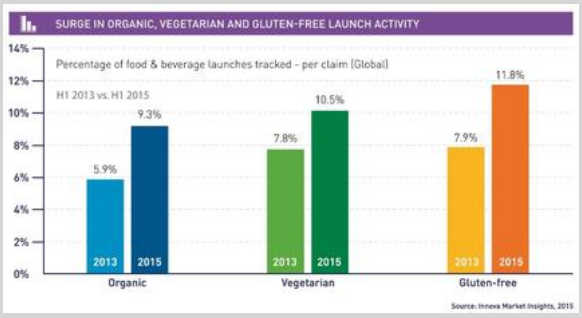
Neue Spitzentrends bei Nahrungsmitteln und Getränken für 2016

Der Trend zum "Clean Eating" inspiriert die Rückkehr zu den Ernährungsgrundlagen

19.11.2015 - Der Trend hin zum "Clean Eating" hat innerhalb der Produktentwicklung eine Rückkehr zu den Ernährungsgrundlagen inspiriert und ist ein übergreifendes Thema in der Top-10-Trendtabelle von Innova Market Insights für 2016. Der Anteil neuer globaler Produkte, die mit der Bezeichnung "Bio" gekennzeichnet sind, ist seit dem ersten Halbjahr 2013 von 6,3 % auf 9,5 % im ersten Halbjahr 2015 gestiegen. Großer Beliebtheit erfreuten sich auch Lebensmittel, die ganz oder teilweise auf bestimmte Inhaltsstoffe verzichteten, sowie Produkte, die sich an Flexitarier richten. Ein Überblick über all wichtigen Trends wird in einem Live- Webinar am 24. November (16:00 Uhr CET/10 Uhr EST) bereitgestellt (rechts neben dem Artikel verlinkt).



Innova Market Insights

"Clean Label und Clear Label sowie Lebensmittel, die ganz oder teilweise auf bestimmte Inhaltsstoffe verzichten, haben weiter an Bedeutung gewonnen und haben 2015 eine neue Ebene erreicht", sagt Lu Ann Williams, Director of Innovation bei Innova Market Insights. "Weitere neue Trends für 2016 umfassen den Aufstieg des halb-vegetarisch lebenden Verbrauchers (Flexitarier), ein Interesse an der Rückkehr zur natürlichen oder traditionellen Lebensmittelherstellung, die Suche nach dem erlaubten Genuss und die Wiederherstellung von Verbindungen zu "echten" Nahrungsmitteln."

Die Spitzentrends für 2016 :

- Organisches Wachstum für "Clear Label": "Clear Label" war der wichtigste Trend 2015 mit mehr Klarheit und Fokus auf einfachere Produkte mit weniger künstlichen Zusatzstoffen läuten für "Clear Label" die nächste Phase ein. Der größte Anstieg bei den neuen Produktentwicklungen wurde für ökologische Produkte verzeichnet. Dies deutet darauf hin, dass es sich hierbei um eine wichtige Plattform für die kurzfristige, weitere Entwicklung handelt, obwohl aufgrund der damit verbundenen Herausforderungen langfristig von einer

© LUMITOS AG

Hinwendung zu vorteilhafteren Plattformen für "Clear Label" ausgegangen werden kann.

- Ohne Zusatzstoffe für alle: Viele Kunden haben eigentlich keinen grundlegenden Bedarf an Produkten, die frei von Gluten, Weizen oder Milchprodukten sind, fragen diese aber nach, weil sie als die gesündere Alternative angesehen werden. Die Branche hat keine andere Wahl, als die Nachfrage zu befriedigen und der jüngste Anstieg innerhalb der glutenfreien Produkte war geradezu unglaublich. Andere Produkte "ohne Zusatzstoffe" erleben ebenfalls einen Aufschwung.
- Der Flexitarier-Effekt: Der Aufstieg des Halb-Vegetariers, der seinen Fleischkonsum zugunsten der Gesundheit, Nachhaltigkeit und des Tierschutzes reduziert hat, hat einen bedeutenden Effekt auf neue Produktaktivitäten. Dies umfasst die technologische Entwicklung und Förderung von Fleischersatzprodukten mit einem besseren Geschmack sowie die Anwendung alternativer Proteinquellen und von Prozessen, die tiergerechter sind.
- Natürliche Lebensmittelverarbeitung: Etablierte Verfahren der Lebensmittelverarbeitungen, die seit Jahrhunderten angwendet werden, stehen im Blickfeld. Diese führen ein natürliches und authentisches Image mit sich, die der negativen Wahrnehmung stark verarbeiteter Lebensmittel gegenüber stehen. Die gesundheitlichen Vorteile fermentierte Lebensmittel gelangen mehr und mehr in das Bewusstsein der westlichen Verbraucher. Neuere Technologien wie HPP können ebenfalls erfolgreich eingesetzt werden, wenn diese als gesunde Alternative für die Verwendung von Konservierungsmitteln wahrgenommen werden.
- Grünes Licht für Gemüse: Verbraucher wissen, dass sie mehr Gemüse verzehren müssen, scheuen aber aufgrund ihrer Erwartungen an den Geschmack davor zurück. Kinder können durch versteckte pflanzliche Produkte ermutigt werden, Gemüse zu essen, während der Aufstieg der Fusion-Smoothies und Gemüsenudeln die Annahme zulassen, dass auch Erwachsene zu einem vermehrten Verzehr ermutigt werden können.

Weitere, von Innova Market Insights festgestellte Trends sind: Erstellung eines "Real"- Links, kleine Akteure, große Ideen, Nicht nur für Sportler, Das Genuss-Alibi und Geschmack für neue Erfahrungen.

© LUMITOS AG