

GA-TrendBOOK 2017 plus X –  
World Trends for the special  
German market (Deutsch/Eng-  
lisch), 1. Auflage 2016, ISBN-10:  
3000531807,  
164 Seiten.

## Die Trends für 2016

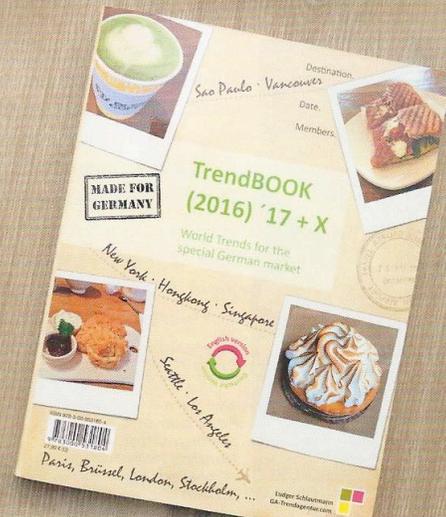


Foto: EM / Siskia Klimpel 2016

Die wichtigsten Entwicklungen verrät Ludger Schlautmann  
in seinem TrendBOOK 2017.

**R**egelmäßige Leser der Filialmanagement werden Ludger Schlautmann sicher kennen. Er ist Marketingexperte sowie Trendforscher von der GA-Trendagentur und berichtet in der Filialmanagement regelmäßig von Neuentwicklungen in der Branche. Dabei kommt der Backbranche sehr zugute, dass er seinen Schwerpunkt nicht nur auf die Backbranche, sondern auch auf die Kaffeebranche legt. So profitiert der Leser von mehr als 12 Jahren Berater-tätigkeit und Trendbeobachtung der Agentur. Das Kompendium des Wissens wurde nun zum wiederholten Male in einem Jahrbuch gesammelt.

**Lemon-Curds und Crumbs.** Die Printausgabe des Jahrbuches ist in einen deutschen und englischen Teil unterteilt. In 12 Kapiteln werden jeweils die wichtigsten Trendbeobachtungen zu unterschiedlichen Produktgruppen wie Snacks, Brot, Kuchen und Kaffee vorgestellt. Zusätzliche übergreifende Themen sind beispielsweise Zielgruppenanalyse und Stadtplanung. Dabei ordnet Schlautmann die Trends stets in den deutschen Bäckereimarkt und in die Kaffeebranche ein, denn für Schlautmann gilt: „Die entscheidende Frage ist am Ende des Tages, welche Trends sind für das eigene Unternehmen tatsächlich erfolgreich.“ Der Trend gehe unweigerlich zum Individualkonzept, zum Spezialisten, daher gibt die Trendagentur einen wichtigen Rat bei allen Ergebnissen: Der Kunde möchte keinen Kuchen im Fischrestaurant essen und keine Currywurst beim Burger-Profi. Das Buch bietet ganz gezielt für die Back- und die Kaffeebranche spannende Produkte, die erfolgsversprechend sind. Die spontanen Handy-Fotos, die Schlautmann auf seinen

Trendreisen auf vier Kontinenten zusammengetragen hat, zeigen dabei oft verschiedene Varianten zu einem Produkt. Ein Trend im Bereich Feinbackwaren und Konditorei sind zum Beispiel Lemon-Curds und Crumbs. Crumbs sind quasi Muffins mit einer Marshmallow-Verfeinerung. Lemon-Curd ist ein Zitronencremekuchen auf der Basis von Zitrone, Eiern und Zucker. Dabei werden diese Trendprodukte nicht nur in den Raum geworfen, sondern es werden auch praktische Anleitungen zur erfolgreichen Produkteinführung gegeben. Zum Beispiel beobachtete die Agentur, dass die Kunden mit dem Begriff Lemon-Curd noch nichts anfangen können. Eine Übersetzung „Lemon-Curd (Zitronencreme)“ auf dem Preisschild hilft.

**Fazit.** Ludger Schlautmann verspricht nicht zu viel, wenn er sein Trendbook 2017 mit den Worten einläutet: „200 Konzepte, 6.500 Konsumentenbeobachtungen und das richtige Gespür.“ Das hat Schlautmann definitiv.

Saskia Klimpel

### ÜBER DEN AUTOR

Trendforscher Ludger Schlautmann von der GA-Trendagentur ist regelmäßig in Coffeeshops und Bäckereien in ganz Deutschland und der Welt unterwegs. Die Trendagentur führt zudem regelmäßig Studien zum Konsumentenverhalten durch. Das GA-TrendBOOK 2017 ist das Kompendium seiner langjährigen Erfahrung.

Das Buch ist als Softcover und als Download über [www.ga-trendagentur.de](http://www.ga-trendagentur.de) erhältlich.



Foto: GA-Trendagentur 2017