

## **Weniger Zucker, weniger Kalorien, weniger Alkohol – mehr Mundgefühl, mehr Geschmack**

Artikel vom **21. November 2022**

Produktionsstoffe zur Herstellung von AfG

### **Symrise – Titelthema 2022**

In einem gesunden starken Körper lebt ein gesunder starker Geist. Das haben auch viele Verbraucherinnen und Verbraucher erkannt und wollen etwas dafür tun. Die Pandemie hat diesen Trend noch einmal beschleunigt. Zudem gehören Druck, Müdigkeit und Burnout heute zu den allgegenwärtigen Phänomenen unserer stets aktiven und leistungsorientierten Gesellschaft. Achtsamkeit und »Besser-für-mich«-Produkte gehören daher als fester Bestandteil zum Denken und Handeln von Verbraucherinnen und Verbrauchern.



Weniger Zucker, weniger Kalorien und weniger Alkohol müssen längst nicht mehr mit geschmacklichem Verzicht einhergehen (Bild: iStock).

Das hat dazu geführt, dass mehr Konsumierende genau auf ihren Zucker- und Alkoholkonsum achten. Sie wollen gesünder leben und wünschen sich daher Getränkelösungen, die dieses Bedürfnis erfüllen. Ein gesunder Lebensstil soll Spaß machen, Freude bereiten und sich zugleich leicht in den Alltag integrieren lassen.

## Zuckerreduktion im Detail

Der Trend zur Zuckerreduktion begann vor einigen Jahren und entwickelt sich bis heute ständig weiter. Das lässt darauf schließen, dass dieser Trend Getränkehersteller auch in den kommenden Jahren weiter beschäftigen wird. Symrise hat daher eine Strategie entwickelt, um bessere, interessantere und unterhaltsamere Trinkerlebnisse genießen zu können – ganz ohne Schuldgefühle oder Bedenken. Gleichzeitig fordern Regierungen wie die Großbritanniens, Portugals und Spaniens mehr zuckerreduzierte Produkte und haben zu diesem Zweck Zuckersteuern eingeführt. Infolgedessen haben Lebensmittel- und Getränkehersteller begonnen, ihre Produkte neu zu formulieren. Dabei müssen sie sich einer besonderen Herausforderung stellen. Die Menschen wünschen sich weiter das von ihnen bevorzugte Geschmackserlebnis. Symrise kann dabei helfen, diese Herausforderung zu meistern. Im Vordergrund steht dabei ein ausgewogenes Geschmackserlebnis, denn weniger Zucker wirkt sich auf das gesamte Geschmacksprofil aus. Das geht oft mit geschmacklichen Herausforderungen bei »Besser-für-mich«-Produkten einher. Gleichzeitig bestimmt der Geschmack weiterhin über den Kauf eines Produkts. In diesem Punkt kann Symrise helfen, die gesundheitlichen Anforderungen von Verbraucherinnen und Verbrauchern zu erfüllen. Die Lösungen des Holzmindener DAX-Konzerns sorgen für ausgewogenen Geschmack im Getränk. Das zählt auch auf die SDGs (Sustainable Development Goals) der Vereinten Nationen für verantwortungsvolle Produktion und verantwortungsvollen Konsum sowie für Gesundheit und Wohlbefinden ein. Vor dem Hintergrund von Zuckersteuern, zunehmenden Gewichtsproblemen und der Suche nach natürlicheren Süßungslösungen hat sich Symrise ehrgeizige Ziele gesteckt. Die Experten wollten Süße im Detail verstehen und entschlüsseln. Aus diesem Grund hat das Unternehmen mehrere Verbraucherstudien durchgeführt. Diese sollten die Relevanz von Zuckerreduktion verstehen. Gleichzeitig sollten sie den idealen Grad an Süße ermitteln. Zudem wollten die Geschmacksexperten mithilfe ihrer »Symlife Taste Balancing«-Lösungen herausfinden, welche Art von zuckerreduzierten Produkten bevorzugt werden.

## Moderater Alkoholkonsum

Zusätzlich zum reduzierten Zuckergehalt gibt es einen weiteren Schlüsselbereich für neue Getränkekonzepete. Moderater Alkoholkonsum spielt eine zunehmend wichtige Rolle. Die Zahl der Verbraucherinnen und Verbraucher, die sich an populären Aktionen wie dem »trockenen Januar« (dry January) oder dem »nüchternen Oktober« (sober October) beteiligen und die einen ganzen Monat lang auf Alkohol verzichten, steigt. Und warum? Weil gesund zu leben Spaß machen kann! Der Konsum gesunder Getränke gilt als attraktiv. Möglich machen das kreative und innovative Produkte, Rezepturen und Inhaltsstoffe, die alle Getränkekategorien »aufmischen«. Um die Wünsche zu maßvollem Alkoholkonsum genau zu verstehen, hat das Holzmindener Unternehmen auch hier eine Studie durchgeführt. Sie sollte die treibenden Kräfte, Hindernisse, Geschmackspräferenzen und Wünsche im Zusammenhang mit maßvollem Alkoholkonsum in verschiedenen Märkten ermitteln.



