

Die Balance von süßem Geschmack und gesunder Ernährung

Artikel vom 23. Februar 2021

Aromen und Essenzen

Schon als Baby mögen Menschen Süßes, weil dies – im Gegensatz zu sauer oder bitter – sichere Lebensmittel signalisiert. Verbraucherinnen und Verbraucher entscheiden vor allem nach dem Geschmack und anhand funktionaler Eigenschaften, ob sie ein Lebensmittel oder ein Getränk gern und häufig konsumieren. Gleichzeitig soll insbesondere der Anteil von Zucker in der modernen Ernährung sinken. Die Herausforderung heißt also, den perfekten Geschmack zu finden, der gleichzeitig Wünsche von heute erfüllt.



Verbraucherinnen und Verbraucher sind auf der Suche nach der perfekten Balance von Geschmack und Süße. Bilder: Symrise

Schon seit einigen Jahren deuten Trends darauf dahin, dass Verbraucherinnen und Verbraucher nach gesunden Getränken und Lebensmitteln suchen. Sich bewusst zu

ernähren, hat daher längst die Nische verlassen. Gesundes Essen und Trinken steht für immer mehr Menschen im Mittelpunkt. Dazu gehört, dass sie sowohl Fett und Salz vermeiden, als auch zunehmend versuchen, zuckerhaltige Produkte und damit ihren täglichen Zuckerkonsum zu reduzieren.

Bewussten Genuss bieten

Der Ausbruch von Covid-19 hat den bestehenden Trend hin zu gesünderer Ernährung in vielen Regionen verstärkt und in seiner Entwicklung beschleunigt. Die zentrale Bedeutung von Gesundheit rückte verstärkt in den Fokus der breiten Bevölkerung. Die Einschränkungen während der Pandemie haben gleichzeitig den Trend zu mehr Genuss verstärkt. Auch wenn diese beiden Punkte auf den ersten Blick widersprüchlich wirken, lassen sie sich doch gleichzeitig erfüllen. Neue Geschmackslösungen sorgen dafür, dass man mit gutem Gewissen süße Genussmomente erleben kann. Sie machen es möglich, dass gesündere Produkte geschmacklich überzeugen. Trends wie der zur gesunden Ernährung fließen seit längerem in die globalen Nachhaltigkeitsziele ein – sowohl bei Symrise als auch bei seinen Kunden.

Große Getränkeproduzenten arbeiten stetig daran, den Zuckergehalt ihrer Produkte weiter zu senken. Sie haben ihre Rezepturen optimiert und bringen seit einigen Jahren vermehrt Getränke mit weniger oder ohne Zucker auf den Markt. Das gesamte Geschmacksprofil samt Textur ändert sich dadurch. Innovative Lösungen helfen dabei, diese Aufgabe zu lösen.

