

TEXTE

33/2016

# Abfüllung von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkever- packungen

Berichtsjahr 2014



TEXTE 33/2016

Gutachten

Projektnummer 58680

UBA-FB 002322

**Abfüllung von Getränken im Mehrweg- und  
ökologisch vorteilhaften  
Einweggetränkeverpackungen  
Berichtsjahr 2014**

von

Dipl.-Soz. Jürgen Heinisch

GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH, Mainz

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

# Impressum

**Herausgeber:**

Umweltbundesamt  
Wörlitzer Platz 1  
06844 Dessau-Roßlau  
Tel: +49 340-2103-0  
Fax: +49 340-2103-2285  
info@umweltbundesamt.de  
Internet: www.umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt.de

 /umweltbundesamt

**Durchführung der Studie:**

GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH  
Alte Gärtnerei 1  
55128 Mainz

**Abschlussdatum:**

März 2016

**Redaktion:**

Fachgebiet III 1.6 Produktverantwortung  
Gerhard Kotschik

Publikationen als pdf:

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/abfuellung-von-getraenken-im-mehrweg-oekologisch>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, April 2016

Das diesem Bericht zu Grunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit unter der Projektnummer 58680 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.



## Kurzbeschreibung

Nach der Verpackungsverordnung vom 21. August 1998 (BGBl. I S. 2379), die zuletzt durch Artikel 1 der Verordnung vom 17. Juli 2014 (BGBl. I S. 1061) geändert worden ist (VerpackV), ist die Bundesregierung angehalten, jährlich die Anteile der in Mehrweggetränkeverpackungen sowie in ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen abgefüllten Getränke zu ermitteln.

Die vorliegende Studie bestimmt nach den Vorgaben des § 9 der VerpackV die in Deutschland abgesetzten Getränkevolumen für die verschiedenen Packmittelgruppen insgesamt und nach Getränkesegmente. Dabei werden nur trinkfertig abgepackte und in Verkehr gebrachte Getränke bis zu einer Füllgröße von zehn Litern einbezogen.

Zur Bestimmung des Getränkeverbrauchs werden vielfältige Informationen und Daten zusammengetragen und analysiert, insbesondere Daten des Statistischen Bundesamtes, der Getränkeverbände, wichtiger Packmittelhersteller u.v.m., wobei der Ausgangspunkt die im Rahmen der GVM-Getränke-Panelberichte ermittelten Abfüllmengen zum Jahr 2014 darstellen. Ausgehend von der Abfüllung in Deutschland wird unter Abzug der Exporte der Inlandsabsatz bestimmt und mit der Zurechnung der Importe der Getränkeverbrauch ermittelt.

Im Ergebnis wurden 2014 46,1 % der in Deutschland verbrauchten Getränke in MövE-Verpackungen verpackt. Der Wert liegt nur um knapp 0,1 Prozentpunkte niedriger als der Anteil im Vorjahr. Wie gering der Unterschied zum Vorjahr ist, zeigt auch die Verteilung auf Mehrweg- und övE-Verpackungen, die sich vom Vorjahr mit 45,1 % für Mehrweggetränkeverpackung und 1,1 % für övE-Verpackung (rundungsbedingt) nicht unterscheiden.

## Abstract

According to the Packaging Ordinance of 21 August 1998 (federal law gazette BGBl. I p. 2379), which was last amended by article 1 of the Ordinance of 17 July 2014 (BGBl. I p. 1061) (German: Verpackungsverordnung – VerpackV) the Federal Government shall conduct annual surveys to determine the share of beverages filled in reusable and ecologically advantageous one-way packaging (Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen – MövE).

This study evaluates the sales volumes of beverages in Germany by groups of packaging containers – in total and by drinks segments – according to the provisions of section 9 of the Packaging Ordinance. The evaluation includes only those beverages that are put on the market ready-to-drink and packaged in containers up to ten liters.

To evaluate the consumption of beverages, the study collates and analyses a variety of information and data, including data published by the Federal Statistical Office, beverage industry associations, packaging manufacturers, etc. The calculation is based on filling volumes for 2014 as provided by GVM's panel market research. Starting with bottled volumes in Germany, exports of beverages are deducted to determine domestic sales, and then imports are added to determine domestic consumption.

