

## MARKTBERICHT

November 2019

### Getränkereports: Alkoholfreie Getränke

- Gelungene Mischung von Trend und Tradition
- Den Zusatznutzen im Fokus
- Abgefülltes Wasser erlebt globalen Aufschwung

Es bleibt spannend in der alkoholfreien Getränkebranche. Und das weltweit. Vor allem, weil sich das Karussell der Innovationen weiter und weiter dreht. Ideen über Ideen, die einen ziehen vorbei, die anderen etablieren sich und bleiben. Doch sofern neue alkoholfreie Getränke Trendbewegungen aufgreifen, haben sie gute Chancen, sich zu entwickeln. Im Fokus stehen in diesem Zusammenhang unter anderem die Aspekte Gesundheitsbewusstsein, Nachhaltigkeit, Komfort, aber auch die Verbindung von Tradition mit Innovation.

#### Zukunftsweisende Trends

Die Marktforschungsagentur Mintel sieht für das Jahr 2019 und darüber hinaus drei zukunftsweisende Trends, welche die Dynamik der globalen Getränkeinnovationen bestimmen werden. Die Schlagworte hierzu lauten: „immergrüner Konsum“, „durch die Zeitalter“ und „erhöhter Komfort“. „Immergrüner Konsum“ zielt auf die zunehmende Forderung nach nachhaltigen Produkten ab, und zwar im Rahmen eines 360°-Ansatzes. Zu den gewünschten Nachhaltigkeitsaktionen gehört die Verbesserung des Zugangs zum Recycling folglich genauso wie die Entwicklung von Getränken mit Inhaltsstoffen, die in Übereinstimmung mit regenerativen landwirtschaftlichen Praktiken angebaut werden. „Durch die Zeitalter“ greift vor allem den Wunsch nach einem gesunden Altern auf. Getränke sollen hierbei eine konkrete Hilfestellung leisten. In Bezug auf „erhöhten Komfort“ sind Getränkehersteller gefordert, ihre Produkte so bereitzustellen, dass sie an die jeweilige Konsumsituation bestmöglich angepasst sind. Die Liste der Top Ten Trends 2019 von Innova Market Insights führt „der abenteuerlustige Verbraucher“ an. Was heißt, dass auch die Ansprache eines auf neue Entdeckungen und Erfahrungen hin ausgerichteten Konsumenten bei der Entwicklung von neuen Produkten eine immer größere Rolle spielt.

Member of the **Beviale Family**

#### Ideeller Träger

##### Honorary Sponsor

Private Brauereien Bayern e.V.  
Thomas-Wimmer-Ring 9  
80539 München  
Germany

#### Veranstalter

##### Organizer

NürnbergMesse GmbH  
Messezentrum  
90471 Nürnberg  
Germany  
T +49 9 11 86 06-0  
F +49 9 11 86 06-82 28  
braubeviale@nuernbergmesse.de  
www.braubeviale.de

#### Vorsitzender des Aufsichtsrates Chairman of the Supervisory Board

Albert Füracker, MdL  
Bayerischer Staatsminister der  
Finanzen und für Heimat  
Bavarian State Minister of Finance  
and Regional Identity

#### Geschäftsführer CEOs

Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

#### Registergericht Registration Number

HRB 761 Nürnberg

## Exotik gepaart mit Bekanntem

Generell ist der Wunsch der Verbraucher nach natürlichen Inhaltsstoffen, gerne phantasievoll miteinander kombiniert, vorhanden. Dabei spielen pflanzliche Extrakte von Ingwer bis Kurkuma, pflanzenbasierte Ingredients, beispielsweise auf Basis von Mandel, Kokosnuss, Hafer und Reis oder Botanicals wie Basilikum, Lemongras und Minze sowie neue Geschmacksrichtungen bei Früchten entscheidende Rollen. Als funktionelle Inhaltsstoffe mit Trendpotenzial bezeichnete Mintel kürzlich Spargelextrakt, Baobab-Frucht und Maqui-Beere. tropextrakt sieht für den europäischen alkoholfreien Getränkemarkt Früchte wie Calamansi, Yuzu oder Mangosteen im Kommen. Wobei, so räumt das Unternehmen ein, sich exotische Früchte, die über geschmackliche oder funktionale Besonderheiten verfügen, meist dann als besonders erfolgreich erweisen, wenn sie gleichzeitig gut mit bekannten Zutaten harmonieren.

