nach wie vor Themen, die Kaufentscheidungen von Konsumentinnen und Konsumenten beeinflussen. Ein Keimlingsbrot im Sortiment schafft daher nicht nur ein mögliches Alleinstellungsmerkmal gegenüber dem direkten Wettbewerb, sondern auch Anreize für neue Zielgruppen.

Wichtig ist, vor der Namensgebung einer Backware die Leitsätze für Brot und Kleingebäck sowie die Rezepturen genau zu betrachten. Um ein Brot zum Beispiel Weizenkeim-



Der hohe Nährstoff-, Mineral- sowie Vitamingehalt macht die Arbeit mit gekeimtem Getreide attraktiv



In der Backstube herrschen eher ungleichmäßige und hohe Temperaturen vor. Empfehlenswert ist es daher, einen gesonderten Raum für die Keimung zu nutzen

brot nennen zu dürfen, müssen mindestens 10 Prozent Weizenkeimlinge in nicht entfetteter Form in Bezug auf die Gesamtmenge der Getreidemahlerzeugnisse verwendet werden.

Keimlinge sind eine natürliche Brotzutat, die Broten einen neuen Charakter gibt. Sowohl finanziell als auch arbeitstechnisch bleibt der Aufwand gering. Die optische wie auch geschmackliche Aufwertung von Gebäcken ist hingegen groß. Und auch auf Kruste und Krume können sie positiv wirken. Mit ihnen eröffnet man ein neues facettenreiches Experimentierfeld in der Backstube. 🌱

Sprossen eignen sich außerdem als Zutat für belegte Brötchen, Salate und andere Gerichte

Rezept & Bild: Marta Ullmann

 @martauullmann

 martauullmann.com

Roggenkeimbrot



Roggen, nichts als Roggen. Und das in ganzer Vielfalt – sowohl als Mehl als auch in gekeimter Form. Die vitaminreichen Sprossen bringen neben dem Sauerteig ein besonderes Aroma ins Brot. Sie sorgen dabei für eine wattige Krume und nussige Noten. Eine Zutat, die klassisches Roggenbrot neu interpretiert und Argumente liefert, um gesundheitsbewusste Kundengruppen zu überzeugen.

Sauerteig

- ▶ 5,100 kg Wasser
- ▶ 5,100 kg Roggenmehl Vollkorn
- ▶ 0,510 kg Anstellgut

Mischen: 4 Minuten langsam

Teigtemperatur: 28°C

Teigruhe: 12-14 Stunden bei Raumtemperatur

Hauptteig

- ▶ 10,710 kg Sauerteig
- ▶ 4,080 kg Wasser
- ▶ 2,860 kg Roggenmehl 1150

- ▶ 2,040 kg Roggenmehl Vollkorn
- ▶ 1,120 kg Roggenkörner (gekeimt)
- ▶ 0,245 kg Salz

- 21,055 kg Teig

Kneten: 10 Minuten langsam

Teigtemperatur: 28°C

Teigruhe: 30 Minuten bei Raumtemperatur

Aufarbeitung

- ⦿ Teigeinlage 1.000 g
- ⦿ Den Teig abwiegen, die Teiglinge zu langen Laiben formen.

- ⦿ Mit Schluss nach unten in Kastenformen geben, 3-5 Stunden Stückgare bei Raumtemperatur

Backen

Schwaden: nein

Backtemperatur: 230°C, nach 10 Minuten fallend auf 210°C

Backzeit: 60 Minuten ■





Feinstaub in der Backstube

Unsichtbare Gefahr

Dass Feinstaub krank machen kann, weiß man, seit die Belastung durch Emissionen im Straßenverkehr diskutiert wird. Wie gravierend die Konzentration in Backstuben ist – dessen sind sich allerdings nur wenige Betroffene bewusst. Sie ist oft ungleich höher als an Verkehrsknotenpunkten. Mit den richtigen Maßnahmen lassen sich gesundheitliche Risiken in der Produktion einer Bäckerei erfolgreich abmildern.

Text: Edda Klepp

Unter Feinstaub versteht man feste Staubteilchen in der Luft mit einem Durchmesser von 10 Mikrometern oder kleiner. Da sie nicht sofort zu Boden sinken, können sie eingeatmet werden. Während gröberer Staub für Menschen gut sichtbar ist, wird die Feinstaubbelastung der Luft meist nicht mit bloßem Auge erkannt und daher oft auch unterschätzt.

Deutschlandweit finden an verschiedenen Orten regelmäßige Messungen statt, um gesundheitliche Risiken für Menschen einzuschätzen und gegebenenfalls mit Maßnahmen gegenzusteuern. Der Wert von 50 Mikrogramm pro Kubikmeter – das entspricht 0,05 Milligramm – darf in der Europäischen Union im Tagesdurchschnitt an höchstens 35 Tagen im Kalenderjahr überschritten werden, so das Umweltbundesamt. Überschreitungen des Wertes wurden in der Vergangenheit vor allem in Ballungsräumen an verkehrsnahen Messstationen festgestellt.

In Backstuben ist die Konzentration noch weitaus höher. Nicht selten werden hier nach Angaben der Berufsgenossenschaft Nahrungsmittel und Gastgewerbe (BGN) Werte von bis zu 1,25 Milligramm pro Kubikmeter erreicht – also das 25-fache der maximal zugelassenen Feinstaubbelastung an stark befahrenen Straßen.

Gesundheitliches Risiko

Zu einem Beschäftigungsverbot führt das bislang nicht. Seit Februar 2014 liegt der Grenzwert für Feinstaub am Arbeitsplatz laut BGN genau bei 1,25 Milligramm pro Kubikmeter, bis dahin waren es noch 3 Milligramm pro Kubikmeter. Dennoch stellt der meist unsichtbare Staub ein erhebliches Gesundheitsrisiko dar, dem zehntausende Menschen in Bäckereien täglich ausgesetzt sind. Hinzu kommt, dass die feinen Partikel ja nur einen Teil der Gesamt-Staubmenge ausmachen. Und obwohl Mehlstaub an sich nicht als toxisch oder krebserregend eingestuft wird, kann er



Bei Feinstaub denken viele zuerst an Straßenverkehr, nicht aber an Bäckereien



Die Feinstaubbelastung in der Backstube ist oft ungleich höher als an Verkehrsknotenpunkten

in hoher Konzentration und bei anhaltender Belastung dauerhaft die Lunge schädigen.

Nur 7 Prozent der BGN-Mitgliedsunternehmen sind Bäckereien und Konditoreien. Auf sie entfallen aber 20 bis 25 Prozent der registrierten Berufskrankheiten. Unfälle nicht eingeschlossen, da ist die Branche eher unterdurchschnittlich vertreten. Auch der Löwenanteil der BGN-Ausgaben für Atemwegserkrankungen als anerkannte Berufskrankheiten liegt in der Backbranche – mit 38 Prozent, also mehr als einem Drittel.

Da Feinstaub sehr klein ist, gelangt er tief in sämtliche Atemwege. „Je nach Größe und Eindringtiefe der Teilchen sind die gesundheitlichen Wirkungen von Feinstaub verschieden. Sie reichen von Schleimhautreizungen und lokalen Entzündungen in der Luftröhre sowie den Bronchien oder den Lungenbläschen bis zu verstärkter Plaquebildung in den Blutgefäßen, einer erhöhten Thrombose-Neigung oder Veränderungen der Regulierungsfunktion des vegetativen Nervensystems“, informiert das Umweltbundesamt auf seiner Website.

Grund genug für verantwortungsbewusste Betriebsinhaberinnen und -inhaber, möglichst effektiv vorzubeugen. Geschieht das nicht, drohen ernstzunehmende Erkrankungen infolge der andauernden Reizungen, zum Beispiel das sogenannte Bäckerasthma sowie COPD, eine chronische Entzündung und Verengung der Bronchien, oder auch Lungenkrebs.

Während sich Allergien sowie Entzündungen der Atemwege in der Regel bereits früh durch Symptome wie Schnupfen, tränende

Augen, Niesen oder Husten ankündigen, ruft eine Lungenkrebserkrankung in den meisten Fällen erst in einem späten Stadium spürbare Symptome hervor. Die chronische Entzündungskrankheit COPD entwickelt sich in der Regel ebenfalls schleichend.

Bereits bei ersten Anzeichen einer Atemwegserkrankung ist daher Vorsicht geboten – auch um der Verschlimmerung der vermeintlich nur leichten Symptomatik vorzubeugen. Spätestens bei Atemnot, Auswurf, Nachtschweiß oder einer erhöhten Infektanfälligkeit empfiehlt sich dringend der Besuch einer Lungen-Fachpraxis.

Bauliche Maßnahmen

Zur Prävention von Bäckerasthma und anderen Mehlstaub-bedingten Erkrankungen ist es wichtig, die Staubbelastung in der Bäckerei insgesamt zu minimieren. Hierfür empfiehlt die BGN allgemeine bauliche Maßnahmen. Alle Bereiche, in denen Mehlstaub auftritt, sollten gut zu be- und entlüftet sein sowie eine einfache Reinigung ermöglichen. Für Fußböden rät die Genossenschaft, Stolperstellen und Kanten sowie tote Ecken oder Fußboden-Öffnungen, beispielsweise Ritzen, zu vermeiden, damit sich darin gar nicht erst Staub absetzen kann.

Generell soll der Untergrund zwar rutschhemmend, wasserundurchlässig, dicht und ausreichend belastbar sein, um gleichzeitig Unfälle bei der Arbeit zu vermeiden, eine gründliche Reinigung sollte gleichzeitig möglich sein. Eine Ausnahme besteht entlang der Wände bis zu einem Abstand von 15 Zentimetern. Um Reinigungsarbeiten noch zu



Die winzigen Staubpartikel dringen tief in sämtliche Atemwege ein



Wer dauerhaft einer hohen Mehlstaubbelastung ausgesetzt ist, droht zu erkranken

erleichtern, kann dort auf rutschhemmende Bodenbeläge verzichtet werden.

Auch für Wände regt die BGN an, sie wasserundurchlässig, wasserabweisend, abwaschbar und mit glatter Oberfläche zu gestalten. Es muss eine einfache Säuberung ermöglicht und die Ansammlung von Mehlstaub vermieden werden. Zur Reinigung nutzt man idealerweise Geräte, die keinen Staub aufwirbeln.

Das gilt für Staubsauger mit einer Filterung, die mindestens für die Staubklasse M eingestuft ist. Nassreinigungsmaschinen mit rotierenden Bürsten sowie manuell zu nutzende Geräte eignen sich ebenfalls. Weitere wichtige Maßnahmen und Handlungsempfehlungen sind:

- die Ausstattung von Silos mit Spiralförder-systemen sowie Unterdruckanlagen, da bei ihrer Verwendung nur wenig Staub in die Atemluft gerät
- Nutzung einer Mehlstaubabsaugung sowie von Füllschläuchen, um auch hier eine übermäßige Staubbildung zu vermeiden
- das Öffnen von Mehlsäcken nach der Doppelschlitz-Methode, sodass Luft aus einer zweiten Öffnung staubarm entweichen kann
- das Befüllen von Behältnissen mit Mehl aus möglichst geringer Höhe
- der Einsatz von Knetmaschinen mit verschließbarem Deckel
- der Verzicht auf das Bestauben von Flächen; alternativ können staubarme Mehle oder Wasser als Trennmittel verwendet werden
- die Integration von Absaugeinrichtungen an Backöfen

Nach dem Schwarz-weiß-Prinzip werden Arbeits- von privaten Bereichen streng getrennt, beispielsweise durch die Bereitstellung von Spinden für Privatkleidung



Eine ausführliche Beschreibung geeigneter Maßnahmen, um die Risiken für Mehlstaubbedingtes allergisches Asthma in der Backstube zu minimieren, findet sich in **BROTpro**-Ausgabe 4/2021.

Schwarz-Weiß-Trennung

Doch nicht nur am Arbeitsplatz, auch im Privaten sollte man möglichst vor dem Kontakt mit Mehlstaub geschützt sein. Selbst kleinste Verunreinigungen summieren sich mit der Zeit, werden eingeatmet und reizen die Schleimhäute. Ist eine Diagnose erst einmal gestellt, lassen sich die Folgen häufig zwar abmildern, in der Regel aber nicht rückgängig machen.

In diesem Zusammenhang hat sich das sogenannte Schwarz-Weiß-Prinzip bewährt. Dessen Ziel ist es, die Übertragung von Verunreinigungen vom Produktions- in andere Bereiche zu verhindern. „Schwarz“ steht dabei übertragen auf die Bäckerei für Verschmutzungen am Arbeitsplatz, „weiß“ für den sauberen, privaten Raum außerhalb des Betriebes. Verschiedene einfache Maßnahmen, die diesem Prinzip folgen, haben sich bewährt, die Übertragung



Um Staubentwicklung zu vermeiden, sollte Mehl immer aus geringer Höhe eingefüllt werden



Flächen sollten nur gering bemehlt werden. Hierfür bieten sich staubarme Trennmehle an

von Reizstoffen in den persönlichen Bereich zu vermeiden. Gleichzeitig sorgen sie dafür, dass zum Beispiel keine unerwünschten Keime oder andere Verunreinigungen von außen in die Lebensmittelproduktion gelangen.

Zum einen sollten Privat- und verschmutzte Arbeitskleidung zu diesem Zweck streng voneinander getrennt sein. Dazu zählt auch die Nutzung von Arbeitsschuhen, da sich der feine Staub in ihnen ebenso festsetzt. Zum anderen ist eine gute Körperhygiene obligatorisch, insbesondere das Haarewaschen nach der Arbeit, da der Staub über die Haare nah am Gesicht transportiert wird und so bis aufs heimische Kopfkissen gelangt.

Die regelmäßige gründliche Reinigung der Arbeitskleidung sowie aller Produktionsräume durch den Betrieb ist ebenso wesentlich wie die Bereitstellung von Spinden, in denen Kleidung strikt getrennt voneinander aufbewahrt werden kann. Vor Arbeitsantritt schließt man hier die saubere Privatkleidung ein, um sie nach Arbeitsschluss und der notwendigen Körperhygiene wieder anzuziehen und den Schmutz des Tages zurückzulassen.

STAUBARME TRENNMEHLE

Bei HT-Trennmehlen handelt es sich um hydrothermisch behandelte Getreidemehle. Sie wurden mit Wasser und Wärme modifiziert und kommen ausschließlich als Trennmehl bei der manuellen oder auch maschinellen Aufarbeitung von Teigen zum Einsatz. HT-Trennmehle sind aus Weizen oder Roggen und auch in Bio-Qualität erhältlich. Da sie keine weiteren Zusätze enthalten, zählt man sie zu den sogenannten Clean-Label-Produkten. Hersteller bescheinigen ihnen eine hohe Trennwirkung bei geringem Reinigungsaufwand und Materialeinsatz. Sie sollen das Risiko für Atemwegserkrankungen deutlich minimieren sowie allergische Symptome reduzieren. Eine Liste von Anbietern staubfreier Trennmehle bietet die BGN im Internet unter bit.ly/3zrGepr.

Damit die Trennung auch tatsächlich funktioniert, müssen Umkleieräume mit Duschens zur Verfügung gestellt werden, sodass man den Staub nach der Arbeit abwaschen oder mindestens abspülen kann. Im besten Fall ist es sogar möglich, die verschmutzte Arbeitskleidung in einem gesonderten Bereich abzulegen, bevor man nach Arbeitsende die Umkleide frisch gewaschen betritt, in der die private saubere Kleidung wartet.

Gefahr ernstnehmen

Bei aller Sorge um die Angestellten gerät Führungskräften eines in der Prävention bisweilen aus dem Blick: Auch sie selbst sind gefährdet, früher oder später zum Beispiel an einer Mehlallergie zu erkranken. Das gilt insbesondere dann, wenn sich die Produktion und die privaten Wohnräume der Inhaberfamilie innerhalb eines Gebäudes befinden. Schnell flitzt man dann mal eben aus einem in den anderen Bereich, ohne auf die Übertragung von Mehlstaub zu achten.

Alles in allem gibt es zahlreiche Maßnahmen, mit denen man Staub, insbesondere aber die Feinstaubbelastung in der Backstube minimieren kann. Am Anfang steht das Bewusstsein, dass dringender Handlungsbedarf besteht, um alle Menschen in der Backstube vor der unsichtbaren Gefahr zu schützen. Mit einer guten baulichen Planung sowie Arbeitshygiene und einfachen Verhaltensänderungen ist schon viel gewonnen. Auf diese Weise führt die Feinstaub-Prävention am Arbeitsplatz zu einer spürbar besseren Arbeitsatmosphäre. 🇩🇪

Warum der **Weizenpreis** steigt

Globaler Handel

Die Versorgungslage in Bezug auf Brotweizen in Deutschland gilt als gesichert. Trotzdem sind die Weizenpreise seit Beginn des Krieges in der Ukraine auch hierzulande von etwa 290 auf zwischenzeitlich bis zu knapp 440 Euro pro Tonne geklettert. 2018/19 lag eine Tonne noch bei etwa 194 Euro. Eine ähnliche Entwicklung gibt es bei anderen Getreidesorten, etwa Mais und Roggen. Wie kommt es trotz ausreichender Rohstoffmenge in Deutschland zu dieser Preissteigerung?

