



Auf dem Weg zum erfolgreichen Bäcker mit ökologischen Backwaren

Fünf Berichte aus der Praxis
sowie Hintergrundinformationen, Tipps, Rezepturen, Kontaktadressen und
viele mehr



Inhalt

Die Vermarktung von ökologischen Backwaren	4
Praxisbericht: Bäckerei Scholderbeck, Weilheim	4
Der Markt	6
 Der Beginn der Produktion ökologischer Backwaren	 8
Praxisbericht: Bäckerei Salzer, Bad Elster	8
Was ist zu beachten beim Einstieg in den Markt für ökologische Backwaren?	9
Checkliste zum Einstieg in den Markt für ökologische Backwaren	11
 Sortiment, Produktion und Zutaten	 12
Praxisbericht: Bäckerei Schubert, Augsburg	12
Sortimentsentwicklung und –strategie	14
Das Wichtigste in Kürze	15
Rezeptbeispiel	17

Rohstoffe — Markt und Möglichkeiten	20
Praxisbericht: Bäckerei Lorenz, Ostfriesland	20
Ökologische Rohstoffe	20
Die Kontrolle	22
Praxisbericht: Bäckerei und Konditorei Baier, Herrenberg	22
Ohne Öko-Zertifizierung keine Öko-Vermarktung	23
Das Kontrollsystem gemäß Verordnung (EWG) Nr. 2092/91	24
Unterstützung und Beratung	25
Die Anbauverbände des ökologischen Landbaus	26
Weitere Info-Quellen	27

Diese Broschüre gibt Ihnen einen kurzen Überblick über die Chancen und Anforderungen bei der handwerklichen Herstellung von ökologischen Backwaren. Anhand von fünf Beispielen aus der Praxis wird erläutert, was bei der Planung und Produktion zu beachten ist. Tipps zur Vermarktung und Sortimentsgestaltung finden Sie ebenso wie Hintergrundinformationen zur Rechtslage.

Weitere Informationen erhalten Sie bei der Bäcker-Hotline unter 0180-1000745 (Mo-Do, 9-12 Uhr, 4,6 Cent/min) oder bei den Adressen ab Seite 26.

Die Vermarktung von ökologischen Backwaren

Praxisbericht: Bäckerei Scholderbeck, Weilheim

„Die Nische, in der wir angefangen haben, ist größer geworden,“ sagt Eve Neubold-Sigel, die mit ihrem Mann Bernd Sigel seit knapp 10 Jahren die traditionsreiche Bäckerei Scholderbeck im schwäbischen Weilheim unter Teck betreibt. Als die jungen Eheleute 1993 in den elterlichen Betrieb Bernd Sigels eintraten und ihn kurz danach übernahmen, war noch nicht abzusehen, wie sie ihre Ideen und Träume im alltäglichen Berufsleben umsetzen könnten.

Geprägt war Bernd Sigel einerseits von der Friedens- und Umweltbewegung der 80er Jahre und andererseits von der anspruchsvollen elterlichen Backkunst. Die exzellente handwerkliche und betriebswirtschaftliche Ausbildung hatte er mit Wanderjahren in verschiedenen Bäckereien abgerundet. Sensibilisiert durch die Allergienprobleme der Ehefrau machte er sich daran, sein Können und seine Erfahrung in die Praxis umzusetzen. Die Sigels nahmen Kontakt zu örtlichen Bioland-Bauern



Südländisches Flair verbreitet das Backhaus in Kirchheim.

auf und begannen Rezepturen für Brote aus ökologischen Rohstoffen zu entwickeln. Bei allem Bemühen um Ökologie stand von Anfang an die sensorische Qualität der Brote, also Geschmack und Genuss, im Mittelpunkt. Schon nach einem halben Jahr bot sich die erste Chance zur Betriebserweiterung, als den Sigels im Nachbarort Kirchheim ein Laden angeboten wurde. Auf tagelangen Reisen quer durch Deutschland wurden interessante Bäckereien besichtigt, um Ideen zu sammeln. Die Familie Sigel entwickelte daraufhin ein eigenes Konzept, dass mit Kollegen und Fachleuten diskutiert wurde: Eine Filiale, die ausschließlich Backwaren aus ökologischer Erzeugung anbietet. Intensiv unterstützt von einem Berater ließen sich die Sigels dann auf dieses Wagnis ein. Anfangs schien es so, als sollten Neider und Spötter Recht behalten. „Es war hart, am Abend mit 500 oder mit 300 Mark abzurechnen,“ erinnert sich Eve Neubold-Sigel heute.

Erfolgreiche Konzepte



Hier backt der Chef: Bernd Sigel am Holzofen im ‚Backhaus‘.

Mittlerweile hat sich das Scholderbeck-Konzept, das gekennzeichnet ist von kompromissloser handwerklicher Qualität, breiter Diversifikation in der Vertriebsstruktur und einer soliden regionalen und sozialen Verankerung, durchgesetzt. In Kirchheim, Weilheim und Umgebung gibt es sechs Verkaufsstellen, drei davon mit angeschlossener Backstube. Da gibt es die bereits erwähnte ‚Biofiliale‘, die als Naturkostladen mit Vollkorn-Backwaren startete und heute auch ökologische Backwaren aus Auszugsmehl verkauft. Als nächstes kam ein Dorfladen dazu, der als Alleinversorger im 1600-Seelenort Ohmden dem entspricht, was heute als Convenience-Store bezeichnet wird. Hier werden konventionelle und ökologische Backwaren angeboten. Die Ohmdener freuen sich insbesondere darüber, dass sie hier Backwaren aus dem im Dorf erzeugten Getreide kaufen können.

Dann erfolgte ein großer Schritt in eine Kirchheimer TA-Lage, mitten in die Fußgängerzone. Weil in der kurzen Vorbereitungszeit die Produktion in Weilheim nicht erweitert werden konnte, wurde die ansässige Backstube gleich mitübernommen. Hier wird bis heute ein breites ökologisches Sortiment aus Auszugsmehl gebacken. Die Eröffnung eines Shops in der Vorkassenzzone eines neugebauten Supermarktes am Weilheimer Ortsrand stellte wieder andere Anforderungen.

Und als letzte Neuentwicklung wurde die Tochterfirma ‚Backhaus‘ gegründet. In einer Randlage der Kirchheimer Innenstadt entstand eine bis ins Detail durchdachte Holzofenschaubackerei mit Café. Hier wird täglich vor den Augen der Kunden im direkt beheizten Holzofen ein ökologisches Backwarensortiment gebacken, dessen Schwerpunkte auf dem traditionellen genetzten Brot und mediterranen Spezialitäten wie Baguette, Ciabatta, Pizzen u.ä. liegen.

In all den Jahren wurde zum einen im Laden am Stammsitz, dem Scholderplatz in Weilheim, das Naturkostangebot erweitert, zum anderen auch das Liefergeschäft an Naturkost- und Hofläden in der Region aufgebaut. Am mehrmals vergrößerten ursprünglichen Betriebsitz, wird das ökologische Vollkornbrot und das konventionelle Backwaren- und Konditoreisortiment produziert. Das am Anfang aus drei Sorten Brot bestehende ökologische Sortiment wurde zu einem umfangreichen Angebot erweitert, das heute neben einer Vielzahl verschiedener Vollkorn- und Auszugmehlbrote auch Klein- und Feingebäck, Kuchen und herzhafte Snacks bietet. Das konventionelle Sortiment besteht nur noch aus wenigen Brotsorten, klassischem Standard-Kleingebäck wie Tafelbrötchen oder Brezeln und einem sehr breiten und tiefen Angebot an feinen Konditoreiwaren.

Regional erste Wahl

„Unser Ziel ist die Verarbeitung von 500 Tonnen ökologisch erzeugtem Getreide im Jahr,“ sagt Bernd Sigel selbstbewusst und fügt lächelnd hinzu: „Das haben wir schon damals gesagt, als wir bei 50 waren. Heute sind wir immerhin bei 300 Tonnen.“

120 Tonnen konventionelles Mehl, die außerdem im Jahr verbacken werden, stammen ausschließlich aus der näheren Umgebung und werden von einem ortsansässigen Müller gemahlen. Bernd Sigel legt seit Jahren auch im ökologischen Bereich großen Wert auf den Bezug von regional angebautem Getreide und stellt das in der Werbung entsprechend heraus. „Ich mach das eigentlich aus purem Egoismus, weil ich will, dass es hier so bleibt wie’s ist. Wir haben wunderschöne Streuobstwiesen, wir haben eine kleinräumige, abwechslungsreiche Landwirtschaft, das ist einfach schön. Das kann nur so bleiben, wenn die Bauern zu einem vernünftigen Preis verkaufen können. Deshalb muss der Nutzen hier bleiben.“ Da passt es gut dazu, dass die Bäckerei Scholderbeck ökologisch wirtschaftende Bauern beim Anbau alter Getreidesorten wie Emmer und Einkorn bestärkt und unterstützt, indem sie von Anfang an die Abnahme der kompletten Ernte zusicherte.



Für das Auge und für die Zunge ein Genuss: Frisches Gebäck aus dem Holzofen.

Diese Getreidesorten sind im Interesse einer abwechslungsreichen und vielseitigen Ernährung insbesondere für Menschen mit Weizenallergie interessant. Verglichen mit heutigen Weizensorten sind sie allerdings ertragsschwach. Nachdem die Bauern gesehen haben, dass der Absatz klappt, wird inzwischen genügend Emmer angebaut, um ganzjährig Emmerbrot anbieten zu können.

Zukunftsorientiertes Management

Es versteht sich fast von selbst, dass die Sigels bei der Betriebsführung auf die „klassischen Bausteine des modernen Managements“ zurückgreifen. Der gesamte Betrieb hat eine klar definierte Struktur, jeder der über 80 Mitarbeiter hat eine Stellenbeschreibung, die seinen Verantwortungsbereich festlegt. Zur Teamsitzung treffen sich die Leiterinnen und Leiter der einzelnen Bereiche alle sechs bis acht Wochen, um die Aktionen und Vorhaben der folgenden drei Monate zu besprechen. Die EDV ist modern und leistungsfähig und liefert alle Daten, die für die Geschäftsführung wichtig sind.

„Wir haben ganz am Anfang, als wir noch keine Filialen aber viel Zeit hatten, in der Verwaltung, der Produktion und bei der Personalführung Strukturen geschaffen, die für die damaligen Verhältnisse eigentlich zu groß waren.“

Als sich dann die Chance zur Expansion bot, konnten wir schnell zugreifen. Wir haben unsere Hausaufgaben gemacht und wir hatten auch eine Menge Glück,“ lacht Bernd Sigel.

