

1.4.1.19 Die Entwicklung der Nachfrage nach alkoholfreien Getränken

Zusammenfassung: Die Nachfrage nach alkoholfreien Getränken ist mengenmäßig stabil bis steigend, doch wirtschaftlich in einem großen Wettbewerbsfeld zwischen einfachem Trinkwasser bis hin zu Premium Mineralwasser, einfachen Limonaden bis zu Senegetränken und einfachen traditionellen Fruchtsäften bis hin zu „functional drinks“.

Beschreibung: Die Lebensmittelgruppe der alkoholfreien Getränke ist sehr breit und umfasst gemäß der Einteilung des Ernährungsberichts 2000 (DGE 2000a):

- Obst- und Gemüsesäfte Apfel-, Kirsch-, Orangen-, Trauben-, sonstige Obstsäfte, -nektare Tomatensaft
- Tafelwasser Mineralwasser, Trinkwasser
- Koffeinhaltige Erfrischungsgetränke Cola, Cola Mix
- Sonstige Erfrischungsgetränke Limonaden, Fruchtsaftgetränke, Brausen
- Kräuter-, Früchtetee,
- Kaffee-Ersatz

Der Verbrauch an alkoholfreien Getränken setzt sich aus verschiedenen Bereichen zusammen und beträgt insgesamt ca. 300 Liter/Jahr/Kopf.

Das Trinkwasser in Deutschland ist so gut, dass es direkt aus der Leitung getrunken werden kann, und dies wird auch dadurch vermarktet, dass entsprechende Haushaltsgeräte zur Herstellung von Erfrischungsgetränken angeboten werden und im Verkaufstrend liegen (DGE 2000e). Andere Verwendung findet es bei der Kaffee- und Teezubereitung. Der durchschnittliche jährliche Pro-Kopf-Wasserverbrauch in Deutschland beträgt ca. 130-140 Liter, wobei nur ein geringer Teil zum menschlichen Verzehr verbraucht wird.

An Mineralwasser werden relativ konstant (nur leicht steigend) jährlich 100 Liter/Kopf verbraucht, an den verschiedenen Erfrischungsgetränken zusammen weitere 100 Liter/Kopf (doch mit deutlich steigender Tendenz), während der Verbrauch an Obst- und Gemüsesäften konstant 40-41 Liter/Kopf beträgt (AC Nielsen und Lebensmittelzeitung 1999a).

Kräuter und Früchtetee zeigt Überlappungen zu Gewürz- und Heilpflanzen (Kap. 1.4.1.18). Letztlich ist noch ein kleines Segment des Kaffee-Ersatzes zu benennen.

Herkunft und Erzeugung: Obwohl die Erde ein wasserreicher Planet ist („blauer Planet“), wird weltweit Trinkwasser zu einem knappen Lebensmittel. Nur 2,5 % des globalen Wassers sind Süßwasser, 2/3 davon sind als Eis an den Polen gespeichert. Von den fließenden Wässern versickert viel oder ist anderweitig schwer zugänglich. Süßwasser wird nur zu einem geringen Teil als Trinkwasser benutzt, neben der Bewässerung (die mittelbar der Ernährung zugute kommt) gehen große Anteile nicht in die Nahrungskette. Bedingt durch die unterschiedliche Verteilung der Wasserressourcen existiert bereits heute Knappheit. Deutschland ist davon allerdings nicht betroffen (Hartmann 2000).

Der jährliche Umsatz des Getränkegewerbes beträgt ca. 41 Milliarden DM, darunter liegt der Umsatz von Mineralbrunnen und Erfrischungsgetränken bei ca. 12 Milliarden DM. Die Zahl der Betriebe beträgt 830 bzw. 230, und es gibt ca. 78.000 bzw. 24.000 Beschäftigte. Noch dominiert der Mittelstand, doch hat die Konzentrationswelle auch diese Branche erreicht. Dazu gehört auch die Internationalisierung der Erzeugung und des Vertriebs.

Tab. 1.12: Entwicklung des Umsatzes von Alkoholfreien Getränken im Lebensmitteleinzelhandel (LEH) 1999

Alkoholfreie Getränke	Umsätze 1999 im LEH (in Mio. DM)	Deutlicher Zuwachs
-----------------------	-------------------------------------	--------------------

Mineralwasser	3932	
Cola-Getränke	2482	
Limonaden mit CO ₂	1646	
Fruchtsäfte	1494	
Eistee	461	+
Fruchtnektare	645	
Limonaden ohne CO ₂	586	
Schorle	259	+
New Age (ACE,...)	189	+
Bittergetränke	115	
Energydrinks	75	+
Sportdrinks	57	

Quelle: AC Nielsen 2000b

Der Markt an alkoholfreien Erfrischungsgetränken kann als sehr innovativ bezeichnet werden, dies zeigt sich in vielen kleineren Varianten (Behältnisformen und –material, Gebinden, usw.), doch sind in der letzten Dekade einige Variationen erfolgreich eingeführt worden, wie z.B. Teegetränke und „functional drinks“. Nach der Light-Getränke-Welle stehen jetzt „wellness“ und „full flavor“ im Mittelpunkt. Zu den neuesten Entwicklungen zählen (Apfel-) Essig-Getränke und Milch-Molke-Vitamin-Mischgetränke.

