



Valensina Gruppe

PRESSEMITTEILUNG

**Säfte zum Frühstück, zwischendurch Limonaden, Eistees und Schorlen
GfK-Umfrage im Auftrag der Valensina Gruppe zeigt Verzehrsanlässe alkoholfreier Getränke**

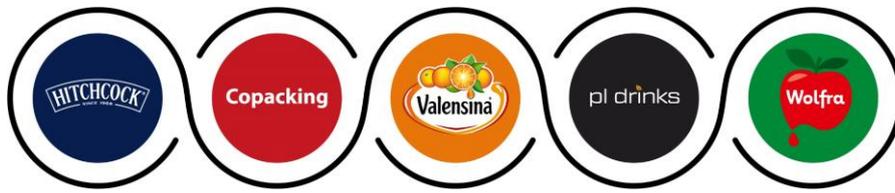
Mönchengladbach, 25.07.2025 – Säfte und Nektare werden am liebsten zum Frühstück getrunken – auch für Ingwer-Shots ist das Frühstück der beliebteste Verzehrsanlass. Limonaden, Eistees und Schorlen werden hingegen eher zwischendurch genossen und nicht unbedingt mit einer Mahlzeit verknüpft. Das zeigt eine Umfrage, die im Auftrag der Valensina Gruppe vom Marktforschungsunternehmen GfK durchgeführt wurde.

Wie oft werden alkoholfreie Getränke verzehrt und zu welchen Gelegenheiten? Dieser Frage ist die Valensina Gruppe, eines der führenden Fruchtsaftunternehmen Deutschlands, genauer nachgegangen und hat das Marktforschungsunternehmen GfK mit einer Umfrage beauftragt. Die Umfrage wurde im Zeitraum vom 03. Juli 2025 bis 07. Juli 2025 durchgeführt. Befragt wurden repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung über 1.000 Männer und Frauen im Alter von 18-74 Jahren. Die Ergebnisse zeigen ein gemischtes Bild – was Menschen trinken und zu welchen Gelegenheiten, ist sehr vielfältig. Die Valensina Gruppe sieht sich daher auf dem Weg zum Getränke-Allrounder bestärkt. Einige Favoriten zeichnen sich aber dennoch ab, insbesondere, wenn es um einen klassischen Verzehrsanlass geht: das Frühstück.

Säfte sind nach wie vor ein beliebter Frühstücksklassiker. Von den Verwendern der jeweiligen einzelnen Getränke geben 32 % an, Monofruchtsäfte zum Frühstück zu trinken, 28 % Nektare, 26 % Mischsäfte. Auch für Ingwer-Shots (25 %) ist das Frühstück die Top-Gelegenheit zum Verzehr.

Die Umfrage zeigt zudem: Viel wird einfach zwischendurch getrunken, ganz ohne besonderen Anlass. Der Spitzenreiter sind hier Limonaden mit 42 %, gefolgt von Eistees mit 40 % und Fruchtsaftschorlen mit 38 %. Bei Energydrinks ist die Motivation zum Genuss wenig überraschend: Die meisten (33 %) trinken sie, um Energie zu tanken.

Limonaden haben auch insgesamt die Nase vorn, wenn es um die Häufigkeit des Verzehrs geht. 44 % der Befragten geben an, Limonaden mindestens einmal in der Woche oder häufiger zu konsumieren. Knapp 20 % trinken Limonade einmal oder sogar mehrmals am Tag. Auf Platz zwei bei der Häufigkeit landen Fruchtsaftschorlen, auf Platz drei und vier Mischsäfte und Monofruchtsäfte.



Valensina Gruppe

„Die Ergebnisse zeigen aus unserer Sicht, dass es heute vor allem auf Vielfalt ankommt,“ ordnet Tino Mocken, Geschäftsführer der Valensina Gruppe, die Ergebnisse ein. „Was unsere Abfüll- und Verpackungs-Kompetenz angeht, sind wir schon lange sehr diversifiziert. Es war der nächste logische Schritt, auch unser Sortiment breiter aufzustellen. Mit unseren Neueinführungen Valensina SaftLimo, Einfach Schorle und IceTea bringen wir unsere Fruchtsaftkompetenz in andere Getränkekategorien ein und vereinen so das Beste aus zwei Welten. Von Frühstück bis Abendessen und natürlich auch für Zwischendurch ist nun für jeden etwas dabei. Das Gleiche gilt für unsere Regionalmarke Wolfra, wo die neuen Kracherl- und Eistee-Varianten mit viel Interesse aufgenommen wurden. Wir werden diesen Weg fortschreiten und uns auch zukünftig weiter neue Kategorien erschließen.“

Tino Mocken sieht auch noch ungenutzte Potentiale, die sich in der Umfrage bestätigen: „Unsere HITCHCOCK Ingwer-Shots haben sich von Beginn an sehr gut entwickelt und haben eine treue Fangemeinde. Wir glauben hier an Wachstum und werden daher auch die Range weiter ausbauen und mit trendigen Sorten neue Zielgruppen ansprechen.“

Weitere Presseinformationen 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

Bildmaterial:



Nachgefragt: Verzehrsmuster von alkoholfreien Getränken
Im Auftrag der Valensina Gruppe wurden mit GfK «GUT» 1.022 Personen im Alter von 18 bis 74 Jahren befragt, um die meistgenutzten Getränke zu erheben. Die Befragung wurde im Zeitraum 03. bis 07. Juli 2022 durchgeführt. Die Befragung des Panels "Onlinepanel" erfolgte anhand eines stratifizierten Fragebogens per CAPI (Computer Assisted Web Interview), also online.



Bildunterschrift: Fruchtige Frühstücksklassiker
Dateiname: Infografik_Valensina_Gruppe_Fruehstuecksklassiker.jpg
Quellenangabe Foto: Valensina Gruppe, Juli 2025.
Nutzung: Abdruck zur Illustration der redaktionellen Berichterstattung. Nur im Zusammenhang mit Informationen zur Valensina Gruppe zu verwenden.



Valensina Gruppe



Nachgefragt: Verzehrsmuster von alkoholfreien Getränken
Im Auftrag der Valensina Gruppe wurden mit GfK «IUS» 1.022 Personen im Alter von 18-74 Jahren befragt, wie die deutschsprachige Bevölkerung konsumiert. Die Befragung wurde im Zeitraum 03. bis 07. Juli 2025 durchgeführt. Die Befragung der Panel-Mitglieder erfolgte anhand eines audiovisuellen Fragebogens per CATI (Computer Assisted Web Interview), also online.



Bildunterschrift: Häufigkeit

Dateiname: Infografik_Valensina_Gruppe_Haeufigkeit.jpg

Quellenangabe Foto: Valensina Gruppe, Juli 2025.

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 (Co-Packing). 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 Co-Packing 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.

2025 wurde die Unternehmensgruppe mit dem Top 100 Award für besondere Innovationskraft und überdurchschnittliche Innovationserfolge ausgezeichnet.

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