## Den Zusatznutzen im Fokus

Beispiele für innovative Getränke mit Zusatznutzen gibt es weltweit zahlreiche. In den USA füllt ein Unternehmen beispielsweise ein Kokosnuss-Mango-Getränk mit Chia-Samen in die 296ml-Glasflasche, sodass die Chiasamen für den Verbraucher gut erkennbar sind. Ein weiteres Unternehmen bietet hier mit Melon Rosé unter anderem ein Wassermelonengetränk mit Limone, Minze, Rosenwasser und Baobab unter dem Stichwort „Beauty“ in der 355-ml-PET-Flasche an. Aus Australien kommt unter anderem ein probiotisches Kombucha-Getränk mit Granatapfelaroma in einer 250-ml-Glasflasche. Auf den Philippinen vertreibt eine Firma als eine Spezialität ein stilles Wasser mit Calamansi-Aroma in der 500-ml-PET-Flasche. In Singapur gibt es Tapped Birkenwasser in mehreren Geschmacksrichtungen, darunter mit Heidelbeer- und Preiselbeersaft, in einer 250-ml-Kartondose.

Auch auf dem europäischen Markt gibt es jede Menge interessante Kreationen. Beispielsweise brachte ein britisches Unternehmen neue Pflanzendrinks in den Varianten Mandel, Hafer, Haselnuss & Reis sowie Kokosnuss & Reis in die Kühlregale. Neben den genannten Zutaten kommen Quellwasser und etwas Meersalz hinzu. Angeboten werden sie in 750-ml-PET-Flaschen, die zu mindestens 30 Prozent aus recyceltem PET bestehen.

Außerdem führt dasselbe Unternehmen seit Kurzem Fruchtsaftmischungen mit Trend-Zutaten wie Spirulina-Extrakt und extra Vitaminen im Sortiment. Ein deutsches Startup präsentierte jüngst ein kohlenensäurehaltiges Erfrischungsgetränk mit Pflanzenextrakten, Vitaminen und bioaktivem Q10 in der 200-ml-Mehrweg-Glasflasche, das Maracuja, Zitrone, Grapefruit, Ingwer, Kurkuma und Pfeffer enthält. Ebenfalls eine deutsche Marke offeriert zu seinem Ingwer-Apfel-Shot die Sorten Hagebutte-Aronia-Orange, Kurkuma-Orange-Pfeffer und Rote Bete-Birne in der 60-ml-Glasflasche. Ein anderer deutscher Getränkehersteller entwickelte mit Kräuterbraut eine neue Kräuterlimonade in den drei Sorten Koka & Kardamom, Minze & Brennessel sowie Salbei & Tonkabohne.

## **Abgefülltes Wasser erlebt globalen Aufschwung**

Wird die alkoholfreie Getränkewelt auf der einen Seite immer noch innovativer und bunter, bleibt sie auf der anderen Seite traditionell. Nach wie vor realisiert die Branche mit klassischen Getränken den Löwenanteil ihres Absatzes. So lag der globale Pro-Kopf-Konsum von abgefülltem Wasser laut Euromonitor International 2018 bei 36,4 Liter/Kopf. Für 2019 geht das Marktforschungsunternehmen von einem Anstieg auf 38,1 Liter/Kopf aus. Hiervon sollen 32,2 Liter stilles Wasser, 4,1 Liter karbonisiertes Wasser und 1,8 Liter funktionelle und aromatisierte Wässer betreffen. Nordamerika und Westeuropa stellen gemäß Euromonitor International-Prognosen für abgefülltes Wasser mit 104,8 Liter/Kopf bzw. 100,7 Liter/Kopf auch 2019 die global erstplatzierten Regionen dar. Ein steigender Pro-Kopf-Verbrauch zeichnet sich, so zeigen es die vorläufig errechneten Zahlen für 2019 ebenfalls, auch in den Regionen Asien (21,1 Liter/Kopf), Australasien (33,4 Liter/Kopf), Lateinamerika (40,4 Liter/Kopf) sowie Mittlerer Osten und Afrika (43,2 Liter/Kopf) ab. Für die Zukunft geht die Wasserbranche von einem weiterhin hohen weltweiten Wachstum aus. So kalkuliert Grand View Research bis 2025 mit einem durchschnittlichen jährlichen wertmäßigen Marktwachstum von satten 7,4 Prozent. Betrachtet man die globalen 2019er-Prognosen für die Kategorien Milch (14,5 Liter/Kopf), kohlenensäurehaltige Erfrischungsgetränke (21,6 Liter/Kopf) und Saft (7,9 Liter/Kopf), verhalten sich diese Segmente gemäß Euromonitor International im Vergleich zu 2018 mit Abweichungen von maximal 0,1 Liter/Kopf eher statisch.

