

Nr. 2 / Februar 2021, Köln
#prosweetscologne

Innovationskraft für einen polarisierenden Markt: Neue Süßwaren und Snacks punkten mit Geschmack, Textur und Natürlichkeit

ProSweets Cologne 2022 findet im hybriden Format statt

Die Süßwarenbranche ist immer für eine Überraschung gut. Das zeigt sich normalerweise auch immer zur ProSweets Cologne und zur parallel stattfindenden ISM, die in diesem Jahr leider pandemiebedingt aussetzen mussten. Die Zulieferermesse für Süßwaren und Snacks nutzt dennoch die Gelegenheit, um die neuesten Entwicklungen und Trends im Angebotssegment „Raw materials and ingredients“ vorzustellen. Auch die Planungen für die kommende ProSweets Cologne (30.01. bis 02.02.2022) sind in vollem Gang. Aussteller können dabei noch bis zum 30. April 2021 die Vorteile der Frühbucheraktion nutzen. Darüber hinaus wird die Zulieferermesse für Süßwaren und Snacks auf ein hybrides Format setzen und mit der ProSweets@home eine digitale Plattform in Ergänzung zur physischen Messe anbieten, die neben Showrooms, Live & On Demand Streaming auch die Möglichkeit der Vernetzung und digitaler Meetings bietet. Auch hier wird das Thema Ingredients eingebunden werden.

In diesem Jahr bieten die Ingredients-Spezialisten neben innovativen Produktkonzepten auch exakt abgestimmte und ausgereifte Lösungen, die Süßwaren- und Snackhersteller neue Verarbeitungsmöglichkeiten und innovative Texturen ermöglichen. Gesundes Snacken und Genuss, an diesen beiden Trends kommen die Süßwarenhersteller auch im Jahr 2021 nicht vorbei. Doch das alleine reicht nicht mehr. Natürlichkeit und Nachhaltigkeit werden auch bei Süßwaren immer kaufentscheidender. Innovationen und die richtige Markenpositionierung spielen eine zentrale Rolle auf einem Markt, der immer mehr polarisiert. Die Produktentwickler der Branche sind an vielen Fronten gefordert und reagieren mit unerwarteten Aromenmischungen, spannenden Texturen und ungewöhnlichen Farbkompositionen - denn Süßwaren und Snacks, die "auf den ersten Biss" Geschmack abseits der Konvention bieten, werden immer populärer.

Das Knusperplus für Süßes und Herzhaftes

Sieben von zehn Verbrauchern weltweit sind der Meinung, dass es die Textur ist, die beim Verzehr ein interessantes Erlebnis bieten muss. Zu diesem Schluss kommen die Marktforscher von Innova Market Insights, die in "Tapping in Texture" einen der wichtigsten Trends am Markt sehen. Dies zeigt sich vor allem bei den jüngeren Verbrauchern. 56 Prozent der 26- bis 35-Jährigen geben an, dass ihnen die Textur mehr am Herzen liegt, als der Blick auf die Liste mit den Inhaltsstoffen. Eine Aussage, die Vergleich dazu nur 37 Prozent der über 55-Jährigen treffen.



ProSweets Cologne
30.01. - 02.02.2022
www.prowsweets-cologne.de

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Peggy Krause

Telefon

+49 221 821-2076

Telefax

+49 221 821-3544

E-Mail

p.krause@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
Postfach 21 07 60
50532 Köln
Deutschland
Telefon +49 221 821-0
Telefax +49 221 821-2574
info@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Oliver Frese

Herbert Marnier

Vorsitzende des Aufsichtsrats:
Oberbürgermeisterin Henriette
Reker

Sitz der Gesellschaft und
Gerichtsstand: Köln
Amtsgericht Köln, HRB 952

Kaum eine Produktinnovation kommt heute ohne Crunch-Faktor aus. Gleichzeitig ist der Trend zu mehr Natürlichkeit ungebrochen. Auf der Suche nach neuen Süßwaren und Snacks kombinieren Süßwarenhersteller die beiden Food-Trends: Während knackige Nüsse oder Mandeln zusätzlich essenzielle Fettsäuren und Proteine in die Textur einbringen, enthalten getrocknete Acerolakirschen oder Cranberries viel Vitamin C und Ballaststoffe, die mit ihrer zähen Konsistenz ein längeres Kauen ermöglichen. Kleine Cerealien-Bällchen mit oder ohne Schokolade, gehackte Kekse oder Chips sorgen als Toss-Ins für zusätzliche Knusprigkeit.

Seite

2/4

Leuchtende Farbkraft aus der Natur

Darüber hinaus suchen Konsumenten nach fruchtigen und erfrischend anderen Geschmackserlebnissen. Die Aussteller der ProSweets Cologne unterstützen diesen Trend mit natürlichen Aromen und Farben, Frucht- und Gemüsekonzentraten sowie Süßungssystemen mit weniger Zucker. Die Herausforderung dabei: Alle Ingredients müssen zur Produktpositionierung passen und auf das multisensorische Gesamtkonzept abgestimmt sein - vom Aussehen über den Geschmack bis zum Mundgefühl. Das beginnt bereits bei der richtigen Farbauswahl, denn sie ist essenziell für den Erfolg am Point of Sale. Leistungsstarke Farblösungen, die gänzlich dem Clean Label-Prinzip folgen, sind hier ein besonders wirksames Verkaufsargument.