Calculations for 2014 show that 46.1 % of all consumed beverages were filled in reusable and ecologically advantageous one-way packaging (MövE). Thus, the quota is only 0.1 percentage points lower than the year prior. That the year to year difference is marginal is further illustrated by the fact, that due to commercial rounding the shares of reusable containers (45.1 percentage points) and ecologically advantageous one-way containers (1.1 percentage points) are identical to 2013.

## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	5
Abbildungsverzeichnis .....	6
Tabellenverzeichnis.....	7
Abkürzungsverzeichnis.....	8
Zusammenfassung .....	9
Summary .....	13
1 Aufgabenstellung.....	17
2 Definitionen und Abgrenzungen .....	18
2.1 Definition der Marktebene.....	18
2.2 Einbezogene Füllgrößen.....	18
2.3 Einbezogene Getränkearten .....	18
2.3.1 Wässer .....	19
2.3.2 Bier .....	19
2.3.3 Erfrischungsgetränke.....	19
2.3.4 Alkoholhaltige Mischgetränke .....	21
2.4 Einbezogene Packmittel.....	22
2.4.1 Mehrwegverpackungen.....	22
2.4.2 Ökologisch vorteilhafte Einwegverpackungen.....	22
2.4.3 Sonstige Einwegverpackungen .....	23
2.5 Definition der Anteile .....	24
3 Methoden der Datenerhebung.....	25
3.1 Ermittlung der notwendigen Verbrauchszahlen.....	25
3.2 Die Behandlung diätetischer Erfrischungsgetränke .....	26
4 Ergebnisse der Untersuchung .....	27
4.1 Getränkeverbrauch in den bepfandeten Getränkesegmenten .....	27
4.2 Trends in der Entwicklung der Packmittelstruktur.....	32
4.2.1 Entwicklung des MövE-Anteils .....	32
4.2.3 Entwicklung der Packmittelstruktur im Überblick .....	38
4.2.4 Entwicklung und Struktur der MövE-Verpackungen .....	40
4.2.5 Entwicklung der sonstigen Einwegverpackungen .....	43
4.2.6 Entwicklung in den einzelnen Getränkesegmenten.....	46
5 Quellenverzeichnis.....	54

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung von Mehrweg, ökologisch vorteilhaftem Einweg und sonstigem Einweg .....	11
Abbildung 2:	Übersicht und Zuordnung der ausgewiesenen Verpackungen ...	24
Abbildung 3:	Struktur der Getränkesegmente 2010 bis 2014 .....	28
Abbildung 4:	Struktur der Erfrischungsgetränke 2010 - 2014 .....	31
Abbildung 5:	Entwicklung der Anteile Mehrweg-/Einwegverpackungen und MövE-/sonstige Einwegverpackungen 2010 – 2014.....	37
Abbildung 6:	Struktur der MövE-Verpackungen 2014.....	40
Abbildung 7:	Struktur der nicht ökologisch vorteilhaften (sonstigen) Einwegverpackungen (2014) .....	43
Abbildung 8:	Veränderungen der Packmittel bei Wasser 2014 gegenüber 2013 in Mio. Liter .....	48
Abbildung 9:	Veränderungen der Packmittel bei Bier 2014 gegenüber 2013 in Mio. Liter .....	49
Abbildung 10:	Veränderungen der Packmittel bei Erfrischungsgetränke 2014 gegenüber 2013 in Mio. Liter .....	52

