



Erfrischungsgetränke bleiben beliebt

Berlin, 18. Februar 2010 – Der Pro-Kopf-Verbrauch von Erfrischungsgetränken lag mit 117 Litern im Jahr 2009 auf gleich hohem Niveau wie im Vorjahr. Damit bestätigen die Kunden der Branche trotz des schwierigen Wirtschaftsumfelds die Attraktivität der vielfältigen und abwechslungsreichen Produkte. Den Trinkgenuss scheinen die Konsumenten also auf der Grundlage der ersten Schätzungen zum Jahreskonsum nicht eingeschränkt zu haben. Damit zeigt sich der Absatz der Branche zugleich erfreulich krisenresistent.

Insgesamt erreichte der Pro-Kopf-Verbrauch an Alkoholfreien Getränken in Deutschland im abgelaufenen Jahr 291,4 Liter (2008: 292,4 Liter). Durchschnittlich wurden in 2009 – neben den Erfrischungsgetränken – 37,0 Liter Fruchtsäfte- und Nektare (2008: 37,4 Liter) und 137,4 Liter Wasser (2008: 138,1 Liter) getrunken.

Die Vielfalt und Breite des Angebots und immer neue Trends bleiben natürlich nicht ohne Auswirkungen auf den anteiligen Konsum in Teilsegmenten. Besonders Limonaden konnten 2009 ihren Marktanteil noch einmal ausbauen. Hier liegt der Pro-Kopf-Verbrauch jetzt bei über 90 Litern (2008: 83,9 Liter). Auch kalorienreduzierte Limonaden werden immer beliebter (in 2009 durchschnittlich 13,1 Liter gegenüber 9,2 Liter in 2008).

Wafg-Präsident **Dr. Klaus Peter Stadler** sieht vor allem die Innovationskraft der Branche als Grundlage für diesen Erfolg: *„Die weiterhin wachsende Nachfrage der Kunden nach Erfrischungsgetränken belegt, dass die Vielfalt und Auswahl in der Produktkategorie bei den Verbrauchern gut ankommt. Im Rahmen einer ausgewogenen Ernährung gibt es für jeden Geschmack und jede Gelegenheit eine erfrischende Alternative – von energispendenden bis zu kalorienarmen Getränken.“*

Allerdings trübt der Blick auf die Umsätze die Freude der Branche. Für 2009 weist das Statistische Bundesamt einen durchschnittlichen Rückgang der Verbraucherpreise bei Mineralwässern, Säften und Erfrischungsgetränken von 1,3 % aus. Wesentliche Erklärung ist hierfür der erneut starke Preisverfall beim Absatz über den Einzelhandel.

So erfreulich günstige Preise auf den ersten Blick für den Verbraucher erscheinen, so kritisch ist ein weiteres Absinken der Verbraucherpreise gerade für kleine und mittlere Unternehmen. **Stadler** hofft hier auf eine Trendwende: *„Die in Deutschland bei Verbrauchern und Akteuren in der Lebensmittelkette vorhandene Wertschätzung qualitativ hochwertiger Erfrischungsgetränke sollte sich auch in angemessenen und fairen Preisen spiegeln. Eine systematische Wertevernichtung zu Lasten der Hersteller kann jedenfalls keine Zukunft haben. Sie schadet langfristig auch den Konsumenten. Denn die Vielfalt der Produkte und der Branche braucht eine tragfähige wirtschaftliche Grundlage.“*

Entschieden zurück weist **Stadler** jüngste Forderungen nach einer zusätzlichen Abgabe für Einweg-Getränkeverpackungen: *„Gerade in der aktuellen Wirtschaftslage brauchen wir keine neuen staatlichen Lenkungsmaßnahmen. Die Belastungen der Branche durch das gesetzliche Einwegpfand sind heute schon erheblich. Der Kunde entscheidet bei seinem Einkauf im Handel, ob er Mehrweg oder Einweg wählt – die Hersteller bieten ihm beide Alternativen. Dabei sind Einweg-Gebinde über das DPG-Pfandlogo eindeutig für den Verbraucher erkennbar.“*

Weiteres Datenmaterial sowie Informationen zur wafg auf www.wafg.de.

Ansprechpartner:

Dr. Detlef Groß

Hauptgeschäftsführer

Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg)

Monbijouplatz 11, 10178 Berlin

Tel. +49 30/259258-10, Fax +49 30 259258-20

Email: mail@wafg.de

**Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs von Alkoholfreien Getränken
nach Getränkearten 2002 - 2009
(Werte in Liter pro Kopf)**



