

Snacktrends 2026





Wissen was snackt!



Konsumentenbedürfnisse in Bezug auf Ernährung zeigen eine klare Entwicklung: Gäste wünschen sich gesunde Unterstützung im Alltag, mehr Natürlichkeit und zugleich spannende Genussmomente. Snacks sollen funktional, bequem und emotional ansprechend sein.

Funktional, pflanzenbasiert, unkompliziert

Snacks übernehmen stärker eine aktive Rolle im Wohlbefinden. Pflanzliche Proteine, fermentierte Zutaten und Omega-3-reiche Komponenten liefern Energie und unterstützen Konzentration oder Stimmung. Beliebt sind High-Protein-Wraps, Superfood-Bowls oder moderne Matcha-Varianten.

Parallel rückt eine natürliche, pflanzenbasierte Ernährung in den Mittelpunkt. Hülsenfrüchte, Gemüse und unverarbeitete Zutaten stehen für Geschmack, Nachhaltigkeit und Alltagstauglichkeit – ohne Imitate, dafür mit echtem Mehrwert.

Neu gedacht: Klassiker, Genussmomente & mutige Aromen

Vertraute Gerichte kehren modernisiert zurück: weniger Zucker, mehr Vollkorn, kreative Toppings. Klassiker wie Loaded Fries oder Croissan-Variationen verbinden Nostalgie mit zeitgemäßem Anspruch.

Zugleich gewinnen „Me-Time“-Snacks an Bedeutung – kleine Auszeiten mit Cookies, Cinnamon Rolls oder Croissant-Innovationen. Mehr Textur und mutige Aromenkombinationen sorgen für Erlebnisse: knusprig-cremig, süß-scharf, fruchtig-umami. Internationale Einflüsse treiben diese Vielfalt voran und setzen starke Impulse für To-go-Angebote.

Ernährung



Aktuelle Ernährungsberichte und Studien zeigen: Essen soll heute vor allem gut schmecken, erschwinglich, überschaubar in den Zutaten und möglichst regional und tierwohlgerecht sein – gleichzeitig wächst der Anspruch an pflanzliche Ernährung und Transparenz.

Aspekte beim Essen:

- Geschmack: 98%
- Gesund: 90%

Ernährungsweise:

- Flexitarier: 25%
- Vegetarisch: 4%
- Vegan: 1-2%

Täglich essen:

- Obst & Gemüse: 71%
- Milchprodukte: 64%
- Fleisch: 24%

Wichtige Aspekte Lebensmitteleinkauf:

- Geschmack & Frische: 90%
- Saisonalität, Preis, möglichst wenig Verpackung, tiergerechte Haltung und minimale Verarbeitung: 33%



Snacking & Essen außer Haus

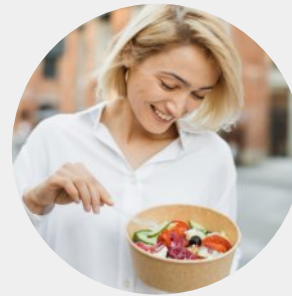


Snacks sind tägliche Routine, oft Mahlzeitenersatz und werden zunehmend bewusst ausgewählt – mit steigender Nachfrage nach pflanzenbasierten, nährstoffreichen und gleichzeitig verwöhnenden Optionen. Snacks sind gleichzeitig Genuss, emotionaler Ausgleich und Ernährungsbaustein.



Aspekte Essen außer Haus

- 99% der Gäste sagen: Der Geschmack ist entscheidend
- 69% achten stark auf den Preis
- 60% legen Wert auf Herkunft, Regionalität und Saisonalität der Zutaten



Snackgewohnheiten

- 57% ersetzt mindestens einmal pro Woche mit einem Snack eine komplette Mahlzeit
- 22% tun dies zwei- bis viermal pro Woche



Aspekte beim Snacking

- Geschmack ist 68% wichtig
- gefolgt von Preis: 37%
- und dem Nährwertprofil: 20%



Gründe für's Snacken

- 92% genießen ihren Snack bewusst und achten auf Textur, Aroma und Geschmack
- 89% empfinden Snacks als kleinen Genussmoment und Belohnung