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Entwicklung des Verbrauchs von Getränken nach § 9 VerpackV 2010 – 2014 in Mio. Liter .....	27
Tabelle 2:	Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs von Getränken nach § 9 VerpackV 2010 – 2014 in Liter pro Einwohner .....	27
Tabelle 3:	Entwicklung der Wässer 2010 – 2014 – einschließlich Untersegmente .....	29
Tabelle 4:	Entwicklung der Erfrischungsgetränke 2010 – 2014 in Mio. Liter .....	30
Tabelle 5:	Entwicklung des MövE-Anteils 2005 – 2014 .....	32
Tabelle 6:	Verbrauch in Mio. Liter, 2010 - 2014, Getränkesegmente innerhalb des § 9 der VerpackV.....	33
Tabelle 7:	Anteile der Packmittel am Verbrauch 2010 - 2014, Getränkesegmente innerhalb des § 9 der VerpackV .....	35
Tabelle 8:	Marktanteil wichtiger Packmittel und Änderung in Prozentpunkten ggü. dem Vorjahr am Getränkeverbrauch gesamt 2010 – 2014.....	38
Tabelle 9:	Veränderung der Marktmenge der MövE-Packmittel nach Getränkesegmenten 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter .....	41
Tabelle 10:	Rechnerische Mengenveränderung bei der MövE-Packmittel nach Getränkesegmenten 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter .....	41
Tabelle 11:	Substitutionseffekt der Mengenveränderung der MövE-Packmittel nach Getränkesegmenten 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter .....	42
Tabelle 12:	Veränderung der Marktmenge der sonstigen Einwegpackmittel je Getränkesegment 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter .....	44
Tabelle 13:	Rechnerische Mengenveränderung der sonstigen Einwegpackmittel je Getränkesegment 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter ...	44
Tabelle 12:	Substitutionseffekt der Mengenveränderung der sonstigen Einwegpackmittel je Getränkesegment 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter .....	45
Tabelle 13:	Aufteilung der Packmittel bei Wässern 2014 .....	46
Tabelle 14:	Entwicklung des MövE-Anteils von Wässern 2005 – 2014.....	47
Tabelle 15:	Entwicklung des MövE-Anteils von Bier 2005 – 2014 .....	48
Tabelle 16:	Entwicklung des MövE-Anteils, des Mehrweganteils und des Anteils der övE-Verpackungen von Erfrischungsgetränken 2005 – 2014 .....	50
Tabelle 19:	Aufteilung der Packmittel Erfrischungsgetränke 2014.....	51
Tabelle 18:	Entwicklung des MövE-Anteils von alkoholischen Mischgetränken 2005 – 2014.....	53

## Abkürzungsverzeichnis

<b>AMI</b>	Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH, Bonn
<b>BGBI</b>	Bundesgesetzblatt
<b>BMU</b>	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
<b>BMUB</b>	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit
<b>BV Glas</b>	Bundesverband Glasindustrie e.V., Düsseldorf
<b>Destatis</b>	Statistisches Bundesamt, Wiesbaden
<b>DiätV</b>	Diätverordnung
<b>DLMB</b>	Deutsches Lebensmittelbuch
<b>Eurostat</b>	Statistisches Amt der Europäischen Union, Brüssel
<b>FrSaftErfrischGetrV</b>	Verordnung über Fruchtsaft, einige ähnliche Erzeugnisse, Fruchtnektar und koffeinhaltige Erfrischungsgetränke (Fruchtsaft- und Erfrischungsgetränkerverordnung)
<b>GDB</b>	Genossenschaft Deutscher Brunnen e.G., Bonn
<b>GfK</b>	GfK SE, Nürnberg
<b>ggü.</b>	gegenüber
<b>GVM</b>	GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH, Mainz
<b>IRI</b>	Information Resources GmbH, Düsseldorf
<b>LAGA</b>	Bund/Länder-Arbeitsgemeinschaft Abfall
<b>Möve</b>	Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränke
<b>öve</b>	ökologisch vorteilhafte Einweggetränke
<b>UBA</b>	Umweltbundesamt, Dessau
<b>VdF</b>	Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V., Bonn
<b>VerpackV</b>	Verpackungsverordnung
<b>VDM</b>	Verbandes Deutscher Mineralbrunnen e.V., Bonn
<b>v. H.</b>	Von Hundert
<b>wafg</b>	Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V., Berlin

## Zusammenfassung

Nach der Verpackungsverordnung vom 21. August 1998 (BGBl. I S. 2379), die zuletzt durch Artikel 1 der Verordnung vom 17. Juli 2014 (BGBl. I S. 1061) geändert worden ist (VerpackV), ist die Bundesregierung angehalten, jährlich die Anteile der in Mehrweggetränkeverpackungen sowie in ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen abgefüllten Getränke zu ermitteln.

Die vorliegende Studie bestimmt nach den Vorgaben des § 9 der VerpackV die in Deutschland abgesetzten Getränkevolumen für die verschiedenen Packmittelgruppen insgesamt und nach Getränkesegmente. Dabei werden nur trinkfertig abgepackte und in Verkehr gebrachte Getränke bis zu einer Füllgröße von zehn Litern einbezogen.

