



Die Welt in der **SNACKTHEKE**

Belegte Brötchen, Pizza & Co. sind schon fast „alte Hüte“ im Snackregal. Wer seinen Durchschnittsböden erhöhen möchte, sollte über ein kreativeres, weltoffenes Snackportfolio nachdenken. Deshalb hat der **SnäckerMeister** einen Blick in die Welt(glas-)kugel gewagt und internationale Foodtrends aufgespürt, die sich gut in heimischen Bäckereien umsetzen lassen.

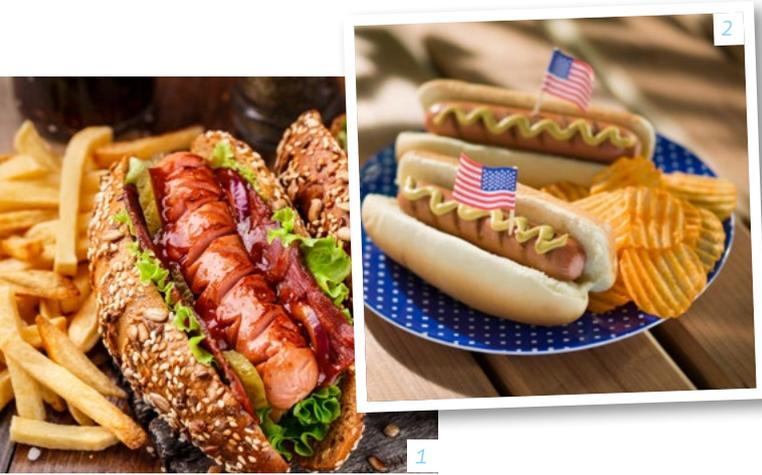
Eine Reise um die Welt, wer träumt nicht davon? Ebenso wie der Globus ist die Welt des Essens und Trinkens immer in Bewegung und geht mit wechselnden Trends einher. Grund genug, sich mit den wichtigsten auseinanderzusetzen und ein wenig Weltreise-Feeling in die Snacktheke zu holen. Denn: Abwechslung und ein guter Mix in der Auslage sind den Konsumenten wichtig. Mit verschiedenen Arten von Snacks, unterschiedlichen Toppings oder Füllungen und wechselnden Angeboten überzeugt man Kunden und sorgt für eine gute Bindung. Mit exotischen Zutaten aus verschiedenen Ländern lassen sich herzhaftes sowie süße Backwaren einfach abwandeln, die dadurch mehr Vielfalt ins heimische Bäckergeschäft bringen.

Der Wunsch nach „Exotischem“ kann verschiedene Gründe haben, wie Robert Maaßen, Country Commercial Manager von Vandemoortele, weiß: Viele Verbraucher seien immer wieder auf der Suche nach einem außergewöhnlichen Geschmackserlebnis bzw. dem Besonderen. Andere wiederum wünschten sich, gewisse Speisen, die sie im Urlaub kennen und lieben gelernt haben, auch in der Heimat wiederzufinden. Eine Erfahrung, die viele Kunden gerne mit ihrem Bäcker teilen würden. Warum also nicht die beliebtesten Urlaubssnacks der Kunden einführen, die durch ein Gewinnspiel ermittelt wurden? Jedes Land hat doch eine lange Liste an

Topsnacks – mit Rezepten, die sich bewährt haben. Das Rad muss also nicht neu erfunden werden und der Kunde freut sich beispielsweise darüber, seinen kürzlich beendeten USA-Urlaub wieder aufleben lassen zu können. Exemplarisch für beliebte amerikanische Snacks sind hier Donuts, Muffins, typisch amerikanische Kuchen wie „Red Velvet“ oder „Lime Pie“ von Vandemoortele, Brownies & Co. zu nennen, die längst den Nerv deutscher Verbraucher getroffen haben und sich als TK-Variante leicht bevorraten lassen. Dabei verkörpern sie mehr als nur süßen Genuss. Oft schwingt auch eine gewisse Sehnsucht nach Andersartigkeit und somit auch Individualität mit. Die USA wird z. B. als Land der unbegrenzten Möglichkeiten, der Innovationen und Verrücktheit wahrgenommen. Somit erreichen Produkte aus Amerika schnell einen Kultcharakter – man denke hier nur an den Klassiker Hotdog, der durch die Abwandlung der verwendeten Backware und exklusive Zutaten immer wieder neu interpretiert werden kann – und dadurch nie aus der Mode kommt.