Profil mit ökologischen Backwaren

Auf die Frage, wie die Einführung des ökologischen Sortimentes anfang, antwortet Eve Neubold-Sigel: „Wir waren ständig am Erklären, was das ist ‚biologisch‘ und warum wir das gut finden. Es gehört einfach auch Überzeugung dazu. Und wenn einer das nicht hat, das Herzblut für die Sache und die handwerkliche Qualifikation, dann soll er besser nicht mit Bio anfangen.“



Auch heute noch „mit Herzblut“ im Verkauf: Eve Neubold-Sigel

„Wir haben immer zuerst überlegt, was wir können und was wir wollen. Dann haben wir ein Konzept erarbeitet und darum gekämpft, dass es läuft.“ Mit ihrem individuellen Auftritt scheint die Bäckerei Scholderbeck gut gerüstet für die kommenden Jahre. „In erster Linie muss das Produkt stimmen. Und dass die Philosophie dann auch noch stimmt, das ist nur Zusatznutzen. Aber diese Kombination macht uns stark und unverwechselbar, und mit diesem Weg haben wir die anfänglich sehr schmale Bio-Nische in unserer Region enorm verbreitert.“

Informationen zum Betrieb unter www.scholderbeck.de

Der Markt

Der Marktanteil von ökologisch erzeugten Lebensmitteln lag im Jahr 2002 in Deutschland bei 2,3%, das entsprach einem Umsatz von ca. 3 Milliarden Euro. Ökologisches Brot und Backwaren haben am Backwarenmarkt einen Anteil von etwa 3%. Die Entwicklung des Marktes für ökologische Produkte verlief in den vergangenen Jahren als Reaktion auf einzelne Ereignisse teilweise sehr stürmisch. Über einen längeren Zeitraum weist dieses Marktsegment ein langsames, aber stetiges Wachstum auf.

Kleiner Anteil – Große Chance

Der bisher eher kleine Anteil der ökologischen Produkte am gesamten Backwarenmarkt kann für bestimmte Betriebe eine große Bedeutung bekommen. Selbstbewusste, handwerklich ambitionierte Betriebe mit breitem ökologischem Angebot und überdurchschnittlicher Kundenanbindung halten selbst bei großer Konkurrenz durch Großbäcker und Discounter ihren Umsatz oder haben noch Zuwächse. In Lagen mit hoher Kundenfrequenz und guter Kaufkraft können sogar Läden mit ausschließlich ökologischen Backwaren mit der konventionellen Konkurrenz mithalten.

Wer kauft ökologische Backwaren?

Ökologische Backwaren sind längst keine reinen Nischenprodukte mehr. Mittlerweile sagen ca. 20 Prozent der deutschen Bevölkerung, dass sie in den nächsten zwölf Monaten den Anteil von ökologischen Produkten am Einkauf erhöhen wollen, 60 Prozent wollen weiterhin gelegentlich ökologische Produkte einkaufen. Nur 20 Prozent haben gar kein Interesse daran.

Umfragen belegen außerdem, dass von den an ökologischen Produkten interessierten Käuferschichten ein um 20 – 30% höherer Mehrpreis durchaus akzeptiert wird.

Um zu ermitteln, wie viele Kunden ein geplantes ökologisches Sortiment kaufen würden oder wie ein bestehendes Sortiment optimiert werden kann, empfiehlt sich eine Kundenbefragung in der Filiale.



Jeden Tag ist ‚Gläserne Produktion‘ im Backhaus in Kirchberg.

Bio-Siegel und Warenzeichen

Bei der Gestaltung des Marktauftrittes können die bekannten Warenzeichen der Anbauverbände, die man als Vertragspartner nutzen kann, und das staatliche Bio-Siegel sehr hilfreich sein. Ein Betrieb, der sich im ökologischen Bereich neu profilieren will, kann von Anfang an vom Bekanntheitsgrad dieser Siegel und dem Vertrauen, das sie bei den Verbrauchern genießen, profitieren.



Absatzwege

Als Absatzwege für ökologische Backwaren bieten sich neben den betriebeigenen Verkaufsstellen auch Stände auf ausgewählten Wochenmärkten an, evtl. in Kooperation mit einem ökologisch arbeitenden Landwirt oder Händler. Daneben kommen Lieferungen an Wiederverkäufer (Naturkost- und Hofläden, Lieferservice, spezialisierte Großhändler), Einrichtungen der Gemeinschaftsverpflegung (Großküchen in Krankenhäusern, Tagesstätten, Mensen) und einzelne Gastronomiebetriebe in Frage.

Kundeninformation ist wichtig

Um dem überdurchschnittlichen Informationsbedürfnis der ökologisch orientierten Kundschaft gerecht zu werden, sollten verschiedene Kunden-Informationen zur Verfügung gestellt werden. Eine vollständige Zutatenliste für alle ökologischen Produkte ist sehr wichtig und sollte ständig aktuell gehalten werden. Die Angabe der Zutaten auf der Vorder- oder Rückseite der Preisschilder hat sich bewährt. Darüber hinaus kann in Anzeigen in der Lokalpresse, in redaktionellen Artikeln, mit Flyern oder einem Aufdruck auf den Brottüten der individuelle Ansatz des Betriebes im ökologischen Bereich vorgestellt werden. Eine originelle und witzige Präsentation erhöht die Werbewirksamkeit.

Die Organisation von gemeinsamen Aktionen rund um das Thema ökologische Backwaren (Hofbesichtigungen, Verkostungen) mit Landwirten und Lieferanten, der örtlichen Krankenkasse oder Volkshochschule stellen einen engen Kontakt zu den Kunden her und binden diese an den Betrieb.

Wie Fehler bei der Vermarktung vermieden werden

Die ökologischen Backwaren dürfen vom Verkaufspersonal nicht als Fremdkörper behandelt werden. Hier kann man immer wieder schlecht geschulte Verkäuferinnen erleben, die zwischen ‚normalem‘ Brot und ‚dem biologischen‘ unterscheiden. Eine solche Klassifizierung ist nicht verkaufsfördernd. Das Personal im Verkauf sollte dem ökologischen Sortiment gegenüber unbefangen sein, durch Schulungen sollten positive Verkaufsargumente vermittelt werden.

Ein hektischer oder schlecht vorbereiteter Einstieg in die Vermarktung ökologischer Backwaren bedingt in manchen Fällen, dass die Trennung des ökologischen und des konventionellen Bereiches nicht sofort durchgängig und für den Kunden nachvollziehbar funktioniert. Insbesondere in hektischen Stoßzeiten wird oftmals nicht genügend Wert auf eine klare und unmissverständliche Deklaration gelegt. Hier muss von Anfang an ein leicht handhabbares System der Auszeichnung und getrennten Lagerung entwickelt werden.

Wenn nicht ausreichend Platz ist, um die Präsentationsflächen der einzelnen Qualitäten grundsätzlich getrennt festzulegen, muss das Personal beim Umräumen und Auffüllen von Regalen und Körben die Preisschilder stets aktualisieren. Zweifel und Missverständnisse bei den Kunden entstehen sehr leicht und sind sehr schwer wieder auszuräumen. Der, insbesondere in der Anfangsphase, möglicherweise schleppende Verkauf der ökologischen Backwaren bedingt in manchen Betrieben, dass diese Produkte auf verschiedene Art und Weise ‚frisch‘ gehalten werden. Die meisten dieser Methoden sind nur beschränkt geeignet, die Qualität zu fördern bzw. wenigstens zu erhalten. Aus diesem Grund sollte unbedingt darauf geachtet werden, dass den ökologischen

Backwaren von Anfang an ein aussichtsreicher Platz im Sortiment eingeräumt wird. In der Praxis hat es sich durchaus bewährt, nicht ständig alle Sorten des ökologischen Sortiments frisch im Angebot zu haben, sondern täglich wechselnd zwei Sorten zu backen und dann, jede Sorte über einen bis zwei Tage gestreckt, zu verkaufen.

Ökologische Backwaren hervorheben, ohne dem konventionellen Sortiment zu schaden



Mit frischen Backwaren gefüllte Regale, da macht Einkaufen Spaß!

In einer Bäckerei, die sowohl konventionelle als auch ökologische Backwaren anbietet, sind der Gegenüberstellung der beiden Qualitäten naturgemäß Grenzen gesetzt. Die Darstellung der Vorzüge der einen Methode darf nicht zu einer Abwertung der anderen Methode führen. Das bedeutet in der Praxis, dass bei der Kundenansprache nur die Vorteile der jeweiligen Anbaumethode angesprochen werden sollten, während sich eine detaillierte Darstellung der Nachteile nicht empfiehlt. So können bei Produkten aus ökologischer Erzeugung vor allem die positiven Effekte auf den Umwelt- und Naturschutz und die schonende Verarbeitung angesprochen werden. Bei konventionellen Produkten wird man eher auf die Vielfalt des Angebotes, die niedrigen Preise und die individuellen Eigenheiten der Gebäcke achten.

Acht gute Verkaufsargumente für ökologische Backwaren

1. Ökologische Landwirtschaft bedeutet nachhaltiges Wirtschaften im Einklang mit der Natur.
2. Ökologische Rohstoffe werden mit hofeigenem Dünger in natürlichen Kreisläufen erzeugt, das bewahrt und schützt unsere Umwelt.
3. Ökologische Rohstoffe werden ohne gentechnisch veränderte Organismen und ohne synthetische Dünger oder Pflanzenschutzmittel erzeugt.
4. Ökologisches Brot wird mit traditionell langen Teigführungen hergestellt, das bringt Geschmack und lange Frischhaltung.

5. Vollkornbackwaren aus ökologischen Rohstoffen sind wegen dem optimalen Erhalt der wertgebenden Inhaltsstoffe des vollen Kornes eine gute Basis für eine gesundheitsbewusste Ernährung.
6. Ökologische Backwaren bieten zusätzliche Sicherheit hinsichtlich Herkunft und Qualität, durch die Kontrolle der zuständigen Öko-Kontrollstellen und ggfs. der Verbände des ökologischen Landbaus.
7. Ökologische Backwaren, hergestellt mit regional erzeugten Rohstoffen, sichern Arbeitsplätze und die Kaufkraft der Region.
8. Ökologische Backwaren, hergestellt mit regional erzeugten Rohstoffen, tragen dazu bei, dass die Existenz zahlreicher Bauern und eine abwechslungsreiche Kulturlandschaft erhalten bleiben.



Der Beginn der Produktion ökologischer Backwaren

Praxisbericht: Bäckerei Salzer, Bad Elster

„Als wir mit Bio angefangen haben, habe ich gemerkt, dass es einfach besser schmeckt. Das hat mich selbst überrascht,“ sagt Stefan Salzer, der im Kurort Bad Elster im sächsischen Vogtland eine Bäckerei mit Konditorei, zwei Cafés und ein Hotel betreibt.

Sofort nach der Wende hat er den Betrieb, der von seinen Eltern bereits zu DDR-Zeiten als Konditorei und Feinbäckerei betrieben wurde, übernommen und kräftig investiert. Schon im ersten Jahr wurden die Backstube und der Laden samt kleinem Cafe modernisiert. 1996, zum 40-jährigen Betriebsjubiläum, erfolgte die Grundsteinlegung für das Hotel ‚Obere Mühle‘. Dort wurden auch ein Café, ein Restaurant und die Schaukonditorei integriert.

1997 führte die Gesundheitsreform zu einem drastischen Rückgang der Gästezahlen und stürzte viele Kurorte in die Krise. Seitdem kämpft Stefan Salzer oft an mehreren Fronten, um seinen Betrieb abzusichern. „Manchmal bin ich nicht nur Konditor, sondern auch Koch, Barkeeper oder Animator“ sagt er lachend und man merkt, dass ihm diese Rollen durchaus Spaß machen. Er ist froh, dass er in der Backstube gute Mitarbeiter hat, die ihm den Rücken frei halten und auch den Aufgaben bei der Einführung des ökologischen Vollwert-Backwaren-Sortiments gewachsen waren.