Text: Edda Klepp

Es ist aktuell nicht das erste Mal, dass der Weizenpreis innerhalb sehr kurzer Zeit in die Höhe schießt. Bereits in den weltweiten Wirtschaftskrisen 2007/08 beziehungsweise 2010/11 war eine starke Steigerung innerhalb weniger Wochen zu beobachten. Nicht zuletzt während der Corona-Pandemie stieg der Weizenpreis beinahe kontinuierlich. Seit dem Ausbruch des Ukraine-Krieges im Februar 2022 ist ein Plus von zeitweise bis zu 50 Prozent zu verzeichnen, auch auf dem deutschen Getreidemarkt.

Gleichzeitig wird das Bundeslandwirtschaftsministerium nicht müde zu betonen, dass die Versorgung deutscher Mühlen mit Brotgetreide wie Weizen, Roggen, Dinkel, aber auch Hafer und Hartweizen gesichert sei. Importe aus der Ukraine und Russland spielten dafür keine Rolle, teilte man noch im März aus der Pressestelle mit. Dennoch kletterte der Preis weiter, denn der wird auf dem sehr komplexen Weltmarkt verhandelt, zum Beispiel an der Warenterminbörse in Paris oder der Börse in Chicago. Fallen große Produzenten aus, hat das Auswirkungen auf alle.

Einflussfaktoren

Sowohl Russland als auch die Ukraine zählen mit 19,67 beziehungsweise 8,48 Prozent zu

den international führenden Weizenexporteuren. Staaten wie die Türkei, Georgien, Aserbaidschan und Armenien sowie weitere Teile Asiens und Südamerikas sind auf die Lieferungen beider Länder angewiesen. Hinzu kommen zahlreiche afrikanische Staaten, zum Beispiel Ägypten, der Sudan, Libyen und Mauretanien. Der Anteil russischer oder ukrainischer Weizenimporte liegt in diesen Regionen bei bis zu 98 Prozent. Kann die Ernte nun aufgrund eines Krieges in den betroffenen Ländern nicht eingeholt und nicht in andere Staaten transportiert werden oder wird ein generelles Exportverbot ausgesprochen, wie es Russlands getan hat, steigt die Nachfrage an anderer Stelle. Das bedeutet, dass auf Weizen anderer Herkunft ausgewichen wird, was wiederum an anderen Orten einen Mangel hervorruft, oder die Beschaffung alternativer Getreide-Sorten notwendig macht.

Doch schon vor dem Kriegsausbruch war die Gesamtlage fragil. Sowohl Erntemengen als auch Qualitäten schwanken weltweit. Überschwemmungen, Brände und andere Klimawandel-bedingte Einflüsse sorgen für eine zunehmend instabile Lage. Fällt die Ernte bei einem bestimmten Rohstoff mäßig aus, kann das Kettenreaktionen auslösen, indem sich auch dann Märkte verschieben. Ein Beispiel:



Der Weizenpreis wird auf dem Weltmarkt verhandelt. Unter anderem nehmen Spekulationen Einfluss auf die Entwicklung

Weizen spielt nicht nur zur Versorgung der Menschen eine große Rolle, sondern auch als Futtermittel für Tiere. Ist der Rohstoff nicht erhältlich, weicht man für die Fütterung auf Alternativen aus, zum Beispiel Mais oder Gerste. Das wiederum wirkt sich auf deren Verfügbarkeit an anderer Stelle aus. Hinzu kommen noch weltweit steigende Energie- und Treibstoffkosten. Bei längeren Beschaffungswegen hat der Transport also ebenfalls großen Einfluss auf den Getreidepreis. Die Folge ist eine Preissteigerungs-Spirale zeitgleich bei verschiedenen Rohstoffen.

Abhängigkeit von Spekulationen

Ein weiterer Einflussfaktor auf Rohstoffpreise wie bei Weizen auf dem Weltmarkt sind Spekulationen an den Warenterminbörsen. Hierbei wird in verschiedene Agrar-Rohstoffe investiert und das Angebot damit künstlich verknappt. Anleger/innen setzen auf künftige Rohstoffpreise an den Nahrungsmittelbörsen, ohne die tatsächliche Preisentwicklung kennen zu können. Sie wetten in gewisser Weise vorab auf steigende oder fallende Preise und

FÜHRENDE WEIZENEXPORTEURE IM JAHR 2020/21 IN PROZENT

Russland	19,67
Europäische Union	14,96
Kanada	13,95
USA	13,43
Australien	9,92
Ukraine	8,48
Argentinien	4,83
Kasachstan	4,09
Türkei	3,31
Indien	1,81
Brasilien	0,46
Sonstige Länder	5,09

Quelle: Statista

kaufen Anteile zu definierten Preisen in der Hoffnung, sie dann, wenn die Ware lieferbar ist, aufgrund eines höheren Marktpreises gewinnbringend wieder verkaufen zu können. Die eingekauften Kontingente sind somit für andere Käufer/innen blockiert, was die Verfügbarkeit des jeweiligen Rohstoffes weiter verknappt.

Der Einfluss solcher Spekulant(inn)en hat in der Vergangenheit deutlich zugenommen, berichtet das ARD-Börsenstudio. Wie stark sie den Weltmarktpreis tatsächlich beeinflussen, ist umstritten. So zitiert die ARD den Wirtschaftsberater Marcus Schreiber: „Wenn jetzt auf diesen sogenannten Spekulationsmärkten die Preise steigen, ist es nichts anderes als die Einladung an Bauern, mehr zu produzieren.“ Seiner Ansicht nach könne die Spekulation sogar Anreiz sein und die Lage in absehbarer Zeit wieder stabilisieren.

Folgen für deutsche Bäckereien

Es gibt also zahlreiche Faktoren, die den Weizenpreis auf dem Weltmarkt beeinflussen und in Deutschland auch bei ausreichender Versorgung zu Kostensteigerungen führen. Um für den eigenen Betrieb Stabilität zu schaffen, bieten sich langfristige regionale Partnerschaften an. Hier können zwischen Rohstofflieferanten und Bäckereien Kontingente zu festen Preisen vorab vereinbart werden und man macht sich weniger abhängig von globalen Entwicklungen. Glücklicherweise sei der Anteil der Rohstoff- an den Produktionskosten eines backenden Betriebes im Vergleich zu Energie- sowie Personalkosten zudem ohnehin oft relativ gering, so Dr. Linde Götz vom Leibniz-Institut für Agrarentwicklung bei der Online-Veranstaltung „SOS: Märkte im Umbruch“, die die Bundesakademie in Weinheim im April veranstaltete.

Bei Backwaren betrage der Rohstoff-Kostenanteil oft nur 2 bis 10 Prozent, sagte sie. „Liegt der Kostenanteil des Weizens zum Beispiel bei einem Brot bei 10 Prozent, so wachsen die Kosten der Brotproduktion bei 40-prozentigem Anstieg des Weizenpreises nur um 4 Prozent“, erklärte Götz. Zwar sei weiterhin mit kurzfristigen Preissteigerungen bis zum Sommer zu rechnen, die Versorgungslage mit Brotgetreide in Deutschland sieht die Fachfrau jedoch auch weiterhin nicht gefährdet. 🍞



Der Klimawandel und damit verbundene Missernten wirken sich ebenfalls auf Getreidepreise aus



Strafferes **Sortiment als Gewinn** für alle **Verzicht ist Trumpf**

Rohstoffe, Personal, Energie – alle Kosten steigen in diesem Jahr massiv. Umso wichtiger wird kluges Sortiments-Management. Ein ausuferndes Angebot ist kaum noch leistbar. Zugleich versteht die Kundschaft heute besser denn je, wenn sich Handwerksbetriebe auf Wesentliches fokussieren. Die Erfahrungen anderer Betriebe machen Mut.

Text: Sebastian Marquardt

Ob die bei TikTok kursierende Geschichte wahr ist, lässt sich nicht klar sagen. Aber sie ist unterhaltsam und Augen öffnend. Da wird ein erfolgreicher Schuhverkäufer gefragt, was sein Geheimnis sei. „Zwei statt drei“, sagt er und erklärt: „Wir bieten dem Kunden ein Paar Schuhe an. Wenn er ein weiteres sehen möchte, bringen wir auch das. Wenn er dann noch immer unentschieden ist und ein drittes Paar anprobieren möchte, sa-

gen wir: ‚Gern. Welches der beiden sollen wir dafür zurückstellen?‘ Über die Jahre haben wir festgestellt: Wer aus zwei Paaren wählt, kauft mit hoher Wahrscheinlichkeit eines davon. Wer mehr vor sich hat, geht öfter ohne einen Kauf nach Hause.“

Gestützt wird diese schöne Geschichte von einem empirischen Experiment von Sheena Iyengar und Mark Lepper. Sie wollten dem



Verhaltenmuster „Paradoxon der Auswahl“ nachgehen und ermitteln, wie sich eine größere Produktauswahl auf das Kaufverhalten auswirkt. Am Probiertisch in einem kalifornischen Delikatessen-Laden boten Sie Marmelade zur Verkostung an. In einer Versuchsanordnung waren es sechs verschiedene Sorten, in der zweiten dann 24 unterschiedliche Geschmacksrichtungen.

Bei der kleinen Auswahl blieben nur etwa 40 Prozent der Kundinnen und Kunden stehen, um zu kosten. Bei der größeren Auswahl stoppten hingegen 60 Prozent der Vorbeigehenden. Anders dann bei der Kaufentscheidung. 2 Prozent der Leute griffen tatsächlich bei der größeren Auswahl zu. Vom kleineren Sortiment kauften hingegen 12 Prozent. Die große Auswahl weckt mehr Interesse, macht die Entscheidung aber schwieriger. In der Psychologie spricht man vom „Risiko einer

Der Fokus auf weniger Produkte ermöglicht eine Steigerung der Qualität für die verbleibenden Backwaren

falschen Entscheidung“ als Hemmnis in der menschlichen Psyche. Dieses Risiko sinkt mit der Zahl der Auswahlmöglichkeiten. Entsprechend wächst die Entscheidungsfreudigkeit.

Auswahl vereinfachen

Die Erkenntnisse sind universell, lassen sich auf jede Branche und Situation übertragen. Dennoch scheuen Bäckerei-Verantwortliche zu oft das Risiko einer Sortimentsverkleinerung. Zu groß ist die Angst vor Kundinnen und Kunden, die plötzlich ihr Lieblingsgebäck nicht mehr kaufen können. Wandern die Betroffenen ab, schmerzt das natürlich. Dieser Verlust ist in der Regel aber deutlich kleiner als der Zugewinn durch Sortimentsstraffung. Vor allem aber ist er meist temporär.

In seiner Mainzer Bäckerei und Konditorei senkte Mario Berg die Zahl der Artikel von 180 auf 100. „Ziel sind jedoch 70 bis 80“, ergänzt er. Dabei mussten auch traditionsreiche Gebäcke weichen: „Unser Wickelchen hat mein Großvater schon direkt nach dem Krieg gebacken.“ Dennoch wurden zuletzt nur 40 Stück pro Tag verkauft – verteilt auf vier Fachgeschäfte. Die Kundschaft war zunächst traurig, als die Wickelchen aus dem Sortiment verschwanden. Und als Mario Berg sich im vergangenen Jahr von Laugenbrötchen trennte, war das einer Mainzer Zeitung sogar einen Artikel wert. Er steht zu den Entscheidungen und bereut sie auch betriebswirtschaftlich nicht: „Es gab jedes Mal eine Delle im Umsatz, weil Kunden unzufrieden mit der Entscheidung waren. Letztlich haben sie es aber immer verstanden und sind wiedergekommen.“



Leere Regale zum Feierabend bedeuten geringe Retouren, aber auch verpassten Umsatz. Die Balance aus beidem gilt es zu finden



Retouren schmerzen, daher ist ein Ziel der Straffung auch ihre Minimierung

Das ist auch die Erfahrung von Torsten Hacke aus Meinersen. Von 70 Tagesartikeln reduzierte er sein Angebot während der Corona-Pandemie auf 45. „Die Kunden“, sagt er, „hatten Verständnis.“ Am Ende stiegen Umsatz und Ertrag. 25 bis 30 Prozent betrug das Einnahmen-Plus. Eine Delle gab es in diesem Jahr, als der Bäckermeister die Preise an hob. Aktuell steigt der Umsatz aber wieder.

Quantität runter, Qualität rauf

Vielfalt war vor 60 Jahren ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal im Wettbewerb. Aber Vielfalt können inzwischen alle. Sie erhöht nur die Herausforderungen. Und die Retouren – mit ihnen den Wareneinsatz. Kleinere Chargen bedeuten geringere Stundenleistung, im Verhältnis also höhere Personalkosten. Nicht zuletzt ermöglicht ein kleineres Sortiment einen stärkeren Fokus auf die Backwaren und den fokussierten Einsatz bester Rohstoffe.

Welche Produkte lassen sich mit wenig Aufwand qualitativ hochwertig herstellen – diese Frage bestimmt die Sortimentspolitik mit



Das bestätigt Mario Berg sofort: „Man macht das auch, um die Qualität der verbliebenen Backwaren zu steigern. Die Jungs in der Backstube können sich viel besser ums Wesentliche kümmern.“ Und auch Torsten Hacke sagt klar: „In der Backstube ist es ruhiger geworden, wir haben mehr Zeit für Qualität.“

Das hilft dann auch im Marketing. Sortimentsbreite ist kaum ein gewichtiges Argument für potenzielle Kundinnen und Kunden. Niemand empfiehlt eine Bäckerei aufgrund der hohen Produktzahl. Vielmehr tauscht man in Freundeskreisen aus, wo die besten Brezeln der Stadt oder die saftigsten Schrippen im Ort zu haben sind. Dieses Empfehlungsmarketing ist noch immer die





Bei der Bestandsaufnahme gilt jede Produktvariation als eigener Artikel



Vielfalt ist kein Alleinstellungsmerkmal – die können alle

günstigste wie auch die glaubwürdigste Form der Werbung. Nutzt man also die Reduktion des Angebotes, um die Qualität noch stärker in den Fokus zu rücken, eröffnet das neue Möglichkeiten im effizienten Marketing.

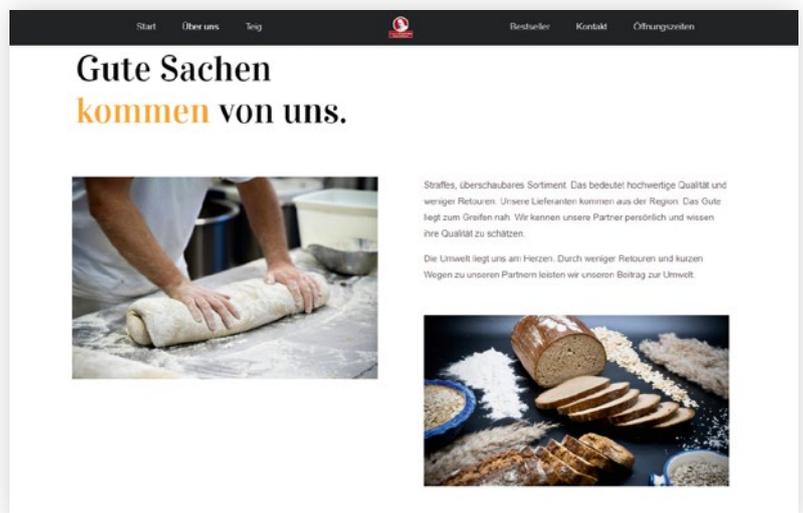
Sortiments-Analyse

Bevor es an die Kürzung der Artikel-Zahl geht, gilt es, das Sortiment genau zu analysieren. Dabei kommt den Retouren eine wichtige Rolle als Faktor zu. Mit denen ist das so eine Sache. Liegt die Ware abends in der Retourenkiste, geht das zulasten des Gewinns. Steht die Kundschaft aber vor einem leeren Regal, ist die Retouren-Quote zwar erfreulich gering, das Einkaufserlebnis hingegen frustrierend.

Und potenzieller Umsatz kann nicht erzielt werden. Ziel ist also, eine Balance zwischen den Interessen zu finden. So lässt sich das Sortiment in drei Gruppen einteilen:

A-Produkte haben den höchsten Deckungsbeitrag, also die geringsten Retourenkosten. Die wünschenswerte Retourenquote liegt bei 10 bis 12 Prozent. Diese Produkte repräsentieren das Basis-Sortiment und sind auch zum Feierabend noch verfügbar.

B-Produkte runden das Sortiment ab, sollten zum Feierabend aber in der Regel ausverkauft sein. Die anzustrebende Retourenquote beträgt 0 bis 10 Prozent.



Bäckermeister Torsten Hacke informiert auf seiner Website offensiv über das kleine Sortiment und dessen hohe Qualität



Bei der Sortimentsgestaltung spielen auch die Wochentage eine Rolle – am Wochenende kann eine größere Brötchenauswahl sinnvoll sein

C-Produkte sind Backwaren für bestimmte Kunden und Tageszeiten. Sie haben den höchsten Wareneinsatz, also auch die höchsten Retourenkosten. Entsprechend liegt die Zielquote bei 0 Prozent. Bei Ladenschluss sollten sie in der Regel ausverkauft sein.

