

C12331D

N°9 25. SEPTEMBER 2021

# Check Up

## Back.Business

DAS ENTSCHIEDER-MAGAZIN  
FÜR DIE BACKBRANCHE

# PREMIUMBROT AUS DEM HOLZOFEN



**KÖNIG**  
www.koenig-rex.com

TECHNOLOGIE TRIFFT  
HANDWERKSTRADITION.  
FÜR IHR PERFEKTES GEBÄCK.

# Liebe Leserinnen und Leser,



Die EU geht härter gegen Greenwashing vor. Denn wenn Unternehmen nur Wälder aufforsten, um mit Klimaneutralität zu werben, sei das Schönfärberei (siehe Seite 10).

schaut man aktuell nach Dänemark, wo Anfang September sämtliche Coronabeschränkungen aufgehoben worden sind, könnte man meinen, die Pandemie sei so gut wie überstanden. Auch in Schleswig-Holstein wurde jetzt die Maskenpflicht bei Veranstaltungen aufgehoben und Diskotheken dürfen uneingeschränkt öffnen – vorausgesetzt die 3G-Regel wird erfüllt. Doch der Blick nach China zeigt, dass die Pandemie-Gefahr nicht gebannt ist. Dort grassiert derzeit im Südosten des Landes die Corona Delta-Variante. Die Folge: geschlossene Geschäfte und Isolation. Deshalb rechnet zum Beispiel auch Yum China damit, dass das Betriebsergebnis sogar bis zu 60 Prozent geringer ausfallen wird als 2020 (Seite 33). Es empfiehlt sich, weiter achtsam zu bleiben und nicht den Blick für die bestehenden Risiken zu verlieren. Zweifelhaft ist dennoch, ob beispielsweise eine Impfstatus-Abfrage durch den Arbeitgeber ein geeignetes Mittel zur Eindämmung der Pandemie sein kann, oder ob sie schlicht einen nicht gerechtfertigten Eingriff in die Persönlichkeitsrechte des Einzelnen darstellt.

Vollkommen gerechtfertigt erscheint hingegen das Vorhaben der EU-Kommission, gegen Unternehmen vorzugehen, die sich umweltfreundlicher darstellen, als sie sind und sogenanntes Greenwashing betreiben. Bis Ende 2021 soll dafür die rechtliche Grundlage geschaffen werden. Ab 2022 müssen sich Unternehmen darauf gefasst machen, dass sie ihre Strategien für Klimaneutralität und Um-

weltschutz transparent belegen müssen (Seite 10), dafür reicht es nicht, an einem Wiederaufforstungsprojekt teilzunehmen.

Eine echte Herausforderung stellen für die Backbranche derzeit die stark gestiegenen Getreidepreise dar. Laut Erntebericht von Bundesministerin Julia Klöckner sind allein die Erzeugerpreise für Weizen und Roggen im Vergleich zum Vorjahr um gut 35 Prozent gestiegen. Grund hierfür ist vor allem die witterungsbedingt geringere Getreideernte. Mehr zu den aktuellen Entwicklungen und diesjährigen Mehlqualitäten lesen Sie ab S. 12.

Mit dem Internet-Hotspot #free.wifi.plus von mySPOT marketing können Bäckereien ihren Kunden nicht nur eine schnelle und sichere Internetverbindung zur Verfügung stellen, sondern auch mit gezielten Marketing-Aktionen den Absatz in den Filialen fördern. Welche Vorteile das System noch mit sich bringt und welche Sponsoring-Möglichkeiten es bietet, lesen Sie ab S. 34.

Außerdem haben wir uns bei Bäckermeister und Betriebswirt Felix Rommel zum Thema Holzbacköfen informiert. Er verrät, was bei der Ofenwahl zu beachten ist und gibt Tipps zum Backen verschiedener Produkte (ab S. 18). Ergänzend dazu haben wir fünf Stikkenöfen unter die Lupe genommen. In der Tabelle auf S. 24 finden Sie die jeweiligen Leistungsmerkmale auf einen Blick.

Des Weiteren haben wir spannende Produktentwicklungen mit Wachstumspotenzial ausfindig gemacht, wie etwa Raw Cakes to-go (S. 6) oder Kekse aus Upcycling-Mehl (ab S. 17).

