



in Zusammenarbeit mit dem  
**Max Rubner-Institut**  
Institut für Sicherheit und Qualität bei Getreide

# **31. Detmolder Studientage** **für Lehrerinnen und Lehrer an** **berufsbildenden Schulen**

**auf Tour**

**20. – 22. Februar 2017**  
**in Hannover**

**Programm**  
**Rahmenprogramm**  
**Fachbuchausstellung**  
**Teilnehmerverzeichnis**  
**Zusammenfassungen**

## Montag, 20. Februar 2017

10<sup>00</sup> Uhr **Eröffnung** durch **Alexander Henke**, Martin Braun KG, sowie den Vorsitzenden des Ausschusses für Ausbildung der AGF e.V., **Heiner Lucks**, Hannover

### 1. Lebensmittelrecht

10<sup>15</sup> Uhr 1.1. **Alexander Meyer-Kretschmer**, Düsseldorf  
Neue Entwicklungen im Lebensmittelrecht

### 2. Aus- und Weiterbildung

11<sup>00</sup> Uhr 2.1. **Michael Wippler**, Dresden  
Nachwuchs im Bäckerhandwerk: Strukturwandel und Herausforderungen

11<sup>45</sup> Uhr 2.2. **Sven Osterfeld**, Meinersen  
Die Bäcker Ausbildung auf dem Prüfstand – Ein neues Konzept für die schulische Ausbildung

12<sup>30</sup> Uhr **Mittagspause**

### 3. Marketing & Kaufverhalten

13<sup>30</sup> Uhr 3.1. **Nicole Barth**, Hannover  
Marketing, Trendgebäcke, Kaufverhalten

### 4. Praxis

14<sup>15</sup> Uhr 4.1. **Mathias Kinner**, Wädenswil  
Haltbarkeit von Backwaren: Lösungen von Clean Label zu Clear Label

15<sup>00</sup> Uhr **Kommunikationspause**

### 1. Lebensmittelrecht (Fortsetzung)

15<sup>30</sup> Uhr 1.2. **Nadja Schulz**, Berlin  
Fortentwicklung der Leitsätze / Lebensmittelbuchkommission

### 4. Praxis (Fortsetzung)

16<sup>15</sup> Uhr 4.2. **Jochen Gaus**, Lachendorf  
Jochen Gaus – der exzentrische Rebell in der Backstube

18<sup>30</sup> Uhr **Abendevent** im Brauhaus Ernst August, Schmiedestr. 13 in Hannover

*Bitte besuchen Sie auch die ausstellenden Fachbuchverlage:*

**f2m foodmultimedia gmbh, Hamburg**

**Gildebuchverlag GmbH & Co. KG, Alfeld**

**Trauner Verlag + Buchservice Gmbh, Linz, Österreich**

Fortsetzung auf der vorletzten Seite

## Rahmenprogramm

**Montag, 20. Februar 2017**

18<sup>30</sup> Uhr **Gemütliches Beisammensein im Brauhaus Ernst August,**  
Schmiedestraße 13 in Hannover – Essen nach Wahl – Anmeldung bei  
Herrn Tobias Schuhmacher direkt vor Ort bis spätestens 15<sup>00</sup> Uhr

# Brauhaus Ernst August

Menü 1 (Orange)	Große Schweinshaxe mit Sauerkraut und Krustenbrot
Menü 2 (Gelb)	Schweinesteak „spezial“ mit Pommes Frites, Kräuterbutter und Salatbeilage
Menü 3 (Blau)	Geschmorte Lammkeule mit Rosmarinkartoffeln, Grillgemüse und Lammsauce
Menü 4 (Grün)	Grünkohl nach Oldenburger Art mit Bregenwurst, Kasselerbraten und Salzkartoffeln
Menü 5 (Rot)	Fitness-Pfanne, vegetarisch mit Champignons, Aubergine, Paprika, Zucchini, Rosmarinkartoffeln und Frühlingsquark
Menü 6 (Grau)	Salat „Brauhaus“ – Gemischter Salat mit Hähnchenbruststreifen, Tomate, Gurke und gebratenen Champignons, Baguette und Dressing

**Herzlichen Dank!**

## Rahmenprogramm

**Dienstag, 21. Februar 2017**

18<sup>30</sup> Uhr **Gemütliches Beisammensein** im **Meiers Lebenslust**, Osterstraße 64 in Hannover – Essen nach Wahl – Anmeldung bei Herrn Tobias Schuhmacher direkt vor Ort bis spätestens 15<sup>00</sup> Uhr



Menü 1 (Orange)	Schnitzel vom Schwein, Salatbeilage und Pommes Frites, wahlweise mit rahmiger Champignonsauce, scharfer Sambalsauce oder einer cremigen Bernaisesauce
Menü 2 (Grün)	Meiers Grünkohl für den großen Hunger mit Bregenwurst und Kasselernacken
Menü 3 (Blau)	Gebratenes Lachsfilet aus der Pfanne auf Süßkartoffelstampf und mit Olivenöl verfeinert
Menü 4 (Rot)	Feine Spinatravioli mit einem hausgemachten Frischkäsepesto

**Herzlichen Dank!**

## Teilnehmerverzeichnis

Stand: 15. Februar 2017, 10.00 Uhr

Bachmann, Otto	Leo-Symphor-Berufskolleg Minden
Barth, Nicole	Martin Braun KG, Hannover
Baumfalk, Helga	Redaktion f2m food multimedia GmbH, Hamburg
Baustert, Ulrike	Andreas-Albert-Schule Frankenthal
Becker, Michael	RONDO GmbH & Co. KG, Burbach-Holzhausen
Becker-Sonnenschein, Stephan	LMW - Gesellschaft zur Beratung und Unterstützung Lebensmittelwirtschaft mbH, Berlin
Behle, Martin	Berufliche Schulen Korbach und Bad Arolsen, Korbach
Benten, Michael	Berufsbildende Schulen Meppen
Berg, Friedemann, Dr.	Zentralverband des Deutschen Bäckerhandwerks e.V., Berlin
Berghorn, Heike	Berufsbildende Schule Nienburg, Nienburg
Blust, Walter	Gewerbeschule Lörrach, Rheinmünster
Bretschneider, Sabine	Berufsbildende Schule 2 der Region Hannover, Hannover
Brümmer, Jürgen-Michael, Prof. Dr.	Bake-Consult, Detmold
Bunde-Steltmann, Jutta	Elisabeth-Knipping-Schule, Kassel
Buntenbroich, Martin	Berufskolleg Kohlstraße der Stadt Wuppertal
Cleven, Peter	Carlton Food-Technik GmbH, Düsseldorf
Colter, Frank	Berufsbildende Schulen Neustadt am Rübenberge
Dahm, Martin	Kreishandwerkerschaft Bonn Rhein-Sieg, St. Augustin
Diers, Beate	Elisabeth-Selbert-Schule Hameln
Dose, Marten	Hannah-Arendt-Schule, RBZ, Flensburg, Wees
Eiche, Werner	Gewerbeschule Lörrach, Stellv. Vorsitzender des Ausschusses für Ausbildung der AGF
Endlein, Stefan	Käthe-Kollwitz-Schule Offenbach
Eumann, Hans Peter	Käthe-Kollwitz-Berufskolleg, Oberhausen
Faßhold, Jörg	Elisabeth-Knipping-Schule, Kassel
Fischer, Holger	Berufskolleg Dinslaken, Dinslaken
Flaschmann, Daniela	BBZ Bad Segeberg, Kiel
Förster, Antke	f2m foodmultimedia gmbh, Hamburg
Frauenlob, Johannes	Institut für Lebensmitteltechnologie, Department für Lebensmittelwissenschaften und Lebensmitteltechnologie, BOKU – Universität für Bodenkultur, Wien (Österreich)
Fricke, Claudia	BBS Walter-Gropius-Schule Hildesheim
Gadow, Martina	Berufliche Schule Elmshorn, Europaschule
Gaes, Jochen	Bäcker Gaes GmbH, Lachendorf
Gau-Gallo, Regine	Berufliche Schulen Korbach und Bad Arolsen, Korbach
Gerling, Elisabeth, Dr.	Adolf-Reickwein-Schule, Hör-Grenzhausen
Giese-Scheidweiler, Martina	Berufliche Schule Elmshorn, Europaschule
Götz, Steffen	Justus-von-Liebig-Schule, Mannheim
Gust, Sarah	Berufskolleg des Kreises Kleve in Geldern
Härdtlein, Frank	Konrad-Adenauer-Schule, Kriftel
Heer, Klaus	Käthe-Kollwitz-Schule Wetzlar

