

## So snackt Deutschland

Die deutschlandweite repräsentative Snack-Studie von BackWerk und SPLENDID RESEARCH zeigt: Die Deutschen snacken bewusst mit Genuss

**Essen, 8. Februar 2019.** Gute Vorsätze hin oder her – die Deutschen lieben gute Snacks und geben gerne Geld dafür aus: Die jährlichen Umsätze bewegen sich im Milliardenbereich. Das Geschäft boomt – in Großstädten duftet es an jeder Ecke nach warmen Croissants und frischen Pizzabrötchen. Als größter Back-Gastronom Deutschlands veröffentlicht BackWerk nun in Zusammenarbeit mit dem Meinungsforschungsinstitut SPLENDID RESEARCH die Ergebnisse der repräsentativen Snack-Studie\* und deckt auf, wie die Deutschen zu ihrer Snack-Leidenschaft stehen.

### Männer sind Warm-Snacker

Wer denkt, die Deutschen seien süße Naschkatzen, liegt falsch. Sie snacken zwar gern (53,7 Prozent mehrmals die Woche) – und das laut der Umfrage am liebsten nachmittags – aber überwiegend herzhaft (63,2 Prozent)! Ob lieber kalt oder warm, da sind sich die Deutschen nicht wirklich einig. Das Rennen ist knapp: Während Männer den warmen Snack bevorzugen (42,3 Prozent Männer/32,9 Prozent Frauen), entscheiden sich Frauen lieber für eine kalte Zwischenmahlzeit (39,7 Prozent Frauen/36,4 Prozent Männer). Die meisten Deutschen verzehren ihre Snacks außerdem unterwegs (37,8 Prozent), nur unter den 60-69-Jährigen und in den neuen Bundesländern sitzen die Home-Snacker. Bei der Frage, wie teuer ein Snack sein darf, sind sich Männer und Frauen aller Altersgruppen und Regionen einig: Dieser sollte zwischen zwei und drei Euro liegen. Das ist gar nicht mal so weit von der Realität entfernt: Bei BackWerk snacken die Deutschen im Durchschnitt für 2,95 Euro.

### Deutsche sind Genießer – keine Frustesser

Von wegen Snacken aus Frust, Langeweile oder Gewohnheit: Die Deutschen sind echte Genießer! Sowohl für Männer, als auch für Frauen zählen zu den Top-Snack-Gründen

---

#### Kontakt:

Engel & Zimmermann AG – Unternehmensberatung für Kommunikation  
Am Schlosspark 15 – 82131 Gauting  
T 089 – 893 563 3 F 089 – 893 984 29 M [info@engel-zimmermann.de](mailto:info@engel-zimmermann.de)

Hunger (57,0 Prozent), Appetit (49,0 Prozent) und Genussmomente (32,0 Prozent), wobei Frauen im Geschlechtervergleich mehr aus Hunger und Männer aus Appetit snacken. Frust landet bei beiden Geschlechtern auf dem letzten Platz der Snack-Gründe (3,5 Prozent). Interessant ist außerdem, dass Snacken kaum mit Vitaminaufnahme verbunden wird (6,3 Prozent). Auch wenn der Deutsche im klassischen Snack keine Vitaminbombe sieht, legt er dennoch Wert auf wichtige Grundeigenschaften: „Frei von Konservierungsstoffen“ (32,9 Prozent), „fettarm“ (27,9 Prozent), und „ohne Zuckerzusatz“ (26,9 Prozent) muss ein Snack sein. An diese Grundsätze kommen Eigenschaften wie „vegan“, „vegetarisch“ oder „glutenfrei“ mit einstelligen Prozentzahlen nicht heran.

