

## **Weniger süße Limonaden, Kombinationen aus Früchten und Pflanzenextrakten und alkoholfreie Spirituosen – Neues auf dem Getränkemarkt**

Limonaden in den unterschiedlichsten Geschmacksrichtungen, mit und ohne Zucker, Energydrinks oder auch Milchmischgetränke – Verbraucher haben heute die Qual der Wahl. Hoch im Kurs stehen bei deutschen Verbrauchern derzeit vor allem gesunde, fett- und zuckerarme Getränke. Diese müssen aber nicht nur gut schmecken und den Durst löschen, sondern auch die Gesundheit unterstützen, nachhaltig produziert sein oder einen spirituellen Mehrwert bieten. Dabei spielt auch die Farbe des Getränks eine Rolle:

**Oton Jochen Heiniger; Vice-Präsident Wild Flavors & Specialty Ingredients;** *wir bieten ganzes Spektrum an Farben an, den ganzen Regenbogen. Sie können aus schwarzen Karotten schöne Farbtöne erzielen, aus der Alge Spirulina lässt sich ein schöner blauer Farbton gewinnen.*

Die Kunst ist es, die Produkte so zu behandeln, dass nur die Farbe übernommen wird und nicht der Geschmack, wie Heiniger ausführt. Die Farbe ist den Kunden wichtig, da sie bestimmte Geschmacksgefühle unterstützt:

**Oton Jochen Heiniger; Vice-Präsident Wild Flavors & Specialty Ingredients;** *es sind vor allem Farben gesucht, die den Citrusflavour unterstützen. Die Branche ist zu 80 Prozent citrusflavourbasiert und dementsprechend werden Farben von hellgelb bis dunkelorange nachgefragt.*

Daneben sind auch rote intensive Farben im Trend, die die Geschmacksrichtungen Superfruits unterstützen. Dazu gehören Granatapfel, Heidelbeere und Johannisbeeren.

Beim Geschmack ist mittlerweile alles möglich. Neben den klassischen Zitrusgetränken werden jetzt auch Früchte mit Pflanzenextrakten oder mit Gemüse kombiniert.

**Oton Jochen Heiniger; Vice-Präsident Wild Flavors & Specialty Ingredients;** *es gibt exotische Geschmacksrichtungen, auch durch die Vermischung durch die Kulturen.*

Als Beispiel nennt er Getränke mit Ingwergeschmack. Auf der drinktec können Besucher innovative Ingredients- und Getränkekonzepete testen bzw. bei den Unternehmen, die sich mit Geschmacksstoffen befassen, nach neuen Ideen suchen. Im Trend bei innovativen Getränken liegen derzeit weiterhin sogenanntes Superfood wie Goji-Beeren, Macha oder Kokoswasser oder das vor allem in den USA beliebte Turmeric-Tonic, eine mit Kurkuma gewürzte Limonade oder ein Mix aus kaltem Kaffee gemischt mit Tonic-Water.

Das Unternehmen Döhler stellt auf der drinktec ebenfalls zahlreiche neue Kreationen auf dem Getränkemarkt vor. Neu im Programm ist zum Beispiel ein weniger süßes Holunder-Zitronen-Soda, das den Verbrauchern laut Christoph Witte von Döhler ein ganz neues Geschmackserlebnis vermitteln soll:

**Oton Christoph Witte, Leiter Produktmanagement B2C bei der Döhler GmbH;** *ich glaube dass sich der Getränkemarkt im Wandel befindet. Früher hat man viele klassische Süßgetränke konsumiert. Viele wollen heute aber Lifestyle-Produkte, die weniger süß sind und da passen solche gebrauten Limonaden sehr gut. Solche Getränke sind auch für erwachsene Konsumenten gedacht.*

Ebenfalls ohne Alkohol, aber dennoch mit dem typischen Gin-Geschmack ist eine weitere Getränkeneuheit von Döhler:

**Oton Christoph Witte, Leiter Produktmanagement B2C bei der Döhler GmbH;** *man kennt viele alkoholfreie Getränke wie Prosecco oder Bier, aber bei den Spirituosen ist das neu. Unseren Gin kann man mischen mit Tonic oder auch alleine trinken. Unser Gin basiert auf bestimmten Extrakten wie Wacholder oder Koriander, die wir über Destillationsverfahren zusammengemischt haben, um dann ein multisensuales Erlebnis bieten zu können.*

Im Trend liegen laut Witte auch kalte Kaffeegetränke. Solche sind vor allem in den USA sehr gefragt. Döhler hat eine neue Kreation aus kaltem Kaffee mit Strawberry-Vanille-Geschmack im Programm:

**Oton Christoph Witte, Leiter Produktmanagement B2C bei der Döhler GmbH;** *das schmeckt anders als kalter Kaffee, das geht dem Trend nach bei den Kaffee Ketten, kalt extrahierten Kaffee anzubieten. Der zieht über Nacht, mehrere Stunden. Wir haben dann eine kalte Kaffeeinfusion, die wir anreichern mit Blaubeeren-Vanille-Extrakt. Wir haben gesehen, dass das ein sehr harmonisches Geschmackserlebnis ist.*

Das Getränk schmeckt weniger bitter - dank des geringeren Säuregehaltes, so Witte.

An eine jüngere Zielgruppe richtet sich auch ein anderes Getränk von Döhler – ein Weinmischgetränk mit einem deutlich geringeren Alkoholgehalt als normaler Wein:

**Oton Christoph Witte, Leiter Produktmanagement B2C bei der Döhler GmbH;** *das ist ein Premium-Weinmixgetränk. Wir haben uns hier auf nordische Beeren spezialisiert wie Cranberries. Hat eine schöne Farbe und ein Mundgefühl wie ein Smoothie, wir sprechen hier über einen Alkoholanteil von rund sechs Prozent und 40 Prozent Saft.*

Auch die Firma Austria Juice widmet sich den sogenannten Erwachsenenlimonaden mit ihren Sofinaden, die nicht nur weniger süß sind, sondern auch in ganz bestimmten

Geschmacksrichtungen haben:

**Oton Cornelia Kerschbaumer von Austria Juice;** *wir haben sie Tomaten-Rhabarber-Mischung, Gemüse findet mehr Einzug. Und dann noch die Mischung Yuzu-Salbei.*

Neu sind aber auch Getränke-Exoten wie beispielsweise Birkenwasser. Die süßlich schmeckende Flüssigkeit wird direkt aus dem Stamm des Baumes gewonnen und soll gesundheitsfördernde Wirkungen haben.