Immer mehr Verbraucherinnen und Verbraucher achten genau auf ihren Zucker- und Alkoholkonsum. Sie wollen gesünder leben und wünschen sich daher Getränkelösungen, die dieses Bedürfnis erfüllen (Bild: iStock).

Dabei haben die Geschmacksspezialisten festgestellt, dass insbesondere alkoholfreie und alkoholreduzierte Biermischgetränke eine beliebte Alternative darstellen. Mit ihrem Variantenreichtum bieten sie viel Raum zum Ausprobieren sowie interessante Geschmacksrichtungen. Daher belegten Biere und Biermischgetränke den ersten Platz in der Beliebtheitskala. In diesem Bereich achten Verbraucherinnen und Verbraucher am meisten auf den maßvollen Umgang mit Alkohol. Die Studie hat deutlich gezeigt, dass von alkoholreduzierten Bieren und Biermischgetränken mehrheitlich der gleiche authentische Geschmack erwartet wird wie von der jeweils bevorzugten alkoholischen Variante. Im Vergleich dazu gaben nur knapp 40 Prozent der Teilnehmenden an, dass alkoholfreie Biere und Biermischgetränke den gleichen authentischen Geschmack haben müssen wie ihre alkoholische Lieblingsvariante. Ein Drittel der Befragten erwartet nur einen ähnlichen Geschmack. Bei alkoholfreien Biermischgetränken zeigen sich Verbraucherinnen und Verbraucher also geschmacklich viel flexibler als bei alkoholreduzierten Getränken. Dabei lässt sich der Trend in allen Alkoholkategorien erkennen. Die Grenzen zwischen den einzelnen Kategorien verschwimmen immer mehr. In den letzten Jahren kamen verstärkt Hybridgetränke auf den Markt und die Zahl wird weiter steigen. Vor allem die Kategorie Hard Seltzer, eine Mischung aus kohlenensäurehaltigem Wasser und Alkohol, hat von dem beschleunigten Trend zu gesundheitsfördernden alkoholischen Getränken profitiert. Hard Seltzer ist eine beliebte Alternative zu Bier und anderen Getränken für junge und ältere Verbraucherinnen und Verbraucher, denn man kennt und schätzt es für seine kalorien- und zuckerarmen Eigenschaften. »Besser-für-mich« hat sich zu einem integralen Konzept für gesünderes Trinken entwickelt. Der Verzicht auf alles »Schlechte« und der Genuss von mehr »Gutem« macht gesünderes Trinken zu einem entspannten Genuss. Verbraucherinnen und Verbraucher in dieser Kategorie geben das Bewusstsein für ihre Gesundheit als ersten Grund für maßvollen Alkoholkonsum an. Dabei können sich bewusster Konsum und Genuss im Einklang bewegen sowie Widersprüche auflösen. Es gibt immer mehr Möglichkeiten, beides zu verbinden und gleichzeitig gesündere Lösungen anzubieten, die gut schmecken. Dazu gehören die »Symlife Taste Balancing«-Lösungen. Das macht gesünderes Trinken zum innovativsten und kreativsten Bereich für Produktentwicklungen, vor allem hinsichtlich Rezepturen, Inhaltsstoffen und

Geschmacksrichtungen. Es überschreitet Grenzen zwischen Segmenten und Kategorien und übertrifft normale Getränkeprodukte. Gesünderes Trinken soll damit Genuss, Unterhaltung, Auswahl und Vielfalt bieten. Das gelingt auch dank der Symrise-Getränkeexperten. Sie kennen die Vorlieben von Verbraucherinnen und Verbrauchern und arbeiten kontinuierlich daran, sie besser zu verstehen sowie ihre Wünsche zu erfüllen. Das versetzt sie in die Lage, mit neuen Konzepten, Ideen und zukunftsweisenden Lösungen zu unterstützen.

## **Einzigartiger Ansatz**

Symrise bietet eine breite Palette an geschmacksbalancierenden Lösungen mit einem differenzierenden natürlichen Portfolio. Das soll helfen, die Wünsche von Verbraucherinnen und Verbrauchern nach Natürlichkeit zu erfüllen. Insbesondere das Portfolio, das andere Lösungen als Stevia nutzt, schätzen führende Getränkehersteller weltweit. Mit diesen können sie Getränke mit natürlichen Inhaltsstoffen entwickeln. Sie erhalten die volle Unterstützung der Symrise-Getränkeexperten, die die Vorlieben der Verbraucherinnen und Verbraucher kennen. Sie arbeiten kontinuierlich daran, diese besser zu verstehen und ihre Wünsche zu erfüllen. So unterstützen sie mit neuen Konzeptideen und zukunftsweisenden Lösungen. Die »Symlife«-Lösungen leisten mehr, als nur die fehlende Süße auszugleichen. Auch bei alkoholfreien Getränken beherrschen sie den Spagat zwischen raffinierten alkoholfreien und alkoholarmen Getränken, die wie echte Spirituosen schmecken. Diese authentischen Alternativen ermöglichen Genussmomente, ohne dabei auf Geschmack oder soziale Erlebnisse verzichten zu müssen.

