MARKANT magazin

Ausgabe 08/2016

# „Pro-Kopf-Verbrauch auf hohem Niveau“

## Dr. Detlef Groß, Hauptgeschäftsführer der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke (wafg), zur Entwicklung im Markt der Erfrischungsgetränke.

**Welche Entwicklungen gibt es im Markt für Erfrischungsgetränke?**
Erfrischungsgetränke bleiben 2015 mit einem durchschnittlichen Pro-Kopf-Verbrauch von 118,7 Litern auf einem guten Niveau. Gerade Klassiker wie Cola und Cola-Mix-Getränke entwickelten sich positiv. Das gilt ebenso für Schorlen und Wasser-plus-Frucht-Getränke.

**Warum sind Erfrischungsgetränke eine innovative Kategorie?**
Erfrischungsgetränke sind im Lebensmittelregal auch nach unabhängigen Erhebungen eine der innovativsten Kategorien, zumal hier anders als bei Mineralwasser und Fruchtsaft keine produktbezogene Gesetzgebung von vornherein die Spielräume eingrenzt. Neue Varianten, wie etwa Wässer mit Frucht, zählen damit immer als Erfrischungsgetränke. Schon heute gibt es eine breite Produktpalette, die stetig durch neue Konzepte erweitert wird – das gilt etwa für Varianten im Fruchtgehalt wie für innovative Geschmacksrichtungen.

**Aktuell steht das Thema Ernährung auf der Agenda. Wo stehen hier Erfrischungsgetränke?**
Erfrischungsgetränke können in ihrer Vielfalt sehr wohl Teil einer ausgewogenen Ernährung sein. Die Unternehmen bieten den Verbrauchern ein breit gefächertes Portfolio an Getränken an, dies gilt auch für kalorienreduzierte und kalorienfreie Varianten. Aufgrund der inzwischen umfassenden Nährwertdeklaration können Kunden klar erkennen, welche Nährwerteigenschaften das konkrete Produkt hat. Somit können Konsumenten nach eigenem Geschmack und Wünschen das für sie passende Erfrischungsgetränk wählen.