

C12331D

Check Up

N°5 05. MAI 2026

Back.Business

DAS ENTSCHEIDER-MAGAZIN
FÜR DIE BACKBRANCHE

YUZU: SAUER. GESUND. GEFRAGT.



BACKZUTATEN:
Gesundheit oder Genuss?



PRODUKTE:
Neue Backzutaten im Fokus



BROT BEATS:
Rave in der Bäckerei

Liebe Leserinnen und Leser,

der Mai ist in diesem Jahr besonders reich an Feiertagen: Begonnen mit dem Tag der Arbeit beschert er uns neben Christi Himmelfahrt zusätzlich das Pfingstfest. Auch für die SPD-Politikerin Katarina Barley begann dieser Monat mit einem ganz besonderen Mai-Light: Das Bäckerhandwerk hat die Europaabgeordnete zur neuen Brotbotschafterin ernannt und mit einer feierlichen Zeremonie in das Amt eingeführt. Wir haben sie bereits vorab hinter's Mikro bekommen: In der aktuellen Episode von „Backgeflüster“ erzählt Katarina Barley, warum ihr die neue Rolle besonders am Herzen liegt, wie sie sich angesichts steigender unternehmerischer Herausforderungen für das Bäckerhandwerk stark machen will und verrät, mit welcher Aktion sie die Tradition unserer Brotkultur ins EU-Parlament tragen möchte. Wenn Sie vor dem Hören bereits einen kleinen Eindruck der Podcast-Folge bekommen möchten, schlagen Sie Seite 19 auf: Hier können Sie in unseren News (ab Seite 18) in das Gespräch mit Katarina Barley „reinsen“.

Zwischen kurzlebigen Hypes und langfristigen Klimaveränderungen im Markt: Der neue Trend-Report 2026 des Wissensforum Backwaren analysiert das Spannungsfeld zwischen Gesundheit und Genuss. Wir haben den Report ab Seite 4 inhaltlich für Sie unter die Lupe genommen. Wie sich Yuzu als Trendzutat am besten in Backwaren nutzen lässt, lesen Sie ab Seite 10. Neben den aktuellen Entwicklungen im Backzutatenbereich präsentieren Ihnen passend dazu auch ausgewählte Produktneuheiten der Hersteller (ab Seite 14). Diese bringen nicht nur die Gesundheitsvorlieben der Verbraucher in die Gebäckauslage, sondern auch royales Flair.

Wenig majestätisch, dafür aber umso stimmungsvoller geht es seit einiger Zeit in so mancher Bäckerei her: Das Konzept Brot Beats verbindet Partylaune mit deutscher Brotkultur. Inspiriert von internationalen Beispielen wie „Bäcker-Raves“ in den Niederlanden und Belgien hat Sabrina Linzenmeyer, Head of MarkeTT der Konzeptwerkstatt, das Format Ende 2025 ins Leben gerufen. Die Idee dahinter: ein erlebnisorientiertes Eventkonzept, das neue Positionierungsansätze für Bäckereimar-



Die Dawn Exceptional® Compounds (hier in der Variante Yuzu) sind in einigen Anwendungen backstabil. Sie können zum Beispiel in Rührmassen, Käsekuchen, Cremes oder auch in Cookie-Teigen mitgebacken werden und verleihen den Gebäcken ihre unverwechselbaren Aromen.

ken schafft und gezielt auf Reichweite, Sichtbarkeit und Markenidentität einzahlt. Welche Learnings mit den ersten beiden Veranstaltungen verbunden waren und was Bäckereien mitbringen müssen, um die Brot Beats zu sich ins Geschäft zu holen, lesen Sie ab Seite 28.

Viel Spaß beim Lesen!

