

Weltleitmesse für die Getränke- und Liquid-Food-Industrie
Herstellung + Abfüllung + Verpackung + Marketing
11.-15. September 2017, Messe München

World's Leading Trade Fair for the Beverage and Liquid Food Industry
Processing + Filling + Packaging + Marketing
September 11-15, 2017, Messe München, Munich, Germany

www.drinktec.com

drinktec
Go with the flow.

München, 13. Mai 2016
Presseinformation

Johannes Manger
Projekt PR Referent
Tel. +49 89 949-21482
johannes.manger@messe-muenchen.de

Die drinktec 2017 zeigt Inhaltsstoffe für jeden Bedarf Selbstoptimierung durch Superfood

Früher mussten Getränke geschmacklich überzeugen und den Durst löschen. Heute sollen sie die Gesundheit unterstützen, fit für den Arbeitsplatz oder den Sport machen, einen spirituellen Mehrwert bieten, nachhaltig produziert sein und nicht zuletzt exotisch oder aber „wie bei Oma“ schmecken. Dahinter stecken weltweite Mega-Trends, auf welche die Anbieter von Getränken, flüssigen Lebensmitteln und Milchprodukten antworten müssen. Wie diese Quadratur des Kreises mit den richtigen Rohstoffen, Zutaten und Konzepten gelingen kann, das zeigt die drinktec, die Weltleitmesse der Getränke- und Liquid-Food-Industrie, die im kommenden Jahr in München stattfindet.

Der moderne Konsument erwartet ein auf seine Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot. Rasend schnell entstehen immer neue Getränke mit immer neuen Geschmacksvarianten. Ein weites Feld für erfolgreiche Produktinnovationen. Dafür notwendig sind neben der richtigen Technologie die entsprechenden Ideen und Zutaten. Die drinktec baut deshalb den Bereich Ingredients und Inhaltsstoffe weiter aus, die Nomenklatur wurde entsprechend angepasst. Ob für Ingredients wie Farben, Aromen, Vitamine, Mineralstoffe oder auch Enzyme und Emulgatoren – die drinktec ist „the place to be“, für Anwender und Zulieferer gleichermaßen.

Inhaltsstoffe auf 11.000 Quadratmetern Fläche

Mit der Halle B1 bietet die drinktec 2017 allein 11.000 Quadratmeter Fläche für den Bereich Ingredients – Inhalts- und Zusatzstoffe, Behandlungsmittel und Rezepturen. Darin integriert ist die Special Area „New Beverage Concepts“, auf

Seite 2

der sich Hersteller von Süßungsmitteln, Farbstoffen, Geschmacks- sowie Inhaltsstoffen (Fortification) und Rezepturen präsentieren. Für diese Hersteller bietet die drinktec sogar ein eigenes „All-Inclusive-Paket“ an, das unter anderem den Standbau, diverse Serviceleistungen sowie eine prominente Vermarktung enthält.

„Wie is(s)t Deutschland 2030?“

Die Zukunftsstudie „Wie is(s)t Deutschland 2030?“ des Schweizer Nahrungsmittelkonzerns Nestlé, der auch im Fachbeirat der drinktec vertreten ist, bringt es auf den Punkt: Die Ernährung werde zunehmend zu einer Frage der Weltanschauung. Die Verbraucher wünschen sich laut Studie von Lebensmittelindustrie und Handel Produkte und Services, die den individuellen Bedürfnissen und Wertvorstellungen entsprechend zu einer nachhaltigen und gesunden Ernährung beitragen.

Superfood und grüne Smoothies – der Megatrend Gesundheit

Tatsächlich beeinflusst das Thema Gesundheit unsere Ernährung längst maßgeblich. Dahinter steht der Wunsch zur „Selbstopтимierung“ mit Nahrungsmitteln, die auf den individuellen Bedarf abgestimmt sind. Hier ist der Trend zum Superfood verankert, deren bekanntesten exotischen Vertreter sicherlich Goji-Beeren, Macha, Mate, Mandelmilch oder Kokoswasser sind. Aber Alternativen stehen schon bereit: Die Hipster in New York und Los Angeles kaufen derzeit Turmeric-Tonic, eine mit Kurkuma gewürzte Art Limonade, oder kalt extrahierten und mit Tonic Water gemischten Kaffee als neue In-Getränke.

Mit diesen Superfoods möchte der Konsument Inhaltsstoffe wie Mineralien, Spurenelemente, Vitamine, Antioxidantien oder Koffein aus natürlichen Quellen zu sich nehmen. Das erklärt auch den Erfolg der sogenannten grünen Smoothies. Diese bestehen aus gemixtem Blattgemüse und Obst und sollen mit ihrem hohen Gehalt an pflanzlichem Chlorophyll und Antioxidantien verjüngend und gesundheitsfördernd wirken. Das berichten im Internet zumindest eine bekannte Hollywoodschauspielerin und ein internationales Topmodel.

