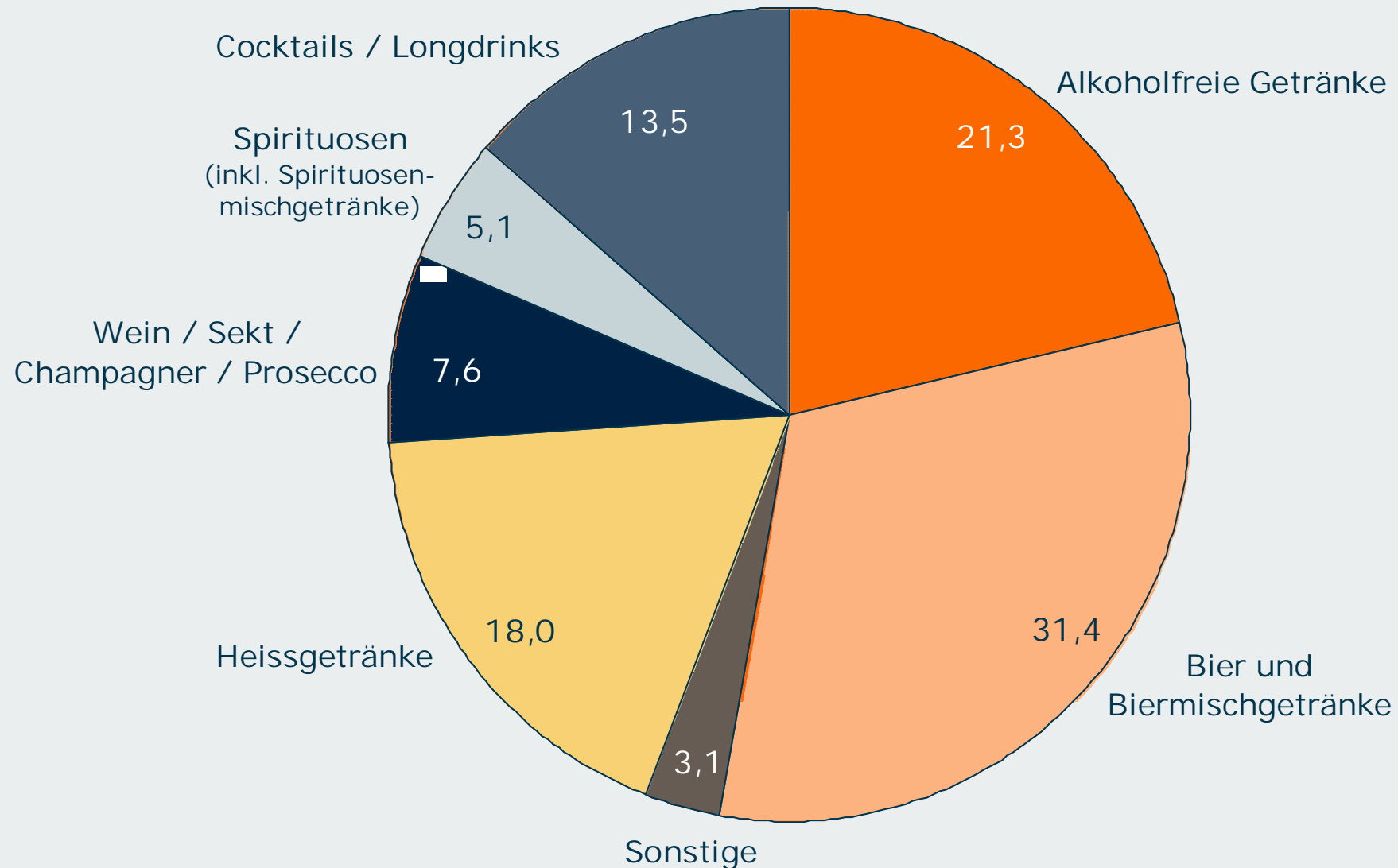


Ausgaben für Getränke im Außer-Haus Markt in der Altersklasse 16-49 Jahre

Deutschland Gesamt
Basis: Wert in %
Zeitraum: 1. Halbjahr 2009

**Trink
Trends**



Außer-Haus Konsum für Getränke



Die Ausgabenstruktur im Außer-Haus Markt zeigt die unterschiedlichen Präferenzen im Getränkemarkt auf. Der höchste Anteil entfällt dabei auf den Bereich Bier/Biermischgetränke mit 31,4%, gefolgt von alkoholfreien Getränken (21,3%). Weiterhin bedeutend ist das Segment der Heißgetränke, das mit 18% immerhin den drittstärksten Marktbereich in der Altersklasse 16-49 Jahre darstellt.

Im 1. Halbjahr 2009 geben die Personen zwischen 16 und 39 Jahren ein Fünftel weniger aus als im Vorjahr. Überproportional betroffen ist der Markt der alkoholfreien Getränke (- 23,4%).

Es zeigt sich, dass Getränke vermehrt unterwegs konsumiert werden. Da für diese „Mitnahme-Getränke“ der Preise deutlich niedriger ist als für Getränke, die in der Lokalität selbst konsumiert werden, wirkt sich diese Entwicklung zusätzlich negativ auf die Einnahmen der Gastronomen aus. Bei den alkoholfreien Getränken beispielsweise wird bereits jeder fünfte Euro für ein Getränk „unterwegs“ ausgegeben, bei den Heißgetränken sind es sogar über 30%. Profitieren können davon Bäckereien und Stehcafés, die mit diesem Trend im 1. Halbjahr 2009 5% mehr Umsatz erreichen als in den ersten 6 Monaten des Vorjahres.