## **Geschmackvolles Ergebnis**

Symrise bietet authentische integrierte Lösungen, die den Geschmack bestmöglich balancieren. Sie helfen, den Wunsch von Verbraucherinnen und Verbrauchern nach bestem Geschmack in »Besser-für-mich«-Produkten zu erfüllen. Damit beweisen sie, dass weniger Zucker, weniger Kalorien und weniger Alkohol gleichzeitig mehr Mundgefühl und mehr Geschmack bedeuten können.

### **Basis für verbraucherorientierte Geschmackslösungen**

Die Metastudie »Trendscope« von Symrise liefert übergreifende Informationen zu Trends sowie fünf spezifische Berichte für die Kategorien Getränke, kulinarische Produkte, Milchprodukte, Snacks und Süßwaren. Diese enthalten zum Beispiel Trendmanifestationen, Produktbeispiele sowie aufkommende Geschmacksrichtungen und Zutaten. »Mit ›Trendscope‹ können wir das Verbraucherverhalten fortlaufend beobachten und aktuelle Trends untersuchen«, sagt Leif Jago, Global Marketing Manager Food & Beverages bei Symrise. »Das halten wir für sehr wichtig, da sich die Anforderungen von Verbrauchern an Lebensmittel und Getränke im Lauf der Zeit ändern.«



Bild: Symrise.

Die Studie basiert auf einer Kombination aus verschiedenen Analysemethoden. Der qualitative Teil umfasst eine Metaanalyse von Verbraucherberichten, die Analyse von Start-ups und das Beobachten der Sozialen Medien. Der quantitative Teil besteht aus einer Metaanalyse von vorhandenen Studien und Marktberichten sowie Erhebungen zu Verhalten und Denkweisen von Verbraucherinnen und Verbrauchern. Hinzu kommt die Betrachtung urbaner Hotspots auf der ganzen Welt. Dabei handelt es sich um 24 Interviews an zwölf Orten mit ausgewählten Vorreitern wie Food-Bloggerinnen und -Bloggern, Journalistinnen und Journalisten sowie Trendscouts. Die Kombination der Analysemethoden macht es möglich, Trends genau zu entschlüsseln und zu validieren. Zudem verbindet die Erhebung globale Reichweite mit der Möglichkeit, Trends auf regionale Besonderheiten zuzuschneiden. Auf dieser Grundlage kann das Unternehmen Geschmackslösungen entwickeln, die Bedürfnissen der Konsumentinnen und Konsumenten in ihren jeweiligen Kategorien entsprechen. Das hilft wiederum Herstellern, mit Lebensmitteln und Getränken auf die entschlüsselten Verbrauchertrends zu reagieren. Insgesamt wurden zwölf Verbrauchertrends identifiziert, die sich in vier Cluster einteilen lassen:

1. »Natural Goodness« fokussiert auf die Personen, die mit ihrer Ernährung einen Beitrag zum Schutz von Umwelt und Klima leisten möchten. Diese legen zunehmend Wert auf ökologische Landwirtschaft und Artenschutz.
2. »Healthy Lifestyle« ist ein weiteres Cluster, viele Verbraucherinnen und Verbraucher wollen heute gesund leben und mit ihrer Ernährung die Darmgesundheit oder das Immunsystem verbessern. Gleichzeitig wünschen sie sich Produkte, die gesunde Ernährung mit Spaß, Genuss und Komfort verbinden.
3. Das Cluster »Premium Indulgence« beschäftigt sich mit Marken, die ethische sowie ökologische Ansprüche erfüllen, aber auch personalisierte Angebote spielen eine immer wichtigere Rolle.
4. Beim Cluster »Emotional Discoveries« geht es schließlich darum, die Auswirkungen der Pandemie zu bewältigen. Aufgrund von Corona verbringen viele Menschen mehr Lebenszeit zu Hause und möchten diese Momente aufwerten. Sie bevorzugen sowohl wohlige Aromen, die Sicherheit vermitteln, als auch geschmackliche Abenteuer für das innere Kind.



**Symrise AG**  
**Infos zum Unternehmen**

---

**Symrise AG**  
Mühlenfeldstr. 1  
D-37603 Holzminden

---

05531 90-0

---

[info@symrise.com](mailto:info@symrise.com)

---

[www.symrise.com](http://www.symrise.com)

---