Aussteller: drinktec hat „herausragenden Stellenwert“

Ungleich „belastbarer“ bezüglich Auswahl und Einsatz von Inhalts- und Zusatzstoffen sowie Rezepturen ist aber fraglos das Expertenwissen der auf der drinktec ausstellenden Unternehmen. „Die drinktec ist für uns als Partner der Getränkeindustrie eine der wichtigsten Branchen-Plattformen und die ideale Möglichkeit, innerhalb weniger Tage Kunden und Interessenten aus aller Welt zu treffen“, erklärt *Markus Lotsch, General Manager and Vice President, WILD Flavors EMEA*. „Auf der drinktec 2017 tauschen wir uns mit dem Fachpublikum über Trends und die Ernährung der Zukunft aus und präsentieren Innovationen, die dem Markt neue Impulse geben können. Auch für *Oliver Hoffmann, Head of Group Marketing, Döhler*, hat die drinktec „einen herausragenden Stellenwert. Kompliment auch an die Messegesellschaft, denn die drinktec ist auch die am besten vermarktete Messe. Man trifft hier eine ganz breite Entscheiderfront. Inhaber und CEOs kommen mit ihrer kompletten Führungscrew. Wir behandeln keine anderen Messe mit einer derartigen Intensität und mit so großem Aufwand.“ Prokurist *Matthias Thienel, Destilla GmbH Flavours & Extracts*, lobt die „angenehme Atmosphäre“ der Special-Area „New Beverage Concepts“: „Die Verkostung unserer innovativen Getränke-Kreationen vor Ort erlaubt es uns, kundenspezifische Anpassungen vorzunehmen“.

Der Wunsch nach Natürlichkeit

Der Wunsch nach Natürlichkeit ist gleichzeitig der Auslöser des „Frei-von-Trends“, der weltweit allgegenwärtig ist. Verbraucher achten verstärkt darauf, dass Produkte erstens bestimmte Zutaten nicht enthalten: Glutenfrei, laktosefrei, und ohne Gentechnik sollen sie sein. Zweitens darf die Zutatenliste nur kurz sein und soll ausschließlich native sowie nachhaltig gewonnene Produkte auflisten. Das gilt selbstverständlich auch für die Aromatik, die Süßung und die Farbgebung eines Getränks oder flüssigen Lebensmittels.

Ein starkes Team: NBC und IFL

Ein absolutes Muss für Marketingspezialisten und Produktentwickler von Brau- bzw. AfG-Konzernen sowie KMUs, Molkereien und Flüssig-Nahrungsmittelherstellern ist daher die Special Area „New Beverage Concepts“ der drinktec. Dort werden u.a. neue Süßungs-, Farbstoff- und Aromastrategien

Seite 4

vorgestellt und von den entsprechenden Herstellern erläutert und zur Verkostung angeboten. Themen aus dem Bereich „New Beverage Concepts“ (NBC) sind aber auch in die Innovation Flow Lounge (IFL) integriert. Die 2013 erfolgreiche gelaunchte Diskussionsplattform (vgl. dazu die drinktec-Presseinformation vom 30. März 2016) teilt sich mit der NBC erstmals eine gemeinsame Kommunikationsfläche mit einer Bar als verbindendes Element.

Eine Frage von Ethik und Lifestyle

Aber nicht mehr nur der gesundheitliche Aspekt steht im Vordergrund. Günter Birnbaum von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) fasst zusammen: „Generell nimmt die Preisfokussierung zugunsten einer Mehrwertorientierung des Verbrauchers ab. Neben den schon eher klassischen Faktoren wie Genuss, Qualität oder gesunde Ernährung spielen Themen wie Nachhaltigkeit, Regionalität oder Spiritualisierung eine immer bedeutendere Rolle.“

Trinken wird also auch zur Frage von Ethik und Lifestyle. Als Reaktion auf die Globalisierung und den Klimawandel greifen mehr und mehr Menschen beispielsweise zu regionalen Lebensmitteln. In diesem Zusammenhang ist das immer beliebter werdende „Selbermachen“ eine interessante Entwicklung. Denn das, was mit Marmelade begann, ist inzwischen bei Wurst, Käse, Brot und eingelegtem Gemüse angekommen. Klassische Fermentationsprozesse wie die Milchsäuregärung werden so wieder erlebt, erfahren eine Renaissance. Und sie machen den Weg frei für die entsprechenden Getränke-Konzepte, die auf der drinktec 2017 sicherlich bereits abgebildet werden. Denn die drinktec ist die weltweite Plattform für Neuentwicklungen: So heben nicht weniger als 90 Prozent der Fachbesucher besonders die Innovationen und Weltpremieren der Messe hervor. 95% der Besucher interessieren sich für Inhalts-, Zusatz- und Rohstoffe, das hat eine repräsentative Befragung auf der drinktec 2013 ergeben.

