

# Back Journal

ZKZ 1120 / ISSN: 0940-0362

9/2017  
SEPTEMBER  
44. Jahrgang



**DIE WELT DES BACKENS**  
WWW.BACKJOURNAL.DE

Mitten im Markt

Messe Stuttgart



urde mit Mehl in den Adern geboren.  
e Bäckerei ist mein Abenteuerspielplatz.  
biere einfach alles aus, ich will neue  
gehen. Die südback hilft mir dabei.  
t meine Messe. Hier treffe ich auf Ex-  
hier finde ich regionale und inter-  
ale Spezialitäten, Rezepte und Zutaten.  
irgendwo sonst kann ich mich mit so  
Kollegen austauschen. Vier Tage, die  
orwärts bringen. «  
ck – die Fachmesse für Bäcker  
onditoren



**Auf der südback treffe ich  
auf die geballte Ladung von Experten  
und Kollegen. Das muss sein!**  
Axel Schmitt, Bäckerei Schmitt, Frankenwinheim

[www.suedback.de](http://www.suedback.de)

26. 09. 2017 | Messe Stuttgart

– ANZEIGE –

Snacks gehören inzwischen zur Bäckerei. Aber in welche Richtung wird sich der Markt in den nächsten Jahren entwickeln.

HEIMBS  
ZUR BÄCKEREIWEITERUNG

Imal bezahlen...  
endlos genießen!  
Kaffee-Tee  
2,95 €  
Lünings Bodenlose-Tasse!  
grünude bodenlose - tasse!



Foto: B.J./Dirk Wiedewek 2017

## Verpassen Sie Ihrem Angebot eine Verjüngungskur. Hier starten wir eine Reihe mit **Tipps von Ludger Schlautmann**, Gründer der GA Trendagentur. **Teil 1: Herzhafte Snacks**

**S**nacks! Sie sind beim zeitgemäßen Bäcker nicht mehr wegzudenken: Sie gelten als Umsatzgarant und Lockmittel für unterschiedliche Zielgruppen. Das lukrative Geschäft mit Snacks und dem dazugehörigen Heißgetränk haben auch andere Außer-Haus-Verzehr-Anbieter erkannt. Tankstellen, individuelle Snack-Konzepte und mittlerweile auch Supermärkte springen auf diesen Zug auf. Wie kann sich der Bäcker in diesem hart umkämpften Markt mit seiner Kernkompetenz behaupten? Welche Snacks braucht er unbedingt, und auf welche vermeintlichen Trends kann er getrost verzichten? Hier die wichtigsten Tipps für eine ansprechende Snackpräsentation.

**Relaunch der Halben.** Es mag ein Gräuel für viele Snack-Anbieter sein. Mehr Arbeit, mehr Platz in der Theke, gegebenenfalls weniger Umsatz. Die halben Brötchen, bisher meist der Mettvariante ein notwendiger Standard (z.B. bei Bäcker kommen wieder. Die Herausstellungsmerkmale der neueren Generation halbe Brötchen liegen in der Kreation der Zutaten sich somit deutlich von denen vor 1970 servierten Varianten unterscheiden. Insgesamt dürfte dieser Trend die Theken Snack-Anbieter noch farbenfroher erscheinen lassen und Chancen ermöglichen. Bei der to-go-Variante ist es allerdings notwendig, Pappen und Fettpapier einzusetzen. Bisher



### Pimp up your Sortiment – die Serie

#### Teil 1: Herzhafte Snacks

Teil 2: Brot

Teil 3: Kleingebäck

Teil 4: Süße Snacks

Teil 5: Kaffee

jedoch beobachtet, dass der Verzehr überwiegend vor Ort stattfand. Auf dem herausgegebenen Teller befand sich neben dem halben Brötchen direkt eine Serviette. Eine weitere Alternative könnte es sein, dass eine Vielfalt an ausgewählten Halben auf einer Etage für ein gemeinsames Frühstück serviert wird.

**Körner, Rucola & Käse.** Dass Käse der umsatzstärkste Belag für Snacks ist, dürfte außer Frage stehen. Die Chancen und Trends liegen allerdings in Alternativen zum Gouda.

