

Food-Trends

EXZERPT

Trends und Entwicklungen in den Bereichen Food und
Ernährungsverhalten



Heidelberg, Januar 2004

GIM argo

Ernährungstrends und ihre gesellschaftlichen Hintergründe

Hybrides Kaufverhalten

De-Ritualisierung der Essgewohnheiten

Bio Food

Functional Food



Ernährungstrends und ihre gesellschaftlichen Hintergründe

Hybrides Kaufverhalten

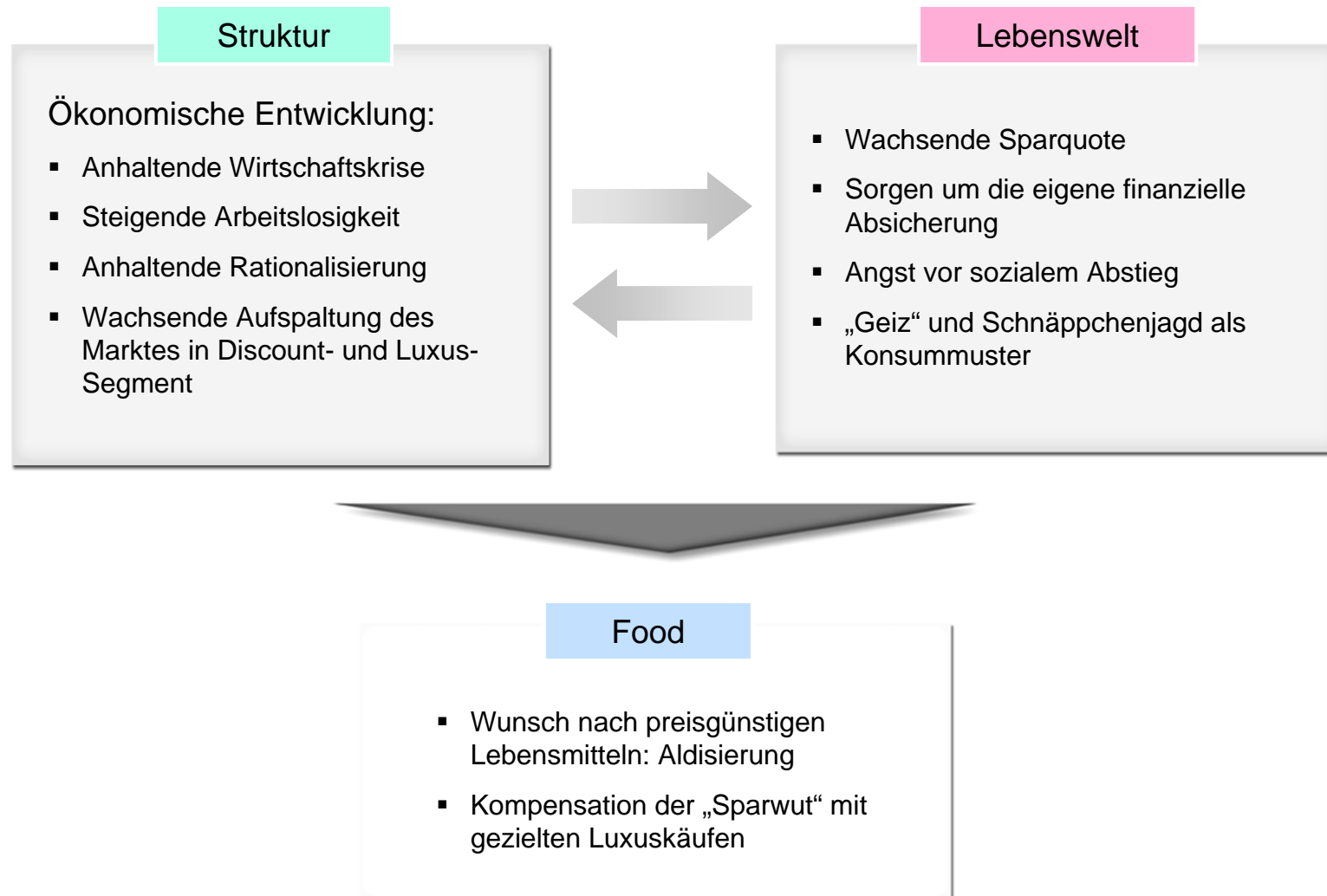
De-Ritualisierung der Essgewohnheiten

Bio Food

Functional Food



Zukunftsängste und Sparwut bestimmen den Konsum



Hybrides Kaufverhalten