Superfood: exotische oder heimische Zutaten

Kultig und nach wie vor in aller Munde sind Superfoods. Sie sind natürliche, nicht industriell hergestellte (pflanzliche) Lebensmittel, die einen hohen Anteil an Vitaminen, Mineralstoffen und Antioxidantien haben. Das



1] American Style liegt voll im Trend: ob nun als Edelhotdog im Körnerbrötchen ... 2] ... oder in der klassischen Variante. 3] Als Nachtisch oder zum Kaffee fehlt dann nur noch der entsprechende American Pie (wie hier beispielsweise der „Limetten-Kuchen“ oder der „Rote Schoko-Kuppelkuchen“ von Vandemoortele). 4] Oder wie wäre es mit einem Croissant mit Spekulatius-Füllung (ebenfalls von Vandemoortele).

können durchaus altbewährte Naturprodukte wie beispielsweise Leinsamen, Walnüsse oder Himbeeren sein. Doch der heutige weltgewandte Verbraucher möchte auch in diesem Genre gerne über den hiesigen Tellerrand schauen. So haben sich als Zutat zu Backwaren längst die Pseudogetreidesorten Chia, Quinoa, Amaranth etabliert; Kaniwa erfährt gerade Aufwind. Besonders interessant für Vegetarier: Pseudogetreide ist eine gute pflanzliche Proteinquelle. Selbstverständlich muss man für Superfood nicht nur nach Mittel- und Südamerika schauen. Zu den Superfood-Newcomern, aus denen sich leicht Zutaten für exklusive Snacks kreieren lassen, gehören jetzt auch Aronia-Beeren (Marmelade, Saft), aus den Tropen und Subtropen stammende Moringa-Blätter (würziger Kräuterquark) und die aus dem Thailand-Urlaub bekannte Tropenfrucht

Mangostane (Desserts). Mit einem Angebot an Superfoods in Kombination mit vegetarischen/veganen Speisen wird eine respektable Zielgruppe erreicht. Mit veganem Aufstrich, Gurke, Sprossen und Leinsamen belegte Brötchen bieten einen perfekten Start in den Tag. Ein Salat mit Radicchio, Roter Bete und einem Kern-Mix-Topping oder eine Rote-Bete-Meerrettich-Suppe mit Urgetreidebrot bringen Freude in die vegetarische Mittagspause. Für den süßen Zahn eignet sich ein Blaubeerkuchen – so ergeben sich rund um die Uhr interessante Einsatzmöglichkeiten für den Trend.

Steigender Durchschnittsbrot durch Qualität

„Mit Superfoods werden Verbraucher angesprochen, bei denen Gesundheit, bewusste Ernährung und hohe Produktqualität eine wichtige Rolle

Michael Nemeyers FAVORITEN

Vielfalt regiert die Welt und das trifft auch auf die internationalen Impulse zu, die nach und nach auch Deutschland erobern. Ein paar Ideen könnten durchaus spannend für den Bäcker sein:

1. **Verwendung hochwertiger und edler Zutaten:** Der Burger ist längst zu einer der beliebtesten Außer-Haus-Mahlzeiten geworden und seit den Foodtruck-Festivals auch nicht mehr wegzudenken. Viele Belegideen der Burger-Trucks lassen sich sehr gut im Snackangebot in der Bäckertheke übernehmen, denn edle Zutaten wie Pastrami, Serranoschinken oder seltene Käsesorten wie Burrata – ähnlich dem Mozzarella – kombiniert mit passendem Gemüse und Aufstrichen schmecken auch auf den verschiedensten Brötchen gut.
2. **Zubereitung auf Wunsch:** Eine neue Idee ist es, dass sich der Kunde nicht einen bestehenden Snack frisch zubereiten lässt, sondern sich ganz individuell seinen eigenen Snack kreieren kann, ähnlich wie bei Subway oder dem Eiskonzept Schlecks. Der Kunde entscheidet sich von Brötchen- oder Brotsorte über Aufstriche bis hin zu Toppings selbst.
3. **Alternativen zu Klassikern bieten:** Wie wäre es z. B. mit einem etwas anderen Pizzaange-

bot als der klassischen Variante? Gefragt sind heute auch „leichtere Alternativen“, bei denen der Boden z. B. aus einem Wrap oder indischem Naan-Brot besteht, das aber auch wie ein normaler Pizzateig nach Herzenslust belegt und gebacken werden kann. Oder aber man bietet seinen Kunden nicht die klassischen süßen Pfannkuchen, sondern z. B. herzhaft gefüllte Varianten mit Schinken und Spargel oder Spinat-Pilz-Ricotta-Füllung.

