

Trendbericht
Europe & AMEAP

2026





Einleitung

Die Backwarenbranche entwickelt sich rasant weiter, angetrieben von sich wandelnden Verbrauchererwartungen, kulturellen Einflüssen und kontinuierlichen technologischen Innovationen. Lebensmittel werden immer stärker mit Identität, Lebensstil und digitaler Selbstdarstellung verknüpft, was dazu führt, dass Verbraucher bewusstere, erlebnisorientierte Entscheidungen treffen. Vor diesem Hintergrund haben sich die Teams für globale Marktforschung und Insights bei Dawn Foods zum Ziel gesetzt, die wesentlichen Veränderungen zu verstehen, die heute Kaufentscheidungen prägen

Unsere Untersuchung befasst sich damit, wie globale Makrotrends darunter der Aufstieg digital geprägter Produktsuche, die steigende Nachfrage nach Wertigkeit und Qualität sowie der wachsende Fokus auf Nachhaltigkeit und persönliches Wohlbefinden – das Konsumentenverhalten im Bereich süßer Backwaren verändern. Um diese Erkenntnisse zu veranschaulichen, hat das Team mehr als 3.000 Verbraucher in verschiedenen Regionen befragt und Hunderte von Bäckereien, Einzelhändlern und Gastronomiebetrieben weltweit besucht.

Aus dieser Studie lassen sich vier zentrale Trends ableiten, die die Zukunft der Backwarenbranche prägen: **Süße Verbindungen**, **Gehobener Genuss**, **Einfach wohlfühlen**, and **Vielfalt stärken**.

Zusammen verdeutlichen diese Trends einen Wandel hin zu einem stärker vernetzten, ausdrucksstarken und individualisierten Konsumverhalten. Verbraucher entdecken und teilen Produkte auf neue Weise, suchen nach Momenten der Freude und Belohnung im Alltag, kehren zu beruhigenden und vertrauten Erfahrungen zurück und erwarten Auswahlmöglichkeiten, die ihre persönlichen Vorlieben und Werte widerspiegeln.

Dieser Bericht untersucht, wie diese Entwicklungen die Backwarenbranche im Jahr 2026 und darüber hinaus neu definieren.



Sarah Browner

Market Research & Insights Manager
Europe & AMEAP

**SÜSSE
VERBINDUNGEN**



**GEHOBENER
GENUSS**



**EINFACH
WOHLFÜHLEN**



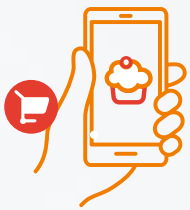
**VIelfALT
STÄRKEN**



SÜSSE VERBINDUNGEN

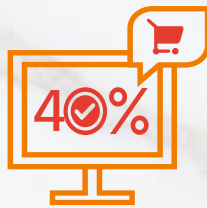
Soziale Medien: Ein strategischer Kanal im modernen Kaufprozess

Soziale Medien haben Essen zu einem globalen, interaktiven Erlebnis gemacht und damit die Art und Weise grundlegend verändert, wie Verbraucher Bäckereien entdecken und mit ihnen interagieren. Plattformen wie Instagram, TikTok und Facebook ermöglichen es Bäckereien, visuell ansprechende Inhalte zu präsentieren, die Reichweite von Influencern zu nutzen und auf virale Trends aufzuspringen, die ihr Publikum schnell über lokale Märkte hinaus erweitern können. Ein einziger ansprechender Beitrag – sei es ein Backvideo mit Einblick hinter die Kulissen oder eine kreative Produkteinführung – kann die Sichtbarkeit rasch steigern und sowohl Besuche im Laden als auch Online-Bestellungen ankurbeln. Soziale Medien sind mehr als nur ein Marketinginstrument – sie spielen mittlerweile eine entscheidende Rolle bei der Gestaltung der Markenwahrnehmung, dem Aufbau von Kundenbeziehungen und der Förderung des Unternehmenswachstums. Daher ist es für Bäckereien unerlässlich, sich aktiv und authentisch an der digitalen Kommunikation zu beteiligen.



