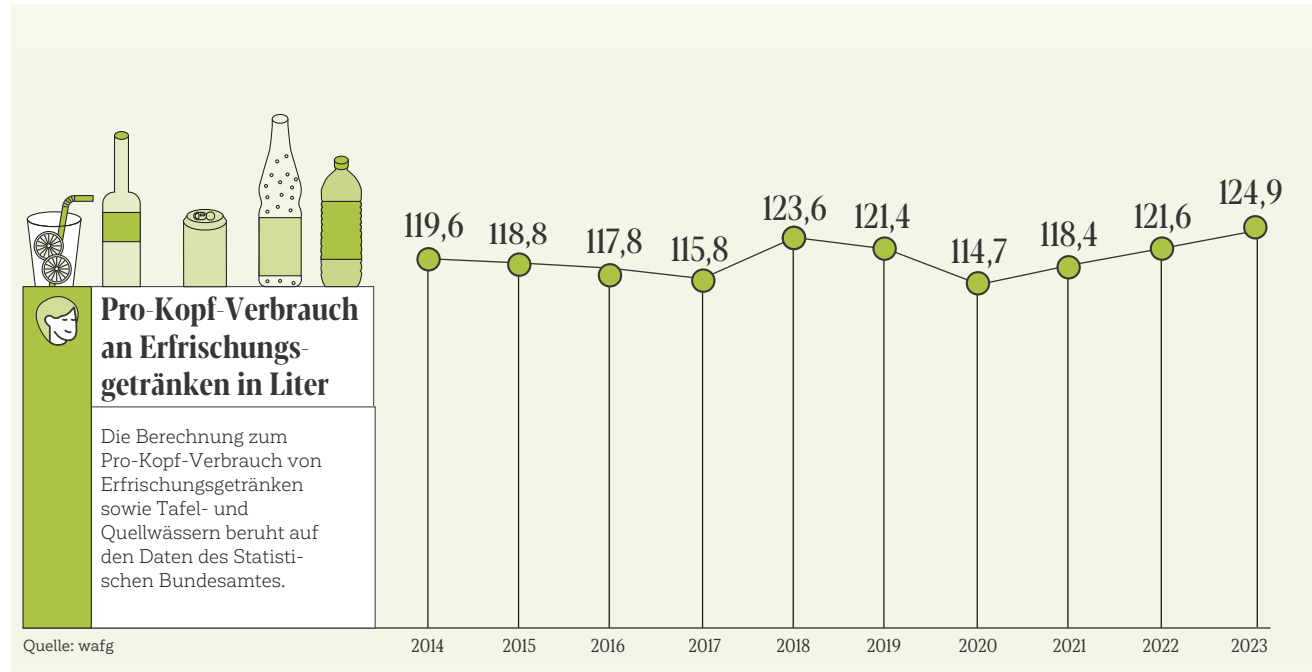


2023: Positive Entwicklung

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Erfrischungsgetränken zeigt sich im Jahr 2023 weitgehend stabil bzw. leicht über dem Vorjahr. Das zeigen die aktuellen Berechnungen der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke (wafg).



Weitere Daten und die Details zur Berechnung des Pro-Kopf-Verbrauchs sind abrufbar unter www.wafg.de/pkv.



Das vielfältige Produktangebot bei Erfrischungsgetränken steht seit vielen Jahren für eine große und breite Auswahl in der Kategorie. Verbraucherinnen und Verbraucher finden in den Regalen des Handels eine Vielfalt von klassischen Rezepturen sowie von kalorienreduzierten oder kalorienfreien Alternativen. Diese Angebotsbreite wird von den Verbraucherinnen und Verbrauchern geschätzt, wie die aktuellen Zahlen der wafg zum Pro-Kopf-Verbrauch zeigen. Die Berechnungen auf Basis der vorhandenen Daten des Statistischen Bundesamtes bedeuten im Jahr 2023 für die Gesamtkategorie einen Pro-Kopf-Verbrauch von 124,9 Litern. Das ist ein über das Jahr moderater Zuwachs um 3,3 Liter bzw. von 2,8 % gegenüber 2022 (121,6 Liter).

Limonaden, Schorlen sowie Wasser-plus-Frucht im Trend

Positiv bei den Unterkategorien entwickeln sich insbesondere Limonaden (2023: 30,2 Liter, 2022: 26,1 Liter) und Schorlen/Wasser plus

Frucht-Getränke (2023: 7,1 Liter, 2022: 5,8 Liter) – gerade letztgenannte Segmente umfassen Produktvarianten mit geringerem Kaloriengehalt.

