

# Milchmisch- und Molkegetränke sind weltweit auf dem Vormarsch

Getränke auf Milchbasis erfreuen sich bei den Verbrauchern in aller Welt zunehmender Beliebtheit. Diese Entwicklung beeinflusst nicht nur den Milchmarkt – es handelt sich darüber hinaus um einen Trend, der die Getränkeindustrie und deren Produktangebot prägt. Nicht zufällig wird der Ausdruck «Milchmisch-Getränke» benutzt.

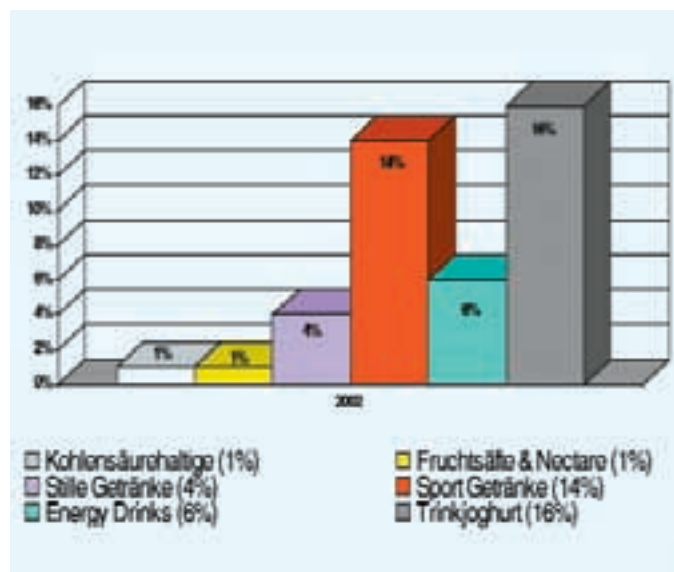
Während die Wachstumsraten im traditionellen Segment Milchprodukte eher verhalten sind, bilden globale Trends im Konsumentenverhalten hin zu «Wellness» und «Gesundheit» die Grundlage für das Umsatzwachstum. So belaufen sich die Wachstumsraten beim Verbrauch von normaler Trinkmilch in Europa auf etwa 1,6%, bei einem Verbrauch von 34 860 Mio. Litern im Jahr 2000 und von 35 440 Mio. Litern im Jahr 2002.

Weltweit konnte diese Produktgruppe im Zeitraum von 2000 auf 2002 ein Wachstum von 3,7% erreichen mit Werten von 98 320 Mio. Litern im Jahr 2000 und 102 020 Mio. Litern im Jahr 2002.

Ganz anders sehen die Verbrauchsdaten für die Trinkjoghurt- und Sauermilchprodukte aus. In Europa konnte diese Produktgruppe von 2000 auf 2002 Zuwachsraten – auf viel tieferem Niveau – in Höhe von rund 18% erzielen, in absoluten Zahlen entspricht dies einer Steigerung von 3225 Mio. Liter auf 3827 Mio. Liter im Jahr 2002.

Weltweit konnte dieses Wachstum sogar noch übertroffen werden: mit Werten in

Getränkemarkt Europa: Wachstumsraten (%) ausgewählter Kategorien



Höhe von 7074 Mio. Liter im Jahr 2000 und 8612 Mio. Liter im Jahr 2002 ist eine Verbrauchssteigerung in dieser Produktgruppe von 21% dokumentiert.

Auch die Gruppe der Milch mit Aromazusätzen (-stoffen) konnte im Vergleich zur klassischen Milch höhere Wachstumsraten realisieren. Für Europa lag die Verbrauchssteigerung von 2000 auf 2002 bei rund 4%, während weltweit eine Steigerung um rund 13%, von 7266 Mio. Liter auf 8277 Mio. Liter zu verzeichnen war.

### Marktpotentiale für Milchmischgetränke

Die weiteren Entwicklungsmöglichkeiten für das Segment der Milchwirtschaft – zum Teil auch in Verbindung mit der Getränkeindustrie –

liegen in Produktkonzepten, die sich im Bereich der fettarmen und flüssigen Produkte bewegen und dem Verbraucher auch als Mahlzeitenersatz dienen können. Mit der Integration von Zusatznutzen in diese Produkte, beispielsweise durch funktionale Zusatzstoffe oder besondere Geschmacksrichtungen, kann die Molkereiindustrie nach Expertenmeinung noch weitere Punkte in der Verbrauchergunst gewinnen.

Zu diesem Marktpotential, das in den Milchmischgetränken schlummert, gehören beispielsweise auch die «Softdrinks auf Molkebasis». Die Marktentwicklung für Molkegetränke weist in Deutschland seit rund 10 Jahren stabile Steigerungsraten auf – von 1998 bis 2002 hat sich das Absatzvolumen von rund 12 Mio. auf ca. 42 Mio. gesteigert. Die

se Steigerungsraten zeigen deutlich, dass die Bedeutung von innovativen Produkten weiterhin zunehmen wird. Bestätigt wird dies auch in einer aktuellen Übersicht zum Getränkemarkt, aus der hervorgeht, dass nur dort Wachstum zu verzeichnen ist, wo das Produkt einen Mehrwert oder funktionale Zusatzstoffe integriert – insbesondere ist dies bei Milchprodukten der Fall.

### Smoothies als Mahlzeitenersatz

Blickt man auf den europäischen und aussereuropäischen Markt, so zeichnen sich dort bereits weitere Trends ab, die unmittelbar in das Segment der Getränke- und Milchindustrie hineinreichen und sicher noch weitere Verbreitung erfahren: Smoothies – ursprünglich über Saft-Bars aus den USA nach Europa geschwappt – sind Fruchtgetränke basierend auf Fruchtpüree mit hoher Viskosität und Joghurt- oder anderen Milchbausteinen. Diese Produkte werden mit kurzer Haltbarkeit (bis zu 14 Tagen) oder mit längeren Haltbarkeiten, aseptisch abgefüllt, im Kühlregal im Hochpreissegment angeboten; für den Verbraucher – insbesondere in Grossbritannien – sind Smoothies ein Mahlzeitenersatz (auch mit funktionalen Zusätzen). Man will Genussfreude, Convenience und Lifestyle kombinieren. Ω

Quelle: Drinktech Interbrau (Die Messe findet im September in München statt.)