

Brammibal's kehrt zurück: Vegane Donuts am Berliner Hauptbahnhof!

Die vegane Donut-Kette Brammibal's kehrt 2024 zurück an den Berliner Hauptbahnhof. Bereits jetzt freuen sich die Passagiere auf die süße Attraktion!



Am Berliner Hauptbahnhof tut sich einiges. Den Reisenden und Besuchern, die hier täglich ein- und ausströmen, wird bald ein weiteres kulinarisches Highlight geboten. Die vegane Donut-Kette Brammibal's, die vor fast einem Jahrzehnt in der Hauptstadt ins Leben gerufen wurde, kehrt in die zentralen Hallen zurück. In einer Stadt, wo Gastronomie auf den Fahrgäste wartet, ist diese Rückkehr mehr als nur eine einfache Eröffnung – es ist ein Zeichen für die Vielfalt, die Berlin zu bieten hat.

Brammibal's hatte zwischen Dezember 2022 und April 2023 bereits mit einem Pop-up-Store am Hauptbahnhof viele Menschen begeistert, bevor sie vorübergehend schließen mussten. Die Nachfrage nach ihren veganen Leckereien war

groß, und wer einmal einen ihrer Donuts probiert hat, konnte die schmerzhaft Lücke nur zu gut nachvollziehen. „Hier gehen wir mit dem Trend der Zeit – immer mehr Menschen wird das Angebot veganer Speisen wichtig“, so die Macher hinter der beliebten Kette.

Die Rückkehr des veganen Donut-Wunders

Die Ankündigung, dass der Brammibal's-Store noch im Jahr 2024 an den Hauptbahnhof zurückkehrt, wurde in einem Video auf Instagram geteilt. Dieses zeigte zwei Personen, die eine riesige Donut-Box durch die weitläufigen Hallen des Bahnhofs trugen. An einem ungenutzten Ladenstand hielt das Duo an und ließ die Schachtel nieder – eine klare Botschaft: Die Tore zur Welt der veganen Donuts öffnen sich bald wieder. Auch wenn der genaue Standort im Hauptbahnhof, sei es im Erdgeschoss oder im ersten Untergeschoss, noch ungewiss bleibt, lässt das große Interesse der Fans der Marke auf eine rasche Umsetzung hoffen.

Die Beliebtheit der veganen Donuts ist enorm. Die User in den sozialen Medien geben einen Einblick in die Leidenschaft, die sie für diese speziellen Leckereien empfinden. Kommentare wie „Endlich wieder Zugfahrt-Donuts“ und „Das ist so gefährlich“ bringen die Vorfreude der Fans zum Ausdruck, während ein anderer meldete: „Bald ist nix mehr mit erst am Ostbahnhof aussteigen.“ Diese freiwilligen Werbeträger sorgen dafür, dass die Marke einen besonderen Platz in den Herzen der Berliner einnimmt.

Konkurrenz im Bahnhof

Die Rückkehr von Brammibal's bringt auch einen interessanten Wettbewerb mit sich. Dunkin' Donuts ist bereits seit Jahren eines der bekanntesten Zielorte für gezuckerte Leckereien im Hauptbahnhof. Die Präsenz der US-Kette hat sich etabliert und bietet den Reisenden eine Auswahl an süßen Versuchungen. Es wird spannend zu sehen, wie sich der Markt mit zwei Donut-Ketten entwickelt, die unterschiedliche Kunden ansprechen – die

einen auf vegane, die anderen auf klassische Süßigkeiten. Die beiden Läden werden unweigerlich in Wettbewerb treten und das könnte für die Kunden nur Vorteile bringen – mehr Auswahl und Potenzial für Innovationen in den Produktlinien.

Die Wiedereröffnung von Brammibal's ist nicht nur aus gastronomischen Aspekten von Bedeutung. Sie zeigt auch, dass trotz der Herausforderungen, die die Gastronomie in einer Großstadt wie Berlin mit steigenden Mieten und Wechseln angetragen hat, neue Konzepte und Ideen weiterhin Einzug halten können. Das bringt frischen Wind in den Bahnhof und belebt die ohnehin schon hochfrequentierten Verkehrsknotenpunkte.