„Man muss zusammenarbeiten“

„Erfahrene Fachkräfte sind für die ökologische Produktion unabdingbar,“ davon ist der Konditormeister überzeugt. Zu Beginn haben Konditorei und Bäckerei ökologische Vollwert-Produkte entwickelt. Diese wurden

dann bei einer Hausmesse im Mai 2002 den Kunden vorgestellt. Der wichtigste Kunde für Stefan Salzer ist die ortsansässige Klinik für Naturheilverfahren, die sehr großen Wert auf eine vollwertige Ernährung ihrer Patienten legt. In enger Abstimmung mit den in der Klinik tätigen Ernährungswissenschaftlern wurde das Sortiment, das neben Brot auch eine breite Palette an Kuchen und anderen feinen Gebäcken umfasst, festgelegt.

Bereits vor zwei Jahren hatte Stefan Salzer schon einmal versucht, in seinem Betrieb ökologische Backwaren einzuführen. Damals stieß er auf kein großes Interesse bei der Kundschaft. Jetzt hat er es, in enger Zusammenarbeit mit seinem Großkunden im ökologischen Bereich, noch einmal versucht. „Mittlerweile sind auch unsere Kunden bereit, ökologische Backwaren zu kaufen. Ich bin sehr angenehm überrascht über die positive Resonanz.“

Bei der Vorbereitung der Produktion ökologischer Backwaren wurde Stefan Salzer von der Rolle-Mühle aus Waldkirchen im Erzgebirge, die die ökologischen Rohstoffe liefert, mit Beratung und Werbematerial tatkräftig unterstützt. Auch die Berater des Vereins ‚Öko-Löwe‘ aus Leipzig, die im Auftrag des sächsischen Landwirtschaftsministeriums beratend tätig sind, halfen mit. Sie vermittelten weitere Bezugsquellen und stellten den Kunden die Zusammenhänge des ökologischen Landbaus mit Videovorträgen dar. „Das schafft man als Betrieb nicht allein, da muss man zusammenarbeiten. Die Beraterin der Rolle-Mühle hat mich auch darauf gebracht, das ökologische Sortiment nicht nur einer kleinen Zielgruppe anzubieten. Über den guten Geschmack sind erst mal alle Kunden ansprechbar, auch wenn natürlich nicht alle dabei bleiben,“ berichtet Stefan Salzer über seine Überlegungen.



Ökologischer Vollwert-Kuchen wird in der Schaukonditorei hergestellt.

Möglichst naturbelassen und ursprünglich

Auch nach einem Jahr ist die Sortimentsentwicklung im ökologischen Bereich noch nicht abgeschlossen. ‚Das geht nicht von heute auf morgen, da muss man alles mehrfach ausprobieren bis die Qualität stimmt.‘

Neben verschiedenen Brotsorten wird auch ein abwechslungsreiches Kuchen- und Feingebäcksortiment hergestellt. Die hohen handwerklichen Anforderungen kommen für Stefan Salzer insbesondere aus dem Vollwert-Anspruch. ‚Es soll alles möglichst naturbelassen und ursprünglich verarbeitet werden. Weißer Zucker ist tabu und wurde durch Honig ersetzt.‘ Auch der Umgang mit einem Drei-Stufen-Sauerteig war für den Betrieb neu. Aber die Ergebnisse sind so überzeugend, dass man heute überlegt, auch im konventionellen Bereich den Trockensauer durch selbstgeführten Sauerteig zu ersetzen. Angeboten werden die ökologischen Backwaren im Laden und in den beiden Cafés des Betriebes, der Produktionsrhythmus wird zur Zeit noch von den Bestellungen des Großkunden, der Klinik für Naturheilverfahren, bestimmt.

‚Im Feingebäck- und Konditoreibereich haben wir schon immer mit traditionellen Handwerksmethoden gearbeitet und auf Farb- oder

Konservierungsstoffe verzichtet. Mit der neuen ökologischen Vollwert-Schiene können wir diese Philosophie unseren Kunden gut vermitteln. Bekannte sprechen mich seit Jahren darauf an, warum wir das nicht offensiver vermarkten,‘ umreißt Stefan Salzer eines der Ziele.

Gesundheitsbewusste Kunden

‚Wir haben hier im Ort eine Stammkundschaft, die seit Jahrzehnten bei uns einkauft. Daraus entsteht auch eine Verpflichtung und Verantwortung, reelle Ware anzubieten,‘ beschreibt Stefan Salzer sein Credo, an dem er auch unter den derzeit widrigen Bedingungen festhält. Die starke Konkurrenz überregionaler Großbäcker hat die Preise für Backwaren sinken lassen, der Markt wird immer enger. Gut, dass es im Kurort Bad Elster mit den Ärzten und Angehörigen anderer Heil- und Pflegeberufe eine an ökologischen Vollwert-Backwaren interessierte Kundschaft gibt.

Weitere Informationen unter www.das-hotel-in-bad-elster.de

Was ist zu beachten beim Einstieg in den Markt für ökologische Backwaren?

Betriebs- und Marktanalyse

Am Anfang der Überlegung, mit der Herstellung und Vermarktung ökologischer Backwaren zu beginnen, sollte eine detaillierte und offene Analyse des eigenen Betriebes und seines Umfeldes durchgeführt werden. Die Gestaltung des Auftretens im ökologischen Bereich hängt entscheidend vom bisherigen Marktauftritt des Betriebes ab. Eine Imageanalyse kann hier wichtige Erkenntnisse liefern. Dabei wird zunächst die wirtschaftliche und personelle Situation des Betriebes im Mittelpunkt stehen. In der Anfangsphase müssen für Planung, Rezeptur- und Konzeptentwicklung und für die Schulung der Mitarbeiter Vorleistungen erbracht werden.

Es ist zu klären, ob die Lage der einzelnen Verkaufsstellen, die jeweilige Kundenstruktur wie auch die gesamte Struktur der erreichbaren Bevölkerung den Absatz von ökologischen Backwaren begünstigen. Ein städtischer Standort mit einem hohen Anteil von jungen Familien mit Kindern und eher überdurchschnittlichem Einkommen wird sich in der Regel positiv auf den Absatz der ökologischen Backwaren auswirken.

Ein ländlicher Standort mit eher älterer Bevölkerung mit eher unterdurchschnittlichem Einkommen wird dagegen den Absatz von ökologischen Backwaren zumeist nicht erleichtern. Es muss geprüft werden, welche Mitbewerber im ökologischen Marktsegment beachtet werden müssen. Marktbereiche, die bereits von Mitbewerbern erfolgreich bedient werden, sind sicherlich schwieriger zu besetzen. Das gilt z.B. für die Positionierung mit dem Warenzeichen eines bestimmten

Anbauverbandes oder für die Möglichkeit, potenzielle Wiederverkäufer zu beliefern. Es ist zu bedenken, ob beim Marktauftritt im ökologischen Bereich vor allem der eigene Name im Vordergrund stehen soll und ob das staatliche Bio-Siegel oder die Warenzeichen der Anbauverbände genutzt werden sollen.

Dem Finden und Prüfen möglicher neuer Vertriebswege muss viel Aufmerksamkeit gewidmet werden. Naturkostorientierte Fachgeschäfte, kooperationsbereite Direktvermarkter (Hofläden, Abo-Service), Großküchen und Gastronomiebetriebe kommen hier in Frage. In diese Phase sollte unbedingt ein Fachberater einbezogen werden. Hier stehen sowohl von Innungen und Anbauverbänden, als auch von Großhändlern und aus dem freien Beraterbereich erfahrene Fachleute zur Verfügung.

Zum Abschluss dieser Vorüberlegungen sollten von der Geschäftsführung das Ziel und die Strategie für die Einführung von ökologisch erzeugten Produkten definiert werden.

Ein Ziel ist beispielsweise die Festlegung des Zeitraumes, in dem die ökologischen Backwaren einen bestimmten Umsatzanteil erreichen sollen. Die Strategie beschreibt, in welchen Sortimentsbereichen ökologische Produkte angeboten werden, wie sie vermarktet und beworben werden sollen.

Warentrennung in Lager, Produktion und Verkauf

Es ist zu prüfen, ob die räumlichen Voraussetzungen in Lager, Produktion und Verkauf ausreichend Platz für die Schaffung getrennter Bereiche bzw. für die Verarbeitung getrennter Chargen bieten. Völlig getrennte Lagerräume sind am Anfang in der Regel nicht nötig, eine klare Aufteilung ist aber sowohl bei den Rohstoffen als auch im Verkauf erforderlich.

In der Produktion muss gewährleistet sein, dass eine ausreichende und nachvollziehbare Chargentrennung erfolgen kann. Es muss die Möglichkeit bestehen, die ökologischen Artikel zeitlich getrennt von den konventionellen zu verarbeiten. Auch für die in Produktionsräumen gelagerten Rohstoffe muss eine Lösung gesucht werden, die Verwechslungen und Vermischungen ausschließt (separater Zutatenwagen für ökologische Rohstoffe, separater Lagerbereich für ökologische Zutaten, klare Kennzeichnung).

Größere Investitionen sind zumeist nicht erforderlich. Wenn allerdings beabsichtigt wird, das Getreide direkt vor dem Backen frisch zu vermahlen, ist eine Mühle nötig. Im Verkauf muss die Möglichkeit bestehen, die ökologischen Backwaren so zu präsentieren, dass eine eindeutige Unterscheidung von den konventionellen Backwaren gegeben ist. Wichtig dafür ist eine klare Kennzeichnung, die Präsentation sollte in einem geschlossenen Block oder in einem separaten Regal erfolgen.



Eine sinnvolle Kombination: Osttiroler Steinmühle für Vollkornbrot und Zentrofan-Mühle (im Hintergrund) für Feingebäck.

Mitarbeiter

Die Mitarbeiter sollten bereits in die Vorüberlegungen zur Produktion ökologischer Backwaren einbezogen werden. Bei den Mitarbeiter in der Produktion müssen die wichtigsten Grundlagen des traditionellen Bäckerhandwerks (Sauerteigführungen, auf die Mehlqualität abgestimmte Knet- und Verarbeitungsmethoden) vorhanden sein oder in Schulungen vermittelt werden. Handwerkliches Können und Erfahrung sind auch die Voraussetzungen, um auf die eventuell schwankenden Rohstoffqualitäten angemessen reagieren zu können.

Im Verkauf müssen die Mitarbeiter offen und kommunikationsbereit sein. Wer ökologische Backwaren mit spitzen Fingern anfasst und das ‚Normale‘ nur im konventionellen Bereich sieht, der wird hier Schwierigkeiten mit der glaubhaften Präsentation haben.

In speziellen Schulungen für Verkäuferinnen, wie sie zum Beispiel die Anbauverbände Demeter und Bioland mittlerweile anbieten, können die Mitarbeiter auf die neugierigen Fragen der an ökologischen Backwaren interessierten Kundschaft vorbereitet werden. Um den Einstieg in die ökologische Produktion erfolgreich zu gestalten, müssen alle Mitarbeiter diesen Weg entschlossen mitgehen.

Gefragt sind die individuellen und kreativen Fähigkeiten der einzelnen Mitarbeiter und des ganzen Betriebes. Diese zu aktivieren ist die Basis für den Erfolg.