Der Verkauf hat bei den Entscheidungen über das Sortiment keine Stimme. Natürlich sollte man Wünsche der Kundschaft niemals vollständig außer Acht lassen. Aber eben auch nicht überbewerten. Auto-Pionier Henry Ford sagte einmal: „Wenn ich die Menschen gefragt hätte, was sie wollen, hätten sie gesagt: schnellere Pferde.“ Manchmal wissen Kundinnen und Kunden gar nicht um die Möglichkeiten. Wenn die Backstube exzellente Qualität liefert, lassen sie sich durchaus überzeugen und bei der Produktauswahl lenken.

Geringere Sortimentsbreite sorgt für Entspannung in der Backstube

Verkaufskräften kommt dann natürlich eine wichtige Rolle zu. Insofern sollten sie in den gesamten Prozess aktiv eingebunden sein und die Hintergründe wie Vorzüge verstehen. So ist es wichtig, dem Verkauf Argumente an die Hand geben, um gegenüber der Kundschaft den Wegfall von Produkten zu erläutern und ihnen bei Beschwerden direkt eine gute Alternative anzubieten – im besten Fall gekoppelt an eine direkte Verkostung. Wichtig ist es, immer mit Verständnis zu reagieren und eine Lösung parat zu haben.

Schritt für Schritt

Wichtiger als gefühlte Wahrheiten im Verkauf ist eine neutrale Analyse des bestehenden Sortiments. Und mit der beginnt dann auch die schrittweise Straffung:

Schritt 1 – Bestandsaufnahme. Sinnvoll ist es, eine Woche lang Theke und Brotregal aller Fachgeschäfte zu definierten Zeiten zu fotografieren und diese Bilder dann auszuwerten. Der Aufwand entfällt, wenn die Daten über eine Controlling-Software zur Verfügung stehen, die noch genauere Erkenntnisse darüber liefert, welche Mengen in welchen Zeiträumen verkauft werden. 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.





Beim BillerbÄcker sank die Zahl der Brötchensorten von 40 auf 20 – der Umsatz stieg

Schritt 2 – Definition des Alleinstellungsmerkmals. Wofür soll man die Bäckerei kennen? Was macht sie besonders? Was gibt es nur dort (so gut)?

Schritt 3 – Definition der Produktzahl. Wo liegt das Ziel? Es gibt Bäckereien, die mit 80 oder weniger Produkten gutes Geschäft machen. Für andere liegt die richtige Zahl zwischen 120 und 200 Artikeln, inklusive der saisonalen.

Schritt 4 – Definition der effizientesten Produkte. Welche Backwaren lassen sich mit geringem Einsatz qualitativ hochwertig produzieren und gut verkaufen? Hier kann es sinnvoll sein, an den Rezepten zu arbeiten und auch diese zu optimieren.

Schritt 5 – Erstellung eines Backplans. 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.

Die Umsetzung

Geht es dann darum, das neue Konzept zu etablieren, ist Fingerspitzengefühl gefragt. Und eine ehrliche Einschätzung der eigenen Kräfte. Wer über Nacht drastisch reduziert, hat einen höheren Marketing-Aufwand und braucht eine klare Botschaft. Die Qualität sollte dann auch sofort spürbar steigen.

Etwas entspannter ist die Umstellung in mehreren Schritten. Verläuft das Probebacken erfolgreich, wird ein Produkt ausgetauscht. Parallel 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

Anzeige

ROTEC-SERIE

Leistungsstarke, sichere und geräuscharme REGO HERLITZIUS Brotschneidemaschinen



SICHERE HAUBENVERRIEGELUNG



KOMFORTABLE HANDHABUNG



EINFACHE REINIGUNG



REGO® HERLITZIUS
The Bakery Equipment People



Bei Entscheidungen übers Sortiment hat der Verkauf keine Stimme. Er ist aber bedeutsam für die Kommunikation eines gestrafften Angebotes

lässt sich zum Beispiel ein Tag der offenen Backstube organisieren, in dessen Rahmen man das neue Konzept erläutert, alte Kunden überzeugt und neue gewinnt.

Philipp Ahlers, Inhaber von Der BillerbÄcker, ist jedenfalls froh, den Schritt gegangen zu sein: „Wir haben während der Corona-Pandemie Mut gefasst, unser Sortiment zu straffen – von 20 Sorten Brot auf 8, bei Brötchen von 40 Sorten auf 20. Schülercafés, Hotels und Restaurants brachen als Lieferkunden weg, damit haben sich einige Produkte nicht mehr gelohnt. Auch die Rohstoffe wurden teurer. Entsprechend mussten weitere Sorten aus dem Sortiment fallen. Einige Kunden waren verärgert oder enttäuscht. Wir haben aber mit offenen Karten gespielt und sie haben es am Ende gut aufgenommen. Aus einigen ähnlichen Brotsorten haben wir eine gemacht und die Kunden per Umsatz abstimmen lassen. Ich habe dadurch

Zeit in der Produktion gewonnen, weniger Rohstoffe eingekauft und der Umsatz ist gleich geblieben, trotz des Wegfalls von Lieferkunden. Er ist also eigentlich um 10 Prozent gestiegen.“ Der Buxtehuder Bäckermeister Sascha Schäfer hat diesen Weg direkt mit der Gründung seines Unternehmens vor gut einem Jahr eingeschlagen. Er hält das tägliche Angebot schlank, bietet dafür an verschiedenen Tagen unterschiedliche Brotsorten an. So haben die Kundinnen und Kunden im Verlauf einer Woche eine größere Vielfalt, die aber die Backstube nicht belastet. Regelmäßig veröffentlicht Schäfer den Backplan via Social Media.

Gewinn für beide Seiten

Ein breites Sortiment ist nicht zwingend falsch, sein Preis aber hoch. Es bedeutet, viele Rezepturen im Blick zu behalten und zu überarbeiten, um das Qualitäts-Niveau zu halten. Jedes Produkt braucht zudem eine solide Kalkulation. Die Produktinfos müssen verfügbar sein und das Personal geschult, um die Waren kompetent zu verkaufen. Das alles erfordert Ressourcen. Wer strafft, fokussiert diese Ressourcen auf wenige Produkte und hebt deren Qualität spürbar. Das Fehlerrisiko sinkt und in der Backstube wird der Alltag entspannter.

Letztlich tut man der Kundschaft einen Gefallen. Auch wenn die das zunächst nicht glaubt. Mag es anfangs weh tun, auf liebgewonnene Waren zu verzichten – der Schmerz verfliegt. Was bleibt, ist ein überschaubares Angebot, das die Auswahl leichter macht. Und qualitativ hochwertige Backwaren trösten schnell über den Verlust hinweg. 🍞



Auch eine attraktive Warenpräsentation wird mit kleinerem Sortiment einfacher

Rezept & Bild: Holger Martens

 @naturbackstube_connewitz

 naturbackstube-connewitz.de



Kartoffelbrot

Kartoffeln garantieren im Gebäck eine lange Frischhaltung und eine weiche Krume. Das Brot eignet sich damit als Beigabe oder Protagonist für viele wunderbare Speisen, ob herzhaft belegt mit Wurst, Schinken, Käse oder süß mit Marmelade oder Honig. Auch verschiedene Snack-Kreationen lassen sich mit dem Brot umsetzen, zum Beispiel Burger oder Sandwiches. Mit dem leicht nussigen Dinkel harmoniert das mild-süßliche Aroma von Kartoffeln hervorragend.

Poolish

- ▶ 1,915 kg Wasser
- ▶ 1,490 kg Dinkelmehl 630
- ▶ 0,010 kg Hefe

Mischen: gründlich verrühren

Teigtemperatur: 24°C

Teigruhe: 24-48 Stunden bei 4°C

Hauptteig

- ▶ 3,415 kg Poolish
- ▶ 3,400 kg Wasser
- ▶ 8,510 kg Dinkelmehl 630
- ▶ 4,255 kg Kartoffeln (mehlig, gekocht, geschält, gequetscht)
- ▶ 0,850 kg Olivenöl

▶ 0,425 kg Hefe

▶ 0,255 kg Salz
21,110 kg Teig

Kneten: 4 Minuten langsam,
3 Minuten schnell

Teigtemperatur: 24°C

Teigruhe: 40 Minuten bei
Raumtemperatur

Aufarbeitung

- ◎ Teigeinlage 850 g
- ◎ Teiglinge abwägen, langwirken und mit Schluss nach oben in eine Kastenform geben.

◎ Stückgare 20 Minuten
bei Raumtemperatur.

Backen

Schwaden: voll

Backtemperatur: 260°C,

nach 15 Minuten fallend auf 220°C

Backzeit: 45 Minuten ■





Karrierewege für Bäckerinnen und Bäcker

Den Aufstieg planen

Noch immer ziehen viele Ausbildungswillige ein Studium dem backenden Handwerk vor. Dabei bietet die kreative Lehre zum Bäcker oder zur Bäckerin anschließend zahlreiche Fortbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten – bis hin zum Universitätsabschluss. Betriebe sollten sich dieses Wissen bei der Suche nach potenziellen Azubis und Fachkräften zunutze machen. Beide Seiten profitieren von einem gut durchdachten Weiterbildungskonzept.

Text:
Edda Klepp

Wer zeitig anfängt, hat eher Feierabend – unter diesem Motto und mit der Familienfreundlichkeit des Berufs wirbt die Bio-Bäckerei Spiegelhauer aus Pirna für eine Ausbildung zum Bäcker oder zur Bäckerin. In einem Website-Text mit der Überschrift „10 gute Gründe Bäcker zu werden“ hat der Betrieb weitere Argumente zusammengetragen. Zum Beispiel

die gute Planbarkeit aufgrund geregelter Arbeitszeiten, die große Nachfrage nach Fachpersonal, einen sicheren Arbeitsplatz und das hohe Ansehen, das das deutsche Backhandwerk im Ausland genießt. Wie die Bäckerei Spiegelhauer argumentieren viele. Was in der Aufzählung allerdings oft fehlt, sind die vielfältigen beruflichen Aufstiegs- und Weiterbildungschancen.



Der Beruf als Bäcker oder Bäckerin ist facettenreich und eröffnet attraktive Weiterbildungsmöglichkeiten



Eine handwerkliche Lehre ebnet über den Meister(innen)brief den Weg ins Studium

Wer andere für die Tätigkeit als Bäcker/in interessieren will, sollte diesen Aspekt nicht vernachlässigen, denn ein Studium scheint jungen Menschen immer attraktiver. Noch Anfang der 1990er-Jahre standen berufliche Ausbildungen hoch im Kurs – mit knapp 600.000 Azubis gegenüber nur knapp 300.000 Studienanfänger(inne)n. Nach Zahlen des Statistischen Bundesamtes begannen im Jahr 2020 erstmals mehr Menschen ein Studium als eine Ausbildung. Zwar geht die Zahl der Berufsneulinge aufgrund des demografischen Wandels insgesamt zurück, dennoch setzte sich auch 2021 der Trend fort. Das Studium hat die klassische Lehre überholt.

Dabei betont beispielsweise die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), dass eine Ausbildung im dualen System den Berufsaussichten eines Studiums in nichts nachsteht. Selbst ohne Abitur eröffnet der Weg über Lehre, Berufserfahrung und beispielsweise Meistertitel die Möglichkeit, später an einer Hochschule oder auch berufsbegleitend zu studieren. Daneben bieten sich



In Tagesseminaren kann man sich Kenntnisse in Teigmacherei aneignen

andere Fortbildungsmöglichkeiten an, um die eigenen Fertigkeiten zu ergänzen und sich mit steigender Qualifikation auf dem Arbeitsmarkt weitere Entwicklungschancen zu erschließen.

Vorteile von Weiterbildungen

Aus Sicht der Betriebe ist das Thema Fort- und Weiterbildung ein zweischneidiges Schwert. Auf der einen Seite steht die Sorge, erst in qualifizierte Arbeitskräfte zu investieren und sie dann an den Wettbewerb zu verlieren. Auf der anderen Seite werden eben diese Fachkräfte in den eigenen Reihen dringend gebraucht. Um diese Ambivalenz aufzulösen, hilft es, sich die Vorteile für das Unternehmen vor Augen zu führen: Wer für potenzielle Azubis und andere Bewerber/innen attraktiv sein möchte, schafft mit einem guten Fort- und Weiterbildungskonzept zusätzliche Anreize und eine bessere Bindung.

Voraussetzung hierfür ist, dass man die Kenntnisse im Betrieb dann auch wertschätzt, einsetzt und entlohnt. Weiterbildung ist immer im Kontext der Personalentwicklung zu betrachten. Bei der Planung sollte man also nicht allein die Wünsche des Unternehmens berücksichtigen, sondern auch Bedürfnisse sowie Interessen der Mitarbeitenden abfragen. Was genau möchten sie lernen? In welchen Bereichen sehen sie für sich Verbesserungsbedarf? Wohin möchten sie sich entwickeln? Und wie hoch ist die Bereitschaft, sich vielleicht sogar neben der Regelarbeitszeit selbständig weiterzubilden?



In der Produktion werden Fachleute in unterschiedlichen Segmenten gebraucht

AUSBILDUNG IM BACKBERUF

Im Backhandwerk sinken die Azubi-Zahlen seit Jahren, zuletzt von 13.411 im Jahr 2020 auf nur noch 12.242 im Jahr 2021. 4.744 von ihnen entschieden sich für eine Lehre zum Bäcker oder zur Bäckerin. Das ist nicht nur mit der sinkenden Zahl der Betriebe auf aktuell 9.965 zu erklären. Zum Vergleich: Noch 2002 gab der Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks in einer Pressemitteilung bekannt, dass sich 16.676 junge Menschen für eine Ausbildung zum Bäcker oder zur Bäckerin in einer der 18.888 in die Handwerksrolle eingetragenen Bäckereien entschieden hätten. Damals kam rein statistisch fast jeder Betrieb auf eine/n neuen Bäcker-Azubi, knapp zwei Jahrzehnte später nicht einmal jeder zweite. Ein Umstand, der die Dringlichkeit zeigt, den Beruf in der öffentlichen Wahrnehmung aufzuwerten.

Während der eine sich möglicherweise nur nach einer neuen Herausforderung im Bäckereialltag sehnt oder sein Wissen um die Teigbereitung vertiefen will, wünscht sich die andere den nächsten Karriereschritt in eine Führungsposition sowie die damit verbundene Gehaltserhöhung. Eine weitere Person möchte dem Betrieb zwar erhalten bleiben, aus privaten Gründen aber aus der Produktion in den Verkauf wechseln. Je nach Anlass genügt in einem Fall ein Tagesseminar an einer Fachschule, während andere Weiterbildungen mehrere Wochen, Monate oder sogar Jahre dauern können.

Ohne die Lernbereitschaft sowie die Motive der betreffenden Person zu kennen, wird es schwer, die richtige Schulungsmaßnahme zu ermitteln. Am besten kann im Gespräch gemeinsam entschieden werden, inwiefern der Betrieb Fortbildungswünsche unterstützt, hierfür zeitliche sowie finanzielle Ressourcen bereitstellt und Angestellte im Gegenzug Verpflichtungen im Sinne des Unternehmens eingehen und/oder anschließend bestimmte Verantwortungsbereiche übernehmen. Idealerweise wird eine Einigung erzielt, von der beide Seiten profitieren.

Tagesseminare

Am einfachsten lassen sich Seminare zu definierten Themengebieten in den Bäckereialltag integrieren, die nur einen oder wenige Tage in Anspruch nehmen. Sowohl der zeitliche sowie planerische Aufwand als auch das Budget bleiben dabei überschaubar. Außerdem können so oft recht kurzfristig Wissenslücken geschlossen werden, sofern keine internen Schulungen den Bedarf abdecken. Input von außen sorgt zudem dafür, die eigenen Abläufe oder Vorgehensweisen zu hinterfragen und gegebenenfalls noch zu verbessern.

Um vorhandene Kenntnisse für die Backstube aufzufrischen oder zu vertiefen, bietet beispielsweise der Verbund der Akademien des Deutschen Bäckerhandwerks (ADB) unter akademie-baeckerhandwerk.de.



Wer täglich in der Backstube steht, sollte sein Wissen hin und wieder auffrischen

Legt ein Unternehmen wert auf die Weiterbildung von Mitarbeitenden, profitieren davon letztlich beide Seiten



Bei umfangreicheren Fortbildungen muss neben den Präsenzterminen auch Lernzeit zu Hause einkalkuliert werden

de/seminare/ Fortbildungen an. Hier lernt man in sehr komprimierter Form beispielsweise alles Wissenswerte über Lebensmittelhygiene, die Tätigkeit als Ofenführer/in oder Teigmacher/in, zur Unterbruchbackmethode sowie zur Arbeit mit verschiedenen Getreiden, Vorstufen oder Sauerteig.

Immer wieder lädt zum Beispiel die Akademie in Weinheim auch Bäckerei-Größen aus dem Ausland zu Masterclasses ein, in denen sie ihr Können weitergeben. Darüber hinaus lohnt sich der regelmäßige Blick auf die Websites der verschiedenen Landesinnungsverbände, die ebenfalls Veranstaltungen sowie Weiterbildungsseminare anbieten. In der Regel ist bei solchen Kurzfortbildungen mit einem Budget von 250 bis maximal 1.000 Euro zu rechnen, zuzüglich Anreise und Unterkunft, falls notwendig.