Zur Bestimmung des Getränkeverbrauchs werden vielfältige Informationen und Daten zusammengetragen und analysiert, insbesondere Daten des Statistischen Bundesamtes, der Getränkeverbände, wichtiger Packmittelhersteller u.v.m., wobei der Ausgangspunkt die im Rahmen der GVM-Getränke-Panelberichte ermittelten Abfüllmengen zum Jahr 2014 darstellen. Ausgehend von der Abfüllung in Deutschland wird unter Abzug der Exporte der Inlandsabsatz bestimmt und mit der Zurechnung der Importe der Getränkeverbrauch ermittelt.

Im Ergebnis wurden 2014 46,1 % der in Deutschland verbrauchten Getränke in MövE-Verpackungen verpackt. Der Wert liegt nur um knapp 0,1 Prozentpunkte niedriger als der Anteil im Vorjahr. Wie gering der Unterschied zum Vorjahr ist, zeigt auch die Verteilung auf Mehrweg- und övE-Verpackungen, die sich vom Vorjahr mit 45,1 % für Mehrweggetränkeverpackung und 1,1 % für övE-Verpackung (rundungsbedingt) nicht unterscheiden.

### Definitionen

Grundlage für die Ermittlung der MövE-Anteile ist der Getränkeverbrauch in Deutschland. Dabei werden nur die Getränke berücksichtigt, die trinkfertig und verpackt in Verkehr gebracht werden.

Nach Vorgabe des BMUB werden nur die Getränkesegmente in die Untersuchung einbezogen, die im § 9 Abs. 2 der VerpackV genannt sind:

1. Wässer
2. Bier
3. Erfrischungsgetränke
4. Alkoholhaltige Mischgetränke

Einbezogen werden alle Verpackungen bis zur vorgegebenen Füllgröße von maximal zehn Litern. Die Getränkeverpackungen werden in folgende Gruppen unterteilt:

1. Mehrwegverpackungen
2. Ökologisch vorteilhafte Einwegverpackungen, zu denen nach der VerpackV Getränkekartonverpackungen, Schlauchbeutel und Standbodenbeutel gezählt werden.
3. Sonstige Einwegverpackungen (alle nicht ökologische vorteilhafte Einwegverpackungen)

Der Anteil der MövE-Verpackungen wird ermittelt aus der Summe des Getränkeverbrauchs in Mehrweg- und övE-Verpackungen in Relation zum Getränkeverbrauch in allen Verpackungen.

### Methoden

Die hochverdichteten Ergebnisse der Studie basieren auf einer Vielzahl sehr unterschiedlicher Quellen und Erhebungen. Sie bilden die Basis für die Hochrechnungen der GVM auf den Gesamtmarkt.

Einen wesentlichen Kernpunkt bilden die GVM-Panelberichte für ausgewählte Getränkebereiche, in denen die Verpackungsentwicklung einzelner Getränkesegmente auf der Ebene der Abfüllung in Deutschland dargestellt wird.

Da für die vorliegende Studie der Getränkeverbrauch im Fokus steht, wird auf der Grundlage der Abfüllmengen unter Berücksichtigung der Importe und Exporte der Inlandsverbrauch ermittelt.

Die von GVM erhobenen Daten werden auf allen Marktebenen mit anderen Datenquellen verglichen (destatis, Getränkeverbände wie wafg, VdF und VDM, Marktforschungsunternehmen wie GfK und IRI, GDB u.a.) und anschließend wird unter Bewertung und Berücksichtigung aller Informationen der Getränkeverbrauch nach Packmitteln bestimmt.

Für die Bestimmung der Packmittelstruktur spielen insbesondere die eigens für die Studie erstellen Daten der GfK eine wichtige Rolle, die allerdings nur einen Teil des Verbrauchs, nämlich den Haushaltsverbrauch erfassen.

## Getränkeverbrauch

Der Verbrauch der Getränke, die unter den § 9 der VerpackV fallen, erreicht 2014 ein Volumen von 31,7 Mrd. Liter. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einem Rückgang in Höhe von 374 Mio. Liter.