Zunehmende Preissensibilität

Wunsch nach preiswerten Nahrungsmitteln



Steigendes Ernährungsbewusstsein

Bedürfnis nach Qualität und Gesundheit



„Hybrider“ Konsument

- Basisnahrungsmittel vom Discounter
- Teure Qualität vom Bioladen



Ernährungstrends und ihre gesellschaftlichen Hintergründe

Hybrides Kaufverhalten

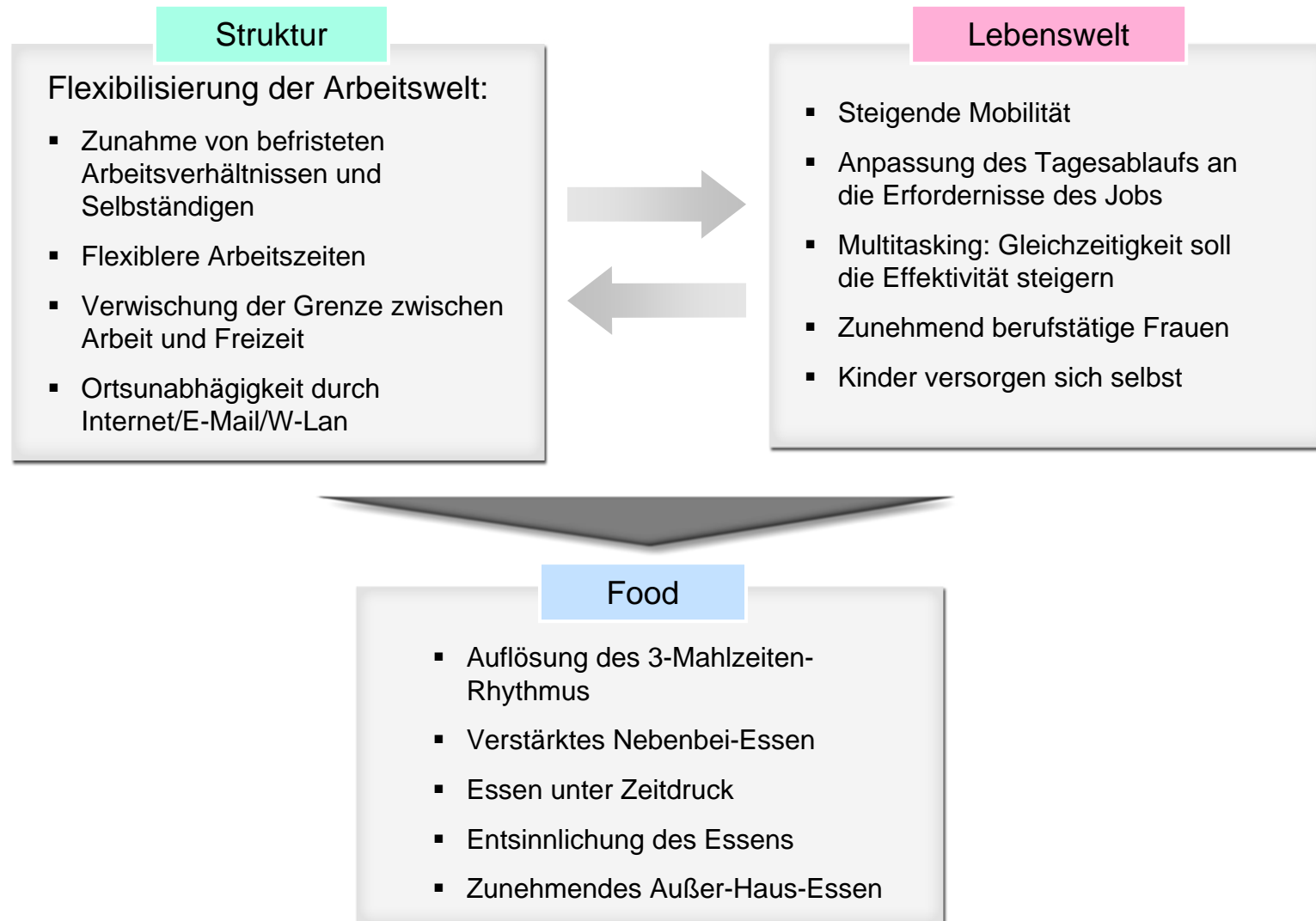
De-Ritualisierung der Essgewohnheiten

Bio Food

Functional Food



Auflösung von Alltagsstrukturen durch Flexibilisierung



De-Ritualisierung - Das Ende des 3-Mahlzeiten-Rhythmus?

