



KURZMELDUNG

Mönchengladbach, 12.12.2024

Valensina Gruppe: Trendprognose alkoholfreie Getränke 2025

- **Besonders jüngere Getränkekategorien wie Eistees und Energydrinks erfreuen sich zunehmender Beliebtheit und werden 2025 weiterwachsen.**
- **Auseinanderdriftende Verbraucheransprüche: Konsumenten verlangen einerseits natürliche, gesundheitsorientierte Produkte wie Fruchtshots und andererseits sehr süße Getränke.**
- **Aufgrund der weiterhin steigenden Rohstoffpreise für Früchte und des gleichzeitigen Trends zu einem geringeren Zuckerkonsum wird die Nachfrage nach Getränken mit einem niedrigeren Fruchtanteil, wie beispielsweise Fruchtsaftgetränke und Schorlen, zunehmen.**

Die Schere zwischen Qualität und Preis, die sich in den letzten Jahren beim Konsumverhalten der Verbraucher im Segment der alkoholfreien Getränke insbesondere der Fruchtsäfte manifestiert hat, wird 2025 laut dem Fruchtsaftexperten Valensina Gruppe noch weiter auseinandergehen. „Wir beobachten einen deutlichen Trend hin zu hoher Qualität, sogar Premium, durch den Herstellermarken wie wir mit HITCHCOCK, Valensina oder Wolfra gewinnen können. Dem gegenüber stehen steigende Preise und eine immer größer werdende Preissensibilität bei bestimmten Käuferschichten. Daher wird unserer Einschätzung nach die Bedeutung von Preis-Promotions bei Marken steigen und vom Handel auch eingefordert werden“, umreißt Tino Mocken, Geschäftsführer Valensina Gruppe, die zu erwartende Situation in 2025. Weiterhin ist davon auszugehen, dass die Kategorie Fruchtsäfte im Jahr 2025 aufgrund steigender Preise unter Druck bleibt, dafür aber jüngere Kategorien wie Eistees und Energydrinks noch beliebter werden. Tino Mocken sieht viel Potenzial in fruchtsaftnahen Segmenten: „Wir gehen fest davon aus, dass die Nachfrage nach Getränken mit einem niedrigeren Fruchtanteil, wie beispielsweise Fruchtsaftgetränke und Schorlen, noch einmal um ein paar Prozentpunkte steigen wird. Diese Entwicklung resultiert zum einen aus den gestiegenen Preisen aufgrund der hohen Rohstoffkosten und zum anderen spielt der Trend hin zum reduzierten Zuckerkonsum eine entscheidende Rolle.“

Einführung der Pfandpflicht ist sehr positiv und erfolgreich gemeistert worden

„Unser Fazit zur Einführung der Pfandpflicht bei Säften fällt durchweg positiv aus: Wir konnten keine negativen Auswirkungen auf den Absatz feststellen. Die Pfandpflicht wurde von den Verbrauchern nahezu kommentarlos akzeptiert. Dank ihrer Erfahrung mit anderen Produktkategorien sind die



Valensina Gruppe

Verbraucher längst mit dem Pfandsystem vertraut und haben es auch bei Fruchtsäften reibungslos und positiv angenommen“, resümiert Tino Mocken. Das spiegelt sich auch im Marktgeschehen hinsichtlich der beliebtesten Verpackungsarten wider: Bei Glas Mehrweg MW stellt sich die Entwicklung positiv dar und bei PET ist der Anteil stabil, konstatiert die Valensina Gruppe.

Weitere Informationen finden Sie unter www.valensina-gruppe.de/footer/presse.

Und noch mehr Einblicke in die Welt der Fruchtsäfte und -nektare gibt es bei den einzelnen Marken der Valensina Gruppe:

www.hitchcock.de

www.valensina.de

www.wolfra.de

Die Prognose wird von Tino Mocken, Geschäftsführer Valensina Gruppe, getroffen.

Bildmaterial



Bildunterschrift: Tino Mocken, Geschäftsführer Valensina Gruppe

Dateiname: Pressefoto_Valensina_Gruppe_Geschaeftsfuehrung_Tino_Mocken.jpg (3.948 KB)

Quellenangabe Foto: Valensina Gruppe

Nutzung: Abdruck zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zur Valensina Gruppe zu verwenden.

Über die Valensina Gruppe

Die Valensina Gruppe zählt zu den führenden Fruchtsaftunternehmen Deutschlands, deren Stärke in der diversifizierten Fruchtsaft-, Abfüll- und Verpackungs-Kompetenz liegt. An den drei Standorten Mönchengladbach, Vechta und Erding verfügt die familiengeführte Unternehmensgruppe über ein in Deutschland einzigartiges Know-how in Abfüll- und Verpackungstechnik, das auch Geschäftspartnern unzählige Möglichkeiten bietet (Copacking). Die Valensina Gruppe kann daher ein attraktives Sortiment hochwertiger Fruchtsäfte und -nektare sowie Getränke auf Basis dieser in den verschiedenen Gebindeformen von Glas über Karton bis PET als Eigen- und Handelsmarken (Private Label) und für das Copacking gekühlt und ungekühlt anbieten. Höchste Qualitätsansprüche und Leidenschaft für Fruchtsäfte sind die Basis für die Erfolgsgeschichte der Valensina Gruppe, die insgesamt über 390 Mitarbeiter beschäftigt. Unter dem Dach der Valensina Gruppe sind drei starke Fruchtsaft-Marken mit unterschiedlicher Kompetenz und Positionierung vereint: die regionale Qualitätsmarke Wolfra, die nationale Marke Valensina sowie die nationale Qualitätsmarke HITCHCOCK.

Weitere Informationen können Sie gerne anfordern bei:

kommunikation.pur GmbH, Sandra Ganzenmüller, Sendlinger Straße 31, 80331 München

Telefon: 089.23 23 63 50, Fax: 089.23 23 63 51, E-Mail: ganzenmueller@kommunikationpur.com