

# Glutenfrei im Supermarkt

BESSERE DIAGNOSTIK UND LIFESTYLE-TRENDS ERHÖHEN DIE KUNDENANZAHL FÜR GLUTENFREIE PRODUKTE IN DEN NÄCHSTEN JAHREN DRASTISCH. DIE VERTRIEBSSCHIENE LEBENSMITTELEINZELHANDEL WIRD IMMER INTERESSANTER.

++ Bild 1



++ Bild 1 Der britische Großbäcker Warburtons hat eine große Glutenfrei-Sparte

++ Bild 2



++ Bild 2 Die deutsche Supermarktkette Rewe hat im April 2012 eine Frei-von-Eigenmarke auf den Markt gebracht

**+** Glutenfreie Backwaren haben in weiten Teilen Europas ihr Image als harte, geschmacksneutrale Nährmittel verloren. Denn während früher viele der glutenfreien Produkte mehr Zucker, Salz oder Fett als herkömmliche Produkte enthielten, um den schlechten Geschmack zu überdecken, entdecken heutzutage immer mehr Unternehmen in Europa diesen speziellen Markt für sich und produzieren mit immer größerem Variantenreichtum und deutlich verbesserter Qualität Brot, Brötchen, Gebäck und Kekse mit einem Anteil an Gluten von unter 20 ppm.

Zahlen zum Absatz von glutenfreien Lebensmitteln sind schwer zugänglich. Die britische Zöliakiegesellschaft arbeitet mit Daten des Marktforschungsunternehmens Mintel International Group Ltd. aus London. Sie prognostiziert für das Jahr 2014 für das Vereinigte Königreich einen Umsatz von rund 287 Mio. EUR, gefolgt von Deutschland mit rund 210 Mio. EUR und Italien mit 249 Mio. EUR. Diese Zahlen beziehen sich auf alle glutenfreien Lebensmittel. Dazu gehören neben Backwaren auch Nudeln, Cerealien, Backmischungen und Bier. Mintel berichtet, dass zwischen 2006 und 2010 2.528 neue glutenfreie Produkte auf den britischen Markt gekommen sind. Nielsen Deutschland (The Nielsen Company (Germany) GmbH, Frankfurt am Main) hat Zahlen für den Absatz von glutenfreien Produkten im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ermittelt. So wurden über diesen Absatzweg 2012 Waren im Wert von 54.203 EUR vertrieben. 2011 waren es noch 46.359 EUR und 2010 38.990 EUR. Dabei stieg der Anteil der Lebensmittelgeschäfte, die ein glutenfreies Sortiment führen, stetig. 2011 waren es 38 %, 2010 30 %. Brot und Brötchen sind dabei die wichtigste Warengruppe. Sie machen laut Nielsen ein gutes Drittel des Ge-

schäfts mit glutenfreien Lebensmitteln aus. Weitere wichtige Absatzwege sind der Internetversand, Drogerien, Bioläden und in einigen europäischen Ländern auch Apotheken. In Italien beispielsweise sind erst in vereinzelt Regionen glutenfreie Lebensmittel in Supermärkten zu kaufen. Dort gibt es einen Verschreibungsmarkt mit Unterstützung für die Kranken vom Gesundheitsministerium. Die Ware bekommen die Betroffenen in Apotheken. Auch in Großbritannien sind glutenfreie Lebensmittel in Apotheken zu bekommen. Die meisten Länder in der EU gewähren den Zöliakiekranken finanzielle Unterstützung zur Beschaffung von glutenfreien Lebensmitteln – wenn auch manchmal nur für Kinder und Jugendliche. Das ist für viele Familien wichtig, weil glutenfreie Lebensmittel meist 30–50 % teurer sind als vergleichbare andere Lebensmittel.