4. **Kombination aus Frühstück und Abendessen:** Amerikas neuester Trend nennt sich „Brinner“ und ist eine Kombination aus den Worten „Breakfast“ und „Dinner“. Ein schönes Beispiel könnte eine Art Frühstücks-Sandwich sein: Man nehme ein Brötchen, schneidet es in der Mitte auf, befüllt es je nach Wunsch mit den unterschiedlichsten Zutaten und überbackt es mit Käse. Auch gut wären gefüllte Teigtaschen mit beispielsweise Speck und Ei oder die spanischen Teigtaschen, die sich wunderbar auch unterwegs verzehren lassen. Die so genannten Empanadas werden aus Maismehl gemacht und mit Zutaten wie vegetarisch mit Ziegenkäse und Feigen oder als Fleischversion mit Salami und Oliven gefüllt.



Michael Nemeyer ist Fachberater bei Vandemoortele (www.vandemoortele.de).



spielen. Diese sind bestens informiert und gehen kritisch mit der Snackwahl um“, weiß Maaßen. Aus diesem Grund seien frische, hochwertige und leichte Snacks mit hochwertigen Zutaten und Toppings immer gefragter. Das habe einen entscheidenden Vorteil: „Der Anteil der Verbraucher, der bereit ist, für qualitativ hochwertige Produkte auch einen höheren Preis zu zahlen, steigt.“ Immer wichtiger werde es auch, Produkte wie Snacks direkt nach Kundenwunsch vor seinen Augen zu belegen und veredeln.

Gerade in Innenstädten ist der Snack für zwischendurch längst zur Normalität geworden. Ob im Zug, beim Shoppen, im Büro oder auf dem Weg nach Hause – überall werden Essenspausen eingelegt. Daher sind vor allem Snacks gefragt, die schnell auch unterwegs verzehrt werden können. „In Deutschland befindet sich die Esskultur in einem grundlegenden Wandel: Der deutsche Konsument ist heute öfter und länger unterwegs als früher“, betont Maaßen. Die heutigen Arbeitszeiten und Tages-

Ludger Schlautmanns FAVORITEN

Impulse aus dem Ausland gibt es zahlreich. Welche davon für den „deutschen Markt“ und insbesondere für „Bäckereien“ werthaltig sind? Hier folgen fünf „krosse“ Tipps:

1. **„NewYorker“** (Ciabatta aus Dinkel, saftig und kross im Biss) ist eine Variante in „hellem“ Teig und die Alternative als dunkle Version. Als Beläge bieten sich Gouda, Salami, Pute, jeweils mit Rucola und Gurke an. Zum Mitnehmen in Papier eingeschlagen.
2. **Einschlagpapier:** Das altbekannte Butterbrot-papier (kartonfarben) ist der neue Botschafter für „hochwertige“ Snacks und zudem praktisch beim Verzehr.
3. **Baguettes** kommen wieder: „Kleiner, dunkler und mit Körnern“ scheinen beim Kunden eine Art „Relaunch“ zu erleben. Die Top-Beläge sind neben den Klassikern wie Gouda, Pute, Salami und Kochschinken auch wieder Thunfisch in verarbeiteter Creme. Selbst hergestellt mit ein paar Maiskörnern werden sie zudem ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber dem Wettbe-

werb. Aber auch „Pulled Pork“ in Verbindung mit Gurke und Tomate ist eine Alternative zum Burger.

4. **Rucola und Gurke:** Nach Jahrzehnten hat die Kombination von Tomate, Gurke und Ei bei den belegten Snacks ausgedient. Die neue Generation heißt nun Rucola und Gurke. Ein Vorteil dürfte auch die schnellere Herstellung der Snacks sein.
5. **Kreativität und Innovation** sind gefragt. „Gegrilltes Gemüse“ als vegetarische Variante ist zwar kein Topseller, sendet aber die Botschaft: „Wir können vegetarisch.“ Insgesamt sind vegetarische Snacks mittlerweile bereits ein Muss in jeder Snacktheke. Beliebt ist auch Tomate-Mozzarella mit Pesto und Basilikum. Weitere kreative Ergänzungen wie mit Walnüssen vermitteln eine höhere Kompetenz im stark umkämpften Snackmarkt. Dankbare geschmackliche Verfeinerungen sind durch getrocknete Tomatenstückchen in Olivenöl oder Pestovariantionen mit Pinienkernen möglich.



Ludger Schlautmann ist renommierter Trendforscher (www.ga-trendagentur.de).



