

# Trend: Weniger Kalorien

Die positive Entwicklung bei kalorienreduzierten und -freien Erfrischungsgetränken setzte sich im Jahr 2021 fort. Das verdeutlichen die vorläufigen Schätzungen der wafg zum Pro-Kopf-Verbrauch.

>> **Im direkten Vergleich** zum relativ gesehen schwachen Niveau des Vorjahres wurden in Deutschland im vergangenen Jahr 2021 wieder mehr Erfrischungsgetränke konsumiert. Dennoch blieben die Rahmenbedingungen für die Branche im zweiten Corona-Jahr schwierig. Auf Grundlage der vorläufigen Berechnungen ergibt sich ein Pro-Kopf-Verbrauch von 118,6 Litern (2020: 114,7 Liter, + 3,4 %).

Zugleich bestätigt sich der Trend der vergangenen Jahre: Kalorienreduzierte und -freie Erfrischungsgetränke werden bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern immer beliebter (2021: 18,3 Liter, 2020: 17,7 Liter). Die „leichten“ Varianten wurden insbesondere bei Cola und Cola-Mischgetränken verstärkt nachgefragt (2021: 12,9 Liter, 2020: 12,2 Liter). Kaffee- und Teegetränke konnten besonders zulegen (2021:

Weitere Daten zum Pro-Kopf-Verbrauch bei AfG siehe [www.wafg.de/pkv\\_2021](http://www.wafg.de/pkv_2021).

10,1 Liter, 2020: 7,2 Liter). Auch Wasser mit Aromen (2021: 6,0 Liter, 2020: 5,7 Liter) lagen über dem Vorjahr. Zwei Jahre nach Beginn der Corona-Pandemie müssen die Unternehmen der mittelständisch geprägten Branche allerdings weiterhin große wirtschaftliche und praktische Herausforderungen bewältigen – gleichwohl leisten sie weiterhin einen wichtigen Beitrag zur Angebotsvielfalt, Innovation und Versorgungssicherheit. Die in der Kategorie Erfrischungsgetränke ausgesprochen breite und vielfältige Produktpalette umfasst ohnehin seit vielen Jahren zahlreiche Alternativen mit geringerem Kaloriengehalt oder auch als kalorienfreie Varianten.

In der Gesamtsicht ist ohnehin festzuhalten, dass trotz der relativen Erholung zum Vorjahr das Niveau vor Beginn der Corona-Pandemie nicht erreicht wird. Der prognostizierte relative Zuwachs gegenüber dem Vorjahr beruht daher vermutlich maßgeblich auf den massiven Einschränkungen, die sich im ersten Pandemiejahr (vor allem für die Gastronomie und im Kultur- und Eventbereich) ergeben haben.

## Pro-Kopf-Verbrauch an Erfrischungsgetränken in Litern



## Vielfalt und Innovation

Die Daten zum Pro-Kopf-Verbrauch bei Erfrischungsgetränken zeigen: Auch in herausfordernden Zeiten ist die große Produktauswahl bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern beliebt. Die innovative Kategorie bietet eine enorme Geschmacksvielfalt, die sich an den Präferenzen der Konsumenten orientiert.

Gefragt sind dabei auch die zahlreichen Angebote mit weniger bzw. ohne Kalorien. „Regionalität“ und „Bio“ sind weitere wichtige Trends, die die Sortimente spiegeln. Bei der stetigen Weiterentwicklung der Produktkonzepte sind ebenso die unterschiedlichen Konsumsituationen entscheidend. Die angebotenen

Verpackungsarten und -größen erfüllen die entsprechenden Anforderungen – von kleinen Verpackungen für unterwegs über Vorratspackungen bis hin zu Gastronomie-Gebinden. Im Mittelpunkt stehen stets die Verbraucherinnen und Verbraucher. Die Branche setzt auch zukünftig auf ein erfrischend vielfältiges Angebot.



Franz Wacker, Leiter Wirtschaft und Umwelt [fwacker@wafg.de](mailto:fwacker@wafg.de)

Fotos wafg, Getty Images



## Lobbyregister freigeschaltet

Das Register soll die Interessenvertretung gegenüber Parlament und Regierung transparent machen, die „Handreichung“ zur Umsetzung verdeutlicht: einfach geht anders.

>> **Planmäßig** wurde zu Jahresbeginn das Lobbyregister des Deutschen Bundestages freigeschaltet. Damit gilt eine Registrierungspflicht für die Interessenvertretung gegen-

über dem Deutschen Bundestag oder der Bundesregierung. Das 2021 beschlossene Gesetz umfasst Pflichten zur Transparenz und Offenlegung zahlreicher Informationen und

Mehr Informationen zum Lobbyregister sowie die Einträge von Interessenvertretern sind unter [www.bundestag.de/lobbyregister](http://www.bundestag.de/lobbyregister) abrufbar.

zur Anerkennung eines verbindlichen Verhaltenskodex. Bereits in der Vergangenheit hat die wafg ihre Positionen zur fachlichen Interessenvertretung transparent auf der Homepage veröffentlicht bzw. deren öffentlicher Bereitstellung in den ministerialen Formaten zugestimmt. Auch den neuen Transparenzvorgaben werden wir in dem Rahmen fristgemäß nachkommen, der sich aus den Abläufen des Gesetzgebungs- und Umsetzungsverfahrens ergibt. Die Regierungsfractionen haben bereits angekündigt, dass sie gleichermaßen die Vorgaben des Lobbyregisters ausbauen und einen „legislativen Fußabdruck“ etablieren wollen. Es wäre sehr zu begrüßen, wenn diese Vorgaben stringent und umsetzbar ausgestaltet werden – und etwa nicht bestimmte Akteure durch Ausnahmen außen vor bleiben.

## Zahlen und Daten



Quelle wafg auf Datenbasis des Statistischen Bundesamtes

## Herausforderung Corona

In der andauernden Corona-Lage sehen sich die Unternehmen der Erfrischungsgetränke-Industrie weiterhin großen wirtschaftlichen und praktischen Herausforderungen gegenüber. Die anhaltend schwierige Situation in weiten Bereichen der Gastronomie und Veranstaltungsbranche wirkt sich auch zwei Jahre nach Beginn der Pandemie ebenso aus wie die bekannten Entwicklungen bei der Sicherung von Lieferketten, den Anforderungen einer funktionierenden Logistik sowie deutliche Kostensteigerungen bei Energie, Rohstoffen und der Umsetzung von Corona-Schutzmaßnahmen für die Mitarbeitenden. In dieser Ausgangslage leisten die Hersteller einen relevanten Beitrag zur Versorgungssicherheit. Wichtig bleibt – auch für die gesellschaftlichen Strukturen –, dass die durch Corona besonders betroffenen Branchen (Gast- und Hotelgewerbe sowie der Kultursektor) zeitnah und über akute Unterstützung hinaus belastbare Perspektiven für die Zukunft erhalten.

Martin Delius,  
Leiter Public Affairs  
[mdelius@wafg.de](mailto:mdelius@wafg.de)

## Kontakt

Wirtschaftsvereinigung  
Alkoholfreie Getränke e.V.  
(wafg)

**Telefon:**  
+ 49 (0) 30 / 259258-0  
**E-Mail:**  
[mail@wafg.de](mailto:mail@wafg.de)  
**Internet:**  
[www.wafg.de](http://www.wafg.de)