Helm, Werner  
Hemme, Irene  
Henke, Alexander

Hinz, Kerstin  
Hoffmeister, Lena  
Huintjes, Norbert, Dipl.-Ing.  
Hummerich, Katrin  
Jösten, Norbert  
Jung-Köhler, Sabine  
Kaiser, Anette  
Kellner, Erika  
Kinner, Mathias, Dr. nat.techn.

Kirf, Wolfgang  
Knapp, Martin  
Koch, Oswald  
Konrad, Silke  
Kretschmann, Michael  
Krieger-Mettbach, Barbara  
Krumbein, Ralf  
Lange, Marion  
Lange, Anike  
Lengerich, van, Thorsten  
Letzner, Claudia  
Lindwedel, Heino  
Lucks, Heiner

Marquardt, Frank  
Mays, Volker  
Mehler, Ralf  
Meyer, Thilo  
Meyer-Kretschmer, Alexander

Michel, Steffen  
Müller, Dirk  
Müller, Liane

Narewski, Fred  
Nelles, Katharina  
Niesing, Heinrich  
Ohm, Bärbel  
Olms, Meike  
Osterfeld, Sven  
Parbs, Birgit

Passon, Marianne  
Pensing, Axel

Peschtrich, Martin

Peter- Behrens- Schule, Darmstadt  
Berufsbildende Schulen Walsrode  
Martin Braun Backmittel und Essenzen KG,  
Hannover  
Käthe-Kollwitz-Schule Offenbach  
MIWE Michael Wenz GmbH, Arnstein  
AGF e.V., Detmold  
Berufskolleg Elly-Heuss-Knapp, Düsseldorf  
Berufsbildende Schule 2 der Region Hannover  
Berufsbildende Schule 2 der Region Hannover  
Berufskolleg Düringhausen, Gummersbach  
Berufskolleg Dinslaken  
Züricher Hochschule für Angewandte  
Wissenschaften, Institut für Lebensmittel- und  
Getränkeinnovationen, Wädenswil (Schweiz)  
BBS Cuxhaven  
Peter-Bruckmann-Schule-Heilbronn  
Berufliche Schulen Groß Gerau  
Berufliche Schule Elmshorn, Europaschule  
Rheon Europe GmbH, Düsseldorf  
Dipl. Oecotrophologin, Schwabach  
Krumbein rationell GmbH & Co. KG, Tabarz  
Jobelmann-Schule, Stade  
BBS Nienburg  
MIWE Michael Wenz GmbH, Arnstein  
Berufliche Schule Elmshorn, Europaschule  
Berufsbildende Schule 2 der Region Hannover  
Hannover, Vorsitzender des Ausschusses für  
Ausbildung der AGF  
Berufsbildende Schulen Walsrode  
Handwerkliches Bildungszentrum Moers  
Bäckerfachschule Hannover  
BBS Syke  
Verband Deutscher Großbäckereien e.V.,  
Düsseldorf  
Käthe-Kollwitz-Schule Wetzlar  
Berufliche Schule des Wetteraukreises, Büdingen  
Rheinisch-Westfälisches Berufskolleg Essen  
Förderschwerpunkt Hören und Kommunikation,  
Essen  
Adolf-Reichwein-Schule, Limburg/Lahn  
Berufsbildende Schulen Oldenburg  
Berufskolleg Rheine  
BBS Neustadt, Landau  
Käthe-Kollwitz-Schule Offenbach  
Meinersen  
Handwerksammer Lübeck, Berufsbildungsstätte,  
Travemünde  
Berufsbildende Schulen 1, Gifhorn  
Käthe-Kollwitz-Berufskolleg Oberhausen,  
Dortmund  
Carl-Severing-Berufskolleg für Handwerk +  
Technik, Bielefeld

Pottbeckers, Ralf	Berufskolleg Glockenspitz, Krefeld
Praße, Jutta	Rhein-Maas-Berufskolleg Kempen
Reese, Stefan	Berufskolleg Dinslaken
Reimchen, Irina	BBS Syke
Robben, Anja	Staatliche Gewerbeschule f. Ernährung u. Hauswirtschaft, Hamburg
Roser, Werner	Bildungsakademie der Handwerkskammer Karlsruhe
Roth, Uwe Holger	Berufskolleg Kohlstraße, Wuppertal, Studiendirektor
Sattur, Jörg	Gewerbeschule Im Hoppenlau, Stuttgart
Schicker-Ehrl, Beate	BSZ ETW Annaberg-Buchholz
Scholz, Elisabeth	Käthe-Kollwitz-Schule Offenbach
Schröder, Oliver	Berufsbildende Schule Stadthagen
Schuhmacher, Tobias, RA	AGF e.V., Detmold
Schulz, Nadja, Dr.	Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) Referat 215, Berlin
Schuster, Herbert	Berufsbildende Schulen Oldenburg
Schwichtenberg, Sandra	Berufskolleg AHS, Siegen
Siefert, Christine	Fachschule Lebensmitteltechnik Hannover, Berufsbildende Schulen 2
Siegel, Kerstin	Berufsschulzentrum am Westerberg, Osnabrück
Späth, Hermann	MIWE - Michael Wenz GmbH, Arnstein
Steeger, Franz	Berufskolleg des Kreises Kleve in Geldern
Steup, Otto	Eugen-Kaiser-Schule, Hanau
Stieberger, Uto	BSZ ETW Annaberg-Buchholz
Stützl, Gerhard	Städt. Berufsschule f. d. Bäcker-u. Konditorenhandwerk, München
Tau, Henning	Gildebuchverlag GmbH, Alfeld
Thamm, Dorothea	Berufskolleg Rheine
Tiedemann, Andreas	BBS Cuxhaven
Viehrig, Hans-Uwe	Trauner Verlag + Buchservice GmbH, Linz (Österreich)
Volborth, Heiko	Berufsbildende Schule 2 der Region Hannover
Volk, Daniela	Gewerbeschule Durlach, Karlsruhe
Wagner, Michael	Berufsbildende Schulen des Landkreises Nienburg/Weser, Nienburg
Weber, Dagmar	BÄKO Berg + Mark eG, Velbert
Wenk, Elmar	Berufsschulzentrum am Westerberg, Osnabrück
Wenning, Ute	Bäcker Innung Rhein Ruhr, Überbetriebliche Lehrbackstube, Düsseldorf
Wieczorek, Stefan	Carl Severin BK Bielefeld
Wieder, Thomas	Berufsbildende Schulen 1, Gifhorn
Wippler, Michael	Bäckerei Wippler GmbH, Dresden-Pillnitz
Woelke, Ines	Carl-Reuther-Berufskolleg, Hennef
Wohnsdorf-Lieseberg, Birgitt	Berufsbildungsstätte Travemünde
Wolber, Klaus	Bildungsakademie Rottweil
Wystup, Manfred	Berufskolleg Dinslaken

# Zusammenfassungen

Nachstehend finden Sie eine Zusammenfassung der Vorträge der 31. Detmolder Studientage, soweit uns durch die einzelnen Referenten eine Zusammenfassung zur Verfügung gestellt wurde. Die ausführlichen Vorträge finden Sie, soweit durch die Referenten freigegeben, im geschützten Bereich unserer Website [www.agfdt.de](http://www.agfdt.de). Als Teilnehmer der Detmolder Studientage 2017 erhalten Sie Zugang zu diesen Vorträgen für die Dauer eines Jahres (bis zu den nächsten Detmolder Studientagen).

