

Die Renaissance der Roulade?

Ganz egal, ob man sich als Spezialist oder als Gastrobäcker profilieren will – um die Wiederbelebung des arg vernachlässigten süßen Sortiments jenseits des Plunders wird wohl niemand herumkommen.



Viele ahnen es, aber wirklich wollen? Eigentlich lieber nicht. Personalintensiv sind sie in der Herstellung, kaum zu standardisieren, ständig bedroht vom Verderb, mühselig zu kalkulieren und schlecht zu transportieren. Nein, wirklich, eigentlich ist man doch ganz froh, dass Coppentrath & Wiese und Co. diese lästigen Biskuits mit ihrer Sahne- oder Joghurtfüllung übernommen und in die Tiefkühltruhen des Handels respektive die Kühlwagen der Heimdienste verlagert haben. Bei Brot und Brötchen sind nun mal die Margen einfach besser und Plunder aller Arten lassen sich wenigstens maschinell herstellen.

Nur startet die Konkurrenz aus Discountern, Lebensmittelhandel, Tankstellen und Kiosken gerade die große Schlacht um die Umsätze mit Brot und Brezel, Brötchen und Plunder teilen. Für das backende Handwerk inklusive Filialisten gibt es maximal drei Wege für den individuellen Ausweg aus dieser Bedrängnis:

1. selber zum Discounter oder Zulieferanten des Handels für regionale Spezialitäten werden,
2. zurück zum kleinen, emotionsgetragenen Quartiersbäcker, bei dem man einkauft, was man im LEH vergessen hat oder nicht kaufen will und
3. stark auf die gastronomischen Anteile des eigenen Angebots setzen.

Mischformen ebenso möglich wie wahrscheinlich. Zumindest zu Variante 2 und 3 gehören mehr Angebote für die Süßschnäbel als großflächig mit Pudding verklebte Plunder, Rosinenrespektive Mohnschnecken im Wagenradformat oder Apfeltaschen mit dem ewig gleichen Schnittmuster unter Zuckerguss.

Zurück zur Sahneschnitte also nur, weil bei den anderen Produkten die Margen absacken? Nein, eigentlich war es schon immer blöd, sich nach und nach komplette Sortimente abnehmen zu lassen. Das dezimiert nicht nur die eigenen Handlungsalternativen, sondern lässt auch Know-how

verkommen bzw. veralten.

Es gibt nur wenige Großbäckereien, die dem Feingebäcksortiment mehr Aufmerksamkeit gewidmet haben, und denen ist dieses Verhalten durchaus nicht schlecht bekommen. Der Durchschnitt ist allerdings einen anderen Weg gegangen. In einer von brot+backwaren durchgeführ-

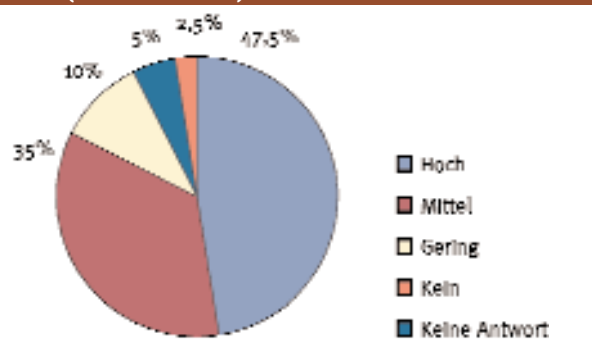


Saftige Minirouladen mit Nuss-Nougat-Creme und Vollmilch-Überzug sind eine Offerte an alle Nutella-Generationen – und davon gibt es reichlich, immerhin erfand Pietro Ferrero den Brotaufstrich bereits 1940. In Deutschland eingeführt wurde er allerdings erst in den 60-er Jahren und gehört seitdem zu den Geschmacksbildnern des Verbrauchernachwuchses.

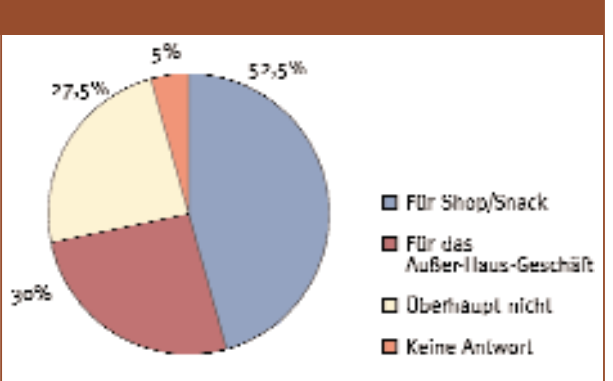


Die Konkurrenz um die süße Sünde zwischen durch steht schon im Kühlregal.

Stellenwert von Sahnestücken für den Umsatz in den Betrieben heute (in % der Betriebe)



Zunahme des Stellenwerts erwartet von den Betrieben





ten Umfrage – zugegeben im strengen statistischen Sinne nicht repräsentativ, aber immerhin gut 10% aller Verkaufsauslets in Deutschland umfassend, davon mehr als jedes zehnte mit Sitzcafé und 28% mit Stehcafé – erklärten knapp 47,5% der Befragten, Sahnstücke hätten heute für ihren Umsatz nur eine geringe Bedeutung, bei 35% lag das eher in der Mitte, aber immerhin 10% qualifizierten die Bedeutung der Sahnstückchen als hoch ein.

