

SPEZIAL

#4

**ZUKUNFTSWEISENDE KONZEPTE
UND PRODUKTE FÜR DEN FOODSERVICE**

SONDER-
PUBLIKATION

2026





SNACKREPORT 2026/2027

Was Catering und Gemeinschaftsverpflegung jetzt wissen müssen

Der neue „Snackreport 2026–2027“ der Snackprofis liest sich wie ein Weckruf an den Außer-Haus-Markt: Snacks sind kein Nebengeschäft mehr, sondern ein eigenständiger Umsatztreiber.

Über 90 % der Menschen snacken laut einer internationalen Konsumentenstudie mindestens einmal täglich, in Deutschland essen rund 74 % ein- bis zweimal täglich zwischen den Mahlzeiten. Die Ausgaben für Mini-Mahlzeiten sind hierzu-

lande seit 2018 um etwa 70 % gestiegen. Der Report nennt das „Snackification“: Die drei festen Tagesmahlzeiten lösen sich auf, 64 % gelten als „flexible Esser“. Für GV-Betriebe mit festen Ausgabezeiten heißt das: Die Nachfrage verschiebt sich in die Randzeiten – vor allem zwischen

10 und 15 Uhr sowie danach, begünstigt durch Homeoffice und Schichtmodelle.

Wachstum mitgedacht

Protein und Ballaststoffe sind die kommerziellen Wachstumsfelder. Der globale Markt für Proteinsnacks lag 2025



bei rund 55 Milliarden US-Dollar und soll bis 2034 auf über 120 Milliarden wachsen. 69 % der KonsumentInnen zahlen laut einer Ingredion-Studie 5 bis 30 % Aufpreis für hohen Proteingehalt, 61 % akzeptieren für gesündere Snacks bewusst einen Premiumpreis.

Als nächste, unterschätzte Chance nennt der Report Ballaststoffe: Nur 5 % erreichen ihre tägliche Faserempfehlung, aber 64 % suchen aktiv nach mehr „Fiber“ – bei günstigerer Rohstoffbasis und besseren Margen als bei Protein.

Pflanzlich ist Alltag

Der globale Markt für pflanzliche Snacks wird 2025 auf 42,2 Milliarden US-Dollar geschätzt und soll bis 2035 auf über 90 Milliarden steigen, herzhaftere Varianten führen mit 60 % Marktanteil. Entscheidend: 42 % der Käufer pflanzlicher Snacks bezeichnen sich selbst nicht als vegan – die Entscheidung ist situativ, nicht ideologisch. Für die Speiseplanung heißt das:

10 internationale Frühstückstrends, entdeckt von den Snackprofis.

1. Egg Drop Sandwiches

Gamechanger aus Korea/USA: Brioche mit Rührei, Bacon, süß-salziger Sauce. Hoher Social-Media-Impact, lässt sich vorgaren – wenig Aufwand, maximale Wirkung.

2. Savory Croissants

Herzhaft statt süß: Burrata, Mortadella-Pistazie oder Gorgonzola-Feige. Hebt klassisches Gebäck in die Premium-Preisklasse.

3. Premium Toasties

Sourdough-Toasties oder Muffins mit Pastrami, Trüffelmayo, Cheddar. Ideal für High-Speed-Öfen – schneller, hochwertiger Snack für unterwegs.

Plätze 4 bis 10 auf einen Blick:

4. Proats/Porridge Bowls (Protein-Kick) · 5. Plant Based Morning (vegane Overnight Oats, Avocado-Sandwiches) · 6. Frühstücks-Burritos (herzhaft, To-Go) · 7. Mediterranes Baukasten-Frühstück (Focaccia, Olivenöl, Parmaschinken) · 8. Smoothie Bowls · 9. Functional Food Sandwiches (Omega-3, probiotisch) · 10. Matcha Latte trifft rustikales Sauerteigbrot

Die Snack-Matrix: Gestern gegen Heute

Der Snack von Gestern

Zutaten

Endlose Listen mit unverständlichen Zusatzstoffen

Zweck

Schnelle Befriedigung, kurzes Hoch

Fokus

Billig, einfach, lieblos produziert

Der Snack von Heute

Zutaten

Clean Label, transparent, natürliche Rohstoffe

Zweck

Langanhaltende Energie, echte Sättigung, mentaler Fokus

Fokus

Funktionalität, Leistung, bewusste Kaufentscheidung

zwei bis drei pflanzliche Optionen als Standard einplanen, nicht als Sonderangebot kennzeichnen.