## 1. Lebensmittelrecht

1.1. **Alexander Meyer-Kretschmer**, Düsseldorf  
Neue Entwicklungen im Lebensmittelrecht

### 1. Anpassung des deutschen Rechtes an die LMIV

Mit dem Inkrafttreten der Lebensmittelinformations-Verordnung (LMIV) ergibt sich auch für den deutschen Gesetzgeber Handlungsbedarf. Denn zum einen sind einige deutsche Gesetze und Verordnungen nun überflüssig oder müssen angepasst werden. Zum anderen gibt die LMIV den Mitgliedsstaaten die Möglichkeit die Loseware-Kennzeichnung national zu regeln. Nachdem dies 2014 mit der Vorläufigen Einführungsverordnung LMIEV nur für die Allergen Kennzeichnung geschah traf der Gesetzgeber Anfang 2016 mit dem Entwurf einer LMIV-Anpassungsverordnung (LMIVAV) eine umfassende Regelung.

Insbesondere werden darin die bestehenden Regeln zur Loseware-Kennzeichnung bestätigt und die geplante Kennzeichnung loser Ware in Selbstbedienung umgesetzt. Was nach wie vor fehlt ist allerdings eine zeitgemäße Anpassung der Zusatzstoffkennzeichnung für lose Ware, die weiter der Zusatzstoff-Zulassungsverordnung (ZZuIV) folgt. Zudem ist die LMIVAV nach fast einem Jahr immer noch nicht in Kraft.

### 2. Hygienebarometer in Nordrhein-Westfalen

Bereits Anfang 2016 hatte Umweltminister Rammel angekündigt, ein Landesgesetz zur Veröffentlichung und Bewertung von Hygienekontrollen im Lebensmittelbereich einzubringen. Im Juni 2016 wurde dann der Entwurf eines „Kontrollergebnis-Transparenz-Gesetzes“ vorgelegt. Demnach erhalten Lebensmittelbetriebe eine Einstufung in „Erfüllt“ (grün), „teilweise erfüllt“ (gelb) und „unzureichend erfüllt“ (rot) in Form eines „Hygienebarometers“, die sie u.a. im Geschäft selber zur Schau stellen müssen. Diese Einstufung beruht auf „Schulnoten“ von 1 bis 5 für die Hygienebereiche Verhalten des Unternehmers, Verlässlichkeit der Eigenkontrollen und Hygienemanagement. Auch die Ergebnisse der letzten drei Kontrollen müssen entsprechend genannt werden.

Der Entwurf wirft eine ganze Reihe grundsätzlicher rechtlicher und politischer Kritikpunkte auf. So besteht keine Notwendigkeit für diese Art der Information. Denn die Verbraucher werden durch die bestehenden Kontrollmaßnahmen vom behördlichen Hinweis bis zur Betriebsschließung genügend geschützt und haben umfangreiche Informationsmöglichkeiten zu den Behördenkontrollen. Dagegen verkürzt das „Hygienebarometer“ den tatsächlichen Hygienestatus eines Betriebes unzureichend auf das Niveau von Schulnoten. Dies öffnet Fehlinterpretationen und willkürlichen Bewertungen Tür und Tor. Das „Hygienebarometer“ stellt zudem für alle Bäckereien eine dauerhafte, existenzielle Bedrohung dar; denn eine schlechte Bewertung kann rasch das Aus für einen Betrieb bedeuten. Diese Prangerwirkung ist vom NRW-Umweltministerium ausdrücklich erwünscht und beabsichtigt. Schließlich ist nicht letztlich geklärt ob das Land Nordrhein-Westfalen ein Gesetz dieser Art überhaupt erlassen darf, da es kollidierende gesetzliche Regelungen auf Bundesebene gibt. Der Verband Deutscher Großbäckereien geht gemeinsam mit dem Bäckerhandwerk, der DEHOGA, dem BLL und anderen Akteuren auf Landesebene gegen diesen Gesetzesentwurf vor.



**Rechtsanwalt Alexander Meyer-Kretschmer**, Jahrgang 1971, befasst sich seit 2002 intensiv mit dem deutschen und europäischen Lebensmittelrecht. Seit 2012 ist er Geschäftsführer beim Verband Deutscher Großbäckereien in Düsseldorf. Er betreut den Verbandsausschuss für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde und ist Mitglied des Technical Committee im europäischen Brotindustrieverband AIBI.

## 2. Aus- und Weiterbildung

### 2.1. Michael Wippler, Dresden

Nachwuchs im Bäckerhandwerk: Strukturwandel und Herausforderungen

Die Betriebe des Bäckerhandwerks befinden sich in einem Strukturwandel: Die Zahl der Betriebe nimmt insgesamt ab, wobei die Zahl größerer Betriebe wächst und die Umsätze konstant bleiben. Gleichzeitig ist die Zahl der Auszubildenden im Bäckerhandwerk seit Jahren rückläufig; viele Lehrstellen, insbesondere in ländlichen Regionen, können nicht mehr besetzt werden. Gleichzeitig gibt es eine hohe Zahl von Ausbildungsabbrüchen und jungen Menschen, die nach ihrer Ausbildung im Bäckerhandwerk in eine andere Branche abwandern. Die Gründe dafür sind vielfältig: Zur allgemeinen demographischen Entwicklung, staatlichen Fehlern in der Bildungspolitik und einem Generationenkonflikt kommen hausgemachte Probleme.

Viele Betriebe des Bäckerhandwerks sind offen dafür, Flüchtlinge aufzunehmen, zu beschäftigen und zu integrieren. Als Herausforderung erweisen sich in der Praxis dabei allerdings häufig fehlende Sprachkenntnisse der Flüchtlinge. Jede Form der Integration, ob gesellschaftlich oder beruflich, kann aber nur gelingen, wenn ausreichende Kenntnisse der deutschen Sprache erworben werden.

Die Verbände des Bäckerhandwerks haben sich intensiv damit beschäftigt, wie man diesen Herausforderungen begegnen kann. Michael Wippler, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks geht in seinem Vortrag auf schon vorgenommene und weitere, angedachte Lösungsansätze ein:

So wurde in den vergangenen Jahren unter anderem die Ausbildungsvergütung für Lehrlinge des Bäckerhandwerks kontinuierlich erhöht. Der zugrundeliegende Tarifvertrag wurde in den vergangenen Jahren durchgängig für allgemeinverbindlich erklärt. Der Zentralverband des Bäckerhandwerks hat die ihm angeschlossenen Landesverbände aufgerufen, sich für eine gute Ausbildung einzusetzen und Empfehlungen und Handlungshilfen für die Ausbildung herausgegeben. Gemeinsam mit den anderen Verbänden des Lebensmittelhandwerks, dem ZDH und der Gewerkschaft NGG wurde eine neue Aufstiegsfortbildung „Geprüfte/r Verkaufsleiter/in im Lebensmittelhandwerk“ erarbeitet und Anfang 2016 bundesweit in Kraft gesetzt, die darauf abzielt, die Attraktivität des Ausbildungsberufes „Bäckereifachverkäufer/in“ zu erhöhen. 2016 hat der Zentralverband des Bäckerhandwerks die ausbildenden Betriebe aufgerufen, ihren Auszubildenden die Teilnahme an den Leistungswettbewerben der Deutschen Bäckerjugend zu ermöglichen, die eine besondere Förderung für die jungen Menschen darstellt; Ergebnis war ein neuer Teilnehmerrekord. Aktuell arbeiten die Verbände des Bäckerhandwerks neue Unterweisungspläne für die überbetriebliche Lehrlingsunterweisung (ÜLU) aus mit dem Ziel, die ÜLU bundesweit auf zwei Wochen pro Lehrjahr auszuweiten. Der Zentralverband hat eine Nachwuchskampagne ins Leben gerufen, um Jugendliche an das Bäckerhandwerk heranzuführen. Und der Zentralverband setzt sich – gemeinsam mit anderen Verbänden - dafür ein, Fehler in der staatlichen Bildungs- und Familienpolitik zu korrigieren.

