

9. März 2005

PRESSEMITTEILUNG

Wasser ist das Getränk Nummer 1 bei Kindern

Kinder trinken Wasser mehr als alle anderen Getränke. 24% ihres gesamten Getränkekonsums entfällt auf Wasser, wovon 18% gekauftes Wasser aus dem Geschäft sind und 6% aus der Leitung stammen.

Das ist ein Ergebnis einer aktuellen repräsentativen Studie, die das Münchner Meinungsforschungsinstitut iconkids & youth bei insgesamt 740 Kindern im Alter von 6 - 12 Jahren in Deutschland durchgeführt hat.

Wasser dicht auf den Fersen sind Milch und Milchgetränke, die ein Fünftel (20%) der Trinkmenge ausmachen, gefolgt von Säften mit 15%.

Limonaden (7%) und Cola-Getränke (6%) spielen mengenmäßig eine geringere Rolle, obwohl sie von Kindern heiß begehrt werden. Jedoch beschränken viele Eltern den Konsum dieser Getränke sehr stark ein. Damit entbehrt das Klischee, Kinder würden nur Cola und Limonade trinken, also jeder Grundlage.

Jedoch zeigen sich deutliche Unterschiede im Altersverlauf. Jüngere Kinder trinken mehr Milch und selbst gemischte Getränke aus Wasser und Saft, ältere Kinder dagegen mehr Mineralwasser, Limonaden, Cola-Getränke und Sportgetränke. Zwischen Jungen und Mädchen gibt es dagegen kaum Unterschiede im Trinkverhalten.

Was Kinder trinken, hängt sehr stark von der Tageszeit und Situation ab. Morgens greifen Kinder vor allem zu Milch und Kakao. Tagsüber trinken Kinder quergeb fast alles. Abends ist Tee das am häufigsten konsumierte Getränk. Wenn Kinder aber mit ihren Freunden losziehen oder es etwas zum Feiern gibt, dann sind Cola und Limonaden die großen Hits und absolut unverzichtbar. Und dann drückt auch die Mutter ein Auge zu!

Die vollständige Studie ist eine repräsentative Verwenderstrukturanalyse bei Kindern für 16 verschiedene Getränkekategorien. Sie umfasst sowohl fertig gekaufte als auch selbst zubereitete Getränke sowie Leitungswasser. Für jede Getränkekategorie wurden die Trinkhäufigkeit, die Hauptmarken, die häufigsten Trinkgelegenheiten, die durchschnittlich konsumierte Getränkemenge sowie die Einschätzung des Einflusses auf die Markenwahl erhoben.

Die Studie ist für Euro 3.500 erhältlich bei iconkids & youth international research GmbH, Tel.: 089-544 629-23. Ansprechpartner: Christian Clausnitzer.