Bei Limonaden gibt es inzwischen unterschiedliche Süßungskonzepte (mit Angeboten, die weniger Zucker enthalten, aber nicht den strikten „Light“-Kriterien entsprechen). Die anstehende Neufassung der Leitsätze für Erfrischungsgetränke sollte baldmöglichst abgeschlossen werden, damit das (in der Sache nicht immer faktennah diskutierte) Thema Mindestzuckergehalt bei Limonaden als „historisch“ bewertet werden kann.

Bei den Schorlen ergänzen zahlreiche „leichte“ Angebote das Angebot. Schwächer gegenüber dem Vorjahr zeigen sich Energiegetränke sowie angereicherte Getränke und in der Relation auch „Light“-Varianten bei Limonaden, Cola- und Cola-Misch-Getränken.

Branche setzt weiter auf Kalorienreduktion Weiterhin engagieren sich die Mitgliedsunternehmen der wafg für die Kalorienreduktion in

Foto: Getty Images

124,9

Liter Erfrischungsgetränke – ein Plus von 2,8 Prozent gegenüber 2022

30,2

Liter Limonaden – ein deutlicher Zuwachs zum Vorjahr

7,1

Liter Schorlen/Wasser plus Frucht-Getränke – auch diese legen zu 2022 zu

der Kategorie. Diese Anstrengungen der Branche werden im Rahmen eines eigenen Monitorings des wafg-Branchenbeitrags zur Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie der Bundesregierung (NRI) dokumentiert.

Die hierzu im Rahmen des Branchenbeitrags ausgelobte Kalorienreduktion von 15 % über die gesamte Kategorie bis 2025 ist bislang auf gutem Kurs. Die mit der Prüfung betraute Wirtschaftsprüfung hat zur Halbzeit für das Jahr 2020 eine marktgewichtet erreichte Kalorienreduktion von 9,2 % bestätigt; damit sind zur Hälfte des verabredeten Zeitraums über 60% des Zielwertes erreicht. Diese Anstrengungen werden von den Unternehmen weiter fortgeführt.

Innovation und Reformulierung

Die Hersteller erreichen ihre ambitionierten Reduktionsziele sowohl durch die Reformulierung bestehender Rezepturen als auch durch (Produkt-)Innovationen. Gerade innovative Produktkonzepte bei kalorienfreien und -reduzierten Varianten sind in besonderer Weise auf unterstützendes Marketing bzw. verantwortungsvoll umgesetzte Werbung angewiesen. Wesentlich ist auch die Akzeptanz der Verbraucherinnen und Verbraucher für Süßstoffe und Aromen, die wichtige Bausteine im Konzept einer erfolgreichen Kalorienreduktion sind.

Hier sind Informationen für die Verbraucherinnen und Verbraucher zu den neuen Produkten besonders wichtig. Aber auch bei reformulierten Rezepturen mit weniger Kalorien ist eine entsprechende Kommunikation relevant. Umfassende und undifferenzierte Werbeverbote mit Breitenwirkung, wie sie im aktuellen Gesetzentwurf des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) zur Umsetzung des Koalitionsvertrages mit Blick auf an Kinder gerichtete Werbung in bestimmten Sendungen und Formaten angedacht sind, würden daher bei einer unverhältnismäßigen Umsetzung diese Anstrengungen (Innovationen und Reformulierung) gefährden. ■



Trends und Kontext

In Deutschland ist die breite Angebotsvielfalt von Erfrischungsgetränken ebenso traditionell wie die Innovationskraft in der Kategorie. Verbraucherinnen und Verbrauchern bieten Industrie und Handel damit eine Auswahl, in der jede und jeder nach den jeweiligen Präferenzen wählen kann.

Nach den Daten des Statistischen Bundesamtes für 2023 sind (Mineral-, Heil-, Quell- und Tafel-)Wässer die stärkste Kategorie im AfG-Sortiment. Wenn nun deren Verbrauch zurückgeht, hat dies einen politischen Kontext. Die (rechtlichen) Rahmenbedingungen der letzten Jahre sind gleichermaßen auf EU-Ebene wie in Deutschland vielfältig auf die gezielte Förderung des Konsums von Leitungswasser ausgerichtet. Dabei wird oft ausgeblendet, dass Natürliches Mineralwasser als Naturprodukt anderen Maßstäben unterliegt. Erst recht gilt dies für Heilwässer.

Die vom Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) veröffentlichten Daten zeigen, dass 2022 durchschnittlich 4 Prozent der täglichen Trinkwasserverwendung in Haushalten und Kleingewerben auf die Verwendung Trinken und Essen entfiel. Dies entspricht – bei 5 Litern pro Person und Tag – am Ende einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von 1.825 Litern. Damit ist klar: Auch abzüglich des Verbrauchs für Essen und Kochen bleibt Wasser weiterhin die Grundlage der Flüssigkeitszufuhr.

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

Kontakt

Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg)
Tel.: 030 / 259 258-0

mail@wafg.de
www.wafg.de

