

Dr. Silke WARTENBERG, Bonn

Am Puls der aktuellen Konsumtrends

➤ Rückschau auf DEN Kongress der Eiscremebranche

Ein breites Themenspektrum beschäftigte die Eiscremebranche Ende letzten Jahres auf der Inter-Ice, dem Kongress der ZDS-Zentralfachschule der Deutschen Süßwarenwirtschaft in Solingen. Die Inhalte der Veranstaltung reichten von Märkten und Trends über Lebensmittelsicherheit und -verarbeitung bis hin zu Ernährungs- und Nachhaltigkeitsaspekten. Den aktuellen Konsumtrends entsprechend standen natürliche Farbstoffe, kalorienreduzierte, proteinreiche oder nährstoffangereicherte Eissorten im Fokus.

„Eiscreme ist auf verschiedene Art ein Functional Food. Es besticht durch seine Konsistenz, seinen Geschmack und seine schmelzende Flüchtigkeit“, erklärte Ernährungssoziologin Dr. Daniel Kofahl, Leiter des Büros für Agrarpolitik und Ernährungskultur APEK in Witzenhausen. Eiscreme besitzt eine Erinnerungsfunktion. Es erinnert einzelne Menschen an ihre ganz persönlichen Geschichten: an das erste Eis, ein gemeinsames Eisessen mit geliebten Menschen, an besondere Erlebnisse des Eisessens. In früheren Jahrhunderten war es ein Luxus- und Prestigeprodukt. Es war eine

Speise der Aristokratie und der Oberschicht. Heute gehören Premium-Eiscreme (siehe „Häagen-Dazs“ als Beispiel) oder exotische Eissorten zur kulinarischen Avantgarde. Verschiedene Gruppen der Gesellschaft lieben unterschiedliche Arten von Eis: „Sag mir, welches Eis du isst, und ich sag dir, wer du bist“, so der Wissenschaftler. Aber Eiscreme besitzt auch eine Vergemeinschaftungsfunktion. Es verbindet den einzelnen Menschen mit anderen Menschen, es verbindet unterschiedliche Kulturen und unterschiedliche

Zeitepochen miteinander. „Zusammen Eisessen“ ist ein unverfängliche

Möglichkeit auf angenehme, geschmackvolle und sinnliche Weise miteinander Zeit zu verbringen und etwas zusammen zu tun.

Intelligente Etiketten für sichere Kühlketten

Marie Shrestha vom Technologie-Transfer-Zentrum Bremerhaven (ttz) berichtete über Intelligente Etiketten für qualitativ hochwertige Eiscreme, sogenannte Smart labels. Um eine sichere Kühlkette für tiefgekühlte Produkte sicherstellen und beurteilen zu können, entwickelte das ttz in seinem Projekt „IQ-Freshlabel“ zwei Etiketten, die die Temperatur gefrorener Produkte sowie den Sauerstoffgehalt frisch gekühlter, in Schutzatmosphäre verpackter Lebensmitteln prüfen.

Mit einem Farbsystem können Hersteller, Logistiker, Händler und Verkäufer so die Einhaltung der Kühlvorschriften überwachen. Eine fehlerhafte Handhabung von Lebensmitteln bei deren Transport, Lagerung und später im Haushalt führt zu Qualitätsminderungen und kann gesundheitliche Risiken erzeugen. Mehr Verderb führt zudem zu Lebensmittelverschwendung, was vermieden werden soll, so die Wissenschaftlerin.



Zum Start des Saisongeschäfts 2016 setzt Häagen-Dazs mit seiner Produktneuheit „Honey Walnut & Cream“ auf den Trend „Natürlichkeit“ in Premiumqualität: sahnige Eiscreme wird von feiner Honigsauce durchzogen und mit knackigen, karamellisierten Walnuss-Stückchen verfeinert (Foto: Häagen-Dazs)

Mit der Einführung von Honey Walnut & Cream treibt die Marke dieses seit über 50 Jahren bestehende Segment „Eiscreme in Premium-Qualität“ weiter. Die Entwicklung der neuen Eissorte knüpft an den Trend Natürlichkeit an. Für maximale Aufmerksamkeit plant Häagen-Dazs, den Launch durch eine nationale TV-Kampagne zu unterstützen, die in den Sommermonaten den Fokus auf die Neuheit setzt. Aktivierende POS-Materialien wie Truhenbrücke, Plakat oder Freezer-Sticker sollen die Visibilität im Markt erhöhen und forcieren Impulskäufe forcieren. Häagen-Dazs Honey Walnut & Cream ist seit März 2016 im 500-ml-Pint für 5,99 € (UVP) im Lebensmittel Einzelhandel erhältlich, darüber hinaus auch im Foodservice sowie den Häagen-Dazs-Shops.

Zeit-Temperatur-Indikatoren (TTI) können an dieser Stelle Abhilfe schaffen. Die Etiketten werden bereits für Fisch und Geflügel erfolgreich eingesetzt. Sie können für weitere Produkte, auch Eiscreme, entwickelt werden. Wenn man weiß, wie das Produkt bei Temperaturanstieg reagiert – zum Beispiel mit zunehmender Fettoxidation oder steigender Keimzahl –, kann man die Haltbarkeit bestimmen. Die Labelhersteller wiederum wissen, wie sich die Etiketten bei Temperaturveränderungen verhalten. Nun suchen die Etikettenhersteller nach der besten Korrelation von der Reaktion des Labels und des Produktes.