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihr Redaktionsteam

## Check Up Back.Business

Telefon (040) 30 68 52 - 0  
Fax (040) 30 68 52 - 10  
e-mail: info@back.business



12

**Mehlqualitäten verstehen** Die Ernte 2021 weist unterschiedliche Qualitäten auf. Zum Teil zeigt zudem das Erntemonitoring im Süden und Westen Deutschlands leicht höhere Mykotoxinwerte als im Norden und Osten. Wichtige Fakten zur Charakteristik und Verarbeitung von Winterweizen und Winterroggen.



24

**Die neuesten Stikkenöfen** verfügen über praktische Features, die den Arbeitsalltag erleichtern, den Backvorgang beschleunigen und energiesparender sind als die Vorgängermodelle.



34

**Die modernste Verbindung zu Ihren Kunden** Der Internet-Hotspot #free.wifi.plus hat eine derart starke und sichere Sendeleistung, dass Bäckereien mit ihrer Werbung mehr potenzielle Kunden in einem wesentlich größeren Umkreis erreichen können.

## INHALT

### UNTER DIE LUPE GENOMMEN

Premiumbrote aus dem Holzbackofen	20
Stikkenöfen im Vergleich	24

### PRODUKTENTWICKLUNG

Raw Cakes to-go	4
-----------------	---

### RECHT

EU plant Gesetz gegen Greenwashing	10
------------------------------------	----

### TRENDS

Produkte mit Wachstumspotenzial	18
Upcycling Kekse, Mehle und Riegel	19

### ERNTE

Mehlqualitäten verstehen	12
--------------------------	----

### DIGITALISIERUNG

Die modernste Verbindung zu Ihren Kunden	34
--	----

### ROHSTOFF

Das regionale Superfood: Hafer	34
--------------------------------	----

### GESCHÄFTSKONZEPT

Andreas Torbecke: „Brot pur, weil es mein Glücksrezept ist!“	42
--	----

### RUBRIKEN

Editorial	2
News/Branchenkurzmeldungen	6
Internationale Kurzmeldungen	26
Produktneuheiten	40
Personalien und Termine	44
Handelsregister	46
Wie kriegen Sie's gebacken?	50
Diesmal: Bastian Weiland, Geschäftsführer B2C von Unser Heimatbäcker	
Vorschau 10/2021; Impressum/Fotohinweis	51

**Nachhaltig und sicher:  
Weniger Pestizide in Ihren Rohstoffen!**



Integriertes  
Pestizid  
Monitoring



ÖZGÜR



SPECIALTY  
BROKERS

**Ihr Rohstoffmakler aus der Hansestadt Hamburg**

Osterbrooksweg 69 | 22869 Schenefeld

Tel.: +49 40 84 00 46 57

[www.specialtybrokers.de/ipm](http://www.specialtybrokers.de/ipm)

# Raw Cakes *to-go*

**Minikuchen und Riegel aus Früchten und Nüssen ohne tierische Zutaten sind nicht nur vegan, sondern auch ideale Energielieferanten für zwischendurch. Clever verpackt können Bäckereien eine größere Zielgruppe ansprechen.**

**Text:** Paola Rentsch

**R**aw Cakes sind auf gut deutsch gesagt ungebäckene Kuchen – ohne tierische Produkte, wie Eier oder Milch, frei von Weizen, Gluten, Soja und raffiniertem Zucker. Sie stecken voller natürlicher Zutaten, Früchten und Superfoods, wie Cashews, Mandeln, Macadamia, Datteln oder Kokosmilch. Die Nüsse liefern dem Gehirn Nährstoffe, Datteln versorgen den Organismus mit Mineralien. Zum Süßen wird in der Regel Agave, Ahornsirup sowie der natürliche Zucker von frischen Früchten verwendet. Da diese Kuchen nicht gebacken werden, gehen auch keine wertvollen Nährstoffe verloren.



Typische Zutaten: Nüsse, Datteln, Kokosflocken, frische Früchte, vegane Milchalternativen



Durch die Natürlichkeit der Zutaten sind Raw Cakes besonders vollmundig im Geschmack. Ein weiterer Vorteil: Egal ob Erdbeer-, Banane- oder Schokoladen-Raw Cake, sie bereiten kein Schweregefühl oder schlechtes Gewissen. Denn sie sind eine natürliche Energiequelle mit vielen Vitaminen und Mineralstoffen im Gegensatz zu klassischen Backwaren mit Zucker. Offiziell sind Raw Cakes sieben Tage haltbar. So lange behalten rohe Kuchen ihr frisches Aussehen, aber auch danach sind sie noch genießbar. Sie verlieren nicht ihren Geschmack, sondern verfärben sich nur. Dies ändert aber nichts an ihren ernährungsphysiologischen Eigenschaften.