Die Einkaufsorte unterscheiden sich je nach Sortimentsbereich. Mineralwasser wird zu einem Drittel in Getränke-Abholmärkten eingekauft, zu einem anderen Drittel in großen Verbrauchermärkten. Discounter haben hier nur einen Anteil von knapp 10 %.

Die Limonaden und Erfrischungsgetränke werden zu knapp der Hälfte in großen Verbrauchermärkten erworben, zu je 20 % in Abholmärkten und Supermärkten (hier mit abnehmender Tendenz). Bei Fruchtsäften nehmen die großen Verbrauchermärkte als Einkaufsort mit steigender Tendenz den Hauptanteil ein (schon bei knapp 50 %), hier liegen die Discounter bei knapp 20 % vor den anderen Absatzwegen (ZMP 1998, 1999b GfK-Panel-Services et al. 1998, AC Nielsen und Lebensmittelzeitung 1999).

Der tägliche Verzehr an alkoholfreien Getränken beträgt in den alten Bundesländern bei Männern ca. 600 g/Kopf und bei Frauen ca. 500 g/Kopf, in den neuen Bundesländern liegen die entsprechenden Werte bei 460 bzw. 410 g/Kopf.

Es sind starke saisonale Schwankungen zu beobachten (mit Spitzen an heißen Sommertagen). Die Verteilung des Verzehrs auf bestimmte Sortimentsbereiche und Personengruppen, sowie regionale Eigenarten ist nur differenziert zu betrachten.

Das Trinkverhalten, das so wichtig ist, ist aber nur sehr wenig untersucht worden. So sind die Zahlen für die Verwendung von Trinkwasser sehr lückenhaft (Sichert-Hellert et al. 2000c).

Der Anteil des Außer-Haus-Verzehrs für alkoholfreie Getränke liegt bei 10-11 % (DGE 2000a Kap. 1).

Verbrauchereinstellungen und Verbraucherinformationen: Alle Verbraucher schätzen die alkoholfreien Erfrischungsgetränke in den unterschiedlichsten Formen. Sie erfüllen viele Verbraucherbedürfnisse: sind erfrischend, gesund und modern. Verbraucher trinken für den Durst (Grundnutzen, reines Wasser) aber auch wegen Zusatznutzen (Geschmack, Abwechslung, Freude, Szene-Getränk). Bei einem nicht zu vernachlässigend Anteil haben auch die „Verpackungsaspekte“ (Einweg, Mehrweg, Art des Materials) einen Einfluss. Selbst der Aspekt Convenience hat bei Getränken eine Rolle, wie z.B. der Erfolg der Schorle-Getränke zeigt. Andere Aspekte für die Nachfrage sind die Gesundheit (functional drinks) aber auch die „Energie“ fürs (Über-) Leben.

Die Nachfrage der Verbraucher in diesem Segment überlagert sich mit denen der folgenden Kapitel, wie alkoholfreies Bier (Kap. 1.4.1.21) und Kaffee/Tee (Kap. 1.4.1.20).

Die Verzehrsempfehlungen für den Getränkebedarf sind recht klar: jeder Erwachsene benötigt 1,5 Liter Flüssigkeit am Tag; bei körperlicher Betätigung (und Schwitzen) entsprechend mehr. Die Flüssigkeitsaufnahme sollte gleichzeitig die Mineralstoffverluste ausgleichen, dazu sind jedoch nicht „fitness-sport-drinks“ notwendig, sondern Mineralwasser, Apfelsaftschorle oder Säfte. Andere alkoholfreie Erfrischungsgetränke werden nicht empfohlen, wegen zu hohem Energie- (Zucker-) oder Koffeingehalt. Der Flüssigkeitsbedarf von Menschen könnte, weit mehr als in Deutschland bisher praktiziert, aus der Trinkwasser-Leitung gedeckt werden. In anderen Ländern ist es viel üblicher, den Zugang zu dieser Quelle zu erleichtern (Wasserkaraffe auf dem Restauranttisch, Wasserspender in Einkaufszonen).