- ▶ Der Verbrauch an Wässern erreicht 2014 14,0 Mrd. Liter und erzielt erneut einen Zuwachs (+0,6 %) gegenüber dem Vorjahr.
- ▶ Der Bierverbrauch verlor in den vergangenen Jahren stets zu Gunsten der alkoholfreien Getränke. 2014 steigt jedoch die Absatzmenge von Bier um 19 Mio. Liter und erreicht ein Volumen von 6,8 Mrd. Liter.
- ▶ Der Verbrauch an Erfrischungsgetränken ist in 2014 deutlich zurückgegangen und zwar um 4,2 % und erreicht nur noch 10,9 Mrd. Liter. Die Mengenverluste entstehen bei Fruchtsaftgetränken (-7,7 %), Eistee (-5,4 %) und bei Limonaden (-4,1%), während der Getränkeverbrauch bei Sport- und Energiegetränken um 6,6 % und bei den sonstigen Getränken (Kaffegetränke, Sojageetränke) um 60,7 % wächst.
- ▶ Das Marktvolumen für alkoholhaltige Mischgetränke ist 2014 wieder etwas geschrumpft. Gegenüber 2013 sinkt der Konsum 2014 um 1,5 %. Das Getränkesegment ist aber mit einem Marktanteil von 0,03 % für den MövE-Anteil des Gesamtmarktes völlig unbedeutend.

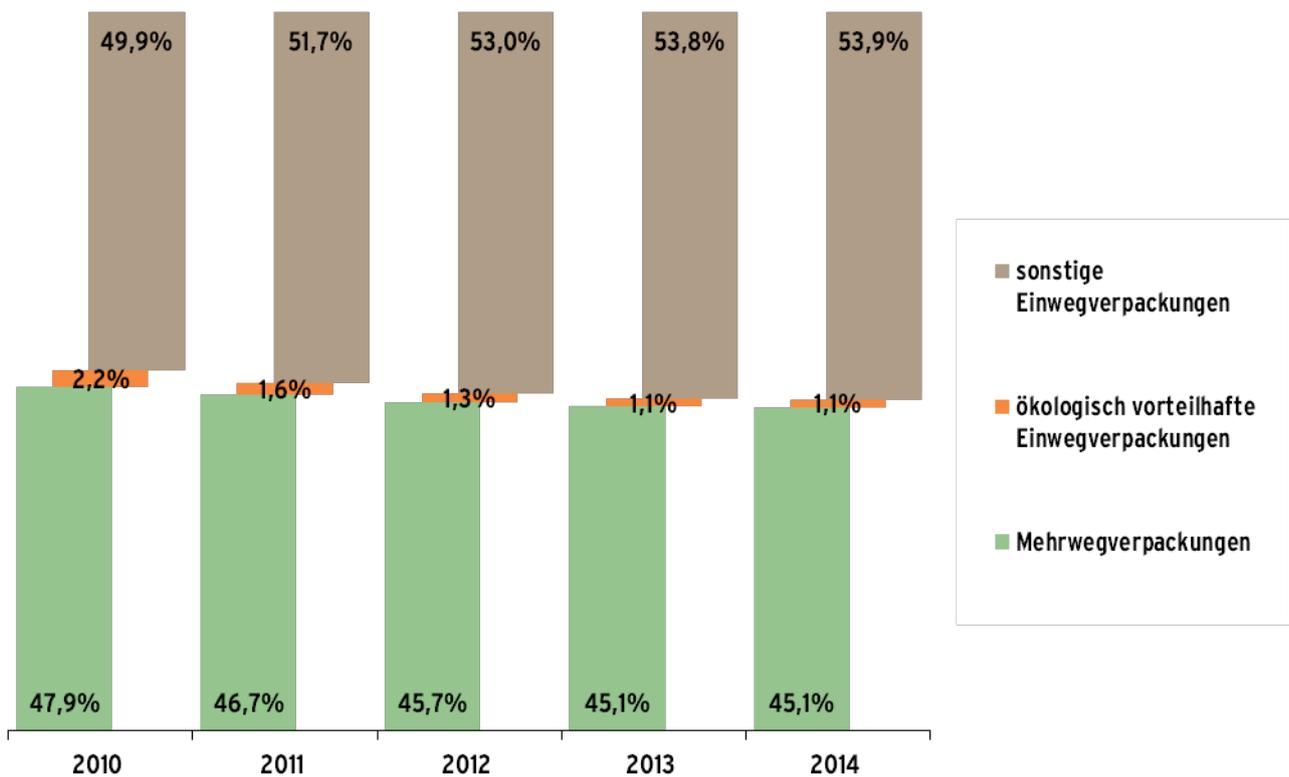
## Entwicklung des MövE-Anteils

Die Auswertung der Getränkeabfüllung nach Verpackungen in Deutschland ergibt für 2014 einen Anteil der MövE-Verpackungen von 46,1 %. Damit ist der Anteil gegenüber dem Vorjahr um 0,1 Prozentpunkte zurückgegangen.