1| Abwechslung, hochwertige Zutaten und liebevolle Gestaltung machen Aufstriche und Brotsnacks (hier ein belegtes „Panini“ von Vandemoortele) zu etwas Besonderem. 2| Mit Mini-Donuts (hier beispielsweise die „Mini-Doonys“ von Vandemoortele) lassen sich fix ansprechende Snacks am Stiel zaubern. 3| Slow down! Essen für Eilige muss kein Fastfood-Image tragen: So könnte eine trendige Food-Box aussehen, die sich der eilige, aber gesundheits- und trendbewusste Verbraucher mitnehmen kann.

abläufe seien zunehmend flexibel, was vor allem junge Leute und Berufstätige betrifft. Mit der Mobilität und dem straffen Zeitplan lösten sich feste Essensstrukturen auf, weiß Maaßen: „Gegessen wird, wenn gerade Zeit dafür ist.“

Das spielt dem kreativen Bäcker in die Karten: Denn seine Snacks sind idealerweise schmackhafte Kleinigkeiten, die sich bequem ohne Besteck verzehren lassen. Für den kleinen Hunger eignen sich – ein zeitloser Trend – süße Backwaren gerne zwischen den Hauptmahlzeiten, manchmal aber auch stattdessen. „Einfachheit“ und Handlichkeit sind gefragt, denn unter Zeitdruck suchen Kunden Verpackungs- und Produktkonzepte, die sie nicht überfordern. Gerade bei Snacks zum Mitnehmen hat sich in den vergangenen Monaten ein verstärktes Bewusstsein für nachhaltige Verpackungen entwickelt. Von Einschlagpapier, Bambusbecher über Holzbesteck bis hin zu Palmblatt-Geschirr gibt es vielfältige Lösungen, die nicht nur umweltfreundlicher als Plastikverpackungen sind, sondern dem Snack mehr Wertigkeit verleihen. Das darf sich natürlich auch im Preis niederschlagen.

Minis für nahezu jeden Anlass

Eine weitere Steilvorlage für „Einfachheit“ sind Snacks im Miniformat: Diese Lösung für kleinsten Hunger oder Probierlaune geht immer. Deshalb zählen Miniformate zu den Gewinnern des Abverkaufs der vergangenen Jahre. Denn Verzehranlässe für die Minis gibt es zuhauf: Konferenz oder Kaffeetafel, Kindergeburtstag, süße Buffetergänzung oder schneller Snack unterwegs. Sie bringen Vielfalt in Optik und Geschmack und lösen leichter einen Mitnahmeimpuls aus als große Gebäcke, die eher gezielt und anlassbezogen gekauft werden. Sie ermöglichen es dem Kunden, viele verschiedene Geschmacksrichtungen probieren und genießen zu können. Bei normalen Gebäckstücken stellt sich schneller das Sättigungsgefühl ein. Verschiedene Mini-Donuts z. B. können mit einem Handgriff auf einen Holzspieß gereiht werden und ergeben so einen handlichen, abwechslungsreichen und vor allem kleckerfreien Snack für unterwegs.

Doch die Medaille hat bekanntlich auch immer zwei Seiten: Durch die zunehmende Verdichtung im Tagesablauf fühlen sich immer mehr Menschen gestresst vom Alltag, vom Arbeitsleben und von ihrem Freizeitprogramm. Da ist es auch wichtig, sich mal Zeit für eine ausgefallene Mahlzeit zu nehmen – am besten weg vom lieblosen Fastfood hin zum Slow Food. Diese Gegenbewegung steht für genussvolles, bewusstes und regionales Essen. Die ursprünglich aus Italien stammende Bewegung bemüht sich um die Erhaltung der regionalen Küche mit heimischen pflanzlichen und tierischen Produkten und deren lokale Produktion. Ganz klar, dass hier der Handwerksbäcker mit seinem Produkt gegenüber Wettbewerbern glänzen kann. Dabei muss es aber nicht immer gleich „deftig“ zugehen – gerade mit Genussmomenten in Form von süßen Leckereien können Freiräume geschaffen werden, in denen sich Entschleunigung und positive Gefühle einstellen. Selbst Endverbraucher, die auf eine bewusste Ernährung achten, möchten sich aber auch einmal etwas gönnen. Nicht ohne Grund ist das Wort „Cheatday“ längst unter Ernährungsbewussten salonfähig geworden: Wenn schon eine süße Backware, dann aber „richtig“. Wenn schon „sündigen“, dann steht der Genuss im Vordergrund. Solche Verbraucher suchen oft etwas Individuelles fern vom Mainstream.