Ingredients-Experten wie Döhler bieten eine große Auswahl an färbenden Konzentraten aus Früchten, Gemüse und Pflanzen - darunter mit Schwarz auch einen neuen Trend-Farbtönen. Er weckt im Süßwarenssegment Assoziationen zu Begriffen wie festlich oder luxuriös und ersetzt den Farbstoff Pflanzenkohle (E 153). Grundlage sind rot-violette Pigmente aus der Familie der Anthocyane, die aufgrund ihrer hohen Konzentration schwarz erscheinen. Produktentwickler, die ihre Fruchtgummis, Dragees oder Weich- und Hartkaramellen reibungslos auf färbende Lebensmittel umstellen wollen, finden hier eine nahezu endlose Auswahl an Variationen von Gelb, Rot, Pink, Purpur und Blau. Das EXBERRY-Portfolio von GNT umfasst beispielsweise eine Palette von mehr als 400 verschiedenen Farbtönen und ist in flüssiger oder pulverisierter Form, als öldispersierbare Lösung oder mikronisiertes Pulver erhältlich. Gleichzeitig eignen sie sich für vegetarische, vegane, koschere und halal Süßwaren.

Inspiration für neue Produktideen

Wo gibt es für Süßwaren und Snackhersteller noch Potenziale für Wachstum? Bestes Beispiel dafür sind die vegetarischen und veganen Süßwaren, die in den Supermarktregalen weltweit keine Seltenheit mehr sind. Mit einer Vielzahl von Texturgebern auf Basis pflanzlicher Alternativen sorgen die Ingredients-Spezialisten für optimale Kaeigenschaften und eine maßgeschneiderte Konsistenz von Geleeartikeln und Toffees.

Nicht nur die Hersteller von Fruchtgummi passen ihre Rezepturen an. „Die nächste Generation von Konsumenten sucht nach Erlebnissen, die schmackhaft, gut für sie und gut für den Planeten sind. Wir wollen die Industrie bei dieser pflanzenbasierten Revolution begleiten“, kommentierte Pablo Perversi, Chief Innovation, Sustainability and Quality Officer und Leiter des Bereichs Gourmet bei Barry Callebaut, die aktuellen Ernährungstrends. Zwei Jahre hat ein F&E-Team des in Zürich ansässigen

Unternehmens benötigt, um die neue milchfreie "M_lk Chocolate" zu entwickeln - eine vegane Spezialität mit dem typischen Geschmack und der Beschaffenheit von Milkschokolade.

Seite

3/4

Die Süßwarenbranche im Wandel

Wie sieht die süße Zukunft aus? Stelle ich den Genuss oder stelle ich den gesundheitlichen Nutzen in den Vordergrund? Fest steht, der Wandel in der Branche bietet Chancen zur Positionierung am Markt und bringt neue Produkte hervor. Dies spiegelt sich auch deutlich in den Produkten des jüngst vorgestellten digitalen New Product Showcase (<https://newproducts.ism-cologne.de>) der ISM wider. Als Folge der anhaltenden Diskussion um den Nutri-Score werden reformulierte Rezepturen mit weniger Salz, Fett oder Zucker und höheren Ballaststoffgehalten sowie gesundheitsfördernden Inhaltsstoffen wie Nüsse, Samen oder Probiotika sowie pflanzenbasierten und nachhaltigen Rohstoffen die Entwicklungen beeinflussen. Die Herausforderung ist dabei immer die gleiche: jede Reformulierung muss aus technologischer Sicht machbar sein, ohne dass Geschmack, Textur oder Optik leiden. Die Ingredients-Experten halten in jedem Fall praxistaugliche Lösungen bereit, um die Süßwaren- und Snackindustrie dabei zu unterstützen, Rezepturen umzustellen und neue Rohstoffe einzusetzen.

Koelnmesse - Global Competence in Food and FoodTec:

Die Koelnmesse ist international führend in der Durchführung von Ernährungsmessen und Veranstaltungen zur Verarbeitung von Nahrungsmitteln und Getränken. Messen wie die Anuga, die ISM und die Anuga FoodTec sind als weltweite Leitmesse etabliert. Die Koelnmesse veranstaltet nicht nur in Köln, sondern auch in weiteren Wachstumsmärkten rund um die Welt, z. B. in Brasilien, China, Indien, Italien, Japan, Kolumbien, Thailand und den Vereinigten Arabischen Emiraten Food- und FoodTec-Messen mit unterschiedlichen Schwerpunkten und Inhalten. Mit diesen globalen Aktivitäten bietet die Koelnmesse ihren Kunden maßgeschneiderte Events in unterschiedlichen Märkten, die ein nachhaltiges und internationales Business garantieren.

Weitere Infos: <http://www.global-competence.net/food/>

Die nächsten Veranstaltungen:

Wine & Gourmet Japan - Internationale Fachmesse und Konferenz für Wein, Bier, Spirituosen, Gourmet Lebensmittel und Bar, Tokio 21.04. - 23.04.2021

ANUFOOD China - Führende Fachmesse für Lebensmittel und Getränke für die Region Süd-China, Shenzhen 21.04. - 23.04.2021

Alimentec - International food, beverage and hospitality trade fair, Bogotá 08.06. - 11.06.2021

Anmerkung für die Redaktion:

Fotomaterial der ProSweets Cologne finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter www.prosweets-cologne.de im Bereich „News“ oder unter www.prosweets-cologne.de/Bilddatenbank

Presseinformationen finden Sie unter www.prosweets-cologne.de/Presseinformation

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

Seite
4/4

ProSweets im Social Web:

<https://de.linkedin.com/showcase/pro-sweets-cologne>

<https://www.facebook.com/prosweetscologne>

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Peggy Krause

Kommunikationsmanagerin

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Deutschland

Telefon: +49 221 821-2076

Telefax: +49 221 821-3544

p.krause@koelnmesse.de

www.koelnmesse.de