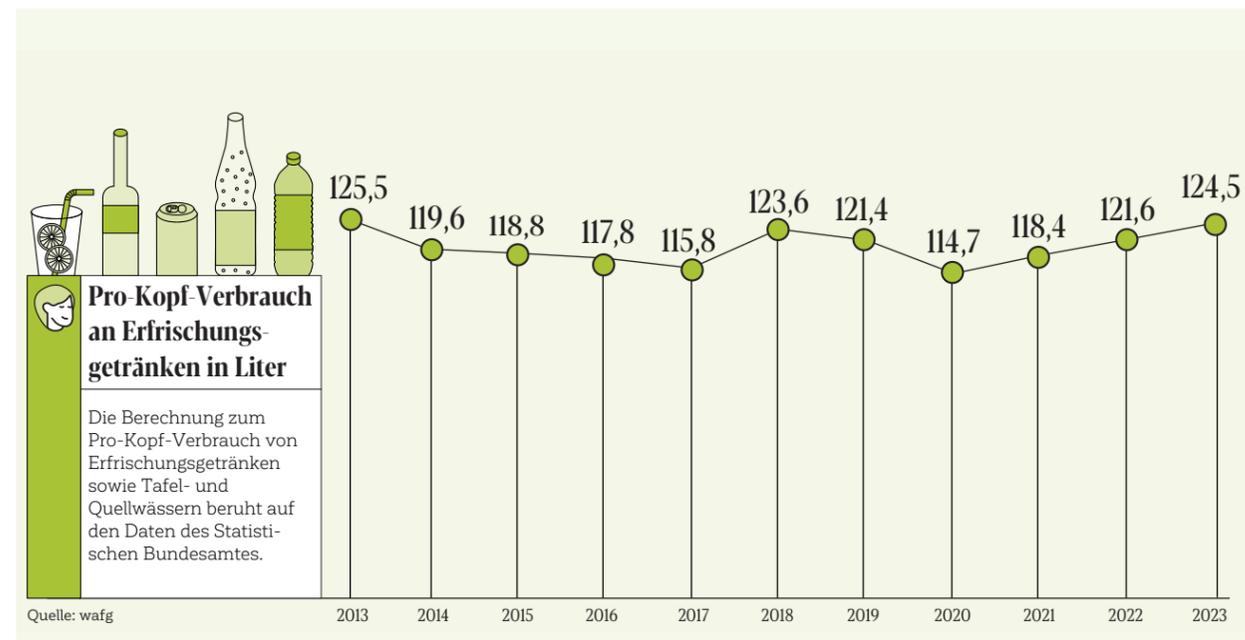


Vielfalt und Innovation

Erfolgreiche Grundlage für die Kategorie Erfrischungsgetränke war 2023 erneut die breite Vielfalt im Angebot. Dazu zählt weiterhin eine große Auswahl auch kalorienfreier bzw. -reduzierter Varianten.



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



Die Vielfalt im (Supermarkt-)Regal zeigt: Bei alkoholfreien Getränken stehen Erfrischungsgetränke für eine abwechslungsreiche und mannigfaltige Auswahl. Die Kategorie zeichnet sich schon über viele Jahre zugleich als besonders innovationsfreundlich aus. Dies gilt im maßgeblichen Trend für die letzten Jahre vor allem für die wachsenden Angebote von zahlreichen kalorienfreien bzw. -reduzierten Varianten.

Der Pro-Kopf-Verbrauch bei Erfrischungsgetränken lag im Jahr 2023 auf Basis der vom Statistischen Bundesamt aktualisierten Bevölkerungszahl sowie Produktions- und Außenhandelszahlen nach den Berechnungen der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke (wafg) bei 124,5 Litern. Die gegenüber den vorläufigen Berechnungen im Frühjahr aktualisierten Datengrundlagen des Statistischen Bundesamtes zeigen für die Kategorie insgesamt zu 2022 (121,6 Liter) einen sehr moderaten Zuwachs von 2,9 Litern bzw. 2,4 Prozent. Dieser fällt damit

etwas geringer aus, als dies die bisherigen Daten nahegelegt hatten.

Langfristig zeigt sich vor allem bei Limonaden ein klarer Trend zu Gunsten der kalorienfreien und -reduzierten Varianten. 2023 haben die Verbraucherinnen und Verbraucher erstmals seit längerer Zeit wieder stärker die klassischen Varianten gewählt. Das Verhältnis dieser Segmente hat sich jedoch über die Jahre selten linear entwickelt.

Ohnehin unterscheidet die amtliche Statistik zu den Produktionsdaten nicht in allen Segmenten differenziert zwischen dem Kaloriengehalt bzw. der gesonderten Betrachtung „light“ und „klassisch“. Zugleich wird im längerfristigen Vergleich deutlich, dass sich die Kategorie insgesamt im Wesentlichen stabil zeigt. So lag im Jahr 2013 der Pro-Kopf-Verbrauch mit 125,5 Litern über dem aktuellen Wert.