57 %

der Verbraucher werden beim Kauf von Backwaren durch **Sozialen Medien** beeinflusst



2 von 5

Verbrauchern **werden** wahrscheinlich in Zukunft **Lebensmittel** direkt über soziale Medien bestellen



Jeder zweite

Verbraucher probiert gerne die neuesten **viralen Food-Trends**

Quelle: Dawn Global Bakery Trends Study, April 2025, Europe



Jacqui Passmore
Marketing Lead West Region
Europe & AMEAP

Globale Inspiration für lokale Backwaren

Wir freuen uns, Ihnen Flavour Passport vorzustellen. Diese Kampagne wurde entwickelt, um Bäckereien dabei zu unterstützen, sich von global inspirierten Geschmacksrichtungen inspirieren zu lassen – und dabei dennoch ihrer eigenen lokalen Genusskultur treu zu bleiben.

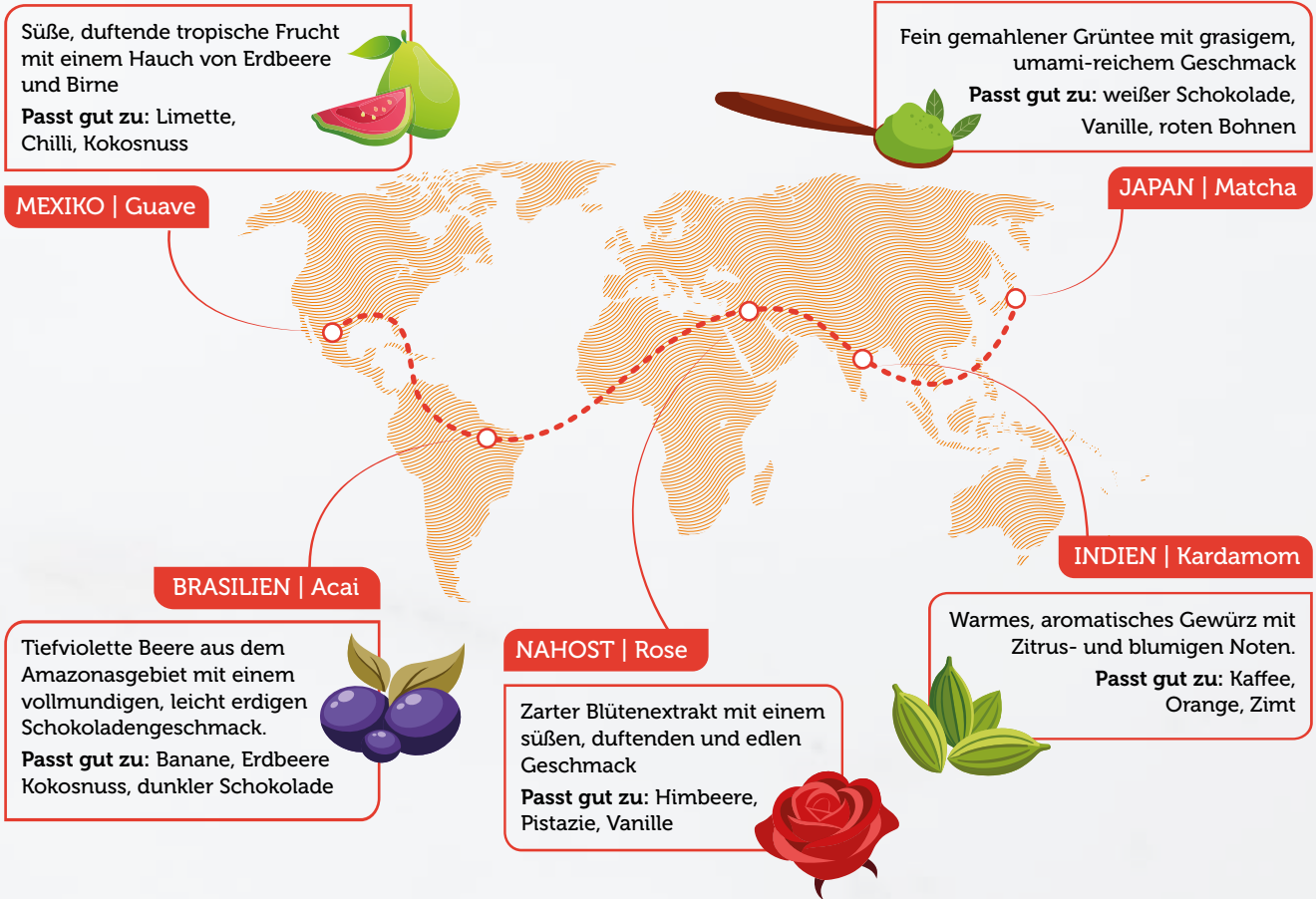
Wir beobachten kontinuierlich die Trends, die das Geschäft unserer Kunden prägen. Dabei zeigt sich ein klarer Wandel in den Erwartungen der Verbraucher: Gefragt