Checkliste zum Einstieg in den Markt für ökologische Backwaren

1. Betriebsanalyse

- Finanzielle, personelle und räumliche Ressourcen müssen in ausreichendem Umfang vorhanden sein. Für den Einstieg sind Vorleistungen notwendig.
- Prüfen, ob und in welcher Weise ökologische Backwaren zum eigenen Marktauftritt und Sortiment passen. Ein handwerkliches Image und ein eher hochpreisiges Gesamt-Sortiment passen gut zum Angebot eines ökologischen Backwaren-Sortiments.
- Die Lage der Verkaufsstellen bewerten. Geeignet sind vor allem Innenstadtlagen mit hoher Kundenfrequenz.
- Die bestehenden Vertriebswege analysieren, ob es Absatzmöglichkeiten für ökologische Backwaren gibt.
- Kontakt zu den Fachberatern (Innungen, Verbände, Lieferanten) suchen.

2. Marktanalyse

- Kundenstruktur (Kaufkraft, Bedürfnisse) erforschen, eventuell Kundenbefragung durchführen
- Bevölkerungsstruktur analysieren
- Mitbewerber beobachten und einschätzen
- Neue Vertriebswege suchen und prüfen
- Kontakt zu potenziellen Rohstoff-Lieferanten und ggf. Anbauverbänden suchen

3. Direkte Vorbereitung

- Den Marktauftritt im ökologischen Bereich gestalten
- Verbandszugehörigkeit, Nutzung des Bio-Siegels prüfen
- Werbematerial entwickeln

- MitarbeiterInnen einbeziehen
- Ziel und Strategie formulieren, sowohl für den Auftritt nach außen, als auch für den internen Betrieb
- Mitarbeiter in der Produktion schulen
- Sortiment planen und Rezepturen entwickeln oder anpassen
- Mitarbeiter im Verkauf schulen
- Testproduktionen und evtl. Testverkäufe durchführen

4. Aktion zum Beginn der ökologischen Produktion

- Planung der Aktion (Verkostung, Sonderverkauf) rechtzeitig beginnen.
- Lieferanten einbeziehen
- Informationsmaterial bereitstellen (Flyer, Zutatenlisten etc.).
- Presse ansprechen
- Werbung in örtlicher Presse und in den eigenen Verkaufsstellen rechtzeitig starten

5. Weitere Verkaufs-Aktionen und Sortimentsentwicklung

- Das ökologische Sortiment weiterentwickeln und nach Kundeninteresse ausweiten.
- Mit saisonalen Artikeln oder Aktionsangeboten das Sortiment lebendig halten.
- Kundeninfos aktualisieren.
- Zusammenarbeit und Kooperation mit örtlichen ökologisch wirtschaftenden Landwirten suchen.
- Zusammenarbeit mit Krankenkassen, Volkshochschulen, Umweltverbänden usw. suchen.



Sortiment, Produktion und Zutaten

Praxisbericht: Bäckerei Schubert, Augsburg

„Der Anteil von Öko-Backwaren in unserer Produktion - derzeit ca. 90% - soll auf 100% gesteigert werden (...)“ so steht es in der Umwelterklärung 2000 der Bäckerei Schubert in Augsburg.

Das hätte sich Heinrich Schubert, der heutige Seniorchef, nicht träumen lassen, als er 1973 begann, ökologische Brote zu backen. Aus den 30 Broten in der Woche ist mittlerweile ein breites Backwarensortiment mit über 30 verschiedenen Brotsorten geworden, für das jährlich über 350 Tonnen Getreide aus ökologischer Erzeugung verarbeitet werden.

1980 fiel in der Bäckerei Schubert die Entscheidung, die Produktion von ökologischen Backwaren auszuweiten und sich so in Augsburg ein zweites Standbein und ein unverwechselbares Gesicht zu schaffen.

Ein Jahr später wurde im Augsburger Stadtmarkt, mitten in der City, die erste ‚Bio-Vollwert-Filiale‘ eröffnet. Das Angebot war anfangs beschränkt auf Vollkornprodukte, die den Vorgaben der Schöpfer des Vollwertgedankens (Bruker, Kollath u.a.) entsprachen. 1990 folgte am Königsplatz die zweite Filiale dieser Art. Insgesamt hat die Bäckerei Schubert heute sieben eigene Filialen in Augsburg und eine in München. Außerdem werden mit eigenen Fahrzeugen etwa 50 Wiederverkäufer beliefert und über Fachgroßhändler im Raum München werden weitere 50 Wiederverkäufer erreicht.



Eine Filiale mit einem breiten Sortiment in ökologischer Qualität betreibt die Bäckerei Schubert im Augsburger Stadtmarkt.

Vollwert im Vordergrund

„Für uns war immer der Vollwert-Gedanke im Vordergrund, also Techniken und Rezepturen zu finden, mit denen wir Vollkorngebäck mit möglichst naturbelassenen Zutaten in einer anspruchsvollen sensorischen Qualität herstellen können“. Um dies zu gewährleisten

wird die eigene Getreidevermahlung mit einer Zentrofanmühle und einer speziell angefertigten Osttiroler Steinmühle durchgeführt. So kann sowohl feinstes Vollkornmehl als auch Vollkornschat aller Art frisch gemahlen werden.

Bei der Produktion besann man sich auf traditionelle Verfahren wie den Einsatz von Vorteigen und Brühstücken, auf verlängerte Teigruhen und erhöhte Teigausbeuten, auf kühle Teigführungen und auf mehrstufige Sauerteigführungen, die den Hefeinsatz überflüssig machen.

Insgesamt wurde in den vergangenen 30 Jahren sehr viel entwickelt und getestet. Hier kam Heinrich Schubert seine solide und umfassende handwerkliche Ausbildung ebenso zu Gute wie seine ausgeprägte Neugier für Fragen der Philosophie und der Ernährung.

Öko-Anteil ausweiten

„Wir haben uns vorgenommen, den Öko-Anteil am Sortiment jährlich um ein Prozent zu erhöhen,“ berichtet Frank Schubert, der Juniorchef, und so steht es auch im Maßnahmenplan des betrieblichen Umweltprogramms, das der Betrieb vor zwei Jahren aufgestellt hat.



Bei Schubert zuständig für die Brotfrischhaltung: Die Anlage zur Herstellung von Brühstücken.

Um dieses Ziel zu erreichen, wurden im Frühjahr 2003 die Weißmehlsbrotmischungen und das restliche Kleingebäcksortiment komplett auf ökologische Rohstoffe umgestellt und damit konventionelles Weißmehl vollständig aus der Backstube verbannt. Die Brötchenanlage kommt auch mit dem ökologischen Weißmehl gut zurecht, das Backmittel mischen sich Schuberts nach eigenen Versuchen aus Einzelkomponenten, die mittlerweile alle in ökologischer Qualität erhältlich sind. ‚Die Bio-Semmeln sind manchmal sogar ein bisschen besser, als es die konventionellen waren,‘ sagt Frank Schubert nicht ohne Stolz auf das Erreichte. ‚Das Wichtigste ist, dass man gemeinsam mit den Mühlen die Mehlgüten definiert. Dabei geht es nicht nur um die Klebermenge, sondern auch um Kleberqualität, um Enzymtätigkeit, also um eine ganze Palette von Qualitätskriterien. Die muss der Müller sicherstellen. Das ökologisch erzeugte Getreide ist ja inzwischen viel besser geworden.‘

Schon seit einigen Jahren wird ein Brot-Sortiment aus ökologischem Weißmehl gebacken. Aber den Weißmehl-Boom im ökologischen Bereich hat man bei Schuberts nicht gespürt. Es werden immer noch dreimal mehr Vollkornprodukte verkauft als Produkte aus Weißmehl. Das liegt sicher auch an der guten sensorischen Qualität der Vollkornprodukte, die wenig Wünsche offen lässt und von den Kunden in hohem Maße honoriert wird.

Demeter, Bioland und EG-Bio

Mischbrote aus Roggen und Emmer werden in Demeter-Qualität hergestellt, Weizen- und Weizenmischbrot tragen auf der Brotmarke das Warenzeichen ‚Bioland‘. Das gesamte Dinkelsortiment wie auch das gesamte Klein- und Feingebäck wird ohne Warenzeichen, nur mit Bezug auf die EU-Öko-Verordnung angeboten, obwohl der größte Teil des dafür verarbeiteten Getreides ebenfalls von Mitgliedsbetrieben der Anbauverbände erzeugt wird.

So behält man sich aber die Möglichkeit vor, auf zu starke Qualitätsschwankungen, die es in der Vergangenheit immer wieder gab, durch Zukauf von besseren Qualitäten anderer ökologischer Herkunft reagieren zu können, was insbesondere im Feingebäck-Bereich bisher unverzichtbar scheint. Mit diesem stark gegliederten Angebot hat die Bäckerei Schubert einen Weg gefunden, auf der einen Seite dem regional zur Verfügung stehenden Getreideangebot und auf der anderen Seite den speziellen Wünschen einzelner Kundengruppen gerecht zu werden. Die Trennung gelingt dadurch, dass die verschiedenen Rohstoffe jeweils nur in einer Qualität eingekauft werden bzw. jeweils mit der niedrigeren Qualitätsbezeichnung ausgelobt werden. So wird Verbandsware in bestimmten Bereichen ‚nur‘ als EU-Bio-Ware vermarktet. Weizen stammt aus Bioland-Erzeugung, Emmer und Roggen kommt von Demeter-Betrieben, bei Dinkel wird mindestens EU-Bio-Qualität eingesetzt.

In konventioneller Qualität werden vor allem Torten und andere Artikel der feinen Konditorei hergestellt. Frank Schubert hat keine Zweifel, dass er auch diese Artikel ohne große Schwierigkeiten in ansprechender Qualität aus den bereits vorhandenen ökologischen Rohstoffen herstellen könnte. Allerdings wären für das höhere Preisniveau wohl keine Kunden zu finden. So lange man noch in kleineren Stadtteilen Filialen betreibt, die keine ausreichende Kundenfrequenz für eine vollständige Umstellung haben, wird man diese konventionellen Artikel brauchen. Als Perspektive ist allerdings vorgesehen, solche Filialen zu schließen und neue Standorte zu suchen, die eher dem erklärten Betriebsziel entsprechen.



Die Standortfrage

Die Bäckerei Schubert hat sich zum Marktführer in Sachen ökologische Backwaren im Raum Augsburg entwickelt, auch in München braucht sie den Vergleich nicht zu scheuen. Das klar definierte Ziel der Komplettumstellung scheint erreichbar. ‚Wir konzentrieren uns auf die wirklich guten Standorte, wo wir genügend Kunden finden, die unser Angebot annehmen. An anderen Standorten arbeiten wir sehr gerne mit einem fachkundigen Partner aus der Branche zusammen, da haben dann beide was davon,‘ sagt Frank Schubert, zufrieden mit einer Entwicklung, die er seit seinem Eintritt in die Geschäftsführung maßgeblich mitgeprägt hat.

Weitere Infos: Bäckerei Schubert, Augsburg-Hochzoll, Tel: 0821/61011

Sortimentsentwicklung und –strategie

Entsprechend dem Ergebnis der individuellen Überlegungen wird der Einstieg in den ökologischen Bereich von jedem Betrieb anders gestaltet. Der mit einem Direktvermarkter kooperierende Betrieb wird zunächst eher an ein traditionelles Sortiment denken. Ein Betrieb, der in seinem Marketing vor allem auf Naturkostkunden zielt, wird sich mit hohem Vollkornanteil, einem ausgewählten Spezialsortiment und dem Warenzeichen eines bekannten Anbauverbandes positionieren.



