

erstellt: 09.10.2017

Wie eine Idee zum Trend wird

O-Ton: Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer, Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (BVE), 10117 Berlin;
Florenca Moreno Torres, Market Analyst, Innova Market Insights, Arnheim, Niederlande

Länge: 2:39 (divers kürzbar)

Autor: Harald Schönfelder

Info: Bevor ein Trend ausgerufen wird, hat er klein angefangen, meist als Idee auf einem Markt, in einem Food Truck oder einem kleinen Café irgendwo auf der Welt. Ist er groß und mächtig, wird der Trend zum Megatrend, wie zum Beispiel "bio". Trendscouts sind auf der Suche nach neuen Ideen, die sich durch verändernde Lebensweisen ausbreiten. Die derzeitigen Trends "Ethnic Food" und "Protein" gehören dazu. Was Blutwurst in Mexiko macht und ob Proteine das nächste "bio" sind, darum dreht sich der Beitrag.

Anmoderation: Trends haben manchmal eine kurze Lebenszeit, manchmal lösen sie sich auch vom Begriff "Trend" und setzen zum Sprung in die Normalität an. Was trendet denn gerade und wie gehen die Lebensmittelhersteller damit um? Das hat unser Messereporter auf der Anuga, der internationalen Leitmesse für Lebensmittel in der Koelnmesse, erkundet.

Beitragstext: O-Ton

Einen Megatrend nennt Christoph Minhoff, der Geschäftsführer der Bundesvereinigung der Lebensmittelhersteller, den Bereich bio. Er ist inzwischen fest verankert im Käufer. Die Trends "Superfood" und "Protein" suchen noch ihren Weg. Wer setzt so einen Trend eigentlich?

O-Ton

Diese Trends der Trendsetter werden dann in Produkte umgesetzt. Und wenn so ein Trend Glück hat, dann wird er das neue "normal". Bio ist auf dem Weg dahin, sagt Florenca Moreno Torres, Analystin, der niederländischen Beratungsfirma Innova Market Insights. Und was neue Trends angeht, lernen die Großen der Branche von den Kleinen.

O-Ton

Die Großen versuchen also, die Ideen der Kleinen im großen Stil rauszubringen. Die Craft-Biere der großen Konzerne sind ein ganz gutes Beispiel. Dabei können Trends auch weltweit wirken. Der Drang zum ausländischen Essen sorgt dafür, dass Florenca Moreno Torres hierzulande ihr heimisches mexikanisches Essen im Supermarkt findet, während in Mexiko Blutwurst als "Ethnic Food" angesagt ist.

O-Ton

Welche Trends nun eine begrenzte Halbwertszeit haben werden, ist meist schwer vorherzusagen. Die Branche arbeitet jedenfalls dran, zur Zeit stehen die Proteine ganz gut da. Seit 2014 wächst der Markt der pflanzlichen Proteine weltweit kräftig, sagt Innova. Das beobachtet auch Christoph Minhoff. Er sieht verschiedene Entwicklungen am Werk.

O-Ton

Harald Schönfelder, Redaktion ... Köln

zum Beitrag gehörende mp3-Dateien:

vertont: Anuga_17_Wie_wird_ein_Trend_BTR.mp3

nur O-Töne: Anuga_17_Wie_wird_ein_Trend_BTR_unvertont.mp3