Von Rundungsfehlern abgesehen verteilt sich der MövE-Anteil 2014 auf den Mehrweganteil mit 45,1 % und den Anteil für övE-Verpackungen mit 1,1 % auf die gleichen Werte wie im Vorjahr.

Innerhalb der letzten fünf Jahre ist der MövE-Anteil um 3,9 Prozentpunkte zurückgegangen. Davon waren 2,9 Prozentpunkte Rückgang bei Mehrweg und 1,1 Prozentpunkte bei övE-Verpackungen zu verzeichnen.

Abbildung 1: Entwicklung von Mehrweg, ökologisch vorteilhaftem Einweg und sonstigem Einweg



© GVM 2016

Die Summe der ausgewiesenen Anteile ergeben in den einzelnen Jahren rundungsbedingt nicht immer 100 %.

### Entwicklung der Packmittel

Für die wichtigsten Packmittel stellen sich die Veränderungen 2014 wie folgt dar:

- ▶ Mehrweg-Glasflaschen verlieren 1,0 % des Getränkevolumens von 2013. Ihr Marktanteil erreicht 2014 aber trotzdem einen leichten Anstieg auf 30,6 %. Sie bleiben damit die zweitstärkste Packmittelgruppe. Festzuhalten ist, dass der Absatzrückgang 2014 schwächer ist als die Verluste am Gesamtmarkt.
- ▶ Mehrweg-Kunststoffflaschen verlieren 2,1 % des Getränkevolumens von 2013. Ihr Marktanteil erreicht 2014 somit nur noch 14,4 %.
- ▶ Getränkekarton verzeichnet mit -8,4 % im Jahr 2014 die größten Verluste. Sein Marktanteil sinkt daher auf 0,8 % und folgt trotz geringerer Verlustraten als im Vorjahr dem Trend der letzten Jahre.
- ▶ Einweg-Kunststoffflaschen werden vom sinkenden Marktvolumen erfasst und verzeichnen 2014 ein Minus von 2,2 %. Dies wirkt sich auch auf ihren Marktanteil aus, der mit 50,8 % erstmals rückläufig ist.
- ▶ Von den sonstigen Einwegpackmitteln liegen nur die Getränkedosen über einem Marktanteil von einem Prozent. 2014 wächst der Getränkeverbrauch in Dosen deutlich um 28,3 %, ihr Marktanteil steigt damit auf 2,6 %.

Die Entwicklung der Verpackungsstruktur und damit des Anteils der MövE-Verpackungen wird v.a. durch zwei Faktoren bestimmt,

- ▶ durch die Veränderungen der Märkte, d.h. das Absatzvolumen der einzelnen Getränkesegmente und

- ▶ durch die Substitution von MövE-Verpackungen durch sonstige Einwegverpackungen.

So verlieren die MövE-Verpackungen 2014 ggü. 2013 ein Getränkevolumen von 220,8 Mio. Liter. Die Verluste entstehen bei Bier (-145,2 Mio. Liter) und bei Erfrischungsgetränken (-117,5 Mio. Liter), während der Getränkeverbrauch bei Wässern auch bei den MövE-Verpackungen zunimmt (+42,0 Mio. Liter).

Bereinigt man diese Mengen vom Mengeneffekt des Marktes so erhält man den Substitutionseffekt<sup>1</sup>. Danach sind 122,7 Mio. Litern Getränke, die 2013 noch in MövE-Verpackungen abgefüllt wurden, 2014 in nicht ökologisch vorteilhafte Einwegpackmittel abgesetzt worden.

Für die einzelnen Getränkesegmente ist der Substitutionseffekt dabei sehr unterschiedlich. Die Mengenänderung der MövE-Packmittel sind

- ▶ bei Wässern zu 83 % auf Wachstumseffekte zurückzuführen,
- ▶ bei Bier vollständig durch die Verschiebung zu Einweg-Packmitteln bedingt,
- ▶ dagegen bei Erfrischungsgetränke gänzlich durch Marktverluste verursacht, die durch Substitutionsgewinne etwas abgemildert werden
- ▶ und bei den alkoholischen Mischgetränken v.a. die Folge des Verlagerungseffekts zu anderen Packmitteln.