Die ökologischen Vollwert-Kuchen und -Torten müssen den Vergleich nicht scheuen.

Ein möglicher Weg für eine Sortimentsentwicklung im ökologischen Bereich könnte wie folgt aussehen:

1. Schritt: Vollkornbrot in ökologischer Qualität

Bei Aufnahme der Produktion ökologischer Backwaren wird der Teil des Spezialbrotsortiments, der aus Vollkornbroten oder ‚vollkornähnlichen‘ Broten besteht, auf ökologische Rohstoffe umgestellt. Hierzu sind bei einfachen Vollkornbroten in der Regel keine großen Entwicklungsarbeiten nötig.

Mit der Umstellung bereits eingeführter Brotsorten ist sichergestellt, dass sinnvolle Chargengrößen hergestellt werden können. Dies erlaubt, dass die ökologischen Brote bei der Preisgestaltung nicht zu weit von den konventionellen Broten entfernt liegen und die Umstellung von den Kunden angenommen wird.

2. Schritt: Alle Spezialbrote in ökologischer Qualität

Beim zweiten Schritt wird geprüft, in wie weit sich der Rest des Spezialbrotsortiments für eine Umstellung eignet. Hier werden in der Regel verschiedene Vormischungen oder Fertigmehle im Einsatz sein, so dass eine Umstellung der Rezepturen einiger Entwicklungsarbeit bedarf und Veränderungen in Geschmack und Aussehen nicht vollständig zu verhindern sind.

Dabei scheint ein behutsames und schrittweises Vorgehen sinnvoll zu sein. Der Vorteil einer Gesamtumstellung des Spezialbrotsortiments liegt

darin, dass bestimmte Zutaten wie Schrote und Ölsaaten nur noch in ökologischer Qualität gelagert werden müssen.

3. Schritt: Kleingebäck in ökologischer Qualität - Vollkorn oder Weißmehl

Auch im Kleingebäckbereich scheint für den Verbraucher der Zusatznutzen ‚Gesundheit‘ wichtig zu sein. Das Hauptkaufargument ist aber auch hier Geschmack und Frische. Es sollte geprüft werden, welche Artikel in überzeugender Qualität aus Vollkornmehl hergestellt werden können und bei welchen eher eine Mischung mit Auszugsmehl oder auch pures Auszugsmehl zum Zuge kommen sollte. Gut geeignet als Vollkornbackwaren sind Allgäuer Seelen, Schweizer Bürl, Roggenfladen und ähnliches. Im Bereich Saaten- und Mehrkornbrötchen sind Mischungen aus Vollkornschrot und Auszugsmehl empfehlenswert. Damit können eingefahrene Essgewohnheiten und Erwartungen besser bedient werden. Wichtig bei solchen gemischten Produkten ist die korrekte Bezeichnung. Der Kunde sollte leicht erkennen können, ob er ein Vollkorn- oder ein Mischprodukt vor sich hat.

4. Schritt: Alle Dinkelgebäcke in ökologischer Qualität

Wenn zuerst nur eine einzelne Getreideart umgestellt werden soll, wird das in der Regel Dinkel sein. Dinkel hat gerade bei gesundheitsbewussten Verbrauchern ein sehr gutes Image. Außerdem lässt sich das mit Dinkel hergestellte Sortiment leicht abgrenzen. Nachdem bei der Entwicklung des Kleingebäckbereichs, vielleicht auch schon beim Spezialbrot, ökologisch erzeugtes Auszugsmehl im Betrieb Einzug gehalten hat, stellt sich die Frage, ob auch ökologisches Brot aus Auszugsmehl hergestellt werden soll. Ökologische Brote aus Auszugsmehl sind optisch kaum von den konventionellen Broten zu unterscheiden. Deshalb sollte die Umstellung erst erfolgen, wenn sich der Betrieb ein gewisses Renomee und Vertrauen bei den Kunden erarbeitet hat und wenn intern die Lagertrennung und die Produktion einwandfrei funktionieren.



5. Schritt: Brot und Kleingebäck nur noch in ökologischer Qualität

Der endgültige Schritt, mit dem Brot und Kleingebäck, eventuell auch noch Teile des Feingebäcks, oder gar das ganze Sortiment, komplett auf ökologische Produktion umzustellen, wird erst nach mehreren Jahren ‚Umstellungszeit‘ und unter ganz individuellen Bedingungen erfolgen können. Der eine Betrieb wird versuchen, nur noch Verkaufsstellen mit komplett ökologischem Angebot an besonders geeigneten Standorten (ökologisch orientierte Wochenmärkte, Umfeld von Waldorfschulen oder Universitäten, andere gute Lagen mit einem Kundenkreis mit überdurchschnittlichem Einkommen) zu betreiben. Der andere wird möglicherweise die eigenen Verkaufsstellen ganz aufgeben und nur noch als Lieferant für Großküchen und Wiederverkäufer auftreten.

Und dem Dritten gelingt es, durch beharrliche Überzeugungsarbeit einen Großteil der Kunden bei der Umstellung ‚mitzunehmen‘, so dass er weder den Standort noch das Vertriebssystem grundlegend ändern muss. In der Praxis sind die beschriebenen Varianten auch in verschiedenen Mischungen anzutreffen. Die aufwändige Trennung der verschiedenen Qualitäten in Produktion und Verkauf fällt dann weg, der Marktauftritt wird einfacher und klarer. Bevor sich jedoch ein Betrieb so stark in einer Nische positioniert, sollte er prüfen, ob diese Nische genug Platz und Verdienstmöglichkeiten bietet.

6. Schritt: Neue Sortimentsbereiche in ökologischer Qualität

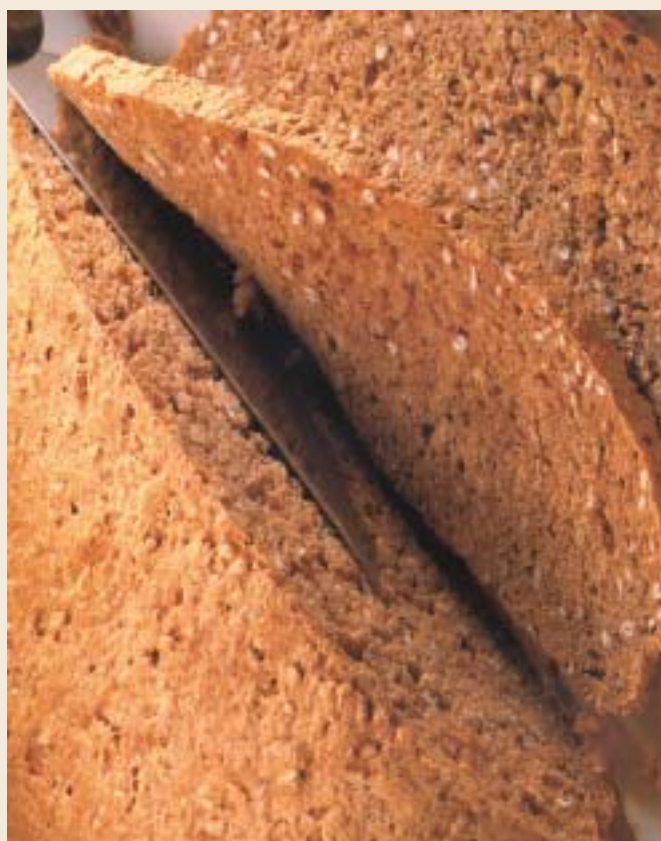
Ökologische Backwaren sind heutzutage nicht mehr zwingend Vollwert-Backwaren, in dem Sinne wie die Vordenker der Vollwert-Ernährung diesen Begriff definiert haben. Dazu gehört, dass das Getreide erst direkt vor der Teigbereitung vermahlen wird und alle anderen Zutaten so naturbelassen wie möglich eingesetzt werden.

Der Aufbau einer solchen Vollwert-Schiene kann neue Kunden ansprechen. Daneben ist auch ein Spezialsortiment für Allergiker und Menschen mit ernährungsbedingten Krankheiten überlegenswert. Sortenreine Dinkel- oder Roggenbrote, hefe- oder glutenfreie Brote und Backwaren oder solche mit reduziertem Salzgehalt bieten sich an.

Das Wichtigste in Kürze

Zutaten

Gemäß EU-Öko-Verordnung müssen alle landwirtschaftlichen Zutaten aus ökologischer Erzeugung eingesetzt werden. Die im Anhang VI,C der EU-Öko-Verordnung aufgezählten Ausnahmen spielen im Bäckereibereich



fast keine Rolle. Mittlerweile sind alle wichtigen Zutaten für Backwaren aus ökologischer Erzeugung erhältlich. Lediglich im feinen Konditoreibereich wird man noch auf einzelne Lücken stoßen, z.B. bei Spirituosen, Aromen, exotischen Früchten und Gewürzen.

Auch Brötchenbackmittel, Saatenvormischungen und Trockensauer in Öko-Qualität werden von verschiedenen Herstellern angeboten und können bei der Herstellung spezieller Gebäcke hilfreich sein oder zum rationellen Arbeiten beitragen.

Allerdings besitzen die ökologischen Zutaten zum Teil andere technologische Eigenschaften als die gewohnte konventionelle Ware. Die Sicherstellung der kontinuierlichen Getreide- und Mehllqualität ist für den Müller sehr viel schwieriger, da die gängigen Mahlbehandlungsmittel (Ascorbinsäure, Enzyme, etc.) im ökologischen Bereich zwar gemäß EU-Öko-Verordnung zulässig wären, aber durch die Richtlinien der meisten deutschen Anbauverbände untersagt sind.

Beim Backgetreide ist zu beachten, dass nicht nur die Klebermenge entscheidet, sondern auch die Kleberqualität, der Enzymgehalt, die Korngröße der Mehlpartikel, das gesamte Mahlverfahren, die Lagerzeit und viele andere Faktoren eine Rolle spielen. Da die Analytik und die Qualitätsanforderungen einzelner Müller oder Großhändler sehr unterschiedlich sind, lassen sich hier keine allgemeingültigen Kriterien formulieren.

Auch Zutaten wie Margarine, Butter oder Honig sind aus ökologischer Erzeugung naturnäher, das bedeutet weniger stark ver- oder bearbeitet und deshalb den natürlichen Schwankungen direkter unterworfen.



Ökologisches Lupinenmehl wird als Bestandteil des Brötchenbackmittels eingesetzt.

Produktion

Bei der Herstellung von ökologischen Backwaren stehen die gängigen Hilfs- und Zusatzstoffe, die der Verbesserung von Geschmack, Frischhaltung und Maschinengängigkeit dienen, nicht zur Verfügung. Der Bäcker ist gezwungen, diese Wirkungen mit zulässigen technologischen Mitteln zu erzielen. Hierzu gehört in erster Linie die Führung eines Betriebssauerteiges, der Einsatz von Vorteigen, Quell- und Brühstücken, die Verlängerung von Teigruhe und Zwischengare und evtl. auch der Einsatz von Altbrot. Die Mitarbeiter in der Produktion müssen fachlich in der Lage sein, mit diesen Methoden zu arbeiten und sie den wechselnden Bedingungen anzupassen.