Cheddar, Emmentaler, aber auch Camembert, Blauschimmelkäse und Ziegenkäse spiegeln die Kompetenz und somit Individualität eines Snack-Profis wider. Die geschmacklichen Kreationen der Beläge/Toppings sollten dezent und natürlich sein. Remouladen fallen bei diesen Komponenten allerdings heraus. Es sind eher Klassiker, wie Butter und Frischkäse, gefragt. Die Basisbrötchen, -Bagels oder -Baguettes sollten ebenfalls einen geschmacklichen Charakter aufweisen. Geröstete Kürbiskerne, eine feine Süße von Sesamkörnern und die Geschmackskompo-

**Tipp:** Achten Sie bei der Warenpräsentation darauf, dass stark riechende Toppings, wie Zwiebeln, nicht unmittelbar neben Snacks liegen, die den Geschmack annehmen könnten!



## Reinigungsanlagen für jede Betriebsgröße

Wir bieten die richtige Hygienelösung.  
Beratung und Planung nach Kundenanforderungen!  
Schneller Service steht an erster Stelle!





[1]



[2]



[3]



[4]

[1] Ein halbes Dinkelbrötchen mit gekochtem Ei, etwas Remoulade, schwarzem Pfeffer und Rucola ist eine weitere Alternative, zumal Ei zu den Top-Belägen in Deutschland zählt. Aber bitte aus der Region und aus Freiland-Haltung. [2] Ein halbes Käsebrötchen mit Schwarzbrot und einer halben Cherrytomate ist noch eher die schwächste Entwicklung. Ein halbes Vollkornbrötchen mit Tomate und Mozzarella, dazu Pesto und Rucola ist schon eine mutigere Variante der Klassiker-Halben aus den Siebzigern. [3] Preise am Beispiel der Tomato-Mozzarella-Hälfte von 2,50 Euro spiegeln allerdings auch die Chancen wider, den Pro-Kopf-Umsatz dennoch zu erhöhen. Betrachtet man das Verzehrverhalten, werden die neuen Halben überwiegend von Zielgruppen ab Mitte 20 bis Ende 50 konsumiert. Häufig finden sich derartige Snacks in Coffee-Bars, Cafés und Café-Konzepten mit alternativem Touch und einer hoch ausgeprägten sozialen Kompetenz wieder. [4] Das halbe Mettbrötchen wird nun mit Mett vom Bentheimer-Weideschwein beworben und mit Zwiebelringen von Schalotten und etwas Rucola auch neu in Szene gesetzt.

Die Topseller der Relaunch-Hälften waren bisher Mett, Ei und Käse. Gute Chancen dürften auch Roher Schinken (mit ein paar Olivenöltropfen), Lachs und Dauerwurstvarianten, wie Fenchelsalami, haben.

nente des Rucola bilden jeweils eine harmonische Ergänzung. Der Rucola-Salat scheint insgesamt im Snack-Segment eine neue Heimat gefunden zu haben.

**Vegetarisch und Vegan.** Obwohl der Hype seitens der Verzehrgewohnheiten bei den veganen Snacks derzeit gebremst ist, scheint der Trend zu vegetarischen Snacks ungebrochen. Zudem ist die Zielgruppe der Vegetarier derzeit deutlich größer als die der Veganer. Nichts desto trotz geht es im Außer-Markt auch um Botschaften. Botschaften, die durch neue, innovative und geschmacklich kreative Snacks den Kunden signalisieren, hipp und aktuell zu sein. In der vegetarischen Variante dominieren Tomaten, Gurken, Ei und Käse. Zwiebeln (Schalotten)



[5]



[6]



[7]

[5] Käse ist und bleibt der Renner. Vernachlässigt werden allerdings Alternativen zum Gouda. Hier ist noch Potenzial. [6] Baguette mit Kümmel, Meersalz, Cheddar-Käse und Rucola. [7] Spannende Kreationen mit Rucola oder Feldsalat liegen im Trend!



[8]



[9]

**Rustica Ciabatta**  
Mit Olivenöl, Tomate,  
Parmesan und Rucola  
€ 1,60

[8+9] Vegetarisch oder vegan: Deutlich mehr Kunden bestellen vegetarische Snacks statt der veganen Variante. Gefragt ist eine Kombination aus Käse, Tomate und Gurke. Ebenfalls sehr beliebt sind Rucola und Schalotten.

sind auf dem Vormarsch, allerdings ähnlich begrenzt wie Knoblauch auf den Snacks. Besonders von der Zielgruppe Berufstätige im Business werden riechende Toppings häufig gemieden.