### **Regionalität und Saisonalität bei Snacks weniger relevant**

Bei den Auswahlkriterien für einen Snack gelten andere Regeln als beim Supermarkt-Einkauf: Sind hier laut Verbraucherumfragen Themen wie Regionalität und Saisonalität wichtige Kaufkriterien, spielen sie im Snack-Bereich eine untergeordnete Rolle (6,1 Prozent und 4,7 Prozent). Den wichtigsten Stellenwert hingegen spielen bei der Auswahl des richtigen Snacks der Geschmack (71,0 Prozent) und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis (50,2 Prozent). So entpuppt sich der deutsche Snacker als kulinarischer Sparfuchs.

### **Snack it yourself: Die Deutschen zeigen sich als Individualisten**

Großes Verbesserungspotenzial bei Snacks gibt es laut den Deutschen in der Reduzierung des Verpackungsmülls (37,7 Prozent), beispielsweise durch die Verwendung von abbaubarem Material, essbaren Verpackungen oder der Einführung von Pfandsystemen und Mehrweggeschirr (37,7 Prozent). Auch die Idee, den Snack selbst zusammenzustellen, landet auf den ersten Plätzen der Optimierungsideen (13,3 Prozent). Darüber hinaus wurden auch Essenstrends wie Clean-Eating, die Molekularküche, Raw Food sowie heimisches Superfood als Verbesserungsvorschläge genannt.

---

#### Kontakt:

Engel & Zimmermann AG – Unternehmensberatung für Kommunikation  
Am Schlosspark 15 – 82131 Gauting  
T 089 – 893 563 3 F 089 – 893 984 29 M [info@engel-zimmermann.de](mailto:info@engel-zimmermann.de)

*\*Für die repräsentative **Snack-Studie** hat BackWerk das Marktforschungsinstitut **SPLENDID RESEARCH** beauftragt. Insgesamt wurden für die Erhebung im Zeitraum vom 24. August bis 03. September 2018 1.061 Personen in Deutschland ab 18 Jahren befragt.*

*Unter Snacks werden in dieser Umfrage vielseitige, fertig zubereitete, kalte oder warme Zwischenmahlzeiten verstanden, die schnell auf die Hand gekauft werden können. Beispiele hierfür sind heiße Hotdogs, ausgefallene Wraps, frische Salate, vielseitig belegte Brötchen oder ein gesunder Obstbecher. Süßwaren (z. B. Schokolade oder Weingummi), Knabbereien (z. B. Chips) und Kekse aus dem Supermarkt fallen laut der Definition dieser Umfrage nicht unter Snacks. Dies wurde bei der Beantwortung der Umfrage beachtet.*

### **Über BackWerk**

Als Erfinder der Selbstbedienungsbäckerei ist BackWerk mit seinen modernen Snack- und Verpflegungsangeboten der größte Back-Gastronom Deutschlands. 2001 gegründet, kann das Unternehmen heute auf über 220 Franchisepartner und über 350 Standorten in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden blicken. Mehr als 3.000 Menschen arbeiten für BackWerk. Der Quick-Service-Gastronom erzielte 2017 einen Außenumsatz von über 210 Millionen Euro und hat die Standortanzahl in den letzten fünf Jahren um rund 20 Prozent ausgebaut. Zahlreiche unabhängige Tests und Studien bestätigen die hohe Qualität und große Vielfalt der Produkte: 2015 wurde der Back-Gastronom zum dritten Mal in Folge von Gästen zum besten Händler in der Kategorie Brot und Backwaren und jüngst zum Kundenliebling 2018 gewählt. Der Anspruch von BackWerk ist es, sich stets weiter zu entwickeln, die Wünsche der Gäste in den Mittelpunkt zu stellen und innovative Trend-Produkte durch günstige Preise allen zugänglich zu machen. Seit 2017 gehört BackWerk zur Schweizer Convenience- und Food-Service-Anbieterin Valora. Weitere Informationen unter [www.back-werk.de](http://www.back-werk.de).

---

#### Kontakt:

Engel & Zimmermann AG – Unternehmensberatung für Kommunikation  
Am Schlosspark 15 – 82131 Gauting  
T 089 – 893 563 3 F 089 – 893 984 29 M [info@engel-zimmermann.de](mailto:info@engel-zimmermann.de)