sind zunehmend intensivere, spannendere Geschmackserlebnisse. Gleichzeitig wächst die Offenheit für Produkte, die von internationalen Küchentraditionen inspiriert sind. Konsumenten suchen nach Authentizität und Entdeckergeist – kombiniert mit einer ansprechenden Optik und einem hohen „Shareability“-Faktor.

Von Schweden über Indien, Japan und Mexiko bis darüber hinaus bringt Flavour Passport globale Backwaren, Formate und Traditionen zum Leben und übersetzt sie in

Ihre Geschmacksreise

Soziale Medien wecken die Neugier auf neue Geschmackserlebnisse, und der einfache Zugang zu internationalen Zutaten ermöglicht die Umsetzung globaler Trends. Verbraucher sind offener für ungewöhnliche, weltweit inspirierte Aromen. Bäcker, die mit internationalen Geschmacksprofilen experimentieren, machen Süßes einzigartig und unvergesslich.



Begleiten Sie uns auf einer kulinarischen Reise rund um die Welt

Von Italien über Indien bis nach Australien

[Hier klicken](#)



einfach umsetzbare Rezepturen – mit Dawn Mixen, Füllungen und Dekoren.

Ziel ist es, Bäckereien die richtigen Werkzeuge an die Hand zu geben, um Trends frühzeitig aufzugreifen, ihre Kunden zu begeistern und Produkte zu kreieren, die sowohl relevant als auch unvergesslich sind – und sich gleichzeitig wirtschaftlich in den Betriebsalltag integrieren lassen.



GEHOBENER GENUSS

Den Alltag zu etwas Außergewöhnlichem machen

Verbraucher definieren Genuss neu, indem sie hochwertige Erlebnisse in ihren Alltag integrieren, anstatt sie für besondere Anlässe aufzuheben. Der Aufstieg der „Kultur der kleinen Freuden“ spiegelt ein wachsendes Verlangen nach kleinen, alltäglichen Genüssen wider. Ein mit Pistazien gefüllter Donut am Morgen oder ein verzierter Cookie nach der Arbeit wird zu einer einfachen Möglichkeit, den Tag mit Wohlbehagen, Freude und einer persönlichen Belohnung zu krönen.

Dieser Wandel verändert die Erwartungen, da die Menschen mehr als nur süße Backwaren suchen; sie suchen nach bedeutungsvollen, sinnlichen Erlebnissen, die gewöhnliche Momente aufwerten. Für Bäckereien bietet dies die Chance, sich durch Kreativität und Handwerkskunst abzuheben und Produkte anzubieten, die nicht nur Gelüste stillen, sondern auch den Alltag in etwas Unvergessliches verwandeln.



72 %

der Verbraucher glauben, dass süße Backwaren ein **erschwinglicher Luxus** sind



3 von 4

Verbrauchern mögen es, **neue Lebensmittel und Erfahrungen** auszuprobieren



3 von 5

Verbrauchern stimmen zu, dass **zeitlich begrenzte Angebote** die Aufmerksamkeit auf sich ziehen und zum Kauf anregen

Quelle: Dawn Global Bakery Trends Study, April 2025, Europe



Marie Frigo

Category Marketing Manager Dry
Europe & AMEAP

Wir unterstützen Sie bei jedem Schritt

Im Mittelpunkt vom Trend „Gehobener Genuss“ steht eine einfache Idee: Alltägliche Leckereien sollten sich besonders anfühlen.

