Hälfte der Deutschen würde Klassiker durch Trendprodukte ersetzen

Extra Ballaststoffe, zugesetztes Kreatin, gut für den Muskelerhalt: Verdrängt der Optimierungsdrang jetzt klassische Lebensmittel? Laut einer Simon-Kucher Ernährungstrend-Studie kann sich fast die Hälfte der Deutschen vorstellen, herkömmliche Produkte durch Trendvarianten mit Zusatznutzen zu ersetzen. Potential sieht die Kundschaft vor allem bei Darmgesundheit und körperlicher Leistungsfähigkeit.

KOSTE ES, WAS ES WOLLE

Bereits 40 Prozent haben ein Produkt mit Zusatznutzen probiert. Mehr als zwei Drittel sind offen für Aufpreise, fast die Hälfte sogar für Preise von bis zu 20 Prozent mehr. Konkret gaben 40 Prozent der Befragten an, dass mindestens eines der beiden untersuchten Trendprodukte ein bisher gekauftes Produkt ersetzen könnte. Spannend: Geschmack ist doppelt so wichtig wie der konkrete Gesundheitsnutzen. Wer zweifelt, ist hingegen vor allem von unbekannten Zutaten, überzogenen Gesundheitsversprechen, starker Verarbeitung und Social-Media-Hypes abgeschreckt.

"Protein-Joghurt, Ballaststoff-Limonade, Kreatin-Wasser - Lebensmittel mit Zusatznutzen erobern die Regale und machen klassischen Produkten Konkurrenz", betont ALEXANDER BILSING, PARTNER IM CONSUMER-SEKTOR BEI SIMON-KUCHER . "Warum noch zum Original greifen, wenn die neue Variante mehr verspricht? Wenn selbst Wasser plötzlich mehr können muss, als Durst zu löschen, wird es für klassische Lebensmittel eng."

GESCHMACK SCHLäGT GESUNDHEITSNUTZEN

Potential sieht die Kundschaft vor allem bei Produkten für Darmgesundheit und Leistungsfähigkeit (je 87 Prozent). Für mehr als die Hälfte (55 Prozent) bleiben Geschmack und Qualität aber entscheidend. Nur rund ein Viertel (23 Prozent) nennt konkreten Ernährungsnutzen als besonders wichtig bei der Produktwahl. "Die Menschen wollen mehr Protein, mehr Ballaststoffe, mehr Leistung. Aber wenn's nicht schmeckt, bleibt's im Regal", sagt JOHANNES RITTER AUS DEM CONSUMER-SEKTOR VON SIMON-KUCHER . "Auch das größte Gesundheits-Versprechen rettet kein Produkt, das beim Geschmack durchfällt. Gesundheit verkauft sich eben nicht um jeden Preis."

(mst/kjz)
Simon Kucher {http://www.life-style.at/Lifestyle/simon-kucher.com}