Die Steigerungsraten für den Absatz glutenfreier Lebensmittel werden von Experten für alle europäischen Länder als sehr hoch eingestuft. Gerade für den LEH sollen sie in den nächsten Jahren durchgängig im zweistelligen Bereich liegen. Denn Menschen, bei denen Zöliakie diagnostiziert wird, müssen zwar ihre Ernährung umstellen, aber sie wollen nicht zwangsläufig ihre Einkaufsgewohnheiten ändern. Sie möchten weiterhin zu ihrem bevorzugten Supermarkt gehen. Die Einkaufskette, die sich darauf als erste in der Welt eingestellt hat, war Sainsbury's (J Sainsburys plc, London) in Großbritannien. Sie startete 2001 mit einer eigenen Free-from-Marke. Ihre Mitbewerber Tesco plc, Cheshunt, und Waitrose Ltd., Bracknell, folgten ein paar Jahre später. Inzwischen haben auch die Schweizer Supermarktkette Migros Genossenschaft, Zürich, und die österreichischen Spar-Märkte (SPAR Österreichische Warenhandels-AG, Salzburg)

jeweils Free-from-Marken. Und der zweitgrößte deutsche Lebensmittelkonzern, die REWE Markt GmbH, Köln, startete mit einer Free-from-Eigenmarke im April 2012. Im Programm bei Rewe sind zurzeit 34 Produkte, von denen 17 laktose- und 16 glutenfrei sowie eines gluten- und laktosefrei sind. Neun davon sind Backwaren.

Die erste Bilanz beschreibt Thomas Bonrath von der Unternehmenskommunikation bei Rewe so: „Da ‚REWE frei von‘ gerade mal ein Jahr eingeführt ist, sind die Umsätze des Sortiments stark ansteigend, aber noch auf niedrigem Niveau. Aber das gesamte Angebot hat Potenzial.“

Auch wo der LEH keine Free-from-Eigenmarken anbietet, geht er mehr und mehr dazu über, glutenfreie Produkte in eigene Regale zu platzieren und sie nicht mehr vereinzelt und unauffällig zu den konventionellen Produktgruppen zu sortieren. An dieser Stelle fällt in fast ganz Europa die Dominanz der Marken der Dr. Schär AG aus dem italienischen Burgstall auf. Von Brot, Mehl, Nudeln und Keksen bis hin zu Fertiggerichten und TK-Produkten hat der größte Hersteller glutenfreier Lebensmittel in Europa alles in seinem Sortiment. Rund 300 Produkte sind insgesamt am Markt. Sie werden unter sechs Marken vertrieben (Schär, DS glutenfree, Glutano, Glutafin, Trufree, Beiker). Das Unternehmen besitzt Tochtergesellschaften in Deutschland, Spa-



++ Bild 3 Kontamination ausgeschlossen: Die Schweizer Jowa AG liefert ihr Sortiment Huttwiler glutenfree in Beuteln zum Aufbacken

nien, UK und den USA und Produktionsstandorte in Burgstall (Italien), Apolda und Dreihausen (beide in Deutschland) sowie in Zaragoza (Spanien). In Logan (USA) ist zurzeit ein weiteres Werk im Bau. Im eigenen Forschungslabor in Triest werden jährlich rund 30 neue Produkte und verbesserte Rezepturen entwickelt. Der Umsatz des Branchenprimus, der bereits 1922 erstmals Produkte für gesunde Ernährung von Kleinkindern unter dem Namen

Anzeige



Creating  
happiness™



## SUCREA® Pablo Sweet & Pablo Fruit

Die einzigartige und innovative gelatinefreie  
**Sahnestabilisierungstechnologie.**

Für eine stabile Textur mit hervorragender Schnittfestigkeit

- Frei von Gelatine
- Ohne Konservierungsstoffe
- Ohne Aroma
- Vegetarisch und vegan

Die Dawn Kundenberater halten den Konzeptfolder mit Rezepten bereit.

**Dawn**®

Bakery success starts here.™

Dawn Foods Germany GmbH • Riedstraße 6 • D-64295 Darmstadt  
t. +49 6151 3522 90 • f. +49 6151 3522 9339 • www.dawnfoods.de

++ Bild 4



++ Bild 4 Dr. Schär ist mit rund 300 glutenfreien Produkten in ganz Europa am Markt

Dr. Schär auf den Markt brachte, liegt bei 145 Mio. EUR. 450 Mitarbeiter beschäftigt das Unternehmen weltweit.

