



© Panthermedia.net/Alex Brylov

Die hohe Informationsdichte im digitalen Zeitalter beschleunigt auch die Umsetzung von Ernährungstrends.

Trends 2017

Produkte

Produkte mit (gesund-heitlichem) Zusatznutzen, Ethno-Food, Clean Label, „Free-from-Produkte“ sowie Superfoods stehen bei den Mitgliedsunternehmen 2017 auf dem Zettel.

Trendsetter

Foodblogger, YouTuber und Bewertungsportale werden die Trends in Zukunft bestimmen – davon gehen satte 81% der Mitglieder des Wissensforums Backwaren e.V. aus.

Ernährungstrends

Das deutsche Wissensforum Backwaren e.V. hat sich intern nach zukünftigen Schwerpunkten umgehört.

BERLIN. „Gemäß Definition ist ein Trend ein Wandlungsprozess, und in der schnelllebigen Zeit von heute spielen Trends eine immer größere Rolle in allen Lebensbereichen“, erläutert Ina Müller, Mitglied des deutschen Backwaren-Forums. Sie folgert: „Wer nichts ändert, bleibt auf der Stelle stehen und verliert den Anschluss. Um erfolgreich am Markt agieren zu können, ist

es unverzichtbar, Trends in unser Sortiment einfließen zu lassen.“

Besonders die digitalen Medien werden das (Ess-)Verhalten der jungen Generation beeinflussen – und verändern: „Foodblogger, YouTuber und Bewertungsportale werden die Trends in Zukunft bestimmen“, ist Müller überzeugt. Sie steht mit ihrer Meinung nicht allein: 81% der Kollegen, die an einer aktuellen

Umfrage (unter 48 Mitgliedern des Wissensforum Backwaren, die 90% des Markts abdecken) teilgenommen haben, sehen Medien als Trendsetter.

Trends werden wichtiger

„Man wird langfristig bei einer aufgeklärten Kundschaft nicht ums Einbeziehen aktueller Ernährungstrends herumkommen. Der eigene Anspruch sowie die

hohe Informationsdichte erfordern die Auseinandersetzung damit“, fasst Gerrit Rosch, Geschäftsführer der Dawn Foods Germany GmbH und Vorstandsmitglied des Wissensforums Backwaren, die Haltung der Mitglieder zusammen. Er ergänzt: „Vegan wird an Wichtigkeit noch zunehmen. Bei der Glutenfreiheit bleibt abzuwarten, ob sich der Trend aus Skandinavien und Großbritannien auf Zentraleuropa überträgt.“

Darüber hinaus stünden sämtliche Themen, die sich auf Reduzierung, Streichung und Minimierung von Allergenen beziehen, auf der Agenda. Mehr als 80% der Befragten stufen die vegane Bewegung als wichtig bis sehr wichtig ein. (nov)

Zisch mit Egger-Kampagne gestartet

Lisa Hauser und Dominik Landertinger als Markenbotschafter.

UNTERRADLBERG. Die Privatbrauerei Egger agiert als Kopfsponsor von Dominik Landertinger (28) und der erfolgreichsten heimischen Sportlerin im Biathlon, Lisa Hauser (23). Beide Athleten sind die rot-weiß-roten Aushängeschilder für die Heim-WM 2017 in Hochfilzen. Hauser und Landertinger sind auch die Markenbotschafter der Egger Zisch Fan-Kampagne inklusive

attraktivem Gewinnspiel von Anfang Jänner bis Mitte Februar.

Zischfrisch zur Biathlon-WM

Nach dem Motto „Zisch mit Egger Zisch zur Biathlon WM nach Hochfilzen!“ geben Spiel-freudige auf www.egger-bier.at/gewinnspiel die Chargennummer der Egger Zisch-Dose oder -Flasche ein – mit kurzer

Begründung, warum man einen der Hauptpreise verdient hat. Diese wären 3 x 2 VIP-Packages zur Biathlon WM in Hochfilzen plus Übernachtung im Hotel Post in St. Johann in Tirol samt Egger Bier-Fanartikel. Das Gewinnspiel wird bundesweit (Ö3 und RMS) in 20-sekündigen Hörfunk-Spots sowie einer umfangreichen Online-Kampagne angepriesen. (red)



Lisa Hauser zischt sich Egger-Zisch.