Food-Trends - Exzerpt

Früher:

In der Familie wird über Essens-Rituale Gemeinschaft erzeugt.



Heute:

Der Arbeitsrhythmus dominiert die alltäglichen Essgewohnheiten

Zeitliche
Entkopplung
vom
traditionellen
Essens-
Rhythmus

Heute:

In zahlreichen gelockerten „Knotenpunkten“ fungiert gemeinsames Essen als sozialer Klebstoff



Räumliche Verschiebung
des Essensrituals

Familie

Freunde

Verein

Arbeit

lockere, variable
soziale Netzwerke

Heute:

Essen unterwegs, außer Haus, und zu Hause jeder für sich



Ernährungstrends und ihre gesellschaftlichen Hintergründe

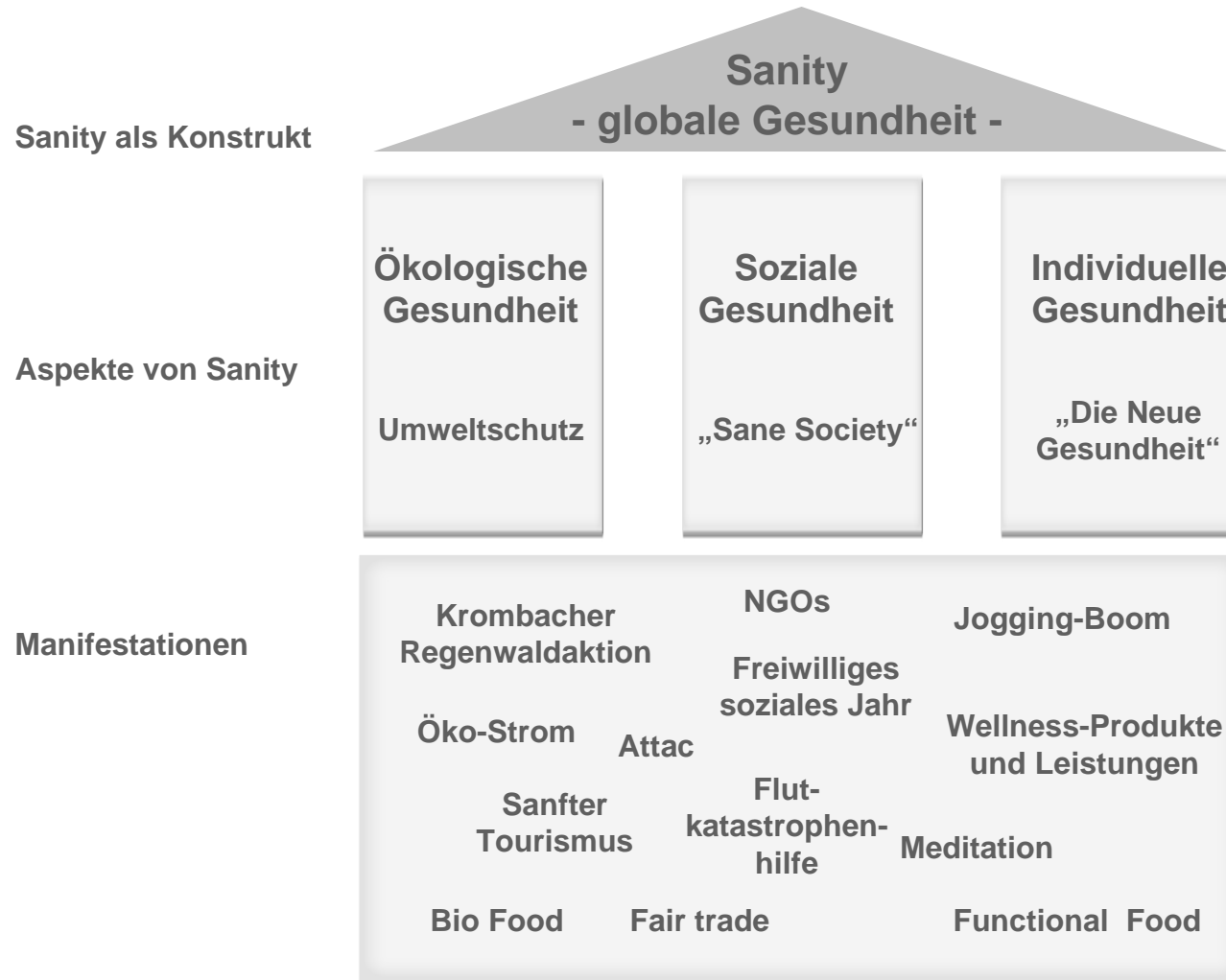
Hybrides Kaufverhalten

De-Ritualisierung der Essgewohnheiten

Bio Food

Functional Food

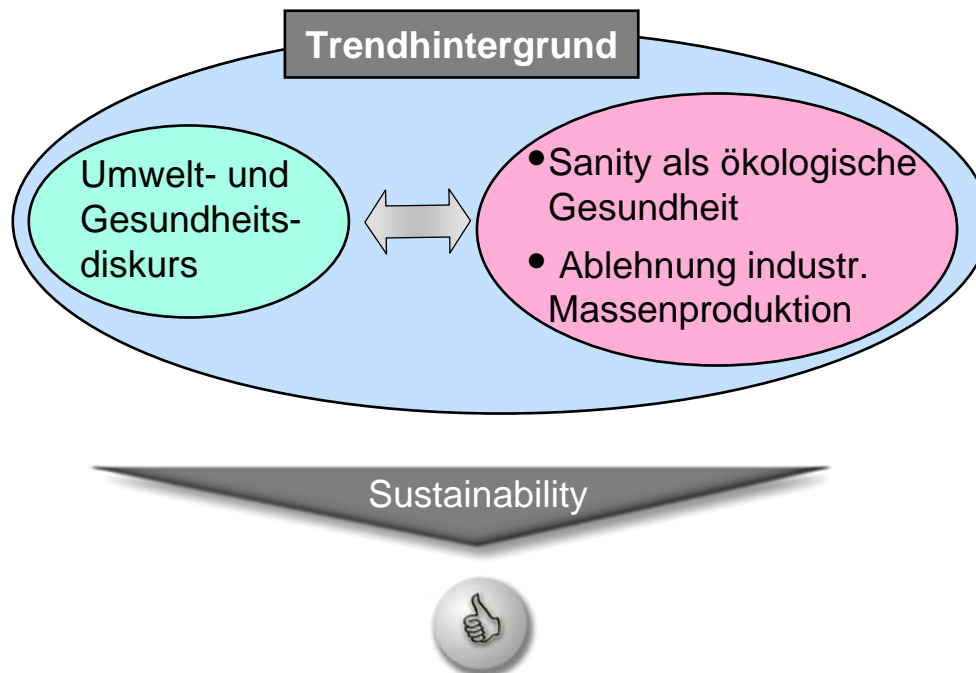




Sanity ist ein umfassendes Konstrukt. Es beinhaltet 3 große Bereiche, die sich wiederum in unterschiedlichen Facetten manifestieren.

Bio Food: Naturbelassenheit als Qualitätsmerkmal

- Anbau nach Bio-Richtlinien (kein Kunstdünger, kein Gen-Food, keine Pestizide)
- Artgerechte Tierhaltung
- Saisonale und regionale Produkte
- Schonende Weiterverarbeitung ohne künstliche Zusätze



Ausgezeichnet biodynamisch.



Weiterentwicklung von Bio-Produkten

Zwei gegensätzliche Strömungen bestimmen den Markt

Vermassung

- Hauseigene Biomarken bei Handelsunternehmen
➔ z.B. Plus mit „BioBio“.
- Zulieferbetriebe von Fast-Foodketten stellen auf Bioware um
➔ z.B. Bio-Hackfleisch für BurgerKing.



Elitisierung

- Bio als neues Statussymbol für Besserverdienende
➔ z.B. Luxuriöse Bio-Supermärkte
- Exklusive Bio-Lifestyle Produkte verbinden das gute Gewissen mit ästhetischem Anspruch
➔ z.B. Bio-Breakfast-Set designt von Philippe Starck.