Die Glutenfrei-Vorreiter aus Italien besetzen auch Felder, die von anderen Unternehmen noch nicht sehr stark in den Fokus genommen werden. Dazu gehören Fertiggerichte und Tiefkühlprodukte. Doch worauf die Italiener derzeit ihr Hauptaugenmerk richten, das ist die Gastronomie. Unter dem Namen Bontà d'Italia (bontà heißt übersetzt „Qualität“ oder auch „Wohlgeschmack“) errichtet Dr. Schär ein Netzwerk von Restaurants und Pizzerien, in denen ein breites Sortiment von glutenfreien Lebensmitteln angeboten werden soll. In enger Zusammenarbeit mit Dr. Schär entwickeln die beteiligten Gastronomen jeweils eine eigene Menükarte mit glutenfreien Speisen. Für die frische Zubereitung der Gerichte vor Ort stellen die Häuser sicher, dass in ihren Restaurantküchen ein extra Arbeitsbereich geschaffen wird. Im Rahmen einer speziellen Schulung werden die Mitarbeiter für die Bedürfnisse bei einer glutenfreien Ernährung spezialisiert und einmal pro Jahr überprüft. Zurzeit wird dieses Netzwerk in Italien, Deutschland, Frankreich und Spanien aufgebaut. Damit einher geht die Weiterentwicklung der Internetplattform [www.glutenfreeroads.com](http://www.glutenfreeroads.com). Hier finden sich aktuell mehr als 30.000 Adressen aus der ganzen Welt, an denen Menschen glutenfrei einkaufen oder essen gehen können. Besonders weit entwickelt ist der Gastronomiebereich für glutenfreie Lebensmittel in Skandinavien. Dort ist es bereits heute in sehr vielen Restaurants möglich, glutenfrei zu essen. Selbst McDonald's bietet glutenfreie Buns für seine Hamburger in allen Restaurants in Schweden, Norwegen und Finnland an – in Finnland bereits seit 1999. In Spanien hat der Fastfood-Riese Hamburger mit glutenfreien Buns seit 2011 im Programm. Und in den Niederlanden wird noch in diesem Jahr ein Pilotprojekt mit glutenfreien Buns anlaufen. Überall, wo McDonald's glutenfreie Produkte anbietet, passiert das in Kooperation mit der nationalen Zöliakie Selbsthilfevereinigung. Diese beraten bei der Einführung und überwachen den ordnungsgemäßen Umgang mit glutenfreien Produkten. Auf diesem Gebiet sind die Selbsthilfeorganisationen eine wichtige Instanz, der die Patienten vertrauen. Seit rund 40 Jahren gibt es bereits ein Gütesiegel – eine durchgestrichene Ähre. Diese

++ Bild 5



++ Bild 5 McDonald's vertreibt in Skandinavien, Spanien und bald auch in den Niederlanden Hamburger mit glutenfreien Buns

dürfen all jene Produzenten auf ihren Packungen abdrucken, deren Lebensmittel unter 20 ppm Gluten enthalten. Die Zöliakie-Verbände überprüfen das regelmäßig.

Die durchgestrichene Ähre genießt hohes Vertrauen bei den Zöliakiekranken in ganz Europa. Menschen mit Glutenunverträglichkeit sind sehr darauf angewiesen, dass sie sich auf die angegebene Glutenfreiheit verlassen können. Denn bei einigen von ihnen reicht bereits eine Spur herkömmliches Mehl, um Durchfall, Übelkeit, Bauchschmerzen oder andere Beschwerden auszulösen. Das bedeutet für die Produktion von Brot- und Backwaren, dass sie streng getrennt von der Produktion mit herkömmlichem Mehl erfolgen muss. Anfang 2012 hat die Jowa AG aus Volketswil nach einem Umbau ihre Teigwarenfabrik in Huttwil als Fabrik für glutenfreie Back- und Teigwaren fertiggestellt. Und erst vor Kurzem hat die Ernst Böcker GmbH & Co. KG aus Minden, Deutschland, einen Produktionsstandort für glutenfreie Brote und Brötchen fertiggestellt (mehr dazu im Artikel „Böcker backt glutenfrei“ ab der Seite 32). Das Unternehmen, das für seine Sauerteige bekannt ist, stellt bereits seit 2004 glutenfreie Sauerteige her. Jowa wiederum gehört zur schweizerischen Lebensmittelkette Migros. Seit dem Frühjahr 2012 bietet das größte Bäckereiunternehmen der Schweiz unter der Marke Huttwiler glutenfree seine Produkte in der Schweiz an, und seit Herbst 2012 auch in Deutschland. Zurzeit besteht das Sortiment aus Brot (Sonnenbrot mit Sonnenblumenkernen, Leinsamen und Sesam, Rustico, Toast Rustico, Toastbrot, Mini Baguette, Mini Laugenbaguette), Brötchen (Kaisersmehl, Sonntagsbrötchen, Laugenbrötchen, Ciabatta, Ciabatta rustica), Kuchen (Zitronenkuchen, Kakao-kuchen), Pasta (Penne, Fusilli, Spaghetti) und Paniermehl. Alle Backwaren sind einzeln in einem backfesten Beutel verpackt und tiefgekühlt. Das ist sowohl für Endverbraucher ein Vorteil, als auch für die Gemeinschaftsverpflegung, Gastronomie und den Convenience-Bereich. Der Umbau der Produktionsstätte in Huttwil war aufwendig und hat 5,7 Mio. CHF (4,6 Mio. EUR) gekostet. „Hier herrschen jetzt Bedingungen wie in der Medikamentenherstellung“, sagt Standortleiter Christoph Keller. Beim Backen werden die Teiglinge gleichzeitig sterilisiert. Im Reinraum kühlen sie ab und werden verpackt. Die Mitarbeiter betreten den Raum über eine Schleuse, in der sie sich komplett umziehen.