Die schockgefrosteten Raw Cake-Riegel ‚Snaccidents‘ sind gekühlt 365 Tage haltbar. Entwickelt wurde das Produkt von dem Münchener Start-up Strangers, unterstützt von der Großbäckerei Hack. Im Oktober präsentiert das Unternehmen die veganen Snacks auf der Anuga im ‚Genussgarten‘.



Der Boden von einem Raw Cake besteht in der Regel aus einem Nuss-Frucht-Mix. Das Himbeercreme-Topping (rechts) enthält neben den Früchten vor allem Cashews, Mandelmilch, Ahornsirup, Kokosöl und Vanille.

Wenn sogar ein Lebensmittelriese, wie Mars von seinem altingesessenen Erfolgsriegel ‚Bounty‘ eine vegane Version auf den Markt bringt, dann ist das eindeutig ein Zeichen dafür, dass rein pflanzliche Naschereien zum Mainstream werden, ist Lu Ann Williams, Director of Innovation bei Innova Market Insights, überzeugt: „Obwohl die Riegel auch als glutenfrei positioniert sind, ist ‚vegan‘ der wichtigste Claim auf der Verpackung, auch das Logo der Vegan Society sticht hervor.“ Laut Innova Market Insights wurden im Jahr 2020 nicht weniger als 67 Prozent aller neuen Produkte mit „plant-based“ Claims auf den Markt gebracht.

Denn die Analysen der Konsumentenforscher ergeben: Trotz der Debatten zur Fett- und Zuckerreduktion wollen die Verbraucherinnen und Verbraucher auf süße Naschereien nicht verzichten, doch sie suchen verstärkt nach gesünderen, nachhaltigeren Alternativen. Das bietet Bäckereien noch mehr Möglichkeiten, ihre Kuchen- und Snack-Range mit veganen Produkten aufzuwerten, indem sie den Fokus auf die ernährungsphysiologischen Vorteile legen. ■



Nueva via Cakes aus Bratislava/Slowenien vertreibt Raw Cakes in den verschiedensten Varianten: als Frühstückssnack, Pralinen, Cupcakes oder XL-Torte.



Den Raw Cake am Stil „Moonbar“ entwickelten Christian Spinrath, Leon Gilges (Mitte) und Alina Schraier. Die 15-Jährigen konnten Zentis als Partner gewinnen und präsentierten Anfang September ihren Dattel-Kokos-Riegel in der VOX-Show „Die leckerste Idee Deutschlands“ einem Millionenpublikum.



## Harry-Brot verkauft Back-Factory an Valora

Die Schenefelder Harry-Bäcker haben den Verkauf ihrer Tochterfirma Back-Factory GmbH unterzeichnet. Vorbehaltlich der Zustimmung des Bundeskartellamtes wechselt das Unternehmen zum November zur Schweizer Valora Gruppe. Vor 19 Jahren wurde Back-Factory gegründet. Heute ist der Filialist mit 89 Franchise-Standorten bundesweit vertreten und hat sich über die Zeit vom Selbstbedienungsbäcker hin zum Snack-Profi, einem Systemgastronomie-Konzept, weiterentwickelt. „Wir von Harry sehen unsere Kernkompetenzen im Backen und Distribuieren von Brot und Brötchen, weniger in der Systemgastronomie“, so Frank Kleiner, Geschäftsführer bei Harry-Brot, „deshalb haben wir uns entschlossen, Back-Factory an ein zukunftsfähiges Unternehmen, die Valora Gruppe, zu verkaufen und somit den Weg für die langfristige Weiterentwicklung für Back-Factory zu ebnet.“ Mit dem Kauf profitiert die Valora Gruppe von der Marktkonsolidierung. Chief Executive Officer Michael Müller hatte bereits vor Monaten angekündigt, Ladenflächen von pandemiegebeutelten Unternehmen übernehmen zu wollen und setzt diese anvisierte Wachstumsstrategie nun konsequent um (Check Up Back.Business berichtete in Heft 05/2021: ‚Profitieren von der Krise‘). Zu Valora gehören unter anderem mit rund 500 Standorten Backwerk und Ditsch sowie DB Service Store und U-Store. Mit den zusätzlichen Back-Factory-Standorten baut der Konzern seine Stellung im bundesweiten Gastronomie-Markt deutlich aus – vor allem in den In-