Modulare Zusatzausbildungen

Aufwändiger in Bezug auf zeitliche und finanzielle Ressourcen sind Zusatzausbildungen, die Bäcker und Bäckerinnen absolvieren können, um sich weitere Qualifikationen und damit auch neue Titel zu erarbeiten. Hier sind zum Beispiel die Weiterbildungen zur Technischen Bäckerin beim Institut für Getreideverarbeitung (IGV), zum Brot-Sommelier an der ADB Weinheim, in Getreidetechnologie bei der Arbeitsgemeinschaft Getreideforschung (AGF) oder auch Sensorikmanagement bei der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG) zu nennen.

Je nach Interessensgebiet handelt es sich dabei um gezielte Wissensvertiefungen in



Eine Möglichkeit, sich als Bäcker oder Bäckerin weiter zu spezialisieren, ist die Schulung im Bereich Sensorik

Bereichen wie Produktion, Bäckereitechnologie, Marketing oder Ernährung. In der Regel sind die umfangreicheren Seminare in verschiedene Module unterteilt, sodass sie gut neben der hauptberuflichen Tätigkeit eingeplant werden können. Bei der Dauer ist mit insgesamt etwa 3 bis 24 Präsenztagen während der Ausbildungszeit zu rechnen. Hinzu kommen Lernzeiten zu Hause sowie in einigen Fällen zum Beispiel auch die Ausarbeitung einer Projektarbeit. Die Kosten liegen je nach Fortbildung zwischen 1.000 bis 6.000 Euro.

Der Weg zum Titel

Während die einen nach dem erfolgreichen Abschluss der Lehre erst einmal froh sind, Geld zu verdienen und sich vielleicht in einem der bereits genannten Bereiche weiter fortzubilden, steht bei anderen als nächster Schritt die Meisterprüfung im Backhandwerk an. Hier ist in der Regel die Gesellenprüfung als Bäcker/in oder im verwandten Handwerk der Konditorei Voraussetzung. Wer sich selbstständig machen möchte, kommt in Deutschland um den Meisterbrief nur in Ausnahmefällen herum.

Zwei Wege führen zur geprüften Meisterschaft als Bäcker oder Bäckerin: berufsbegleitend oder bei einer Fortbildung am Stück, für die die hauptberufliche Tätigkeit unterbrochen werden muss. Im Teilzeitmodell fallen über die Dauer von etwa 12 Monaten

WO BÄCKER/INNEN GEBRAUCHT WERDEN

Die Vorstellung davon, in welcher Funktion Bäcker und Bäckerinnen arbeiten, ist oft sehr begrenzt. Junge Leute sehen sich nachts in einer Backstube schwere körperliche Arbeit verrichten, verkennen dabei aber technischen Fortschritt sowie viele weitere Facetten des abwechslungsreichen Berufes. Weiterbildungen sind ein gangbarer Weg, sich über den Standard hinaus interessante Tätigkeitsfelder zu erschließen. Allein in der Produktion einer Bäckerei werden Fachkräfte für unterschiedliche Segmente und auf verschiedenen Führungsebenen gebraucht. Wer ambitioniert ist, kann später sogar selbst ein Unternehmen gründen oder alternativ übernehmen. Darüber hinaus finden Bäckerinnen und Bäcker zum Beispiel in der Entwicklungs- und Anwendungstechnik bei Rohstofflieferanten, Maschinen- sowie Anlagenbauern oder in der Qualitätskontrolle eine Arbeitsstelle. Die staatliche Lebensmittelüberwachung beschäftigt Bäcker/innen ebenso wie Aus- und Weiterbildungsinstitute, zum Beispiel die Akademien des Deutschen Bäckerhandwerks.



Auch in technischen Berufen werden Bäckerinnen und Bäcker gebraucht

zirka zwei- bis dreimal wöchentlich zirka 4 Stunden Unterricht an. Alternativ gibt es zum Beispiel an den Fachschulen Kurse von sechsmonatiger Dauer am Stück. Die Kosten liegen in beiden Fällen zwischen 4.500 bis 6.300 Euro zuzüglich Anreise und Übernachtung, falls erforderlich.

Inhaltlich werden praktische Fertigkeiten sowie fachtheoretische, wirtschaftliche, rechtliche und auch berufs- beziehungsweise arbeitspädagogische Inhalte behandelt und in der anschließenden Prüfung abgefragt. Eine Gesamtübersicht der Meisterkurse gibt es unter meisterschulen.de/meisterkurse/baeckermeister.

Nicht unerwähnt bleiben sollte die Möglichkeit, sich als Bäcker oder Bäckerin innerhalb von sechs Monaten anstelle des Meisters oder der Meisterin auch als Verkaufsleitung ausbilden zu lassen. Die Qualifikation wird üblicherweise von ausgebildeten Fachverkaufskräften absolviert und ist dem Meistertitel annähernd gleichgestellt.

Geprüfte/r Betriebswirt/in

Durchaus üblich ist der Weg über die bestandene Meisterprüfung zum/zur Betriebswirt/in des Handwerks. Auch hierfür wird in der Regel die hauptberufliche Tätigkeit unterbrochen, um innerhalb von etwa 3 Monaten zum Abschluss zu kommen. Über die bereits erworbenen Kenntnisse hinaus werden in dieser Zeit vertiefende Inhalte im Bereich Betriebswirtschaft vermittelt und geprüft.

Vor allem Menschen, die sich selbstständig machen wollen oder eine leitende Anstellung im Unternehmen anstreben, wählen diese Weiterbildung. Neben dem Präsenzunterricht fällt die Zeit für eine Projektarbeit sowie einen Präsentationstag an. Die Kosten liegen bei etwa 3.920 Euro. Geprüft wird nach der Handwerksordnung. Weiterführende Informationen findet man beispielsweise unter betriebswirt.info/weiterbildung/betriebswirt-hwo.

Bühne frei fürs Studium

Wer es bis zur bestanden Meisterprüfung geschafft hat, kann auch ohne Abitur studieren. Im Unterschied zu anderen Hochschulabsolvent(inn)en bringt man bereits jede Menge



Als Ofenführer oder Ofenführerin muss man den Backprozess stets im Blick behalten

praktische Erfahrungen aus dem Berufsleben mit. Ein klassisches Hochschulstudium dauert zwischen drei und fünf Jahren, je nach Abschluss und Studiengang. Wer Vollzeit studiert, kann allerdings nicht nebenher noch in Vollzeit arbeiten. Aus diesem Grund hat der ADB-Verband im Herbst 2021 ein neues, berufsbegleitendes Studium in Bäckereimanagement an den Start gebracht.

Inhaltlich geht die Ausbildung noch einmal über den Lernstoff der Meisterprüfung hinaus. Vertiefend werden beispielsweise Personalführung, Innovationsmanagement,



Bernd Kütscher entwickelte das Konzept zum Studium Bäckereimanagement mit

AUSWAHL ATTRAKTIVER ZUSATZAUSBILDUNGEN FÜR BÄCKERINNEN UND BÄCKER

Detmolder Backmanager/in (AGF)

Zielgruppe: Mitarbeitende aus Backbetrieben, Mühlen und der Backzutaten-Industrie, die auf Führungsaufgaben vorbereitet werden sollen

Voraussetzungen: keine

Dauer: 4 Wochen, zirka 140 Unterrichtsstunden

Kosten: 2.300 bis 2.900 Euro

(je nach Teilnehmendenzahl, 20 Prozent Rabatt für AGF-Mitglieder)

Abschluss: Prüfung und Teilnahmezertifikat

 agfdt.de

Ernährungsberater/in im Backhandwerk (ADB)

Zielgruppe: Bäcker/innen und Fachverkäufer/innen

Voraussetzungen: keine

Dauer: 4 * 3 Tage

Kosten: 1.740 Euro

Abschluss: Zertifikat

 akademie-baeckerhandwerk.de

Filialmanager/in im Bäckerhandwerk (ADB)

Zielgruppe: Filial- oder Verkaufsleiter/innen sowie Quereinsteiger/innen im Filialmanagement

Voraussetzungen: keine

Dauer: 4 * 3 Tage

Kosten: 2.690 Euro

Abschluss: Zertifikat

 akademie-baeckerhandwerk.de

Getreidetechnologie – Schwerpunkt Bäckereitechnologie (AGF)

Zielgruppe: Mitarbeitende aus Backbetrieben, Mühlen und der Backzutaten-Industrie

Voraussetzungen: keine

Dauer: 1 Woche

Kosten: 1.990 Euro (20 Prozent Rabatt für AGF-Mitglieder)

Abschluss: Teilnahmezertifikat

 agfdt.de

Sensorikmanager/in (DLG)

Zielgruppe: Leitung Qualitätsmanagement

Voraussetzungen: möglichst erste Erfahrungen im Gebiet der Sensorik

Dauer: 5 Module à je 1 bis 10 Tage plus Hausarbeit

Kosten: 3.000 Euro

Abschluss: Zertifikat (Gültigkeitsdauer von 3 Jahren; innerhalb dieses Zeitraumes müssen zum Fortbestand der Gültigkeit Nachweise über eine mindestens einjährige Tätigkeit im Bereich Sensorik und die Teilnahme an mindestens einer eintägigen Fortbildungsveranstaltung zur Sensorik erbracht werden)

 dlg-akademie.de

Technische/r Bäcker/in (IGV)

Zielgruppe: Mitarbeitende aus Bäckereiunternehmen, von Zulieferdiensten sowie aus dem Bäckereimaschinenbau

Voraussetzungen: keine weiteren Zugangsvoraussetzungen

Dauer: 2 * 5 Tage

Kosten: 2.600 Euro

Abschluss: Prüfung und Teilnahmezertifikat

 igv-bildungszentrum.de

Controlling und Marketing behandelt. Auch zwei Module in Bäckereimanagement sind enthalten, in denen unter anderem auf Lebensmittelrecht eingegangen wird oder Betriebsbesichtigungen vorgesehen sind.

„Es war schon immer möglich, als Bäckermeister oder Bäckermeisterin zu studieren, doch das bedeutet, dass wertvolle Hände für

dreieinhalb Jahre aus dem Handwerk verschwinden, bei dualen Studiengängen zumindest in großen Teilen“, sagt Bernd Kütscher, Leiter der Bundesakademie in Weinheim. Daher habe man in Zusammenarbeit mit der Hochschule der Wirtschaft für Management in Mannheim (HDWM) ein branchenspezifisches Konzept entwickelt, das komplett nebenberuflich absolviert werden kann.

Das Studium besteht aus zwei Präsenzwochen pro Semester, dazu kommen drei Stunden Online-Unterricht pro Woche plus individuelle

Anzeigen

Produktionsberatung nach Maß!

- Produktentwicklung
- Bestehende Rezepte optimieren
- Mitarbeiterschulungen vor Ort
- Umstellung auf Langzeitführung
- Backen ohne Convenience
- Brotbeschreibung als Marketing-Tool
- Prozessanalyse
- Ablaufoptimierung / Zeitersparnis



CHRISTOPH HEGER
EINFACH-BROT-MACHEN

brot@christophheger.de · 0173/35 12 770

Der **BROT**Talk von BROTpro und dem Deutschen Brotinstitut



Brotpro

Jeden Monat spannende Gäste
Alle Videos: brot-pro.de/videos

MONDO
Lievito
Madre

Gemeinsam
die Welt des
LIEVITO MADRE
entdecken...

IREKS
Wir backen & Gemeinsam

Hier erfahren Sie mehr



Wer berufsbegleitend studiert, fehlt nicht dauerhaft im Betrieb

Lernzeiten sowie der Aufwand für die Abschlussarbeit. Da die Ausbildung zum Meister oder zur Meisterin auf die Studienzeit angerechnet wird, ist die Dauer des Studiums Bäckereimanagement im Vergleich zum normalen Vollzeit-Studium auf nur 3 bis 3,5 Jahre verkürzt. Wer bereits einen Abschluss als Betriebswirt/in des Handwerks innehat, spart ein weiteres Jahr, denn auch diese Kenntnisse und Zeiten werden angerechnet.

Zu einer Studiengebühr von 380 Euro pro Monat kommt eine einmalige Immatrikulationsgebühr von 390 Euro. Alle sechs Monate sind außerdem Semestergebühren in Form eines Solidaritätsbeitrags in Höhe von 22,80 Euro an das Studierendenwerk zu entrichten. In Summe kostet das Studium Bäckereimanagement also zwischen 10.000 und 16.500 Euro. Eine Förderung über BAföG, Bildungskredite, Stipendien oder ein Darlehen des Studierendenwerkes ist möglich.

Bereits zwölf Teilnehmende konnten von den Verantwortlichen zum Wintersemester 2021 gewonnen werden, maximal 30 werden nach Angaben des Projektverantwortlichen vom Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks, Nils Vogt, im kommenden Wintersemester 2022 zugelassen, das am 4. Oktober beginnt. Die Bewerbung für einen Platz sollte spätestens einen Monat vor Studienbeginn erfolgen, so Vogt.



Nils Vogt ist Referent für Berufsbildung und Fachkräftesicherung beim Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks

Mehr Informationen dazu findet man im Netz unter akademie-weinheim.de/studium.

Markt der Möglichkeiten

Die Vielzahl beruflicher Weiterbildungen zeigt, dass eine handwerkliche Ausbildung in der Bäckerei jungen Menschen attraktive Aufstiegschancen bietet, die einem klassischen Studium in nichts nachstehen. Im Gegenteil: Der Weg über die Lehre führt sie früh an das praktische Berufsleben heran und eröffnet anschließend noch vielfältige Möglichkeiten, sich nicht nur persönlich, sondern auch fachlich weiterzuentwickeln.

Es ist Aufgabe der ausbildenden Betriebe, dem verstaubten Image selbstbewusst das innovative Bild einer Bäckerei entgegenzusetzen und potenzielle Azubis sowie Fachkräfte für ihre Branche zu begeistern. Davon profitieren am Ende beide Seiten, die Mitarbeitenden und das Unternehmen. 🍞

MÖGLICHE ZUSATZQUALIFIKATIONEN FÜR MEISTERINNEN UND MEISTER

Bäckereitechnologe/-in (ADB)

Zielgruppe: Fachkräfte in der Produktions- und Schichtleitung sowie Produktentwickler/innen

Voraussetzungen: Meister/in, Techniker/in oder eine adäquate Qualifikation

Dauer: 3 * 3 Tage

Kosten: 1.970 Euro

Abschluss: Zertifikat

 akademie-baeckerhandwerk.de

Brot-Sommelier/-lière (ADB)

Zielgruppe: Betriebsinhaber/innen und Führungskräfte in der Bäckerei

Voraussetzungen: Meister/in, Techniker/in, Hochschulabschluss

Dauer: 8 * 3 Tage plus Hausarbeit

Kosten: 5.770 Euro, zuzüglich 945 Euro Prüfungsgebühren

Abschluss: Zertifikat (Handwerkskammer)

 akademie-baeckerhandwerk.de

10 schnelle Kniffe für die **Personalentwicklung** Schritt für Schritt zum besseren Miteinander

Die Herausforderungen in der Backbranche nehmen nicht ab. Nachdem eine Baustelle bearbeitet ist, stehen die nächsten Aufgaben bereits Schlange. Bei all dem haben sich die größten Herausforderungen – Personalfindung und das Fehlen von Fachkräften – nicht verändert. Die Situation ist sogar noch brisanter geworden. Mit ein paar kleinen Stellschrauben lässt sich im Alltag dennoch viel bewirken.

Text: Gesa Lücken

Wer soll die Fachkräfte in Bäckereien ausbilden, wenn nicht die Backbranche selbst? Damit ist nicht nur die klassische Ausbildung nach Lehrplan gemeint, sondern auch die Personalentwicklung im Allgemeinen. Läuft die ideal, werden Quereinsteiger/innen zu kompetenten Fachkräften gemacht, Azubis entwickeln sich zu wertvollen Teammitgliedern. Neben solidem Fachwissen zählen auch soziale Fähigkeiten und Eigenmotivation zu wichtigen Kompetenzen, damit ein Team zusammenwächst und gute Ergebnisse liefert.

Damit sich Menschen langfristig an ein Unternehmen binden, benötigen sie Raum, sich persönlich zu entfalten. In turbulenten Zeiten ist es wichtig, als Team stabil zusammenzustehen. Krisen können nur gemeinsam bewältigt werden. Wer sich selbst als wirksam und gewollt erlebt, wird sich umso engagierter ins Unternehmen einbringen. Also heißt es, alle Mitarbeitenden mitzunehmen, sie zu unterstützen und mit ihnen gemeinsam zu wachsen.

Kleine Schritte, große Wirkung

Personalentwicklung klingt zunächst nach Großbetrieb, hohem Organisationsaufwand, nach Mammutprojekten, Kosten und komplexen Prozessen. Dabei beginnt sie schon im Kleinen, kann leicht in den Alltag integriert werden und auch Unternehmen mit wenigen Beschäftigten voranbringen. Den Mitarbeitenden die persönliche Weiterentwicklung zu ermöglichen bedeutet, dass auch das Unternehmen stetig hinzulernt. Zudem ist Personalentwicklung ein wesentlicher Erfolgsfaktor, um Angestellte nachhaltig an den Betrieb zu binden. Die folgenden zehn Kniffe lassen sich ohne hohe Investitionen sofort umsetzen.