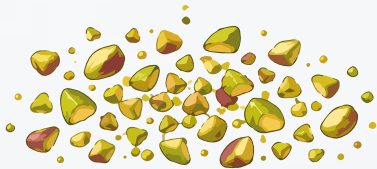
Bei unseren Backmischen beobachten wir eine wachsende Nachfrage nach Produkten, die sowohl Komfort als auch ein hochwertigeres, sinnliches Erlebnis bieten – sei es durch reichhaltigere Aromen, üppigere Texturen oder etwas, das optisch wirklich hervorsteht.

Unsere Backmische wurden unter diesem Gesichtspunkt entwickelt. Sie machen es Bäckern leicht, klassische Favoriten so aufzuwerten, dass dies im Alltag dennoch machbar bleibt, und bieten dabei trendige Aromen, vielschichtige Texturen sowie gleichbleibend hochwertige Ergebnisse. Wichtig ist uns auch, das große Ganze im Blick zu behalten. Mit unseren **Komplettlösungen für Donuts, Cookies und Kuchen** bieten wir alles von der Backmischen über Füllungen und Einlagen bis hin zu kreativen Dekoren.

Textur ist das A und O

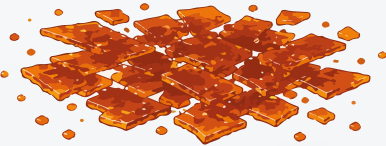
Die Textur ist heute ein entscheidender Faktor für den Genuss bei süßen Backwaren. Verbraucher wünschen sich Kontraste bei jedem Bissen: knusprig, cremig, weich, klebrig – alles auf einmal. Inspiriert von Sozialen Medien und dem Trend zur Premiumisierung kombinieren die besten Bäcker verschiedene Texturen, um alltägliche Leckereien aufzuwerten. Denn Texturen, die begeistern, werden geteilt.

Pistazien-Crème-Brûlée-Cookie



Gehacktes Pistazien-Topping

Knusprig, nussig, fein-krümelig



Karamellisierte Zuckerschicht

Knackend, kross, splitternd



Cremefüllung

Cremig, zartschmelzend, vollmundig



Pistazien-Cookie mit Schokoladenstückchen

Außen knusprig, innen weich, angenehm bissfest

67 %

der europäischen Verbraucher genießen süße Backwaren mit überraschenden Texturen



Entdecken Sie unsere Komplettlösungen für Donuts

Alles, was Sie brauchen, von Mixen bis hin zu Füllungen und Dekoren.

[Hier klicken](#)

NEU Dawn Churro Donut Mix



Wir möchten unseren Kunden dabei helfen, neue Ideen zu entwickeln und Produkte zu kreieren, die nicht nur köstlich schmecken, sondern für den Verbraucher von heute ein rundum gelungenes Erlebnis bieten.



EINFACH WOHLFÜHLEN

Trost und Freude in schönen Momenten suchen

In Zeiten von Unsicherheit suchen Verbraucher verstärkt nach Vertrautem und emotionaler Geborgenheit – süße Backwaren spielen dabei eine wichtige Rolle. Sie vermitteln nicht nur Genuss, sondern auch Nostalgie, Verbundenheit und Stabilität durch Erinnerungen und gemeinsame Momente. Für Bäckereien bietet sich die Chance, sich wieder auf ihre Traditionen zu besinnen, indem sie klassischen Rezepten und handwerklichem Können neue Bedeutung verleihen. Gleichzeitig können sie mit Innovationen – etwa bei Zutaten, Texturen oder Formaten – traditionelle Lieblingsprodukte subtil modernisieren und so den Wunsch nach Wohlfühl und Neuheit verbinden.