nenstädten – und erzielt dadurch auch erhebliche Kostenvorteile in der Produktion und somit Skaleneffekte im Bereich der Food-Service-Plattform. Mit insgesamt 4.500 Mitarbeitern erwirtschaftete Harry-Brot in 2020 einen Umsatz von 1,031 Milliarden Euro und ist damit in Deutschland das umsatzstärkste Unternehmen im Brot- und Backwarenmarkt. Allerdings drückten die Pandemieschutzmaßnahmen den Umsatz von Back-Factory erheblich nach unten und verschlechterten 2020 das wirtschaftliche Gesamtergebnis des Harry-Konzerns, sodass sich dieser künftig auf seine eigentlichen Kompetenzen konzentrieren will: Brot backen für den Lebensmitteleinzelhandel. ■

## Lebensmittel verzeichnen Umsatzminus

Die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) zieht keine positive Bilanz für das erste Halbjahr 2021: Nach der Stagnation im Jahr 2020 erwirtschaftete die Branche zwischen Januar und Juni 2021 insgesamt 89,1 Milliarden Euro. Das sind Umsatzeinbußen von minus 3,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Einer der Gründe: die coronabedingten Einschränkungen im Außer-Haus-Markt. Die von den Herstellern erwartete Erholung nach dem Corona-Jahr 2020 bleibt damit aus, konstatiert die BVE. Die Entwicklung im In- und Ausland zeigte ein gespaltenes Bild. Der Inlandsumsatz betrug insgesamt 58,1 Milliarden Euro (minus 5,6 Prozent). ■

## Bewerben für ‚Zu gut für die Tonne!‘



Die Bewerbungsphase für den „Zu gut für die Tonne!“-Bundespreis 2022 hat begonnen. Noch bis zum 10. November 2021 können sich Betriebe, Start-ups, wissenschaftliche Einrichtungen, Privatpersonen, Vereine, Initiativen etc. mit ihren kreativen und innovativen Projekten zur Reduzierung der Lebensmittelverschwendung bewerben. Wer ein gutes Projekt kennt, welches sich

erfolgreich für die Reduzierung der Lebensmittelverschwendung einsetzt, kann dieses auch für den „Zu gut für die Tonne!“-Bundespreis vorschlagen. Einfach eine E-Mail mit dem Vorschlag, wenn möglich inklusive Kontaktdaten, an die Koordinierungsstelle schicken. Diese nimmt dann mit dem jeweiligen Projekt Kontakt auf. Bereits zum siebten Mal werden Projekte in den fünf Kategorien Landwirtschaft & Produktion, Handel, Gastronomie, Gesellschaft & Bildung sowie Digitalisierung ausgezeichnet. Hinzu kommen Förderpreise im Gesamtwert von 15.000 Euro für Konzepte und Projekte in der Start- und Entwicklungsphase. Mit der Auszeichnung werden alle prämierten Projekte Teil des ‚Zu gut für die Tonne!‘-Netzwerkes. Infos & Bewerbung: [www.zugutfuerdietonne.de](http://www.zugutfuerdietonne.de) ■

## General Mills zieht sich aus Deutschland zurück

Der US-Lebensmittelkonzern General Mills verzichtet künftig zum größten Teil auf sein Deutschlandgeschäft und setzt auf Lizenzierung. Der Hersteller von ‚Knack und Back‘, Nature-Valley-Riegel sowie Häagen-Dazs-Eiscreme übergibt die Markenrechte von der Eiscreme und dem Riegel an einen Distributor. Lediglich Knack & Back soll in Deutschland noch eine direkte Eigenmarke von General Mills bleiben. Daher will sich der Konzern von 53 der in Deutschland 65 Beschäftigten trennen. Im vergangenen Quartal war der Gewinn des Unternehmens um 34 Prozent gesunken. ■

## Steuersenkung für die Gastronomie soll bleiben

Der Finanzminister und SPD-Kanzlerkandidat Olaf Scholz hat sich in der ARD-Sendung ‚Wahlarena‘ für eine dauerhafte Senkung der Mehrwertsteuer auf 7,0 Prozent in der Gastronomie ausgesprochen. „Wir haben die Mehrwertsteuer für Speisen in der Gastronomie gesenkt und das noch mal verlängert und ich will Ihnen gern versichern: Ich habe dieser Verlängerungsentscheidung zugestimmt in dem sicheren Bewusstsein: Das schaffen wir nie wieder ab“, sagte Scholz Anfang September in der TV-Sendung. Das sind 3,4 Milliarden Euro weniger Steuern pro Jahr. ■