Snacktrends 2026



Snacks mit Mehrwert

6

Retro Snacks

11

Smart Snacking

16

Me-Time Snacking

20

Asian Streetfood

23

Green Convenience

29

Multi-Sensorik Snacks

33

Snack-Robotik

37

Aroma Fusion

41

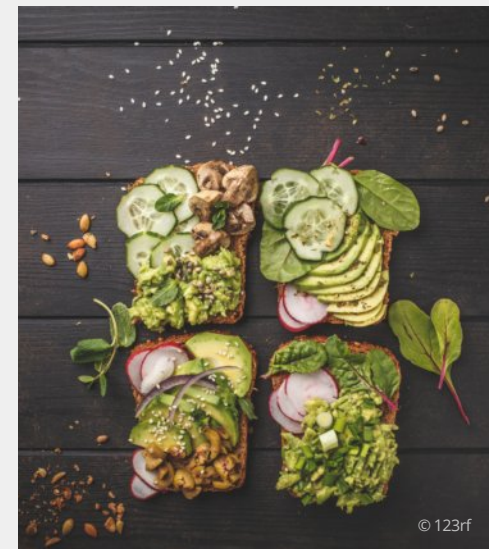


© 123rf

Snacks mit Mehrwert



Snacks werden 2026 zu kleinen Alltagshelfern: Sie spenden Energie, fördern Konzentration, stärken das Immunsystem oder wirken ausgleichend auf die Stimmung. Der Trend geht weg vom reinen Nährwertdenken hin zu funktionalen Genussmomenten, die gut schmecken und gleichzeitig gezielt unterstützen.



© 123rf



Snacks für Körper und Geist



Pflanzliche Proteine, fermentierte Zutaten, probiotische Kulturen, adaptogene Pflanzen oder entzündungshemmende Zutaten wie Omega-3-Fettsäuren aus fettem Fisch, Nüssen und Leinöl sind wichtige Bestandteile bei funktionellen Snacks. Sie werden so zu einem Baustein moderner Gesundheitsroutinen – unkompliziert, lecker und ohne Verzicht.

Warum entsteht der Trend?



Gesundheit ist längst kein Luxus mehr, sondern Lebenshaltung. Nach der Pandemie haben Konsumenten ein starkes Bedürfnis nach Kontrolle über ihr Wohlbefinden entwickelt. Gleichzeitig wünschen sie sich einfache, alltagstaugliche Lösungen. Die Grenzen zwischen Nahrung, Medizin und Lifestyle verschwimmen. Besonders Gen Z und Millennials wollen sich „besser fühlen“, ohne zu verzichten – Functional Food erfüllt diesen Wunsch perfekt.

Aktuelle Marktforschung von FMCG Gurus zeigt, dass viele Konsumenten zunehmend Schwierigkeiten haben, einen gesunden Lebensstil aufrechtzuerhalten. Unzufriedenheit mit Ernährung, Bewegung und Schlaf stärkt das Bewusstsein für langfristige Gesundheitsrisiken. Herzgesundheit bleibt dabei das wichtigste Anliegen, während auch Verdauung und kognitive Leistungsfähigkeit stärker in den Fokus rücken.



Matcha - vielseitige Functional-Food-Zutat



Matcha ist seit Jahren eine feste Größe im Functional-Food-Segment und bleibt auch 2026 relevant. Neu ist die stärkere Anreicherung mit funktionalen Zusätzen wie Kollagen, Beauty-Boostern oder stimmungsaufhellenden Adaptogenen, etwa Mushroom-Mixes. Aufwendig gestaltete Toppings machen Matcha-Getränke zudem visuell attraktiver und social-media-tauglich. Parallel gewinnt Matcha auch in Snacks weiter an Bedeutung.

Matcha-Latte mit Kollagen



© Matchasome

Schokoküchlein mit Matcha-Frischkäse-Füllung



© Arla®Pro

Süßkartoffel Pommes mit Matchaeis und Marshmallows



© Farm Frites



© 123rf

Açaí Bowls und DIY-Konzepte

Konzepte wie Oakberry setzen den Trend zu Functional Snacks mit einem Monokzept für Açaí-Bowls um. Die personalisierbaren Superfood-Bowls mit verschiedenen Toppings wie Nüssen, Früchten, Samen oder proteinreichen Ergänzungen verbinden Genuss mit funktionalen Eigenschaften wie Antioxidantienreichtum und natürlicher Energiezufuhr.



High-Protein Wraps

Wraps bieten weiterhin eine ideale Basis für funktionelle Snacks, insbesondere in Form von High-Protein-Varianten. Kichererbsen-Wraps punkten als glutenfreie, eiweißreiche und kohlenhydratarme Grundlage und eignen sich bestens für gesundheitsorientierte Angebote. Proteinreiche Füllungen wie Hüttenkäse, Eier oder Hähnchen, ergänzt durch Superfoods wie Avocado oder Kräuter, stärken den funktionalen Charakter.



© 123rf



© 123rf

Retro-Snacks



Klassiker sind zurück – aber mit neuem Selbstverständnis. Der Trend beschreibt die Wiederentdeckung vertrauter Gerichte und Geschmacksrichtungen, die an Kindheit, Familie und einfache Zeiten erinnern – jedoch mit einem modernen Twist. Alte Rezepte werden neu interpretiert, mit natürlichen Zutaten, zeitgemäßen Zubereitungsarten und nachhaltiger Herstellung. Dabei geht es nicht nur um Geschmack, sondern um Emotion: Nostalgie wird zum Erlebnis, das Geborgenheit, Beständigkeit und ein Stück Normalität vermittelt – Werte, die in einer komplexen Welt zunehmend an Bedeutung gewinnen.