	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008 ¹⁾	2009 ²⁾	(+/-)
<i>Limonaden (insgesamt)</i>	83,5	80,6	80,4	81,0	81,7	84,3	83,9	90,3	7,6%
Cola und Cola-Mischgetränke	35,5	33,9	33,2	35,0	33,0	33,1	30,4	27,9	-8,2%
Cola und Cola-Mischgetränke (light)	7,0	7,2	7,1	6,7	7,4	7,9	8,0	9,8	22,5%
fruchtsafthaltige Limonaden	25,5	23,7	24,3	24,1	28,7	33,3	35,6	35,7	0,3%
fruchtsafthaltige Limonaden (light)	1,3	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	3,3	175,0%
sonstige Limonaden ³⁾	13,4	13,6	13,0	12,9	10,4	7,9	7,8	—	—
Bitter-Getränke ³⁾	0,8	1,0	1,6	1,2	1,0	0,9	0,9	—	—
Schorlen/Wasser plus Frucht-Getränke ⁴⁾	—	—	—	—	—	—	—	7,1	—
Wasser mit Aromen ⁴⁾	—	—	—	—	—	—	—	6,4	—
Diät. Erfrischungsgetränke	2,3	2,4	2,0	1,9	2,9	3,1	3,0	1,7 ⁵⁾	—
Mineralstoffgetränke	1,2	1,3	1,4	1,6	1,6	1,2	1,6	2,9 ⁵⁾	—
Brausen und sonstige Erfrischungsgetränke	2,7	3,2	3,7	4,6	5,4	6,5	7,2	4,9 ⁵⁾	—
Kaffee- und Teegetränke	6,5	8,9	8,4	8,0	8,2	6,6	6,9	6,1	-11,6%
<i>Fruchtsaftgetränke (insgesamt)</i>	16,6	18,4	17,5	16,2	15,7	14,8	14,3	11,1	-22,4%
kohlensäurefreie Fruchtsaftgetränke	10,5	13,0	12,0	11,3	10,7	10,0	9,8	9,0	-8,2%
kohlensäurefreie Fruchtsaftgetränke (light)	1,5	1,0	0,8	0,6	0,7	0,7	0,6	0,5	-16,7%
kohlensäurehaltige Fruchtsaftgetränke	3,5	3,6	4,0	3,8	3,8	3,5	3,3	1,1	-66,7%
kohlensäurehaltige Fruchtsaftgetränke (light)	1,1	0,8	0,7	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	-16,7%
Erfrischungsgetränke (insgesamt)	112,8	114,8	113,4	113,3	115,5	116,5	116,9	117,0	0,1%
Mineral- und Heilwässer	115,2	129,1	126,7	127,6	134,3	136,6	131,8	131,1	-0,5%
Quell- und Tafelwässer	4,8	5,4	6,1	7,4	7,9	6,5	6,3	6,3	0,0%
Wässer (insgesamt)	120,0	134,5	132,8	135,0	142,2	143,1	138,1	137,4	-0,5%
Apfelsaft	12,17	13,10	12,88	12,42	12,02	11,35	9,25	*	—
Orangensaft	9,52	9,66	9,24	8,93	8,92	8,32	8,00	*	—
Traubensaft	1,31	1,31	1,31	1,29	1,28	1,25	1,00	*	—
Grapefruitsaft	0,34	0,32	0,32	0,36	0,36	0,36	0,30	*	—
Birnensaft	0,20	0,30	0,30	0,25	0,25	0,26	0,25	*	—
Gemüsesaft/-nektar	0,97	0,97	0,99	1,35	1,36	1,35	1,20	*	—
Zitrusnektar	7,65	7,75	7,35	7,26	7,30	7,20	8,00	*	—
andere Säfte und Fruchtnektare	8,27	8,62	8,26	8,18	8,34	8,21	9,40	*	—
Fruchtsäfte und -nektare (insgesamt)	40,43	42,03	40,65	40,04	39,83	38,30	37,40	37,00 ⁶⁾	-1,1%

¹⁾ endgültige Berechnung

²⁾ vorläufige Berechnung

³⁾ Segment wird ab 2009 nicht mehr ausgewiesen

⁴⁾ Segment wird erst ab 2009 ausgewiesen

⁵⁾ durch Umstellung der Systematik kein Vergleich zu den Vorjahresdaten möglich

⁶⁾ Schätzung in Abstimmung mit dem VdF

* detaillierte Daten liegen noch nicht vor

Marktentwicklung 2009 - Alkoholfreie Getränke

1. Entwicklung der Absätze und Umsätze der AFG-Branche im Haushaltsverbrauch 2009

	Marktanteil nach Menge	Absätze 2009 (Veränderung zu 2008)	Marktanteil nach Wert	Umsätze 2009 (Veränderung zu 2008)
Gesamt	100,0%	1,4%	100,0%	-3,4%
Erfrischungsgetränke	38,7%	4,8%	48,2%	-2,3%
Wässer	50,9%	-0,6%	30,1%	-1,4%
Fruchtsaft, Fruchtnektar	10,4%	-1,2%	21,7%	-8,4%

2. Vertriebschienenstruktur der AFG-Branche im Haushaltsverbrauch 2009

Trad. LEH/Verbraucher- und Supermärkte	15,4%
SB-Warenhäuser	18,3%
Discounter	55,7%
Getränkefachmärkte	8,2%
Sonstige	2,5%

3. Verpackungsstruktur der AFG-Branche im Haushaltsverbrauch 2009

Mehrweg Gesamt	24,2%
Glas	11,0%
PET	13,2%
Einweg Gesamt	75,8%
Glas	0,2%
PET	67,7%
Karton	7,8%
Dose	0,1%

Quelle: GfK ConsumerScan (2009), eigene Berechnungen

Ansprechpartner:

Dr. Detlef Groß
 Hauptgeschäftsführer
 Wirtschaftsvereinigung
 Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg)
 Monbijouplatz 11, 10178 Berlin
 Tel. +49 30/259258-10,
 Fax +49 30 259258-20
 Email: mail@wafg.de