## Preiskampf zwischen LEH und Zulieferer

Die Jahresgespräche zwischen Lebensmittelherstellern und Einzelhändlern laufen derzeit auf Hochtouren und die Konflikte eskalieren zwischen Handel und Industrie – wie schon in den Jahren zuvor. Über Wochen waren zum Beispiel Nestlé-Produkte bei Edeka nur eingeschränkt verfügbar. Die Händler stemmen sich gegen Preiserhöhungen der Hersteller. Die wollen aber mehr Geld wegen der gestiegenen Rohstoffkosten. Der LEH fordert hingegen Top-Preise für einzelne Marken, um den Verbraucherinnen und Verbrauchern zu zeigen, dass jetzt doch nicht alles teurer wird. ■

# KOMPLET Hafer Rühr

Die trendige, softe Hafer-Rührmasse!

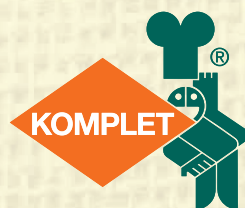


**Profitieren auch Sie vom positiven Image des Hafers!**

**Begeistern Sie Ihre Kunden mit einem außergewöhnlichen Mundgefühl und dem abgerundeten, aromatischen Geschmacksprofil!**

**Bringen Sie frischen Wind in Ihr Schnittensortiment mit dem Trendprodukt 2021!**

Fragen Sie Ihren KOMPLET-Fachberater oder besuchen Sie unsere Webseite [www.komplet.com](http://www.komplet.com)



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

## Getreide: neue Grenzwerte für Cadmium und Blei

Die Europäische Kommission hat neue Höchstwerte für die Schwermetalle Cadmium und Blei in vielen Rohwaren und Lebensmitteln, wie Ölsaaten und Getreide, festgelegt. Die Entscheidungen sind das Ergebnis jahrelanger Arbeit der Kommission, der Mitgliedstaaten und der Europäischen Behörde für Lebensmittelsicherheit (EFSA) sowie wichtigen Interessengruppen. Mit diesen Maßnahmen soll die Aufnahme krebserregender Schadstoffe über die Nahrung weiter verringert werden. Der Zugang zu gesunden und sicheren Lebensmitteln soll erleichtert werden. Denn allein im Jahr 2020 wurde in der EU bei 2,7 Millionen Menschen Krebs diagnostiziert, weitere 1,3 Millionen starben an der Krankheit.

Eine dauerhaft hohe Aufnahme von Cadmium kann nicht nur das Krebsrisiko erhöhen, sondern auch zu Nieren- und Knochenschädigungen führen. Daher werden die Cadmium-Grenzwerte unter anderem für einige Obst- und Gemüsesorten, Getreide und Ölsaaten gesenkt oder neu festgelegt (Verordnung EU 2021/1323). Leinsamen und Sonnenblumenkerne dürfen nur noch 0,5 Milligramm Cadmium pro Kilogramm enthalten, Roggen und Gerste sogar nur 0,05 und Weizengluten 0,15 Milligramm pro Kilogramm. Obst wie Banane und Ananas darf höchstens 0,02 Milligramm statt 0,05 Milligramm pro Kilogramm enthalten.

Auch das giftige Schwermetall Blei wird vor allem über die Nahrung aufgenommen, obwohl es ebenfalls ein natürlich vorkommender Schadstoff in der Umwelt ist. Nach neuen Erkenntnissen gibt es keine Schwelle, unterhalb derer gesundheitliche Schädigungen für den Menschen sicher ausgeschlossen werden können. Daher sollte die ernährungsbedingte Exposition möglichst gering gehalten werden. Mit der neuen Verordnung werden unter anderem strengere und zusätzliche Grenzwerte für Blei in Gewürzen und Wildpilzen festgelegt (Verordnung EU 2021/1317). Aber auch Getreideprodukte und Gemüse können trotz relativ geringer Bleigehalte zur Aufnahme beitragen, da sie häufig verzehrt werden. Für die meisten Salzsorten gilt nun ein Höchstgehalt von 1,0 Milligramm pro Kilogramm. ■