Die Vorfreude auf die Rückkehr von Brammibal's könnte eine nationale Bewegung repräsentieren – einen wachsenden Trend, wo mehr und mehr Menschen das Interesse an gesunden und nachhaltigen Lebensmitteln entdecken. Mit einem Angebot, das die Bedürfnisse bewusster Esser in den Mittelpunkt rückt, fügt sich Brammibal's in den allgemeinen Trend ein, der vegane und allergiefreundliche Optionen in den Vordergrund stellt.

Ein Blick in die Zukunft

Es bleibt abzuwarten, wie die Rückkehr von Brammibal's die kulinarische Landschaft des Berliner Hauptbahnhofs verändern wird. Während die Konkurrenz bereits etabliert ist, bringt der neue Akteur frische Ideen und Produkte ins Spiel. Die Faszination für vegane Ernährung wächst stetig und entspricht der Nachfrage von zahlreichen Reisenden und Berlinern. Die Rückkehr von Brammibal's unterstreicht die dynamische und sich ständig verändernde Gastronomieszene der Hauptstadt.

Brammibal's: Ein Blick auf die Unternehmensgeschichte

Brammibal's wurde 2015 von den Freunden Anna und Joris in

Berlin gegründet. Das Konzept war revolutionär, da es erstmals ein umfassendes Angebot an veganen Donuts in der Hauptstadt präsentierte. Die Idee kam ursprünglich aus dem Bedürfnis heraus, Menschen, die sich pflanzlich ernähren, eine süße Option zu bieten, die bisher nur spärlich verfügbar war. Das erste Café eröffnete in der Wrangelstraße in Kreuzberg und erlangte schnell große Beliebtheit.

Durch verschiedene Pop-up-Standorte und eine zunehmende Nachfrage expandierte das Unternehmen und eröffnete weitere Geschäfte in Berlin und darüber hinaus. Die Branche für pflanzliche Lebensmittel erfuhr zeitgleich einen Aufschwung, der Brammibal's weiteres Wachstum ermöglichte. Die Rückkehr in den Berliner Hauptbahnhof zeigt nicht nur das Vertrauen in die Marke, sondern reflektiert auch den wachsenden Trend zur veganen Ernährung und die Nachfrage nach entsprechenden Optionen im Fast-Food-Segment.

Die Konkurrenzsituation im Berliner Hauptbahnhof

Die Ankunft von Brammibal's am Berliner Hauptbahnhof wird die Konkurrenzumgebung nachhaltig beeinflussen. Dunkin' Donuts, das mit einer breiten Palette an klassischen und saisonalen Donuts bekannt ist, hat bereits eine etablierte Kundschaft. Die Konkurrenz zwischen einer traditionellen Donut-Kette und einem veganen Anbieter könnte die Vorlieben der Reisenden zu beeinflussen und möglicherweise neue Zielgruppen ansprechen.

Das Marktumfeld im Bereich der Süßwaren und Snacks hat sich in den letzten Jahren erheblich verändert. Verbraucher setzen zunehmend auf nachhaltige und gesunde Alternativen. Dieser Trend könnte für Brammibal's von Vorteil sein und eine gewisse Marktanteilsverschiebung zur Folge haben. Die Herausforderung wird jedoch darin bestehen, die eigenen Produkte ausreichend zu differenzieren und sich in einem dicht besiedelten Markt zu behaupten.

Beliebtheit veganer Produkte in der Gesellschaft

Die Nachfrage nach veganen Lebensmitteln hat in Deutschland in den letzten Jahren stark zugenommen. Laut einer Studie der Gesellschaft für integrierte Kommunikationsforschung (GIK) aus dem Jahr 2021 gaben 15 % der Deutschen an, sich vegan zu ernähren oder regelmäßig vegane Produkte zu konsumieren. Diese Zahlen zeigen, dass der Trend über das Nischenprodukt hinausgewachsen ist und sich in die breite Gesellschaft integriert hat.

Zugleich gibt es eine wachsende Zahl von Restaurants, Cafés und Schnellrestaurants, die sich auf vegane Angebote spezialisiert haben. Dieser Trend zeigt sich auch in den Verkaufszahlen in Supermärkten, wo vegane Produkte kontinuierlich Zuwächse verzeichnen. Der Erfolg von Brammibal's könnte somit nicht nur an der Qualität der Donuts liegen, sondern auch an einem größeren gesellschaftlichen Wandel hin zu pflanzlichen Ernährungsoptionen.

– **NAG**

Details

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de