4 von 5

Verbrauchern mögen süße Backwaren, die sie an ihre **Kindheit** erinnern



3 von 4

Verbrauchern lieben **neue Varianten** traditioneller Backwaren



80 %

der Verbraucher kaufen süße Backwaren für **gesellige Anlässe**

Source: Dawn Global Bakery Trends Study, April 2025, Europe



Christopher Ries

Category Marketing Manager Wet Europe & AMEAP

Tradition trifft auf Innovation

Mandelpaste und Marzipan sind klassische Zutaten in der Bäckerei, werden heute jedoch zunehmend in modernen und kreativen Anwendungen neu entdeckt. Denn Verbraucher schätzen weiterhin traditionelle Rezepte, suchen dabei aber nach innovativen Interpretationen.

Ein gutes Beispiel ist das schwedische Smla-Brötchen. Dieses sehr traditionelle Produkt, gewinnt europaweit an Beliebtheit und wird in neuen Formaten und Geschmackskombinationen zeitgemäß interpretiert.

Mit unserem Sortiment an Mandelpasten und Marzipan bieten wir Bäckern den authentischen Geschmack und die gewünschte Textur sowie die Flexibilität, diese Zutaten vielseitig einzusetzen.

Lokaler Held, globaler Klassiker

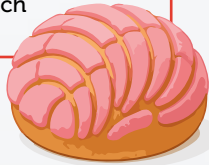
Klassische Backwaren in aller Welt finden ein neues Publikum. Die traditionellen Rezepte bringen Authentizität, Nostalgie und Geschichten in das Sortiment und bieten den Verbrauchern die Möglichkeit, etwas Altes, Unbekanntes zu entdecken. Bäckereien können mit klassischen Backwaren ihr Sortiment mit Tradition und Bedeutung aufwerten.



MEXIKO | Concha

Süßes Brötchen mit dekorativem Topping.

Lokale Variante: bunte Toppings, regionale Geschmacksnuancen, Social-Media-tauglich



SÜDKOREA | Mochi

Weicher, elastischer Reisteig mit süßer Füllung.

Lokale Variante: Mochi-Bäckerei-Hybrid, regionale Spezialitäten, Snacks in mundgerechter Größe



BRASILIEN | Bolo de Rolo

Dünn gerollter Teig mit Guaven-schichten.

Lokale Variante: regionale Fruchtfüllungen, kleine Portionen, exklusive Varianten



SCHWEDEN | Semla

Kardamom-Brötchen mit Mandelpaste und Sahne.

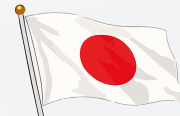
Lokale Variante: neue Aromen, Sahne auf pflanzlicher Basis, ganzjährig



AUSTRALIEN | Lamington

Würfel aus Biskuit mit Schokolade und Kokos

Lokale Variante: aromatische Überzüge, gefüllt, Snackgröße



Japan | Melon Pan

Süßes Brötchen mit knuspriger Mürbeteig- oder Keksschicht.

Lokale Variante: Kruste mit Aromen verfeinert, Texturkontraste, Hybrid-Gebäck



Entdecken Sie unser Mandelpasten-Sortiment

Premium-Qualität mit reichhaltigem Nussgeschmack. Perfekt zum Backen, Füllen und als Dekor.

[Hier klicken](#)

Dabei geht es nicht nur darum, die Tradition zu bewahren, sondern sie aktiv weiterzuentwickeln. Diese traditionellen Produkte bieten Bäckern fortlaufend Inspiration und schaffen wertvolle Impulse für eine stärkere Kundenbindung.



VIelfalt Stärken

Sich wandelnde Anforderungen erfordern maßgeschneiderte Lösungen

Die Zeit der Einheitslösungen geht zu Ende. Verbraucher erwarten Produkte, die zu ihrem Lebensstil, ihren Ernährungsbedürfnissen und ihren Werten passen. Kaufentscheidungen werden heute nicht mehr allein von Geschmack und Preis bestimmt, sondern auch von individuellen Überzeugungen und dem gewünschten Wohlbefinden. Dieser Trend verändert die Erwartungen an die Bäckereibranche und erhöht die Nachfrage nach vielfältigen Zutaten, Produktkonzepten und authentischen Markenbotschaften. Bäckereien, die Inklusivität mit Kreativität verbinden, können sich in einem zunehmend differenzierten Markt erfolgreich positionieren.