### NEWS IN EINEM SATZ

In den Filialen der Schwalmtaler Bäckereikette Kamps gibt es jetzt nur noch Fairtrade zertifizierten Kaffee • Der Verband deutscher Großbäckereien hält an seiner Selbstverpflichtung fest, den Salzgehalt bei verpacktem Brot auf durchschnittlich 1,1 Gramm pro 100 Gramm Fertigware bis zum Jahr 2025 zu senken und setzt damit die Handwerksbäcker unter Zugzwang • Statt wie bisher abseits vom Geschehen in der Bäckerhalle integriert die Internorga im kommenden Jahr die Aussteller der Bäcker- und Konditoren-Branche in der Halle A3, in direkter Nähe zu Kaffee- und Snackkonzepten • Berliner Lebensmittelbetriebe, auch Bäckereien, müssen gemäß dem neuen „Saubere-Küchen-Gesetz“ ab 2023 die Ergebnisse von Hygienekontrollen gut sichtbar aushängen – in Form eines Farbbalkendiagramms von Rot bis Grün, auch bezeichnet als Lebensmittelüberwachungstransparenzbarometer • Backhaus Licht (neun Filialen plus Verkaufswagen) aus Balgheim/Baden-Württemberg erweitert seine Backstube, ebenso Bäckerei Sporkmann (13 Filialen in Bottrop/NRW) • Die Corona-Arbeitsschutzverordnung wurde bis zum 24. November verlängert und verpflichtet jetzt die Arbeitgeber, Beschäftigte über die Risiken einer Corona-Erkrankung und die Möglichkeiten, sich impfen zu lassen, zu informieren, die Betriebsärzte bei betrieblichen Impfangeboten zu unterstützen sowie Beschäftigte fürs Impfen freizustellen • Hans-Jochen Holthausen von Harry-Brot erhält den Paech-Preis 2021 unter anderem für die Weiterentwicklung der Backwarenherstellung hinsichtlich Produktqualität und Organisation – er stehe für Modernisierung des Backens • Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sind die Umsätze im Gastgewerbe im ersten Halbjahr 2021 um minus 36 Prozent zurückgegangen, daher schätzt der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie, dass der Außer-Haus-Konsum von Speiseeis in den ersten sechs Monaten 2021 ähnlich rückläufig gewesen ist • Die Bakery-Snack-Kette Le Crobag hat im Kölner Hauptbahnhof einen reinen „Veggie“-Standort eröffnet • Der Deutsche Gewerkschaftsbund fordert einen Mindestlohn von zwölf Euro, denn von 9,60 Euro, die seit Juli 2021 gezahlt werden müssen, könne keiner seine Miete zahlen •





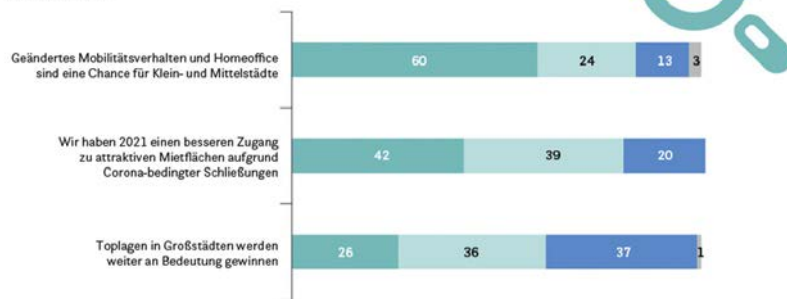
Rewe hat Europas ersten autonom fahrenden Kiosk realisiert. Das Fahrzeug versorgt Passanten in Köln mit 32 verschiedenen Snacks, Sandwiches und Getränken. Ein kurzes Winken reicht und das Auto hält an.

## Expansionstrends: Chance für Klein- und Mittelstädte

Während der Corona-Zeit hat sich das Einkaufs- und Mobilitätsverhalten der Deutschen verändert. Durch die zunehmende Arbeit im Homeoffice wird wieder mehr vor der eigenen Haustüre eingekauft. Mehr als die Hälfte der Expansionsverantwortlichen im Handel sehen diese Entwicklung als Chance für Klein- und Mittelstädte, so das Ergebnis der EHI-Studie zu Expansionstrends im Einzelhandel. ■

### Trends in der Expansion

Anteile in Prozent



■ Stimme (eher) zu ■ Weder noch ■ Stimme (eher) nicht zu ■ k.A.  
n = 106

Quelle: EHI-Whitepaper Expansionstrends 2021

EHI handelsdaten.de EHI Retail Institute®

Mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen sieht einen Bedeutungsverlust der Toplagen in Großstädten. 60 Prozent der Teilnehmenden sehen gute Chancen für Klein- und Mittelstädte. Als relativ krisensicher gelten Fachmarkt-Center, gefolgt von Quartierslagen. Aber auch Mixed-Use-Immobilien werden als „stabile Bank“ erachtet. Bezüglich Stadtkernen in Mittelzentren gehen 43 Prozent der Lebensmittelhändler und 60 Prozent der Gastronomen von einem Bedeutungsverlust aus. Als potenziell großer Verlierer kristallisieren sich die Shopping-Center und Nebenlagen in Oberzentren heraus.