Vertrautes neu entdecken



Produkte in diesem Segment kombinieren klassische Gerichte und Aromen mit modernen Elementen wie pflanzlichen Alternativen, weniger Zucker, Vollkorn oder Toppings. So entstehen kleine Mahlzeiten wie Loaded Fries oder Zucchini-Nudeln Bolognese, die vertraut schmecken, aber dem heutigen Ernährungs- und Nachhaltigkeitsbewusstsein entsprechen. Auch die Optik und Verpackung greifen nostalgische Elemente auf, wirken dabei jedoch reduziert und hochwertig – ein bewusster Brückenschlag zwischen Vergangenheit und Gegenwart.

Warum entsteht der Trend?



In Zeiten globaler Unsicherheit suchen Menschen nach emotionalem Halt und Rückzugsmöglichkeiten. Der Alltag ist von Informationsflut, Krisenmeldungen und Leistungsdruck geprägt – Essen wird so zu einem emotionalen Anker. Konsument greifen verstärkt zu vertrauten und tröstenden Geschmäckern, um Stress abzubauen und sich für einen Moment in Sicherheit zu wiegen. 67% der Außer-Haus-Konsumenten mögen Gerichte, die sie an ihre Kindheit erinnern.

Gleichzeitig haben sich die Erwartungen an Lebensmittel verändert: Auch traditionelle Produkte sollen heutigen Qualitäts-, Nachhaltigkeits- und Gesundheitsstandards entsprechen. Die Sehnsucht nach Einfachheit und Authentizität trifft auf ein neues Bewusstsein für bewussten Konsum. Dieses Zusammenspiel schafft die Grundlage für den Trend – einer modernen Form des Retro-Genusses, der Emotion, Qualität und Achtsamkeit vereint.



Beliebte Snacks modern interpretiert



Beliebte Mittagsnacks wie Sandwiches, Döner, Wurst oder Suppen werden dabei mit hochwertigen, frischen und gesünderen Zutaten neu aufgelegt. Ergänzt durch trendige Toppings – etwa geröstete Kerne, Sprossen, fermentiertes Gemüse oder Crunch-Komponenten – entstehen zeitgemäße Varianten, die sowohl optisch als auch geschmacklich überzeugen.



Gesundes Schnitzel-Brötchen,
unpaniert mit Sprossen



Protein-Croissant mit Hüttenkäse und
Rucola



Waffel mit Salted Caramel Fudge



Moderne trifft auf Klassik

Das Konzept von Wilma Wunder verbindet traditionelle Gerichte mit modernen, gesundheitsorientierten Interpretationen. Hier gibt es sowohl klassische Gerichte wie rheinischen Sauerbraten, Wiener Schnitzel oder klassische Flammkuchen als auch moderne Interpretationen wie Nudelgerichte mit Konjaknudeln – einer kohlenhydratarmen, glutenfreien Nudelalternative aus dem Mehl der Konjak-Wurzel – oder knusprigen Rote-Bete-Gnocchi-Salat mit Dip und Sesam-Topping.

Loaded Schmarrn

Auch bei Superschmarrn setzt man auf eine moderne Interpretation des Klassikers Kaiserschmarrn. Den gibt es als Loaded-To-Go-Variante zum Sattwerden, beladen mit Toppings wie Apfelmus und Mandeln oder mit Nutella, Erdbeeren, Blaubeeren und Kokosraspeln.





Smart Snacking



Essen wird bewusster, einfacher und preiswerter – ohne auf Qualität zu verzichten. In Zeiten spürbarer wirtschaftlicher Unsicherheit legen Konsumenten zunehmend Wert auf Produkte, die erschwinglich, zugänglich und trotzdem kulinarisch überzeugend sind. Allerdings wird klüger konsumiert: Statt eines teuren Restaurantbesuchs werden Teilmahlzeiten online bestellt, während Beilagen oder Desserts zuhause ergänzt werden. So entstehen „Smart-Dining“-Erlebnisse, die Genuss bieten, aber Kosten sparen.



Minimahlzeiten aus dem Supermarkt



Heute verschwimmen die Grenzen zwischen Gastronomie und Handel. Immer mehr Supermärkte bieten frische Mahlzeiten zum Mitnehmen an – von Ramen- und Sushi-Bowls aus der Selbstbedienungstheke bis hin zu fertig gekochten, warmen Mahlzeiten aus der Bedientheke. Damit wird hochwertiges To-Go-Food auch für den kleineren Geldbeutel zugänglich. Dieser Trend spiegelt ein neues Konsumverständnis wider: Genuss bleibt wichtig, aber er muss sich rechnen. Gefragt sind Snacks, die satt machen, frisch und hochwertig sind und gleichzeitig ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.



Warum entsteht der Trend?