Um dem zunehmenden Lehrlings- und Fachkräftemangel zu begegnen, werden jedoch weitere Anstrengungen und Maßnahmen unumgänglich sein. Die Verbände des Bäckerhandwerks sind gefragt: Sie müssen bei den Betrieben noch mehr als bisher ein Umdenken einfordern, hierfür werben und bei den Betriebsinhabern entsprechende Überzeugungsarbeit leisten. Die

Ausbildungsqualität und Attraktivität der Ausbildungsberufe im Bäckerhandwerk müssen gesteigert werden. Verbandspräsident Wippler stellt Maßnahmen vor, die seitens des Zentralverbandes angedacht sind: Dazu zählen u.a. eine Aufstockung des Schulungs- und Fortbildungsangebots für Ausbilder, der Einsatz von Ausbildungsbeauftragten der Handwerkskammern als „Ausbildungsbegleiter“, die Prämierung von guten Ausbildungsleistungen durch den Zentralverband, eine Reform der Ausbildungsverordnung für den Ausbildungsberuf „Fachverkäufer/in im Lebensmittelhandwerk“ ebenso wie die Einrichtung separater Berufsschulklassen für Auszubildende mit unzureichenden Sprachkenntnissen nach dem Vorbild des „Ravensburger Modells“.



**Michael Wippler**, geb. 1954, absolvierte seine Bäckerlehre von 1971 bis 1973 in Pirna. 1976 legte er seine Meisterprüfung an der Bäckerfachschule in Helmsdorf ab. Von 1998 bis 2011 war er Landesobermeister des Landesinnungsverbandes Saxonia, seit 2000 Mitglied im Präsidium und seit 2015 ist er Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks. Heute führt er gemeinsam mit seinen zwei Kindern in der vierten Generation die Bäckerei Wippler GmbH / Die Backwirtschaft in Dresden-Pillnitz, die für hervorragende Qualitätsarbeit bekannt ist.

## 2.2. **Sven Osterfeld**, Meinersen

Die Bäckerausbildung auf dem Prüfstand – Ein neues Konzept für die schulische Ausbildung

Das Bäckerhandwerk hat in den letzten Jahren einen großen Konkurrenzkampf durch die Discounter erlebt, die zum Teil selber backen oder mit sogenannten „Backautomaten“ arbeiten. Aber warum können die Discounter den Bäckerbetrieben so viele Kund(inn)en abwerben. Liegt es daran, dass viele Menschen den Bäckerbetrieben nicht mehr zutrauen selber backen zu können, so dass sie mit Fertigmischungen arbeiten? Zumindest scheint eins sichtbar zu sein, dass die Ausbildungszahlen in den Betrieben deutlich zurückgegangen sind. Die Gründe sind vielfältig:

- die Anzahl der Betriebe ist deutlich gesunken,
- eine höhere Produktivität durch Maschinen und
- andere Berufe mit Technik scheinen interessanter zu sein usw.

Für die jungen Menschen scheint der Beruf „Bäcker(in)“ nicht mehr attraktiv genug zu sein, sodass viele Ausbildungsstellen im Bäckerhandwerk unbesetzt bleiben<sup>1</sup>. Die Bäcker(innen) müssen sich um ihren Nachwuchs sorgen. Die Folgen für die Berufsschulen sind eklatant.

Durch den starken Rückgang der Ausbildungszahlen haben die Berufsschulen mit geringen Schüler(innen)zahlen zu kämpfen. Viele Berufsschulen versuchen die Bäckerklassen durch Zusammenlegen von verschiedenen Berufsschulklassen<sup>2</sup> oder durch die UMO-Methode<sup>3</sup>, die Ausbildungsklassen aufrecht zu erhalten. Hier muss die Frage gestellt werden, ob unter diesen Klassenkonstellationen die Ausbildungsqualität leidet?

Damit es wieder eine angemessene Klassengröße in den Bäckerklassen geben kann, müssen sich mehrere Berufsschulen zu einer Bündelschule zusammenschließen oder im Bundesland Niedersachsen wird eine Fachschule für die Bäcker(innen) errichtet. Das würde bedeuten, dass die Auszubildenden lange Fahrtwege auf sich nehmen müssten oder sie müssen in einem Internat unterkommen. Dies hätte zur Folge, dass die Unterrichtsform von Teilzeit- auf Blockunterricht wechseln würde. Könnte die Ausbildungsqualität so sichergestellt oder vielleicht verbessert werden?

### **Welche Meinung haben Sie?**

<sup>1</sup> [https://www.bmbf.de/pub/Berufsbildungsbericht\\_2015.pdf](https://www.bmbf.de/pub/Berufsbildungsbericht_2015.pdf), URL am 04.02.2017

<sup>2</sup> Zusammenlegender Ausbildungsberufe Bäcker(in) und Konditor(in)

<sup>3</sup> Unter-Mittel-Oberstufe werden in einer Klasse unterrichtet

**Sven Osterfeld** - Nachdem ich 2005 die allgemeinbildende Schule mit der mittleren Reife abgeschlossen habe, begann ich eine Ausbildung zum Bäcker. In einem mittelständischen Unternehmen, das in sechs Jahren von 14 auf 28 Filialen expandierte, konnte ich viele Einblicke in das Bäckerhandwerk erleben. Im Jahr 2010 besuchte ich die Akademie des Deutschen Bäckerhandwerks in Weinheim, in welcher ich den Bäckermeister sowie den Betriebswirt des Handwerks erfolgreich bestanden habe. Danach übte ich den Beruf als Bäckermeister für ca. 1 Jahr aus. An der Universität Hannover bot sich die Möglichkeit, das Studium „Lehramt an berufsbildenden Schulen“ mit der Fachrichtung Lebensmittelwissenschaft sowie mit dem Unterrichtsfach Sonder-/Sozialpädagogik, zu studieren. Seit November 2016 befinde ich mich im Referendariat an der BBS 1 Gifhorn.

### 3. Marketing & Kaufverhalten

#### 3.1. **Nicole Barth** und **Claudia Lindner**, Hannover Marketing, Trendgebäcke, Kaufverhalten

##### **Marketing als Überlebensstrategie** - Das Bäckerhandwerk im Wandel der Zeit

Das Bäckerhandwerk bekommt zunehmend Konkurrenz. Vor noch nicht allzu langer Zeit hat der Verbraucher seinen täglichen Bedarf an Brot, Brötchen und Kuchen ganz selbstverständlich bei seinem Bäcker gedeckt. Aber wo tut er es heute? Im Supermarkt, beim Discounter oder gar an der Tankstelle.

Die geänderten Lebensgewohnheiten der Bevölkerung, neue Marktteilnehmer und hart umkämpfte Preise machen dem traditionellen Bäcker sehr zu schaffen.

Aber was wäre das Leben ohne Handwerk? Wäre es nicht traurig, wenn das Handwerk ausstirbt und die traditionelle Backkunst vergangener Zeiten für immer verloren ginge? Wie ist dem Bäckerhandwerk zu helfen? Und wie kann sich der handwerkliche Bäcker eine Alleinstellung erarbeiten und sich von seinen Wettbewerbern absetzen?

