

Sekt oder Selters?

Getränkekonsum steht vor Veränderung durch demografischen Wandel

Das Institut für Demoskopie Allensbach hat für die aktuelle Studie „Sekt oder Selters - Entwicklung der deutschen Getränkemärkte 2001 - 2015“ 43 Teilmärkte/Getränkесorten untersucht. Auf Basis der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse der Jahre 2001 bis 2009, die jährlich über 20.000 Befragte zu ihren Konsumgewohnheiten in mündlich-persönlichen Interviews befragt, wird die Entwicklung des Konsums unterschiedlicher Getränкесorten analysiert.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich der Getränкemarkt in Deutschland in den letzten Jahren stark gewandelt hat: während die Zahl der Konsumenten in elf Teilmärkten gestiegen ist, verzeichneten die übrigen 32 Teilmärkte eine zurückgehende Kundenreichweite.

- Deutliche Gewinner des vergangenen Jahrzehnts sind Energy Drinks (+55,6 %), Wodka (+48,4 %) und fertige Biermixgetränke (+36,9 %).
- Zu den größten Verlierern gehören Altbier (-39,7 %), Südweine (-37,6 %) sowie halbtrockener Weißwein (-30,2 %).

Neben der veränderten Produktreichweite sind die unterschiedlichen demografischen Profile der Konsumenten einzelner Getränкесorten auffällig. Besonders stark variiert hierbei das Durchschnittsalter. Es reicht von 25 Jahren bei sogenannten Alcopops bis zu 60 Jahren bei koffeinfreiem Kaffee. Deshalb beeinflusst der demografische Wandel den Konsum der Getränкесorten unterschiedlich.

Weil zukünftig der Anteil junger Bevölkerungssegmente abnimmt und der Anteil älterer Bevölkerungssegmente zunimmt, können einzelne Kundenentwicklungen gebremst oder gefördert werden. Ein Beispiel aus der Studie: Cola-Getränke haben zwischen 2001 und 2009 bei jüngeren Konsumenten stark verloren, konnten jedoch bei Konsumenten höheren Alters deutlich hinzugewinnen. In Summe ist die Zahl der Konsumenten nahezu konstant geblieben. Dieser Entwicklung ist es zu verdanken, dass Cola-Getränke in den nächsten Jahren voraussichtlich nur ca. 3% ihrer Konsumenten verlieren werden. Limonaden hingegen haben in allen Altersgruppen Konsumenten verloren, so dass bis 2015 Verluste im zweistelligen Bereich zu erwarten sind.

Die zukünftigen Nutzer der Getränкесorten werden durch den Produkttrend und den demografischen Wandel festgelegt. Die Analyseergebnisse zeigen, dass die Mehrzahl der Sorten Nutzer aufgrund des demografischen Wandels verlieren wird. Produkttrend und demografischer Trend verstärken sich - bis auf wenige Ausnahmen, etwa bei Energy Drinks – negativ.