

## Funktionelle Lebensmittel – Zukunftsmarkt?

**Funktionelle Lebensmittel sollen in Zukunft zur Reduktion von Krankheiten beitragen. Studien der Technischen Universität München und der Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel sind den Fragen nachgegangen, wie der Verbraucher die personalisierte Ernährung annimmt und welchen Herausforderungen sich die Ernährungsindustrie stellen muss.**

Funktionelle Lebensmittel haben über die letzten Jahre einen festen Platz auf der Präferenzliste der eingekauften Lebensmittel erreicht. Zu nennen wären hier ACE Getränke, die sich seit 1996 zu einer namhaften Getränkekategorie entwickelt haben und mittlerweile in 40% der Haushalte zu finden sind. Ein weiterer Lebensmittelartikel, welcher sich zu einem wahren Massenartikel etabliert hat ist der probiotische Joghurt. Im Jahr 2002 betrug dessen Anteil am Gesamtkonsum von Joghurt bereits 16,4%.

Ökonomisch gesehen ist der Markt für funktionelle Lebensmittel ein nach wie vor wachsender Markt. Vor dem Hintergrund, dass „Zivilisationskrankheiten“ wie Übergewicht, Herz- und Gefäßkrankheiten und Diabetes mellitus Typ 2 zunehmen, möchte die Lebensmittelindustrie neben der medikamentösen Therapie mit ihren Produkten zukünftig eine Antwort liefern. Künftig sollen funktionelle Lebensmittel im Rahmen einer „personalisierten Ernährung“ auf spezielle Risikogruppen abgestimmt werden und neben der Nährstoffaufnahme zu einer Reduktion bestimmter Krankheitsrisiken sowie zur Prävention von Krankheiten beitragen. Innerhalb der „personalisierten Ernährung“ wird das genetische Risikoprofil des Verbrauchers erstellt, darauf abgestimmte Ernährungsempfehlungen gegeben und spezielle funktionelle Lebensmittel empfohlen, die sich jeweils auf das bestimmte Risikoprofil beziehen.

### Verzehr funktioneller Lebensmittel zur Reduktion von Krankheitsrisiken

Auf Seiten der Verbraucher wurden in einer Studie von der Technischen Universität München im Juli 2009 die Akzeptanz und das Bedürfnis an solchen funktionellen Lebensmitteln untersucht, während auf der Unternehmerseite die bisherigen Erfahrungen und das Engagement bezüglich der Neuentwicklung funktioneller Lebensmittel analysiert wurden. Das Bedürfnis der Verbraucher funktionelle Lebensmittel zu verzehren, um das persönliche Krankheitsrisiko zu senken, ist zwar bedeutend, insbesondere bei solchen, die bereits vorhandene gesundheitliche Probleme haben bzw. ein subjektiv höheres Krankheitsrisiko aufweisen, aber grundsätzlich noch steigerungsfähig. Es müsste dafür ein stärkeres Bewusstsein für bestimmte Krankheitsrisiken geschaffen und der Stellenwert einer bewussten Ernährung als wichtiger Beitrag zur Krankheitsprävention hervorgehoben werden. Je nach Produkt könnten sich 40 bis 50 Prozent der Befragten vorstellen für die Reduktion von Krankheitsrisiken mehr Geld auszugeben.

### Zusammenarbeit mit der Wissenschaft

Die Unternehmen bewerten das Wachstum des Marktes für funktionelle Lebensmittel als groß, jedoch sehen sie in der Entwicklung, der Herstellung und der Produktkommunikation ganz besondere Herausforderungen auf die Ernährungsindustrie zukommen. Diese betreffen vor allem die Entwicklung einer geeigneten Technologie, um den Zusatz in das Lebensmittel zu integrieren, so dass dessen sensorischen Eigenschaften erhalten bleiben. Die hohen Kosten, die sich durch den Zusatz ergeben, werden zuweilen auch als problematisch angesehen.

Die größte Herausforderung ergibt sich für die Unternehmen laut der Studie jedoch innerhalb der Produktkommunikation. Sie müssen den gesundheitlichen Zusatznutzen des funktionellen Produktes glaubwürdig kommunizieren, da die Verbraucher sich meist sehr skeptisch, gegenüber neuen und exotischen Inhaltsstoffen zeigen, deren Namen oder Wirkungsweise sie nicht kennen. Aufgrund des noch hohen Forschungsbedarfs ist für viele Unternehmen der Ernährungsindustrie die Zusammenarbeit mit der Wissenschaft von großer Bedeutung. Sie erhoffen sich davon neue Erkenntnisse über die Einteilung der Verbraucher in Risikogruppen, über geeignete Zusätze, die richtigen Dosierungen der Zusätze und über Wege, die Risikogruppen anzusprechen. Die größten Einsatzmöglichkeiten für funktionelle Lebensmittel sehen die Unternehmen in der Bekämpfung der Diabetes oder Osteoporose, der Herzkrankheiten und des Übergewichtes.

# Vertrauen der Konsumenten in den Gesundheitsnutzen

Obwohl die meisten Unternehmen den funktionellen Lebensmitteln im Rahmen einer „personalisierten Ernährung“ ein hohes Marktpotenzial bescheinigen, sind beinahe alle Unternehmen sehr zurückhaltend, was Pläne zu deren Entwicklung betreffen. Die Idee wird eher als Zukunftsvision gesehen, die erst in einigen Jahren relevant werden könnte. Denn die Verbindung von Lebensmitteln mit der Krankheitsprävention hatte in der Vergangenheit nur wenig Erfolg auf dem Markt für funktionelle Lebensmittel, da bisher aus Konsumentensicht eine medizinische Sichtweise schwer mit der ganzheitlichen Betrachtung der Ernährung vereinbart werden konnte. Die Zukunft der funktionellen Lebensmittel wird dementsprechend von ihrer Wirksamkeit in Bezug auf die Risikoreduktion bei bestimmten Erkrankungen, ihre gesundheitsbezogene Sicherheit, ihre sensorische Qualität und von dem Vertrauen der Konsumenten in den Gesundheitsnutzen abhängen.

## Quellen:

1) Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel (2005): Functional Food – Forschung, Entwicklung und Verbraucherakzeptanz, 25. Wissenschaftliche Jahrestagung der AGEV 23. – 24. Mai in Giessen, Herausgeber: Kurt Gedrich, Georg Karg und Ulrich Oltersdorf, Karlsruhe.

2) Mecking, R.-A. et al. (2009): Marktpotenzial funktioneller Lebensmittel für eine personalisierte Ernährung, Consumer Affairs, Diskussionsbeitrag Nr. 09/1, Herausgeber: Prof. Dr. Jutta Roosen, Technische Universität München.

3) Bundesforschungsanstalt für Ernährung und Lebensmittel (2005): Functional Food – Forschung, Entwicklung und Verbraucherakzeptanz, 25. Wissenschaftliche Jahrestagung der AGEV 23. – 24. Mai in Giessen, Herausgeber: Kurt Gedrich, Georg Karg und Ulrich Oltersdorf, Karlsruhe.

---

## Pressemitteilung

07.09.2010

Quelle: Steinbeis-Europa-Zentrum



**STEINBEIS-  
EUROPA-  
ZENTRUM**