

Machen wir das Brot zum Star

Brot geniesst in der Schweizer Bevölkerung einen exzellenten Ruf. Zu Recht, denn die Qualität und vor allem die grosse Vielfalt befindet sich auf einem sehr hohen Niveau. In den sozialen Medien stellen wir den Trend zum selber Backen und Ausprobieren fest. Brot backen als Erlebnis, Bäcker als «Foodblogger», Brotgenuss mit Sauerteig optimiert usw. Solche Themen verhelfen dem Brot zu mehr Wertschätzung – eine grosse Chance für unsere ganze Branche!

Gemäss einer Konsumentenumfrage des Vereins Schweizer Brot aus dem Jahr 2016 durch das Link-Institut kam klar zum Ausdruck, dass guter Geschmack und eine hohe Qualität entscheidend sind für ein «ideales Brot».

Bereits 2016 hat der Schweizerische Bäcker-Confiseurmeister-Verband in einer Trendstudie prognostiziert, dass die Art und Weise der Positionierung und Vermarktung von Lebensmitteln mit hohem Genussfaktor wie Wein, Käse oder Schokolade auch auf andere Nahrungsmittel wie Brot ausgeweitet werden könnte. Nicht nur das reine Geschmackserlebnis wird immer stärker perfektioniert, auch die Möglichkeiten, das sensorische Erlebnis adäquat zu beschreiben, eröffnen in Zukunft ganz neue Felder und Fachgebiete in der Foodbranche. Auch das Berufsbild des Bäckers und Confiseurs wird sich weiterentwickeln hin zum Gastronomen, Experten, der dem Konsumenten mit Rat und Tat zur Seite steht. Dabei erweitern neue Technologien die Herstellungsformen des Produkts.

Selbstverständlich gibt es viele Faktoren, die den Geschäftsverlauf des Bäckers beeinflussen, zum Beispiel die Lage der Verkaufsstelle, die Präsentation des Angebotes usw. Aber im Wesentlichen geht es abseits des reinen Preiskampfes – und hier sollten Bäcker nur mitmachen, wenn sie auch Kostenführer sind – um die Erfüllung der Sehnsucht nach dem besten Geschmack.

Nach unseren Beobachtungen zeichnen sich zu diesem Thema drei Erfolgsfaktoren ab:

1. Basis bildet eine hohe Brotkompetenz, die es erlaubt, sich von der breiten Masse zu differenzieren. Ein paar ausgewählte Produkte sollten spürbar über dem Standard sein und die Erwartungen der Kunden übertreffen. Sprechen Sie die Sinne der Konsumenten an, die kreativen Möglichkeiten mit Backwaren sind gross und mit neuen Technologien eröffnen sich auch neue Möglichkeiten.
2. Mit einem attraktiven, professionellen Brotmarketing und emotionalen Geschichten soll dem Brot einen höheren

Wert gegeben werden. In der Marketingsprache: Story telling. Entscheidend ist, glaubwürdig und authentisch zu bleiben. Die Schweizer lieben das Brot. Begeistern Sie Ihre Kunden über Emotionen, zeigen Sie Ihre Leidenschaft zum Handwerk und zum Produkt und machen Sie aus einem Grundnahrungsmittel ein Genusserelebnis!

3. Aus Backwaren entstehen feinste Snacks und Take away-Angebote, aber auch in der gehobenen Gastronomie erfährt das Brot eine höhere Wertschätzung. Meistens ist der Gast zuerst ein Stück Brot – das Brot ist somit der erste, wichtige Eindruck von der Qualität der Küche. Ob Snacks oder Gastronomie, die Kombination der verschiedenen Zutaten erweitern das Geschmackserlebnis. Gepaart mit der richtigen «Brotsprache» entdeckt auch der sensorisch ungeübte Gaumen neue Aromen. Essen soll Sinneserfahrung sein!

Ein Brotsommelier und ein motiviertes Team

In der Backstube finden komplexe Veredelungsprozesse statt. Wer diese beherrscht und die entstandenen Mehrwerte mit einer professionellen Brotsprache kompetent gegenüber dem Kunden kommuniziert, erschafft sich einen entscheidenden Vorteil. Unser Anspruch als Ihr Mehllieferant und Geschäftspartner ist es, Ihre Bedürfnisse zu erkennen und Sie umfassend und zielführend zu beraten und zu unterstützen. Dies kann, je nach Bedarf, auf verschiedenen Ebenen geschehen.

