



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

Ein fluoreszierender grüner Kuchen ist in Singapur zu einem täglichen Genuss geworden. Die Einheimischen nehmen sich auf dem Weg zur Arbeit ein Stück des ringförmigen Pandan-Chiffonkuchens mit oder kaufen gleich einen ganzen Kuchen für Geburtstagsfeiern von Freunden. Der Ursprung des Pandan-Chiffonkuchens Der luftige, fluffige Kuchen erhält seine charakteristische Farbe und den subtilen, grasigen Vanillegeschmack von …

Ein fluoreszierender grüner Kuchen ist in Singapur zu einem täglichen Genuss geworden. Die Einheimischen nehmen sich auf dem Weg zur Arbeit ein Stück des ringförmigen Pandan-Chiffonkuchens mit oder kaufen gleich einen ganzen Kuchen für Geburtstagsfeiern von Freunden.

Der Ursprung des Pandan-Chiffonkuchens

Der luftige, fluffige Kuchen erhält seine charakteristische Farbe und den subtilen, grasigen Vanillegeschmack von der tropischen Pandan-Pflanze, die ihren Ursprung vermutlich in den Molukken-Indonesiens hat und seit Jahrhunderten in der Küche verwendet wird. In Singapur tauchten die Pandan-Chiffonkuchen erstmals in den 1970er-Jahren auf, berichtet der lokale Ernährungshistoriker **Khir Johari**. Heute ist das Dessert in der Stadt allgegenwärtig und findet sich sowohl in kleinen Bäckereien als auch in gehobenen Restaurants.

Der Weg zur Popularität

Eine besondere familiengeführte Bäckerei hat wesentlich zur Verbreitung dieser Kuchen in der Stadt beigetragen, fügt Johari hinzu. „Ich habe ihn in Singapur beliebt gemacht“, sagt Anastasia Liew, die 1979 die erste Bengawan Solo-Konditorei, ein kleines Nachbarschaftsgeschäft, gründete. „Entschuldigung, wir sind nicht sehr bescheiden“, fügt ihr Sohn Henry, ein Unternehmensleiter, mit einem Schmunzeln hinzu.

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

Ein internationales Phänomen

Henry erläutert, dass die Beliebtheit der Bäckerei auf Mundpropaganda beruht, unterstützt von einer Vielzahl prominenter Fans. So verschenkte beispielsweise der singapurische Mandopop-Star JJ Lin vor acht Jahren einen Bengawan Solo-Kuchen an seine Mitjuroren in einer chinesischen Gesangsshow. Im Jahr 2022 postete der taiwanesischer Musikstar Jay Chou auf Instagram über die erhaltenen Kuchen, als er in Singapur auftrat.

Das Unternehmen bietet auch andere Produkte wie Kueh Lapis, eine Schichttorte, Ondeh Ondeh, klebrige Reisbällchen mit Palmzucker, und Ananastörtchen an, doch der Pandan-Chiffonkuchen bleibt ihr bekanntestes Produkt.

Die Zahlen sprechen für sich

Im vergangenen Jahr verkaufte die Bäckerei etwa 85.000 gesamte Pandan-Chiffonkuchen für jeweils 22 Singapur-Dollar (etwa 17 Dollar) und erzielte damit einen Umsatz von etwa 76 Millionen Singapur-Dollar (57 Millionen Dollar) in sämtlichen Produkten, was einem Anstieg von 11 % im Vergleich zu 2023 entspricht. Henry ist jedoch überzeugt, dass die größten

Chancen im Ausland liegen.

Der Blick in die Zukunft

„Ich glaube nicht, dass wir in Singapur viel mehr wachsen können“, sagt Henry. Er fügt hinzu, dass das Unternehmen plant, seine Produkte als Essensgeschenke in ganz Asien und hoffentlich auch darüber hinaus zu verkaufen, während es beispielsweise an einzigartigen Verpackungen arbeitet. „In der asiatischen Kultur gibt es eine sehr ausgeprägte Geschenkkultur“, erklärt er.

Bengawan Solo weltweit

Es ist unmöglich, den Changi-Flughafen in Singapur zu verlassen, ohne an einer Bengawan Solo-Filiale vorbeizukommen. Am Changi, dem viertgrößten internationalen Flughafen der Welt im Jahr 2024, gibt es fünf Geschäfte, darunter eines in jedem Abflughafen.

Die Kuchen sind besonders beliebt in Ländern wie Hongkong, wo Freunde, Familie und Kollegen von Reisenden aus Singapur oft mit einem Kuchen rechnen. Die Nachfrage hat sogar einen Sekundärmarkt auf Facebook Marketplace und der App Carousell hervorgebracht.

Herausforderungen im Ausland

Henry erwähnt, dass die Flughafengeschäfte mittlerweile mehr als die Hälfte des Gesamtumsatzes von Bengawan ausmachen. Die Produkte sind besonders bei Reisenden aus Hongkong, Festland-China, Taiwan, Südkorea und Japan gefragt. Das Unternehmen hat erwogen, international zu expandieren, sieht sich jedoch mit Herausforderungen wie hohen Mietkosten in Hongkong konfrontiert. Zudem möchte die Familie sicherstellen, dass die Qualität der Produkte erhalten bleibt. Aktuell bezieht sie die 300 bis 400 Kilogramm Pandanblätter hauptsächlich aus

Malaysia.

Der wachsende Appetit für Pandan

Mit oder ohne Bengawan Solo scheint das weltweite Interesse an Pandan zu wachsen. In Hongkong verkauft Pandan Man die Kuchen in zwei gehobenen Einkaufszentren. Pandan-Kuchen und -Gerichte, von Mochi-Egg-Tarts bis zu Cronuts, haben in Städten wie New York, San Francisco und Los Angeles Einzug gehalten.

Keri Matwick, Senior Lecturer an der Nanyang Technological University in Singapur und Expertin für Lebensmittel und Sprache, stellt fest, dass das Interesse an asiatischem Backen in den USA zugenommen hat, einschließlich Desserts, die mit Zutaten wie Matcha, Kokosnuss und Ube — einem lila Yam aus den Philippinen — aromatisiert sind. Matcha, ein japanischer Grüntee, ist so populär geworden, dass einige Teeverkäufer in Japan vor einem **bevorstehenden Mangel** warnen.

Nun könnte es an der Zeit sein, dass Pandan global bekannt wird. „Matcha hat bereits den Präzedenzfall geschaffen, dass etwas Grünes in Ordnung ist“, sagt Matwick. „Ich denke, Pandan beginnt, mehr zu glänzen als je zuvor.“

Details

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at