

# GETRÄNKE INDUSTRIE

BEVERAGE INDUSTRY

DEZEMBER 2013  
67. JAHRGANG

12

VERLAG W. SACHON · D 87714 SCHLOSS MINDELBURG

GETRÄNKEWELT  
GETRÄNKEWIRTSCHAFT  
Mit Jahresplaner 2014

## RENNER S Line Etikettiermaschinen für Nassleim, Heißleim und Selbstklebetechnik



### Das RENNER PLUS:

Profitieren Sie von unseren kostengünstigen Dienstleistungen für **Krones Etikettiermaschinen**.

- Neue Behälterführungen und Garnituren
- Reparatur und Wartung
- Upgrade / Retrofit
- Gebrauchsmaschinen Neuaufbauten mit Garantie
- Beratung

## RENNER Etikettiertechnik

RENNER Etikettiertechnik GmbH  
Hendrik-Lorentz-Str. 1-5 · D-89312 Günzburg

Telefon +49 (0)82 21 / 36 26-0

Fax +49 (0)82 21 / 36 26-50

[www.renner-label.de](http://www.renner-label.de) · [info@renner-label.de](mailto:info@renner-label.de)

# Deutschland Limo- und Cola-Land?

## Neue Trends bei den Erfrischungsgetränken

*In Deutschland wird immer mehr getrunken. Dabei geht der Absatz von alkoholischen Getränken wie Bier zurück und der von alkoholfreien Getränken nimmt immer mehr zu. Dabei steigt ebenso wie bei Mineralwasser auch bei Erfrischungsgetränken der Verbrauch stetig an. Lag der Konsum von Erfrischungsgetränken im Jahr 2000 noch bei 105,7 Liter pro Kopf, so waren es bis 2012 schon 121,6 Liter. Der Erfolg der Erfrischungsgetränke zeigt, dass neben dem Wunsch nach einem kalorienfreien Durstlöscher wie Mineralwasser beim Konsument auch der Wunsch nach süßen Durstlöschern besteht. Dabei zeichnet sich ab, dass die Limonaden und Cola-haltigen Getränke zunehmend „erwachsener“ daherkommen.*

**H**atten Limonaden und Colas in den 80er und 90er Jahren das Image eines Getränks für Kinder und Jugendliche, so kamen in den letzten Jahren zunehmend Getränke auf den Markt, die den Erwartungen Erwachsener stärker Rechnung tragen. Gerieten Limonaden und Cola-haltige Getränke aufgrund ihres hohen Zuckergehalts immer mehr in die Schusslinie der Kritik, so wurden in den letzten zehn Jahren verstärkt Limonaden und Colas entwickelt, die sich durch geringen Kaloriengehalt und durch weniger süßen Geschmack auszeichnen. Unter den zahlreichen neuen Limonaden- und Cola-Anbietern geht der Trend zur Zeit in Richtung „Natural Limo“ und „Natural Cola“.

Ein wesentlicher Aspekt für die hohe Akzeptanz von Erfrischungsgetränken ist die zunehmende Vielfalt der Geschmacksrichtungen. Neben den Klassikern wie Orange, Zitrone oder Apfel werden immer weitere neue Geschmacksrichtungen entwickelt. So finden sich inzwischen auch Grapefruit, Limette, Litschi, Ingwer, Mango oder Cranberries in den Regalen. Auch wurden Getränke entwickelt, die „alte Sorten“ wie zum Beispiel Holunder, Quitte oder Rhabarber aufgreifen.

### Renaissance der Limonaden

Im Bereich der Erfrischungsgetränke gibt es aufseiten der Konsumenten den



*Immer mehr süße Durstlöscher werden in Deutschland getrunken, allerdings sollen die Erfrischungsgetränke natürlich und kalorienarm sein!  
(Foto: Daniel Pfeiffenberger/pixelio.de)*

Wunsch nach weniger zuckerhaltigen Produkten. Diesen Wunsch bedienen die großen Anbieter mit ihren Light- und Zero-Varianten, bei denen Zucker durch künstliche Süßungsmittel ersetzt wird. Auf „sensitive“ Zielgruppen, die stärker an Natürlichkeit und Nachhaltigkeit interessiert sind, wirken diese Getränke jedoch zu künstlich.