Unser erfahrenes Verkaufsteam ist in der ganzen Schweiz vor Ort in den Backstuben präsent und erfährt durch die persönlichen Gespräche, welche Fragestellungen unsere Kunden in allen Landesregionen beschäftigen. Zögern Sie nicht, Ihr Anliegen bei Ihrer vertrauten Kontaktperson der GMSA anzubringen.



Verkaufsteam der GMSA
v.l.n.r. hintere Reihe: Yves Beuchat/Pascal Favre/Thomas Portmann/Roman Stucki/Marius Fässler/Max Bieri
mittlere Reihe: Marcel Wächter/Alfred Bau/Jacques Yerly/Maryline Petit-Jean
vordere Reihe: Jocelyne Zenklusen/Gaby Carron/Patrice Bernard

Mit regelmässiger Weiterbildung und zahlreichen Backversuchen in unserer Testbäckerei erweitern unsere Fachberater ihr Wissen, welches sie gerne an Kunden weitergeben. Wie Arbeitsabläufe oder Rezepte optimiert werden können, welches Mehl sich für welche Herstellungsmethode am besten eignet, welches Panettone Rezept Profis anwenden oder einfach, wie man ein Brot wie einen Wein beschreibt, um den Wirt von der Qualität zu überzeugen – wir haben auf (fast) alle Fragen eine Antwort!



Praxiserprobtes Fachberater-Team der GMSA, mit Teig an den Händen. v.l.n.r. Patrice Bernard/Alfred Bau/Roman Stucki/Marius Fässler

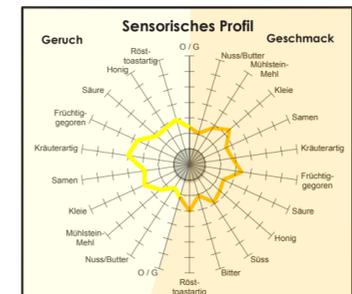
Bonvita
Bruggmühle Goldach
Grands Moulins de Cossonay
Intermill
Mino-Farine
Moulin du Rhône/Rhonemühle
Steiner Mühle

EMOSENS

Prot +



Visuelle und ertastete Kriterien	
Genereller Aspekt	Sieht gut aus
Kruste	Knusprig und uneben, matt dunkel mit braunfarbenen Nuancen.
Krume	Feucht, dunkelbraun mit Perlmutterfarbenen Nuancen
Porosität	Unregelmässig



Hervorstechender	
Geruch	Geschmack
Kräuterartig Fröhlich-gegoren	Kleie Fröhlich-gegoren

Freddy Bau, welcher im April dieses Jahres seinen begehrten Titel als Brotsommelier erhalten hat, ergänzt die Teamkompetenz ideal. In seiner Diplomarbeit beschäftigte er sich intensiv mit der Brotkultur in der Spitzengastronomie. Dabei fiel ihm auf, dass auch hier noch viel Potential vorhanden ist und das Image des Brotes nur gewinnen kann.

Emosens GMSA
Die GMSA spielt seit langem eine Vorreiterrolle bei der professionellen Analyse und Erstellung von sensorischen Profilen. Mit einer geschulten Fachgruppe ist es uns möglich, die organoleptischen Charakteristiken eines Produktes durch die Evaluation der Intensität der Eigenschaften auszudrücken und bildlich darzustellen.

Unser Wissen und unsere Instrumente stehen Ihnen als Unterstützung zur Verfügung. Zögern Sie nicht, unser Verkaufsteam mit Ihren Anliegen zu kontaktieren, wir freuen uns, Sie mit Tipps zu unterstützen.

Marcel Wächter
Leiter Prozess Verkauf/Marketing
Deutschschweiz



GMSA INFO

Kundenzeitung
Groupe Minoteries SA

Oktober 2021

An Agilität gewinnen,
die Extrameile gehen – für Sie
Brotgetreideernte 2021 – eine
Herausforderung für die Mühlen
Machen wir das Brot zum Star



Marke des Jahres 2021:
Steiner Mühle auf Platz 11!



