

Presseinformation



FKE



Institut für Forschung
und Transfer



Tiefkühlkost für den Babynahrungsmarkt:

Vielfalt auf dem Löffelchen macht Babys aufgeschlossener für neue Geschmacksrichtungen

Forschungsprojekt Baby-Gourmet untersuchte Tiefkühlbrei als Erweiterung des klassischen Angebots von Fertigbrei aus dem Glas – Positive Erkenntnisse für die Ernährung, aber große Hürden für die Markteinführung

Dortmund, 17. November 2014 – Vorlieben für Lebensmittel werden bereits in der frühen Kindheit geprägt. Unter dem Titel "Baby Gourmet" hat ein Forschungsteam aus Dortmund und Bönen nun festgestellt, dass Säuglinge neue Lebensmittel besser akzeptieren, wenn sie tiefgefrorenen Brei anstelle der üblichen Gläschenkost erhalten. Für die Geschmacks-Studie hatte das Forschungsinstitut für Kinderernährung Dortmund (FKE) über 50 Babys nach dem Zufallsprinzip mit Tiefkühlbrei oder Gläschenbrei verpflegt und beim Füttern am Anfang und am Ende des dreimonatigen Untersuchungszeitraums beobachtet. Zusätzlich wurden ihre Eltern befragt. Während das Analytikunternehmen QHP Life Science GmbH, Bönen, im Labor kaum Qualitätsunterschiede zwischen Tiefkühl- und Gläschenbrei feststellen konnte, machten sich bei den Babys sehr wohl Unterschiede bemerkbar – ihre Offenheit für Geschmacksvielfalt wurde durch die neue Art des Breis größer. Tiefkühlbrei verbindet die Vorteile von Fertiggerichten für die schnelle Küche mit gutem Geschmack und könnte das derzeitige Angebot der Glaschenkost daher sinnvoll erweitern. Dennoch dürfte sich Tiefkühl-Babynahrung, wenn überhaupt, nur sehr langsam auf dem deutschen Markt etablieren. Zu diesem Schluss kommen Marketing-Experten des RIF Institut für Forschung und Transfer, Dortmund, nach Akzeptanz-Tests und Interviews mit Industrie, Handel, Kinderärzten, Hebammen und Eltern.

Presseinformation



FKE



Institut für Forschung
und Transfer



Für das zweijährige Forschungsprojekt unter Koordinierung des FKE wurden zunächst Rezepte für Baby-Breie aus Tiefkühlkost entsprechend den Standard-Rezepten des FKE entwickelt. Ein Teil davon wurde als tiefgekühlter Komplettbrei als Prototypen produziert, die dann in der Sensorik-Studie mit Babys verwendet wurden. Neben Klassikern wie Karotte-Kartoffel-Rind kamen auch exotischere Rezepte wie Kürbis-Reis-Huhn bei den Tiefkühlrezepten zum Einsatz. Im Elternkochkurs wurden zudem Rezepte zum Selberkochen nach einem Kombisystem, zum Beispiel Breie mit Lachs, Blumenkohl und Broccoli aus der Tiefkühltruhe sowie Kartoffeln, Raps-Öl und Saft aus dem hauseigenen Vorrat getestet. „Die Idee für die Tiefkühl-Beikost, die fertigen Breie und die Handhabung wurden von den Eltern im Test positiv bewertet“, berichtet Prof. Dr. Mathilde Kersting, stellvertretende Leiterin des FKE und Koordinatorin des Forschungsprojekts.

Zunächst durften die Eltern unter wissenschaftlicher Begleitung die Babykost probieren. Dabei schnitten Tiefkühl- und Gläschenbreie gleich gut ab. Auch die Analytik-Experten von QHP konnten im Labor kaum Unterschiede nachweisen. „Wir haben ein breites Spektrum an Methoden zur Nährstoff- und Schadstoffanalytik eingesetzt. Dabei konnten wir keine messbaren Qualitätsunterschiede feststellen.“ erklärt Dr. Thomas Lettmann, Geschäftsführer der QHP-Group.

Sensibler als alle Verfahren erwiesen sich die Babys selbst. Drei Monate lang aßen sie an mindestens fünf Tagen in der Woche Gemüse-Kartoffel-Fleisch-Brei, in der einen Gruppe als Tiefkühlbrei, in der anderen als Gläschenbrei. Die Mütter notierten am Anfang und Ende der Studie auf einer Skala von ein bis neun, ob und mit welchem „Gefallen“ das fünfte verzehrte Löffelchen von einem bereits bekannten und von einem noch unbekanntem Brei vom Baby „angenommen“ wurde. Am Anfang aßen die Babys in beiden Gruppen ähnliche Mengen von beiden Breien und die Bewertungen der Eltern unterschieden sich nicht. Nach drei Monaten aßen die Babys der „Tiefkühl-Gruppe“ deutlich mehr unbekanntem Brei als die Babys der „Gläschen-Gruppe“. Die Einschätzungen der Mütter, die teilweise durch Fütterungsbeobachtungen mit Videos ergänzt wurden, bestätigten die Ergebnisse. „Dass die Babys, die den Tiefkühlbrei aßen, neuen Geschmacksrichtungen offener gegenüber stehen als Babys, die Gläschenkost gegessen haben, wurde mit dem Verfahren der randomisierten Interventionsstudie, also nach dem Zufallsprinzip, ermittelt und kann aus wissenschaftlicher Sicht als belastbar gewertet werden.“

