



Fachthema

Der Höhenflug der dünnen Teigfladen erstreckt sich über alle Arten von Gastronomie: „Wir beliefern die komplette Bandbreite – Brauhäuser, Weinstuben, Biergärten, Sport- und Erlebnisgastronomie, Caterer, Bistros, Gourmetküchen, französische Restaurants und so weiter“, zählt Ralph Schlawatzki auf, Geschäftsführer und Inhaber der Teigbodenmanufaktur Maître Flambee, Scheibenhardt. „Immer mehr Gastronomen außerhalb der Heimatregion nehmen die Flammkuchen ins Programm.“

Der bundesweite Erfolg überrascht kaum, vergegenwärtigt man sich die Eigenschaften der flexiblen Viel-Köner: „Flammkuchen eignen sich ideal zum Sharing, auch als Fingerfood, wir verkaufen sie deshalb häufig als Vorspeise“, erzählt Lothar Scheer, Geschäftsführer des Vinolivio in Teningen-Köndringen. „Sie sind unheimlich kommunikativ“, ergänzt Friedel Drautzburg. „Auf der Basis eines Grundproduktes lässt sich leicht eine große Vielfalt anbieten, sodass es auf der Karte für jeden den passenden Belag gibt.“ Und: Flammkuchen passt prima sowohl zum Wein als auch zum Bier – ein echter Allrounder eben.

Essen wie zu Großmutterns Zeiten, rustikal, unkompliziert, schnörkellos und trotzdem raffiniert: Das ist einfach in. Serviert auf dem traditionellen Holzbrett beeindruckt das Produkt nicht nur geschmacklich: Auch die bodenständige Optik macht sofort Lust zuzugreifen. „Flammkuchen lässt sich hervorragend inszenieren“, weiß Lars Christian Heil, Corporate Communications bei Nestlé Deutschland. Das Unternehmen vertreibt über Schöller Direct die Flammkuchen der Marke Wagner im Außer-Haus-Markt – eines der Pionier-Produkte in diesem Segment.

Zugute kommt dem dünnen Flammkuchen auch, dass ihn viele Gäste als weniger ‘sündige’ Alternative zur häufig käselastigen Pizza verstehen. Er wird deshalb besonders gern als Vorspeise oder süß als Dessert bestellt. Last but not least profitieren die im Elsass/Baden-Württemberg/Pfalz beheimateten Fladen von der neuen Liebe der Deutschen zu ihrer eigenen Küchentradiation – wobei sie durchaus auch als Anleihe aus der Mittelmeerküche wahrgenommen werden, z.B. im Vinolivio: „Wir haben uns

Heiße Liebe

Flammkuchen

Er ist flach, vielseitig und lecker belegt, mit knusprigem Rand, dabei leicht bekömmlich und prima zu teilen. Eine Pizza? Falsch geraten. Es geht um Flammkuchen. Die elsässisch-pfälzische Delikatesse erlebt im Zuge der Wiederentdeckung der heimischen Küche eine enorme Renaissance – auch und vor allem in der Gastronomie.

„Bis vor etwa 20 Jahren war Flammkuchen ein rein regionales Produkt“, berichtet Frank Wambsgans, Geschäftsführender Gesellschafter des Flammkuchen-Herstellers Gusto Palatino. Das Unternehmen aus dem pfälzischen Hauenstein gehört zu den größten Produzenten von Flammkuchen sowie Flammkuchen-Teigböden und beliefert den Großhandel. Unter der Firmierung Tarte Gourmet bedient das Unternehmen zudem die deutsche Gastronomie.

„Seit fünf Jahren beobachten wir, dass die Nachfrage deutschlandweit stark ansteigt, seit 2-3 Jahren auch international.“ Das bestätigen auch viele Gastronomen: „Flammkuchen sind der Renner“, erklären zum Beispiel Malte Wienbreyer, Betreiber des

Eigelstein in Düsseldorf, Claus-Dieter Hübsch (u.a. Parlament, T.R.U.D.E, Hamburg) und Friedel Drautzburg (Ständige Vertretung, Berlin) unisono.



für Flammkuchen entschieden, weil wir uns im mediterranen Produktbereich positionieren, aber nicht als Pizzeria gelten wollten. Der Erfolg gibt uns Recht: 50-100 verkaufte Stück am Tag stehen bei einem Preisband von 4,70-8 € für 16 % unseres Küchenumsatzes“, sagt Lothar Scheer.

