

Thema: PET Flaschen

Autor: Ornella Luna Wächter



© Panthermedia.net/Lev Dolgachov

## Getränke-Trend 2017: Weniger Zucker

Damit auch zuckerhaltige Getränke im Sommer zu Durstlöschern werden, spart die Branche an Kalorien. **58**

Thema: PET Flaschen

Autor: Ornella Luna Wächter



# Mit Erfrischung ins Sommerloch

Bei Fruchtsäften, Limonaden und im  
Near-Water wird zunehmend an Kalorien  
gespart; doch nach wie vor  
bleibt Wasser das Getränk Nr. 1.



Thema: PET Flaschen

Autor: Ornella Luna Wächter

••• Von Ornella Luna Wächter

**33,2** kg Zucker werden in Österreich jährlich pro Kopf konsumiert (Stand: 2015/16, Statistik Austria). Der Konsum ist damit leicht zurückgegangen – 2012 waren es 4 kg mehr. Damit scheint das Bild, der Zuckerkonsum in der Gesellschaft würde sinken, zu stimmen. Dividiert man die 33 kg durch die Anzahl der Tage im Jahr, ergibt das den Tageskonsum. Das hat auch die Statistik Austria gemacht. Und es zeigt, dass der tägliche Konsum noch immer zu hoch ist. 93 g Zucker konsumiert demnach ein durchschnittlicher Österreicher am Tag.

Der Trend hin zu bewusster Ernährung und zu gesunden, unverarbeiteten Lebensmitteln ist in der Marktforschung (u.a. der AMA-Marketing) klar zu erkennen. Dennoch ist der Konsum noch immer zu hoch. Am sogenannten Haushaltszucker liegt es nicht, dieser wird nur in geringen Mengen verbraucht. Es liegt daran, dass noch immer zahlreiche Lebensmittel Indus-



Margareta Seiser Die Trends sind weniger Zucker und „on the go“.

triebzucker enthalten. Dieser ist in allen möglichen Produkten verarbeitet – in Konserven, in Backwaren, in Milchprodukten, vor allem aber auch in Getränken wie Soft-Drinks, Fruchtsäften und Limonaden.

**Neue Verpackung & Rezeptur**  
68% der Österreicher trinken zumindest fallweise Fruchtsäfte, rund 58% Limonaden. Als Durst-

löscher gelten sie aber für die wenigsten; lediglich 33% würden dazu einen Fruchtsaft trinken. Als erfrischender Durstlöscher in den heißen Sommermonaten wollen Getränkeproduzenten natürlich trotzdem gelten. Bei einigen Produzenten wird vor diesem Hintergrund vor allem an zwei Schrauben gedreht: An der **Verpackungsgröße**, weil die Menschen generell mehr unterwegs sind.

„Der Konsum der verschiedenen Getränkesegmente hängt von der jeweiligen Situation ab“, sagt zum Beispiel Margareta Seiser, Marketingleiterin des Herstellers Egger-Getränke. Das „hybride Verhalten“ ist für Produzenten damit eine Herausforderung. Für den Konsum „on the go“ eignen sich deshalb vor allem die Halbliter-PET Flaschen. Und darum gibt es ein und dasselbe Produkt, wie die Hausmarke Granny's Apfelsaft, in unterschiedlichen Gebindegrößen und Verpackungsformen – „bis hin zum Sportlerverschluss“.

Die zweite, viel größere Schraube ist allerdings die **Rezeptur**. Um auf die Vorzüge von gespritztem Apfelsaft als Durst-

löscher aufmerksam zu machen, wurde beim Hersteller Egger dafür die isotonische Version Granny's Sport eingeführt. Bei anderen Produkten wurde der Zucker um 1,2 g pro 100 ml reduziert. So gibt es nun das Radlberger Orange Zuckerfrei. Betont wird der Relaunch des Getränks mit einer schlanken Slim Can. Die Neueinführung beider Produkte scheint auch zu funktionieren: Beide Marken „verzeichnen ein zweitelliges Umsatzplus“.

**Weniger Zucker ist gefragt**  
Mitbewerber Spitz, der für seine Fruchtsaft- und Sirups bekannt ist, hält seit Juni 2017 ebenfalls Neuheiten bereit. Die Veränderungen passierten in Anlehnung an die steigende Nachfrage nach gesunden, zuckerreduzierten Getränken. „Der Trend zur be-

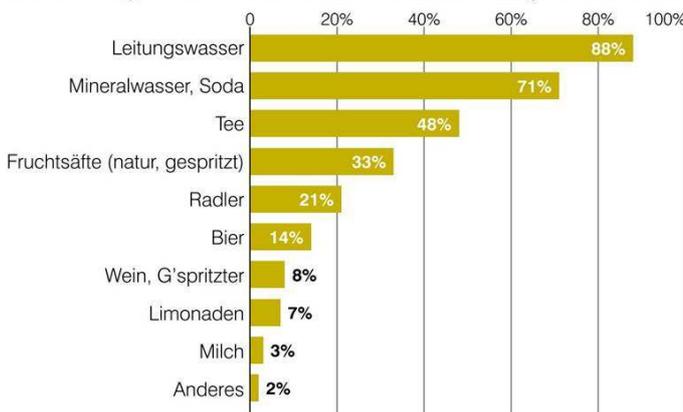
„  
Die Nachfrage nach gesunden Getränken steigt. Der Trend zu einer bewussten Ernährung nimmt eine immer zentralere Rolle ein.“

Jutta Mittermair  
Marketing Spitz

wussten Ernährung steigt“, sagt Marketingleiterin Jutta Mittermair. Die neuen Sorten Multifrukt „Biene Maja“, Kirsche „Prinzessin Emmy“ und Apfel-Johannisbeer „Wickie“ sollen die „gesündere Alternativen zu Limonaden sein. Auch hier wird das Getränk nun in kompakten

**Durstlöscher**

**Wasser ist zuckerfrei, und damit der ideale Durstlöscher**  
Welche der folgenden Getränke sind aus Ihrer Sicht besonders gute Durstlöscher?



