



Entdeckung der Möglichkeiten

ABBA, Schwedenstahl, Ikea – immer wieder haben Exporte aus dem größten skandinavischen Land in den vergangenen Jahrzehnten Standards gesetzt. Warum sollte das mit Vitargo, dem etwas anderen Kohlenhydrat aus schwedischer Gerste, nicht ebenfalls gelingen, fragt eine kleine Sportnahrungs-Firma in Kalmar.

von Jens Richter

Mit einer solchen Anfrage hatte „Lyckeby“, die Genossenschaft südostschwedischer Kartoffel-Farmer, wahrscheinlich nicht gerechnet: Ob es nicht eine Möglichkeit gebe, aus dem reichlich nachwachsenden Rohstoff, der Kartoffelstärke, ein gut verträgliches und energiereiches Sportgetränk herzustellen, wollten die Funktionäre der schwedischen Skilanglauf-Nationalmannschaft wissen. Vor allem die Marathonspezialisten mit ihren Rennen über 30 und 50 Kilometer oder den berühmten, rund 80 Kilometer

langen Vasa-Lauf waren im umfangreichen Training für diese Rennen inzwischen an energetische Grenzen gestoßen. Mit Pasta allein ließ sich der enorme Bedarf von bis zu 8.000 Kilokalorien täglich kaum noch decken.

VIELSEITIGER ROHSTOFF

Kartoffelstärke also – für die Chemiker bei Lyckeby, die ihren Rohstoff bisher für alles Mögliche, aber keine Sportlerspezialnahrung einsetzten oder ihn zur Weiterverwendung an Großabnehmer auslieferten, eine

interessante neue Herausforderung. Neben der Verwendung als Verdickungsmittel beispielsweise in Fertiggerichten oder als Ausgangsstoff für bestimmte Zuckerarten findet Stärke Verwendung in der Papier- und Wellpappe-Produktion, als Papierleim oder in jüngerer Zeit auch als sogenannter Biokunststoff. Dort wird Stärke inzwischen zu kompostierbarem Einmalgeschirr, Füllstoffen oder Polstermaterial verarbeitet. Weitere Verwendungsmöglichkeiten ergeben sich durch den Einsatz als Bindemittel und Trägerstoff in der Pharmaindustrie.

Fotos: Lyckeby Culinar, dreamstime

Stärke ist ein extrem langkettiges Kohlenhydrat mit einem Molekulargewicht von deutlich über 1.000.000 (zum Vergleich: das Molekulargewicht der in den meisten heutigen Sportgetränken enthaltenen Zuckerarten liegt bei etwa 500). Sie ist praktisch geschmacksneutral und weniger schnell verfügbar als die meisten kurzkettigen Zuckerarten. Lyckeby's Chemiker suchten nach einem Kompromiss: Durch Aufspaltung der Stärke erzeugten Sie ein Molekül, dessen Gewicht zwischen 500.000 und 700.000 lag und das durch die im Magen-Darm-Trakt des Menschen vorhandenen Enzyme relativ schnell zu verwertbaren Zuckern zerlegt werden konnte. Sie nannten es „Carbomax“, doch als sie am renommierten Karolinska-Institut in Stockholm anfragten, ob man ihr Produkt dort nicht testen wolle, bekamen sie eine Abfuhr: Kein Interesse, es gebe bereits zahlreiche Studien über die Aufnahme und Verträglichkeit von Kohlenhydraten bei Sportlern, man verspreche sich keine neuen Erkenntnisse. Erst nach weiterem beharrlichen Drängen fand man sich bereits, doch eine vergleichende Studie durchzuführen – das Ergebnis war verblüffend: Weil „Carbomax“, bedingt durch seine Molekülgröße, im Vergleich zu Glukose eine wesentlich geringere Neigung aufweist, Wasser zu binden, waren die Sportler in der Lage, größere Mengen davon aufzunehmen und zu verwerten, als es die bisher üblichen Sportgetränke erlaubten. Gleichzeitig war die Verträglichkeit des neuen Stoffs hervorragend – eine ideale Energiequelle für Sportarten mit einem hohen Energieumsatz.