■ **Flammkuchen eignen sich ideal zum Sharing, auch als Fingerfood.**

Ein weiteres Plus: „Die Zubereitung ist denkbar einfach, man muss es allerdings richtig machen und auch auf die Details und Qualität der Zutaten achten“, betont Ralph Schlawatzki. „Für die Zubereitung ist meistens kein besonders ausgebildetes Personal nötig“, bestätigt Frank Wambsganss. „Es geht schnell und hungrigen Gästen kann zügig etwas vorgesetzt werden.“ In der Tat sind frische Böden bereits nach 2-3 Minuten

fertig, die fertig belegten TK-Varianten brauchen etwa 8 Minuten Backzeit.

Bei Flammkuchen-Neulingen besteht allerdings manchmal Erklärungsbedarf: „Wenn der Gast ein Gericht auf der Speisekarte entdeckt, das er nicht kennt, wird er es im Zweifel nie probieren ohne nähere Informationen darüber zu bekommen“, unterstreicht Schlawatzki. „Deshalb ist es erfolgsentscheidend, ihm die Historie des Flammkuchens näher zu bringen.“ Das Thema Kommunikation wird rund um den Flammkuchen generell groß geschrieben. Wichtig: das Interesse zu wecken. „Tisch-aufsteller, Deckenhänger, Saisonkarten sorgen immer für Aufmerksamkeit“, weiß Christian Heil.

Um sich vom Wettbewerb abzuheben, ist der Ideenreichtum der Gastronomen bezüglich der flachen Köstlichkeiten schier unerschöpflich – die Vielfalt der Beläge reicht in den feinsten Adressen bis hin zu

- trendy, dank Boom der deutschen Küche, gleichzeitig aber auch mediterran angehaucht
- extrem vielseitig, von herzhaft bis süß passt alles 'drauf'
- meistens leichter als Pizza
- ideal zum Sharing, extrem kommunikativ
- bestens geeignet als Vorspeise, Hauptgang oder Dessert
- sehr schnell und einfach zubereitet
- tolles Aktionsprodukt, gerade im Herbst
- attraktive Deckungsbeiträge dank günstigem Waren- und Personaleinsatz
- Hersteller von Teigböden offerieren häufig 'Rundum-sorglos-Pakete' für Gastronomen, die den Einstieg in das Produkt erleichtern

Trüffeln, auch wenn der Klassiker mit Speck und Zwiebeln unangefochtener Spitzenreiter im Beliebtheits-Ranking ist. „Als rheinisches Gasthaus mitten in Berlin haben wir natürlich eine typisch rheinische Variante mit Blutwurst und Apfelkompott im Angebot“, erzählt StäV-Betreiber Drautzburg. „Da trauen sich allerdings nur relativ wenig Gäste dran. Neben der klassischen



FEINE TIEFKÜHL-BACKWAREN
IN PREMIUM-QUALITÄT

Happysnacks

herzhaft zugreifen und genießen.
Auch im Mixkarton erhältlich!



Bieten Sie Ihren Kunden und Gästen das Besondere und probieren Sie unsere Butterplundergabstube in vielen köstlichen Varianten.

Ihre direkte Ansprechpartnerin Ulrike Funke,
Tel. 0773 592594, u.funke@frosteriaexquisit.de

Wolf Butcherblock KG • Magdelein, 77 • 40760 Fährth
Tel. 0931 47544-0 • www.frosteriaexquisit.de



Als Dessert gefragt: die süße Flammkuchen-Variante z.B. mit Äpfeln und Zimt und – wie in der StäV – aufmerksamkeitsstark mit Calvados flambiert. Flammkuchen generieren in vielen Betrieben als Vor- oder Nachspeise margenstarke Zusatzverkäufe.

Variante laufen aber auch die Versionen mit Shrimps und vegetarischem Belag sehr gut. Insgesamt verkaufen wir allein in der Berliner StäV rund 5.000 Flammkuchen im Monat.“ Ähnlich im Vinolivio: „Alles in allem haben wir 13 Varianten im Angebot: Speck und Zwiebeln sind der absolute Bestseller – rund 33 % aller Flammkuchen-Bestellungen. Den Rest teilen sich die etwas experimentelleren Rezepte, z. B. vegetarisch oder mit Fisch bzw. Meeresfrüchten. Wie bei vielen anderen Produktgruppen gilt auch hier: Die Klassiker sind unverzichtbar, aber der Gast verlangt auch nach Abwechslung.“ Claus-Dieter Hübsch freut sich in seinen vier Betrieben vor allem über die „attraktiven Deckungsbeiträge“ beim Flammkuchen: „Bei einem Wareneinsatz von 1,20 € und einem Verkaufspreis von 9,90 € können wir mit unserem hervorragenden Absatz durchaus das eine oder andere Produkt quersubventionieren.“ Im Düsseldorf Eigelstein stehen die acht Varianten (6,80-7,80 €, u.a. mit Haxenfleisch und Salat oder herzhaftem Tiroler Bauernschin-