3 von 5

Verbrauchern bleiben
Marken treu, die sich klar zur
Nachhaltigkeit bekennen



56 %

kaufen bei Bäckereien
die auf **unterschiedliche**
Ernährungsweisen
spezialisiert sind



**Für mehr
als die Hälfte**

stehen die **Werte einer Marke** bei der
Kaufentscheidung im Mittelpunkt.

Quelle: Dawn Global Bakery Trends Study, April 2025, Europe



Richard Farrington
R&D Team Leader Evesham, UK

Mit Innovation jeden Konsumenten erreichen

Die Erweiterung der Auswahlmöglichkeiten ist ein zentraler Baustein der Innovationsstrategien von Dawn. Wir konzentrieren uns auf die Entwicklung vielseitiger, zuverlässiger Mixe, die unseren Kunden helfen, auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse der Verbraucher einzugehen – sei es aufgrund ihres Lebensstils, ihrer Ernährungsgewohnheiten oder einfach aufgrund dessen, worauf Kunden gerade Lust haben. Am Ende zählt, dass Bäckereien jedem Kunden, der zur Tür hereinkommt, das Passende anbieten können.

Diese Denkweise zeigt sich beim Ausbau unseres „Better-for-You“-Sortiments. Vor kurzem haben wir zwei neue Cookie Mixe eingeführt: einen Plain Mix und einen normalen Mix Chocolate, die im Vergleich zu ähnlichen Produkten 30 % weniger Zucker enthalten. Die Idee war, die richtige Balance zu finden und dabei Geschmack und Textur beizubehalten, die Kunden erwarten, und gleichzeitig eine Option anzubieten für einen bewussteren Umgang mit Genuss.

Für jeden etwas

Moderne Bäckereien entwickeln sich ständig weiter, um eine breite Produktvielfalt anzubieten und um unterschiedlichste Verbraucherwünsche zu erfüllen. Von veganen Alternativen bis hin zu unterschiedlichen Portionsgrößen und verschiedenen Ernährungsweisen erwarten Kunden von heute, dass Bäckereien in allen Kategorien innovativ sind.



Entdecken Sie unsere Komplettlösungen für Cookies

Von Trockenmischen bis hin zu Füllungen und Dekoren.

[Hier klicken](#)

NEU zuckerreduzierte Cookie-Mixe



Gleichzeitig denken wir stets an die praktischen Aspekte für unsere Kunden. Diese Backmixe werden mit Rapsöl hergestellt und bleiben bis zu sieben Tage frisch, was die Haltbarkeit verbessert und Abfall reduziert.

Es geht also nicht nur darum, den sich wandelnden Erwartungen der Kunden gerecht zu werden, sondern auch Bäckereien in ihrem täglichen Betrieb zu unterstützen.





Schlusswort

Der direkte Austausch mit unseren Experten kombiniert mit unseren Erkenntnissen und Marktforschungen eröffnet neue Ideen für Ihre nächste Kreation. Tag für Tag sehen wir, wie entscheidend es ist, die Menschen wirklich zu verstehen, für die Sie backen: ihre Gewohnheiten, ihre Vorlieben und das, was ihnen am wichtigsten ist.

Die Backbranche entwickelt sich rasant weiter. Das bringt Herausforderungen mit sich, eröffnet aber gleichzeitig spannende neue Chancen. Ob es darum geht, Klassiker neu zu interpretieren, besondere Genussmomente zu schaffen oder Produkte zu entwickeln, die sich an veränderte Bedürfnisse anpassen: Das Potenzial für gezielte Innovation war noch nie so groß.

Bei Dawn begleiten wir Sie auf jedem Schritt, von Insights und Inspiration bis hin zu praxisnahen, maßgeschneiderten Lösungen. Wir sind stolz darauf, Ihr Partner für nachhaltigen Bäckereierfolg zu sein und Sie dabei zu unterstützen, Produkte zu kreieren, die nicht nur hervorragend schmecken, sondern Ihre Kunden wirklich erreichen.



Frank Lengersdorf
International Application Chef
Europe & AMEAP

Mehr entdecken