**NEU IM SORTIMENT!**

*Levain Blé dur*  
Aktiver, lebender, flüssiger  
Hartweizensauerteig



**LESAFFRE**  
DEUTSCHLAND

**IHR SPEZIALIST  
FÜR FERMENTATION!**

**Unsere Starke Marke!**



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

LESAFFRE DEUTSCHLAND GMBH  
Ohmstraße 1, D-77694 Kehl  
[info.lesaffre-de@lesaffre.com](mailto:info.lesaffre-de@lesaffre.com)

# EU plant Gesetz gegen Greenwashing

**Firmen sollen künftig datenbasiert belegen, wie umwelt- und klimafreundlich ihre Unternehmensstrategie wirklich ist.**

**Text:** Paola Rentsch

**G**reenwashing bezeichnet PR-Strategien, die ein Unternehmen umweltfreundlicher darstellen als es tatsächlich ist. Beispielsweise können Bäckereien mit regionalen Zutaten werben, ohne definieren zu müssen, welche Distanz die Rohwaren tatsächlich zurücklegen. Es gibt keine gesetzliche Regelung dafür. Oder ein Betrieb beteiligt sich an Wiederaufforstungsprojekten, um Klimaneutralität zu erlangen, ohne dass Anstrengungen unternommen werden, die Produktion umweltfreundlich umzugestalten, sodass es keine langfristige Strategie für eine ökologischere Produktion gibt. Mit solchen Schönfärbereien sollten Betriebe vorsichtig sein. Denn finden die Verbraucherinnen und Verbraucher heraus, dass sie getäuscht wurden, führt dies schnell zu einem Vertrauensverlust in die Marke oder das Unternehmen. Ein Boykott der Marke ist in den sozialen Medien schnell aufgerufen.

## Etikettenschwindel

Die EU-Kommission geht nun dagegen verstärkt vor. Gemeinsam mit nationalen Verbraucherschutzbehörden hat sie Internet-Auftritte von Unternehmen nach ökologischer Schönfärberei durchforstet. In 42 Prozent der untersuchten

Fälle waren die umweltbezogenen Angaben übertrieben, falsch oder irreführend. In mehr als der Hälfte der Fälle stellte das Unternehmen keine ausreichenden Informationen zur Verfügung, um die Angaben beurteilen zu können. Bereits im Januar erklärte EU-Justizkommissar Didier Reynders hierzu: „Ich begrüße Unternehmen, die sich um die Herstellung umweltfreundlicher Produkte oder Dienstleistungen bemühen. Allerdings gibt es dort auch skrupellose Anbieter, die mit vagen, falschen oder übertriebenen Angaben die Verbraucher täuschen. Die Kommission wird entschlossen gegen ökologischen Etikettenschwindel vorgehen.“ Dieses Vorhaben nimmt jetzt konkrete Züge an. Bis Ende 2021 will die EU-Kommission die gesetzliche Grundlage schaffen, um Unternehmen zu verpflichten, ihre grünen Behauptungen und den ökologischen Fußabdruck ihrer Produkte anhand standardisierter Quantifizierungsmethoden zu belegen.

## Nachhaltigkeit messen

Eine Methode ist das Messen des Product Environmental Footprint (PEF), also der Nachhaltigkeitsperformance, welche von der EU-Kommission in Kooperation mit Firmen und Um-

weltexperten entwickelt worden ist. Ziel ist es, die Aussagekraft und Vergleichbarkeit der Umwelleistungsbewertung gegenüber bereits vorhandenen Methoden zu verbessern.

Der PEF ermöglicht die Ermittlung aller relevanten Umwelt- und Gesundheitsauswirkungen sowie ressourcenbezogenen Belastungen, die ein Produkt verursacht. Ziele des PEF sind: Reduzieren negativer Umweltauswirkungen des Produktionssystems, Optimieren des Produktionsprozesses, Identifizieren von Problemen, Vereinfachen der B2B- und B2C-Kommunikation, Verbreiten der Umwelleistungsbewertung durch geringen Aufwand sowie Einsparen von Kosten bei der Umweltanalyse.