Temperaturschwankungen begünstigen das Wachstum der Eiskristalle

Dr. Dana Middendorf vom Deutschen Institut für Lebensmitteltechnik DIL berichtete, dass die Qualität von Speiseeis maßgeblich von der Größe der Eiskristalle in der Matrix bestimmt wird und ein wichtiges qualitätsrelevantes Merkmal darstellt. Temperaturschwankungen bei Transport und Lagerung begünstigen das Wachstum der Eiskristalle, sodass sich die Produkteigenschaften nachteilig verändern.

Es gibt zwei wesentliche Möglichkeiten, das Eiskristallwachstum in Speiseeis nach der Härtung zu beeinflussen: Mikrogelnetzwerke aus Stabilisatoren und eisstrukturierende Proteine. Die Wissenschaftlerin gab Einblicke in die Wirksamkeit verschiedener Stabilisatoren wie Johannesbrotkernmehl, Guarkernmehl, Xanthan, Cassia Gum und Pektin sowie eisstrukturierender Proteine bezüglich einer Reduzierung des Eiskristallwachstums. Um die Fähigkeit zur Bildung von Mikrogelnetzwerken, die den Wassertransport und somit das Eiskristallwachstum eindämmen, zu beurteilen, wurde am DIL zunächst eine Charakterisierung von Hydrokolloidnetzwerken mittels Rasterelektronenmikroskopie vorgenommen. Über eine Stereologische Bildanalyse konnte anschließend die Homogenität sowie die Engmaschigkeit des Netzwerkes über die Größe der spezifischen Grenzfläche beurteilt werden. Hierbei erwies sich Guarkernmehl als besonders positiv, aber auch Xanthan und Cassia Gum zeigten vergleichsweise engmaschige und homogene Netzwerke. Im Falle des Pektins wurden die Eigenschaften durch einen Zusatz von Calcium und Saccharose erwartungsgemäß deutlich verbessert.

Durch oszillationsrheologische Untersuchungen wurde des Weiteren die Stabilität des Netzwerkes charakterisiert und mit den Ergebnissen der Rasterelektronenmikroskopie verglichen. Es zeigte sich, dass insbesondere Guarkernmehl und Xanthan eine hohe Netzwerkstabilität aufweisen. Neben den Eigenschaften der Hydrokolloidnetzwerke wurde auch die Wirksamkeit eisstrukturierender Proteine zur Verhinderung des Eiskristallwachstums untersucht. Dazu wurde zunächst eine Methode entwickelt, das Eiskristallwachstum lichtmikroskopisch zu verfolgen und mittels einer Bildauswertung zu quantifizieren. Anschließend wurde dann die Wirksamkeit eines kommerziell erhältlichen Proteins aus arktischem Fisch mit am DIL e.V. isolierten Pflanzenproteinen verglichen. Es zeigte sich, dass auch die Pflanzenproteine das Potential besitzen, das Eiskristallwachstum zu verhindern bzw. einzudämmen. Um die eisstrukturierende Wirkung weiter zu verbessern, ist eine Aufreinigung der Extrakte erforderlich, welche zurzeit vorgenommen wird.

Frozen Yoghurt wächst in der Nische

Frozen Yoghurt zählt zu den großen Food-Trends der vergangenen Jahre und ist in vielen Ländern Amerikas und Asiens schon einige Jahre eine Alternative zu klassischer Eiscreme, auch im Einzelhandel, betonte Timur Lauer von fresh five premium food. Aufgrund seines geringeren Fett und Kaloriengehaltes wird es als gesunde Alternative zu Eiscreme angesehen. Ursprünglich kommt der Trend aus den USA.

Unter dem Namen „Frogurt“ wurde Frozen Yoghurt in New-England in den 1970er-Jahren erstmals angeboten. Neben Supermärkten sind es vor allem Ketten wie Pinkberry und Red-Mango, die das Produkt in Frozen



Demeter Frozen Yoghurt: Schroztberger am Stiel „Himbeere“, Frozen Yoghurt Natur 500 ml und Frozen Yoghurt Mango-Maracuja 500 ml (Foto: fresh five premiumfood GmbH)

Yoghurt Stores anbieten. In Deutschland wird das Produkt seit 2010 vor allem in den Großstädten angeboten. Derzeit gibt es hierzulande bereits mehr als 50 Frozen Yoghurt Stores, die als private Unternehmung oder als Franchise geführt werden. Zunehmen werden Frozen Yoghurt Produkte in Supermärkten lanciert.

Demeter Frozen Yoghurt (siehe Foto) ist seit 2011 im Biofachhandel in Deutschland und Frankreich erhältlich. Seit der Anuga 2013 wird das Produkt kissyo in beiden Ländern im Lebensmitteleinzelhandel vertrieben. Inzwischen teilen sich den Markt zahlreiche Molkereien und Handelsmarken.

Nach den geringen Aktivitäten in den vergangenen Jahren haben sich die Neueinführungen im Bereich Frozen Yoghurt in Deutschland von fünf Prozent im Jahr 2013 auf zehn Prozent im ersten Halbjahr 2014 verdoppelt, erklärte Lauer. Somit ist Deutschland das führende Land bei neuen Produkteinführungen in Europa gefolgt von Großbritannien, Spanien und Finnland. In Europa besonders beliebt sind die Geschmacksrichtungen Erdbeere, Vanille, Himbeere und Schokolade. ▲