### **MövE-Anteile nach Getränkesegmenten**

- ▶ 2014 ist beim MövE-Anteil für Wässer der leichte Anstieg des Vorjahres auf 40,8 % gehalten worden.
- ▶ Der MövE-Anteil von Bier liegt 2014 mit einem Ergebnis von 83,6 %, um 2,3 Prozentpunkte unter dem Wert von 2013.
- ▶ 2014 steigt der MövE-Anteil bei Erfrischungsgetränken erstmals seit vielen Jahren wieder an. Mit 29,7 % liegt er ggü. 2013 um 0,2 Prozentpunkte höher.
- ▶ Der MövE-Anteil der, gemessen am Gesamtvolumen eher unbedeutenden alkoholischen Mischgetränke schrumpft wie schon in den vergangenen Jahren auch 2014, so dass der Anteil aktuell bei 6,4 % liegt.

---

<sup>1</sup> Zur Herleitung des Mengeneffektes des Marktes und des Substitutionseffektes siehe Kapitel 4.2.4 Entwicklung und Struktur der MövE-Verpackungen

## Summary

According to the Packaging Ordinance of 21 August 1998 (federal law gazette BGBl. I p. 2379), which was last amended by article 1 of the Ordinance of 17 July 2014 (BGBl. I p. 1061) (German: Verpackungsverordnung – VerpackV) the Federal Government shall conduct annual surveys to determine the share of beverages filled in reusable and ecologically advantageous one-way packaging (Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen – MövE).

This study evaluates the sales volumes of beverages in Germany by groups of packaging containers – in total and by drinks segments – according to the provisions of section 9 of the Packaging Ordinance. The evaluation includes only those beverages that are put on the market ready-to-drink and packaged in containers up to ten liters.

To evaluate the consumption of beverages, the study collates and analyses a variety of information and data, including data published by the Federal Statistical Office, beverage industry associations, packaging manufacturers, etc. The calculation is based on filling volumes for 2014 as provided by GVM's panel market research. Starting with bottled volumes in Germany, exports of beverages are deducted to determine domestic sales. After then imports are added to determine domestic consumption.

Calculations for 2014 show that 46.1 % of all consumed beverages were filled in reusable and ecologically advantageous one-way packaging (MövE). Thus, the quota is only 0.1 percentage points lower than the year prior. That the year to year difference is marginal is further illustrated by the fact, that due to commercial rounding the shares of reusable containers (45.1 percentage points) and ecologically advantageous one-way containers (1.1 percentage points) are identical to 2013.

## Definitions

Calculated shares of MövE packaging are based on domestic consumption of beverages in Germany. The evaluation includes only those beverages that are put on the market ready-to-drink and packaged in containers.

According to the requirements of the Federal Ministry for the Environment (BMUB), only those beverage segments listed in section 9, paragraph 2 of the Packaging Ordinance are examined:

1. Mineral waters
2. Beer
3. Soft drinks
4. Mixed alcoholic drinks

The evaluation includes all packaging up to a volume of ten liters. The packaging is grouped into the following segments:

5. Reusable packaging
6. Ecologically advantageous one-way packaging. According to the provisions of the Packaging Ordinance, this includes drinks carton packaging, Drinks packaging bags, and stand-up bags.
7. Other one-way packaging (not ecologically advantageous)

The share of MövE packaging is calculated by relating the sum of beverages sold in reusable packaging and in ecologically advantageous one-way packaging to the overall volume of beverages sold in all packaging.

## Methods

The highly aggregated results of this study are based on a variety of different sources and surveys. They form the basis for GVM's projections for the entire market.

At their core is GVM's panel market research on selected beverage segments, illustrating the development of packaging for individual segments at filling level in Germany.

Since this study focuses on the consumption of beverages, it calculates domestic consumption on the basis of filling volumes, taking into account imports and exports.

The data collated by GVM are compared to other data sources for all market levels (destatis, beverage industry associations like wafg, VdF, and VDM, market research companies like GfK and IRI, GDB, etc.). Evaluating and considering all information, GVM then calculates the consumption of beverages by type of packaging.

Data generated specifically for this study by GfK play a key role in determining the packaging structure. However, they only record household consumption.

## Consumption of beverages

In 2014, a total of 31.7 billion liters of beverages covered by section 9 of the Packaging Ordinance were consumed. This is a decline of 374 million liters compared to the previous year.