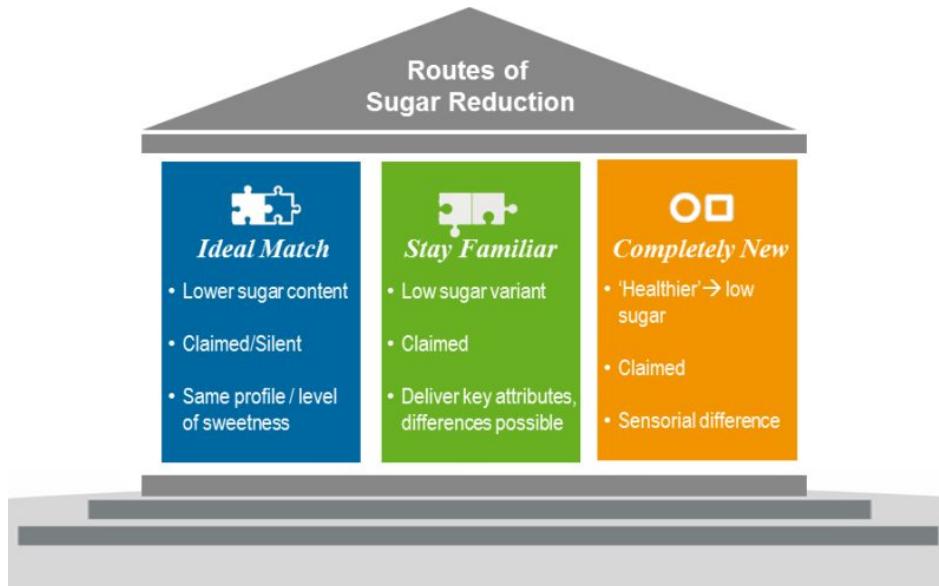
Für den verstärkten Bedarf seiner Kunden zur Entwicklung von zuckerreduzierten Produkten entwickelt Symrise die passenden Lösungen. Das Unternehmen kennt die Vorlieben der Verbraucherinnen und Verbraucher und arbeitet daran, neueste Trends und Verbraucherwünsche zu verstehen. Die Experten forschen daher an der Weiterentwicklung der Zuckerrreduktion in Getränken und anderen Lebensmitteln. Cola, Limonade, Joghurt oder Kekse sollen den perfekten Genuss liefern und gleichzeitig weniger Kalorien enthalten. Bis zum dritten Quartal 2020 sollen weitere Lösungen zur Verfügung stehen, die etwa das Mundgefühl zuckerreduzierter Erfrischungsgetränke optimieren.

Vorgaben weisen den Weg

Auch regulatorische Vorgaben lenken Hersteller von Lebensmitteln und Getränken in Richtung zuckerreduzierter Produkte, denn global weiß man um die Folgen von hohem Zuckerkonsum. Gewichtszunahme und Herz-Kreislauf-Erkrankungen sind in das Bewusstsein gerückt, Regierungen sowie Gesundheitsorganisationen versuchen gegenzusteuern. Mehr als 35 nationale Regierungen, Staaten und Städte erheben bereits Zuckersteuern, darunter Großbritannien, Portugal, Spanien und Südafrika. In Deutschland diskutiert man die Abgabe immer wieder neu. Geeinigt hat man sich derzeit auf eine Zielvereinbarung zwischen Lebensmittelindustrie und Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. So will man den Gehalt von Zucker, Salz und Fett in Erfrischungsgetränken, Fertiggerichten und Müsli deutlich reduzieren. Für Erfrischungsgetränke liegt die vereinbarte Reduktion bei mindestens 15 Prozent im Zeitraum von 2015 bis 2025. Auch ein Aktionsplan der Weltgesundheitsorganisation (WHO) lenkt die Hersteller in Richtung zuckerreduzierter Varianten ihrer Produkte. Hier leistet Symrise einen wertvollen Beitrag zur Zuckerrreduktion und zu mehr Nachhaltigkeit. Um zu sehen, wo es weitere Ansatzpunkte gibt, hat das Unternehmen eine umfassende Studie durchführen lassen.

Was erwarten Konsumenten?

Während Regierungen mit unterschiedlichen Reduktionsstrategien die Senkung des Zuckerkonsums vorantreiben und Konsumentinnen sowie Konsumenten stärker nach natürlichen Süßungsmitteln und gesunder Ernährung suchen, arbeitet Symrise daran, das Thema »ideale Süße« ganzheitlich zu verstehen und zu entschlüsseln. Die Getränkeexperten verfügen über ein tiefes Verständnis für die Vorlieben von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Sie sehen Trends und Marktentwicklungen oft voraus. Dieses Gespür für Geschmack ergänzen sie um recherchierte Fakten und erhalten so ein noch tieferes Verständnis der Präferenzen. So hat das Unternehmen kürzlich eine länderübergreifende Konsumentenstudie mit 2600 Teilnehmern aus elf Ländern zur Relevanz von Zuckerrreduktion durchgeführt. Kernergebnis: Die Ergebnisse variieren von Land zu Land. Im Schnitt können sich drei Viertel der Befragten vorstellen, eine zuckerreduzierte Variante zu kaufen.