1. Loben – aber richtig

„Nicht geschimpft ist genug gelobt“ – so etwas wird in Unternehmen nicht nur häufig gesagt, sondern auch gelebt. Aber so bleibt ein wirksames Mittel der Motivation unge-





Wertschätzende Kommunikation ist ein wichtiger Hebel in der Personalentwicklung

nutzt. Menschen brauchen Anerkennung für ihr Tun. Das erfüllt sie mit Sinn und führt zu mehr Zufriedenheit. Leistung, die vermeintlich nicht gesehen wird, kann schnell zu einer geringeren Einsatzbereitschaft führen. Dieses Sehen wird für Beschäftigte erst durchs Sprechen spürbar. Darum lohnt es sich, öfter ein ehrliches Lob auszusprechen. Dabei ist wichtig, dass es konkret und persönlich formuliert wird. Diese Feinheit macht den Unterschied.

Beispiel: „Ihr macht einen echt guten Job“ klingt anders als: „Auf euch können wir uns wirklich verlassen. Egal, wann wir in die Filiale kommen, sieht die Warenpräsentation super aus. Und wir treffen auch immer auf gut gelauntes Personal sowie begeisterte Kunden.“ Während der erste Satz sehr allgemein gehalten ist, werden im zweiten Beispiel konkrete Leistungen benannt, die wirklich gut erbracht worden sind.

2. Kritik – bitte konstruktiv

Niemand hört gerne Kritik. Keine Fehler zu machen, wäre erstmal allen lieber. Doch Fehler ermöglichen es zu lernen. Wenn etwas schief läuft, ist es wichtig, darüber zu sprechen und es beim nächsten Mal besser zu machen. Wie beim Lob ist es beim Kritisieren entscheidend, Konkretes zu benennen. Dabei sollte gleichzeitig ein eindeutiges Signal gegeben werden, dass es bei der Aufarbeitung um gemeinsames Lernen und Verbesserung geht. Oft fällt Kritik vor allem deshalb schwer, weil sich Betroffene persönlich angegriffen fühlen können, sobald es um ihr Verhalten geht. Ich- anstelle von Du-Bot-

schaften helfen, zugleich ehrlich und konkret zu bleiben, ohne andere bloßzustellen.

Beispiel: Statt einer Aussage wie „Deine Warenpräsentation muss aber noch besser werden. Die Regeln sind ja eigentlich bekannt. Schau dir die noch einmal an“ könnte die Kritik folgendermaßen formuliert sein: „Mir ist aufgefallen, dass wir bei deiner Warenpräsentation noch etwas verbessern können. Lass uns das einmal gemeinsam anschauen.“ Mit der ersten Äußerung wird der betroffenen Person direkt ein Mangel unterstellt und sie wird mit dem Problem allein gelassen. Die Alternative ist freundlich und offen formuliert, hier wird Hilfestellung angeboten und Interesse gezeigt. Das motiviert und macht deutlich, dass es um die Veränderung der kritisierten Sache geht, nicht um die Person selbst.

3. Vorbild sein – ein wichtiges Führungsmittel

Führungskräfte sind Vorbilder – ob sie es wollen oder nicht. Alle Teammitglieder schauen genau darauf, was die Führungsabteilung macht und wie sie sich in verschiedenen Situationen verhält. Sie passen sich diesem Verhalten dann an – aber eben auch den falschen beziehungsweise unerwünschten Handlungsweisen. Aus diesem Grund ist es so wichtig, dass Vorgesetzte bewusst als Vorbild vorangehen, zum Beispiel wenn es darum geht anzupacken, anfallende Mehrarbeit zu bewältigen oder sich auf Veränderungen einzulassen. Auch die Bereitschaft, an sich selbst zu arbeiten, steigt mit der von Führungskräften, die genau das vorleben.

Ein Lob sollte immer konkret sein, so hat es eine viel größere Wirkung



Beispiel: In einer Bäckerei steht krankheitsbedingt gerade für alle viel Arbeit an. Der Chef erwartet von seinen Angestellten daher, stets pünktlich zu sein und auch mal länger zu bleiben, wenn noch viel zu tun ist. Er selbst kommt jedoch laufend zu spät, wenn auch nur zwei bis drei Minuten. Auch verlässt er das Unternehmen überpünktlich, die Mehrarbeit sollen andere erledigen. Eine andere Führungskraft ist hingegen meist deutlich vor der Zeit im Haus und geht auch erst nach einer vernünftigen Übergabe. Nur im zweiten Fall wird die Haltung vorgelebt, die auch die Angestellten erfüllen sollen.

4. Transparenz – vor allem in Krisenzeiten

Unsicherheit in turbulenten Phasen kann vermieden werden, wenn alle im Unternehmen wissen, wie es um eben den Betrieb steht und welche Herausforderungen auf welche Weise angegangen werden. Mitarbeitende sind häufig bereit, auch unangenehme Unternehmensentscheidungen zu unterstützen, sobald sie verstehen, warum derartige Schritte nötig sind. Wer hingegen nicht weiß, was Sache ist, kann eine Situation nicht richtig beurteilen. Oft werden dann sogar Gedankengebäude konstruiert, die noch schlimmer sind als die Realität. Das wiederum kann Fehlverhalten zur Folge haben, das zu weiterem Unmut führt.

Menschen haben verschiedene Blickwinkel, Informationen und Erfahrungen. Deshalb



Du-Botschaften schaden bei Kritik, da sie die andere Person oft bloßstellen

kommen sie in derselben Situation oft zu unterschiedlichen Ergebnissen. Die Geschäftsführung hat einen anderen Kenntnisstand als das Verkaufspersonal. Dadurch schaut sie auch anders auf die betriebsinternen sowie externen Vorgänge und beurteilt sie im Gesamtzusammenhang. Die einzelnen Abteilungen verfügen über diesen Rundumblick in der Regel nicht, da sie nur ihren eigenen Bereich überschauen.

Oft aber machen Menschen unterbewusst den Fehler, den eigenen Wissensstand und vergleichbare Erfahrungen bei anderen vorauszusetzen. Besser ist es, den tatsächlichen

Damit der Informationsfluss im Unternehmen nicht ins Stocken gerät, ist ein regelmäßiger Abgleich im Team sinnvoll





Gute Chefinnen und Chefs gehen als Vorbild voran und helfen mit, wenn viel zu tun ist



Wem ein eigener Verantwortungsbereich anvertraut wird, gewinnt an Sicherheit und Selbstbewusstsein

Stand im Team regelmäßig abzugleichen und überall dort für Transparenz zu sorgen, wo sonst leicht Verunsicherung entstehen kann – zum Beispiel wenn sich Arbeitspläne ändern, um Nachtzuschläge zu sparen. Oder wenn Produktpreise aufgrund steigender Kosten angehoben werden müssen. Was die Mitarbeitenden nachvollziehen können, tragen sie eher mit.

5. Informationsfluss – Sicherheit durch Wissen

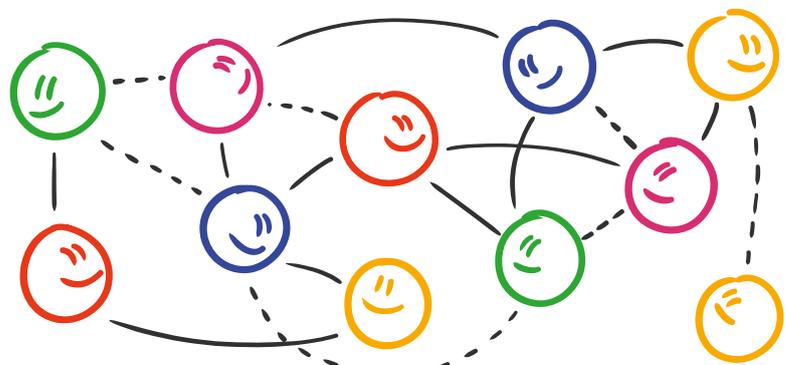
Wer gut über interne Vorgänge und Hintergründe informiert ist, kann außerdem gezielt in Situationen reagieren und die Umstände richtig einschätzen. Deshalb ist es so wichtig, Kommunikationswege im Unternehmen festzulegen. Geklärt werden muss, wer welche Informationen auf welchem Weg bekommen soll. Unnötige Umwege gilt es zu vermeiden. Natürlich müssen auch nicht alle alles wissen, sondern jede Kraft eben genau das, was für ihren Wirkungsbereich relevant ist beziehungsweise auch was das gesamte Unternehmen inklusive aller Mitarbeitenden betrifft.

6. Einbeziehen – Ideen eröffnen Möglichkeiten

Überhaupt ist in herausfordernden Zeiten ein reger Austausch mit allen Angestellten wertvoll. Viele Köpfe kommen auf mehr Lösungen als wenige. Zudem haben die Teams in den einzelnen Bereichen oder Standorten noch einmal andere Einblicke und Perspektiven. Dadurch bringen sie andere Ideen mit ein. Voraussetzung dafür ist allerdings, dass sie bei der Lösungssuche aus dem Vollen schöpfen dürfen. Das bedeutet, dass Führungskräfte Mitarbeitenden auch etwas

zutrauen sollten und ihnen entsprechend einen Vertrauensvorschuss geben.

Situationen, in denen schnell oder auch langfristig Lösungen gefunden werden müssen, gibt es in der Bäckerei zuhauf, zum Beispiel bei personellen Engpässen oder der Planung von Verkaufsaktionen. Neue Produkte und Kampagnen müssen kreiert, Prozesse abgestimmt werden. Nicht jede Idee wird später von den Verantwortlichen tatsächlich umgesetzt. Wie geht man mit dem Ideenschatz um?



Wer braucht welche Informationen? Innerhalb des Betriebes braucht es eine klare Informationsstruktur

Von Angestellten Einfälle einzufordern und sie dann einfach stillschweigend abzutun, bewirkt das Gegenteil von dem, was gewünscht ist – nämlich Frust. Wer jedoch regelmäßig Ideen aufnimmt, sich mit ihnen auseinandersetzt und Ablehnungen begründet, wird sich immer wieder über neue Vorschläge aus den Teams freuen können.

7. Kleine Gesten der Verbundenheit

Wertschätzung auszudrücken bedarf gar keiner großen Handlungen, ist aber ein wesentlicher Wohlfühlfaktor im Unternehmen. Bereits

kleine Gesten zählen. Wer sich wertgeschätzt fühlt, entwickelt die Bereitschaft und Motivation sich einzubringen. So kann bereits ein persönliches gesprochenes Wort der Geschäftsführung mit den Mitarbeitenden Wunder bewirken.

Bei Betrieben mit einer großen Belegschaft und mehreren Fachgeschäften ist der persönliche Kontakt zu allen Angestellten für die Geschäftsführung nicht immer leicht umzusetzen. Teams wissen allerdings einen Besuch des Chefs oder der Chefin sehr zu schätzen. Wichtig ist, sich wirklich Zeit für Gespräche zu nehmen. Tatsächlich können Führungskräfte im mittleren Management nicht dieselbe Wirkung erzielen. Personalentwicklung ist und bleibt immer auch Sache der Unternehmensführung.

8. Freiräume geben – im klaren Rahmen

Entwicklung benötigt Raum. Handlungen und selbstständige Entscheidungen funktionieren nur bei klaren Vorgaben als Rahmen, innerhalb derer Teams frei handeln können.

Es ist für alle sinnvoller, wenn zum Beispiel bei einer Kundenreklamation schnelle direkte Lösungen für die Kundschaft gefunden werden können, ohne dass man sich erst bei der Führungskraft rückversichern muss. Hier braucht es klare Signale und Regeln, was erlaubt ist und was nicht.

Wenn die Werte und grundsätzlichen Regeln im Unternehmen klar kommuniziert werden, sinkt auch die Wahrscheinlichkeit für Fehlentscheidungen. Im Gegenteil – der Vertrauensvorschuss und die Leitplanken sorgen für sicheres Auftreten und Engagement von Mitarbeitenden. So werden sie befähigt, herausfordernde Situationen selbst unkompliziert zu lösen. Aufgabe der Führungskraft ist es, die gebotenen Freiräume klar zu formulieren, um hier Sicherheit zu vermitteln, dass etwaige Fehler nicht gleich den Weltuntergang bedeuten.

9. Hilfsmittel statt ständiger Kontrolle

Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser, meint der Volksmund. Tatsächlich sinkt die Gesamtarbeitsleistung bei ständiger Kontrolle messbar ab. Sogenanntes Mikromanagement, bei dem die Führungskraft jeden Schritt absegnen muss, sollte also tunlichst vermieden werden.



Viele kommen auf mehr gute Ideen als einzelne. Mitarbeitende sollten dazu ermutigt werden, sich einzubringen

Selbstständiges Arbeiten ermöglicht persönliche Entwicklung. Gleichzeitig müssen gewisse Standards natürlich trotzdem gesichert sein.

Den Start in das eigenständige Tun können Führungskräfte sehr gut erleichtern, indem sie passende Hilfsmittel zur Seite stellen, zum Beispiel Bildvorgaben für die Warenpräsentation, Snackfibeln oder Organigramme, auf denen Telefonnummern mit klaren Zuständigkeiten und Ansprechpartnern stehen. So werden die Standards gewahrt, ohne jeden Handgriff bis ins Kleinste kontrollieren zu müssen. Vertrauen ist unterm Strich nämlich doch besser.

10. An Aufgaben wachsen lassen

Apropos Vertrauen: Verantwortung zu erhalten ist ebenfalls ein Zeichen von Wertschätzung. Es bedeutet Zutrauen in die Fähigkeiten einer Person. Bereits die Verantwortung für kleinere Bereiche übertragen zu bekommen, kann dazu ermutigen, sich auszuprobieren. Zwar mag es manchmal länger dauern, bis eine Person eine Aufgabe vollkommen selbstständig übernehmen und dann fehlerlos allein umsetzen kann, doch die Geduld zahlt sich aus. Gelingt das Vorhaben, stärkt die Maßnahme das Selbstbewusstsein.

ÜBER DIE AUTORIN

Gesa Lücken ist Personalentwicklerin im Backhandwerk. Die Wirtschaftspsychologin und Aus- und Weiterbildungspädagogin ist selbst im Fachverkauf als Quereinsteigerin gestartet und hilft bei sämtlichen Fragen rund um die Weiterentwicklung des Personals sowie die Ausbildung online und in Präsenz weiter.

 cats-consulting.de





Personalentwicklung ist eine lohnende Investition ins eigene Unternehmen

Bevor Mitarbeitenden Aufgaben übertragen werden, sollte man allerdings Folgendes prüfen:

- Passt die Aufgabe zur Person und ihren Fähigkeiten?
- Wird sie Hilfestellungen benötigen und wer ist dafür zuständig?
- Wie kann der Person der Sinn der Aufgabe vermittelt werden, um sie zu motivieren?

Sobald eine Aufgabe delegiert worden ist, sollte die Verantwortung dafür nicht unbegründet einfach wieder zurückgezogen werden. Das sendet nämlich genau das gegenteilige Signal.

Investition in die Zukunft

Personalentwicklung bedeutet immer auch, als Unternehmen zu lernen. Betriebe, die



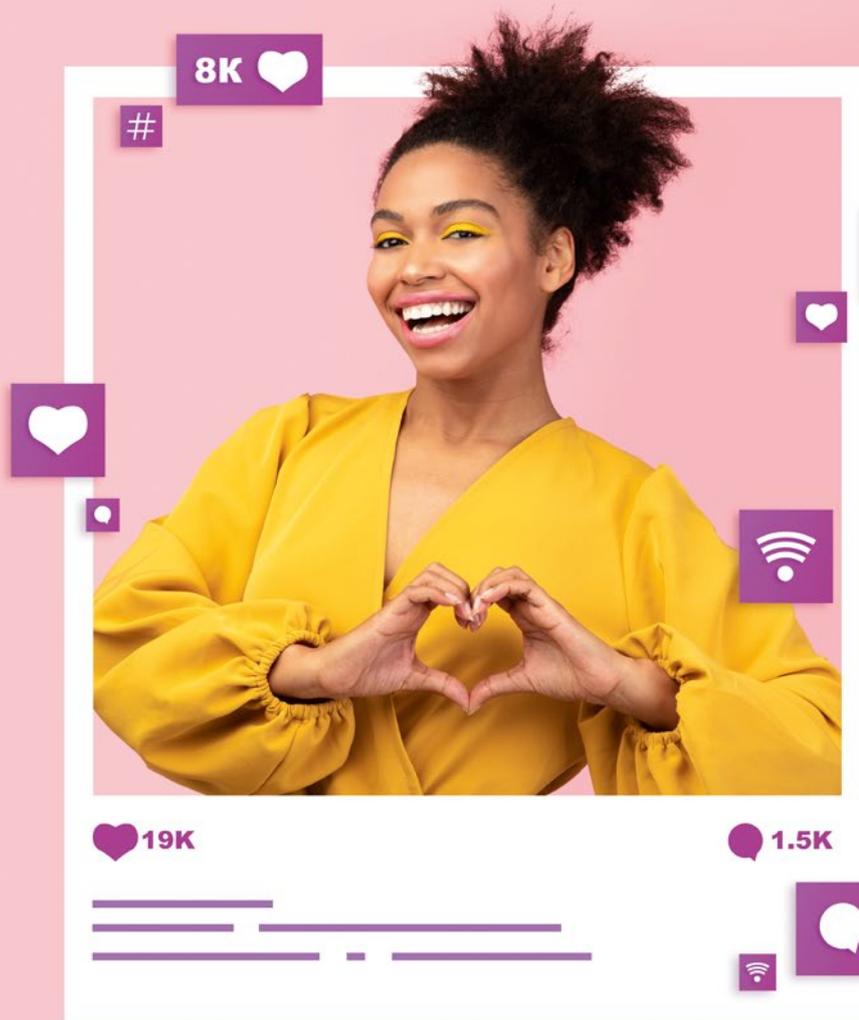
Der persönliche Austausch mit Angestellten führt zu einer stärkeren Bindung an den Betrieb

in die Weiterentwicklung ihrer Belegschaft investieren, zahlen letztlich also in die eigene Zukunft ein. Deshalb sollte dieser Aspekt auf keinen Fall vernachlässigt werden. Im Gegenteil gilt es, ihm besondere Aufmerksamkeit zu schenken.