Angesichts der oftmals aufwändigen Herstellung ist es um so wichtiger, das Sortiment so zu gestalten, dass rationelle Chargen produziert werden können. Bei kleinen ‚unrentablen‘ Chargen wächst das Risiko sowohl von Fehlern in der Teigführung als auch von unzulässigen Vermischungen durch unsauberes, hektisches Arbeiten.

Sortimentsgestaltung

Bei der Entwicklung bzw. Erweiterung des ökologischen Sortiments muss stets auf eine klare Trennung der konventionellen und ökologischen Bereiche geachtet werden. Sinnvoll ist die Umstellung von ganzen Produktgruppen. So ist die unterschiedliche Qualität für den Kunden gut nachvollziehbar und die Trennung in Lager und Produktion leichter umzusetzen.

Nur wirklich ausgereifte Rezepturen, bei denen sowohl hinsichtlich der Rohstoffe, als auch in der Produktion die kontinuierliche Qualität sichergestellt ist, sollten ins Sortiment aufgenommen werden.

Keine Parallelproduktion, das heißt, es sollte nicht die gleiche Gebäcksorte in konventioneller und ökologischer Qualität hergestellt werden. Das ist in der Produktion schwer zu trennen und im Verkauf nicht vermittelbar.

Ein kleines, übersichtliches Sortiment, das entsprechend der Jahreszeit und den Bedürfnissen der Kunden angepasst wird, kommt besser an als ein großes und unübersichtliches, das viele Artikel enthält, die nur in kleinen Mengen aber mit großem Aufwand hergestellt werden.



Rezept-Beispiele

Reines Vollkorn-Dinkelbrot, im Kasten gebacken

Brühstück

Dinkelflocken	1,50 kg
Wasser	3,75 kg
gesamt	5,25 kg

Flocken am Vorabend mit kochendem Wasser übergießen

Sauerteig

Dinkelschrot	2,00 kg
Anstellgut 2 %	0,04 kg
Wasser	1,40 kg
gesamt	3,40 kg

z.B. DEF TA 170, TT 28°, TR 16 Std. oder nach betriebseigenem Schema versäuern

Hauptteig

Brühstück	5,25 kg
Sauerteig	3,40 kg
Dinkelschrot, fein	6,50 kg
Salz	0,20 kg
Hefe	0,10 kg
Wasser	3,70 kg
gesamt	19,15 kg

Teigtemperatur: 25°C

Knetzeit: 12 - 15 Min. langsam, evtl. nach 15 Min. Ruhe noch 1 - 2 Min. schnell

Teigruhe: 30 Min.

Teigeinlage: 1180 g

Aufarbeitung:

In feinem Schrot wälzen, in Kästen

Stückgare:

45 Min., nach 30 Min. verhauten lassen, so dass sich auf der Oberfläche feine Risse bilden

Backen:

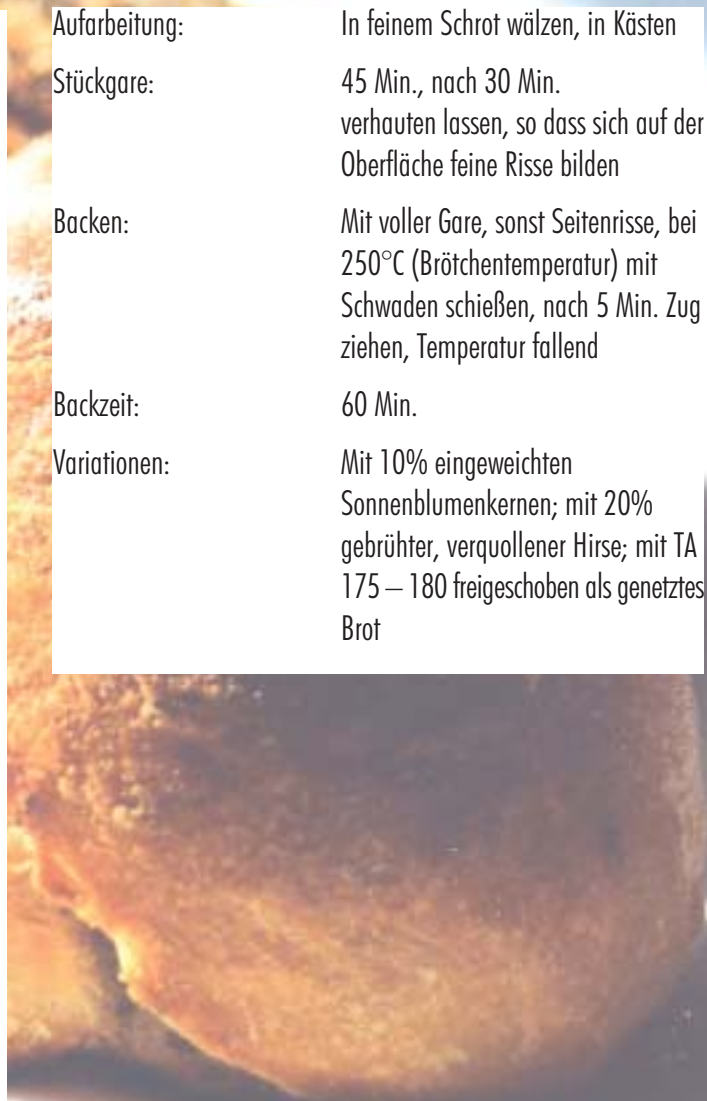
Mit voller Gare, sonst Seitenrisse, bei 250°C (Brötchentemperatur) mit Schwaden schießen, nach 5 Min. Zug ziehen, Temperatur fallend

Backzeit:

60 Min.

Variationen:

Mit 10% eingeweichten Sonnenblumenkernen; mit 20% gebrühter, verquollener Hirse; mit TA 175 – 180 freigeschoben als genetztes Brot



Vollkorn-Seelen, Weizenvollkorng Gebäck

Saatenmischung

Leinsamen	2 Teile
Mohn	2 Teile
Sesam	2 Teile
Kümmel	1 Teil

Teig

Weizenvollkornmehl	10,00	kg
Salz	0,20	kg
Hefe	0,10	kg
Wasser	8,50	l
gesamt	18,80	kg

Teigtemperatur: 20°C

Knetzeit: Mit TA 170 ankneten, Restwasser nach und nach zugeben, insgesamt ca. 10 Min. schnell

Teigruhe: ca. 12 Std. kühl stellen

Teigeinlage: ca. 150 g

Aufarbeitung:

ca. 1 Std. vor dem Schießen auf nassen Tisch, mit Saatenmischung dicht bestreuen, nach Teigruhe mit nassen Händen Seelen abstechen, ca. 20 cm lang, auf Bleche oder Abzieher (mit Backpapier oder -folie)

Backtemperatur:

Bei 260°C (10°C über Brötchentemperatur) mit Schwaden schießen, Temperatur fallend

Backzeit:

20 Min., mit kräftiger Kruste ausbacken

Variation:

Aus Dinkel-Vollkornmehl herstellen; Saatenmischung verändern, z.B. Kürbiskerne oder Leinsamen pur oder Kümmel und Salz

Hefekranz, Weizen-Feingebäck

Teig

Weizenmehl T 550	10,00	kg
Honig (oder Zucker)	1,20	kg
Butter	1,00	kg
Eier	1,00	kg
Salz	0,10	kg
Hefe	0,30	kg
Milch	6,00	l
gesamt	19,60	kg

Streusel

Butter	0,50	kg
heller Rohrohrzucker	0,60	kg
Weizenmehl T 550	0,80	kg
Zimt, Vanille, Salz		
gesamt	1,90	kg

Teigtemperatur:	22°C
Knetzeit:	5 Min. langsam, 5 Min. schnell, nach 20 Min. TR evtl. eingeweichte Rosinen kurz unterkneten
Teigruhe:	60 Min.
Teigeinlage:	runde Hefekränze pro Strang: 500 g Einstrangzöpfe, Knoten, Kaffeeteilchen mit Streuseln: 100 g

Aufarbeitung:	Nach der TR verwiegen, Stränge vorstoßen, Zwischengare ca. 30 Min., danach ausrollen und flechten, mit Ei abstreichen
Stückgare:	ca. 45 Min., nach Stückgare noch mal mit Ei abstreichen und mit Mandelsplittern bestreuen
Backtemperatur:	Bei 230°C (20°C unter Brötchentemperatur) mit offenem Zug schießen, Temperatur fallend
Backzeit:	ca. 25 Min.
Anmerkung:	große Kränze backen und in Teilen verkaufen, sieht sehr gut aus und schmeckt besser als einzel- ne kleine Zöpfe

Rohstoffe - Markt und Möglichkeiten

Praxisbericht: Bäckerei Lorenz, Ostfriesland

„Wir wollten die Umstellung des benachbarten Landwirtschaftsbetriebes von Garrelt Agena unterstützen, denn wir profitierten ja selbst davon. Seine Ackerflächen grenzen an unser Grundstück und früher konnten wir uns nicht im Freien aufhalten, wenn er spritzte.“ Als der 180 Hektar-Ackerbaubetrieb im Jahr 1990 seine Bioland-Anerkennung erhielt, sah Bäcker Gerhard Lorenz die Chance, gleichzeitig den Nachbarn bei der Vermarktung zu unterstützen und dabei den eigenen Betrieb mit einem Spezialsortiment zu bereichern.

Für ökologisches Brot wurden die Rezepturen umgestellt, dabei bemerkte Gerhard Lorenz, wie abhängig er von den Vormischungen der Industrie geworden war und wie viel Spaß es ihm bereitete, mit Fachwissen und Berufserfahrung etwas Eigenes zu schaffen.

Heute macht der Betrieb Lorenz, der in fünf Filialen auf dem Gebiet der Gemeinde Norden in Ostfriesland seine Backwaren vertreibt, immerhin 60% des Brotumsatzes mit ökologischen Produkten, pro Jahr werden ca. 30 Tonnen ökologisch erzeugtes Getreide verbacken.



Der Landwirt Garrelt Agena und der Bäcker Gerhard Lorenz arbeiten eng zusammen.

Dinkel aus der Windmühle

Weizen und Roggen werden immer noch ausschließlich vom Betrieb Agena bezogen, Dinkel und Dinkelmehl liefert die benachbarte Windmühle Erks. Weitere ökologische Zutaten wie Ölsaaten, Trockenfrüchte und Obstkonserven bringt die BÄKO.

„Die Werbung mit dem regionalen Getreidebezug ist für uns ein wichtiges Standbein. In Anzeigen, auf regionalen Veranstaltungen und bei den Hoffesten von Garrelt Agena treten wir gemeinsam auf. Außerdem beliefern wir, neben anderen Wiederverkäufern, auch den Landwirt mit

Brot. Das ist für beide Seiten ein gutes Geschäft.“

Jahren mit ungünstiger Witterung, wenn die Kleberqualität schlechter und die Enzymaktivität hoch ist, ist der Bäcker mit seinem handwerklichen Können gefordert. Durch Rezeptumstellungen (Erhöhung des Weizen- bzw. des Sauerteiganteils) konnte er diesen Herausforderungen aber bisher immer gerecht werden. Die enge Bindung an den benachbarten Landwirt schränkt die Bäckerei Lorenz bei der Weiterentwicklung des Brotsortiments deshalb auch nicht ein.