GUT, ABER UNHANDLICH

Ein anderes Problem aber schien nicht so schnell zu lösen: Versuchte man nämlich, das Kartoffel-„Carbomax“ in Wasser zu lösen, bildete sich ein dickflüssiges Gel, das weder angenehm zu schlucken noch praktisch in der Handhabung war. Von einem sogenannten Ready-to-drink-Produkt war man also meilenweit entfernt und das Anrühren aus Pulver zum sofortigen Verzehr war aufwändig und sorgte bei den Sportlern für Akzeptanzprobleme. Versuche mit Wachsmais statt Kartoffeln brachten diesbezüglich zwar etwas bessere Ergebnisse, doch die trinkfertige Lösung erwies sich als chemisch nicht stabil genug. Erst mit dem Wechsel zum Grundstoff Gerste fanden Lycke-

by's Chemiker einen Kompromiss, der das Potenzial zum erfolgreichen Sportgetränk zu haben schien.

Doch Lyckeby, die schwedische Bauernkooperative, war kein Spezialist in Sachen Vermarktung für den sportlichen Endverbraucher: Falsche Packungsgrößen, unattraktive Geschmacksrichtungen, fehlende Kontakte in die Szene – für einen Durchbruch auf dem Markt für Sporternährung brauchte man einen Partner. Man fand ihn im Energieriegel-Spezialisten „Energikakan“, der bald sogar sein Interesse bekundete, die Rechte an dem inzwischen patentierten Produkt zu erwerben. Nach fast zweijährigen Verhandlungen übernahm Energikakan am 1. September 2001 „Carbomax“. Rund eine Million Euro habe der Kaufpreis damals betragen, erinnert sich Stefan Bengtsson, Geschäftsführer der Firma SWECARB, die die inzwischen unter dem Namen „Vitargo“ firmierende Produktpalette vermarktet. Vitargo steht für die englischen Worte Vitality (Lebenskraft), Target (Ziel) und Go (laufen, durchstarten) – an diesem Kunstwort habe man eine Weile herumgedacht, inzwischen habe sich gezeigt, dass es „ein international kompatibler und einprägsamer Markenname“ sei, sagt Bengtsson. Inzwischen verzeichnet SWECARB einen Jahresumsatz von rund 1.000 Tonnen und drei Millionen Euro. „Die Investition hat sich längst ausgezahlt.“

100 OLYMPISCHE MEDAILLEN

Auf neun verschiedene Produkte hat Bengtssons vierköpfiges Team – Produktion, Verpackung und Versand laufen weiterhin direkt bei Lyckeby – die Vitargo-Palette inzwischen erweitert. Den Kohlenhydrat-Mischungen zum Anrühren mit und ohne Elektrolyt- oder Proteinzusatz hat SWECARB analoge Energieriegel zur Seite gestellt und kann damit die Erfordernisse des modernen Ausdauersports gut abdecken. Doch die Hauptabnehmer für Vitargo-Rohstoff und -Produkte sitzen woanders: „Wenn wir ein Kilo Vitargo an Läufer, Radfahrer, Skilangläufer oder Triathleten abgeben, verkaufen wir im gleichen Zeitraum das Fünffache im Fitness- und Bodybuilding-Segment“, so Bengtsson. Dort sei man für das Thema der gesunden Sporternährung wesentlich sensibler. Auf dem schwedischen Markt für ►



FR 60

Fitness muss Spaß machen!

Ich trainiere für mich und meine Gesundheit. Der **FR 60** ist mein „Personal Trainer“, der mich motiviert, meine Ziele zu erreichen. Er informiert mich zuverlässig über Zeit, Kalorien und Herzfrequenz. Und wenn ich will, ermittelt der Mini-Laufsensor die zurückgelegte Strecke und meine Geschwindigkeit. Auch auf die störungsfreie digitale ANT+® Signalübertragung ist stets Verlass. Genial, wie einfach das ist. www.garmin.de

GARMIN®



Aufwändige Suche nach neuen Formeln: Das Entwicklungslabor des schwedischen Vitargo-Fabrikanten Lyckeby

Sportlern gehen, die in Training und Wettkampf unsere Produkte nutzen – auch, wenn die Trinkflaschen meistens ein anderes Logo zeigen“.