Gleichzeitig bedarf es nicht immer gleich großer Personalentwicklungs- und komplexer Schulungskonzepte. Die ersten Schritte in die richtige Richtung können winzig sein. Jeder Schritt ist aber besser als auf der Stelle zu treten. Wichtig ist die Bereitschaft aller Beteiligten, sich darauf einzulassen. Nur dann gelingt es, als gesamtes Unternehmen voranzugehen. 🌱



Nicht immer müssen es gleich komplexe Schulungskonzepte sein, um sich als Team weiterzuentwickeln



Influencer-Marketing erfolgreich umsetzen

Authentische Werbebotschaften

Wenn unternehmensfremde Menschen glaubwürdig über die Produkte eines Unternehmens sprechen, ist das die beste Werbung, die man haben kann. Kein Wunder, dass die Zusammenarbeit mit erfolgreichen sogenannten Influencer/innen boomt. Selbst der Zentralverband des Deutschen Bäckehandwerks hat zur Nachwuchssuche „Backfluencer“ ins Rennen geschickt. Doch wie funktioniert das Geschäft mit der Meinungsmache und wie können Bäckereien es fürs Marketing nutzen?

Text: Daniela Sprung & Edda Klepp

Unter Influencerinnen und Influencern versteht man Menschen, die in sozialen Medien eine vergleichsweise große Reichweite haben und durch ihr Handeln oder das, was sie auf verschiedenen Plattformen zeigen, Einfluss auf Entscheidungen anderer nehmen. Viele von ihnen stellen bewusst Marken und Produkte vor, für die sie sich selbst interessieren und die aus ihrer

Sicht zur jeweiligen Zielgruppe passen. Ihre Authentizität macht sie auch für Unternehmenspartnerschaften extrem attraktiv. So gilt Influencer-Marketing mittlerweile als eine sinnvolle Ergänzung zu klassischer Werbung.

Oft haben die Meinungsführer/innen eine enge Bindung an ihre Fans. Ganz gleich, ob man die eigene Marke bekannter machen, Käufe



In einer Befragung gab jede fünfte Person an, schon einmal ein Produkt gekauft zu haben, das sie zuvor auf einem Influencer/innen-Profil gesehen hat

anregen oder sich als attraktiver Arbeitgeber positionieren möchte – die gute Zusammenarbeit mit Influencerinnen und Influencern kann sich für Bäckereien bei jedem dieser Ziele lohnen. Voraussetzung ist, dass die ausgewählten Accounts zur eigenen Marke gut passen.

Nach einer Befragung des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) haben 20 Prozent der Deutschen schon einmal ein Produkt gekauft, das ihnen auf Social-Media-Kanälen präsentiert wurde. Unter Umständen ist das bekannte Gesicht einer relevanten Person aus der jeweiligen Zielgruppe also der entscheidende Grund für Interessierte, einen Kauf zu tätigen oder sich näher mit einem Produkt beziehungsweise Job zu beschäftigen. Doch wie findet man die passende Person für eine Kooperation und wie spricht man sie an?

Gute Vorbereitung

Am Anfang steht immer eine gründliche Recherche. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, um Influencer/innen zu finden. Am einfachsten ist es zu prüfen, wer vielleicht bereits dem eigenen Kanal folgt, dort schon einmal kommentiert und/oder die Bäckerei in einer Story beziehungsweise einem Beitrag erwähnt hat. In solchen Fällen hat die Person den Betrieb also schon bemerkt und eine erste Bindung aufgebaut. Nun

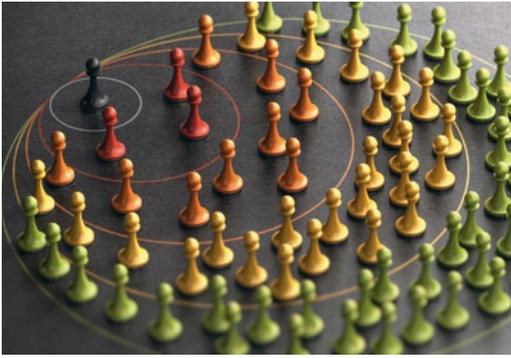
schaut man sich die Social-Media-Profile der potenziellen Partner/innen genauer an. Ist jemand darunter, der oder die sich intensiv mit Lebensmitteln und Backwaren beschäftigt sowie darüber postet? Gerade bei der Suche nach regional ansässigen Influencer/innen ergeben sich auf diese Weise erste Anhaltspunkte für eine lohnende Partnerschaft.

Eine weitere Recherche-Option sind Hashtags. Damit sind Schlagworte gemeint, die zum Beispiel auf Instagram durch das Zeichen # gekennzeichnet sind. Wer auf einen Hashtag klickt, bekommt alle Beiträge angezeigt, die mit dem Begriff verschlagwortet wurden. Hierbei kann es sich um allgemeine Suchbegriffe zum Thema oder zum Beispiel auch um regionale Ortsangaben handeln. Die Suchbegriffe führen auf unterschiedliche Profile, von denen vielleicht einzelne bereits auf den ersten Blick thematisch herausstechen und einen professionellen Eindruck machen.



Influencer-Marketing ist eine gute Ergänzung zu klassischen Werbemaßnahmen

Auch Agenturen unterstützen die Suche und übernehmen auf Wunsch die komplette Kampagnenplanung sowie die Durchführung und die abschließende Auswertung. Das kann die eigene Werbeagentur sein oder aber eine spezielle Influencer-Agentur. Da man als Handwerksbetrieb vermutlich eher mit regional ansässigen Influencer/innen in Kontakt kommen möchte, sollte diese Option allerdings gut durchdacht sein, um das vorhandene Budget zielgerichtet einzusetzen.



Mithilfe reichweitenstarker Accounts können Unternehmen ihre Bekanntheit erhöhen

Eine weitere Option sind professionelle Plattformen, über die Influencer/innen-Profil gezielt in Datenbanken gesucht werden können. In der Regel sind diese jedoch kostenpflichtig. Zu den wichtigsten Plattformen zählen:

- Likeometer (likeometer.co/weltweit/alle/)
- Woomio (home.woomio.com)
- Kolsquare (kolsquare.com/de)
- Traackr (traackr.com)
- Iroin (iroin.io)
- Eqolot (eqolot.com)

Viele dieser Plattformen vereinen gleich mehrere Funktionen. So können bei manchen auch direkt Kampagnen angelegt und Profile genauer analysiert werden. Für den Anfang und insbesondere die Suche nach Influencer/innen vor Ort reicht die Eigen-Recherche meist jedoch vollkommen aus, ohne direkt ein solches Tool zu kaufen.

Accounts auswählen

Ist ein interessanter Account gefunden, gilt es sich im nächsten Schritt mit den Inhalten und der Person genauer zu beschäftigen. Folgende Fragen sollte man beantworten können:

- Für welche Werte steht die Person hinter dem Account? Passen sie zum Unternehmen?
- Wie gestaltet sich die Qualität der Inhalte auf den Social-Media-Profilen?
- Werden dort regelmäßig neue Inhalte veröffentlicht?
- Gibt es bereits Kooperationen mit anderen Marken? Welchen Eindruck vermitteln sie?
- Möchte man ähnlich präsentiert werden? Entspricht die Umsetzung den eigenen Vorstellungen?



Um Einblicke in die Backstube zu geben, kann man Influencerinnen und Influencer hinter die Kulissen einladen

Zwar ist die Reichweite eines Accounts ein wesentliches Kriterium für den Erfolg einer Zusammenarbeit, gleichzeitig muss sie immer auch im Kontext betrachtet werden. Im lokalen Marketing sind häufig bereits Accounts mit 10.000 oder sogar nur 1.000 Follower/innen interessant. Entscheidend sind die Qualität der Inhalte und dass man gut zueinander passt.

Welche Accounts sich für eine Kooperation eignen, hängt darüber hinaus von den konkreten Zielen für die Zusammenarbeit ab. Geht es primär darum, sich als potenziellen Arbeitgeber zu präsentieren oder soll eine Produktneuheit vorgestellt werden? Besteht das Ziel darin, sich in der Region bekannter zu machen oder ein neues Fachgeschäft zu präsentieren? Je nach Ziel ändert sich möglicherweise auch der in Frage kommende Personenkreis. So lassen sich beispielsweise zur Eröffnung eines neuen Standortes vielleicht nicht nur Food-, sondern auch Reiseblogger/innen für eine Kooperation begeistern.

Zumal sich verschiedene Plattformen auch für unterschiedliche Ziele eignen. Um neue Produkte optisch gut in Szene zu setzen,

ÜBER DIE AUTORIN

Daniela Sprung ist Bloggerin, Content-Marketing- und Social-Media-Managerin. Sie unterstützt Unternehmen bei der Konzeption und Optimierung von Blogs sowie auf sozialen Netzwerken. Auch als Speakerin, Dozentin und Autorin gibt sie ihr Wissen in den Bereichen Corporate Blogs und Social Media weiter.

 bloggerabc.de



Foto: Anke Sundermeier



Influencerinnen und Influencer haben in der Regel eine enge Bindung an ihre Community

sind bildstarke Netzwerke wie Instagram zu empfehlen. Hier könnte sebensfalls eine Kampagne platziert werden, um neue Azubis zu suchen, weil die entsprechende Altersgruppe vertreten ist – ebenso auch auf Tiktok. Facebook bietet mehr Raum für beschreibende Texte zu Bildern oder Videos. Die Nutzer/innen sind hier außerdem etwas älter. Warum dort also nicht potenzielle neue Kundschaft suchen?

Wichtig ist, am Ende der Influencer-Marketing-Recherche ein klares Bild davon zu haben, warum man mit diesem Account beziehungsweise der Person zusammenarbeiten möchte und mit keiner anderen. Die genannten Fragen können dabei helfen, das Besondere an dem jeweiligen Influencer-Account zu identifizieren und so zu prüfen, ob es wirklich der passende ist. Zudem lassen sich auf diesem Weg bereits Argumente für die Zusammenarbeit sammeln, die später in einer Anfrage genannt werden können.

Unseriöse Accounts erkennen

Um böse Überraschungen zu vermeiden, sollte darüber hinaus die Seriosität der Person kritisch geprüft werden. Verschiedene Indizien können darauf hinweisen, dass etwas mit einem Influencer/innen-Account nicht stimmt. Beispielsweise deuten hohe Follower(innen)zahlen bei vergleichsweise wenigen Beiträgen oder geringer Interaktion darauf hin, dass Fans gekauft sein könnten.

Dasselbe gilt, sofern die Zahl der Followerinnen und Follower plötzlich sprunghaft ansteigt oder nur sehr wenig Interaktion auf dem Account stattfindet. Es lohnt sich daher, Accounts manchmal auch über einen längeren Zeitraum zu beobachten, um solche Unstimmigkeiten festzustellen.

Ein weiteres Indiz dafür, dass Influencer/innen nicht für eine Zusammenarbeit infrage kommen, ist auch die Qualität von Kommentaren. Handelt es sich um echte Fans oder deuten die Kommentare zum Beispiel auf künstlich angelegte Bots hin, also auf automatisierte Anwendungen? Ähneln sich die Kommentare stark, sodass sie möglicherweise vorprogrammiert sein könnten? In all diesen Fällen ist Vorsicht geboten.

Verschiedene Tools helfen dabei, den entsprechenden Account bei einem Verdacht mit technischer Unterstützung genauer zu untersuchen. Modash (modash.io) oder Hypeauditor (hypeauditor.com) analysieren zum Beispiel die Entwicklung eines Accounts über längere Zeit und sind in der Basisversion kostenlos nutzbar. In jedem Fall gilt: Sollten Zweifel an der Seriosität eines

CHECKLISTE: INFLUENCER/INNEN FINDEN UND ANSPRECHEN

Vor-Recherche

- eigene Followerschaft durchgehen
- prüfen, ob sich unter den eigenen Beiträgen in den Kommentaren oder bei den Likes bereits potenzielle Partner/innen befinden
- passende Hashtags auswählen, danach suchen und passende Profile filtern
- gegebenenfalls externe Datenbank nutzen

Seriositäts- und Qualitätsprüfung

- Werte der Person ermitteln und schauen, ob sie zum Unternehmen passen
- Qualität der Inhalte auf dem Account prüfen
- Checken, ob auf den Profilen regelmäßig neue Postings erscheinen

- auf Kooperationen mit anderen Marken abklopfen und deren Umsetzung betrachten
- Qualität und inhaltliche Ausrichtung mit den eigenen Wünschen vergleichen

Kontaktaufnahme

- immer schriftlich (per E-Mail) Kontakt aufnehmen, sofern nicht eindeutig ein anderer Kommunikationsweg gewünscht ist
- Gründe für Auswahl des Accounts benennen
- Mehrwert für beide Seiten herausstellen
- Raum lassen für die Ideen der Gegenseite
- Budget kalkulieren
- inhaltlichen Umfang, Formate und zeitliche Dauer der Kooperation festlegen



Influencer-Marketing bringt Kontakt zu neuen Kund(inn)engruppen

Accounts bestehen, gilt es diesen unbedingt zu meiden und nach Alternativen zu suchen.

Die Anfrage vorbereiten

Bereits vor der ersten Anfrage sollte man interessante Accounts im Auge behalten und mit ihnen interagieren. Dann ist man bei der eigentlichen Kontaktaufnahme nicht mehr gänzlich unbekannt. Vielen Influencer(inne)n fällt so etwas positiv auf. Voraussetzung ist, dass die Interaktion ernst gemeint ist und ein ehrliches Interesse an den entsprechenden Inhalten widerspiegelt.

Bevor überhaupt Kontakt aufgenommen wird, empfiehlt sich außerdem ein Blick auf die Website – sofern vorhanden – oder die Selbstbeschreibung in den jeweiligen Profilen

der Person. Hier kann man sich über den bevorzugten Kontaktweg informieren, da nicht selten Informationen zum Thema Kooperationen hinterlegt sind. Wer auf Augenhöhe mit Influencer(inne)n arbeiten will, sollte ihre Wünsche respektieren. Das sorgt für einen guten ersten Eindruck.

Kontakt zu Influencer/innen

Um zu einem potenziellen Kooperationspartner oder einer -partnerin in Kontakt zu kommen, bieten sich vier übliche Wege an. Sie richten sich unter anderem danach, wie bekannt eine Person beziehungsweise wie groß ihre Reichweite in den sozialen Netzwerken ist. Besonders reichweitenstarke Accounts erhalten oft zahlreiche Anfragen und arbeiten daher häufig mit Agenturen zusammen. Andere, meist auch lokale Influencer/innen sind direkt erreichbar. Mögliche Kontaktwege sind:

- die Person persönlich per Mail anschreiben
- sie über das Management kontaktieren
- eine Kooperation ausschreiben
- auf die Kontaktaufnahme des Influencers/der Influencerin reagieren

Empfehlenswert ist es, sich bei der ersten Kontaktaufnahme kurz vorzustellen und zu erklären, was hinter der Anfrage steckt. Darüber hinaus gilt es zu begründen, warum man an der Zusammenarbeit interessiert ist – schließlich hätte sonst ja auch ein anderer Account in Frage kommen können. Letztlich genügt es, kurz zu skizzieren, wie man sich eine Kooperation vorstellt. Entscheidend ist, den Mehrwert für beide Seiten herauszustellen.



Die erste Kontaktaufnahme sollte immer schriftlich erfolgen



Auf Plattformen wie Instagram bietet sich die Recherche via Hashtags an



Influencerinnen und Influencer kennen ihre Zielgruppe und wissen daher genau, welche Inhalte bei ihr gut ankommen

Empfehlenswert ist es außerdem, in der Anfrage viel Raum für die Ideen der Influencer/innen zu lassen. Sie kennen ihre Community und wissen, welche Inhalte gut ankommen. Vielleicht formulieren sie auch ungewöhnliche, neue Ideen. Wichtig ist, von Anfang an einen offenen Austausch darüber zu pflegen, ob und wie die Kooperation für beide Seiten Sinn ergibt. Influencer/innen legen Wert darauf, selbst für die Gestaltung von Beiträgen verantwortlich zu sein. Die Frage nach der Vergütung stellt sich erst im nächsten Schritt.