Snacks mit multiplen Persönlichkeiten

Dieser „ernährungsbewusste Cheater“ trägt übrigens einen Namen: „hybrider Verbraucher“. Das bedeutet, dass sein Verhalten je nach Situation und Gefühlslage unterschiedlich ausfällt. „Sie konzentrieren sich nicht auf einen Einzelhandelssektor, sondern kaufen sowohl beim Discounter, beim Bäcker, im Verbrauchermarkt als auch im Fachhandel bis hin zum Delikatessenladen – bei dem einen decken sie den Grundbedarf, bei dem anderen das über das Alltägliche Hinausgehende“, weiß Maaßen und fährt fort: „Sie sind wenig berechenbar, entscheiden oft sehr spontan, nach Lust und Laune, was sie wann, wo und in welcher Qualitätsstufe kaufen bzw. konsumieren. Das bedeutet für den Bäcker im Klartext: Ein breit gefächertes Sortiment von Basis- bis hin zu Premiumprodukten kann auch dem hybriden Verbraucher gerecht werden.“ Und wäre es nicht gelacht, wenn



1

1] So vielfältig Verbraucherwünsche sind, so kreativ können auch Snacks sein. Der Trend hat einen Namen: „Hybrid-Food“ – hier eine Mischung aus Croissant und Donut. 2] Eine spannende Burgervariante ist der Sushi-Burger oder aber auch ... 3] ... sein Verwandter, der Ramen-Burger.

es zum hybriden Verbraucher nicht auch den passenden Snack gäbe? Richtig! Passend zu ihm gibt es die Vermischung von bestehenden Produkten miteinander, auch „Hybrid-Food“ genannt, eine Erfindung eines New Yorker Bäckers. Wohl bekanntester Vertreter dieser Sparte ist der **Cronut**, eine süße Snackkreation aus einem Croissant und einem Donut. Dabei bezieht sich dieser Trend aber nicht ausschließlich auf süße Dinge, sondern umfasst auch Herzhaftes wie beispielsweise der **Ramen-Burger**. Hier wird der Bun durch japanische Ramen-Nudeln ersetzt und mit Soja-sauce gewürzt. Menschen mit Glutenunverträglichkeiten kann mit dem verwandten **Sushi-Salmon-Burger** geholfen werden, dessen „Brötchen“ aus Sushireis besteht. Ebenfalls passende Zwitter-snacks sind der Bruffin und der Cragel. Der **Bruffin** besteht aus Briocheteig, der außergewöhn-

lich gefüllt wird. Dieser wird dann in Muffinformen gebacken – und fertig ist ein neues Trendgebäck. Die Füllungen können herzhaft, süß oder sogar beides zusammen sein. Wie wäre es mit einer Füllung aus Frankfurter Würstchen, Sauerkraut, Gouda und Senf?

Beliebt ist auch der **Cragel**: Wie dem Namen nach zu erahnen ist, besteht die Mischung aus einem Croissant und einem Bagel und vereint somit zwei der liebsten Frühstücksvariationen. Ob nun deftig oder süß – Varianten mit Zimt, French Toast, Bacon mit Ei oder Cheddar sind hier möglich.

Eine süße Neukreation ist auch das Croissant mit Spekulatiusfüllung. Diese resultiert aus der jüngsten Vandemoortele-Partnerschaft mit Lotus Bakery. Aus dieser Zusammenarbeit stammen noch viele andere, margenstarke hybride Snacks mit Zeitgeist und internationalem Flair, wie etwa der „Spekulatius-Donut“ oder der spekulatiusgefüllte Muffin.

Ungewöhnlich und trotzdem harmonisch

Wie Sie sehen, lohnt es sich, die Geschmacksknospen der Kunden herauszufordern. Kombinieren Sie gesunde Lebensmittel doch einfach einmal ungewöhnlich! Wie wäre es mit Baguette, Aubergine, Ziegenfrischkäse und Granatapfel? Dies sind Lebensmittel, die gut miteinander harmonisieren, auch wenn es auf den ersten Blick nicht so erscheint. Für den Snack werden die Auberginen in dünne Scheiben geschnitten, Baguette- und Auberginenscheiben mit Ziegenfrischkäse bestrichen. Anschließend werden gewürfelte Schalotten, Schnittlauch und Granatapfelkerne darübergegeben und das Ganze für 20 Minuten bei 200 °C im Ofen erhitzt. Wilde Kombinationen sind übrigens auch bei Getränken möglich: Apfel und Gurke zusammen mit Minze, Wasser, Zitrone und Basilikumblättern ergeben einen erfrischenden Drink. Wem es an Kreativität für Neukombinationen fehlt, der kann sich von einem Programm im Netz auf die Sprünge helfen lassen: Bei www.foodpairing.com die gewünschte Zutat auswählen und sofort werden passende Lebensmittel dazu aufgeführt. **cs**



2



3