Durch den steigenden Kostendruck im Alltag müssen mehr Menschen stärker mit ihren Budgets haushalten. Nicht nur sind die Lebenshaltungskosten stark gestiegen, auch Restaurantbesuche sind laut DEHOGA zwischen 2022 und 2025 um rund 26% teurer geworden. Zwar geben Konsumenten weiterhin viel Geld für Essen außer Haus aus, doch das Wachstum stammt überwiegend aus den Bereichen Take-away und Lieferservice. Gleichzeitig ist ungewiss, ob die Preise in der Gastronomie nach der geplanten Mehrwertsteuersenkung von 19% auf 7% ab Januar 2026 tatsächlich sinken werden. Viele Gastronomen bezweifeln das, da sie trotz Steuersenkung mit deutlich höheren Kosten für Waren, Energie und Personal – etwa durch den gestiegenen Mindestlohn – zu kämpfen haben. Verbraucher müssen daher genauer abwägen, wofür sie ihr Budget einsetzen, und greifen in der Mittagspause häufiger zu hochwertigen, preisbewussten To-go-Mahlzeiten aus dem Supermarkt oder der Schnellgastronomie.



Smart Snacking im Handel

Immer mehr Supermärkte entwickeln sich zu echten „Mittags-Hubs“ und erweitern ihr To-go-Angebot um frisch zubereitete Mahlzeiten. Shop-in-Shop-Konzepte wie Eat Happy (Sushi), Babacous (Couscous-Bowls), Foodmaker (Pasta-, Curry- & Salat-Bowls) oder Green Kebab (Döner & Co.) bereiten ihr Sortiment direkt im Markt zu oder liefern es täglich frisch an. Parallel kochen viele Händler eigene Mittagsgerichte für die Bedientheke – warm, sofort verfügbar und preislich attraktiv.



Frische Vielfalt zum Selbstmischen

Viele große Supermärkte in Ballungsgebieten setzen inzwischen auf umfangreiche Salatstationen, die eine schnelle, gesunde und preisbewusste Mahlzeit ermöglichen. Die Theken bieten Blattsalate, Rohkost und fertige Salate sowie Toppings wie gebratenes Hähnchen, verschiedene Käsesorten, Sprossen, Nüsse und Kerne. Mit mehreren Dressings lassen sich alle Zutaten individuell kombinieren und in praktischen Mehrwegbehältern mitnehmen, abgerechnet wird nach Gewicht.



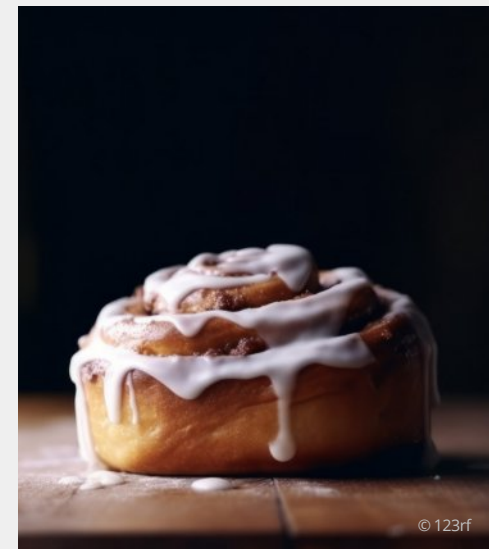


© 123rf

Me-Time Snacking



Snacks werden bewusst als Mini-Pausen genutzt – als kurze Unterbrechungen im Alltag, die Ruhe, Trost und Genuss oder eine kleine Belohnung bieten sollen. Beim Snacking steht nicht nur der schnelle Hunger im Vordergrund, sondern ein Moment des Durchatmens. Die Optik ist dabei fast genauso wichtig wie der Geschmack. Ob cremig, knusprig, warm oder aromatisch – Snacks erfüllen hier eine wohltuende Funktion und werden zum persönlichen Rückzugsort im Mini-Format.



© 123rf

Warum entsteht der Trend?



Stress, Informationsflut und Dauerverfügbarkeit führen zu mentaler Erschöpfung. Immer mehr Menschen integrieren „Me-Time“ in ihren Alltag – kleine Momente, in denen sie abschalten und sich etwas Gutes tun. Essen ist dafür ideal, weil es direkt Emotionen anspricht und multisensorisch wirkt. 58% der Verbraucher erleben täglich mäßigen bis starken Stress. Zwei von fünf Verbrauchern stehen zudem unter konstantem Druck, ihre Aufgaben zu bewältigen.



Monokonzepte für die kleine Auszeit



Immer mehr Monokonzepte mit süßen Backwaren – etwa Cookies, Cinnamon Rolls oder Croissants – entstehen in den Innenstädten. Diese fokussierten Konzepte setzen auf wenige, aber perfekt inszenierte Produkte mit hohem Genusswert. Waren es bisher vor allem American-Bakery-Angebote wie Cheesecake, Donuts oder Cinnamon Rolls, hält nun auch die französische Pâtisserie Einzug in die Monokonzepte – etwa in Form von getoppten Croissants, New York Rolls oder Smashed Croissants.

