

Presseinformation

Bester Schutz für beste Qualität

Smoothies: Schluck für Schluck gesunder Lifestyle

Smoothies sind im Kommen. In verschiedenen Regionen der Welt haben sie bereits einen erfolgreichen Markteinstieg geschafft. International öffnen sich darüber hinaus neue Märkte. Smoothies verkaufen sich durch ihre hochwertige Produktqualität und ein frisches, dynamisches Image. Ein durchdachtes Konzept, das auf gesunde, fruchtige Zutaten konzentriert, unterstützt die Erfolgsaussicht. Die internationale Lebensmittelindustrie blickt inzwischen auch auf Verarbeitungstechnologien und Verpackungslösungen, die speziell auf die Erhaltung der Produktqualität ausgerichtet sind und in logistischer Hinsicht Vorteile bieten – die aseptische Fülltechnologie in Kombination mit der aseptischen Kartonpackung gehören dazu.

Verbraucher mögen es geschmackvoll, gesund und gleichzeitig praktisch, wenn es um die Ernährung geht. Die Aspekte „Gesundheit und Wellness“ sowie „On-the-Go-Konsum“ gehören folglich zu den Haupttreibern in der Getränkebranche und sind richtungsweisend für die Entwicklung neuer Produktkonzepte. Der Tagesablauf vieler Verbraucher ist heute schneller, aktiver und hektischer denn je. Menschen sind oft „auf dem Sprung“ von einem Termin zum nächsten. Gegessen und getrunken wird zwischendurch – nicht zu geregelten Zeiten, sondern gerade dann, wenn es in den persönlichen Tagesablauf passt. „Snacking“ hat Konjunktur.

Im Ausgleich zu diesem modernen Nomadentum entwickeln viele Menschen ein wachsendes Körperbewusstsein. „Gesundheit und Wellness“ sind Aspekte, die sich auf das Freizeitverhalten und die Auswahl von Lebensmitteln auswirken. Produktkonzepte, die Vitalität, Fitness, Lebensfreude ansprechen und aus reinen, naturbelassenen Zutaten bestehen, kommen demzufolge bei modernen Konsumenten gut an.

Smoothies treffen in dieser Hinsicht den Geschmack wie auch den Anspruch der Verbraucher. Obwohl es keine weltweit verbindliche Definition für einen „echten“ Smoothie gibt, lassen sich typische Kriterien feststellen, die gemeinhin einen Smoothie ausmachen: Sie gehören im Segment Non-Carbonated Soft Drinks (NCSD) zu den absoluten Premiumprodukten, da bei den cremigen Fruchtmixpürees ganze, hochqualitative Früchte verarbeitet werden. Smoothies haben daher einen besonders hohen Vitamingehalt. Es werden weder Zucker noch Farb-, Konservierungs- oder andere Zusatzstoffe hinzugefügt. „Smoothies sind gesund: Sie bestehen aus natürlichen, hochwertigen Zutaten und haben eine cremige Konsistenz. Im noch jungen Marktsegment der Smoothies zeigt sich, dass Produktinnovationen dann besonders positiv auf dem Markt starten, wenn sie ein ansprechendes, ganzheitliches Produktkonzept haben und die Verbraucher durch eine entsprechend positionierte Story erreichen“, sagt Norman Gierow, Marktsegmentmanager für Non-Carbonated Soft Drinks bei SIG Combibloc.

Großes Potenzial

In Großbritannien sind fruchtbasierte Smoothies bereits erfolgreich. Auch in Westeuropa und Nordamerika wächst der Markt und zahlreiche neue Produktkonzepte erweitern die Range der Kreationen. Neue Märkte für Smoothies eröffnen sich etwa in Osteuropa. Und auch Asien und Australien bieten Chancen für einen Markterfolg von Smoothies – sowohl hinsichtlich der Absatzmengen als auch der Margen für die Lebensmittelhersteller.

„Smoothies haben das Potenzial, bei einer optimalen Positionierung profitable Margen zu bringen. Gleichzeitig bergen diese hochwertigen Lebensmittel Verkaufsrisiken. Als Frischeprodukt verkauft, müssen sie in einer geschlossenen Kühlkette distribuiert und im Handel präsentiert werden. Rasche Qualitätsverluste und geschmackliche Veränderungen dieser hochsensiblen Produkte lassen sich mit einer besonders produktschonenden aseptischen Abfüllung in eine Kartonpackung deutlich minimieren“, so Gierow. Diese Fülltechnologie und die Eigenschaften der Kartonpackung sind besonders interessant in Marktregionen, in denen eine geschlossene Kühlkette schwer realisierbar ist. Verpackt in der aseptischen Kartonpackung sind die hochwertigen Smoothies sicher geschützt und können ohne Kühlung und Konservierungsstoffe platzsparend transportiert und gelagert werden. Die Qualität der gesunden Inhaltsstoffe in den Produkten bleibt erhalten. So seien Smoothies in der Kartonpackung auch im Hinblick auf die Reduzierung von Energieverbrauch und Transportkosten sowie hinsichtlich der Minimierung von CO₂-Belastungen deutlich vorteilhaft.

Die aseptische Kartonpackung besteht aus Karton, Polyethylen und Aluminium. Karton, mit 75 Prozent Hauptbestandteil des Verbundes, sichert der Verpackung in erster Linie Stabilität. Die Polyethylenschichten (21 Prozent) bilden Flüssigkeitsbarrieren. Aluminium (4 Prozent) schützt die verpackten Lebensmittel vor Licht und Sauerstoff. Durch diese Kombination wird die Qualität der Produkte bewahrt.