Die hygienischen Auflagen beginnen aber nicht erst an den Fabrikatoren, sondern bereits auf dem Feld beim Bauern. Dazwischen müssen ebenfalls spezialisierte Mühlen das Getreide verarbeiten. Auch an die Technik werden besondere Anforderungen gestellt. Viele Geräte mussten an die besonderen Bedingungen der stark klebenden glutenfreien Teige angepasst werden. Viele sind Spezialanfertigungen.

Besonders in den vergangenen zehn Jahren sind eine ganze Anzahl Backbetriebe für glutenfreie Produkte entstanden. An dem Branchenriesen Dr. Schär aus Italien kommt zwar niemand vorbei, aber viele weitere Unternehmen sind in ihren Heimatländern stark am Markt und exportieren in viele Teile Europas. Dazu gehören beispielsweise Moilas Oy aus Naarajärvi, Finnland, Fria Bröd AB, Västra Frölunda, und Semper AB, Sundbyberg, beide aus Schweden, die Glutenfrei-Sparten der Bäckereien Warburtons Limited aus Bolton und Frank Roberts & Sons Ltd, Northwich, beide aus Großbritannien, sowie die britischen Bäckereien Ultra-pharm aus Pontypool, Genius Foods aus Edinburgh und Gluten Free Foods Ltd aus Elstree, mit ihrer Marke Barkat. Weiter sind da noch Balviten Sp. Z o.o. aus Katowice, Polen, Giusto (Giuliani International Limited, Dublin, Irland) und Nutrifree (Nuova Terra S.r.l., Altopascio, Italien), Food for life aus Utrecht, Niederlande, und Damhert BV aus Heusden Zolder, Belgien, sowie Poensgen (Spezial-Diät-Bäckerei Poensgen GbR, Eschweiler), die Hammermühle

GmbH, Kirrweiler, und Schnitzer GmbH & Co. KG aus Offenburg, Deutschland.

Anfang Juni trafen sich viele Vertreter dieser und weiterer Produzenten glutenfreier Lebensmittel mit Vertretern des LEH, der Gastronomie und des Außer-Haus-Sektors auf der Free From Food 2013 in Freiburg. Diese Messe wurde zum ersten Mal ausgerichtet und zeigte einmal mehr, dass der Frei-von-Sektor – und mit ihm die Sparte glutenfrei – in Europa boomt. Mit dabei waren auch Vertreter US-amerikanischer Glutenfrei-Bäckereien. Sie sind davon überzeugt, dass der europäische Markt inzwischen sehr interessant ist. „Weil der Markt kontinuierlich wächst, ist nun der richtige Zeitpunkt für uns gekommen, unsere Produkte dem Rest der Welt zu zeigen“, sagt beispielsweise Joel Warady, Chief Sales & Marketing Officer der Enjoy Life Foods, einem Produzenten von glutenfreien Backwaren aus Illinois. Sein Konkurrent Bob's Red Mill Natural Foods aus Oregon ist bereits auf dem alten Kontinent angekommen. Business Development Director Jan Chernus sagt: „Wir haben erste Produkte in Großbritannien und Irland am Markt und beginnen demnächst mit der Verschiffung in die Niederlande. Zurzeit übersetzen wir die Etiketten unserer Top-Seller in drei europäische Sprachen und können sie damit anschließend in sieben verschiedenen Ländern verkaufen. Wir werden nach Europa expandieren.“ +++