Als Zulieferer der Backwarenbranche sind wir am Erfolg der Bäckereien und Konditoreien interessiert. In einem kurzweiligen Vortrag möchten wir Ihnen zeigen, wie wir das backende Handwerk mit gezielten Marketingstrategien und -aktivitäten im Überlebenskampf unterstützen und welche Chancen es für die Branche gibt.



**Nicole Barth** ist als Marketing-Managerin für den Bereich Verkauf Deutschland bei der Martin Braun KG zuständig. Die Marketing-Betriebswirtin verfügt über langjährige Erfahrung im Marketing und Produktmanagement und ist seit 2004 bei der Martin Braun KG tätig.



**Claudia Linder** ist Marketing-Managerin und für den Bereich Verkauf Deutschland bei der Martin Braun KG zuständig. Die Diplom-Betriebswirtin verfügt über langjährige Erfahrungen im Produkt- und Projektmanagement und ist seit 1992 bei der Martin Braun KG tätig.

## 4. Praxis

### 4.1. Matthias Kinner, Wädenswil (Schweiz)

#### Haltbarkeit von Backwaren: Lösungen von Clean Label zu Clear Label

Die Definition von Qualitätsparametern, die während der Lagerung erhalten werden sollen, ist eine Grundvoraussetzung bei der Überwachung der Haltbarkeit von Lebensmitteln. Bei frischen Backwaren stehen Qualitätsparameter wie z.B. das Aussehen oder die Knusprigkeit im Vordergrund. Zusätzlich treten mikrobiologische Qualitätsparameter in den Vordergrund, je länger die Haltbarkeit von Backwaren ist. Dabei geht es um den Ausschluss oder das Verhindern des Wachstums von Mikroorganismen, welche die Qualität der Backwaren negativ beeinflussen.

Die Begriffe ‚Clean Label‘ und ‚Clear Label‘ sind weder allgemein noch im Kontext der Haltbarkeit rechtlich definiert. Generell wird unter Clean Label die Kennzeichnung von Lebensmitteln verstanden, welche „frei von...“ oder „ohne...“ bestimmte, oftmals als unnatürlich angesehene, Zutaten bzw. Zusatzstoffe sind. Im Zusammenhang mit der mikrobiologischen Haltbarkeit kann dies bedeuten, dass Clean Label Produkte frei von Konservierungsmitteln sind. Eine indirekte Zugabe von antimikrobiell wirksamen Stoffen kann jedoch z.B. über eine Fermentation mit ausgewählten Mikroorganismen stattfinden. Unter Clear Label werden meistens klare und unmissverständliche Kennzeichnungen von Lebensmitteln verstanden. Dies beinhaltet auch das Bestreben von Herstellern, auf den Zusatz von Zusatzstoffen, welche allgemein als ungesund eingeschätzt werden, zu verzichten.

Sowohl Clean als auch Clear Label Produkte werden bei den Konsumenten als hochwertig eingeschätzt, was ein stetiges Ansteigen der Marktanteile mit sich bringt. Diesem Trend entspricht auch die aktuelle Forschung und Entwicklung im Bereich der Haltbarkeit von Backwaren.

Um die Haltbarkeit von Backwaren mit einem Clean Label zu erreichen bzw. zu verlängern, lassen sich unter anderem antimikrobielle Kulturen einsetzen. Um eine solche Kultur entwickeln zu können, wird in einer ersten Phase ein *in vitro* Screening mit Mikroorganismen, die an das Habitat Backwaren adaptiert sind, durchgeführt. Als Indikatorkeime gelangen dabei die zu unterdrückenden Verderbskeime, wie z.B. Backwaren relevante Schimmelpilze oder fadenziehende *Bacillus* spp. zum Einsatz. Bei nachfolgenden Challenge Tests, werden die auf diese Weise selektierten antimikrobiellen Kulturen mit den entsprechenden Indikatorkeimen *in situ* in Backwaren getestet. In begleitenden backtechnologischen und sensorischen Analysen muss ein unerwünschter negativer Nebeneffekt der antimikrobiellen Kulturen ausgeschlossen werden können. Schliesslich muss der Einsatz der antimikrobiellen Kulturen auf die Anwendung im Endprodukt hin optimiert werden, oftmals erfolgt dies über Sauerteige.

Clear Label Lösungen zur Verlängerung der Haltbarkeit verlangen technische bzw. technologische Ansätze. Beim technischen Ansatz wird angestrebt, dass der Verderbskeim nicht mit dem Lebensmittel in Kontakt kommt, was z.B. mit einem Reinraum realisiert werden kann. Technologische Lösungen können mit optimierten Verpackungssystemen realisiert werden. Modifizierte Atmosphären und die Wirkung von verschiedenen Gasen sind in diesem Zusammenhang bekannt. Aktuelle Untersuchungen haben gezeigt, dass solche Verpackungssysteme sehr stark vom Restsauerstoffgehalt abhängig sind. So wiesen unter Normalatmosphäre verpackte teilgebackene Brötchen eine Haltbarkeit von 2 – 3 Tagen auf. Das Verpacken mit Stickstoff und dem in der Industrie häufig vorkommenden 2 % Restsauerstoffgehalt ermöglichte eine Haltbarkeit von 4 Tagen. Durch die Reduktion des Restsauerstoffes mit einem Sauerstoff-Scavenger konnte die Haltbarkeit sogar auf 9 Tage verlängert werden, ohne relevante Qualitätseinbussen.

Eine Kombination von technischen, bzw. technologischen Ansätzen mit antimikrobiellen Kulturen eröffnen neue Möglichkeiten und sind Stand der aktuellen Forschung.



**Dr. Mathias Kinner** promovierte an der Universität für Bodenkultur in Wien zum Thema „Naked barley – a rediscovered source for functional food?!“ und ist seit 2011 Leiter des Backwarentechnikums an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften. In dieser Funktion betreut er unter anderem Projekte über den Einfluss von Rohstoff und Prozess auf die Endproduktqualität von Backwaren. Darüber hinaus ist er wissenschaftlicher Leiter der Innovationsgruppe Getreide-Backwaren und Präsident der ICC-Schweiz.

## 1. Lebensmittelrecht (Fortsetzung)

### 1.2. Nadja Schulz, Berlin

Fortentwicklung der Leitsätze – Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission

Die unabhängige Deutsche Lebensmittelbuch-Kommission (DLMBK), in der jeweils gleich viele Vertreterinnen und Vertreter aus den Kreisen der Wissenschaft, der Lebensmittelüberwachung, der Verbraucherschaft und der Lebensmittelwirtschaft vertreten sind, erarbeitet die Leitsätze des Deutschen Lebensmittelbuches (DLMB).

Die Leitsätze des DLMB stellen die allgemeine Verkehrsauffassung von mehr als 2000 Lebensmitteln hinsichtlich der Zusammensetzung und sonstiger Beschaffenheit der erfassten Produkte dar. Sie beschreiben die Charakteristika am Markt befindlicher Lebensmittel und geben ebenso den redlichen Herstellungs- und Handelsbrauch wie die berechnete Verbrauchererwartung wieder. Sie reflektieren den Konsens und die Akzeptanz aller Marktbeteiligten über die Verkehrsauffassung der beschriebenen Produkte.

Die Leitsätze des DLMB sind keine Rechtsnormen. Sie haben den Charakter objektiver Sachverständigengutachten, die auch im Rechtsverkehr und vor Gericht zur Beurteilung der Beschaffenheit der Lebensmittel herangezogen werden. Die Leitsätze tragen dazu bei, alle Marktbeteiligten, vor allem aber die Verbraucherinnen und Verbraucher, vor Irreführung und Täuschung zu schützen. Sie sind für Hersteller, Handel, Importeure, Verbraucherschaft, Überwachung und Gerichte eine wichtige Orientierungshilfe.

