

Pressemitteilung

MANDEL ZUM SIEBTEN MAL IN FOLGE BELIEBTESTE NUSS BEI PRODUKTEINFÜHRUNGEN

- *Mandeln sind in den Kategorien Snacks, Riegel, Milchprodukte und Cerealien die beliebteste Nuss in Europa*
- *Ihre nachhaltige Bedeutung für aufstrebende Verbrauchertrends wie pflanzliche Ernährung inspiriert trotz der anspruchsvollen Rahmenbedingungen weiterhin Innovationen in Europa*

Laut Angaben des Reports „Global New Product Introductions“ von Innova Market Insights konnten Mandeln im Jahr 2021 zum siebten Mal in Folge ihre Spitzenposition als meistverwendete Nuss bei Produkteinführungen in Europa verteidigen. Dank ihrer Fähigkeit, auch nach der Pandemie für aufstrebende Ernährungs- und Lifestyle-Trends relevant zu bleiben, ist ihr zukünftiger Erfolg trotz des allgemeinen Rückgangs bei Produkteinführungen mit Nüssen gesichert. Tatsächlich ist Europa mit über 5.500 Neueinführungen, also 46 % der weltweiten Produkteinführungen mit Mandeln, weltweit führend, was neue Mandelprodukte betrifft.

Darüber hinaus sind sechs europäische Länder unter den zehn wichtigsten Ländern für Produkteinführungen mit Mandeln, wobei Deutschland, Frankreich und das Vereinigte Königreich die europäischen Märkte anführen.



Pflanzliche Ernährung als treibende Kraft

Die größten Bedenken der Verbraucher*innen vieler europäischer Märkte konzentrieren sich auf das persönliche und das Wohlbefinden des Planeten. Dies hat dazu geführt, dass sich pflanzliche Ernährung von einer Randbewegung weiterentwickelt hat und sich zunehmend im Mainstream etabliert. Als nachhaltig angebaute, vielseitige pflanzliche Zutat stellen Mandeln für Hersteller, die pflanzliche Innovationen erforschen, einen Mehrwert dar.

Tatsächlich sind Mandeln in Europa die beliebteste Nuss für vegane und pflanzliche Aussagen und liegen weltweit im Vergleich zu anderen Nüssen mit großem Abstand vorn. „Vegan“ ist in Deutschland die beliebteste gesundheitsbezogene Aussage bei Produkteinführungen mit Mandeln (29,8 %) und die am zweithäufigsten verbreitete im Vereinigten Königreich (35,2 %).

Gesundheitliche Vorzüge als Anreiz

Da das persönliche Wohlbefinden wieder stärker in den Mittelpunkt rückt, werden gesundheitsbezogene Aussagen auf Verpackungen im Allgemeinen zur obersten Priorität für Hersteller und die Tatsache, dass Mandeln eine Reihe an Gesundheitsbedürfnissen unterstützen, macht sie für neue Produktinnovationen attraktiv. Produkteinführungen mit Mandeln führen weltweit zu einer höheren Wahrscheinlichkeit von gesundheitsbezogenen Aussagen*. In Europa zeigt sich diese überdurchschnittliche Verwendung von gesundheitsbezogenen Aussagen am deutlichsten im Vereinigten Königreich. Dort war die Verwendung von acht der zehn beliebtesten

gesundheitsbezogenen Aussagen auf Produkteinführungen mit Mandeln wie „ballaststoffreich“ und „Proteinquelle“ häufiger als der weltweite Durchschnitt.

„Nach zwei beispiellosen Jahren, die von durch die Pandemie bedingte Veränderungen geprägt waren, hat sich auch die Einstellung der Verbraucher*innen verändert, und es ist nach wie vor ermutigend zu sehen, dass sich die Erwartungen in Bezug darauf, was und wie konsumiert wird, immer mehr in Richtung einer gesünderen Lebensweise verschieben“, so Lu Ann Williams, Global Insights Director bei Innova Market Insights. „Es ist also keine Überraschung, dass Mandeln ihre Spitzenposition aufgrund ihrer dynamischen und vielseitigen Textur, ihres Geschmacks und ihrer gesundheitsbezogenen Aussagen zum siebten Mal in Folge verteidigen konnten. Während

Verbraucher*innen von ihren Lebensmitteln zunehmend erwarten, dass diese ihre gesundheitlichen und Lifestyle-Bedürfnisse erfüllen, müssen Hersteller mit neuen Formaten und Zutaten experimentieren, um die Nachfrage zu decken, und sie sollten darauf vertrauen, dass die Vielseitigkeit der Mandel sie zu einer zukunftsicheren Zutat macht.“



Stärkung der Nachfrage in bestimmten Kategorien

In Europa sind Mandeln in den Kategorien Snacks, Riegel, Milchprodukte und Cerealien dank ihrer Vielseitigkeit und gesunden Eigenschaften die beliebteste Nuss. Bemerkenswert ist, dass Mandeln bei Milchprodukten die mit Abstand beliebteste Nuss in allen Regionen weltweit waren und in



Europa sogar ein Wachstum um 7 % gegenüber 2020 verzeichneten. Im Vereinigten Königreich, in Frankreich und Italien ist die Kategorie Backwaren bei Produkteinführungen mit Mandeln führend, während in Deutschland die Kategorie Süßwaren auf Platz eins steht. Auch wenn Herkunft und Tradition weiterhin eine wichtige Rolle bei der Verwendung von Mandeln spielen, führen ihre Vielseitigkeit und zahlreichen Formen in Verbindung mit ihren gesundheitlichen Vorteilen dazu, dass Hersteller sie kategorieübergreifend für neue Entwicklungen einsetzen.