Convenience ist Qualitätsmerkmal

Fast 55 % der deutschen Gastronomiebetriebe greifen regelmäßig auf hochwertige teiltfertige Komponenten zurück, um Qualität und Lieferfähigkeit konsistent zu halten. 71 % der Gäste verbinden „gute Convenience“ mit „vertrauenswürdig“, nur 29 % mit „billig“. Gleichzeitig verlangen 77 % kurze, verständliche Zutatenlisten – Clean Label gilt 2026 als Grunderwartung, nicht mehr als Differenzierungsmerkmal. Die nächste Stufe heißt Rückverfolgbarkeit: QR-Codes mit Herkunftsinformationen werden zum Standard.

Wärme verkauft

Warme Snacks werden laut Report häufiger gekauft, besser bewertet und als

sättigender sowie frischer wahrgenommen. Eine durchdachte Warmstrategie – etwa über High-Speed-Öfen zur schnellen Regeneration – wird wichtiger.

Der größte Hebel liegt jedoch nicht im Rezept, sondern in Prozessen und Personal. Der Report beziffert: 85 % gescheiterter Snack-Konzepte scheitern an der Umsetzung, nicht am Produkt. Für Bäckerei und Gastro in der DACH-Region werden genannt: 47 % der Mitarbeitenden ohne formale Ausbildung, nur 3 bis 5 Tage Onboarding, 28 % Fluktuation pro Jahr sowie 62 % Fehlerquote in der ersten Woche nach Einführung eines neuen Konzepts. In 35 bis 52 % der urbanen Betriebe hat ein erheblicher Teil des Teams Deutsch nicht als Muttersprache. Betriebe mit systematischen visuellen Standards und regelmäßiger Kontrolle berichten von 70 % weniger Fehlern und 34 % höherer Mitarbeiterzufriedenheit.

Fazit für die Praxis

Der Report empfiehlt, Sortimente über eine „Frequenz-Marge-Matrix“ zu bewerten, klare Verantwortlichkeiten für die Snack-Produktion zu benennen und Personal aktiv in Produkttests einzubinden. Für Catering und Gemeinschaftsverpflegung liefert er damit vor allem eine strategische Blaupause: Angebote entlang der tatsächlichen Verzehrzeiten planen, funktionale und pflanzliche Optionen als Standard statt Ausnahme führen, auf transparente Deklaration setzen – und die Einführung neuer Angebote mit Schulung, Standards und Kontrolle absichern statt dem Zufall zu überlassen.

Quelle: Snackprofis (der ausführliche Report, auch mit Rezepten und Checklisten, ist hier zu finden: snackprofis.com)

Neue EU-Regeln treffen Snack-Verpackungen ab August

Für alle, die Snacks in Einzelportionen verpacken, wird es in wenigen Wochen konkret: Die EU-Verpackungsverordnung PPWR (Verordnung (EU) 2025/40) gilt ab dem 12. August 2026 unmittelbar in allen Mitgliedsstaaten. Ab diesem Stichtag dürfen Lebensmittelverpackungen bestimmte PFAS („Ewigkeitschemikalien“) nur noch in engen Grenzen enthalten – höchstens 25 ppb je Einzelsubstanz, insgesamt maximal 250 ppb. Das betrifft klassische fettabweisende Beschichtungen, wie sie bei Snack-Papieren und -Tüten verbreitet sind. Für die Sortimentsplanung heißt das: Lieferanten jetzt nach PFAS-freien Alternativen fragen und Verpackungslager rechtzeitig umstellen, bevor Bestände nicht mehr verkehrsfähig sind.

Weitere Informationen:

<https://www.bundesumweltministerium.de/themen/kreislaufwirtschaft/abfallarten-und-abfallstroeme/verpackungsabfaelle/europaeisches-recht-ueber-verpackungen-und-verpackungsabfaelle>