„Überzeugungsarbeit an der Ladentheke“

Im Klein- und Feingebäckbereich spielen ökologische Produkte für die Bäckerei Lorenz bisher keine Rolle. Hier scheinen die notwendigen Preiserhöhungen und Sortimentsveränderungen nicht durchsetzbar zu sein. Die ländliche Kundschaft ist auf das gewohnte Sortiment eingeschworen. Lediglich Dauergebäcke wie Sanddortaler oder Dinkelplätzchen haben sich durchgesetzt und neben der ostfriesischen Spezialität ‚Plumtortjes‘, die schon lange in ökologischer Qualität hergestellt wird, einen Platz im Sortiment gefunden. „Heutzutage gibt es fast alle Zutaten aus ökologischer Erzeugung, problematisch für uns sind oft die hohen Mindestbezugsmengen oder der Preis“, benennt Gerhard Lorenz die Hürden bei der Erweiterung des Sortimentes. Und auch an der Ladentheke muss noch kontinuierlich Aufklärungsarbeit geleistet werden, denn „gute Qualität und praktizierten Umweltschutz gibt es nicht zu Niedrigpreisen“, ergänzt Sine Lorenz.

Weitere Informationen unter www.landbaecker-lorenz.de

Ökologische Rohstoffe

Früher und heute

Aus kleinen lokalen Ansätzen hat sich der Handel mit ökologischen Rohstoffen innerhalb von 30 – 40 Jahren zu einem dynamischen internationalen Handelsnetz entwickelt, dessen größte Betriebe heute Umsätze in dreistelliger Millionenhöhe verzeichnen. Was einmal damit begann, dass ein neugieriger Bäcker nach Feierabend bei einem der wenigen ökologisch wirtschaftenden Bauern ein paar Säcke eher schlecht gereinigtes und nicht besonders backfähiges Getreide abholte, stellt heute ein von Insidern wegen seines Wachstumspotenzials viel beachtetes Marktsegment dar. Und während früher schon allein das sehr eingeschränkte Angebot ökologischer Zutaten die Möglichkeiten der ökologisch verarbeitenden Bäcker begrenzte, ist heute zumeist

so viel Rohware am Markt, dass Lieferanten teilweise große Nachlässe einräumen.



Überregionale Großhändler

Bundesweit gibt es mittlerweile ein dichtes Netz von Groß- und Zwischenhändlern, die dafür sorgen, dass jeder Interessierte sowohl mit einem ökologischen Trockensortiment, als auch mit frischer Ware beliefert werden kann, zumindest theoretisch. In der Praxis tauchen dann doch gelegentlich Probleme auf, die aus zu großen Mindestbestellmengen, zu kurzen Mindesthaltbarkeiten oder zu hohen Preisen entstehen.



Regionale Anbieter

Neben diesen überregionalen Großhändlern haben sich im Getreidebereich kleinere Mühlen, Erzeugergemeinschaften und einzelne landwirtschaftliche Betriebe als Lieferanten etabliert. Von diesen Betrieben wird Getreide und Mehl mit einem direkten Bezug zur eigenen Region bzw. zum eigenen Betrieb vermarktet. Weitere Zutaten bezieht man aus dem Großhandel; hier kommen oft auch die Einkaufsgenossenschaften der Bäcker, die mittlerweile auch ein

ökologisches Basis-Sortiment anbieten, als Partner zum Zuge.

Die Wahl des richtigen Partners

Jeder Betrieb muss für sich selbst die passenden Lieferanten und Partner finden. Der Hinweis auf die regionale Erzeugung scheint ein schlagkräftiges und krisensicheres Werbeargument zu sein, andererseits bietet die Belieferung durch den überregionalen Großhandel in der Regel ein sehr viel breiteres Angebot und größere Verhandlungsmöglichkeiten hinsichtlich Preisen und Lieferbedingungen.

Der Aufbau einer Vermarktungskette (Landwirt-Mühle-Bäcker) bietet sich vor allem in ländlichen Regionen an und/oder dort, wo bereits eine regionale Marke am Markt existiert (Beispiel: Back-mein-Brot in Rheinland-Pfalz, Das sächsische Bio-Siegel, Öko-Qualität aus Bayern...). Grundvoraussetzung ist das Vorhandensein entsprechender Partner auf allen Ebenen.

Um glaubwürdig ‚regional‘ zu sein, sollte bei Getreide ein für den Kunden überschaubarer regionaler Einzugsbereich gewählt werden. Betriebe, die in einem städtischen Umfeld beabsichtigen, ein breites ökologisches Sortiment mit Feingebäck herzustellen, werden eher die enge Zusammenarbeit mit einem überregionalen Großhändler suchen, der ihnen alle benötigten Rohwaren aus einer Hand und teilweise in verschiedenen technologischen Qualitäten bieten kann.



Die Kontrolle

Praxisbericht: Bäckerei und Konditorei Baier, Herrenberg

„Seit 1835“ steht im traditionell gestalteten Firmenlogo der Bäckerei und Konditorei Baier, die im Herzen der reizvollen Herrenberger Altstadt in der sechsten Generation ihr Geschäft betreibt. Neben einem breiten Angebot an konventionellen Brot- und Backwaren werden auch verschiedene Demeter-Brote und Kleingebäcksorten angeboten.

Für heute hat sich Heike Renner, Mitarbeiterin der Kontrollstelle ‚Prüfverein Verarbeitung e.V.‘ in Karlsruhe, zur ‚Bio-Inspektion‘ angemeldet. Jochen Baier, der im Januar 2003 das Geschäft von seinem Vater übernommen hat, und somit die Baier Backtradition fortführt, hat sich für den Besuch zwei Stunden freigehalten.

Rezepturprüfung

Herr Baier hat für die Inspektion eine aktuelle Sortimentsliste aller Backwaren vorbereitet, die aktuellen Rezepturen der Demeter-Produkte werden direkt am Bildschirm aufgerufen und geprüft. Nachdem die Inspektorin die Betriebsakte aktualisiert hat und sich an Hand der Rezepturen einen Überblick über das Sortiment und die benötigten Rohstoffe verschafft hat, beginnt der Betriebsrundgang.



Heike Renner und Jochen Baier bei der Inspektion gemäß EU-Öko-Verordnung.

Betriebsrundgang

Dabei lässt sich Frau Renner die Räumlichkeiten entlang des Verarbeitungsweges zeigen und den gesamten Produktionsablauf erläutern. Der Schwerpunkt liegt hierbei auf der eindeutigen Kennzeichnung der ökologischen Produkte und auf einer nachvollziehbaren Trennung zwischen den verschiedenen Qualitäten.

Im Rohwarenlager wird geprüft, ob die vorhandene Rohware vollständig mit Biohinweis, Kontrollstellennummer und Lieferantenadresse gekennzeichnet ist. Herr Baier berichtet, dass es anfangs Probleme mit unzureichend gekennzeichnete Rohware gab, aber nach ein paar Reklamationen und Nachfragen habe der Großhändler seinerseits verstärkt darauf geachtet und ‚seitdem klappt’s‘.

Außerdem überprüft Frau Renner im Lager, ob alle benötigten Zutaten vorhanden sind. Es gibt keine Beanstandungen, selbst das Brotgewürz, von dem nur eine ‚ganz, ganz kleine Menge‘ in eine einzige Brotsorte kommt, ist korrekt gekennzeichnet im Originalgebilde vorhanden. Die Bäckerei Baier produziert das ökologische Sortiment zeitlich getrennt vom konventionellen. Erst wenn alle konventionellen Brotteige aufgearbeitet sind, wird nach Reinigung der Knetter und Arbeitstische mit dem ökologischen Brot begonnen. Auch das Streumehl ist aus biologisch-dynamischer Erzeugung.

Für die Lagerung von ökologischen Zutaten in der Backstube hat die Bäckerei eine gute Lösung gefunden. In einem separaten Wagen sind Schubkästen mit den einzelnen ökologischen Zutaten eindeutig gekennzeichnet. Die Inspektorin ist zufrieden.

Im Laden wird das ökologische Sortiment in einem separaten Teil des Brotregals präsentiert. Große Preisschilder, die auch eine komplette Zutatenliste enthalten, weisen auf die Demeter-Qualität hin und helfen beim Verkaufen. Auf Grund verschiedener Bestreuung sind die ökologischen Brote eindeutig von den konventionellen Broten zu unterscheiden.

Zurück im Büro überprüft Frau Renner zunächst die vorgelegte Lieferantenliste und die zugehörigen Zertifikate.

Warenflussprüfung

Für den Abgleich des Warenstroms hat sich die Inspektorin Dinkelvollkornmehl ausgewählt. Aus der Buchhaltung werden alle Einkäufe erfasst. Unter Einbeziehung von Anfangs- und Endbestand ergibt sich die zur Verfügung stehende Rohwarenmenge. Für den Warenausgang legt Herr Baier die Artikelstatistik vor. Sämtliche Backwaren, die Dinkelvollkornmehl enthalten, werden markiert und gewichtsmäßig erfasst. Über die aus den Rezepturen bekannte Gebäckausbeute errechnet Frau Renner dann den Rohwaren-Bedarf. Als Ergebnis kommt ein leichter Überschuss von 3,5% beim Rohwareneinkauf heraus.

Herr Baier weist darauf hin, dass bei der durchgeführten Berechnung das verarbeitete Streumehl nicht erfasst wurde und gewisse Schwankungen in der Teigfestigkeit und Wasseraufnahme in der

handwerklichen Produktion bestehen. Die Inspektorin ist mit dem Ergebnis der Berechnung zufrieden, dieses bestätigt den schon beim Rundgang gewonnenen Eindruck eines sehr gut organisierten Betriebs. Damit sind alle von der EU-Bio-Verordnung 2092/91 vorgeschriebenen Prüfungen durchgeführt.

Frau Renner füllt den Inspektionsbericht aus und bespricht mit Herrn Baier das Ergebnis. Es gibt keine Beanstandungen, in drei bis vier Wochen wird der Betrieb von der Kontrollstelle die Betriebsanerkennung und ein Zertifikat erhalten.



Prüfung der Rohwarenkennzeichnung

Während der Inspektion wurden auch gleichzeitig die Daten für die Zertifizierung des Betriebes durch den Demeter-Verband erhoben. Auch vom Verband wird Herr Baier in den nächsten Wochen ein Zertifikat erhalten, in dem die Erfüllung der Demeter-Richtlinien bestätigt wird.

Weitere Informationen unter www.baecker-baier.de

Ohne Öko-Zertifizierung keine Öko-Vermarktung

Die Verwendung der Begriffe ‚ökologisch‘ und ‚biologisch‘ im Zusammenhang mit Lebensmitteln ist durch die Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 geschützt. Jeder, der diese Begriffe verwendet, muss sich der ‚Öko-Kontrolle‘ unterziehen.

Öko-Zertifizierung als Bestandteil der internen Qualitätssicherung

Die inhaltlichen Anforderungen der EU-Öko-Verordnung gehen nicht über die Anforderungen eines guten Qualitätssicherungs-Systems hinaus. Mit einer wichtigen Ausnahme: Beim Einsatz von Zutaten, Zusatz- und Hilfsstoffen gibt es erhebliche Beschränkungen. Gegliedert in drei Bereiche soll der qualitätsfördernde Ansatz des Öko-Kontrollsystems aufgezeigt werden:

1. Sicherstellung der Konformität der Rohwaren

Zunächst ist eine kritische Auswahl der Lieferanten sinnvoll und geboten. Zu den allgemeinen Anforderungen wie Zuverlässigkeit und Preiswürdigkeit kommt als Zusatz-Kriterium die Öko-Zertifizierung des Lieferanten. Diese muss von ihm jährlich mit dem aktuellen Zertifikat bestätigt werden.