Cookies mit Toppings gibt es bei Cookie Coutur oder Ooh! Cookies



Cinnemood und das Cinnaversum verkaufen ihre Zimtschnecken üppig beladen



Moons & Cream oder Madame Croissant bieten moderne Croissantvariationen





© 123rf

Asian Streetfood Fusion



Asiatisches Streetfood ist fest im deutschen Snackmarkt verankert. Vor allem in urbanen Zentren zeigt sich ein klarer Trend zu modernen, hochflexiblen To-go-Konzepten mit starken regionalen Wurzeln in Korea, Japan, Thailand und Vietnam. Der Erfolg basiert auf drei Faktoren: intensiven Aromen, hoher Frische und einer breiten Vielfalt an vegetarischen und veganen Optionen. Die Gerichte sind alltagstauglich, transportfähig und sprechen zugleich das Bedürfnis nach authentischen, aber modernen Geschmackserlebnissen an. Zudem wecken die Gerichte Erinnerungen an Urlaubsdestinationen.



Warum entsteht der Trend?



Die anhaltende Popularität der asiatischen Küche, der Wunsch nach Authentizität und gleichzeitig nach Innovation treiben die Entwicklung voran. Gäste suchen intensivere, aromatisch komplexe und visuell ansprechende Snacks, die Abwechslung bieten und dennoch alltagstauglich bleiben. Social Media verstärkt den Trend, da farbenfrohe Streetfood-Gerichte, interaktive Essformen und überraschende Fusion-Kreationen hohe Aufmerksamkeit erzeugen – wie etwa eine Kombination aus dem vietnamesischen Banh-Mi-Sandwich und Pizza zur Banh-Mi-Pizza. Zugleich wächst die Nachfrage nach pflanzenbasierten Optionen, die in der südostasiatischen Küche traditionell stark verankert sind. Dieser Fusion-Trend verbindet damit moderne Wellness-Ansprüche, kreative Vielfalt und die Lust auf etwas Neues.





Vietnam - Bánh Mì und Phở im Fokus



Vietnamesisches Streetfood bleibt weiterhin gefragt, insbesondere Bánh Mì, das vietnamesische Sandwich, und Phở, die Nudelsuppe mit frischen Kräutern. Die vietnamesische Küche zeichnet sich durch eine ausgewogene Balance von süßen, salzigen, sauren, bitteren und scharfen Geschmacksrichtungen aus, ergänzt durch frische Kräuter und viel Gemüse. Diese klare, frische Aromatik passt gut zu modernen To-go-Angeboten – kein Wunder also, dass immer mehr spezialisierte Läden entstehen, die ausschließlich Bánh Mì anbieten, wie das Saveur de Bánh Mì oder das Banh Mi Bay.

K-Food



Koreanische Gerichte gehören zu den sichtbarsten Trendtreibern. Mit der Verbreitung der K-Culture gewinnt Streetfood wie Korean Fried Chicken, Tteokbokki – frittierte Reisküchlein in scharfer Soße –, Kimbap – koreanisches Sushi – oder Bibimbap – Reis-Gemüse-Bowl – weiter an Reichweite. Produkte mit Gochujang und Kimchi performen auf Social Media besonders gut und gelten als moderne Functional Foods mit intensiven Aromen. Überall machen neue koreanische Imbisse oder Restaurants wie das MMAaahh, mit inzwischen über 15 Locations in Deutschland.





Japanische Klassiker im Wandel

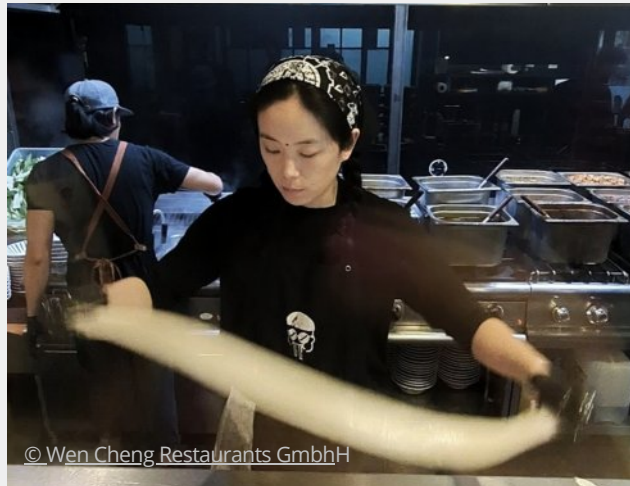


Ramen und Sushi bleiben Dauerbrenner, entwickeln sich aber in neue Richtungen. Ramen profitieren von der wachsenden Nachfrage nach gesunden, oft vegetarischen oder veganen Wohlfühlgerichten. Die zunehmende Zahl an spezialisierten Ramenbars zeigt: Dieses Format hat ein breites Publikum erreicht – auch als Take-away mit gut abgestimmten Komponenten. Sushi erlebt eine Modernisierung durch vegane Varianten und kreative Fusion-Rolls wie den handlichen Sushi-Burrito.