„VITARGO INSIDE“

In Deutschland hat MyVitargo Import und Vermarktung der Produkte aus Schweden übernommen. Lediglich das Fertiggetränk wird direkt in Deutschland hergestellt. Hauptabnehmer des im nordrhein-westfälischen Selm beheimateten Unternehmens sind allerdings – anders als im „Vitargo-Mutterland“ – Ausdauersportler. „Das Wissen über die Schlüsselrolle, die die Ernährung für Wettkampfleistung und Erholung spielt, hat hier in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen“, sagt Michael Bodingbauer von MyVitargo. „Drei Viertel unseres Umsatzes machen wir heute im Laufsport, Triathlon und Duathlon. Darauf ist die Produktpalette ja auch optimal abgestimmt.“ Doch auch Ruderer, Skilangläufer, Handballer, Fußballer und Tennisspie-

ler zählt MyVitargo zu seinen Abnehmern. Die Kraftsport-Szene in Deutschland beziehe ihre Produkte dagegen über die inzwischen in den Niederlanden beheimatete Firma BMS, die lediglich den Vitargo-Rohstoff aus Schweden bezieht und weiterverarbeitet. „Da kommt man sich nicht ins Gehege“, sagt Bodingbauer. Obwohl es „manchmal schon ein bisschen verrückt“ sei, wenn sich herausstelle, über welche Umwege Mitbewerber an den Rohstoff kämen. „Wenn deutsche Firmen auf dem englischen Markt Vitargo einkaufen, kann daran keiner etwas ändern.“

Also „Vitargo inside“ und auf dem Hauptlabel der Flasche eine etablierte Weltmarke? „Nicht die schlechteste Lösung“, findet Stefan Bengtsson: „Natürlich wäre es schön, wenn eines Tages einer der ganz Großen wie die US-Marke Coca-Cola sich dazu durchringen könnte, den Billigzucker in seinen sogenannten Sportgetränken durch Vitargo zu ersetzen.“ Sollte es dazu kommen, müsste sich Lyckeby, die südostschwedische Kartoffelfarmer-Kooperative, allerdings schleunigst um einige Getreide-Großbauern verstärken. ■

► Sporternährung lägen Vitargo-Produkte inzwischen ganz vorn, obwohl man bisher auf jegliches Sponsoring verzichtet habe. „Es hat sich längst herumgesprochen, dass unser Produkt eines der besten ist“, sagt Bengtsson selbstbewusst und ist sogar davon überzeugt, dass „bis zu 100 olympische Medaillen auf das Konto von



Die derzeit innovativste Schwimm Maske

- Absolute Dichtigkeit und höchster Tragekomfort dank ihrer perfekten, ergonomischen Passform
- Verzerrungsfreies 180° Panorama-Sichtfeld
- Quick-Fit Schnellsystem für kinderleichtes Einstellen und Feinjustieren des Maskenbandes
- Sichtscheibe mit spezieller Anti-Fog-Beschichtung für dauerhaften Durchblick



Aqua Sphere
Active Swim Equipment



CHALLENGEFAMILY

we are triathlon!

UNITED BY PASSION



CHALLENGE
COPENHAGEN
15.08.2010 we are triathlon!



CHALLENGE
NIEDERBRONN-LES-BAINS
13.06.2010 we are triathlon!



Sparkasse
CHALLENGE KRAICHGAU
06.06.2010 we are triathlon!



CHALLENGE
BARCELONA-MARESME
24.05.2009 we are triathlon!



QUELLE
CHALLENGE ROTH
18.07.2010 we are triathlon!



CHALLENGE
BARCELONA-MARESME
04.10.2009 we are triathlon!



CHALLENGE WANAKA
16.01.2010 we are triathlon!

