

Pressenotiz

Holzminden, 24. Mai 2022

Symrise identifiziert mit Metastudie Trendscope™ aktuelle Verbrauchertrends bei Lebensmitteln und Getränken

- Kombination aus qualitativen und quantitativen Analysemethoden
- Wichtige Basis für Entwicklung verbraucherorientierter Geschmackslösungen
- Natürliche, gesunde und klimafreundliche Produkte bei Verbrauchern besonders gefragt

Natürlichkeit, Gesundheit und Klimafreundlichkeit spielen in Lebensmitteln und Getränken eine immer wichtigere Rolle. Auch Premium-Angebote gewinnen zunehmend an Bedeutung. Diese Ergebnisse hat die aktuelle Version der Metastudie Trendscope™ hervorgebracht, die Symrise regelmäßig durchführt. Damit liefert der Holzmindener Konzern einen Überblick über aktuelle und künftige Entwicklungen bei Lebensmitteln und Getränken. Die Studie vereint qualitative sowie quantitative Forschungsmethoden und bildet eine relevante Grundlage für die Entwicklung verbraucherfreundlicher Geschmacks-, Ernährungs- und Gesundheitslösungen.

Die Metastudie Trendscope™ liefert übergreifende Informationen zu Trends sowie fünf spezifische Berichte für die Kategorien Getränke, kulinarische Produkte, Milchprodukte, Snacks und Süßwaren. Diese enthalten zum Beispiel Trendmanifestationen, Produktbeispiele sowie aufkommende Geschmacksrichtungen und Zutaten.

„Mit Trendscope™ können wir das Verbraucherverhalten fortlaufend beobachten und aktuelle Trends untersuchen.“ sagt Leif Jago, Global Marketing Manager Food & Beverages bei Symrise. „Das halten wir für sehr wichtig, da sich die Anforderungen von Verbrauchern an Lebensmittel und Getränke im Lauf der Zeit ändern.“

Verschiedene Analysemethoden verknüpft

Trendscope™ basiert auf einer Kombination aus verschiedenen Analysemethoden. Der qualitative Teil umfasst eine Metaanalyse von Verbraucherberichten, die Analyse von Start-ups und das Beobachten der Sozialen Medien. Der quantitative Teil besteht aus einer Metaanalyse von vorhandenen Studien und Marktberichten sowie Erhebungen zu Verhalten und Denkweisen von Verbrauchern. Hinzu kommt eine einzigartige Betrachtung urbaner Hotspots auf der ganzen Welt. Dabei handelt es sich um 24 Interviews an zwölf Orten mit ausgewählten Vorreitern wie Food-Bloggern, Journalisten und Trendscouts.

Die Kombination der Analysemethoden macht es möglich, Trends genau zu entschlüsseln und zu validieren. Zudem verbindet die Erhebung globale Reichweite mit der Möglichkeit, Trends auf regionale Besonderheiten zuzuschneiden. Auf dieser Grundlage kann Symrise Geschmackslösungen entwickeln, die Verbraucherbedürfnissen in ihren jeweiligen Kategorien entsprechen. Das hilft wiederum Kunden, mit Lebensmitteln und Getränken auf die entschlüsselten Verbraucherwünsche zu reagieren.

Zwölf Verbrauchertrends aus vier Clustern erkannt

Insgesamt hat Symrise zwölf Verbrauchertrends identifiziert, die sich in vier Cluster einteilen lassen. „Natural Goodness“ fokussiert auf die Verbraucher, die mit ihrer Ernährung einen Beitrag zum Schutz von Umwelt und Klima leisten möchten. Diese legen zunehmend Wert auf ökologische Landwirtschaft und Artenschutz. Ein weiteres Cluster heißt „Healthy Lifestyle“. Viele Verbraucher wollen heute gesund

leben und mit ihrer Ernährung die Darmgesundheit oder das Immunsystem verbessern. Gleichzeitig wünschen sie sich Produkte, die gesunde Ernährung mit Spaß, Genuss und Komfort verbinden.

Hinzu kommt das Cluster „Premium Indulgence“. Es beschäftigt sich mit Marken, die ethische sowie ökologische Ansprüche erfüllen. Zum anderen spielen personalisierte Angebote eine immer wichtigere Rolle. Beim Cluster „Emotional Discoveries“ geht es schließlich darum, die Auswirkungen der Pandemie zu bewältigen. Aufgrund von Corona verbringen viele Menschen mehr Lebenszeit zu Hause und möchten diese Momente aufwerten. Sie bevorzugen sowohl wohlige Aromen, die Sicherheit vermitteln, als auch geschmackliche Abenteuer für das innere Kind.

„Die Corona-Pandemie hat die Entwicklung von Trends beschleunigt und bestehende Konsumentenbedürfnisse verstärkt“, sagt Jago. „Trendscope™ ermöglicht es uns, die veränderten Anforderungen zu verstehen und darauf zu reagieren. Zusammen mit unserer technologischen Expertise können wir so die entsprechenden Geschmacks-, Ernährungs- und Gesundheitslösungen für die Produkte unserer Kunden entwickeln.“

Über Symrise:

Symrise ist ein globaler Anbieter von Duft- und Geschmackstoffen, kosmetischen Grund- und Wirkstoffen sowie funktionalen Inhaltsstoffen. Zu den Kunden gehören Parfum-, Kosmetik-, Lebensmittel- und Getränkehersteller, die pharmazeutische Industrie sowie Produzenten von Nahrungsergänzungsmitteln und Heimtiernahrung.

Mit einem Umsatz von rund 3,8 Mrd. € im Geschäftsjahr 2021 gehört das Unternehmen zu den global führenden Anbietern. Der Konzern mit Sitz in Holzminden ist mit mehr als 100 Niederlassungen in Europa, Afrika und dem Nahen sowie Mittleren Osten, in Asien, den USA sowie in Lateinamerika vertreten.

Gemeinsam mit seinen Kunden entwickelt Symrise neue Ideen und marktfähige Konzepte für Produkte, die aus dem täglichen Leben nicht mehr wegzudenken sind. Wirtschaftlicher Erfolg und unternehmerische Verantwortung sind dabei untrennbar miteinander verbunden. Symrise – always inspiring more...

www.symrise.com

Kontakte Medien:

Bernhard Kott

Tel.: +49 55 31 90-17 21

E-Mail: bernhard.kott@symrise.com

Christina Witter

Tel.: +49 55 31 90-2182

E-Mail: christina.witter@symrise.com

Social Media:

twitter.com/symriseag

youtube.com/agsymrise

instagram.com/symriseag

instagram.com/symrise.ci

linkedin.com/company/Symrise

www.xing.com/companies/symrise

instagram.com/finefragrancelstories_bySymrise

Blog: <https://www.alwaysinspiringmore.com/>