An Agilität gewinnen, die Extrameile gehen – für Sie

Geschätzte Kundinnen, geschätzte Kunden

In der Aprilausgabe dieser Publikation verabschiedete sich die GMSA von Marc Müller, der die Gruppe während fünfzehn Jahren geleitet hatte. Ich wünsche ihm für den wohlverdienten Ruhestand nur das Beste und freue mich, die Zügel dieses wunderbaren Unternehmens zu übernehmen.

Nähe, Einfachheit, Offenheit, Respekt
Seit dem 1. April durfte ich bereits mehrere Produzenten, Kunden und Partner treffen und stelle zu meiner Freude fest, dass die Realität vor Ort mit dem Bild, das ich von der Groupe Minoteries SA hatte, und mit meinen persönlichen Werten – Nähe, Einfachheit, Offenheit, Respekt – übereinstimmt.

Drei Wörter werden unsere nächsten Vorhaben prägen: «Beweglichkeit, Digitalisierung, Innovation»

Sie, die 1'440 Kundinnen und Kunden, schenken uns heute Ihr Vertrauen: Sie haben sich für einen starken und engagierten nationalen Lieferanten entschieden, Sie haben einen Partner gewählt, der ein offenes Ohr für Ihre Anliegen hat. DANKE. Wie auch immer Ihre Rolle auf dem langen Weg vom Weizenfeld zum Bäcker aussieht und egal, wie gross Ihr Unternehmen auch sein mag, wir werden uns dafür einsetzen, Ihnen noch mehr zu bieten.

Streben nach kontinuierlicher Verbesserung

Vor rund 20 Jahren, als ich im Wallis meine Lehre als Konditor-Confiseur bei Albert Michellod («Le Délicé» in Leytron) abschloss, war ich Feuer und Flamme für die Kreation – dieser tägliche Drang,

weiter zu gehen, es besser zu machen, sich selbst zu übertreffen. Auch heute ist es dieselbe Energie, die mir die Entschlossenheit gibt für die Arbeit bei der GMSA, welche ich auf dem Weg der kontinuierlichen Verbesserung begleiten möchte.

Rückverfolgbarkeit, personalisierte Kommunikation

Drei Worte werden die nächsten Vorhaben prägen: Flexibilität, Digitalisierung und Innovation. Wenn die Gruppe, geprägt durch ihre Geschichte und Erfahrung, zu ihrer heutigen Kompetenz und Professionalität gefunden hat, ist dies eine solide Basis, um unsere Prozesse zu vereinfachen und dadurch an Dynamik zu gewinnen. Ohne sie zur Religion erheben zu wollen, wird die Digitalisierung uns erlauben, zwei entscheidende Herausforderungen zu meistern: die Rückverfolgbarkeit und die Personalisierung der Kundenkommunikation. Ausserdem verändern sich die Gewohnheiten der Konsumenten ständig. Auch für uns gilt es, fortlaufend innovativ zu sein, sowohl im Hinblick auf unsere Produkte als auch auf unsere Dienstleistungen.

Auffangen der Ernteauffälle

Unterdessen zeichnet sich bereits eine grosse Herausforderung ab: das Auffangen der angekündigten Ernteauffälle. Am Ende eines klimatisch schwierigen Jahres werden die Produktionspreise steigen. Es wird darum gehen, die besten Lösungen für alle unsere Kundinnen und Kunden zu finden, für jede einzelne und jeden einzelnen von Ihnen! Wir werden Sie über die Entwicklung auf dem Laufenden halten und immer ein offenes Ohr für Sie haben, getreu unserer obigen Devise.

