

Pressemitteilung

Mischungen beliebter denn je

Marktreport: Kräuter- und Früchtetees mit Absatzrekord in 2010

Hamburg, 4. Mai 2011

Ein Absatz-Plus von 2,1 % bescherte dem deutschen Markt der Kräuter- und Früchtetees in 2010 die besten Verkaufszahlen der letzten fünf Jahre. Mit 37.386 Tonnen genossen die Verbraucher 769 Tonnen mehr des aromatischen Aufgussgetränks als 2009. Hauptgewinner sind die Kräuter- und Früchtetee-Mischungen mit einem Zuwachs von 5,6 % auf 17.120 Tonnen, belegen die aktuellen Marktdaten der Wirtschaftsvereinigung Kräuter- und Früchtetee e.V. (WKF), Hamburg. Seit Aufzeichnungsbeginn 2002 legte dieses Segment um 14 % zu und macht nun 45,8 % des Marktes aus (2009: 44,2 %). Das größte Segment mit 54,2 % blieben die Monosorten wie Pfefferminze, Hagebutte und Rotbusch, die sich mit 20.266 Tonnen (2009: 20.409 Tonnen) stabil präsentieren. „Die Kräuter- und Früchtetee-Mischungen versprechen auch in 2011 Wachstum, ebenso wie der Bio-Bereich“, sagt Dr. Monika Beutgen, Geschäftsführerin der WKF. Wellness- und Lifestyle-orientierte Mixe in Verbindung mit neuen Geschmacksrichtungen sollen die Deutschen auch in diesem Jahr begeistern.

Das Plus von 769 Tonnen Kräuter- und Früchtetee entspricht 256 Millionen Tassen (*Anm.: auf Basis von 3g pro Tasse gerechnet*), so dass 2010 insgesamt 12,46 Milliarden Tassen des vielseitigen Naturproduktes getrunken wurden.

Rotbusch gewinnt (welt-)meisterlich

Im nahezu stabilen Segment der Monosorten Kräuter- und Früchtetee profitierte der südafrikanische Rooibos/Rotbusch von der Fußball-WM in seiner Heimat. Er stieg in der Gunst der Verbraucher gleich um 8 %. Mit 2.795 Tonnen hat der außergewöhnliche Kräutertee nach leichtem Einbruch im Vorjahr in 2010 wieder das Niveau von 2008 erreicht.

Die klassischen und beim Verbraucher sehr beliebten Monosorten zeigen eine stabile Entwicklung. Top-Hit der 20.266 abgesetzten Tonnen (2009: 20.409 Tonnen) bleibt Pfefferminze mit 5.859 Tonnen (2009: 5.950 Tonnen). Auf Platz zwei folgt die milde Kamille mit 4.201 Tonnen auf Vorjahresniveau (2009: 4.228). Dahinter etablierte sich der würzige Fenchel, der sich nach einem Plus in 2009 nun auf 3.929 Tonnen einpendelte (2009: 4.028). Die sich seit geraumer Zeit verschärfende Rohstoffverknappung machte sich 2010 wieder am deutlichsten bei Hagebutten/Hibiskus-Tee bemerkbar, der mit einem Minus von 4,5 % auf 2.561 Tonnen seinen vierten Platz erstmalig an den Rotbusch abgeben musste. Die „sonstigen Sorten“ spielen mit 921 Tonnen (2009: 934) weiterhin eine untergeordnete Rolle im Monomarken-Segment.

Mischungen für alle Möglichkeiten

Die Freude und der Genuss der Deutschen an den außerordentlich vielfältigen Kräuter- und Früchtetee-Mischungen sind ungebrochen. Gleich um 5,6 % auf 17.120 Tonnen (2009: 16.208) legten diese Kompositionen in 2010 zu. Die aromatisierten Mixe festigten sich mit 11.545 Tonnen (2009: 10.922), entsprechend einem Plus von 5,7 % weiter als begehrteste Gruppe. Fast ebenso erfolgreich nahmen die Nicht-aromatisierten Mischungen um 5,5 % auf 5.575 Tonnen zu (2009: 5.286) zu.

| <i>Sorte</i> | <i>2010</i> | <i>2010</i> |
|---|------------------|-----------------|
| <u>Absatz</u> | <u>in Tonnen</u> | <u>vs. 2009</u> |
| Kräuter- und Früchtetee gesamt | 37.386 | + 2,1 % |
| Kräuter- und Früchtetee-Mischungen | 17.120 | + 5,6 % |
| aromatisiert | 11.545 | + 5,7 % |
| nicht-aromatisiert | 5.575 | + 5,5 % |
| Kräuter- und Früchtetee Mono | 20.266 | - 0,7 % |
| Pfefferminze | 5.859 | - 1,5 % |
| Kamille | 4.201 | - 0,6 % |

| | | |
|--------------------|-------|---------|
| Fenchel | 3.929 | - 2,5 % |
| Rotbusch/Rooibos | 2.795 | + 8,0 % |
| Hagebutte/Hibiskus | 2.561 | - 4,5 % |
| Sonstige | 921 | - 1,4 % |

Alle Sorten

Anteil am Markt

Bioanteil

1.944

5,2 %

Lifestyle- und Trendmixe bleiben 2011 Motor

Ob passend zum Anlass, zu Befindlichkeiten oder Betätigungen – für alles und jeden findet man die ideale Kräuter- und Früchtetee-Mischung. Schon lange sind die aromatischen Heißgetränke nicht nur eine Frage des Geschmacks, für zahlreiche Verbraucher in fast jeder Altersgruppe sind sie vielmehr Begleiter durch den Tag und Ausdruck von Lifestyles. Die Branche belebt diesen wachstumsstarken Markt auch 2011 mit trendorientierten, neue Akzente setzenden Produkten. Erwartet werden zudem weitere Erfolge für den aufstrebenden Bio-Sektor.