Die Arbeit an den Leitsätzen des DLMB ist seit mehr als 50 Jahren eine Daueraufgabe, denn für die am Markt befindlichen Produkte kann sich sowohl die Herstellungspraxis als auch die Verbrauchererwartung wandeln. Die Leitsätze können von der DLMBK geändert werden, wenn sich neue Erkenntnisse z. B. über eine veränderte Verkehrsauffassung von Lebensmitteln ergeben oder neue Produkte Marktrelevanz erlangen. Die Aufgabe der DLMBK ist es dafür Sorge zu tragen, dass die Beschreibungen tatsächlich das wiedergeben, was alle Beteiligten am Markt darunter verstehen.

In Folge einer Evaluation der Arbeitsweise erfolgte 2016 die Reform der DLMBK für eine verbesserte Effizienz, Akzeptanz, Transparenz und Kommunikation im Sinne der Forderung nach „Klarheit und Wahrheit“. Ein Ergebnis der Reform ist eine neue Geschäftsordnung, die bereits veröffentlicht wurde. Die Ziele, Aufgaben und Ergebnisse der Kommissionsarbeit werden künftig transparenter und zielgruppengerechter dargestellt. Verbraucherfreundliche Kommunikation und Information werden das Verständnis für die Arbeit der DLMBK und folglich auch die Akzeptanz der Leitsätze des DLMB erhöhen.



**Dr. Nadja Schulz** studierte Ernährungswissenschaften an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg und promovierte anschließend am Deutschen Institut für Ernährungsforschung in Potsdam-Rehbrücke. Ihre wissenschaftliche Forschung führte sie am Karolinska Institut in Stockholm weiter. Im Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft ist sie für das Sekretariat der Deutschen Lebensmittelbuch-Kommission zuständig.

## 4. Praxis

### 4.2. **Jochen Gaues**, Lachendorf

Jochen Gaues – der exzentrische Rebell in der Backstube

– Der Vortrag wird tagesaktuell gehalten. –



**Jochen Gaues**, geboren 1966 in Sande, Landkreis Friesland ist ein deutscher Bäcker, der als Lieferant der gehobenen Gastronomie bekannt ist. Er backt Brot auf traditionelle Art – ohne vorgefertigte Teigmischungen und künstliche Zusätze. Der Teig wird vorwiegend mit der Hand bearbeitet, an Maschinen kommen nur Abwiege- und Knetmaschinen zum Einsatz. Gaues beliefert in wachsendem Maße die

gehobene deutsche Gastronomie.

## 5. Marketing & Marktstudien

### 5.1. **Stephan Becker-Sonnenschein**, Berlin

Wie kommen wissenschaftliche Themen beim Verbraucher an? - Ergebnisse Studie "Essbare Innovationen"

Noch nie in der Geschichte Mitteleuropas gab es eine solche Überfülle von Nahrungsmitteln. Das hat auch den Blick auf Lebensmittel insgesamt gewandelt. Während es noch in den 50er Jahren vorwiegend darum ging, ausreichend Nahrung zur Verfügung zu haben, stehen heute andere Themen im Mittelpunkt. Wer isst, will nicht nur satt werden, sondern will sich selbst verwirklichen, will fair und bio eingekauft haben und bestens informiert sein, woher das Produkt kommt und wie es hergestellt wurde.

Diese veränderte Einstellung zu Lebensmitteln stellen auch den Rahmen dar, in dem Lebensmittel-Innovationen betrachtet und bewertet werden. Wie dies geschieht, hat die Fraunhofer-Allianz Food Chain Management im Auftrag des Vereins DIE LEBENSMITTELWIRTSCHAFT e.V. im Rahmen einer deutschlandweiten Repräsentativstudie erforscht.

Die Studie ergab: Verbraucher stehen Innovationen grundsätzlich positiv gegenüber. Dies gilt insbesondere dann, wenn sie Ressourcen schonen (85 Prozent Zustimmung) oder für eine bessere Welternährung sorgen (64 Prozent Zustimmung).

Besonders groß ist das Interesse an Innovationen dann, wenn sie einen Nutzen für Gesundheit oder die Umwelt versprechen. Bevorzugte Kanäle, um über Innovationen zu erfahren, sind nach wie vor das Fernsehen und die Printmedien.

Medien berichten entsprechend häufig über Neuerungen aus Lebensmittelforschung und -wirtschaft. Doch während Forschung immer ein Prozess ist, berichten Journalisten am liebsten über Ergebnisse und sensationelle Durchbrüche. Das erzeugt ein Spannungsfeld.

Die Erwartungen der Verbraucher an die jeweils vorgestellte Innovation sind nach einer Sensationsberichterstattung hoch und drohen enttäuscht zu werden. Eine zunächst vorhandene Begeisterung kann so schnell in Skepsis umschlagen. Auch diese Mechanismen müssen Unternehmen berücksichtigen, wenn sie erfolgreich Innovationen kommunizieren wollen.



**Stephan Becker-Sonnenschein** ist seit Dezember 2012 Geschäftsführer des Vereins „Die Lebensmittelwirtschaft“. Er verfügt über langjährige Expertise in der Kommunikation auf Konzernseite – BURDA Medien, Philip Morris, Kraft Foods und Telefónica - und stand als Präsident viele Jahre dem Branchenverband für Öffentlichkeitsarbeit DPRG vor.

## 4. Praxis (Fortsetzung)

### 4.3. Johannes Frauenlob, Wien (Österreich) Einfluss der Frostung auf die Qualität von TK-Teiglingen

Die Qualität von Tiefkühl-Backwaren wurde in den letzten Jahren merklich verbessert, dennoch kämpft man immer noch mit Qualitätseinbußen im Vergleich zu frisch gebackenen Produkten. Einer der einflussreichsten und sensibelsten, aber auch energieaufwändigsten Prozesspunkte während der Herstellung ist die Frostung. Im Rahmen des vorliegenden Versuches wurden vorgegarte Weizenteiglinge verschiedenen Frostungsarten bei unterschiedlichen Temperaturen unterzogen. Die Auswirkungen auf den Teig bzw. das fertig gebackene Brot wurden anschließend bestimmt. Es wurden dabei stille Frostung bei -20 und -30 °C, Umluftfrostung bei -40 °C, kryogene Frostung mit CO<sub>2</sub> bei -40, -60 und -75 °C, sowie kryogene Frostung mit N<sub>2</sub> bei -75, -100 und -120 °C angewendet. Die Temperaturverläufe der jeweiligen Versuche wurden mit einem Datenlogger aufgezeichnet. Bei Erreichen einer Kerntemperatur von -15 °C wurden die Teiglinge verpackt und im Anschluss bei -18°C gelagert. Je tiefer die Temperatur, desto schneller erfolgte die Frostung (mit Ausnahme der N<sub>2</sub> Frostung bei -120 °C die um insgesamt 2 min langsamer war als jene bei -100 °C). Jede Frostung wurde im Doppelansatz mit drei Teiglingen zu je 200g durchgeführt, die dann für 1, 4 oder 12 Wochen gelagert wurden, um den Einfluss über die Lagerzeit beobachten zu können. Von einem Teigling wurde nach dem Auftauen ein Teigextrakt hergestellt und der Gehalt an löslichen Protein und freien SH-Gruppen bestimmt außerdem wurde der pH-Wert des Teigs gemessen. Die übrigen zwei wurden nach dem Auftauen gebacken und das spezifische Volumen, die Festigkeit der Krume, die Krustenfarbe, sowie die Porenverteilung und -größe bestimmt.