**Der Kampf ums Butterbrot.** Viel Energie steckt in dem Bemühen, das Butterbrot als belegten Snack gesellschaftsfähig zu machen. Die Bäcker können über einen steigenden Absatz von Butterbrot und Stulle auch auf ihre Brotkompetenz verweisen, zumal sie in den letzten Jahren durch die Discounter und Lebensmittelhändler schmerzhaft Einbußen verbuchen mussten. Also könnte die Stulle eine Möglichkeit sein, wieder neuen Schwung ins Brotgeschäft bringen. Im Snack-Segment tut sie

sich allerdings äußerst schwer. Die messbar einzige Stulle mit recht passablem Absatz war das Eibrot.

**Renaissance des Strammen Max.** Ein üppiger Bäcker-Snack erfährt neuer Beliebtheit. Der Stramme Max ist ein Klassiker vieler Deutscher und wird üblicherweise mit Spegeleiern auf einem Schinkenbrot und kleiner Salatgarnitur serviert. Sein neuer, innovativer Weggefährte nennt sich Käse-Max und wird entweder mit mildem Gouda oder herzhaftem Boxhornklee-Käse serviert. Weitere Alternativen könnte ein Max mit Pute sein. Der Stramme Max ist ähnlich wie das Baguette ein Allday-Snack.

**Schapfen Mühle**  
seit 1452

**Zwei Fans - ein Ziel**

**URKORN**  
Mühlenmischung



[10]



[11]



[12]

[10] Neuen Schwung ins Brotgeschäft bringt die Stulle. Sie wird üppig und vor allem frisch belegt, zum Beispiel mit Kresse und Radieschen, Rucola und Parmesan. [11] Canapé der neuen Art. Steinofenbaguette-Canapé mit üppig belegtem Schinken vom Iberico-Schwein, verfeinert mit einem Tropfen feinstem Olivenöl. Die Präsentation kann auch mithilfe einer Etagerie ansprechend in Szene gesetzt werden. [12] Dauerbrenner bei den herzhaften Snacks ist der Stramme Max mit Spiegelei.

**Der Mittags-Snack.** Warme Brotsnacks zur Mittag sind zum Beispiel pizzaähnliche Produkte. Gemeint sind Brotteige, die wie eine Pizza mit Frischkäse, Thunfisch und Zwiebeln belegt sind. Zu den gängigen Belägen gehören Klassiker wie Schinken, Salami, Tomate-Mozzarella und Erdbeeren. Auch Kreationen wie Serranoschinken mit Rucola, Champignons oder hochwertige Pfifferlinge bilden ähnliche Absatzmärkte. Diese überbackenen Snacks werden primär von 11 bis 14 Uhr konsumiert. Wenn es nach der Erwartungshaltung der Konsumenten an Bäckerei und Café geht, gehören neben den überbackenen Snacks, üppig belegten Laugenecken und Baguettes auch Salate und Quiches dazu. Ab 14 Uhr ist das Mittagsgeschäft vorbei und es kehrt wieder Ruhe ein. Die käuflich beschafften belegten Brötchen gewinnen noch einmal ab 16.30 Uhr wenig an Fahrt.

**Tipp:** Achten Sie darauf, dass Sie die gängigsten Brötchenvarianten abdecken. Gemeint sind Krosse, Körner, Laugen, überbackene Käsebrötchen und Baguettes analog mit Öl gebackene Ciabattas. Ebenfalls sollten Sie die beliebtesten Beläge, wie Käse, Wurst und Ei, abbilden. Viel Erfolg!

Ludger Schlautmann

Anzeige

Besuchen Sie uns auf der  
Südback in Stuttgart.  
23. – 26. September 2017,  
Halle 7, Stand Nr. 7D29

**ÖFEN – SO INDIVIDUELL  
WIE IHRE BACKWAREN.**

**HEUFT**  
THE THERMO-OEL PEOPLE  
www.heuft-backofenbau.de

f o  
#heuftthermoelbakers



**DER AUTOR**

Ludger Schlautmann ist der Inhaber der GA-Trendagentur, die sich primär dem Konsumverhalten widmet. Schlautmann begleitet zudem Unternehmen bei der Umsetzung von Trends.

Viele weitere Tipps zur Weiterentwicklung Ihres Sortiments finden Sie in seinem Trendbook 2017 auf ga-trendagentur.com

E-Mail: ga-trendagentur@t-online.de