1. Kontakt per E-Mail

Die erste Möglichkeit besteht darin, potenzielle Partner/innen persönlich per E-Mail anzuschreiben. Die Kontaktaufnahme über Messenger auf sozialen Netzwerken ist hingegen nicht in jedem Fall zu empfehlen, da solche Nachrichten zwischen Spam und



Vor der Kontaktaufnahme gilt es, sich die ausgewählten Social-Media-Profilen genau anzuschauen

anderen Anfragen in der Masse auch mal untergehen können. Beispielsweise könnte eine Anfrage wie folgt aussehen:

„Hallo XYZ,
mein Name ist XY und ich bin Geschäftsführer/Inhaberin/Mitarbeitende der Bäckerei XYZ. Seit einiger Zeit verfolgen wir deine Arbeit auf Instagram/deinem Blog/TikTok. Wir mögen deine Inhalte, weil wir sehen, wie du dich mit der Herstellung von handwerklichen Backwaren auseinandersetzt. Das hat uns gut gefallen. Gerade eine lange Gehzeit oder auch die Verwendung von hochwertigen Rohstoffen sind uns wichtig. Wir wollen unseren Kundinnen und Kunden den Wert von guten Lebensmitteln vermitteln.“

Aus diesem Grund würden wir gerne mit dir im Rahmen einer Kooperation zusammenarbeiten. Könntest du dir das vorstellen? Beispielsweise könnten wir dich in unsere Backstube einladen, sodass du dann auf deinem Account über unser Herstellungsverfahren berichtest. Wenn du Lust hast, backen wir gerne auch gemeinsam. Sofern du dir eine Kooperation mit uns vorstellen kannst, sind wir ebenso offen für deine Ideen und freuen uns, wenn wir zusammenkommen.

Über eine Antwort von dir freue ich mich.

Viele Grüße XYZ“

Wer sich mit der Anrede per Du nicht wohlfühlt oder sie unangemessen findet, sollte beim Sie bleiben. Generell bietet sich im geschäftlichen Kontext ohnehin das Sie an. In Influencer/innen-Kreisen hat sich das Du allerdings weitestgehend etabliert. Ein Sie kann da eine Distanz schaffen, wo sie nicht gewollt ist. Hier gilt es, mit Fingerspitzengefühl heranzugehen, sich aber auch auf keinen Fall zu verbiegen. Vielleicht hilft ein Blick in die Kommentare unter Postings weiter, um zu schauen, welche Tonalität mit der Fangemeinde gepflegt wird.

2. Das Management ansprechen

Selbst bei regionalen Accounts ab 10.000 Follower/innen können sich mit der Zeit Anfragen häufen. Viele setzen daher inzwischen auf die professionelle Unterstützung von Agenturen und persönlichen Managements. Auch in diesen Fällen sollte die erste



Wichtig ist, die Qualität der Inhalte potenzieller Kooperationspartner/innen vorab zu prüfen

Kontaktaufnahme schriftlich erfolgen. Die Mitarbeitenden in Agenturen sind erfahren im Umgang mit Interessierten und können anhand ihrer eigenen Datenbank Vorschläge für Kooperationen unterbreiten. So ergeben sich vielleicht noch ganz neue Möglichkeiten.

3. Influencer/innen-Plattformen nutzen

Auf manchen Plattformen kann man nicht nur zu Influencer/innen recherchieren, sondern hat auch die Möglichkeit, eine Kooperation direkt auszuschreiben. Man skizziert seine Idee, definiert die Rahmenbedingungen und wartet ab, wer sich auf die Ausschreibung zurückmeldet. Diese Option ist zum Beispiel bei Hashtaglove (hashtaglove.de) oder HelloInfluencer (helloinfluencer.de) gegeben. Der Vorteil solcher Plattformen liegt im direkten Kontakt zu den Meinungsmacher(inne)n, da es keine zwischengeschaltete Agentur und kein Management gibt.

In der Regel sind die Plattformen allerdings nicht kostenlos. Es werden Provisionen verlangt, sobald es zur Kooperation kommt. Auch findet hier keinerlei Beratung statt. Niemand übernimmt das Briefing oder achtet auf wichtige Details, wie es ein Management tun würde. Die Verantwortung liegt beim auftraggebenden Unternehmen allein.

4. Auf Anfragen reagieren

Hin und wieder kommt es vor, dass ein Influencer oder eine Influencerin von sich aus auf ein Unternehmen zugeht. Gerade

Accounts und Blogger/innen mit noch einer geringen Reichweite wählen diesen Weg, weil sie selbst daran interessiert sind, bekannter zu werden. Kommt es zu einer Kooperation, können beide Seiten von der Reichweite der jeweils anderen profitieren und ihren Bekanntheitsgrad erweitern.

Von Vorteil ist, dass sich in diesem Fall bereits mit der Marke und dem Unternehmen auseinandergesetzt wurde. Zudem hat man als Bäckerei eine gute Verhandlungsposition, weil die Ausgangslage natürlich eine andere ist. Doch auch wenn es verlockend ist, sofort zuzustimmen, lohnt zunächst ein Blick auf das entsprechende Profil. So lässt sich prüfen, ob der jeweilige Account zum Unternehmen passt.

Ganz gleich, auf welchem Weg die erste Kontaktaufnahme zustande kommt, aus der Reaktion auf die Anfrage ergeben sich die nächsten zu klärenden Schritte, beispielsweise der Umfang sowie die Bezahlung der Influencer-Leistung.

Kosten einer Kooperation

Accounts, die sich noch im Aufbau befinden, sind unter Umständen bereit, eine Kooperation gegen Reichweite und/oder Naturalien wie Backwaren einzugehen. Das sollte man jedoch nicht als selbstverständlich ansehen. Stattdessen empfiehlt es sich, ein angemessenes Honorar einzuplanen. Influencer/innen kennen den Wert ihrer Arbeit und möchten entsprechend wertgeschätzt werden. Und sie tauschen sich auch untereinander aus. Wenn ein Unternehmen

demeter
FELDERZEUGNISSE

Bio Tiefkühlprodukte

ZERO WASTE

Unser Umfangreiches Sortiment

Ohne Zusatzstoffe
Transparent
Nachhaltig
Partnerschaftlich
Voller Genuss

Telefon: 06257 - 93 40 44
gastro@felderzeugnisse.de

www.felderzeugnisse.de

HÄUSSLER

Original Holzofenbrot backen

Mit den Backöfen von Häussler. Natürlich Spitzenqualität backen.

Karl-Heinz Häussler GmbH
D-88499 Heiligkreuztal
Telefon 0 73 71/93 77-0
www.backdorf.de

ÜBERSICHT TAUSEND-KONTAKT-PREIS (TKP)

Plattform	Preis für Posting pro 1.000 Kontakte	Gemessen an
Instagram Posting	10-20 Euro	Followerzahl oder Reichweite von Beiträgen
Instagram Story	20-60 Euro	Reichweite von Stories
Instagram Reel	5-30 Euro	Reichweite von Beiträgen in Kombination mit Followerzahl
TikTok-Video	5-30 Euro	Durchschnittliche Reichweite einzelner Beiträge
YouTube-Video	50-100 Euro	Durchschnittliche Reichweite einzelner Beiträge
LinkedIn-Posting	50-100 Euro	Durchschnittliche Reichweite einzelner Beiträge
Podcast-Integration	50-1.000 Euro	Durchschnittliche Reichweite einzelner Beiträge
Twitch-Video	30-50 Euro	Durchschnittliche Reichweite einzelner Beiträge

Quelle: storyclash.com

bei Verhandlungen keinen guten Eindruck hinterlässt, spricht sich das schnell herum.

Wer unsicher ist, wie viel eine Influencer-Kooperation kostet, kann sich am durchschnittlichen Tausender-Kontakt-Preis (TKP) orientieren. Der besagt, was zirka pro 1.000 Kontakte auf einem Netzwerk berechnet wird. Die Influencer-Marketing-Plattform Storyclash gibt in einer Übersicht zum Beispiel folgende Orientierung (siehe Tabelle oben).

Der TKP für ein Instagram-Posting lässt sich danach zum Beispiel so berechnen:

Reichweite / 1.000 * TKP =
Preis für die Kooperation

Bei einer Followerzahl von 30.000 und einem TKP von 15 Euro bedeutet das:

$30.000 / 1.000 * 15 \text{ €} = 450 \text{ €}$

Dieses Posting würde das Unternehmen also 450 Euro kosten. Eine Influencer-Kampagne beinhaltet oft allerdings mehr als einen einzelnen Instagram-Beitrag. Um langfristig Erfolge zu erzielen, lohnen sich Kooperationen, die von längerer Dauer sind. So eignen sich Themen wie die Azubi-Suche oder eine Filial-Eröffnung zum Beispiel auch für 2 bis 4 Postings im Verlauf von 2 bis 8 Wochen. Im Zusammenhang einer Image-Kampagne könnte man über eine ganze Reihe von Beiträgen im Verlauf von mehreren Monaten nachdenken. Das erlaubt eine eigene Dramaturgie, weil sich Entwicklungen besser nachzeichnen lassen. In verschiedenen Formaten wie Bildern, Stories oder auch Blogbeiträgen gibt es dann zum Beispiel Insights aus der Backstube, die Entwicklung eines Produktes wird begleitet oder verschiedene Mitarbeitende vorgestellt.

Je nach Person, Beziehung zum Unternehmen oder Region sowie dem gewünschtem Format – zum Beispiel Video, Fotostrecke, Blogbeitrag oder Story – kann das Honorar für Influencer/innen stark variieren. Gleichzeitig ist es nicht von vornherein festgelegt und das Verhandeln lohnt sich oft. Am besten funktioniert es, zunächst den Rahmen abzustecken, sich dann einen Preis nennen zu lassen und darüber ins Gespräch zu kommen.

Vorteile des Influencer-Marketings

Unterm Strich eröffnet Influencer-Marketing für ein Unternehmen eine gute Möglichkeit, Menschen mit ihren Produkten und der eigenen Marke in Kontakt zu bringen. Voraussetzung ist, dass der jeweilige Kooperationspartner oder die Kooperationspartnerin zum Unternehmen passt und hochwertige, authentische Beiträge liefert.

Da Influencer und Influencerinnen ihre Fans gut kennen und für die Produktion ihrer Beiträge selbst zuständig sind, ergeben sich bei Kooperationen oft kreative Inhalte, die überzeugen und zum Beispiel für eine Kaufentscheidung ausschlaggebend sein können. Entscheidend ist, als Unternehmen eine klare Vorstellung der eigenen Ziele zu haben und bei der Auswahl an Kooperationspartner(inne)n Sorgfalt walten zu lassen. Dann steht einer erfolgreichen Influencer-Kampagne nichts im Wege. 🍷



Auch wenn kleinere Accounts sich manchmal mit weniger zufriedengeben, empfiehlt es sich immer, ein Budget einzuplanen

Text: Tanja Neumann & Edda Klepp
Bilder: Tanja Neumann & Riccardo Bellaera



Der Italiener **Riccardo Bellaera** im Porträt

Backkultur auf hoher See

Talent, Hingabe und Passion machten Riccardo Bellaera zu einem bekannten Konditormeister in Italien. Der Sizilianer ist Weltklasse-Pâtissier, aber auch leidenschaftlicher Bäcker. An Bord der Costa-Kreuzfahrtschiffe zaubert er täglich zahlreiche Desserts, Kuchen und Brote. Darüber hinaus ist er für die Aus- und Fortbildung des 300-köpfigen Teams zuständig. Bei all dem fühlt sich Bellaera stets der italienischen Backtradition verbunden.



**Der Einfluss
Bellaeras
italienischer
Wurzeln
zeigt sich im
gastronomischen
Konzept an Bord**

Wer einen ruhigen Moment erhofft, in dem Riccardo Bellaera, Chef-Pâtissier und Chef-Bäcker der Costa-Kreuzfahrtschiffe, einmal innehält, kann lange warten. Es ist einer der seltenen Augenblicke, in denen er Außenstehenden einen Einblick in seine Kombüse gewährt. Ein Workshop für die Presse sowie eine Handvoll Reiseblogger/innen steht auf dem Programm. Präsentieren will der Profi die Herstellung feinsten Desserts, zum Beispiel eine Creme mit Schokolade, die zur Arabica-Süßspeise verarbeitet werden soll.

Der Maestro wirbelt herum und ist zugleich mit voller Konzentration bei der Sache. Jeder

Handgriff sitzt. Was er hier im Bauch des Kreuzfahrtschiffes kreiert, soll später auf allen Schwesterschiffen Standard sein. Die Creme wird in eine Silikonform gefüllt, glatt gestrichen, gefroren und danach auf einem Tellerchen mit zarter Schokoladenglasur umhüllt. Ein dekorativer Keks, den er zum Abschluss fast zärtlich auf der glänzenden Kugel platziert, vollendet das Dessert.

Nicht ein Detail seiner Kreation überlässt Riccardo Bellaera dem Zufall. Welches wohl sein eigenes Lieblingsdessert ist? „Das, was ich noch nicht erfunden habe“, sagt er verschmitzt. Wie soll er sich auch zwischen all den Köstlichkeiten, dem Pistazienkuchen mit Zitronenquark, der Mascaponecreme, dem Pistazienmousse oder der Zitronen-Ganache mit Zitronengelee auf Birnentarte für eines entscheiden?

Magischer Duft

In der Welt der süßen Nachtische und Feinen Backwaren fühlt sich der Maestro zuhause. Doch nicht nur dort. Als leidenschaftlicher Italiener liebt er die Brote seiner Heimat mindestens genauso sehr. Bereits mit 14 Jahren startete Riccardo Bellaeras Abenteuer in die

Auf jedem der Costa-Schiffe werden die Mitarbeitenden von Riccardo Bellaera persönlich geschult



Welt des Backens. Seine Karriere begann in einer der ältesten und berühmtesten Konditoreien seines Landes, der inzwischen geschlossenen sizilianischen „Pasticceria Bonomo“. Als er auf der Suche nach einem Job war, wurde er von betörendem Brotduft magisch angezogen.

Der „Schnupperbesuch“ bescherte dem jungen Sizilianer, 1972 geboren in der schönen Barockstadt Modica, seinen ersten Ausflug in die professionelle Backbranche. Der Teenager lernte begeistert und eignete sich schon in jungen Jahren besonderes Wissen über die Zubereitung typisch sizilianischer Süßspeisen an, die unter anderem durch arabische Einflüsse geprägt sind. Zum Beispiel lernte er die Herstellung von Cannoli kennen, gefüllt mit Ricotta-Creme und Schokoladensplittern. Kekse mit Mandelpaste zählen ebenso zu den sizilianischen Spezialitäten wie der Duft von Zitrone und Orange.

Berühmt sind auch die Buccellati zur Weihnachtszeit. Dabei handelt es sich um Mürbegebäck, unter anderem gefüllt mit getrockneten Feigen, Mandeln, Schokolade und Sultaninen. Schon damals zeichnete sich



Herzstück des Konzeptes ist die klassisch-neapolitanische Pizza

Bellaera durch seine hohe Einsatzbereitschaft aus. Er stürzte sich in die Arbeit und sog auf, was immer sich zu lernen bot. Der Grundstein seiner Karriere war gelegt, die Leidenschaft für Backwaren entfacht.

In den folgenden Jahren arbeitete der Sizilianer in Italien und auf der ganzen Welt in verschiedenen Konditoreien, um seine Kenntnisse in der Kunst des Backens noch zu verbessern. Einen Wendepunkt in seinem Leben stellte die Begegnung mit Iginio Massari im



Ein bisschen Show muss sein: Schon bei der Herstellung gibt es für die Gäste etwas fürs Auge



Im Etagenofen werden die Pizzen bei hohen Temperaturen frisch gebacken

Jahr 1997 dar, der als Meisterkonditor unter anderem durch verschiedene Fernsehauftritte in Italien Popularität erlangte.

Beeindruckt von der Handfertigkeit und dem Talent des jungen Sizilianers, bot Massari Bellaera an, in seiner Konditorei in Brescia zu arbeiten, einer Stadt in der Lombardei. Massari förderte das junge Talent und beeinflusste Bellaeras Schaffen stark. Bis heute verbinden die beiden Männer die Liebe und Leidenschaft zur Backkultur sowie eine tiefe Freundschaft. Ihre Wege kreuzen sich regelmäßig.

Italienische Brotkunst

Ogleich die Ursprünge seiner Handwerkskunst in der Konditorei verankert sind, erlernte Bellaera in der Folgezeit auch die traditionelle italienische Brotherstellung. Erstmals verschlug es ihn beruflich auf ein Kreuzfahrtschiff. Er wollte seine Kenntnisse vertiefen und suchte nach Herausforderungen, um seine immerwährende Neugier zu befriedigen.