Mit den unterschiedlichen Frostungsvarianten konnten Kühlgeschwindigkeiten von 0,25 bis 2,00 °C/min erreicht werden. Die größten spezifischen Brotvolumina wurden bei Frostung mit -40°C erzielt, wobei CO<sub>2</sub> Frostung (2,86 cm<sup>3</sup>/g) besser abschnitt als konventionelle Schockfrostung (2,63 cm<sup>3</sup>/g). Kryogene Frostung mit N<sub>2</sub> bei -75°C war lieferte ebenfalls noch Brote mit zufriedenstellendem Volumen (2,59 cm<sup>3</sup>/g) und zeichnete sich vor allem auch durch die geringe Frostungsdauer aus (24 min statt 42 min bei -40°C). Temperaturen von -100°C und darunter hatten große Auswirkung auf die Beschaffenheit des Teigs bzw. Brots, es bildeten sich Risse in der Struktur und die Qualität war nicht annehmbar. Unterschiede im Gehalt an löslichen Proteinen und freien SH-Gruppen konnte in diesem Versuch nicht gefunden werden. Der pH-Wert der TK-Teige war im Vergleich zu frischen Teigen leicht erhöht und blieb während 12 wöchiger Lagerung konstant. Grundsätzlich kann mit kryogener Frostung die Frostungsdauer deutlich verkürzt werden, jedoch kann dies bei zu tiefen Temperaturen mit großen Qualitätseinbußen einhergehen. Deshalb müssen diese Prozesse in der Praxis exakt eingestellt und produktspezifisch angepasst werden.



**Johannes Frauenlob** ist Dissertant am Institut für Lebensmitteltechnologie an der BOKU Wien und beschäftigt sich mit dem Thema „Qualitätsverbesserung von TK-Teiglingen“. Zuvor studierte er an der BOKU Lebensmittelwissenschaften und –technologie. Durch die Tätigkeit im elterlichen Getreidemühlenbetrieb ist er außerdem mit der Praxis der Getreideverarbeitung bestens vertraut.

## 5. Marketing & Marktstudien

### 5.2. **Barbara Krieger-Mettbach**, Schwabach Mehr verkaufen mit Empfehlungen und Geschmack

#### 1. Genussorientiertes Anbieten und Verkaufen

Wenn Kunden vor der Theke das Wasser im Mund zusammenläuft, liegt es nicht allein an der Optik und dem Geruch der Produkte, sondern auch an den Beschreibungen der Verkäufer/innen. Zwar reagieren die meisten Kunden zuerst auf die Präsentation der Waren, ist aber das Interesse an einem Produkt geweckt, wollen sie mehr wissen.

Gute Beschreibungen verwandeln Klassiker in Spezialitäten. Sie regen die Sinne an und geben Kaufanreize. Sie erhöhen den gefühlten Wert der Waren und die Bereitschaft der Kunden, einen angemessenen Preis zu bezahlen. Sie wecken allerdings auch Erwartungen. Deshalb ehrlich und wertfrei beschreiben, nicht übertreiben, sicher und überzeugend reden.

Mit ihrer Frage drücken Kunden aus, was ihnen wichtig ist.

#### Beschreiben für alle Sinne

- **Optik:** „Das *zweifarbige* Runde hier vorn sieht ja gut aus!“ Adjektive verwenden, die Form und Farben beschreiben. Beispiele: rund, eckig, hoch, leuchtend, glänzend, tiefrot, bunt.
- **Akustik:** „Sind die Brötchen auch schön *knusprig*?“ Adjektive verwenden, die ans Gehör appellieren. Beispiele: knackig, knusprig, kernig, rösch, geröstet, kross, krustig.
- **Konsistenz:** „Ist die Füllung *fluffig* oder eher *fest*?“ Mit Adjektiven die Konsistenz beschreiben. Beispiele: weich, luftig, leicht, locker, zart, cremig, blättrig.
- **Aromen / Geschmack:** „Obstkuchen mag ich, weil er schön *fruchtig* ist und weniger *süß*.“ Mit Adjektiven den Geschmack und die Aromen beschreiben. Beispiele: süß, sauer, vanillig, zimtig, fruchtig, buttrig, tropisch.

#### 2. Verkostungen und Kostproben

Mit Kostproben lassen sich Kunden besser überzeugen als mit Beschreibungen. Eine Kostprobe sollte frisch sein, und alle Komponenten des Endproduktes wie Kruste, Füllung, Belag etc. enthalten. Meist reicht ein mundgerechtes Stück aus.

Neben den anonymen Verkostungen spielen vor allem die persönlichen eine wichtige Rolle fürs Verkaufsergebnis. Die Verkaufskraft bekommt ein direktes Feedback. Kostproben persönlich anzubieten verbessert den Dialog mit dem Kunden. Wichtig: Waren anbieten, statt Kunden zu fragen, ob sie probieren möchten. Wichtige mögliche Anlässe für Kostproben:

- *Neue Produkte einführen.*
- *Auf Spezialitäten hinweisen.*
- *Produkte aus dem laufenden Sortiment neu aktivieren.*
- *Unentschlossenen Kunden Entscheidungshilfe bieten.*

#### 3. Zusatzempfehlungen erhöhen den Umsatz

- Zusatzprodukte sind Waren, die der Kunde zusätzlich zu den geplanten kauft.
- Die richtigen Waren empfehlen: ergänzende, neue, ofenfrische, hochpreisigere Alternativen.
- Den richtigen Zeitpunkt wählen: zum Ende des Einkaufs und vor dem Bezahlen.
- Klar, sicher, natürlich empfehlen. Je besser der Dialog, desto einfacher gelingt es.
- Die richtige Einstellung: Zusatzempfehlungen sind Einkaufshilfen für Kunden, keine Aufdringlichkeiten der Verkaufskräfte.

- Nicht aus jeder Empfehlung resultiert ein Zusatzverkauf. Ein Nein des Kunden nicht persönlich nehmen.



**Barbara Krieger-Mettbach**, Dipl.-Oecotrophologin und Verkaufstrainerin, leitet seit ca. 20 Jahren Seminare und Trainings für Verkaufskräfte der Nahrungsmittelbranche und begleitet sie mit Coachings auf ihrem Weg zu mehr Verkaufserfolg. Ihr Motto: „Besser beraten – mehr verkaufen“. Die Themenschwerpunkte: Verkauf, Ernährung, Kommunikation. Als Autorin veröffentlicht sie seit 2007 regelmäßig Fachbeiträge in der Allgemeinen Bäckerzeitung (ABZ) und gibt Tipps rund um Verkauf, Ernährung und Warenkunde.

## 6. Praktika

**Ralf Krumbein**, Krumbein rationell GmbH

KRUMBEIN.rationell. ist ein mittelständischer, weltweit agierender, Anbieter von hochwertigen Lösungen für die Verarbeitung von Produkten im Bäckerei-, Konditorei- sowie Lebensmittelbereich. Unsere Kunden profitieren von anwendungsgerechten Systemen und Lösungen für die Herstellung, Verarbeitung sowie Veredelung von Backwaren. Seit 40 Jahren steht KRUMBEIN.rationell. für Perfektion, Innovation und Wirtschaftlichkeit im Maschinenbau.

Der Name KRUMBEIN.rationell. steht für einen der weltweit führenden Hersteller im Bereich Schneidemaschinen, Dosiermaschinen sowie Sonderlösungen. Das Spektrum reicht vom Entwickeln und Produzieren von innovativen Kleingeräten als Standardmaschine bis hin zu kundenspezifisch einzigartigen Sonderlösungen sowie Produktionslinien.

Das Unternehmen wurde 1977 von Wolfgang Krumbein gegründet und befasst sich seit dem, mit dem Thema Maschinen und Anlagen für die Bäckerei- sowie Konditoreibranche.



**Ralf Krumbein**, leitet das Unternehmen nunmehr in der zweiten Generation. Durch das Familienunternehmen, stand das Thema Maschinenbau von Kindheit an bei Ralf Krumbein im Mittelpunkt, sodass sich früh die Leidenschaft für Technik herausbildete. Der gelernte Betriebswirt, ist seit 2003 im Unternehmen tätig und verantwortlich für die technische Entwicklung sowie den Vertrieb der KRUMBEIN Produktpalette.