Deutlich besser wurden die Werte für die kleinen Sünden bei der Frage nach der Einschätzung der Bedeutung von Sahnstück und Co. für Filialisten und Fachgeschäfte in der Zukunft. Siehe da, 30% sehen wachsende Chancen im Außer-Haus-Verkauf, 52,5% wachsende Bedeutung im Rahmen von Coffeeshop und Snackangebot und weniger als ein Drittel sahen keine wachsende Bedeutung am Horizont heraufziehen.

Mehr als die Hälfte der Betriebe erwartet wachsende Bedeutung der Sahnstücke

Die Einschätzung, dass der Appetit auf Süßes sich auf Dauer nicht aus der Laminieranlage bedienen lässt, deckt sich mit Entwicklungen aus dem Lebensmittelhandel. Wer heute offenen Auges an Kühlregalen entlang geht, entdeckt neben zahllosen Joghurtvarianten ein Sortiment, das ebenso breit wie vielgestalt ist. Cremes, Puddinge, Wackelpeter, Tiramisu,

Milchreis, Mousses und Grießbrei und selbst Käsekuchen tummeln sich in einer Produktgruppe, die von den Handelsleuten unter der Bezeichnung „gekühlte Desserts“ zusammengefasst wird. Ein wachsendes Sortiment, wie die Zahlen von A.C. Nielsen beweisen. Allein im ersten Halbjahr 2003 erlebte dieses Sortiment eine wertmäßige Steigerung um 12%, während die Menge nur um 10% wuchs, was nichts anderes bedeutet, als dass gleichzeitig Preissteigerungen durchgesetzt werden konnten. Aldi erlebte sogar ein Mengenplus von 16%.

Aromen, die im Trend liegen

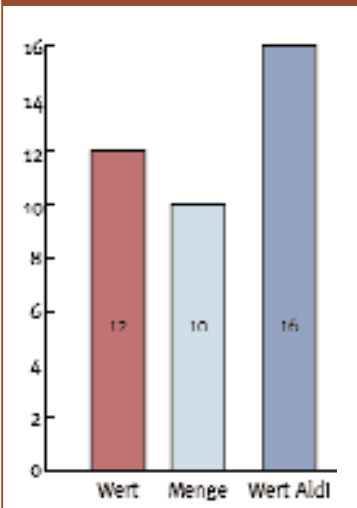
Apfel, Nuss und Erdbeer gehören zwar traditionell zu den meistgekauften Aromen in Deutschland, mehr Aufmerksamkeit weckt man allerdings mit trendigeren Varianten wie:

Cappuccino
Latte Macchiato
Milchkaffee
Karamell
Aloe Vera
Buttermilch-Zitrone (im Sommer)
Brotapfel (im Winter)



Die Konkurrenz ist also schon da und somit kein Platz für überzogene Preisvorstellungen. Reüssieren wird in diesem Sortiment also nur jemand, der den Spagat schafft, moderne Dessertstücke anzubieten und sie gleichzeitig rationell herzustellen. Eine

Wachstum im LEH



Rückeroberung des Tortenmarkts wird es dabei ganz sicher nicht geben. Den haben Coppenrath & Wiese nicht nur auf der Preisschiene gewonnen, inzwischen definieren sie für den größten Teil der Bundesbürger den Geschmacksmaßstab. Und was viel wichtiger ist: Torte haftet das leicht plüschige Image eines Familienkaffeetisches an, selbst wenn sie an Computerschreibtischen serviert wird. Die Alternative sind Einzelstücke auf Biskuitbasis mit Aufschlagmassen aus Sahne, Joghurt oder auch vegetarischer Creme, die sich rationell produzieren und lagern lassen und erst kurz vor Gebrauch, eventuell sogar erst im Laden ein aktuelles und am besten fruchtiges Finish bekommen.

Die Zulieferindustrie bietet dazu einiges. Biskuitmixe sind heute Standard. Drei von vier Betrieben greifen auf die Vormischungen, die man in der Regel nur mehr mit Flüssigei aufschlagen muss, zurück und die Qualitäten der daraus hergestellten Produkte sind durchweg gut, wenn auch durchaus unterschiedlich, etwa wenn es um die Elastizität des fertigen Gebäcks geht (siehe dazu nachfolgenden Biskuit-Test auf der nächsten Seite). ■

Gekühlte Desserts erleben im Lebensmittelhandel eine starke Nachfrage wie die Wachstumsraten aus dem ersten Halbjahr 2003 zeigen.



TIEFKÜHL- BACKWAREN



XL-Butter-Croissant



Schinken-Käsegipfel



Amarena-Traum

Besuchen Sie uns:
INTERNORGA
Halle 05.EG,
Stand 05.EG.64

Über 100 eigene TK-Fahrzeuge
in ganz Deutschland



Tel. 07662 9303 16
Fax 07662 9303 30

Hiestand & Suhr Handels- und Logistik GmbH