Mit herzlichen Grüssen

Alain Raymond
Generaldirektor



Kurzbiographie

42 Jahre alt, wohnhaft in Saint-Légier (VD), verheiratet, ein achtjähriger Sohn, aufgewachsen in Saillon (VS), zweisprachig (fr-de)

Ausbildung

Konditor-Confiseur EFZ
Technische Berufsmatur
Ingenieur für Agrarlebensmittel und Biotechnologie, Haute Ecole, Sion
Executive Master of Business administration, HEG Fribourg

Werdegang

In verschiedenen Funktionen bei Unternehmen der Migros-Gruppe tätig (Start 2002 als Projektleiter). Später hatte er die Gelegenheit, die Jowa am Standort Volketswil/ZH zu leiten (2009-2013) und auch an der Entwicklung der ELSA-Mifroma-Gruppe teilzunehmen, die auf die Verarbeitung und Vermarktung von Milchprodukten spezialisiert ist (2013-2020).

Brotgetreideernte 2021 – eine Herausforderung für die Mühlen

Die Herausforderungen, die durch die schwierige Brotgetreideernte 2021 entstanden sind, haben gerade erst begonnen. Die Verfügbarkeit von qualitativ gutem Getreide bis zur nächsten Ernte ist in Frage gestellt, und die Preise für Getreide ebenso wie für Mehl und Brot, werden voraussichtlich steigen.

Die Wertschöpfungskette Brotgetreide ist erneut gefordert, die Versorgung mit Getreide, Mehl und Bäckereiprodukten in der Schweiz sicherzustellen. Im letzten Jahr waren die Regale der Schweizer Läden während der ersten COVID-Welle leergekauft, aber die Mühlenwirtschaft und die Backwarenbranche schafften es, die gewaltige Nachfrage trotzdem abzudecken. Die Sicherstellung einer genügenden Getreidemenge für das tägliche Brot war ein allgemeines Bestreben. Dieses Jahr, in dem die extremen Wetterbedingungen des Sommers zu einem Ausfall von fast 30% der Ernte geführt haben, kommen keine Fragen von den Konsumenten, obwohl die Situation viel kritischer ist.

Der unablässige Regen im Monat Juli hat die Getreideernte in der Schweiz und in ganz Europa stark beeinträchtigt. Dessen ungeachtet haben die Landwirte alles unternommen, um das Getreide für unsere Ernährung zu retten. Die Erklärung von Joël Terrin, Getreideproduzent in Granges-près-Marnand, spricht Bände: «Wir mussten während der Dreschperiode extrem flexibel sein, um den Weizen zum richtigen Zeitpunkt zwischen zwei Regenschauern einzuholen.»

Wenn wir zur Aussaatperiode zwischen Oktober und November 2020 zurückblicken, waren die Bedingungen zu jenem Zeitpunkt recht gut. Danach waren wir mit einem feuchten Winter konfrontiert, der bereits zu einigen Flächenverlusten aufgrund des stehenden Wassers geführt hat.

Der folgende trockene und kalte Frühling, insbesondere anfangs April, mit Frost in allen Regionen der Schweiz hinderte das Wachstum der Kulturen und zerstörte teilweise die bestehende Blüte. Der weitere Verlauf ist bekannt: Ausgiebiger Regen ab dem Monat Mai und Hagelschlag verursachten enorme Schäden.

Steuerung der Ernteperiode

Für die Mühlen hatten diese Bedingungen eine Verspätung der ersten Weizenanlieferungen von 3 bis 4 Wochen zur Folge. Dies führte zu einer logistischen Verzögerung, weil wir unsere Lagerbestände bis Ende Juni sukzessive verringern, um die neue Ernte annehmen und lagern zu können. Dies bedeutet, dass die Schweizerische Mühlenwirtschaft während eines Monats auf ihre Vorräte zurückgreifen musste, um weiterhin gegen 40'000 Tonnen Mehl zu produzieren, ohne ein einziges Kilo Weizen zu erhalten. Die Ware war noch nicht geerntet oder bereits in den Sammelzentren, welche damit beschäftigt waren, Gerste und Raps zu trocknen oder die besten Weizenchargen mit den mittelmässigen zu mischen, um sie vor der Deklassierung zu Futtergetreide zu retten.



Die Lage in qualitativer Hinsicht

Es wird sehr schwierig werden, genügend guten Weizen zu finden, um das eine oder andere mangelhafte Qualitätskriterium zu kompensieren.