**Michael Becker**, RONDO GmbH

RONDO – bei uns dreht sich alles ums Ausrollen und Formen von Teig! Seit über 65 Jahren entwickeln und produzieren wir hochwertige Maschinen und Anlagen zur Produktion von Gebäcken aller Art. Qualität, Innovation und Zuverlässigkeit liegen uns als Schweizer Unternehmen besonders am Herzen. Für unser „Dough-how“, unsere einzigartige Kombination aus Wissen und Erfahrung in Sachen Teig, schätzen uns tausende Betriebe weltweit, von der Handwerksbäckerei bis zum industriellen Hersteller. Verlassen auch Sie sich auf RONDO und unser Dough-how.



**Michael Becker**, seit 2003 im Unternehmen, leitet er die deutsche Tochtergesellschaft, die für den Vertrieb & Service für die Maschinen und Anlagen in Deutschland, Österreich und Niederlanden zuständig ist.

**Hermann Späth**, MIWE Michael Wenz GmbH und **Thorsten van Lengerich**, MIWE Michael Wenz GmbH



**Thorsten van Lengerich** sagt von sich selbst er sei „Bäcker von Geburt an“. Aufgewachsen in einer Handwerksbäckerei ist er heute Bäckermeister und hat eine Ausbildung im Qualitätsmanagement und als Betriebswirt absolviert. Nach 10jähriger Tätigkeit als Backmeister und Filialbetreuer in Münster ist er seit 2014 bei MIWE als Anwendungstechniker und Reisebackmeister tätig.



**Hermann Späth** ist als Bäcker- und Konditormeister der Firma MIWE Michael Wenz GmbH innerhalb der Branche sehr bekannt. Seine Tätigkeiten umfassen die Ausbildung von Bäckermeistern, sowie die Anwendungsberatung. Er ist als Sachverständiger bei der DLG und in diversen Fach-Gremien vertreten und verfügt über eine langjährige internationale Erfahrung als Verfahrenstechniker.

**Michael Kretschmann**, Rheon Europe GmbH und **Peter Cleven**, Rheon Europe GmbH

#### **Teil 1 Rheon – wie alles begann... 1962**

#### **Teil 2 Übersicht über die Rheon V4-Technologie**

- Funktionsbeschreibung
- Typische Einsatzgebiete in Bäckereien
- Erweiterungsmöglichkeiten
- Video

#### **Teil 3 Übersicht über die Rheon KN-Technologie**

- Funktionsbeschreibung
- Produkt-Beispiele Bäckerei
- Video



**Peter Cleven**, geb. 16.11.1961 in Düsseldorf, 1981 Abitur Görres-Gymnasium Düsseldorf, 1982 Mitarbeit bei Infratest, München / GFK, Nürnberg / Buchholz Marktforschung, Düsseldorf, 1984 Studium der Lebensmitteltechnologie, Lemgo, 1988 Studium Marketing-Kommunikation DAMK, Düsseldorf, 1989 Eintritt in die Carlton Food-Technik GmbH, 1999 Geschäftsführer der Carlton Food-Technik GmbH







## Dienstag, 21. Februar 2017

### 5. Marketing & Marktstudien

9<sup>00</sup> Uhr 5.1. **Stephan Becker-Sonnenschein**, Berlin  
Wie kommen wissenschaftliche Themen beim Verbraucher an? – Ergebnisse der Studie „Essbare Innovationen“

### 4. Praxis (Fortsetzung)

9<sup>45</sup> Uhr 4.3. **Johannes Frauenlob**, Wien (Österreich)  
Einfluss der Frostung auf die Qualität von TK-Teiglingen

10<sup>30</sup> Uhr **Kommunikationspause**

### 5. Marketing & Marktstudien (Fortsetzung)

11<sup>00</sup> Uhr 5.2. **Barbara Krieger-Mettbach**, Schwabach  
Mehr verkaufen mit Empfehlungen und Geschmack

12<sup>30</sup> Uhr **Mittagspause**

ab 12<sup>30</sup> Uhr **Betriebsbesichtigungen** bei Fa. Harry Brot, Harryweg 1 in Hannover und bei Fa. Martin Braun KG, Tillystr. 17 in Hannover

#### Tour 1

Abfahrt: Bustransfer ab Martin Braun zu Harry Brot 12<sup>30</sup> Uhr  
Rückfahrt: Harry Brot zu Martin Braun 14<sup>15</sup> Uhr

#### Tour 2

Abfahrt: Bustransfer ab Martin Braun zu Harry Brot 14<sup>30</sup> Uhr  
Rückfahrt: Harry Brot zu Martin Braun 16<sup>15</sup> Uhr

#### Tour 3

Abfahrt: Bustransfer ab Martin Braun zu Harry Brot 16<sup>30</sup> Uhr  
Rückfahrt: Harry Brot zu Martin Braun 18<sup>15</sup> Uhr

18<sup>30</sup> Uhr **Abendevent** im Meier's Lebenslust, Osterstraße 64, 30159 Hannover

## Mittwoch, 22. Februar 2017

### 6. Praktika

<u>Uhrzeit</u>	<u>Firma</u>	<u>Theorie</u>	<u>Praxis</u>
09 <sup>00</sup> -09 <sup>20</sup>	Krumbein rationell GmbH <b>Ralf Krumbein</b>	Gruppe A	Gruppe B
09 <sup>20</sup> -09 <sup>40</sup>	Krumbein rationell GmbH <b>Ralf Krumbein</b>	Gruppe B	Gruppe A
09 <sup>40</sup> -10 <sup>00</sup>	RONDO GmbH <b>Michael Becker</b>	Gruppe A	Gruppe B
10 <sup>00</sup> -10 <sup>20</sup>	RONDO GmbH <b>Michael Becker</b>	Gruppe B	Gruppe A

10<sup>20</sup> Uhr **Kommunikationspause**

<u>Uhrzeit</u>	<u>Firma</u>	<u>Theorie</u>	<u>Praxis</u>
10 <sup>50</sup> -11 <sup>10</sup>	MIWE Michael Wenz GmbH <b>Hermann Späth/ Thorsten van Lengerich</b>	Gruppe A	Gruppe B
11 <sup>10</sup> -11 <sup>30</sup>	MIWE Michael Wenz GmbH <b>Hermann Späth/ Thorsten van Lengerich</b>	Gruppe B	Gruppe A
11 <sup>30</sup> -11 <sup>50</sup>	Rheon Europe GmbH <b>Michael Kretschmann/ Peter Clevén</b>	Gruppe A	Gruppe B
11 <sup>50</sup> -12 <sup>10</sup>	Rheon Europe GmbH <b>Michael Kretschmann/ Peter Clevén</b>	Gruppe B	Gruppe A

*Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden für die theoretischen und praktischen Praktika in zwei Gruppen (A+B) aufgeteilt.*

12 <sup>10</sup> Uhr	<b>Nachbesprechung der Praktika mit abschließender Diskussion</b>
13 <sup>00</sup> Uhr	<b>Mittagspause</b>
14 <sup>00</sup> Uhr	<b>Schlussbetrachtung und Abschlussdiskussion</b>
15 <sup>30</sup> Uhr	<b>Ende der Veranstaltung</b>

# Detmolder Institut für Getreide- und Fettanalytik GmbH

eine Tochtergesellschaft der  
Arbeitsgemeinschaft Getreideforschung e.V.



## Qualitätsuntersuchungen für die Getreidewirtschaft



- Getreide- und Mehlanalytik
- Backversuche



**SCHNELL**

**ZUVERLÄSSIG**

**EXAKT**



DIGeFa GmbH  
Schützenberg 10  
32756 Detmold

Fon: (05231) 61664-24

Fax: (05231) 61664-21

Mail: [info@digefa.net](mailto:info@digefa.net)



**Weitere Informationen:**

**[www.digefa.net](http://www.digefa.net)**