

## Außer-Haus Konsum für Getränke 2009

Der Außer-Haus Markt ist im letzten Jahr insgesamt deutlich unter Druck geraten. Die Umsätze für Essen und Trinken gingen um ca. 8 % zurück, dies waren rund 5 Mrd. € weniger als noch in 2008 ausgegeben wurden. Mit rund 2 Mrd. € verlor der Außer-Haus Getränkemarkt überproportional (-12%) an Umsatz. Ein Blick auf die Ausgabenstruktur im Außer-Haus Getränkemarkt zeigt die unterschiedlichen Präferenzen auf: Der höchste Anteil entfällt dabei auf den Bereich Bier/Biermischgetränke mit 31,8%, gefolgt von alkoholfreien Getränken (21,0%). Weiterhin bedeutend ist das Segment der Heißgetränke, das mit 17,2% immerhin den drittstärksten Marktbereich in der Altersklasse der 16-49 jährigen darstellt.

Von den Umsatzrückgängen sind die Segmente der Biermischgetränke, alkoholfreien Getränke, aber auch Wein & Co. Überproportional betroffen.

Eine Detailbetrachtung nach einzelnen Altersklassen zeigt stärkere Rückgänge gerade bei den jüngeren Altersgruppen. Dem gegenüber zeigten sich die Älteren in ihrem Ausgabeverhalten sehr viel stabiler.

Die Hauptursache für den Rückgang des Umsatzes liegt in einer deutlich niedrigeren Weggehfrequenz, die fast ein Fünftel unter der des Vorjahres liegt; wohin gegen die Ausgaben pro Getränk eher ansteigen, gemäß dem Motto: „Wenn ich schon ausgehe, dann trinke ich etwas Besonderes, das was ich zuhause nicht habe“.

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

Deutschland Gesamt  
Basis: Wert in %  
Zeitraum: Jahr 2009

Trink  
Trends

