

Corona fordert Branche

Die Corona-Lage bleibt nicht ohne Spuren: Der Druck auf die Gastronomie führt 2020 zum Rückgang beim Pro-Kopf-Verbrauch von Erfrischungsgetränken. Zugleich behaupten sich kalorienreduzierte und -freie Alternativen. Die Branche hat die Herausforderungen angenommen und hofft auf Hilfe für Gastronomie und Kultur.

>> Über Monate geschlossene Restaurants und Bars, dazu verordnete Veranstaltungs- sowie Beherbergungsverbote und zahlreiche Menschen nicht in den Betrieben, sondern im mobilen Arbeiten – im vergangenen Jahr gab es in Deutschland deutlich weniger Gelegenheiten und Angebote, um außer Haus Erfrischungsgetränke zu genießen.

Da überraschen die spürbaren Auswirkungen auf den Verzehr – die sich nach der Schätzung zum Konsum im Jahr 2020 ergeben – nicht

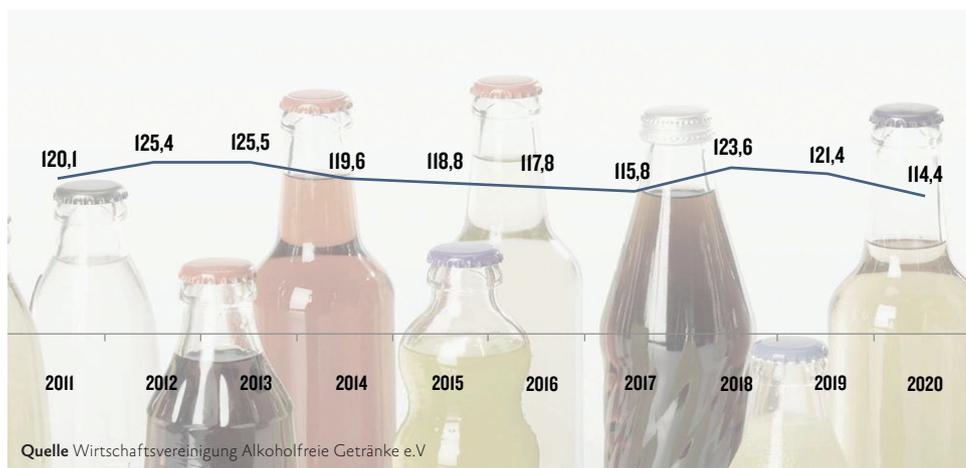
wirklich: Die vorläufigen Berechnungen der wafg ergeben einen Pro-Kopf-Verbrauch von 114,4 Litern. Dies ist ein deutlicher Rückgang um 7,0 Liter (bzw. 5,8 Prozent) gegenüber 2019 mit noch 121,4 Litern.

Dabei zeigt ein vertiefter Blick in die Kategorie aber weitere durchaus interessante Entwicklungen: So behaupten sich weiterhin vor allem kalorienreduzierte und -freie Erfrischungsgetränke. Auch wenn Cola und Cola-Mischgetränke sowie Limonaden (2020: 65,0 Liter, 2019: 59,0

Weitere Daten zum Pro-Kopf-Verbrauch bei AfG siehe www.wafg.de/pkv_2020.

Pro-Kopf-Verbrauch an Erfrischungsgetränken

Die Prognose zum Pro-Kopf-Verbrauch beruht auf den Eckdaten des Statistischen Bundesamtes zum 3. Quartal 2020 und einer wafg-Schätzung für das 4. Quartal 2020. Endgültige Zahlen werden veröffentlicht, sobald alle amtlichen Daten vorliegen.



Liter) einen wesentlichen Anteil des Rückgangs verzeichnen müssen, liegen deren zuckerreduzierte Varianten nur leicht unter Vorjahresniveau (2020: 16,3 Liter, 2019: 16,5 Liter). Kalorienreduzierte Limonaden zeigen sogar ein leichtes Wachstum. Ein ähnlicher Trend zeigt sich bei Fruchtsaftgetränken.

Damit verdeutlichen die Zahlen: Die vielfältige und innovative Auswahl an Produkten mit geringerem Kaloriengehalt fand 2020 weiterhin großen Zuspruch – die entsprechenden Angebote der Branche und die stetig erweiterte Produktauswahl ohnehin bereits vielfältiger Sortimente werden hier also bei Verbraucherinnen und Verbrauchern gut angenommen. Die Zahlen für den Absatz im (Einzel-)Handel haben sich im vergangenen Jahr insofern positiv bis stabil entwickelt. Die Voraussetzung hierfür war, dass die Unternehmen der Branche unbeschadet von Lockdowns und den zum Teil großen Herausforderungen in der Lieferkette und Logistik in der Lage waren, kurzfristig ihre Prozesse krisenfest zu gestalten und die Versorgungssicherheit auf hohem Niveau zu gewährleisten.