Bei der Bestellung von Rohwaren wird die Ware selbst und ihre Qualität definiert. Empfehlenswert ist die schriftliche Beschreibung der gewünschten Eigenschaften des Rohstoffs in einer sog. Spezifikation. Im Öko-Bereich muss auf die Öko-Qualität verwiesen werden. Bei der Warenannahme wird die Qualität geprüft.

Hier geht es um die ordnungsgemäße Kennzeichnung, die Unversehrtheit der Verpackung, die Menge und die Qualität des Inhalts, sowie den Abgleich mit der Bestellung und den Lieferpapieren.

Wie auch von anderen Qualitätssicherungs-Systemen wird von der Öko-Kontrolle die Dokumentation der Prüfung erwartet. Dies kann durch die Ablage der unterschriebenen Lieferscheine oder in einem Lagerbuch erfolgen.

Bei der Lagerung steht im Vordergrund, die Qualität zu erhalten. Dies erfordert einen sachgerechten Umgang, zu dem auch die nachvollziehbare Trennung verschiedener Chargen und Qualitäten gehört, wie sie die EU-Öko-Verordnung fordert.



Beim Einsatz von Lagerschutzmitteln im konventionellen Bereich ist unbedingt darauf zu achten, dass die Kontamination von ökologischer Ware ausgeschlossen wird. Auch Spuren innerhalb der zulässigen Grenzwerte können zu erheblichen Problemen hinsichtlich der Öko-Anerkennung führen.

Und zuletzt sollten Menge und Bestände der eingekauften Rohwaren übersichtlich dokumentiert sein, so dass nachvollzogen werden kann, wann welche Charge angeliefert wurde und welche Gesamtmengen bezogen wurden.

2. Verordnungsgemäße und transparente Produktion

Mit schriftlichen Rezepturen wird die Qualität geplant und überprüfbar gemacht. Grundsätzlich fordert die EU-Öko-Verordnung für Öko-Backwaren den Einsatz von Rohstoffen aus ökologischer Erzeugung, die wenigen Ausnahmen sind im Anhang VI in einer Positivliste erfasst. Im Produktionsprozess geht es darum, unvermischte Qualität herzustellen. Deshalb ist auch hier die sorgfältige Chargentrennung zu beachten, eine gründliche Reinigung zwischen den einzelnen Chargen gehört dazu.

Um die hergestellte Qualität zu dokumentieren, ist die Erfassung der Mengen und ein Abgleich der hergestellten mit der geplanten Menge unerlässlich. Auch jede Art von betriebsinternem Controlling braucht diese Kennzahlen als notwendige Grundlage.

3. Eindeutige Deklaration und Präsentation der Fertigwaren

Bei der Auslobung bzw. Etikettierung der Fertigware wird die Qualität gekennzeichnet. Im offenen Verkauf muss eine klare Bezeichnung als ‚ökologisch‘ oder ‚biologisch‘ und eine eindeutige Abgrenzung zu konventionellen Backwaren umgesetzt werden.

Bei Fertigpackungen sind, neben den sonstigen Anforderungen an Etiketten, die eindeutige Öko-Kennzeichnung und die Kontrollstellen-Nummer gefordert.



Klare Kennzeichnung auf dem Preisschild, Präsentation der ökologischen Backwaren im geschlossenen Block.

4. Schlussbemerkung

Wie auch andere Qualitätssicherungs-Systeme stützt sich die EU-Öko-Verordnung auf betriebseigene Maßnahmen.

Die Kontrollstellen prüfen nicht in erster Linie die Konformität der Ware, sondern ob die vom Betrieb ergriffenen Maßnahmen zur Sicherung der Konformität ausreichend sind. Deshalb müssen diese Maßnahmen nachvollziehbar dokumentiert werden. Die Verantwortung für die Konformität liegt beim Betrieb!



Das Kontrollsystem gemäß Verordnung (EWG) Nr. 2092/91

In Deutschland gibt es ca. 20 private Öko-Kontrollstellen, die auf Grundlage der Verordnung (EWG) Nr. 2092/91 arbeiten. Nur ein Teil dieser Kontrollstellen ist bundesweit für die Kontrolle von Verarbeitungsbetrieben zugelassen.

Die Aufsicht über diese privaten Firmen liegt bei den Kontrollbehörden der Bundesländer, seit der 2002 erfolgten Verabschiedung des Ökolandbau-Gesetzes liegt die Zulassung bei der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung.

Interessierte Betriebe haben die Möglichkeit, die Kontrollstelle frei zu wählen. Infos z.B. unter ‚oekolandbau.de‘ oder ‚oeko-kontrollstellen.de‘. Vor Beginn der Vermarktung ökologischer Produkte muss eine Erstinspektion erfolgen. Angemeldete Inspektionen finden einmal jährlich statt, darüber hinaus erfolgen nach Risikobewertung unangemeldete Stichproben.

Als Sanktionen stehen Kontrollstellen und –behörden folgende Maßnahmen zur Verfügung: Aberkennung der Partie, befristete Untersagung der Vermarktung mit Bio-Hinweisen und Bußgeldern (nach Ökolandbau-Gesetz).

Die Kosten für die Zertifizierung belaufen sich auf ca. 400 € im Jahr bei drei Stunden Inspektion, die Abrechnung erfolgt nach Aufwand.



Unterstützung und Beratung

Die heute in Deutschland allgemein anerkannten Verbände des ökologischen Landbaus haben sich aus rein landwirtschaftlich orientierten Vereinen zu Organisationen entwickelt, die auch Verarbeitern und Endverbrauchern offen stehen.



Um das Warenzeichen auf allen Verarbeitungsstufen pflegen und schützen zu können, haben die einzelnen Verbände im Lauf der Zeit detaillierte Verarbeitungsrichtlinien entwickelt. Als Sachverständige und Lobbyisten sind die Vertreter der Verbände an vielen öffentlichen Vorhaben in den Bereichen Landwirtschaft und Ökologie beteiligt. Die Verbände verstehen sich als Interessenvertreter und Förderer der im Bereich der ökologischen Erzeugung und Verarbeitung Tätigen. In dieser Funktion beraten sie die bestehenden Betriebe auf allen Ebenen und bemühen sich gleichzeitig, neue Erzeuger und Verarbeiter zu gewinnen.

Je nach regionalen und inhaltlichen Schwerpunkten ist das Angebot der verschiedenen Verbände so unterschiedlich wie der Bekanntheitsgrad der Warenzeichen. Aber zumindest bei den großen und bekannten Verbänden stehen heute auch für den Bäckereibereich ein erprobtes Vermarktungs-konzept, erfahrene Fachberater und Werbematerial zur Verfügung. Für Neueinsteiger ist die Nutzung eines am Markt eingeführten Warenzeichens und die Zusammenarbeit mit einem regional verankerten Verband in vielen Fällen hilfreich. Die nach Vertragsabschluss fälligen Lizenzgebühren, die je nach Verband unterschiedlich hoch sein können, amortisieren sich in der Regel rasch.

Die Anbauverbände des ökologischen Landbaus

Bioland e.V., Kaiserstraße 18, 55116 Mainz, Tel: 06131-23979-0, Fax: 06131-23979-27, www.bioland.de



Demeter, Brandschneise 2, 64295 Darmstadt, Tel: 06155-8469-0, Fax: 06155-8469-11, www.demeter.de



Gäa e.V., Am Beutlerpark 2, 01217 Dresden, Tel: 035-40123893, Fax: 0351-4015519, www.gaea.de



Naturland e.V., Kleinhaderner Weg 1, 82166 Gräfelfing, Tel: 089-898082-0, Fax: 089-898082-90, www.naturland.de



Biokreis e.V., Regensburger Str. 34, 94036 Passau, Tel: 0851-75650-0, Fax: 0851-75650-25, www.biokreis.de



Biopark e.V., Karl-Liebnecht-Str. 26, 19395 Karow, Tel: 038738-70309, Fax: 038738-70024, www.biopark.de



Ecovin e.V., Wormser Str. 162, 55276 Oppenheim, Tel: 06133-1640, Fax: 06133-1609, www.ecovin.de



Ökosiegel e.V., Barensen Ring 1, 29352 Adelheidsdorf-Großmoor, Tel: 05085-6205; Fax: 05808-1447



Weitere Info-Quellen

- **Info-Hotline**

Informationen zum Thema ökologische Backwaren, Tipps zur Rohstoffbeschaffung, Herstellung und Vermarktung erhalten Sie bei der

Info-Hotline: 0180-1000745

(Zwischen 9:00 Uhr und 12:00 Uhr von Montags bis Donnerstags; 4,6 Cent/ min)

- **Internetportal:**

Alles Wissenswerte zum Thema ökologische Backwaren finden Sie im Internet unter www.oekolandbau.de (Rubrik Verarbeiter / Backwaren)

- **Lieferantenadressen:**

Die Berater der ökologischen Anbauverbände (Adressen auf der vorherigen Seite) nennen Ihnen gerne Lieferanten in Ihrer Nähe.

- **Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks**

Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V., Bondorfer Straße 23, 53604 Bad Honnef, Tel: 02224-77040, Fax: 02224-770440, www.baeckerhandwerk.de

Literatur

Grundlegende Informationen zum Thema Öko-Backwaren:

Dialogpartner Agrar-Kultur (Hrsg.): Ökologische Backwaren Herstellen und Verkaufen, Hugo Matthaes Druckerei und Verlag GmbH & Co. KG, Stuttgart, 1999, ISBN-Nr.: 3-87516-687-6; Preis: 34,00 €

Informationen im Internet

www.oekolandbau.de

www.boelw.de

www.infoXgen.com

www.n-bnn.de

www.biosiegel.de

www.soel.de

www.verbraucherministerium.de

www.oeko-kontrollstellen.de

alles Wissenswerte zum Thema ökologische Backwaren

Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft

Arbeitsgemeinschaft Lebensmittel ohne Gentechnik e.V. (ALOG)

Bundesverband Naturkost Naturwaren e.V.

Informationen zum Bio-Siegel

Stiftung Ökologie & Landbau (SÖL)

Informationen zur EU-Öko-Verordnung

Informationen der Konferenz der Kontrollstellen (KdK)

Impressum:

Herausgeber:

Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE), Ferdinand-Lassalle-Straße 1-5, 53175 Bonn, geschaeftsstelle-oekolandbau@ble.de, gefördert vom Bundesministerium für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft (BMVEL)

Konzeption:

Projektgemeinschaft Mercabio/ Synergie, Polling / Frankfurt, baecker@synergie-online.com

Fotos:

Friedrich Hueber (Bericht Baier), Waltraud Rewerts (Bericht Lorenz), Christoph Ziechaus (Berichte Sigel, Salzer, Schubert)

Gestaltung:

Utime, Bureau für Gestaltung, München

Druck:

Druckerei Rindt, Fulda

Wir bedanken uns bei allen, die durch Rat und Tat die Entstehung dieser Broschüre unterstützt und gefördert haben. Insbesondere bedanken wir uns bei den fünf Betrieben, die uns ihre Türen geöffnet haben und bereit waren, das erarbeitete Know-how weiterzugeben.

Dem Zentralverband des deutschen Bäckerhandwerks danken wir für die freundliche Unterstützung.