Handpulled Noodeles



Handpulled Noodles bleiben im Trend, weil sie gleich mehrere Konsumentenwünsche vereinen: Authentizität, wenige Zutaten, handgemachte Qualität und neue Geschmackserlebnisse. Konzepte wie Biang Biang Noodles setzen dabei auf kreative Rezeptideen mit hochwertigen Zutaten und ungewöhnlichen Kombinationen – es geht weniger um strenge Tradition, sondern darum, vertraute Aromen modern zu interpretieren. Andere wie La Noodle oder Wen Cheng zeigen, wie sehr die offene Küche Teil des Erlebnisses ist: Der Teig wird direkt vor den Augen der Gäste gezogen, geschlagen und in Form gebracht.





Green Convenience



Nachhaltigkeit ist keine Zusatzoption mehr, sondern Grundvoraussetzung. Verbraucher und Anwender erwarten glaubwürdige Umweltstrategien – vom Produkt über die Verpackung bis zur Lieferkette. Dabei soll Convenience erhalten bleiben, denn nachhaltiger Konsum muss alltagstauglich sein. Parallel dazu entwickelt sich die pflanzenbasierte Ernährung weiter: Sie löst sich zunehmend vom reinen Ersatzgedanken und etabliert sich als eigenständige, vollwertige Ernährungsform. Pflanzliche Zutaten stehen für sich selbst und punkten mit natürlichen Zutaten, echtem Geschmack und eigenem Nährwertprofil.



Nachhaltig, pflanzlich, natürlich



Immer mehr Hersteller setzen auf authentische pflanzliche Zutaten wie Linsen, Erbsen, Kichererbsen oder Blumenkohl, die nicht imitieren, sondern inspirieren. Produkte wie pflanzliche Protein-Bowls, Gemüse-Pasta oder Snacks auf Hülsenfruchtbasis zeigen, dass Natürlichkeit, Geschmack und Nachhaltigkeit keine Gegensätze mehr sind.



Warum entsteht der Trend?



Die Klimakrise und das wachsende Tierwohl- und Gesundheitsbewusstsein führen zu einem neuen Ernährungsverständnis. Besonders junge Generationen und Frauen treiben den Wandel voran: Flexitarisch, vegetarisch oder vegan zu essen ist längst Normalität. Für viele aus der Generation Z steht pflanzliches Essen für einen modernen, verantwortungsvollen Lebensstil, der Nachhaltigkeit, Tierwohl und Gesundheit vereint – ohne Verzicht.

Gleichzeitig bevorzugen Konsumenten pflanzliche Produkte, die natürlich, wenig verarbeitet und leicht zugänglich sind. Gute Verfügbarkeit und inspirierende Gerichte erleichtern den Umstieg. Ernährung wird damit ganzheitlich gedacht – als Beitrag zu persönlichem Wohlbefinden, gesellschaftlicher Verantwortung und ökologischer Zukunftsfähigkeit. Authentisch pflanzenbasiert und nachhaltig zu essen ist Ausdruck eines neuen, bewussten Lebensstils.



Pflanzlich als Standard



Bei vielen Snackprodukten wie Burgern, Sandwiches oder Quiches steht heute bewusst das Gemüse im Mittelpunkt – idealerweise regional bezogen und nur minimal verarbeitet, sodass der natürliche Geschmack der einzelnen Gemüsesorten klar erkennbar bleibt.

Falafel-Burger mit Rotkohl-Salat und Limetten-Chili-Creme



Vollkornsandwich mit Kichererbsen-Avocado-Mash Füllung



Vegane Tarte mit Pilzen, Möhren und Paprika





© 123rf

Multi-Sensorik Snacks



Snacks sollen nicht nur schmecken, sondern sich auch interessant anfühlen. Knuspern, Knistern, Schmelzen – Textur wird zum zentralen Genussfaktor. Der Tastewise Trend Report 2026 zeigt, dass Essen künftig „reicher, lauter und vielschichtiger“ wird – nicht im Sinne von Übermaß, sondern durch Details. Konsumenten suchen nach Erlebnissen, bei denen Texturen, Aromen und Geschmacksnuancen zusammenspielen und den Genuss intensivieren. Snacks werden zu kleinen Sinneserlebnissen: der Crunch gefriergetrockneter Zutaten, warme Komponenten im Kontrast zu kalten oder cremigen Elementen sowie sensorische Spannung durch Schichten und Gegensätze.



Warum entsteht der Trend?



Menschen suchen Emotionen und Erlebnisse, die alle Sinne ansprechen. In einer digitalen, oft monotonen Alltagswelt bieten sensorische Reize Spaß, Abwechslung und Micro-Moments des Genusses. Die Social-Media-Kultur verstärkt diesen Effekt: Texturen sind visuelle und akustische Trigger, die starke Aufmerksamkeit erzeugen – vom ASMR-Crunch bis zum Melting-Moment. Auf TikTok und Instagram performen Schichten, Brüche, Knistereffekte und cremige Innenkerne besonders gut. Konsumenten präferieren Produkte, die überraschen, berühren und einprägsame Mini-Erlebnisse bieten.