Diese standardisierte Methodik befand sich von 2013 bis 2019 in der Pilotphase und seit 2019 in der Übergangsphase. Das ifu Hamburg war an der Pilotphase und Ausarbeitung der Product Environmental Footprint Category Rules (PEFCRs) beteiligt. Die ifu-Umweltingenieure und -Verfahrenstechniker beraten Betriebe zu PEF und unterstützen sie dabei, Geschäfts- und Produktionsprozesse umweltfreundlicher, sowie kosten- und ressourceneffizient umzugestalten. ■

Gemeinsam –  
aus Leidenschaft

SERVICE-CLUB

MEISTERMARKEN



Ulmer Spatz

ALLES IN BESTFORM



Entdecken Sie den  
**SERVICE-CLUB** auf  
**The World of Baking**

CSM Deutschland GmbH



www.csmingredients.com |  www.theworldofbaking.com

**CSM**  
INGREDIENTS

# Mehlqualitäten *verstehen*

**Eine geringere Ernte und unterschiedliche Qualitäten verteuern den wichtigsten Rohstoff der Bäcker. Auch die Charakteristik und Backeigenschaft von Weizen- und Roggenmehl fallen etwas anders aus als im vergangenen Jahr.**

Text: Paola Rentsch

**D**ie Getreideernte fällt in diesem Jahr geringer aus als erhofft. „Zahlreiche Hagel und Starkregen haben uns gezeigt, dass die Landwirte die Auswirkungen des Klimawandels direkt zu spüren bekommen“, sagt der Präsident des Deutschen Bauernverbandes, Joachim Rukwied. Es wurde weniger Winterweizen (21 Millionen Tonnen) und Roggen (drei Mio. Tonnen) geerntet als im Frühjahr erwartet. Auch global sind Erntedefizite bei Weizen, Raps und Soja zu erwarten. Gleichzeitig werden die Lagerbestände knapp, da die Nachfrage, insbesondere in China, weiter ansteigt. Dennoch wird die Erntemenge in Deutschland ausreichen, um die heimischen Mühlen zu rund 95 Prozent mit Getreide zu versorgen. Allerdings zu einem wesentlich höheren Preis.

## Mehl wird teurer

Der Erntebericht von Bundesministerin Julia Klöckner weist eine Steigerung der Erzeugerpreise für Weizen und Roggen von gut 35 Prozent aus im Vergleich zum Vorjahr. Der Preis für Hartweizen, der Rohstoff für die Nudelproduktion, hat sich mehr als verdoppelt. Der Brotweizen lag Ende August bei 219 Euro pro Tonne (August 2020: 160 Euro) und der Preis für die Futtergerste kletterte auf 193 Euro pro Tonne (2020: 142 Euro). Beim Raps fällt die Steigerung mit rund 50 Prozent noch höher aus und beträgt derzeit 543 Euro pro Tonne – fast 200 Euro

mehr als vor einem Jahr. Gründe sind die stark gestiegenen Betriebsmittelkosten der Landwirte sowie Spekulationen an der Börse. Wegen der schlechten Ernteprognosen für wichtige Anbauländer sind an den Rohstoffbörsen in Paris und Chicago enorme Preissprünge zu verzeichnen. Auch die hohen Strompreise und die CO<sub>2</sub>-Abgabe auf fossile Brennstoffe treiben die Kosten der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft nach oben. Die regional sehr unterschiedliche Qualität des Brotgetreides schraubt den Preis des Mehls ebenfalls nach oben. Denn laut Verband der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft (VGMS) müssen die Mühlenbetriebe einen großen Aufwand betreiben, um geeignete Getreidepartien für die Mehl- und Hartweizengrieß-Produktion zu beschaffen. Das Hektolitergewicht des Getreides deutet an, dass die Mehlausbeute geringer ausfallen wird. Auch der Anteil an Schmachtkörnern ist laut VGMS höher als sonst. Ähnlich sieht es beim Roggen aus. Das heißt: Es müssen mehr ungeeignete Körner aussortiert werden, sodass die Mühlen mehr Getreide vermahlen müssen, um dieselbe Menge Mehl herzustellen.

## Charakteristik und Backeigenschaft

Um mit den neuen Mehlen qualitativ hochwertige Backwaren herstellen zu können, ist es entscheidend, die Charakteristiken und Backeigen-