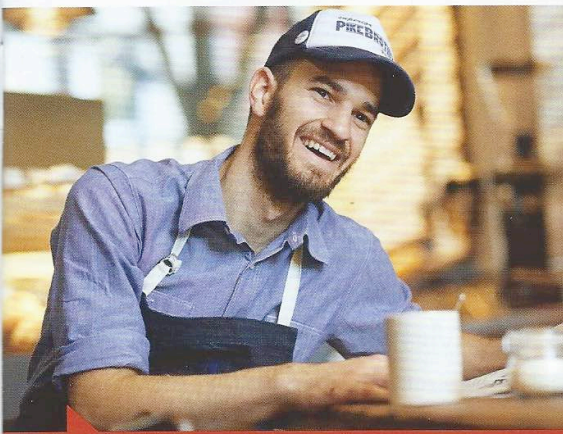


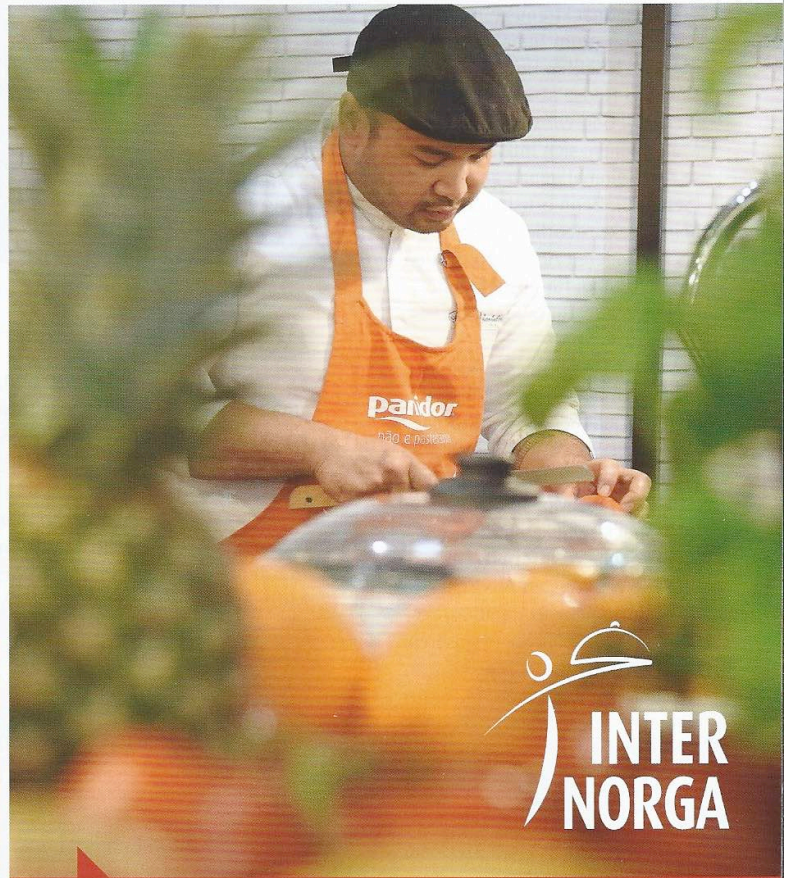


back.intern.

Praxistipps für Marketing & Verkauf



Dieser Bäcker verkauft nur Brot
Max Kugel hat Erfolg mit schmalem Sortiment Seite 6



Internorga zeigt die Zukunft
Was Aussteller präsentieren und warum sich der Besuch lohnt Seite 19



Lehre statt Bachelor
Wie Sie Azubis von Ihrem Betrieb überzeugen Seite 28



Der Bäcker als Snacker
Wie Sie Ihren Snackumsatz einfach erhöhen Seite 10

back.intern. Trendsnavcks



Maisecke mit Lachs und Apfel
Sie brauchen für eine Portion: 1 Maisecke (z. B. von Wolf Butterback), Mischung aus granuliertem Mais, Kürbiskernen und Sesamseed, 30 g Honig-Senf-Aufstrich (aus 1 kg Frischkäse, 100 g Senf, 100 g Honig), 30 g Apfelspalten, 5 g Salat, 40 g geräucherten Lachs, 10 g Gurke, 10 g Ei.
So geht's: Angetaute Maisecke mit der Oberseite in die Körner...



Langer Ritter
Sie brauchen für eine Portion: 1 Hot-Dog-Brötchen (z.B. hergestellt mit Artisano Hafer und Bäckerlob Plus), 30 g Barbecue-Rauch-Sauce (z.B. von Delikant), 10 g Essbergessalat, 100 g Langer Ritter (z.B. von Bedford), 5 g Lauchzwiebeln, 2 g Sprossenmix, 10 g helle Burgersauce (z.B. von Fresh Food Service).