Ernährungstrends und ihre gesellschaftlichen Hintergründe

Hybrides Kaufverhalten

De-Ritualisierung der Essgewohnheiten

Convenience Food

Bio Food

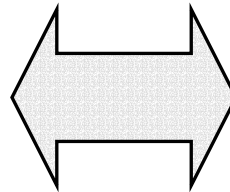
Functional Food



Essen - Glücksversprechen und lästiges Bedürfnis

Aufwertung des Essens: „Überfrachtung“

- Genuss / Lust
- Gesundheit
- Selbstverwirklichung
- Fitness
- Energie
- Verjüngung
- Gemeinschaft



Abwertung des Essens: „Bagatellisierung“

- Multitasking
- Nebenbei-Essen
- Snacks statt Mahlzeiten
- Essen muss schnell gehen
- „Verfall“ der Esskultur im Alltag

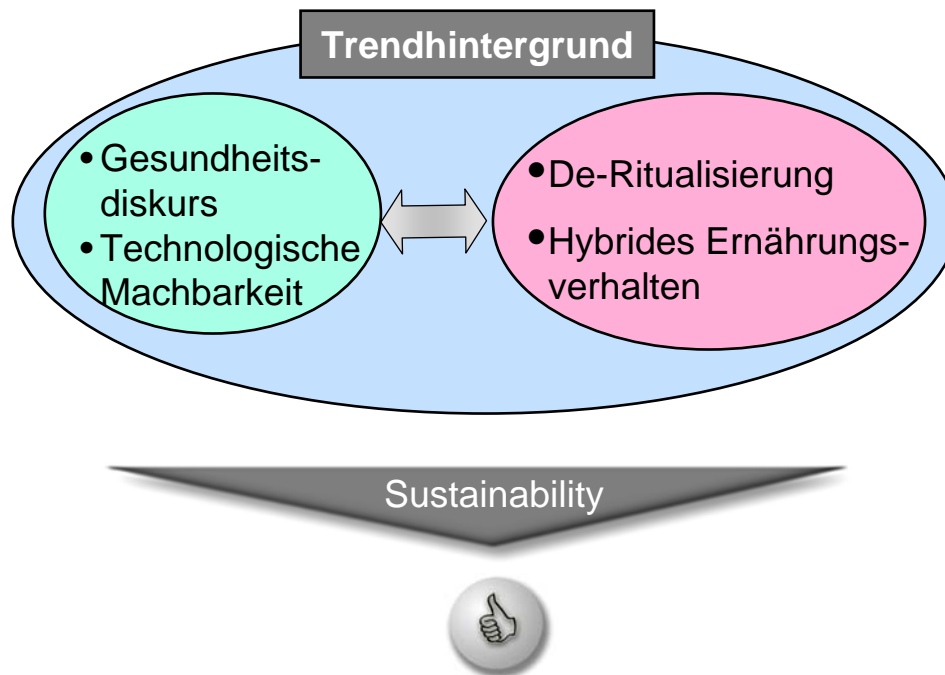
Functional Food

Man erwartet immer mehr von Essen, will aber immer weniger Zeit und Mühe investieren

Functional Food

Lebensmittel mit einer über die üblichen Ernährungswirkungen hinausgehenden **Zusatzfunktion** im Hinblick auf:

- Verbesserung von Gesundheit und Wohlbefinden und/oder
- Senkung von Krankheitsrisiken



Chancen und Risiken für die Weiterentwicklung von Functional Food

Chancen

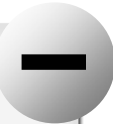


Durch Anknüpfen an vorhandene Trends:

- Die allgemeine Anerkennung der Eigenverantwortlichkeit
- Das Leistungsprinzip als leitender Wert
- Gesundheit als Wohlbefinden – Wellness
- Best-Aging
- „Sanity“ – Nachhaltiger Umgang mit dem eigenen Körper



Risiken



Aufgrund des uneindeutigen Zusatznutzens:

- „Functional Food“ ist lebensmittelrechtlich nicht eindeutig definiert
- Grenze zwischen Pharma und Functional Food ist unscharf
- Gefahr ungewollter Nebenwirkungen bei hohem Konsum von Functional Food
- Tatsächlicher gesundheitlicher Nutzen ist umstritten
- Spätfolgen sind nicht abschätzbar



GIM argo GmbH – Marketingforschung und Innovationsmanagement

Berliner Straße 12 – 69120 Heidelberg

Tel. 06221 - 8328 – 80

Fax. 06221 - 8328 – 83

info@gim-argo.de

www.gim-argo.de



Ein Unternehmen im GIM Network – Heidelberg, Berlin, Moskau