

Pandan-Kuchen aus Singapur erobert die Welt: Die Familie hinter dem Genuss

Die schwammige Revolution des Pandan-Kuchens hat in Singapur Wurzeln geschlagen und breitet sich global aus. Entdecken Sie die Familie, die diesen Trend ins Leben gerufen hat!

In Singapur ist ein leuchtend grüner Kuchen zu einem täglichen Lieblingsgebäck geworden. Die Einheimischen greifen oft auf ein Stück des ringförmigen Pandan-Chiffon-Kuchens zurück, während sie zur Arbeit eilen oder holen sich einen ganzen Kuchen für Geburtstagsfeiern von Freunden.

Der Ursprung des Pandan-Chiffon-Kuchens

Der leichte, luftige Kuchen erhält seine Farbe und seinen subtilen, grasigen Vanillegeschmack von der tropischen Pandan-Pflanze. Diese wird seit Jahrhunderten in der indonesischen Küche verwendet und soll ursprünglich von den Molukken stammen.

Der Siegeszug des Kuchens in Singapur

In Singapur tauchten die Pandan-Chiffon-Kuchen erstmals in den 1970er Jahren auf, wie der lokale Lebensmittelhistoriker **Khir Johari** berichtet. Heute ist das Dessert in der Stadt weit verbreitet und findet sich in kleinen Bäckereien ebenso wie in gehobenen Restaurants.

Die erste Bengawan Solo Bäckerei

Eine besondere familiengeführte Bäckerei hat dazu beigetragen, die Kuchen in der gesamten Stadt bekannt zu machen. „Ich habe ihn in Singapur populär gemacht“, sagt Anastasia Liew, die 1979 die erste Bengawan Solo-Kuchenbäckerei, ein kleines Nachbarschaftsgeschäft, gründete. „Entschuldigung, wir sind nicht sehr bescheiden“, fügt ihr Sohn Henry, ein Geschäftsführer, lachend hinzu.

Anastasia verkaufte ursprünglich die Kuchen, die sie zu Hause backte, musste jedoch ein Geschäft eröffnen, um die Lizenzanforderungen für den Verkauf in Kaufhäusern zu erfüllen. Heute hat Bengawan Solo mehr als 40 Filialen in der Stadt mit sechs Millionen Einwohnern.

Berühmte Fans und mondäne Beliebtheit

Henry erklärt, dass die Beliebtheit der Bäckerei auf Mund-zu-Mund-Propaganda basiert, unterstützt von prominenten Fans. So schenkte beispielsweise der singapurische Mandopop-Star JJ Lin vor acht Jahren eine Bengawan Solo-Torte an seine Mitjuroren in einer chinesischen Gesangsshow. Im Jahr 2022 postete der taiwanesischer Superstar Jay Chou auf Instagram, dass er bei seinem Auftritt in Singapur mit den Kuchen beschenkt worden war.

Das Unternehmen verkauft auch andere Produkte wie Kueh Lapis, einen Schichtkuchen, Ondeh Ondeh, Klebreisbällchen gefüllt mit Palmzucker, und Ananastörtchen, gefüllt mit fruchtiger Marmelade. Doch der Pandan-Chiffon-Kuchen ist das bekannteste Produkt.

Wachstum und globale Ambitionen

Im vergangenen Jahr verkaufte die Bäckerei etwa 85.000 ganze Pandan-Chiffon-Kuchen zu einem Preis von 22 Singapur-Dollar (17 US-Dollar) und erzielte damit einen Umsatz von etwa 76 Millionen Singapur-Dollar (57 Millionen US-Dollar) über alle Produkte, was einem Anstieg von 11 % im Vergleich zu 2023

entspricht. Die größten Wachstumschancen sieht man allerdings im Ausland.

„Ich glaube nicht, dass wir in Singapur noch viel wachsen können“, sagt Henry. Er fügt hinzu, dass das Unternehmen plant, seine Produkte als Essensgeschenke in ganz Asien, und hoffentlich auch noch darüber hinaus, zu vermarkten. Dazu arbeitet man an einzigartiger Verpackung. „In der asiatischen Region gibt es eine ausgeprägte Geschenkkultur“, sagt er.

Die Präsenz im internationalen Flughafen

Es ist unmöglich, den Changi Flughafen in Singapur zu verlassen, ohne an einer Bengawan Solo-Bäckerei vorbeizukommen. Dort befinden sich fünf Geschäfte, einschließlich eines in jedem Abflugterminal, im viertgrößten internationalen Flughafen der Welt im Jahr 2024.

Die Kuchen sind in Orten wie Hongkong unglaublich beliebt, wo Freunde, Familie und Kollegen von Reisenden aus Singapur oft mit einem Kuchen erwartet werden. Die Nachfrage hat sogar einen Sekundärmarkt auf Facebook Marketplace und der App Carousell geschaffen.

Exportpläne und Herausforderungen

Henry berichtet, dass die Flughafenläden mittlerweile mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes von Bengawan ausmachen und ihre Produkte besonders bei Reisenden aus Hongkong, Festland-China, Taiwan, Südkorea und Japan beliebt sind.

Das Unternehmen hat in Erwägung gezogen, international zu expandieren, sieht sich aber mit Herausforderungen wie hohen Mietkosten in Hongkong konfrontiert. Die Familie möchte auch sicherstellen, dass die Qualität erhalten bleibt. Heute nutzt man überwiegend lokale Quellen für die Zutaten und bezieht 300 bis 400 Kilogramm Pandanblätter direkt von der Grenze in Malaysia.

Wachsende globale Nachfrage nach Pandan

Ob mit oder ohne Bengawan Solo, die weltweite Nachfrage nach Pandan scheint weiter zu steigen. In Hongkong verkauft Pandan Man die Kuchen in zwei gehobenen Einkaufszentren. Pandan-Kuchen und -Gerichte, von Mochi-Eiertörtchen bis hin zu Cronuts, tauchen in Städten wie New York, San Francisco und Los Angeles auf.

Keri Matwick, eine Dozentin an der Nanyang Technological University in Singapur, die sich mit Lebensmitteln und Sprache beschäftigt, berichtet von einem wachsenden Interesse an asiatischem Backen in den USA. Dazu zählen auch Desserts, die mit Zutaten wie Matcha, Kokosnuss und Ube – einer violetten Yam aus den Philippinen – aromatisiert sind.

Matcha, ein japanischer Grüntee, der in alles von Tiramisu über Cupcakes bis hin zu Bananenpudding integriert wurde, hat eine derartige Beliebtheit erlangt, dass einige Tee-Verkäufer in Japan vor **einer bevorstehenden Knappheit** warnen.

Pandan im Aufstieg

Jetzt scheint es an der Zeit zu sein, dass Pandan global Fuß fasst. „Matcha hat bereits den Präzedenzfall gesetzt, dass etwas Grünes in Ordnung ist“, sagt Matwick. „Ich denke, Pandan beginnt, mehr als je zuvor zur Geltung zu kommen.“

Details

Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](https://www.die-nachrichten.at)