Nachgefragt wurden im Jahr 2023 insbesondere (fruchthaltige) Limonaden (29,0 Liter, 2022: 26,1 Liter) sowie Schorlen/Wasser plus Frucht-Getränke (7,3 Liter, 2022: 5,8 Liter). Positiv ent-

Foto: Getty Images

124,5

Liter Erfrischungsgetränke sind ein moderates Plus von 2,4 Prozent zum Vorjahr

80,4

Liter Limonaden stehen für das größte Segment

7,3

Liter Schorlen/Wasser plus Frucht-Getränke zeigen das Segment zu 2022 im Plus

wickelten sich ebenso Cola und Cola-Mischgetränke (34,8 Liter, 2022: 33,5 Liter). Neue Möglichkeiten und Chancen für erweiterte Spielräume bei der Kalorienreduktion bietet bei Limonaden zukünftig die Aktualisierung und Fortschreibung der Leitsätze für Erfrischungsgetränke. Hierfür hatte sich die wafg ausdrücklich ausgesprochen.

Dagegen zeigten sich angereicherte Getränke und Energiegetränke erstmals seit 2020 rückläufig (6,5 Liter, 2022: 6,7 Liter). In dieser Gütergruppe erfasst das Statistische Bundesamt gemeinsam „Vitamin- und Mineralstoff-Energiegetränke“, dies umfasst z.B. isotonische Erfrischungsgetränke, ACE-Getränke, Sportgetränke, Erfrischungsgetränke mit Zusatz von Vitaminen und/oder Mineralstoffen sowie Energydrinks.

Fruchtsaftgetränke (9,7 Liter, 2022: 9,8 Liter), Wasser mit Aromen (6,3 Liter, 2022: 6,5 Liter), Cola- und Cola-Mischgetränke (light) (12,8 Liter, 2022: 13,6 Liter) und Limonaden (light) (4,1 Liter, 2022: 3,9 Liter) lagen ebenfalls unter dem Vorjahresniveau – die prozentualen Schwankungen zum Vorjahr relativieren sich bei absoluter Betrachtung in Volumen deutlich.

Deutlicher fiel der Rückgang bei Kaffee- und Teegetränken (8,8 Liter, 2022: 9,4 Liter) aus. Gleiches gilt für Sonstige Erfrischungsgetränke (5,4 Liter, 2022: 6,0 Liter), zu denen neben Brausen in der entsprechenden Gütergruppe auch chininhaltige Erfrischungsgetränke (wie Bitter- und Tonicgetränke) erfasst werden.

Allein die hier aufgezeigte Vielfalt in den einzelnen Segmenten der Kategorie verdeutlicht die enorme Angebotsbreite und -auswahl an Erfrischungsgetränken. Die Unternehmen orientieren sich dabei in der Entwicklung der Portfolios weiterhin an den oft ebenso vielfältigen Präferenzen der Verbraucherinnen und Verbraucher. ■



Verbraucherinnen und Verbraucher können bei Erfrischungsgetränken aus vielfältigen Sortimenten auswählen.

Vielfalt im Angebot

Die Angebotsvielfalt bei Erfrischungsgetränken im Handel ist in Deutschland ebenso ein großes Plus wie die Innovationskraft der Kategorie. Verbraucherinnen und Verbraucher können hier seit vielen Jahren aus einer ausgesprochen vielfältigen Produktpalette auswählen. Die Hersteller, viele mittelständisch geprägt, haben ihre Angebote kontinuierlich erweitert. Das gilt insbesondere für unzählige kalorienfreie bzw. -reduzierte Alternativen in den Regalen. Dabei sind Erwartungen und Wünsche der Verbraucherinnen und Verbraucher keineswegs homogen. Sie unterliegen ihrerseits Trends. Jedoch spiegelt sich die langjährige Tendenz zur verstärkten Nachfrage von kalorienfreien bzw. -reduzierten Angeboten in allen Marktdaten. Diese Zahlen verdeutlichen, dass das Engagement der Branche zur Kalorienreduktion weiterhin auf Zuspruch trifft. Bewusst bleiben muss jedoch, dass sich Verbraucherpräferenzen nicht zwingend linear entwickeln. Jedoch befördert der intensive Wettbewerb stetig Innovationen. Der Handel profitiert davon, dass die Kategorie wiederholt zu den innovativsten Bereichen zählt. Erfolgreiche Innovationen orientieren sich vor allem an sich wandelnden Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher. Dies ist gut, damit weiterhin jede und jeder eine Erfrischung nach den persönlichen Präferenzen und Wünschen auswählen kann.

Dr. Detlef Groß
E-Mail: dgross@wafg.de

Kontakt

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

mail@wafg.de
www.wafg.de