Presseinformation



FKE



Institut für Forschung
und Transfer



Ob diese Offenheit auch auf andere Lebensmittel übertragen werden kann und wie lange der Effekt anhält, müssen weitere Studien zeigen“, erläutert Dr. Annett Hilbig die zentrale Erkenntnis der Sensorik-Tests.

Für die Marketing-Experten des RIF ist das Projekt Baby-Gourmet als Markteinführung einer "kulturbrechenden", also radikalen Produktinnovation ein spannendes Forschungsfeld. Wie erwartet, bringt das Sicherheitsbedürfnis bei der Babyernährung eine hohe Skepsis mit sich. Die Bereitschaft, traditionelle Konsumpfade bei einem so existenziellen Thema aufzugeben, ist gering. Lediglich eine sehr kleine Gruppe von Personen, die von sich aus sehr gezielt und reflektiert ihr eigenes Handeln hinterfragt und viel Zeit für die Informationssuche und –auswertung aufwendet, wäre in Deutschland – so die Forscher – derzeit als Kundengruppe aufgeschlossen genug für die Babynahrung aus der Tiefkühltruhe. Auch Kinderärzte, Hebammen und Ernährungsberater, die jungen Müttern anhand der Empfehlungen des FKE beraten und ihnen bei Interesse bereits das Selbstkochen und Einfrieren in kleinen Portionen empfehlen, können sich für die Tiefkühlkost erwärmen. Die Industrie ist skeptisch, aber interessiert. Unter anderem hatte sich bofrost als Lieferant der Tiefkühlbreie an der Studie beteiligt. Große Barrieren wurden auch bei den befragten Vertretern des Handels festgestellt, obwohl in anderen Staaten, sogar im "Gourmet-Land" Frankreich, Tiefkühlbabykost schon seit längerem erhältlich ist. Der Marketing-Plan, den RIF für die Einführung der Tiefkühl-Babynahrung in Deutschland entwickelt hat, sieht daher nur bei einer sehr lang angelegten Entwicklung aus einer Nische heraus mit wenigen Vorreitern eine Chance für eine erfolgreiche Markteinführung. Diese konzentriert sich auf eine verhältnismäßig kleine, jedoch grundsätzlich attraktive Zielgruppe von Konsumenten, die bewusst leben, überdurchschnittlich gebildet und traditionsorientiert sind.

Das Projekt „Baby-Gourmet“ wurde vom Land NRW und der Europäischen Union (Ziel-2-Programm) als eines von insgesamt acht prämierten Innovationsprojekten aus dem Wettbewerb ‚Ernährung.NRW‘ gefördert. Die Projektergebnisse werden für Eltern, Multiplikatoren wie Kinder- und Jugendärzte, Hebammen sowie Ernährungsfachkräfte sowie für die Ernährungswirtschaft dokumentiert. Informationen zum Projekt gibt es im Internet unter www.in-jedem-baby-steckt-ein-gourmet.de.

Presseinformation



FKE



Projekt gefördert durch



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Die Landesregierung
Nordrhein-Westfalen



-/-

(Textlänge: ca. 6.300 Zeichen incl. Leerzeichen Abdruck honorarfrei.
Beleg erbeten an RIF-Pressestelle. Danke!)

Für Rückfragen der Redaktion:

Forschungsinstitut für Kinderernährung, Prof. Dr. Mathilde Kersting, Tel. 0231-7922 10 18, E-Mail: kersting@fke-do.de

RIF Institut für Forschung und Transfer:
Christian Samulewicz, Telefon 0231.9700-100,
E-Mail: christian.samulewicz@rif-ev.de

QHP Life Science , Dr.-Ing. Thomas Lettmann, Tel. 02383-919 322, E-Mail:
t.lettman@qhplifescience.de

Weitere Infos zum Projekt und den beteiligten Instituten:

www.in-jedem-baby-steckt-ein-gourmet.de/

www.fke-do.de

www.rif-ev.de

www.qhpgroup.de

RIF-Pressestelle:

vdB Public Relations

Sabine von der Beck

Telefon 0209.167-1248

E-Mail: info@vdbpr.de

Munscheidstraße 14, 45886 Gelsenkirchen