

# Süßstoffe hoch im Kurs

Die Hälfte der Verbraucher im D-A-CH-Raum greift täglich zu Zero- und Lightprodukten – nicht zuletzt wegen der Kalorien.



© Panthermedia.net/Seklo\_KFD

KÖLN. Im Rahmen der Studie „That's light“ (im Auftrag des deutschen Süßstoff-Verbands), mit jeweils 1.000 Personen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, wurde ermittelt, was die Konsumenten zu Produkten mit Süßstoffen anstelle von Zucker greifen lässt. Herausgekommen ist dabei laut dem Auftraggeber unter anderem, dass Light- und Zero-Produkte ganz gezielt ausgewählt und nicht etwa als notdürftige Alternative wahrgenommen werden.

Am Beispiel von Cola-Getränken: So bevorzugen 60 Prozent der österreichischen Cola-Light-Trinker (D: 62%, CH: 69%) andere kalorienfreie Getränke, wenn ihr Wunschgetränk nicht verfügbar ist. Die Befragten unterscheiden demnach zwischen den Kategorien.

## Kalorien und Karies

Verbraucher schätzen laut Studie vor allem die Vorteile der kalorienfreien Süße: Weniger Kalorien sind in der gesamten

D-A-CH-Region ein entscheidendes Kaufargument für Light- und Zero-Produkte (D: 66%, A: 59%, CH: 65%). Rund die Hälfte der befragten Personen, die ihr Gewicht aktuell reduzieren wollen, greifen aus genau diesem Grund zu Lightprodukten. Für 58 Prozent der Österreicher (D: 56%, CH: 48%) ist außerdem die Zahngesundheit ein zentrales Kaufargument.

Die vollständige Ergebnisse der Studie: [suessstoff-verband.info/thats-light](http://suessstoff-verband.info/thats-light). (red)

## NACHHALTIG

### shöpping setzt auf Refurbished-Ware

WIEN. Der österreichische Onlinemarktplatz shöpping erweitert sein Sortiment um die Kategorie der „Refurbished“-Produkte – Second-Hand-Elektronikware, die generalsaniert wurde und üblicherweise deutlich weniger kostet als im Neukauf.

„Nachhaltigkeit ist Teil der DNA von shöpping. Darauf beruht auch unser Grundkonzept aus heimischen Händlern, kurzen Wegen und der CO<sub>2</sub>-neutralen Zustellung durch die Österreichische Post. Mit Refurbished-Produkten gehen wir den nächsten Schritt und können den Warenkreislauf nun auch in unserem Sortiment abbilden“, kommentiert Robert Hadzetovic, Geschäftsführer von shöpping (Bild).

## Bäume für Bestellungen

Seit wenigen Tagen auf der Website gelistet, soll das Sortiment, das auf Smartphones, Laptops, Tablets und Smartwatches fokussiert, in den nächsten Wochen beständig erweitert werden.

Um die Refurbished-Produkte auch nachhaltig auf shöpping willkommen zu heißen, pflanzt shöpping (im Rahmen des Tree-Nation-Projekts „Plant to Stop Poverty“) für die ersten 10.000 Bestellungen 10.000 Bäume in Tansania. (red)



© Robin Conrath/Andreas Leipsi

## Zwei Neumieter für The Mall

Costa Coffee und Swarovski bezogen Wiener EKZ.

WIEN. „Wien Mitte – The Mall“, Wiens größtes innerstädtisches Einkaufszentrum, begrüßt pünktlich zum Auftakt des Weihnachtsgeschäfts zwei neue Mieter unter seinem Dach: Im Erdgeschoß findet sich seit kurzem eine 90 m<sup>2</sup> große Filiale von Costa Coffee (Bild) – die international stark vertretene und auch im heimischen LEH mit Kapseln vertretene Kaffeemarke

hatte erst im März ihren ersten Österreich-Standort am Wiener Flughafen eröffnet.

Auf selber Ebene, identer Flächengröße und nur wenige Meter entfernt, öffnete außerdem ein Swarovski Store seine Pforten – das Sortiment des Tiroler Schmuckherstellers umfasst neben edlen Kristallen u.a. Damenuhren, Taschen, Schlüsselanhänger und Kristallfiguren. (red)



© Martina Berger