

Dienstleistungscompany für Gastgewerbe und Großverbraucher. Und er bricht eine Lanze für Wraps, die er als „unkomplizierte Verwandlungskünstler“ rühmt. Die in Teig gewickelten Köstlichkeiten seien eine immer populärer werdende Sandwich-Alternative, stellt der Fachmann fest.

Für Wraps spricht nach Hillers Einschätzung am meisten, dass sie sich grundsätzlich mit allem „befüllen“ lassen, was schmeckt und gefällt. Standard sind Füllungen zum Beispiel mit Gemüse oder Salat, Fleisch und einer dazu passenden Sauce. Doch Wraps können mehr und eignen sich ebenfalls für ungewöhnlichere Füllungen wie zum Beispiel mit Schokoladensauce oder mit Obst.

Und Karl Hiller hat noch ein anderes Beispiel für die Vielfalt der Snack-Alternative parat: „Rasch kann ein abgekühlter, mit Frischkäse und Lachs gerollter Pfannkuchen in einen Wrap verwandelt werden.“

„Die feinen Noten von Wasabi, Jalapenos und Pfeffer eröffnen eine neue Geschmacksvielfalt in der Fast-Casual-Küche.“

Christian Sommer, Lantmänner Unibake

Während die Umsätze der bekannten US-amerikanischen Schnellrestaurants in der Bundesrepublik schwächeln, werden Burger hierzulande immer beliebter. Die Zahl der Restaurants, in denen hochwertige Spezialitäten wie etwa Dry-aged-Beef in einem an-

genehmen Ambiente serviert werden, wächst deutlich. Ketten wie „Hans im Glück“ oder „Dean & David“ gehören zu den Profiteuren der Krise von McDonald's und Co.

Das zeigt im Übrigen auch, dass sich kein Convenience-Shop-Verantwortlicher, der Speisen verkaufen will, ausschließlich oder schwerpunktmäßig auf vegetarische und vegane Offerten verlassen sollte. So ist der Pro-Kopf-Verzehr von Fleisch nach aktuellen Zahlen der Agrarmarkt & Informations-Gesellschaft (AIM) im vergangenen Jahr von 60,3 auf 60,6 kg gestiegen. Gegenwärtig liegt der Marktanteil von Fleischersatzprodukten bei einem bescheidenen Prozent.

Lantmänner Unibake Germany reagiert auf den Burger-Trend mit seinem Hot & Spicy-Sortiment, das seit Februar 2016 erhältlich ist. Es besteht aus den Hamburger-Brötchen Steakhouse Pepper, Wasabi, Spicery und Green Jalapeno.

Yummy Chow

Keine Neuentwicklung, sondern ein erfolgversprechender Auslandsimport ist der Yummy Chow, den die Masande GmbH in Deutschland nach vorne bringen will. Der Yummy Chow wird als Alternative zur amerikanischen Hamburger-Bewegung vermarktet. Seine Heimat ist Südafrika. Hier schließt sich

der Kreis, weil Masande-Geschäftsführer Andrew Fordyce aus diesem Land stammt. Bei dem Produkt handelt es sich um ein knuspriges Brötchen, das mit einem Curry gefüllt wird. Man könnte auch sagen indische Streetfood-Kultur. Die Currys sind in verschiedenen Varianten erhältlich, und das sowohl mit

Fleisch als auch ganz ohne. Geessen wird so: Brotdeckel abnehmen und in das Curry tunken. Anschließend wird Stück für Stück abgebissen. Zwischendurch werden wieder Gemüse oder Fleisch dazu gegeben. Am Ende bleibt der Boden übrig, in den sich beißen lässt wie in ein Butterbrot.



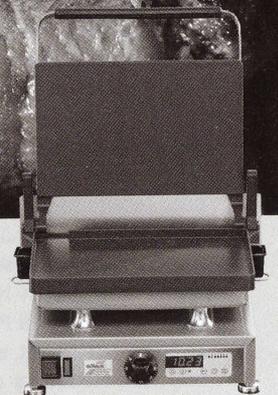
Yummy Chow, der Snack aus Südafrika, wird in einer bestimmten Abfolge verspeist.

AUF DEN PUNKT GEBRACHT



Doppel-Kontakt-Braten mit der T-Klasse (Modell T-10)

- Spezielle Platten aus Aluguss
- Antihafbeschichtet
- Manuelle Steuerung
- Digitaler Timer, 7 Zeiten programmierbar



www.silex-de.com

silex
Grill-Machines
Waffle-Bakers
Snack-Concepts