„Während sich die Lebensweisen weiterentwickeln und die Nachfrage nach gesünderen Produkten steigt, die auch nachhaltig sind, gab es nie zuvor mehr Möglichkeiten, Mandeln in neue Produktentwicklungen zu integrieren“, so Dariela Roffe-Rackind, Director Europe and Global Public Relations des Almond Board of California. „Wir weisen immer wieder auf die Vorteile hin und es ist großartig zu sehen, wie die Hersteller Mandeln zunehmend auf innovative und aufregende Weise einsetzen, um ein tolles Geschmackserlebnis und gesunde Alternativen zu schaffen.“

*Bitte beachten Sie, dass Innova mit dem Begriff „gesundheitsbezogene Aussagen“ Nährstoffangaben oder Zutatenangaben wie „reiche Proteinquelle“ oder „keine Konservierungsmittel“ bezeichnet. Es gibt keine offiziellen gesundheitsbezogenen Aussagen für Mandeln.

**Quellen:**

Innova Market Insights, Global New Product Introductions Report, 2021. Mai 2022.

Presse Kontakt:

Brandzeichen Markenberatung und Kommunikation

Kristina Bieda, Katharina Röder

Willy-Brandt-Straße 55

20457 Hamburg

Tel: 040 4133019-0

Email: californiaalmonds@brandzeichen-pr.de

Über das Almond Board of California

Kalifornische Mandeln machen das Leben besser durch das, was wir anbauen und wie wir es anbauen. Das Almond Board of California fördert natürliche, gesunde und qualitativ hochwertige Mandeln durch strategische Marktentwicklung, innovative Forschung und die beschleunigte Einführung von Best Practices im Namen der mehr als 7.600 Mandelfarmer und -verarbeiter:innen in Kalifornien, von denen die meisten Mehrgenerationen-Familienbetriebe sind. Das 1950 gegründete Almond Board of California mit Sitz in Modesto, Kalifornien, ist eine Non-Profit-Organisation, die eine von den Erzeugern erlassene Federal Marketing Order unter der Aufsicht des United States Department of Agriculture verwaltet. Für weitere Informationen über das Almond Board of California oder Mandeln besuchen Sie [Almonds.de](https://almonds.de) oder besuchen Sie California Almonds auf [Facebook](#), [Instagram](#) und dem [California Almonds Blog](#).

Standardhinweis auf Widerrufsrecht

Rechte des Betroffenen: Auskunft, Berichtigung, Löschung und Sperrung, Widerspruchsrecht.

Sie haben das Recht auf Auskunft über die Sie betreffenden personenbezogenen Daten sowie auf Berichtigung unrichtiger Daten oder auf Löschung. Es besteht zudem das Recht auf Einschränkung der Verarbeitung, wenn eine der in Art. 18 DSGVO genannten Voraussetzungen vorliegt und in den Fällen des Art. 20 DSGVO das Recht auf Datenübertragbarkeit.

Sie haben weiterhin das Recht, der Datenverarbeitung jederzeit zu widersprechen. Wir verarbeiten die personenbezogenen Daten dann nicht mehr, es sei denn, es liegen nachweisbar zwingende schutzwürdige Gründe für die Verarbeitung vor, die gegenüber den Interessen, Rechten und Freiheiten der betroffenen Person überwiegen, oder die Verarbeitung dient der Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen. Bitte richten Sie den Widerspruch an californiaalmonds@brandzeichen-pr.de.

Sie haben der Brandzeichen Markenberatung und Kommunikation GmbH Ihr Einverständnis gegeben, News und Infos von California Almonds über diesen Newsletter zu erhalten. Diesen Newsletter senden wir Ihnen über den Anbieter rapidmail. Sollten Sie nicht wollen, dass Ihre Daten an California Almonds zur Speicherung und an rapidmail zum Versand weitergegeben werden oder sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, dann melden Sie sich bitte per Mail bei uns, damit wir Sie abmelden können: californiaalmonds@brandzeichen-pr.de.

Sie wollen, dass auch Ihre Freunde den Newsletter bekommen? Leiten Sie einfach diesen hier weiter, und wenn sie uns dann noch eine kurze E-Mail schreiben, bekommen sie ab der nächsten Ausgabe den Newsletter direkt zugeschickt. Hier zur California Almonds Datenschutzerklärung: www.almonds.de/privacy-policy-and-terms-of-use