

# Brot soll wieder nach «Brot» schmecken

## Wohin steuert die Industrie,

die das herstellt, was wir essen? Dieser Frage gingen gestern die Referenten des 47. ITS-Techno-Apéros nach.

VON ROLF FEHLMANN

**NEUHAUSEN** Wie schafft es ein Bäcker, ein eiweisshaltiges «Feierabendbrot» anzubieten, das deutlich teurer ist als sein herkömmliches Brot, einen gummierten Beigeschmack hat und ihm förmlich aus den Händen gerissen wird?

An Fragen wie diesen zeigten die vier Referenten des 47. ITS-Techno-Apéros gestern Abend im SIG-Hus in Neuhausen den rund 140 angemeldeten Teilnehmern auf, wie sehr sich die Bedeutung von Lebensmitteln für unsere Ernährung, unseren Alltag und unsere Kultur gewandelt hat. Sie machten deutlich, welche Kräfte und Tendenzen diesen Wandel treiben, und sie gaben einen Ausblick auf weitere Veränderungen, die uns noch bevorstehen – dass eines Tages möglicherweise unser Essen aus dem 3D-Drucker auf unsere Teller kommen könnte, tönnten sie zwar an, gingen aber – zum Glück? – nicht näher darauf ein. Dafür gab's dann nach den inhaltlich dicht gepackten Vorträgen echtes Brot und Häppchen am traditionellen Apéro, an dem die Besucher noch lange über Brot – und wie es schmecken sollte – diskutierten.

Michael Kleinert, Leiter des Instituts für Lebensmittel- und Getränkeinnovation an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Wädenswil, zeigte am Beispiel von Brot auf, wie vielschichtig der Begriff der Qualität ist und wie sehr er den Wandel von gesellschaftlichen Werten und technologischer Entwicklung widerspiegelt. Meiert J. Grootes, CEO der



«Das Wichtigste ist, dass es schmeckt»: Am Beispiel Brot machten gestern die vier Referenten am ITS-Techno-Apéro den gesellschaftlichen und den technologischen Wandel im Bereich der Lebensmittel deutlich.

Bild Rolf Fehlmann

Veripan AG in Matzingen, illustrierte mit zahlreichen Beispielen den Druck, unter den Lebensmittelhersteller heute nicht nur durch Markt und Regulatoren kommen können, sondern auch vonseiten der Konsumenten, die immer besser vernetzt und informiert sind. Peter Braun, CEO von Swiss Food Research,

machte klar, dass weltweit genügend Lebensmittel da seien, um die gesamte Bevölkerung unseres Planeten zu ernähren. Das Problem seien die ungleiche Verteilung und der Umstand, dass rund ein Drittel der Lebensmittel bei der Herstellung, beim Transport und durch Nichtkonsumieren verloren

gehe. Und Frank Burose, Geschäftsführer des Kompetenznetzwerks Ernährungswirtschaft in Weinfelden, legte dar, dass sich die Schweizer Ernährungswirtschaft über die Attribute Geschmack, Qualität und Herkunft im globalen Markt behaupten könne – der Preis komme erst an vierter Stelle.

## Film im Kopf

Die Brotsprache der Fachhochschule ZHAW

«Den Auftakt bildet eine feinherbnussige Note, welche durch die Sonnenblumenkerne geprägt ist. Auf der Basis einer für Roggen typischen Säure entwickeln sich malzige und karamellartige Noten im Zusammenspiel eines vollkorntypischen Mundgefühls. Die intensive Feuchte der Brotkrume fördert ein reichhaltiges Geschmackserlebnis, das auch noch nach mehreren Tagen erlebt werden kann.»

Was von der Sprache der Weinkenner inspiriert erscheint, wurde am Institut für Lebensmittel- und Getränkeinnovation der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Wädenswil entwickelt: eine «Sprache des Brotes». Mithilfe eines «Aromarad» genannten Werkzeuges soll Backwarenverkaufspersonal in der Lage sein, dem Kunden sinnlich nachvollziehbar zu übermitteln, wie ein bestimmtes Brot schmeckt. In den Text eingestreute Signalwörter helfen, gezielt Assoziationen auszulösen. (rf.)