Aktuell führt Eckes-Granini nach Gerolsteiner eine neue Limonade im Markt ein. Dabei handelt es sich – genauso wie bei der Gerolsteiner Limonade, die schon im letzten Jahr präsentiert wurde – um eine Natural Limo mit einem hohen Anteil an natürlichem Saft, die auf Zusätze wie künstliche Farbstoffe oder künstliche Aromen verzichtet. Gesüßt wird mit Rohrzucker, dadurch ist der Geschmack deutlich weniger süß als bei klassischen Limos.

Bionade stellt in diesem Zusammenhang einen Meilenstein dar. Sie machte das Konzept einer biologischen Limonade mit geringem Zuckergehalt und ausschließlich natürlichen Zutaten bundesweit populär. Der geringe Zuckergehalt machte sie akzeptabel für Personen, die an Fitness interessiert sind. Darüber hinaus fand Bionade „Gnade“ bei kritischen Müttern, für deren Kinder Fanta und Cola immer ein „No Go“ waren.

Zudem verfügte Bionade über einen attraktiven Marken-Mythos, der neben dem Aspekt der Nachhaltigkeit den Touch des Rebellischen beinhaltete. Wurde Bionade zunächst als Gegenentwurf zu den klassischen Erfrischungsgetränken gesehen, entwickelte sie sich zu einer bundesweit bekannten Limonade, die als Alternative zu Fanta und Co. galt.

Der Verkauf an die Radeberger-Gruppe sowie eine „sportliche“ Preiserhöhung beeinträchtigten jedoch die Erfolgs-

geschichte von Bionade. Von 2010 auf 2011 sackte der Verkauf von 200 Millionen auf 60 Millionen Flaschen ab. Der Hype war vorbei.

Das Vakuum, das nun entstand, begünstigte kleinere Anbieter wie Fritz-Kola/Fritz-Limo, Aloha oder Lemon-Aid, die ihre Präsenz in der Szene-Gastronomie in Folge deutlich ausbauen konnten. Insbesondere Fritz-Kola/Fritz-Limo erscheint heute als Marke, die bundesweit an Popularität gewinnt.

Ebenfalls auf dem Sprung zur nationalen Trendmarke ist Club-Mate, die ihren historischen Ursprung in Köstritz (Sachsen) hat. Club-Mate ist ein cola-ähnliches Getränk, das auf Mate-Tee basiert, der ebenso wie Cola einen hohen Koffeingehalt hat. Ähnlich wie Energydrinks wirkt Club-Mate deutlich aktivierend und unterstützt Jugendliche und junge Erwachsene beim nächtlichen Feiern in den Clubs. Mittlerweile gilt Club-Mate in den Großstädten als angesagtes „Hipster“-Getränk.

Einen aktuellen Höhepunkt in puncto Nachhaltigkeit markiert die Marke Lemon-Aid/Chari-Tea. Sie verbindet attraktiv schmeckende Erfrischungsgetränke mit szenig-hippem Flaschendesign. Biologische Zutaten und geringer Zuckergehalt sind weitere Attribute dieser Marke. Ebenso wie Bionade in den Anfangszeiten vermittelt sie den Eindruck des ethisch engagierten Nischenanbieters. Ihr soziales Engagement (5 Cent pro Flasche für soziale Projekte) unterstreicht die Marke auf witzig intelligente Weise in ihrem Markennamen (Lemon-Aid/Chari-Tea).

## Cola-Boom

Aktuell entwickelt sich das Angebot an Cola-Getränken geradezu boomartig. Bietet Fritz-Kola schon seit einigen Jahren seine besonders koffeinhaltige Cola an, zogen nun Bionade und Red Bull („All natural. All Cola“) ebenfalls mit je einer eigenen Cola nach. Mögliche Bedenken von Verbrauchern, ob eine Cola zur Marke Bionade passen könne, werden in der Bionade-Werbung weggewischt – mit dem Hinweis auf die Natürlichkeit und die biologischen Zutaten. Ebenso wie Fritz-Kola bietet Bionade Cola einen weniger süßen Geschmack als herkömmliche Colas. Ebenso wie Bionade Cola betont Red Bull Cola die Natürlichkeit der Zutaten.

Hamburg kann in Deutschland als die Cola-Hochburg gelten. Gleich fünf Nischenanbieter sorgen für Konkurrenz zu den etablierten Anbietern Coca-Cola und Pepsi-Cola. Neben der schon genannten Fritz-Kola konkurrieren Cola Rebell, Mojo-Cola, Premium-Cola, und seit Neuestem auch Ali-Cola um die Gunst der Besucher der Hamburger Szenelokale.



