

Einmal mehr haben die Food-Scouts der Tiefkühlprodukte-Spezialistin Gmür AG (Zürich) zugeschlagen und die revolutionäre Brot-Marke «Eat the Ball» in ihr Sortiment aufgenommen. Dank dem weltpatentierten



Brotherstellverfahren «pro.ferment.iced» zeichnen sich die tiefgekühlten Brote der Marke «Eat the Ball» durch schonende Herstellung, lange Haltbarkeit und natürlichen Geschmack aus.

EURO 2016 und die Brot-Revolution:

«Eat the Ball»

Von Chefredaktor René Frech

«Eat the Ball» ist ein österreichisches Innovationsunternehmen mit Sitz in Salzburg, das 2012 das weltweit erste Markenbrot lancierte und damit eine neue Kategorie von funktionalem Markenbrot auf den Markt brachte.

Alles begann im Jahr 2007 mit der Frage: Warum gibt es keine wirklichen Brotmarken? Ein so wichtiges Lebensmittel wie Brot wird bislang nur in generischen Kategorien anstatt als echtes, unterscheidbares Markenprodukt mit individuellen Qualitätsmerkmalen vermarktet. Das Thema «Brot und Marke» fanden die «Eat the Ball»-Gründer Michael Hobel und Norbert Kreihamer so spannend, dass sie sich nach fünfjähriger Entwicklungszeit im Jahre 2012 entschlossen, «Eat the Ball» zu lancieren. Heute gibt es das Marken-Brot in Oesterreich, Deutschland, in den USA – und seit kurzem bei der Gmür AG auch in der Schweiz!

Die Basis dafür bildet die innovative Technologie «pro.ferment.iced», welche die Herstellung von Brot in speziellen

Formen überhaupt erst ermöglicht. «Der Ball ist die aufmerksamkeitsstarke Hülle einer neuen Technologie, welche den Brotmarkt verändern wird. Fermentieren statt Backen, heisst die Devise», betont Unternehmer Michael Hobel und ergänzt: «Das Sinnvolle dieser Technologie und Marke liegt auf Grund der Natürlichkeit der Zutaten und Produkte darin, den Konsumenten ein wertvolles, gesundes Lebensmittel anzubieten, das auf Grund der langen Frische einen Beitrag leistet, den weltweit unvorstellbar grossen täglichen Brotabfall zu reduzieren.»

Tatsächlich haben Studien ergeben, dass täglich 30 Prozent der Brotproduktion als Abfall endet. «Eat the Ball» ist also auch ein Beitrag zur Reduktion des globalen «Food Waste».

Das weltweit erste Markenbrot gibt es in der attraktiven Form eines Balls – vom Erdball über die Sportbälle (z.B. Fussball) bis hin zum Hockey-Puck. Das innovative Herstellungsverfahren «pro.ferment.iced» umfasst eine natürliche Fermentation und gewährleistet beste Qualität und besten Geschmack.



«Eat the Ball»-Produkte gibt es in den zwei folgenden Varietäten:

► «Original Line» zeichnet sich durch eine einfache Brotrezeptur mit lediglich acht Zutaten aus. Schonend hergestellt und bekömmlich ist es einfach gutes, wertvolles Brot für jeden Brotliebhaber.



► «Multi Line» weist einen zwei bis drei Mal höheren Vitamin-B-Gehalt als übliches Vollkornbrot auf, ist reich an Mineralstoffen und Spurenelementen und daher für besonders ernährungs- und körperbewusste Konsumenten konzipiert.

«Eat the Ball»-Produkte bestehen aus besten Zutaten ohne jede E-Nummer und ohne Geschmacksverstärker und werden aus dem Produktionsbetrieb im österreichischen Asten bei Linz tiefgekühlt in alle Welt versandt. Tiefkühlung und natürliche Fermentation gewährleisten überdurchschnittliche Frische und Geschmack und sollen der Brotverschwendung in aller Welt einen Riegel schieben. Um diese Zielsetzung zu unterstützen, haben die «Eat the Ball»-Gründer auch die «One Ball Foundation» gegründet und die Top-Sportstars Russell Wilson (USA) und David Alaba (Europa) als Partner von «Eat the Ball» gewinnen können.



Mitte 2016 wird in Asten bei Linz eine völlig neue Art von Bäckerei, ein Kompetenzzentrum für Brottechnologie, ein Bread-Lab, ein Hightech-Betrieb mit innovativer Brottechnologie für eine natürliche Brotherstellung in Betrieb genommen. Auf einem Areal von 6600 Quadratmetern entsteht ein Produktionsgebäude mit 2800 Quadratmetern Nutzfläche, wo in einer ersten Ausbaustufe rund 30 Millionen «Eat the Ball»-Brote hergestellt und in alle Welt geliefert werden sollen.

«Eat the Ball» und EURO 2016

So auch in die Schweiz zu den Food-Scouts der Gmür AG, welche damit den einheimischen Brotmarkt revolutionieren wollen. Manche Gastro-Unternehmer, Streetfood-Gastronomen und «Public Viewing»-Caterer werden die Gelegenheit beim Schopf packen und mit Genuss «Eat the Ball» in der Version «Fussball» zur EURO 2016 in ihr kulinarisches Angebot integrieren...!



PARKHOTEL BEAUSITE, ZERMATT



HAUPTSITZ «DIE MOBILIAR», BERN



AUSBILDUNGSZENTRUM GASTRO BASELLAND, LIESTAL

EDEL DANK STAHL

Für die Fabrikation und Einrichtung von Grossküchen und Self-Service-Anlagen sind wir Ihr Spezialist – das seit über 40 Jahren! Mit unserem Wissen und unserer Erfahrung als Hersteller sind wir Ihr kompetenter Partner und gerne für Sie da!

SCHMOCKER AG
DAMMWEG 15
CH-3800 INTERLAKEN
TELEFON 033 828 38 48
TELEFAX 033 828 38 38
INFO@SCHMOCKER-AG.CH
WWW.SCHMOCKER-AG.CH

