

Neue Technologie aus Japan

## Ein Ofen, der mit Dampf kocht

- Neuer Ofen reduziert Fett- und Salzgehalt von Lebensmitteln



Foto: Sharp

Ein revolutionärer Typ von Ofen, der Dampf nutzt, um Lebensmittel zuzubereiten, hat neues Leben in den Markt für Kochutensilien gebracht, von dem man allgemein annahm, er habe den Höhepunkt seiner Entwicklung bereits hinter sich. Der Ofen ist ein solch großer Erfolg, dass der Hersteller die Produktion ausweiten musste, um die unerwartet hohe Nachfrage befriedigen zu können. Zu den Geheimnissen für den Erfolg des Produkts zählt die Fähigkeit, den Fettgehalt von

Lebensmitteln zu reduzieren sowie die Tatsache, dass es umweltfreundlicher ist als die traditionellen Öfen.

### Ultraheißer Dampf reduziert Fett

Haushaltsgeräte wie Waschmaschinen, Kühlschränke und Öfen sind als sogenannte weiße Produkte bekannt. Dieser Markt wurde jüngst vom Hersteller Sharp Corp. im Sturm genommen. Sharp hat im September 2004 einen neuen Ofentyp mit dem Namen Healsio auf den Markt gebracht. Der Healsio ist der erste Ofen weltweit, der ultraheißen Dampf (bis zu 300 Grad Celsius) verwendet, um Lebensmittel zuzubereiten.

Bei diesem Kochverfahren wird das Fett und Salz in den Lebensmitteln nach außen gezogen und abgeschieden. Wird beispielsweise ein Steak zubereitet, dann entzieht der Healsio achtmal mehr Fett, als wenn das Steak in einer Pfanne gebraten würde. Dies ist der Grund für die Beliebtheit des Healsio bei Kunden mittleren und höheren Alters, die besonders darauf achten, keine Lebensmittel mit hohem Fett- und Salzgehalt zu konsumieren. Der Ofen soll zudem Vitamin C konservieren, indem er dessen Oxidation reduziert. Sharp vermarktet den Healsio als ein Niedrig-Kalorien-Kochgerät für gesundheitsbewusste Konsumenten.

Mit dem empfohlenen Verkaufspreis von knapp 100.000 Yen (ca. 720 Euro) ist der Healsio im Vergleich zu den üblichen Öfen für Haushalte nicht gerade billig. Da die Menschen aber zunehmend darauf achten, was für sie gesund ist und was nicht, hat die Beliebtheit dieses Ofens bei der Gruppe der älteren Kunden auch auf andere Altersgruppen übergegriffen, z.B. junge Paare und Familien, die sich um ein mögliches Übergewicht ihrer Kinder sorgen. Sharp produzierte ursprünglich 10.000 neue Öfen pro Monat, musste die Produktion aber schon bald auf 20.000 Geräte pro Monat erhöhen.

In Bezug auf die unerwartet hohe Nachfrage nach dem Healsio meinte ein Unternehmenssprecher von Sharp: „Bislang lag das Hauptaugenmerk bei den sogenannten weißen Produkten auf Bedienungsfreundlichkeit und Funktionalität. Der Healsio ist deshalb ein so großer Erfolg, weil er zudem Qualitäten in Bezug auf Gesundheit und Umwelt vorweisen kann.“

### **Eine neue Strategie für weiße Produkte**

Neben diesem neuen Ofentyp hat Sharp weitere bahnbrechende Produkte entwickelt, darunter einen Geschirrspüler, der durch die Verwendung von Salz bei der Reinigung des Geschirrs Wasser spart, sowie einen Mülleimer, der Hefe verwendet, um das Volumen von Küchenabfällen zu reduzieren. Die Sättigung des Marktes für sogenannte weiße Produkte und der Preisdruck sorgten bislang dafür, dass die Hersteller in diesem Bereich nur geringe Profite erzielen konnten, aber Sharp ist entschlossen, mit dieser allgemein akzeptierten Annahme zu brechen. Das Unternehmen setzt zudem große Hoffnungen auf Geräte, die negativ geladene Ionen produzieren und an Haushaltsutensilien angebracht werden können.

Sharps neuer Geschirrspüler gilt als wesentlicher Bestandteil für die Küche des 21. Jahrhunderts, aber auch die Wash-up Öko-Serie der Toto Ltd. zieht die Aufmerksamkeit auf sich. Der Schlüssel für den Erfolg dieser Produktserie liegt darin, dass selbst stärkste Verschmutzungen, die man normalerweise mit der Hand reinigen muss, entfernt werden. Dies geschieht durch eine spezielle Sprühkopf-Technologie. Diese Produkte unterstreichen die Verpflichtung des Unternehmens für das Ideal, die Belastung für die im Haushalt arbeitenden Personen weiter zu reduzieren.

Diese Entwicklungen spornen andere Hersteller von Haushaltsgeräten an, sich an der Entwicklung neuer Geräte zu beteiligen, die gut für die Gesundheit sind und sich zudem durch Umweltfreundlichkeit und einfache Bedienung auszeichnen. Damit geht der Kampf um die Vorherrschaft auf dem Markt für sogenannte weiße Produkte in eine neue Runde.

(Quelle: Web Japan)