Ihr Redaktionsteam

Check Up

Back.Business

Telefon (040) 30 68 52 - 0
 Fax (040) 30 68 52 - 10
 e-mail: info@back.business

INHALT

BACKZUTATENTRENDREPORT

Backzutatentrendreport 2026: Gesundes muss schmecken 4

DIE WICHTIGSTEN KAUFKRITERIEN



4

Der neue Backzutatentrendreport nimmt diesmal die beiden Pole Gesundheit und Genuss ins Visier: Handelt es sich um Gegensätze? Oder lässt sich beides vereinen? Wie die Grafik zeigt, rangiert der Geschmack bei den Befragten auf Platz 1, dicht gefolgt vom Preis. Gesundheit steht erst an dritter Stelle. Oder ist das zu einfach gedacht?

Yuzu für den Wow-Effekt im Gebäck 10

PRODUKTNEUHEITEN

Neues von den Backzutatenherstellern 12



Innovative Backzutaten und -mischungen eröffnen neue Spielräume für Geschmack, Textur und Angebotsvielfalt. Wir stellen ausgewählte Produkthighlights verschiedener Hersteller vor, die zeigen, wie sich traditionelle Backwaren modern und hochwertig fortentwickeln lassen.

EVENTMARKETING

BrotBeats 28



30

Mit Brot Beats ist ein Partyreihe mit dem und für das Handwerk entstanden. Das Format ist weit mehr als eine Party – es ist der strategische Versuch, die Bäckerei als Marke neu zu erfinden. Durch die gezielte Verbindung von Handwerk, Clubmusik und Eventkultur entstehen völlig neue Berührungspunkte mit den Kunden.

RUBRIKEN

Editorial	2
News/Branchenmeldungen	16
Internationale Branchenmeldungen	32
Produktneuheiten	34
Handelsregister	36
Impressum/Fotohinweis	37
Wie kriegen Sie's gebacken? Diesmal: Katarina Barley, SPD-Politikerin und neue Brotbotschafterin	40

**Nachhaltig und sicher:
Weniger Pestizide
in Ihren Rohstoffen!**

IPM Integriertes Pestizid Monitoring
zertifiziert nach Sedex | SMETA

SPECIALTY BROKERS ÖZGÜR
Ihr Rohstoffmakler aus der Hansestadt Hamburg
www.specialtybrokers.de/ipm



Backzutatentrendreport 2026: Gesundes muss schmecken

Zwischen kurzlebigen Hypes und langfristigen Klimaveränderungen im Markt: Der neue TrendReport 2026 der Backzutatenbranche analysiert das Spannungsfeld zwischen Gesundheit und Genuss. Während „High Protein“ und „Handwerklichkeit“ die aktuellen Ranglisten anführen, stellt sich für die Hersteller eine strategische Kernfrage: Sind ernährungsphysiologischer Mehrwert und sensorische Exzellenz Gegensätze – oder die Erfolgsformel der Zukunft? Text: Isabell Köster

In der Welt der Backzutaten gleicht die Marktdynamik oft dem Wetter: Trends entstehen, verändern sich und verschwinden häufig schnell wieder. Während kurzfristige Social-Media-Hypes meist nur flüchtige Erscheinungen bleiben, zeigen sich in sogenannten Subtrends deutlich stabilere Entwicklungen. Nach Definition des Zukunftsinstituts handelt es sich dabei um spezifische, messbare Entwicklungen, die zentrale Megatrends konkretisieren und deren Auswirkungen auf Wirtschaft und Gesellschaft differenzieren. Sie fungieren als Indikatoren, die langfristige Wandelprozesse in praktische Anwendungsfelder übersetzen. Megatrends wiederum sind langfristige gesellschaftliche Strömungen mit globaler Relevanz, die laut Zukunftsinstitut über Jahrzehnte hinweg verschiedenste Lebensbereiche prägen. Dazu zählen etwa Gesundheit oder Individualisierung. Entsprechend handelt es sich nicht um kurzfristige Impulse, sondern um dauerhafte Leitlinien, die zunehmend in Produktstrategien und Portfolios der Hersteller integriert werden.