Texturen als i-Tüpfelchen für Snacks



Textur wird zu einem entscheidenden Kaufargument – und zu einem zentralen Element, um Mini-Mahlzeiten emotional aufzuladen. Kontraste wie knusprig-cremig oder schmelzend-kaubar prägen zunehmend Kaufentscheidungen und stärken im To-go-Segment die Produktwahrnehmung.

Suppen mit crunchy, weichem, knackigem oder chewy Topping



Texturen Mix: Crunchy Chicken mit cremiger Soße und knackigen Lauchzwiebeln



Croffel mit luftiger Chantilly-Creme, süßer Karamellsauce und knackigen Pistazien





Croissant Pizza

Crusty Slices macht aus Croissant-Teig und kreativen Toppings eine „Pizza-Croissant“-Variante, mit der das Unternehmen den Titel der „viralsten Pizza“ Deutschlands beansprucht. Ob süß oder herzhaft – von Pastrami über Cashew-Chicken bis Cookie-Croissant bietet Crusty Slices ein außergewöhnliches Konzept, das klassische Fast-Food-Erwartungen neu definiert.



Smash it

New City Burger zeigt mit seinen Smash-Pattys gut, wie Snacks durch besondere Texturen multisensorisch wirken können. Das flach gepresste Patty entwickelt beim kräftigen Anbraten eine knusprige Oberfläche, die für den charakteristischen Geschmack und das spezielle Mundgefühl verantwortlich ist. Inzwischen entstehen sogar Monokonzpte, die sich ausschließlich auf Smash-Burger spezialisieren.





© 2025 Michael Breuer - photokonzzept

Snack-Robotik



Automatisierte Kochstationen hinter Glas, Bestellungen per Touchscreen und frisch zubereitete Bowls oder Pasta in wenigen Minuten: 2026 werden KI-gestützte Kochroboter in immer mehr Bereichen Einzug halten – von Mensen und Kantinen über Supermärkte bis hin zu Tankstellen. Die voll- oder teilautonomen Systeme ermöglichen auf Knopfdruck warme, frisch gekochte Gerichte – genau dort, wo bisher begrenzte Küchenkapazitäten, fehlendes Personal oder eingeschränkte Öffnungszeiten die Ausgabe von To-go-Speisen erschwerten.



Robotorküchen



Typisch sind modulare Kochstationen wie der CA-1 von Circus oder die Robotic Kitchen von GoodBytz: Roboterarme greifen vorbereitete Zutaten aus gekühlten Fächern, dosieren sie in Töpfe, braten, kochen und reinigen anschließend automatisch. So können standardisierte Gerichte wie Bowls, Pasta, Currys, Wokgerichte oder Suppen in wenigen Minuten produziert werden, oft mit Fokus auf pflanzliche Rezepturen und individuelle Anpassungsoptionen.



Warum entsteht der Trend?



Der Trend zu Automatisierung wird maßgeblich durch den zunehmenden Fachkräftemangel sowie den steigenden wirtschaftlichen Druck in Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung beschleunigt. Parallel verändert sich das Essverhalten: Gäste erwarten flexible Verfügbarkeit, unabhängig von klassischen Küchenzeiten, und bevorzugen individuelle, transparent ausgewiesene Gerichte – von vegan bis proteinreich. Automatisierte Kochsysteme können diese Anforderungen präzise erfüllen, da sie Rezepturen digital steuern, Nährwerte zuverlässig berechnen und Abläufe standardisiert reproduzieren. Zudem vereinfachen geschlossene Robotersysteme Reinigungs- und Hygieneprozesse, reduzieren Food Waste und sind rund um die Uhr einsatzbereit. Damit gewinnen KI-gestützte Küchenlösungen vor allem an Standorten an Bedeutung, an denen Kapazitäten begrenzt und Gästeansprüche besonders hoch sind.





Kochroboter im Supermarkt

Die Einführung vollautonomer Kochtechnologien gewinnt deutlich an Dynamik. Erste Handelsunternehmen wie Rewe und Edeka testen entsprechende Systeme bereits im laufenden Betrieb. Rewe setzt in ausgewählten Pilotmärkten auf die autonomen Kochstationen von Circus. Bei Edeka Ristow in Heikendorf ist ein Kochroboter von GoodBytz im Einsatz, der per Fingerdruck frisch zubereitete Gerichte wie Pasta, Bowls, Salate oder Desserts ausgibt.



Uniklinik und Mensa

Sodexo nutzt die Roboterküche von GoodBytz am Uniklinikum Tübingen, um das gastronomische Angebot zu erweitern und gleichzeitig flexiblere Öffnungszeiten ohne zusätzliches Personal zu ermöglichen. Auch im Studierendenwerk Kaiserslautern hat GoodBytz seine Systeme bereits installiert. Verlaufen die ersten Einsätze der Kochroboter erfolgreich, werden 2026 weitere Standorte hinzukommen. Potenzial besteht dabei nicht nur in Supermärkten und Mensen, sondern auch an Tankstellen, Ladestationen oder in Kantinen.