75 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher möchten weniger Zucker in Nahrungsmitteln und Getränken. Drei Wege zur Zuckerrreduktion entsprechen dabei den unterschiedlichen Geschmackserwartungen und -präferenzen.

Dabei sehen die Geschmackserwartungen und -präferenzen unterschiedlich aus. Es wurden drei Untergruppen definiert, die zu drei Routen der Zuckerrreduktion führen.

Drei Wege der Zuckerrreduktion

Die größte Gruppe umfasst diejenigen, die das identische Geschmackserlebnis suchen, den »Ideal Match«. 33 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher wünschen sich weniger Zucker bei gleichbleibender Süße und bekanntem Geschmack. Das ergab eine weitere Studie zur Ermittlung des idealen Süßegrades im Auftrag des Beverage Segments CSD/Energy & Sport. Für diese Gruppe hat Symrise eine Kombination entwickelt, die genauso süß schmeckt wie die Variante mit vollem Zuckergehalt, aber weniger davon enthält. Konsumentinnen und Konsumenten erhalten den bekannten Geschmack und trinken mit gutem Gewissen dank weniger Zucker und Kalorien.

Andere wünschen sich ebenfalls den bekannten Geschmack, gleichzeitig soll das Getränk weniger süß schmecken. Etwa 20 Prozent der Befragten gehören dieser »Stay

Familiar«-Gruppe an. Auch für sie wurden Lösungen entwickelt, die ein zuckerreduziertes Produkt mit ähnlichem Geschmack möglich machen. Das Erfrischungsgetränk schmeckt vertraut und gleichzeitig weniger süß.

Die dritte Variante spricht die Gruppe der »Experimentierfreudigen« an, zu der 22 Prozent der Befragten gehören. Sie erhalten ein komplett neues Produkt mit einem eigenen Geschmacksprofil, das sich von der Vollzuckervariante deutlich absetzt und somit ihrem Wunsch nach gesünderen, innovativen Lebensmitteln nachkommt.

Fazit und Ausblick

Ende 2019 hat Symrise eine weitere Studie für Cola-Getränke in Deutschland durchgeführt: der »Ideal Level of Sweetness 1.0«. Die Studie soll die Geschmackspräferenzen bei Cola-Getränken erkunden. Für das Jahr 2020 will das Unternehmen seine Studie »Ideal Level of Sweetness 2.0« abschließen. Diese Studie soll herausfinden, ob »Symlife Taste Balancing«-Lösungen helfen können die Vorliebe für zuckerreduzierte Produkte zu erhöhen.

Das Ziel des Unternehmens ist es, die Nachfrage von Verbraucherinnen und Verbrauchern nach gesünderen Lebensmitteln mit Lösungen für einen optimierten Geschmack in Balance zu unterstützen. Ob bekannter Geschmack mit weniger Zucker oder neue Produkte mit eigenem Geschmacksprofil: Basierend auf den Ergebnissen der Verbraucherstudien bietet der Hersteller von Duft- und Geschmacksstoffen für jede Vorliebe eine passende Lösung. Um die Wünsche nach einer Ernährung mit weniger Zucker noch besser zu verstehen, wurde eine zweite Studie dazu auf den Weg gebracht. Damit soll ein ganzheitliches Modell zur Entschlüsselung des »Ideal Level of Sweetness« auf Grundlage eines systematischen Versuchsplans geschaffen werden, das objektive sensorische Daten mit den Vorlieben von Verbraucherinnen und Verbrauchern kombiniert und statistisch auswertbar macht.

Hersteller aus dieser Kategorie

Austria Juice GmbH

Kröllendorf 45
A-3365 ALLHARTSBERG
0043 7448 2304-0
info@austriajuice.com
www.austriajuice.com
[Firmenprofil ansehen](#)