Dennoch: Die Schließung von Gaststätten, Bars und Clubs sowie der Ausfall wichtiger Kultur- und Szeenevents sowie von (Volks-)Festen belastet zunehmend zahlreiche Unternehmen der überwiegend mittelständisch geprägten Branche. Niemand kann davon ausgehen, dass das Wegbrechen solcher elementar wichtigen Vertriebskanäle vollständig über die Absätze im Einzelhandel aufgefangen werden kann und soll.

Umso wichtiger ist es daher auch für unsere gesellschaftlichen Strukturen, den angesprochenen und durch die Corona-Lage besonders betroffenen Branchen (vor allem dem Gast- und Hotelgewerbe sowie dem Kultursektor) zeitnah über tatsächlich ankommende akute Unterstützung hinaus auch belastbare Perspektiven für die Zukunft aufzuzeigen.

Sachstandsbericht DLMBK

>> Die Deutsche Lebensmittelbuchkommission (DLMBK) hat aktuell ihren Sachstandsbericht zu Arbeitsergebnissen des Fachausschusses Getränke veröffentlicht, auch zuständig für die Leitsätze für Erfrischungsgetränke (die seit längerem zur Überarbeitung anstehen). Der Sachstand legt nahe, dass die Beratungen in dem gemäß den gesetzlichen Vorgaben unabhängigen Gremium auf gutem Weg sind. Angesichts medialer Diskussionen (und mit Blick auf die Fakten fragwürdig anmutender Aufregung mancher Akteure) rund um den Zuckergehalt bei Limonaden führt der Zwischenbericht aus, dass bei etwa zwei Dritteln der Limonaden Zuckergehalte zwischen 7 und 11 Gramm/100 Milliliter (weiterhin) üblich seien. Bei dem Drittel mit geringeren Zuckergehalten wiesen die meisten Etiketten auf diese Abweichung hin. Nur sehr wenige Anbieter würden dazu nicht informieren. Zwischen den Zeilen zu lesen



Die von der DLMBK erarbeiteten Leitsätze berücksichtigen die Erwartung der Verbraucher und sind eine wichtige Orientierungshilfe für die Herstellung, Kennzeichnung und Beurteilung von Erfrischungsgetränken

bleibt dennoch die berechtigte Hoffnung, dass hier eine vernünftige Klarstellung und Modifikation der Beschreibungen zu erwarten ist, mit der dieser überflüssige Sturm im Limonaden-Glas hoffentlich baldmöglichst erledigt sein könnte.

Der Bericht ist auf der Webseite des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) unter www.bmel.de/DE/themen/ernaehrung/lebensmittel-kennzeichnung/deutsche-lebensmittelbuch-kommission/fachausschuss-getraenke-sachstandsbericht.html abrufbar.

Falsche Adresse

Beschäftigt man sich nicht täglich mit den Leitsätzen, muss man die Komplexität des selbst für Insider nicht einfachen Kompendiums sicher nicht zwingend nachvollziehen. Das passiert offenkundig sogar dem einen oder anderen Hersteller. Allerdings erstaunt, wenn jüngst die WirtschaftsWoche alarmiert: „Lemonaid-Aktion läuft ins Leere – Klöckner droht Niederlage im Limonadenstreit“. Ohne Haltungsnoten abgeben zu wollen, erfordert dies nach den Grundsätzen von „Klarheit und Wahrheit“ (als Anleihe bei der organisierten Verbraucherschaft) eine etwas andere Einordnung. Wenn die (gesetzlich) unabhängige Lebensmittelbuch-Kommission so berät, dann kann man dies per se nicht negativ der Ministerin zuschreiben. Zumal der Sachstand das so kaum hergibt und es der Sache nach erst recht nicht um die Aktion eines Unternehmens geht. Selbst auf Kosten der Überschrift: „Fakten first“ wäre vielleicht ein guter Anfang.

Dr. Detlef Groß,
wafg-Hauptgeschäftsführer,
dgross@wafg.de

Daten und Zahlen



bedeuten gegenüber 2019 einen Rückgang um 7,0 Liter bzw. 5,8 Prozent beim durchschnittlichen Pro-Kopf-Verbrauch



Der Anteil kalorienreduzierter bzw. -freier Produkte (light) am Pro-Kopf-Verbrauch steigt gegenüber dem Vorjahr weiter an



bedeuten einen Rückgang um 5,9 Liter bzw. 4,2 Prozent – damit bleiben (Mineral-)Wässer deutlich verbrauchsstärkste AfG-Kategorie

Kontakt

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e.V.
(wafg)

Telefon:

+ 49 (0) 30 / 259258-0

E-Mail:

mail@wafg.de

Internet:

www.wafg.de