Aroma Fusion



Geschmacklich wird 2026 deutlich mutiger kombiniert: Süß trifft scharf, fruchtige Noten begegnen rauchigen Aromen, und säuerliche Elemente verbinden sich mit herzhaftem Umami. Trends wie „Swicy“ – die Mischung aus sweet und spicy – zeigen, wie stark der Reiz in überraschenden Kontrasten liegt. Besonders im To-go-Bereich funktionieren solche Kombinationen gut, weil sie schon beim ersten Bissen ein klares Geschmackserlebnis bieten. Neben Swicy entstehen neue aromatische Ebenen: Mango, Guave oder Yuzu bringen fruchtige Schärfe in Verbindung mit Jalapeño, Habanero oder Gochujang, während Pickle, Sumach oder Verjus frische, salzig-säuerliche Impulse setzen.

Warum entsteht der Trend?



Der Trend zu mutigen Geschmackskombinationen entsteht vor allem durch den starken Einfluss internationaler Küchen, die längst selbstverständlich in die Snackkultur übergegangen sind. In vielen Regionen der Welt gehört das Spiel mit Gegensätzen – süß, scharf, fruchtig und umami – seit jeher zum kulinarischen Alltag. Die asiatische Küche verbindet feurige Schärfe regelmäßig mit süßen Komponenten, etwa in Som Tam oder in süßen Chilisaucen zu frittierten Speisen. In Lateinamerika prägen Kombinationen aus Mango, Ananas und Chili ebenso das Geschmacksbild wie Mole, eine Sauce, die Schokolade und Chili miteinander vereint. Auch Indien zeigt mit seinen fruchtigen, süßwürzigen Chutneys, wie vielfältig solche Kontraste eingesetzt werden können. Diese globalen Traditionen prägen zunehmend die Gastronomie in Deutschland: Sie liefern erprobte Aromenkombinationen und setzen frische Impulse für To-go-Angebote.



Aromen Gegensätze



Der Trend ist inspiriert von traditionellen asiatischen (z.B. chinesischen, koreanischen) und lateinamerikanischen Küchen, wurde jedoch durch Social Media und die Foodie-Kultur modernisiert und auf Desserts, Snacks und Getränke ausgeweitet.

Süßes Vanilleeis auf heißem French Toast mit Hot-Chili-Honig



Kurkuma-Mandel-Baguette mit feurigem Hähnchen, Frischkäse und fruchtiger Mango



Burger mit saftigem Hähnchenfleisch und fruchtiger Mango-Avocado-Salsa

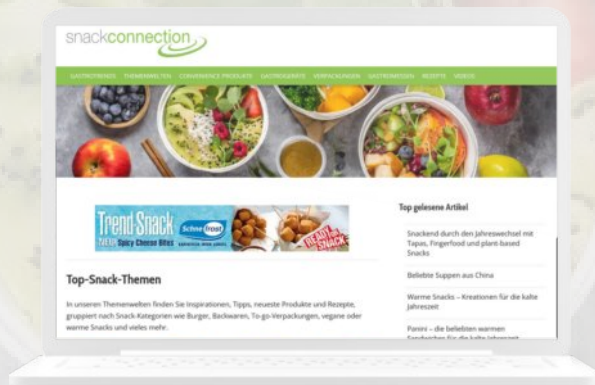


snackconnection

Das Gastro-Online-Portal für Snacks



snackconnection ist die führende deutschsprachige Online-Plattform für Snacks, To-Go- und Convenience-Produkte und bietet Gastronomie, Bäckereien und Foodservice-Profis praxisnahe Informationen zur erfolgreichen Entwicklung ihres Snackgeschäfts. Die Plattform liefert Markt- und Ernährungstrends, Anwendungstipps und Rezeptideen, ergänzt durch einen 14-tägigen Newsletter zu neuen Produkten und Konzepten. Hersteller und Lieferanten können sich dabei gezielt ihrer relevanten Zielgruppe präsentieren.



Möchten Sie mehr über snackconnection erfahren?

Dann kontaktieren Sie uns gerne!

kontakt@snackconnection.de

+49-40-334637170

Mehr Snacktrends unter: www.snackconnection.de



Impressum



snackconnection GmbH, Am Sandtorkai 1, 20457 Hamburg
Vertreten durch: Tobias Schultheis
E-Mail: kontakt@snackconnection.de

HRB 149492, AG Hamburg
USt-IdNr.: DE 315626606

Verantwortlich i. S. d. § 18 MStV:
Tobias Schultheis, Anschrift wie oben

© 2025 snackconnection GmbH

Vervielfältigung, Weitergabe und Veröffentlichung,
auch von Teilmhalten, nur mit ausdrücklicher
Genehmigung von snackconnection.

Fotonachweise:
123rf, Unsplash, diverse Anbieter und Hersteller