Mit der Entscheidung, Lebensmittel in Kartonpackungen zu kaufen, kann der Verbraucher einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten. Einer Ökobilanz des Institutes für Energie- und Umweltforschung (ifeu) zufolge haben aseptische Kartonpackungen signifikant geringere Einflüsse auf den Treibhauseffekt als Einweg-Kunststoffflaschen aus PET, deren Hauptrohstoff Erdöl ist. PET-Einwegflaschen verbrauchen etwa doppelt so viele fossile Ressourcen wie Kartonpackungen und verursachen auf ihrem gesamten Produktlebensweg bis zu drei Mal mehr schädliche Klimagase.

Der Aspekt Natürlichkeit von Smoothie und Verpackung lasse sich beispielsweise ideal an „Lohas“ vermitteln, der Zielgruppe mit einem „Lifestyle Of Health And Sustainability“. Bewusster Konsum ist eines der wichtigsten Kaufargumente für die „Lohas“. Sie verknüpfen die Auswahl von Produkten und ihren persönlichen Genuss eng mit Wertevorstellungen von Gesundheit und Nachhaltigkeit. Daher sei laut Gierow ein fruchtiger, natürlicher Smoothie in der recycelbaren, hauptsächlich aus nachwachsendem Rohstoff bestehenden Kartonpackung ideal geeignet, um speziell auch diese Zielgruppe anzusprechen.

Gezielt positioniert

Marktexperte Gierow empfiehlt: „Die Vorteile, die für die Abfüllung von Smoothies in aseptische Kartonpackungen sprechen, sind bezeichnend. Entscheidend für den Lebensmittelhersteller und den Handel ist es, diese Aspekte bei der Produktpositionierung durch ein überzeugendes Gesamtkonzept zu betonen und am Point of Sale zu präsentieren.“

Smoothies in aseptischen Kartonpackungen lassen insbesondere dem Handel flexible Präsentationsmöglichkeiten. Zur Unterstreichung des Charakters der Premiumqualität ist etwa auch die Präsentation der Produkte im Kühlregal durchaus möglich. Aber auch ungekühlt bleibt die hochwertige Produktqualität erhalten.

Der Blick auf die Produktneuheiten der vergangenen Monate lässt erkennen, dass sich das Spektrum im Bereich der Smoothies weitet. Smoothies werden künftig nicht mehr nur als Markenprodukte, sondern durchaus auch von Privat Labels großer Handelsketten vertrieben. Zu erwarten ist zudem, dass mehr und mehr multinationale Handelsunternehmen in das Geschäft mit Smoothies einsteigen und damit immer mehr Konsumenten erreichen. Für Lebensmittelhersteller wird es in Zukunft umso wichtiger, Smoothies mit neuen, krea-

tiven Varianten von Wettbewerbsprodukten zu differenzieren, um möglichst hohe Margen zu erzielen, die der Markt hergibt. Differenzierung ist beispielsweise durch die Entwicklung neuer Geschmacksrichtungen oder auch durch Added-Value generierbar, die etwa durch die Kombination mit „Superfrüchten“ wie Granatäpfeln, Acai oder Cranberries erzielt werden.

In der Produkterweiterung von Smoothie-Konzepten ist künftig noch Vieles denk- und realisierbar. Die Natürlichkeit eines Smoothies lässt sich etwa durch das Hinzufügen von spürbaren Fruchtstücken von Mango, Pfirsich oder Ananas noch hervorheben. Darin sieht Norman Gierow eine große Chance, den Verbraucher „Natürlichkeit“ und „reine Naturbelassenheit“ erleben zu lassen: „Die flexible Fülltechnologie von SIG Combibloc macht den Weg frei für derartige Produktkonzepte, die Getränke mit Stückchen zu einem unvergleichlichen Ganzen kombinieren: Egal ob Frucht- oder Gemüsestückchen oder Cerealien. Diese spürbaren Powerpakete tragen zu einer ausgewogenen Ernährung bei und schaffen neue, äußerst gesunde Geschmackserlebnisse.“

Foto – J. García Carrión:

J. García Carrión bietet Smoothies in der handlichen aseptischen Kartonpackung combifit *Mini* 200 und 250 ml an.

Foto: SIG Combibloc

Foto – Strawberry:

Smoothies sind im Kommen. In verschiedenen Regionen der Welt haben sie bereits einen erfolgreichen Markteinstieg geschafft. International öffnen sich darüber hinaus neue Märkte. Smoothies verkaufen sich durch ihre hochwertige Produktqualität und ein frisches, dynamisches Image.

Foto: SIG Combibloc

Foto – Norman Gierow:

Norman Gierow, Marktsegmentmanager für Non-Carbonated Soft Drinks bei SIG Combibloc.

Foto: SIG Combibloc

SIG Combibloc ist einer der weltweit führenden Systemhersteller von Kartonpackungen und Füllmaschinen für Getränke und Lebensmittel und erzielte 2008 mit rund 4.100 Mitarbeitern in 40 Ländern einen Umsatz von 1.249 Millionen Euro. SIG Combibloc ist Teil der neuseeländischen Rank Group.

Ihr Kontakt:

Heike Thevis – Pressereferentin

SIG Combibloc GmbH

Rurstraße 58, D-52441 Linnich, Deutschland

Tel.: +49 2462 79 2608

Fax: +49 2462 79 17 2608

E-Mail: heike.thevis@sig.biz