Exoten wachsen vor der Haustür

Regionalität gilt auch mit Blick auf kommende „Superfoods.“ Hier werden zurzeit „Exoten“ entdeckt, die nicht weit vor der Haustüre wachsen. Ein Beispiel ist Birkenwasser, welches in Russland und Polen schon lange Nationalgetränk ist. Die süßlich schmeckende Flüssigkeit wird direkt aus dem Stamm des Baumes

Seite 5

gewonnen und enthält positiv besetzte Inhaltsstoffe, die entzündungshemmend und cholesterinsenkend wirken und sogar bei Haarausfall helfen sollen. Ein zweites Beispiel ist Rote-Beete-Saft. Dessen Konsum ist bei Ausdauersportlern förmlich explodiert, seit britische Forscher der Universität Exeter beobachtet haben, dass 0,5 Liter Rote-Beete-Saft die Ausdauerleistung um ca. 16 Prozent steigert. Zum Vergleich: Das synthetische und verbotene Dopingmittel Epo erreicht schlappe 7 %.

Vielfalt im Rahmen des Reinheitsgebots

Mit den richtigen Werkzeugen sind die Chancen der weltweiten Getränke- und Lebensmittelindustrie für eine erfolgreiche Produktentwicklung also vielfältig. Das gilt auch für den Megatrend Craft Beer, also handwerklich gebraute Bierspezialitäten. Hier kann sich der Fachbesucher auf der drinktec aus erster Hand über Malze informieren, die eine Schokoladen-Note einbringen. Oder über Hopfensorten, die dem Bier einen zitrusartigen Charakter verleihen. Und über Hefen, die ein ganz eigenständiges Aromaspektrum liefern. Alles von Natur aus und im Rahmen des Reinheitsgebots. Außerdem sollten es die Fachbesucher auf keinen Fall versäumen, sich auf der drinktec am Brauer-Treffpunkt mit Gleichgesinnten auszutauschen und sich bei der Weltmeisterschaft der Biersommeliers und dem European Beer Star über Bierspezialitäten weiterzubilden. Schließlich ist Inspiration noch immer die wichtigste Zutat.

Seite 6

Weitere Informationen zur drinktec finden Sie unter www.drinktec.com und auf [Facebook](#), [Twitter](#) und [YouTube](#)

Fotos zur drinktec finden Sie [hier](#).

Über die drinktec

Die drinktec findet seit 1951 in München statt, seit 1985 im Vierjahresrhythmus. Sie ist die wichtigste Veranstaltung der Branche. Hersteller (Zulieferer) aus aller Welt, darunter weltweit operierende Konzerne ebenso wie mittelständische Unternehmen, treffen auf Produzenten und Händler jeder Größe für Getränke und Liquid Food.

Auf der drinktec wird Zukunft gemacht. Die Messe gilt in der Branche als Premierenplattform für Weltneuheiten. Die Hersteller präsentieren die neuesten Technologien rund um die Herstellung, Abfüllung und Verpackung von Getränken aller Art bis hin zu Liquid Food – Rohstoffe und logistische Lösungen inklusive. Die Themen Getränkemarketing und Verpackungsdesign runden das Portfolio ab.

An der drinktec 2017, die vom 11. bis 15. September 2017 auf dem Gelände der Messe München stattfindet, werden sich rund 1.600 Aussteller sowie etwa 70.000 Besucher beteiligen. Etwa zwei Drittel der Besucher kommen aus dem Ausland. Die drinktec 2017 wird 14 Messehallen mit insgesamt 150.000 Quadratmetern Fläche belegen.

Messe München

Die Messe München ist mit mehr als 40 Fachmessen für Investitionsgüter, Konsumgüter und Neue Technologien am Standort München und im Ausland einer der weltweit führenden Messeveranstalter. Über 30.000 Aussteller und rund zwei Millionen Besucher nehmen jährlich an den Veranstaltungen auf dem Messegelände, im ICM - Internationales Congress Center München und im MOC Veranstaltungszentrum München teil. Außerdem veranstaltet die Messe München Fachmessen in China, Indien, der Türkei, Russland und in Südafrika. Mit einem Netzwerk von Beteiligungsgesellschaften in Europa, Asien und Afrika sowie über 60 Auslandsvertretungen für mehr als 100 Länder, ist die Messe München weltweit präsent.