

••• 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?