Beim US-amerikanischen Unternehmen Princess Cruises erhielt er 2001 eine Anstellung als Chef-Konditor und lernte den italienischen Chef-Bäcker Luciano Sanfilippo kennen. Der zeigte ihm die professionellen Produktionsprozesse der Brotherstellung, zum Beispiel lange Teigführung und die Arbeit mit Lievito Madre, einem milden Weizensauerteig, der auch als Pasta Madre bezeichnet wird. Wörtlich aus dem Italienischen übersetzt bedeutet Lievito Madre italienische Mutterhefe.

2007 führte Bellaera seine berufliche Reise wieder zu neuen Ufern. Das spanische Kreuzfahrtunternehmen Pullmantur verpflichtete den begabten Konditor als Chef-Pâtissier und Chef-Bäcker auf der Blue de France. Nun war Bellaera erstmals auch für die Ausbildung des Bordpersonals zuständig und entwickelte nicht nur die Konditorei, sondern das gesamte

LIEVITO MADRE NACH RICCARDO BELLAERA

Zutaten

- ▶ 50 g Fruchtsaft (zum Beispiel Naturapfelsaft, alternativ Fruchtfleisch)
- ▶ 50 g Mineralwasser mit Kohlensäure (kalt)
- ▶ 100 g Weizenmehl Tipo 00

Spätere Zugabe

- ▶ 45 g Wasser (lauwarm)
- ▶ 200 g Weizenmehl Tipo 00

⦿ Die Zutaten gründlich mischen und abgedeckt bei 26-28°C etwa 48 Stunden gehen lassen, bis sich das Volumen des Teiges etwa verdreifacht hat und leicht säuerlich riecht.

⦿ 200 g Mehl und 45 g lauwarmes Wasser hinzugeben, die Masse verkneten und weitere 48 Stunden bei 26-28°C gehen lassen.

Aufbewahrung der Mutterhefe

Die Lievito Madre sollte regelmäßig aufgefrischt werden. Dabei gilt immer das gleiche Prinzip: 2 Teile Lievito Madre und 2 Teile Mehl mit 1 Teil Wasser verkneten.

Den Mutterhefen-Teig in ein sauberes Tuch wickeln, dabei aber nicht zu fest binden. Wenn die Hefe in ein Tuch eingewickelt ist, wird sie langsamer sauer und garantiert ein gutes Ergebnis. Unverpackt und ohne Tuch wird sie schneller sauer und verbraucht dazu mehr Zucker. Auch eine Aufbewahrung in der Kühlung verlangsamt die Gärung.

Soll die Madre länger gelagert werden, zum Beispiel 4 bis 5 Tage, wird die Wasser- und Mehlmenge jeweils um das Drei- bis Vierfache erhöht.



Die einmal angesetzte Lievito Madre kann sofort für das Rezept des Traditionsbrots genutzt werden. Wird für die Herstellung der Mutterhefe Fruchtfleisch, zum Beispiel von Aprikosen, Weintrauben oder Äpfeln verwendet, wird das Obst zunächst püriert und anschließend durch ein Sieb passiert.

Backwarensortiment weiter. Sein Wissen über Brot vertiefte der Sizilianer schließlich auf dem italienischen Festland in Ausbildungskursen in der Cast Alimenti School of Trades in Brescia.

Anders als in Deutschland gibt es in Italien keine Meisterpflicht, um sich im Bäckerei- oder Konditoreihandwerk selbständig zu machen. Angehende Bäckerinnen und Bäcker erlernen ihre Fertigkeiten zunächst ausschließlich im laufenden Betrieb, zur Berufsschule gehen sie während der Ausbildung nicht. Erst danach spezialisiert man sich auf der Fachschule und besucht Kurse, in denen spezifische Kenntnisse zu Rohstoffen und Praxis vermittelt werden.

Bellaera lernte in Brescia die verschiedenen Phasen der Produktverarbeitung zu beherrschen und zu perfektionieren, erforschte neue Kreationen und eignete sich die für die Herstellung notwendige Präzision im Backhandwerk an.

Backen an Bord

Seit 20 Jahren arbeitet der heute 49-jährige Bäcker und Konditor Bellaera inzwischen auf hoher See. Seit September 2012 ist er als Chef-Pâtissier und Chef-Bäcker für die Flotte des italienischen Kreuzfahrtunternehmens Costa Crociere tätig. Derzeit zählen zwölf Schiffe dazu, sie touren rund um die Welt. Täglich versorgt Bellaera mit seinen mehr als 300 Mitarbeitenden aus aller Welt mehrere tausend Gäste.



Der Pizzateig ist aromatisch und geht beim Backen gut auf

Das Team backt Pizzen und Brote nach italienischem Vorbild und kreiert schmackhafte Desserts. Das Erfolgsgeheimnis des Chef-Bäckers: eine Kombination aus Handwerk, interessanten Rohstoffen von hoher Qualität sowie großer Genauigkeit. „Gebäck ist Präzision und Kreativität bis hin zur Kunstform“, ist Ricardo Bellaera überzeugt. Das gilt für seine Desserts und die Brote gleichermaßen.

Etwa alle zwei bis drei Wochen wechselt Bellaera von Schiff zu Schiff, um seine Mitarbeitenden zu schulen und ihnen Kenntnisse über alle neuen und alten Standardprodukte zu vermitteln. Ganz gleich ob Brot, Pizza oder Dessert – auf allen Schiffen soll ein gleichbleibend hohes Niveau erhalten bleiben. Entsprechend hat der Maestro seine Ausbildung



Beliebt ist die Variante mit Tomaten und Büffelmozzarella



Riccardo Bellaera fühlt sich der italienischen Brotkultur verpflichtet

strukturiert. Vermittelt werden Rohstoffkunde, Mikrobiologie und unterschiedliche Verfahrenstechniken. Wichtig ist Bellaera, sein Wissen über die Herstellung aller neuen Ideen an sein Team persönlich zu vermitteln.

Herzstück Pizza

Seine italienisch-kulinarische Herkunft konnte der Gourmet bei der Entwicklung eines neuen Foodkonzeptes für die Flotte einbringen. „Italy’s Finest“ heißt das Gastroangebot an Bord der Kreuzfahrtschiffe, das

in Zusammenarbeit mit der Universität für Gastronomische Wissenschaften (UNISG) im norditalienischen Pollenzo entwickelt wurde. Im Mittelpunkt steht die authentische italienische Küche.

Es gibt regionale Menüs, Eis, Gourmet-Burger mit italienischem Fassona-Fleisch sowie ein Pasta-Buffer. Herzstück des Gastro-Konzeptes aber ist die ausschließlich mit Lievito Madre zubereitete Pizza klassisch-neapolitanischer Art, die seit 2015 an Bord der Kreuzfahrtschiffe produziert wird. Die besondere Zutat macht das Gebäck aromatisch und gut bekömmlich. Über Nacht hat der Teig bei kalter Gare viel Zeit, um einzigartige Geschmacksnoten zu entfalten. Die traditionelle Verarbeitung wird laut Bellaera bereits seit der Antike eingesetzt.

In seiner Lievito Madre mischt er zunächst 50 g frischen Fruchtsaft sowie 50 g Mineralwasser mit 100 g Weizenmehl Tipo 00. Bei 26 bis 28°C lässt er den Teig etwa 48 Stunden gehen, sodass der im Saft enthaltene Fruchtzucker von den Mikroorganismen verstoffwechselt werden kann. Im zweiten Schritt kommen weitere 200 g Mehl sowie 45 g lauwarmes Wasser dazu. Wieder gibt der Meister dem Teig 48 Stunden Zeit, bevor er ihn als Triebmittel für Pizza oder Brot verwendet.

Da an Bord große Mengen benötigt werden, wird der Teig mit Hilfe eines Mutterhefe-



Das Traditionsbrot wird häufig als Kranz gebacken und hat daher besonders viel Kruste



Die Porung des Traditionsbrotes ist locker und gleichmäßig



Täglich werden an Bord der gesamten Flotte etwa 3.000 Brote gebacken

Generators hergestellt, über den Temperaturkurve und Reifezeit während des Gärprozesses präzise geregelt werden können. Das verwendete Mehl stammt ausschließlich aus Bellaeras Heimat. Neben Weizenmehl Tipo 00 aus Apulien verwendet er in einer zweiten Teigsorte eine Mischung aus Vollkorn-, Kamut- und Hafermehl. Wer es lieber etwas vollwertiger und reich an Ballaststoffen sowie Omega-3-Fettsäuren sowie Polyphenolen mag, findet damit eine wohlschmeckende Alternative.

Beliebt ist bei den Reisenden die Pizza-Variante mit Tomaten, nativem Olivenöl und Büffelmozzarella. Auf der Speisekarte stehen aber auch weitere italienische Klassiker wie Quattro Stagioni, Napoletana und Calzone. Daneben können die Gäste besondere Kreativitäten wählen, zum Beispiel die Tricolore mit Ricotta und Parmaschinken, die Liguria mit Pesto und Stracchino, einem italienischen Weichkäse, oder die Siciliana mit Oliven, Kapern und Sardellen.



In der Backstube im Schiff wird jede Nische gut genutzt

Brotbacken mit Mutterhefe

Täglich werden auf den Schiffen außerdem mehr als 3.000 Brote gebacken. Dabei stehen italienische Spezialitäten besonders hoch im Kurs. Um sein mild-würziges, malziges Traditionsbrot zu backen, braucht Bellaera nicht mehr als Mehl, Wasser, Salz und Lievito Madre. Gern verwendet er dafür Mehl aus Manitoba-Weizen, weil dieser besonders kleberstark ist und dem Brot in Kombination mit der Triebkraft der Madre zugleich Stabilität und Lockerheit verleiht.

Auffallend ist die spezielle Form des Brotes. Statt als gleichmäßiger runder oder länglicher Laib wird es häufig als Kranz gebacken, sodass ganz besonders viel Kruste entsteht. Vor dem Backen schafft der Bäcker außerdem die Voraussetzung für ein spezielles Aromenspiel: In die Schnitte an der Teiglingsoberfläche gibt er gerne etwas natives Olivenöl.

An Bord werden Pizzateig und Brot mit Lievito Madre hergestellt



Beim Biss in die knackige Kruste mischt sich der kräftige Geschmack des Öls mit den vielfältigen und süßlichen Aromen der Krume, die dank langer Teigführung viel Zeit zur Reife hatte. So wird in Bellaeras Augen seine Heimat auf dem Meer und zwischen allen Kontinenten lebendig. Gebäck, so seine Philosophie, ist die gemeinsame Sprache eines Landes. „Sie variiert jedoch je nach Region und Kultur“, sagt er. Und nun auch auf den Wellen der Ozeane. 🍞

Rezept: Riccardo Bellaera
Bild: Tanja Neumann



Riccardo Bellaeras Traditionsbrot

Ob zu italienischen Antipasti, als Beigabe zu Pasta oder einfach nur gedippt in Olivenöl mit Meersalz – das Brot steht ganz in der Tradition sizilianischer Vorbilder und ist eine wahre Gaumenfreude. Zum Star im Brotregal avanciert es durch seine besondere Form. Es wird im Kranz gebacken. So kann sich das Aromenspiel aus milden Fermentations- und kräftigen Röstnoten wunderbar entfalten.

Lievito Madre

- ▶ 0,380 kg Wasser
- ▶ 0,760 kg Weizenmehl Tipo 00
- ▶ 0,760 kg Lievito Madre

Mischen: 4 Minuten langsam

Teigtemperatur: 24°C

Teigruhe: 48 Stunden bei 26-28°C

Hauptteig

- ▶ 1,900 kg Lievito Madre
- ▶ 6,520 kg Wasser
- ▶ 9,240 kg Manitobamehl
- ▶ 0,160 kg Salz
- 17,820 kg Teig

Mischen: Lievito Madre in zwei Drittel des Wassers lösen; Mehl hinzugeben, dann 8 Minuten langsam, 6 Minuten schnell kneten,

dabei das letzte Drittel Wasser nach und nach zugeben; Salz zugeben, dann 2 Minuten schnell kneten
Teigtemperatur: 20-22°C
Teigruhe: 15 Minuten bei Raumtemperatur in einer mit nativem Olivenöl gefetteten Teigwanne. Den Teig auf eine bemehlte Arbeitsfläche geben und mehrfach falten. 10 Minuten entspannen lassen. Den gesamten Vorgang dreimal wiederholen. Den Teig in die geölte Teigwanne geben, erneut aufziehen, dann für 18 Stunden in die Kühlung geben. Den Teig aus der Kühlung nehmen und 6 Stunden bei Raumtemperatur gehen lassen.

Aufarbeitung

☉ Teigeinlage 820 g

☉ Den Teig auf eine bemehlte Arbeitsfläche geben, Teiglinge abstechen und rundwirken. Abgedeckt bei Raumtemperatur 60 Minuten ruhen lassen. Die Teiglinge erneut falten und langwirken. ☉ Mit Schluss nach oben in Gärkorbchen legen und 3 Stunden bei Raumtemperatur ruhen lassen. ☉ Die Teiglinge aus den Gärkorbchen stürzen und mit Schluss nach unten zu einem Kranz formen. Einschneiden und unmittelbar vor dem Backen natives Olivenöl in die Schnitte geben.

Backen

Schwaden: kräftig, nicht ablassen
Backtemperatur: 240°C, nach 10 Minuten fallend auf 160°C
Backzeit: 55 Minuten 🍳



VORSCHAU

BROTpro gibt es viermal jährlich.
Die nächste Ausgabe erscheint
am 12. Oktober 2022

Darum geht es unter anderem:



Genuss mit Biss – aromatische Brote mit Hartweizen backen



Personenmarke aufbauen – wie man unverkennbar wird



Pelin Ugur – von der Hobby-Bäckerei zu einer der besten Boulangerien Istanbuls



Energieeffizienz – Einsparpotenziale nutzen

HERAUSGEBER
Tom Wellhausen,
Sebastian Marquardt

REDAKTION
Mundsburger Damm 6
22087 Hamburg

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

LEITUNG REDAKTION/GRAFIK
Jan Schönberg

CHEFREDAKTION
Sebastian Marquardt
(verantwortlich)

REDAKTION
Edda Klepp, Mario Bicher, Jan Schnare

AUTORINNEN UND AUTOREN
Riccardo Bellaera, Gesa Lüken, Holger Martens, Tanja Neumann, Daniela Sprung, Marta Ullmann

FOTOS
stock.adobe.com: Alessandro Biascioli, Alonbou, Andrey Cherkasov, Andrey Popov, anna.q, Antonio Diaz, anon, Asier, BillionPhotos, bravajulia, brizmaker, Coloures-Pic, contrastwerkstatt,

deagreed, Denis, Drobot Dean, dule964, Eberhard, EdNurg, Ermolaev Alexandr, EverGrupp, exclusive-design, fabiomas, farbKombinat, ferkelraggae, fizkes, GIOVANNI, Günter Feldmann, Hадия Kовань, HLPPhoto, HQUALITY, innazaogorulko, Itsanan, JackF, JuanCarlos, Julia Sedaeva, kai-creativ, kaiskymet, katrinshine, leno2010, LIGHTFIELD STUDIOS, malkovkosta, marilyn barbone, marog-pixels, Michael, Minerva Studio, monitor6, monticellillo, mrmohock, narekarn, Nataliya, Natallia, New Africa, nieriss, nito, Niir, oatawa, olegpchelov, Olga, Olivier Le Moal, olyasolodenko, Omar Baghdady, pathdoc, Petr Ciz, Philippe Ramakers, photocrew, photoschmidt, Printemps, Prostock-studio, rawpixel.com, REDPIXEL, rh2010, Robert Kneschke, Ruckszio, sebra, semion, .shock, srib3, Stefan, Studio Romantic, Tamme, VisionPro, vparid, WoGi, Wolfgang, Yakobchuk Olena, yanadjan, YesPhotographers, yodiyim

VERLAG
Wellhausen & Marquardt
Mediengesellschaft bR
Mundsburger Damm 6,
22087 Hamburg

Telefon: 040/42 91 77-0
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
Silber Druck oHG
Otto-Hahn-Straße 25, 34253 Lohfelden
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 über-
nommen werden. Mit der Übergabe
von Manuskripten, Abbildungen,
Dateien an den Verlag versichert der

Verfasser, dass es sich um Erst-
veröffentlichungen 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

Jetzt bestellen



Personalführung und Verkauf sind zwei der wichtigsten Säulen im Bäckerei-Management. Im ersten **BROTpro**-Sonderheft „Verkauf & Management“ dreht sich daher alles rund um Vertrieb, Marketing und die Führung von Mitarbeitenden. Es zieht einen thematischen Bogen von der Wirkung des Lichts im Ladengeschäft und die Auswahl der passenden Kaffeemaschine über Motivation und Fortbildung des Personals bis hin zu Bestell-Apps und den Chancen des mobilen Verkaufs.

Um hochwertige Backwaren zu vermarkten, braucht es heute mehr als beste Rohstoffe und handwerkliches Geschick. Der gut geschulte Fachverkauf, ein kreatives Marketing und zunehmend auch digitale Vertriebswege binden die Kundschaft an ihre Bäckerei. Das **BROTpro**-Sonderheft bietet seinen Leserinnen und Lesern umfangreiche Informationen und nutzwertige Inspiration für das Management von Verkaufsstellen und moderne Personalführung.

Mehr Information und Bestellung:
www.brot-pro.de/sonderhefte