Mit geringem Zuckergehalt, ausschließlich natürlichen Zutaten und vielfältigen Geschmacksrichtungen wurde Bionade in Deutschland populär. (Foto: andi-h/pixelio.de)

Cola Rebell basiert auf einer Kneipenidee von Hamburger Kreativen. Dabei handelt es sich um eine „Natural Cola“ mit natürlichen Zutaten. Ebenso wie Fritz-Kola enthält sie wachmachende 25 mg Koffein pro 100 ml. Neben dieser Variante gibt es unter dem Namen „Kraftstoff Cola“ noch eine „getunte“ Variante mit 32 mg Koffein. Sie behauptet von sich, die stärkste Cola der Welt zu sein. Zusätzlich zu dem hohen Koffeingehalt enthält sie natürliches Taurin, was die „Kraftstoff Cola“ zu einem Energydrink macht. Cola Rebell verfügt als geschmackliche Besonderheit über eine Chili-Note.

Premium Cola wurde von Cola-Aktivisten gegründet, die auf die Original-Afri-Cola standen, jedoch enttäuscht waren, als selbige – nach Übernahme durch Überkinger – in der Rezeptur geschmacklich verändert wurde und der Koffeingehalt dem der „normalen“ Colas angepasst wurde. Ebenso wie die übrigen „Independent-Colas“ enthält Premium-Cola die wachmachenden 25 mg Koffein pro 100 ml. Von der Farbe her ist sie dunkler und vom Geschmack kräftiger als andere Colas.



Basierend auf einer Kneipenidee, verfügt die Cola Rebell über eine geschmackliche Besonderheit: eine Chili-Note.

Ähnlich wie bei Lemon-Aid findet sich bei Premium-Cola ein gewisser sozialer Touch: Die Mitarbeiter arbeiten im Kollektiv, sodass jeder Mitarbeiter stimmberechtigt ist bei unternehmerischen Entscheidungen.

Mojo Cola ist die Hausmarke des bekannten Hamburger Mojo-Clubs auf der Reeperbahn. Das Design der Mojo Cola ist eher schlicht gehalten, sie wird aber in einer Bottleneck-Flasche angeboten. Vom Koffeingehalt ist sie eher im Mittelbereich und bietet 10 bis 15 mg pro 100 ml.

Die letzte Neuentwicklung ist Ali Cola. Der türkisch stämmige Aydin Umutlu entwickelte Ali Cola, mit der er einen persönlichen Beitrag zur Integrations-Debatte leisten möchte. Dabei möchte er zeigen, dass – entgegen der These von Thilo Sarrazin – Emigranten nicht den Sozialstaat in Anspruch nehmen, sondern aktiv sind und eigene Unternehmen gründen. Sobald Ali Cola eine gewisse Popularität erlangt, möchte er die neugewonnene Öffentlichkeit zu einer fairen Integrations-Debatte nutzen. Den Namen Ali Cola hat er gewählt, weil er so typisch türkisch klingt. Damit möchte er deutlich machen, dass es sich um eine Cola mit türkischem Touch handelt. Neben der Ali Cola gibt es auch eine Ali Limonade in den Sorten Ali-Orange, Ali-Apple und Ali-Mix.

Ein Blick auf die Deutschland-Karte von Cola-Kult, dem Organ der deutschen Cola-Trinker-Community, zeigt die überraschend große Vielzahl der Cola-Marken, die in Deutschland hergestellt und angeboten wird. Insgesamt 52 verschiedene Hersteller sind dort notiert. Deutschland ist also nicht nur Bier-Land, sondern auch Cola-Land.

## Fazit

Da klassische Limonaden und Colas aufgrund ihres hohen Zuckergehalts zunehmend auf Kritik stoßen, bieten immer mehr Getränkehersteller Natural-Limonaden und Natural-Colas an, die deutlich weniger süß schmecken und auf künstliche Zusätze verzichten. Die Natural-Limonaden kommen dem Wunsch der Verbraucher nach weniger Süße und neuen Geschmacksrichtungen entgegen. Sie bieten einen höheren Saftgehalt als klassische Limonaden. Die geringere Süße wird meist durch die Verwendung von Rohrzucker erreicht. Die Natural Colas bieten neben dem weniger süßen Geschmack und natürlichen Zutaten meist einen höheren Koffeingehalt als die klassischen Colas. Hierdurch rücken sie in die Nähe der Energydrinks. Besonders die neuen Colas verbinden meist Natürlichkeit der Zutaten mit hipem Look und rebellischem Image.

Horst Möbius