

Rekordsommer bei AfG

Der heiße Sommer 2018 ist gut für Alkoholfreie Getränke (AfG) und befördert den Konsum von Erfrischungsgetränken. Hier profitieren besonders Fruchtlimonaden sowie kalorienreduzierte und -freie Getränke.

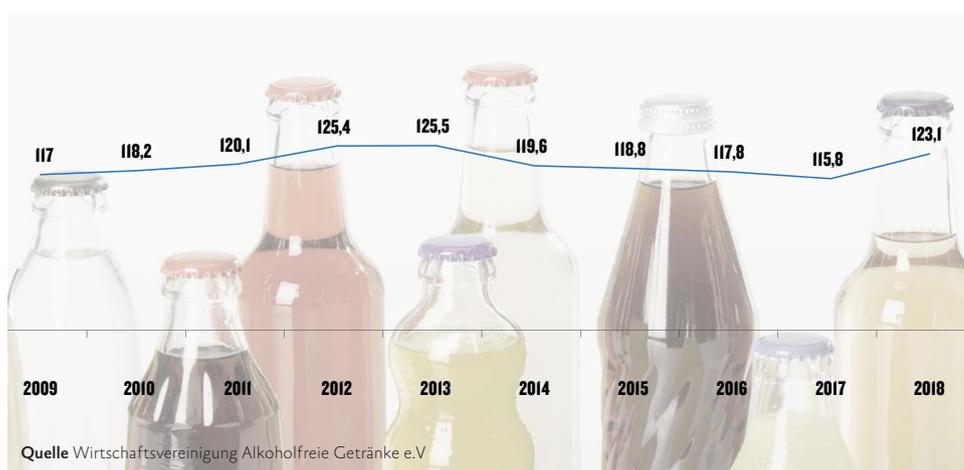
>> **Der heiße** (Rekord-)Sommer 2018 hat die Nachfrage bei Erfrischungsgetränken spürbar belebt – denn hohe Temperaturen und lange sonnige Tage sind traditionell ein positiver Impuls für den Getränkeabsatz. Nach einigen Jahren mit stabilem und zuletzt sogar leicht rückläufigem Verbrauch ist auch bei Erfrischungsgetränken der Konsum im vergangenen Jahr wieder angestiegen – um 7,3 Liter bzw. 6,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das zeigen die vorläufigen Berechnungen zum Pro-Kopf-Verbrauch, den wir in Deutschland durchschnittlich im Jahr 2018 bei 123,1 Litern (2017: 115,8 Liter) sehen.

Verbrauchsstärkste Einzelkategorie bei Erfrischungsgetränken bleiben Cola und Cola-Mischgetränke. Das deutlichste Wachstum verzeichnen in diesem Jahr die Fruchtlimonaden – ihr Konsum, der zuletzt rückläufig war, stieg um 18,5 Prozent. Auffallend ist zudem der Trend hin zu einer höheren Nachfrage von kalorienreduzierten bzw. kalorienfreien Produkten. Gleichermäßen bei Cola-Getränken, (Frucht-)Limonaden oder Fruchtsaftgetränken – die „leichteren“ Alternativen entwickeln sich jeweils außerordentlich positiv. Dabei ist klarzustellen, dass ohnehin die Entwicklung des

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

Pro-Kopf-Verbrauch an Erfrischungsgetränken

Ein Hinweis zur (Daten-)Grundlage für die Berechnung: Die vorstehenden Daten beruhen auf den Angaben des Statistischen Bundesamtes, wobei dort bislang nur Produktionsdaten bis einschließlich des 3. Quartals 2018 vorliegen. Daher hat die wafg aufgrund von Erfahrungswerten und unter Einbezug einer Schätzung für das 4. Quartal 2018 eine Prognose erstellt. Angaben in Liter.



Pro-Kopf-Verbrauchs nicht die Entwicklung der Kaloriengehalte abbildet. So sind – um ein konkretes Beispiel anzuführen – nach unserer Einschätzung bei (fruchthaltigen) Limonaden auch die erst seit kürzerer Zeit am Markt etablierten Varianten einbezogen, die als „Leichte Limonaden“ weniger Kalorien als zumindest bislang marktüblich enthalten.

Die Kategorie Erfrischungsgetränke steht dabei in besonderer Weise auch für Geschmack und Genuss – und ist ohnehin schon seit vielen Jahren eine besonders gute Referenz für Innovation und Vielfalt. Bei ihr ist und bleibt das Angebot im Handel bzw. im Regal nicht zuletzt durch viele neue Produkte innovativ und spannend. Hierzu zählen als Alternativen in immer größerem Umfang zahlreiche kalorienreduzierte bzw. kalorienfreie Angebote.