Zurzeit stellen wir fest:

- Das Hektolitergewicht ist 3 bis 5 Kilogramm tiefer. Dies zeigt sich in der Müllerei mit einer deutlichen reduzierten Ausbeute an Mehl. Das heisst: Um die gleiche Menge Mehl zu erhalten, müssen wir mehr Getreide vermahlen, was sich in doppelter Hinsicht auswirkt. Einerseits steigt der Einstandspreis für Mehl und andererseits der Bedarf an Weizen in einem Jahr mit mengenmässig schwachem Ertrag.
- Die Fallzahl oder genauer die Messung der Enzymaktivität zeigt, dass heuer viel Brotgetreide gekeimt und für die Brotherstellung ungeeignet ist. Gesamthaft liegen diese Fallzahlen unter 280 Sekunden. Um den Weizen vor dem Futtermittelsektor zu retten, wurden Getreidemengen mit Fallzahlen unterhalb des Minimums von 220, also zwischen 219 und 180 Sekunden, separat als Mischklasse eingelagert.



Joël Terrin, Landwirt in Granges-près-Marnand

- Auch wenn das verfolgte Ziel lobenswert ist, liegt das Risiko bei den Mühlen. Aus Weizen, der eigentlich als Futterweizen qualifiziert ist, sollen wir mit schwachen Weizenqualitäten die gewünschten Sollwerte beim Backmehl erreichen.
- Der Proteingehalt ist mit 0,3 bis 0,5 Prozenten deutlich niedriger als letztes Jahr. Einen noch grösseren Einfluss hat der Gehalt an Feuchtgluten, welcher ebenfalls tiefer ist. Der Glutengehalt ist um 2 bis 4 Prozenten niedriger und liegt in der Topklasse sogar unter 30%!
- Die Belastung mit Mykotoxin ist insgesamt schwach, auch wenn gewisse Weizenpartien für die Brotherstellung ungeeignet waren und entfernt werden mussten.

- Der Feuchtigkeitsgehalt des unter nasen Bedingungen geernteten Getreides ist ebenfalls höher als im letzten Jahr. Viel musste aufwändig getrocknet werden, was die Qualität tendenziell negativ beeinflusst.

Die Lage in quantitativer Hinsicht

Mengenmässig schätzen wir, dass die Ernte 2021 zwischen 30 bis 35% unter der eines normalen Jahres liegen wird (in der Westschweiz ist die Situation etwas besser).

Ein positiver Aspekt in dieser ausserordentlichen Situation ist der Unternehmergeist der Partner in der Getreidebranche, die selbst im Fall von reichen Ernten (siehe die letzten vier Ernten) den Getreidepreis

stabil halten. Dies ermöglichte nicht nur, die Kulturen für Brotgetreide für die Landwirte attraktiv zu halten und damit zum Erhalt von Anbauflächen beizutragen, sondern auch, die strategischen Schweizer Warenlager zu finanzieren. Diese Lagerbestände sind in diesem Jahr ein Glücksfall und dürften Gegenstand einer gemeinsamen langfristigen Strategie im Getreidesektor werden.

Trotz allem kann das Angebot die Nachfrage nicht abdecken. Die Schweiz wird daher auf zusätzliche Importe angewiesen sein, um ihren Getreidebedarf für die Brotherstellung zu sichern und bestimmte Schweizer Label oder regionale Produkte werden bis zur nächsten Ernte nicht in ausreichender Menge verfügbar sein.

Der seit mehreren Monaten anhaltende Höhenflug der Preise bei allen Rohstoffen – und insbesondere bei Getreide seit der Ernte dieses Sommers – wird zu einem Anstieg der Mehl- und Mischungspreise beitragen.

Fazit: Die Mühlenindustrie steht vor enormen Herausforderungen hinsichtlich Qualität, Quantität sowie erheblichen Kostensteigerungen bei den Rohstoffen und Produktion.

Diese Extremsituation lehrt uns, dass die Spezialisten in ihrem Tätigkeitsbereich, wie beispielsweise im Anbau der Kulturen, der Lagerung und Vermahlung, aber auch der Kompetenz und Flexibilität im Brotherstellungsprozess Garanten für unser tägliches Brot sind.

José Dorthe
Leiter Einkaufsprozess