8 Snackrezepte für mehr Umsatz
Wie Sie mit ausgefallenen Snacks neue Kunden anlocken Seite 14

INTERVIEW

Das sind die Snacktrends 2018

Trendscout Ludger Schlautmann weiß, wo die Reise bei belegten Snacks hinget. Und er erklärt, wie sich Bäcker hier noch stärker positionieren können.

Fangen wir mit der Grundlage an: dem Brötchen. Gibt es hier neue Tendenzen?

Schlautmann: Sie werden insgesamt freier verwendet. Dabei geht es weniger um ganz neue Produkte als um eine bessere Zuordnung, zum Beispiel von Kürbiskernbrötchen zu Gouda. Es geht darum, Backware und Belag so zu kombinieren, dass der Geschmack sich ideal ergänzt – ein Food-Pairing also. Dinkelprodukte sind absolut auf dem Vormarsch. Der Trend geht außerdem zu schlanken Baguettes (Flûtes oder Ficelles), gerne aus französischem Mehl hergestellt, sowie zu Bagels.

Sind Bagels nicht schwer herzustellen, da sie vor dem Backen kurz gekocht werden?

Schlautmann: Man stellt sie nicht ganz originalgetreu her, sondern einfach in Kringelform gebacken – als bäckertypische Bagels. Besonders Laugenbagels sind wieder im Kommen. Durch die andere Form ist es ratsam, sich hier auch mit dem Belag abzusetzen, zum Beispiel anstelle von Gouda mit Cheddar oder Ziegengouda.

Was wird aus den preiswerteren Klassikern des Snacksortiments, die beispielsweise Handwerker ansprechen?

Schlautmann: Die Standards wird es immer geben! Hochwertige Snacks kommen hinzu, um eine bestimmte Zielgruppe anzusprechen. Bei den halben Brötchen, die gerade eine Renaissance erleben, haben Bäcker die Wahl, in welche Richtung sie gehen wollen: entweder mit einfacheren Belägen und einem Preis wie

1,20 Euro auf Masse setzen oder in den Premiumbereich gehen. Soll es hochwertig sein, kann man beispielsweise Mett vom Bentheimer Weideschwein auf Roggenbrötchen anbieten. Oder Ei mit schwarzem Pfeffer und Rucola auf einem halben Dinkelbrötchen. Der Preis ist dann bis auf vielleicht 10 Cent identisch mit einem ganzen Brötchen. Mit solchen Kreationen unterscheidet man sich deutlich von den 1970 servierten Kreationen. Halbe Brötchen werden übrigens primär vor Ort verzehrt und sind so ein gutes Frühstücksangebot. Ich kann mir eine Auswahl an ausgewählten Halben auf einer Etagerie angerichtet für ein gemeinsames Frühstück vorstellen.

Apropos Mett: Wie ist der Trend bei veganen oder vegetarischen Snacks?

Schlautmann: Vegan ist nicht mehr das Thema, die Zahlen gehen zurück. Übrig geblieben ist die Nachfrage nach vegetarischen Snacks, die jedes Jahr ein leichtes Wachstum erleben. Topseller sind hier Käse und Ei. Grillgemüse läuft nicht, weiterhin beliebt ist dagegen Tomate-Mozzarella. Hier könnte man zum Beispiel mit einem speziellen Pesto ein i-Tüpfelchen aufsetzen.

Sie sprechen jetzt schon mehrfach von Rucola ...

Schlautmann: Liegt absolut im Trend, ebenso wie Feldsalat. Gurke bleibt, aber die Tomate ist out. Natürlich gibt es weiterhin viele Snackanbieter, die mit dieser oftmals geschmacklosen Frucht arbeiten, aber sie ist – ebenso wie Paprika – nicht mehr angesagt, wenn man sich vom Durchschnitt abheben will.

Und wie ist das mit dem Aufstrich?

Schlautmann: Remoulade ist absolut nicht mehr zeitgemäß, einzig in Kombination mit Ei ist sie weiterhin ein Muss. Ansonsten sind Butter oder Frischkäse gefragt. Oder auch einmal ein Avocadoaufstrich.

Ihr Schlusswort?

Schlautmann: Machen Sie Ihre Belegten spannender, setzen Sie geschmacklich etwas obendrauf! Verwenden Sie Brötchen mit geschmacklichem Charakter, ergänzen Sie einen cremigen Camembert durch Walnüsse oder einen Schinken vom Iberico-Schwein mit einem Tropfen feinstem Olivenöl. Es geht darum, jüngere und anspruchsvollere Kunden zu gewinnen – und insgesamt positive Signale der eigenen Snackkompetenz auszusenden.

Ludger Schlautmann beobachtet als Inhaber der GA-Trendagentur das Verzehrverhalten in der Coffee-, Snack- & Backbranche weltweit. Seine Spezialität ist die Auswahl und Bewertung der weltweiten Trends. Bei der praxisnahen Umsetzung im deutschen Markt begleitet er Bäckereien, Coffee- und Snack-Unternehmen. Kontakt: Tel. 02571 5031332, www.ga-trendagentur.com