An der Frage 'rund oder eckig?' scheiden sich die Geister: „Wir verkaufen überwiegend die ovale Form“, berichtet Frank Wambsganss. In der Berliner StäV ist der eckige Fladen ein Signature-Produkt: „Wir haben den Flammkuchen nach Berlin gebracht“, sagt Friedel Drautzburg. „Inzwischen hat man uns hundertfach kopiert.“

Fachthema

ken) erst ab 15 Uhr auf der Karte und sind trotzdem gerade beim weiblichen Zielpublikum hoch im Kurs – ein Überraschungserfolg: „Wir hatten Flammkuchen zunächst als Randprodukt eingeschätzt“, erzählt Wienbreyer. „Heute sind sie unser Food-Bestseller!“

Das Betreiber-Trio des Eigelstein kauft frische Böden beim Gastro-Großhandel ein, die dann in der offenen Küche frisch belegt und gebacken werden. Stichwort: hausgebacken, nicht hausgemacht! Diese Ehrlichkeit und Transparenz sind in Sachen Flammkuchen ein Muss, betont Ralph Schlawatzki: „Der Gastronom sollte seinen Gästen nicht suggerieren, dass er den Teig selbst ausrollt und herstellt, wenn dem nicht so ist. Stattdessen kommt es gut an, wenn deutlich wird, dass die Böden frisch bei einem Qualitätsanbieter eingekauft werden.“ Um Gastronomen den Einstieg in das Thema zu erleichtern, bieten viele Hersteller Starter-Pakete mit Zubehör, Marketing-Material und Infos zur Historie des Flammkuchens an. „Wir analysieren gemeinsam mit dem Kunden die Anforderungen an eine erfolgreiche Produkteinführung – Küchen-

technik? Neue Speisekarten? Werbliche Unterstützung? Vermittlung des Flammkuchen-Know hows an Küchencrew und Servicepersonal?“, erläutert Schlawatzki. „Gastronomen suchen nach Komplettlösungen“, so auch die Erfahrung von Frank Wambsganss. „Wichtig: vom Holzbrett bis zur Crème fraîche alles aus einer Hand zu liefern – am besten im Baukastensystem.“ Das Dienstleistungsspektrum reicht dementsprechend bis zu speziellen Öfen.

Die Zukunft des Flammkuchens sieht Wambsganss mehr und mehr in Vollconvenience-Lösungen. „Vor allem im Vertrieb über den Großhandel legt diese Variante in letzter Zeit zu.“ Herausforderung für Hersteller wie Gastronomen dürfte unter anderem die Kreation immer neuer Sorten sein, mit denen die Lust der Gäste an der Vielfalt befriedigt werden kann. „Wir setzen auf französisches Flair und haben eine Markneuheit namens 'Tarte de Provence' entwickelt“, berichtet Schlawatzki: „Ein gewohnt hauchdünner Teigboden wird mit einer würzigen Sauce de Provence bestrichen und mit regionaltypischen Zutaten aus der

Gäste-Liebling 'Tarte Flambée'

Das Online-Lexikon Wikipedia weiß: Flammkuchen (Elsässisch Flammekueche, Franz. Tarte flambée: flambierter Kuchen/Torte) ist eine Spezialität aus dem Elsass, der Pfalz und Baden. Grundlage ist ein sehr dünn ausgerollter Teigboden. Der traditionelle Belag besteht aus rohen Zwiebeln, Speck und einer Sauerrahmcreme, die leicht gewürzt ist. Der so belegte Fladen wird bei starker Hitze für kurze Zeit im Ofen gebacken. Flammkuchen wurden früher vor dem Brot im Holzbackofen gebacken, um die erste, starke Hitze auszunutzen. Sie waren außerdem ein Behelf, um die Temperatur des Ofens einzuschätzen. Normalerweise betrug ihre Backzeit 12-15 Minuten. Wurden sie zu schnell dunkel, musste mit dem Einschließen des Brotes gewartet werden, bis der Ofen etwas abkühlte. Falls die Flammkuchen eine längere Backzeit benötigten, musste noch einmal geheizt werden. Der Name Flammkuchen kommt daher, dass die Flammen im Ofen noch nicht vollständig ausgelodert waren, wenn er eingeschoben wurde. <http://de.wikipedia.org/wiki/Flammkuchen>



Provence belegt – eine schmackhafte Innovation, um neue Gäste zu gewinnen.“ Flammkuchen – ein Win-Win-Produkt: Der Gast bekommt für relativ wenig Geld (in der Regel liegen die Angebote etwa zwischen 5 und 10 €) ein attraktives Gericht. Für die Gastronomen bietet er ein margenstarkes Kreativitätsfeld, das sich sehr gut auch für Aktionen eignet – gerade jetzt im Herbst mit frischem Federweißen. BM