Neben „leichten“ Produktvarianten beleben weiterhin bei Verbraucherinnen und Verbrauchern gefragte Trends wie Regionalität, Bio oder neue Geschmacksrichtungen das Sortiment. Auch bei Verpackungen tut sich viel – von leichteren Einweg-Verpackungen bis hin zum Revival der klassischen Glas-Flasche. Diese Innovationskraft und das Gespür der Unternehmen der Branche für Trends am Markt kommt offenbar im Handel gut an – wie die erst vor kurzem wieder in der LEBENS-MITTEL PRAXIS veröffentlichte Aktualisierung der HIT-Studie verdeutlicht (siehe LP 8/2018, S. 36 ff.). Insgesamt bleiben bei den Alkoholfreien Getränken – wie schon in den Vorjahren – die Wässer mit deutlichem Abstand vorne und bestätigen damit erneut eindrucksvoll ihre Marktbedeutung als verbrauchsstärkste – und weiter wachsende – Kategorie in Deutschland. So stieg der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch um 6,2 Liter bzw. 4,2 Prozent auf einen neuen Rekord von 123,1 Litern (hiervon 150,5 Liter Mineral- und Heilwässer sowie 3,9 Liter Quell- und Tafelwässer).

Vielfältige Angebote für vielfältigen Geschmack

>> **Die Daten zur Entwicklung** des Pro-Kopf-Verbrauchs von alkoholfreien Getränken bieten eine gute Gelegenheit für eine Standortbestimmung: Nach einigen Jahren mit leicht rückläufigem Konsum haben die Erfrischungsgetränke vom außergewöhnlich heißen Sommer 2018 profitiert. Besonders groß ist das Plus bei den Limonaden, wobei hier – wie über alle Kategorien hinweg – auch die kalorienreduzierten und kalorienfreien Varianten bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern besonders im Trend liegen. Das Angebot ist dabei vielfältig und von Innovationen geprägt: Die Verbraucherinnen und Verbraucher können bei Erfrischungsgetränken bereits seit vielen Jahren aus einer ausgesprochen breit gefächerten Produktpalette auswählen. Die Angebotsvielfalt wurde seitens der Hersteller in den vergangenen Jahren beständig erweitert. Das gilt sowohl für regionale Angebote, Bio-Rezepturen, neue Geschmacksrichtungen sowie zahlreiche kalorienfreie bzw. -reduzierte Alternativen. Auch we-



Patrick
Kammerer
wafg-Präsident
pkammerer
@wafg.de

gen des intensiven Wettbewerbs um den Geschmack der Verbraucherinnen und Verbraucher zählen die alkoholfreien Getränke seit Jahren zu den innovativsten Kategorien im Handel. Erfolgreiche Innovationen erfüllen dauerhaft die Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher – dies stimmt zuversichtlich für die weitere Geschäftsentwicklung der Branche.

Daten und Zahlen



7,6 %

Anstieg bei kalorienreduzierten bzw. -freien Produkten (light)

Light-Produkte entwickelten sich besonders und überdurchschnittlich positiv. Dies gilt insbesondere für Cola und Cola-Mischgetränke.



123,1 Liter

Erfrischungsgetränke

bedeuten gegenüber dem Vorjahr einen Anstieg des Pro-Kopf-Verbrauchs um 7,3 Liter bzw. 6,3 Prozent (2017: 115,8 Liter).



154,4 Liter

Wässer

machen diese mit weitem Abstand zur verbrauchsstärksten AfG-Kategorie. Hier stieg der Pro-Kopf-Verbrauch 2018 um 6,2 Liter bzw. 4,2 Prozent.

Branchentreffpunkt: Frühjahrsmeeting

Am Mittwoch, den 5. Juni 2019, lädt die wafg zum traditionellen Frühjahrsmeeting in Berlin-Mitte ein. Die Veranstaltung dient dem Austausch innerhalb der Branche sowie dem Dialog mit Politik und Medien. Wie in den Vorjahren setzen wir auf ein spannendes Programm und interessante Impulse für und von unseren Gästen.

Auf dem Programm stehen eine hochrangige politische Key-Note zur Ernährungspolitik, der Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie sowie Perspektiven der Nährwertkennzeichnung. Daniel Goffart, Chefkorrespondent des „Focus“, wird kurz nach der Wahl zum Europäischen Parlament die damit verbundenen politischen Entwicklungen einordnen. Bei einem kommunikativen Get-Together bietet sich die Möglichkeit zu interessanten Gesprächen rund um die Themen der Branche und darüber hinaus.

An einer Teilnahme interessierte Vertreter aus Industrie und Handel können sich unter mail@wafg.de an die wafg-Geschäftsstelle wenden.

Kontakt

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e.V.
(wafg)

Telefon:

+ 49 (0) 30 / 259258-0

E-Mail:

mail@wafg.de

Internet:

www.wafg.de