Anzeige

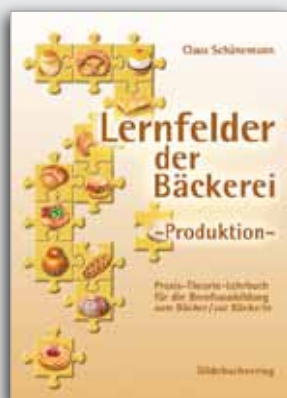
**GILDE**  
BUCH  
VERLAG

## Optimal auf die Prüfungen vorbereiten! Sichern Sie sich Ihren Lernerfolg!



Claus Schünemann  
**Lernfelder der Bäckerei und Konditorei - Verkauf -**  
**Fachkundliches Testheft für Fachverkäuferinnen und Fachverkäufer**

3 Einzelhefte  
Teil 1: Grundstufe, ISBN: 978-3-7734-0172-4  
Teil 2: Fachstufe I, ISBN: 978-3-7734-0173-1  
Teil 3: Fachstufe II, ISBN: 978-3-7734-0174-8  
je € 12,00  
Lösungen je € 2,00



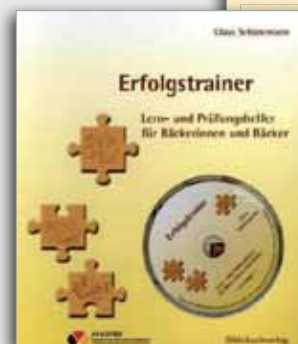
Claus Schünemann  
**Lernfelder der Bäckerei -**  
**-Produktion-, mit CD-ROM**

3. neubearbeitete Auflage 2011  
ISBN: 978-3-7734-0165-6  
€ 46,80



Claus Schünemann  
**Lernfelder der Bäckerei und Konditorei -**  
**-Verkauf-, mit CD-ROM**

3. Auflage 2011  
ISBN: 978-3-7734-0170-0  
€ 46,80



**ERFOLGSTRAINER - Lern- und Prüfungshelfer für Bäckerinnen und Bäcker.**

**Aufgabenordner**, 1. Auflage 2009 € 49,00  
ISBN: 978-3-7734-0169-4

**Trainingsbuch + Online Tutorium**, 1. Auflage 2009 € 49,00  
ISBN: 978-3-7734-0168-7



## **Dies ist ein Artikel aus der Fachzeitschrift **brot+backwaren**, die 6-mal jährlich erscheint.**

Als Abonnent erhalten Sie die Fachzeitschrift mit Praxisreportagen, Berichten aus Forschung und Entwicklung, Marktanalysen und Firmenportraits sofort nach Erscheinen. Damit haben Sie einen fundierten und umfassenden Überblick über den aktuellen Stand der Technik sowie der Backbranche.

**Interessierte können die Zeitschrift unter**  
**[www.brotundbackwaren.de](http://www.brotundbackwaren.de)**

**zum Kennenlernen kostenlos und unverbindlich**  
**zum Probelesen bestellen.**

In unserem Archiv auf dieser Homepage finden Sie sämtliche Berichte auch als PDF-Datei. Die Fachartikel finden Sie dort nach Jahrgängen sortiert; sie können per Volltextsuche durchsucht werden.

### **++ Copyrights, Texte zitieren und nutzen**

Bitte beachten Sie, dass das einfache Zitieren unserer Texte erlaubt ist, solange sich die Länge des Zitats im Rahmen hält. Dabei halten wir drei Sätze für eine gute Grenze. Verlinken Sie bitte auf unseren Text. Nur wenn Sie mit dem Zitat Werbung machen oder es gewerbsmäßig an Dritte weitergeben wollen, fragen Sie uns bitte erst unter [info@foodmultimedia.de](mailto:info@foodmultimedia.de).

Längeres Zitieren oder Übernehmen unserer Texte ist nur nach Übereinkunft mit f2m erlaubt. Bilder aus unseren Texten sowie Videos dürfen nur nach Lizenzierung mit den Rechteinhabern weiterverwendet werden.

Ansonsten gilt das übliche Copyright: Wir, die f2m food multimedia gmbh, behalten uns alle Rechte an den Beiträgen auf unserer Seite vor.

**++ Haben Sie noch Fragen? Dann wenden Sie sich bitte an uns.**