

Pressemitteilung

Peter Pane startet mit neuen Chicken Produkten in die Sticky Era

Lübeck, 23.09.2026. Peter Pane bietet ab dem 23. September das Sticky Chicken an. Das Hähnchenfilet wird frittiert, bis die Panade goldbraun ist und direkt danach in der Glasur geschwenkt. Diese Reihenfolge ist der Kern: Sie sorgt dafür, dass die Glasur klebrig ist und die Panade darunter knusprig bleibt. Die Warenqualität beim Chicken hatte das Unternehmen bereits vor einigen Monaten umgestellt; die passende Zubereitung kommt jetzt hinzu.

Damit setzt Peter Pane auf das Kriterium, das bei Ernährungsentscheidungen regelmäßig an erster Stelle steht. In einer Studie des SINUS-Instituts für die Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung ist der Geschmack das wichtigste Entscheidungskriterium, in einer Civey-Umfrage unter 2.000 Befragten zwischen 16 und 29 Jahren nennen ihn rund zwei Drittel als besonders wichtig. Hinzu kommt die Bereitschaft, Neues zu probieren: Nach Erhebungen des Marktforschungsunternehmens Mintel probieren fast drei Viertel der deutschen Verbraucher gerne neue Geschmacksrichtungen aus.

Der Reiz des Gerichts liegt in der Kombination zweier Gegensätze. Die Glasur ist mild-würzig und die leichte Schärfe setzt erst im Nachgang ein. Unter ihr bleibt die Panade knusprig. Mintel beschreibt für den Snackmarkt genau diese Balance als entscheidend: nicht immer extremere Geschmacksrichtungen, sondern das Verhältnis von Neuheit und Vertrautheit, von Geschmack und Textur.

Unter dem Begriff „Sticky Era“ fasst das Unternehmen diese Entwicklungen zusammen. Das Angebot bleibt bestehen, das Sticky Chicken kommt in Form eines Burgers, als Tenders oder gemeinsam mit Fritten hinzu. Dazu wird kostenlos Ranch-Sauce gereicht. Für Menschen mit vegetarischer oder veganer Ernährungsweise gibt es auf Nachfrage Möglichkeiten zur Anpassung. Dazu kommt eine Auswahl an Hibiscus-Cherry-Drinks.

„In der Systemgastronomie zählt neben dem Geschmack vor allem die Konstanz. Mit der neuen Zubereitung stellen wir sicher, dass unser Sticky Chicken in jedem Restaurant gleich knusprig und saftig auf den Teller kommt“, sagt Rene Schwahlen, Chief of Product bei Peter Pane. „Damit greifen wir auch auf, was die Datenlage zeigt: Ein neues Produkt muss überraschen, ohne das Vertraute zu verlieren.“

Die Sticky Era startet ab dem 23. September in 54 Peter Pane Restaurants in Deutschland und Österreich. Die Preise liegen zwischen 8,90€ und 15,90 €.

Über Peter Pane

Peter Pane ist mehr als ein Burgergrill und mehr als eine Bar – es ist ein Ort voller Leidenschaft, Genuss und besonderer Momente. Seit der Gründung im Jahr 2016 vereint das Unternehmen Qualität mit Herz und begeistert Gäste in ganz Deutschland und Österreich mit erstklassigen Burgern, kreativen Cocktails und einem vielfältigen Angebot für Veganer, Vegetarier sowie Kinder. Damit der Genuss auch zu Hause nicht zu kurz kommt, liefert Peter Pane an vielen Standorten mit dem eigenen Lieferdienst „Peter Brings“ direkt zu den Gästen nach Hause.



Was als Vision begann, feiert in diesem Jahr bereits sein 10-jähriges Jubiläum: Heute arbeiten mehr als 2.000 engagierte Teammitglieder an über 57 Standorten daran, dass jeder Gast unter dem Motto *#imherzenkind* seinen ganz persönlichen Genussmoment findet. Mit einem Angebot, das die Zukunft der Gastronomie mitdenkt, setzt Peter Pane kontinuierlich neue Maßstäbe in Sachen Geschmack und Gastfreundschaft.