Anfragen für weitere Nutzungsrechte an den Verlag

Thema: PET Flaschen

Autor: Ornella Luna Wächter

330 ml PET-Flaschen angeboten und es ist „frei von zugesetztem Zucker“.

#### Dem Zucker auf der Spur

Je nach Produzent enthalten Getränke unterschiedlich hohe Mengen an Zucker. Auf Etiketten muss dieser auch deklariert werden. Den Zucker in den Nährwert-Tabellen zu erkennen, ist aber nicht immer einfach. Das sagt auch der VKI, der schon 2012 den Zuckergehalt in Lebensmitteln untersuchte. Denn mit „Zucker“ ist der Haushalts- oder Kristallzucker gemeint.

Dieser kann aber auch als Saccharose angeführt sein. Weitere Zuckerarten, die Lebensmitteln zugesetzt werden können, scheinen in den Zutatenlisten dann jeweils für sich auf: Fruchtzucker oder Fruktose bzw.



© Panthemediamedia.net/Craig Robinson

”

*Auf allen verpackten Lebensmitteln ist genau deklariert, wie viel Zucker ein Produkt enthält. Von verstecktem Zucker kann daher keine Rede sein!*

**Katharina Koßdorff**  
Geschäftsführung FIAA

“

Fruktosesirup, als Glukose bzw. Glukosesirup, Traubenzucker oder Dextrose, als Maltose bzw. Malzzucker, als Laktose bzw. Milchzucker. Für Konsumenten auf dem ersten Blick also keine eindeutige Information – „versteckte Kalorienbomben“, betitelte es der VKI.

Das Thema des versteckten Zuckers griff der Fachverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie Österreich (FIAA) erst Ende Juni wieder auf. Das Thema des versteckten Zuckers sei eine „ewige Mär“, äußert sich Katharina Koßdorff, Geschäftsführerin des Fachverbands. Ob Zucker in Form von natürlich vorkommender Fruktose oder aus der Saccharose der Zuckerrübe stammt, ist für den FIAA

#### Zucker-Rat

Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfiehlt nicht mehr als 50 g Zucker am Tag. Das sind 10% der täglichen Energiezufuhr; Noch gesünder wäre es, diese auf 5% zu senken, also 25 g Zucker am Tag.

5%

ernährungsphysiologisch nicht relevant. Wenn es allerdings um die *jüngste* Zielgruppe, die Kinder, geht, schätzte der VKI 2014 den Gehalt von Zucker in Lebensmitteln als zu hoch ein. „Geht man davon aus, dass maximal zehn Prozent der täglich aufgenommenen Kalorien aus zugesetztem Zucker stammen sollten, so ziehen sich Vier- bis Sechsjährige mit einer Flasche gleich einmal mehr als die Tagesdosis rein“, wird ein VKI-Experte in einem Bericht über den Zuckergehalt von Kindergetränken zitiert.

#### Near-Water-König

Im Bereich Near-Water, das ist Wasser mit Aroma-Geschmack, konnte vor allem das Unternehmen Römerquelle viele neue Trends setzen. Mit 38% Marktanteil im Near-Water-Segment sieht sich Römerquelle als „unangefochtener Marktführer“, so Sandra Lischka, Senior Brand Managerin bei Römerquelle.

Ein neuer Versuch von Römerquelle war es, den ohnehin schon gestreckten Zuckergehalt in den Near-Water-Produkten noch weiter zu reduzieren. Römerquelle Emotion Limette Minze besitzt damit nur mehr 15 kcal pro 100 ml. Die neuen Mineralwässer der neuen Römerquelle, „Fresh“ Zitrone und Minze, hingegen sollen frei von Kalorien sein.

#### Immer drin

Zucker wird bei der Herstellung von Lebensmitteln seit jeher für den Geschmack oder aus technischen Gründen eingesetzt. Zucker und Süßungsmittel werden auf Nährwerttabellen deklariert, doch für Laien sind diese nicht immer verständlich.

#### Wasser bleibt Getränk Nr. 1

Den größten Teil vom Kuchen am Getränkekonsum bekommen aber nach wie vor Mineralwasserproduzenten. Der ideale Durstlöcher ist für den Großteil der Konsumenten nach wie vor Leitungswasser (88%), dicht gefolgt von Mineralwasser und Soda (71%). Das Unternehmen Waldquelle ist in Österreich mit rund 18% Marktanteil im reinen Mineralwassersegment die Nummer zwei am Markt. Dass Mineralwasser gern getrunken wird, führt Geschäftsführer Andrea Carrara auf das steigende Gesundheitsbewusstsein zurück: „Mineralwasser ist ein natürliches Produkt, trägt zum Wohlbefinden bei und ist zucker- und kalorienfrei.“ Nach Mineralwasser-Sorten verteilt sich die Gewichtung auf 48,5% bei spritzig, 21,9% bei sanft, 17,3% bei still und 12,2% bei Near-Water (Quelle: Nielsen).

Das Near-Water-Segment stuft auch Waldquelle als immer beliebter ein; zehn verschiedene Fruchtarten bietet das Unternehmen bereits an. Neben Fruchtaromen ist auch hier Zucker enthalten, da er ein wichtiger Geschmacksträger für das Produkt ist. Und schmeckt das Produkt nicht, wird es nicht gekauft, da kann es noch so kalorienarm sein, so Carrara.