Gemessen an den Zuwächsen beim Pro-Kopf-Verbrauch soll abgefülltes Wasser, Angaben von Euromonitor International zufolge, 2019 auch in Westeuropa das deutlichste Wachstum innerhalb der klassischen alkoholfreien Getränke-segmente aufweisen: Von 97,8 Liter/Kopf in 2018 geht es auf 100,7 Liter/Kopf in 2019. Im Vergleich dazu: Der Pro-Kopf-Konsum von Milch wird 2019 mit 43,4 Liter (2018: 44,1 Liter), der von kohlenstoffhaltigen Erfrischungsgetränken mit 46,8 Liter (2018: 47 Liter) und der von Saft mit 20,5 Liter (2018: 20,8 Liter) prognostiziert.

## **Zuckerreduktionsstrategien weltweit**

Vor allem Erfrischungsgetränke sind aufgrund ihres häufig hohen Zuckergehaltes viel diskutiert. Weltweit stehen derzeit Zuckerreduktionsstrategien im Fokus. Zahlreiche Staaten führten für zu stark gesüßte Erfrischungsgetränke bereits eine Steuer ein. In Deutschland wird auf die vom Kabinett beschlossene sogenannte nationale Reduktions- und Innovationsstrategie für Zucker gesetzt. Bis zum Jahr 2025 hat sich die Lebensmittel- und Getränkewirtschaft verpflichtet, konkrete Reduktionsziele zu erreichen. Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke (wafg) strebt für die Kategorie Erfrischungsgetränke und den Zeitraum 2015 bis 2025 eine Zucker- und Kalorienreduktion von 15 Prozent an.

## **Deutschland weiterhin Fruchtsaft-Weltmeister**

Nach vorläufigen Berechnungen der wafg lag der Pro-Kopf-Verbrauch an Erfrischungsgetränken in Deutschland auch aufgrund des außergewöhnlich heißen Sommers 2018 bei 123,1 Liter/Kopf. Das bedeutet im Vergleich zum Vorjahr eine Steigerung um 6,3 Prozent. Neben Limonaden entwickelten sich kalorienarme bzw. -freie Light-Produkte besonders positiv. Der Pro-Kopf-Verbrauch von abgefülltem Wasser wuchs in Deutschland im vergangenen Jahr auf 151,6 Liter an, davon 147,7 Liter Mineral- und Heilwässer und 3,9 Liter Quell- und Tafelwässer. Dagegen sank der Konsum von Fruchtsäften und -nektaren 2018 auf 31,5 Liter/Kopf (2017: 32,2 Liter/Kopf). Dennoch bleiben die Deutschen unangefochtene „Fruchtsaft-Weltmeister“. Auf den nächsten Plätzen folgen Norwegen (23,1 Liter), Österreich (21,8 Liter) und die USA (21,3 Liter).

## Über die BrauBeviale

Die BrauBeviale ist eine der wichtigsten Investitionsgütermessen für die Getränkewirtschaft weltweit. Drei Tage lang präsentieren im Messezentrum Nürnberg internationale Aussteller ein umfassendes Angebot rund um die gesamte Prozesskette der Getränkeproduktion: Rohstoffe, Technologien, Komponenten, Verpackung und Marketing. Die Besucher kommen aus dem technischen und kaufmännischen Management der europäischen Getränkewirtschaft, sowie aus Handel und Gastronomie. Abgerundet wird das Fachangebot durch ein attraktives Rahmenprogramm, das Trendthemen der Branche aufgreift, vorstellt und diskutiert. Zentrales Thema: Die Zukunftsfähigkeit der Getränkebranche. Weitere Highlights: Das Forum BrauBeviale, die Craft Drinks Area sowie zahlreiche Themenpavillons. Die gewohnt familiäre Atmosphäre macht die BrauBeviale auch 2019 wieder zum „Stammtisch der Branche“. Ideeller Träger der BrauBeviale sind die Privaten Brauereien Bayern. Die BrauBeviale ist Mitglied der Beviale Family, dem globalen Netzwerk von Veranstaltungen rund um die Herstellung und Vermarktung von Getränken. [www.braubeviale.de](http://www.braubeviale.de)

## Ansprechpartner für Presse und Medien

Sabine Ziener, Jasmin McNally

T +49 9 11 86 06-85 21

[jasmin.mcnally@nuernbergmesse.de](mailto:jasmin.mcnally@nuernbergmesse.de)

Alle Presstexte sowie weiterführende Infos, Fotos und Videos im Newsroom unter: [www.braubeviale.de/news](http://www.braubeviale.de/news)

Weitere Services für Journalisten und Medienvertreter unter:

[www.braubeviale.de/presse](http://www.braubeviale.de/presse)

Mehr als eine Messe – die Beviale Family:

[www.beviale-family.com](http://www.beviale-family.com)