Megatrends als Kompass der Branche

Vor diesem Hintergrund hat das Wissensforum Backwaren e.V. gemeinsam mit seinen Mitgliedern bereits vor vier Jahren eine erste Trend-Map sowie einen darauf aufbauenden Trendreport speziell für die Backzutatenbranche entwickelt. Im Fokus standen damals neun Megatrends, die den Markt seit Jahren prägen: Gesundheit, Nachhaltigkeit, Innovation, Indulgence (Genuss), Tradition/Nostalgie, Globalisierung, Transparenz/Kommunikation, Digitalisierung und Effizienz. Rückblickend zeigt sich, dass die Branche bereits 2022 insbesondere in den Bereichen Gesundheit, Nachhaltigkeit und Digitalisierung erhebliches Wachstumspotenzial identifiziert hatte – eine Prognose, die sich bis heute bestätigt hat.

Bestandsaufnahme im Wandel: Der Fokus 2026

Angesichts der dynamischen Marktentwicklung wurde laut Wissensforum Backwaren jedoch eine erneute Analyse erforderlich. Nach dem ersten umfassenden Trendreport im Jahr 2022 und einer Aktualisierung 2023 basiert der aktuelle Report auf einer im Februar 2026 durchgeführten Branchenumfrage unter 16 Mitgliedsunternehmen des Wissensforums.

Auch wenn die Erhebung aufgrund der Stichprobengröße keinen repräsentativen Charakter beansprucht, liefert sie belastbare qualitative Einblicke in aktuelle Marktdynamiken und die strategische Ausrichtung der Branche. Im Unterschied zu den vorherigen, breiter angelegten Analysen konzentriert sich die aktuelle Untersuchung gezielt auf die beiden Pole Gesundheit und Genuss, die branchenintern als entscheidende Treiber für Innovation und Marktkommunikation gelten.

Dabei rückt eine zentrale Fragestellung in den Mittelpunkt: Stehen Gesundheit und Genuss in einem Spannungsverhältnis oder lassen sich beide Dimensionen miteinander verbinden? Wie tief diese Megatrends bereits in der unternehmerischen Praxis verankert sind, unterstreicht Christof Crone, Vorsitzender und Geschäftsführer des Wissensforums Backwaren: „Auf die zentrale Frage, welche Rolle die Trendthemen Gesundheit und Genuss derzeit in unserer Branche spielen, hat unsere Umfrage deutlich gezeigt, dass beide Pole zentrale Faktoren in den strategischen Ausrichtungen unserer Mitgliedsunternehmen sind. Wobei das Thema Genuss aktuell noch etwas stärker im Fokus ist.“ Gleichzeitig zeigt sich, dass Unternehmen die Balance zwischen gesundheitlichem Mehrwert und sensorischer Qualität sehr bewusst gestalten und beide Dimensionen nicht als Gegensätze, sondern als komplementäre Zielgrößen betrachten.

Gesundheit und Genuss als Innovations-treiber

Die Trendthemen Gesundheit und Genuss beeinflussen längst nicht mehr nur das Marketing, sondern wirken direkt auf Forschung, Entwicklung und Kommunikation der Backzutatenbranche ein. Die Ergebnisse des Backzutaten-Trendreports 2026 zeichnen dabei ein klares Bild: Der Aspekt „Genuss“ (Indulgence) steht aktuell mit einem Durchschnittswert von 6 auf einer Skala von 1 bis 7 noch etwas stärker im Fokus als das Thema Gesundheit beziehungsweise „Better-for-You“, das mit einem Wert von 5 ebenfalls stark positioniert ist.

Besonders aufschlussreich ist jedoch die künftige Ausrichtung der Unternehmen. Die Mehrheit plant, ihr Portfolio in den kommenden 24 Monaten gezielt weiter in Richtung Gesundheit auszubauen – ohne dabei den Genussaspekt zu vernachlässigen. Im Gegenteil: 87,5 Prozent der Befragten sind überzeugt, dass sich Gesundheit und Genuss miteinan-