- ▶ 2014 saw a consumption of 14.0 billion liters of mineral water. This again represented an increase of 0.6 % year to year.
- ▶ The consumption of beer has been declining for years in favor of non-alcoholic drinks. But in 2014, the sales volume of beer increased by 19 million liters to a total of 6.8 billion liters.
- ▶ In addition, consumers have been drinking fewer soft drinks, leading to a lower volume of now only 10.9 billion liters (-4.2 %). The losses are due to the segments fruit juice drinks (-7.7 %), ice tea (-5.4 %) and lemonades (-4.1 %), while the consumption of sport and energy drinks (+6.6 %) and other beverages (coffee and soy drinks +60.7 %) continues to rise.
- ▶ The market for mixed alcoholic drinks dipped again. Compared to 2013 the consumption fell by 1.5 %. However, with a market share of only 0.03 % this segment is completely insignificant for the MövE quota of the overall market.

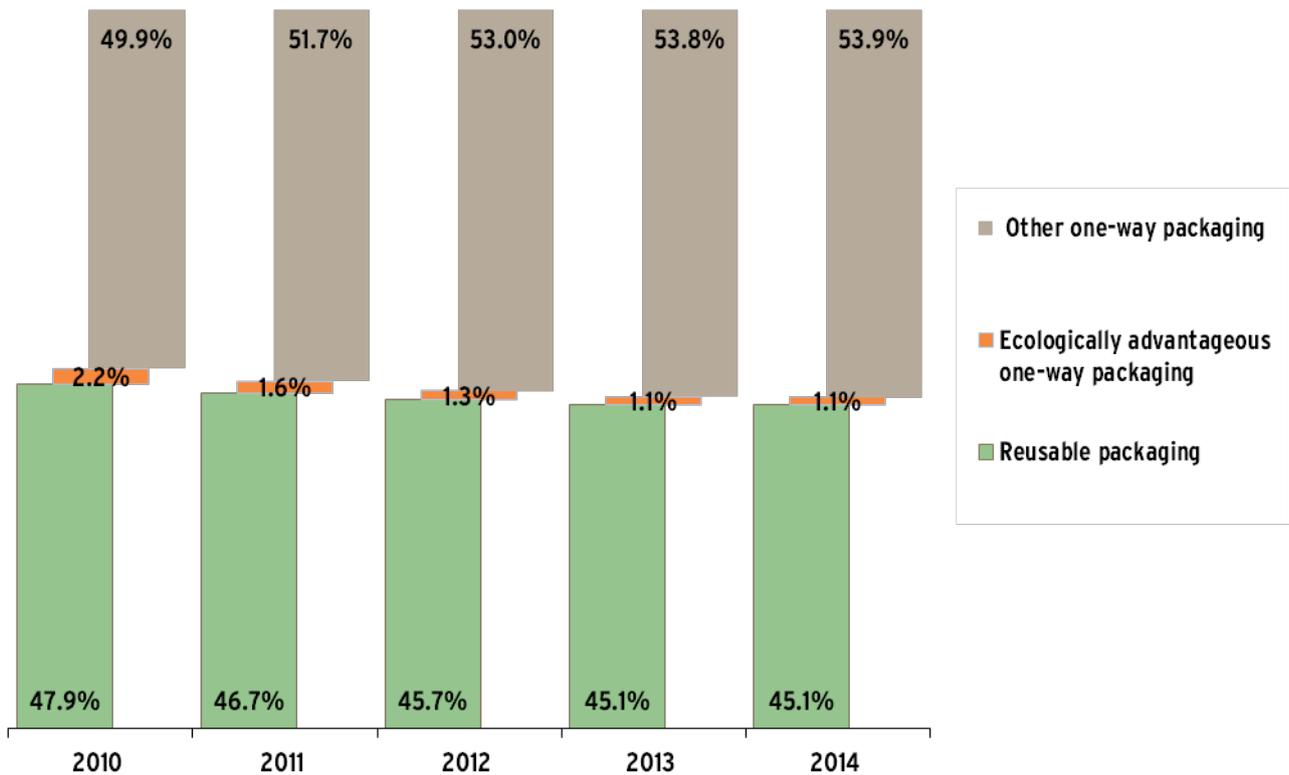
## Share of MövE packaging

An analysis of beverage filling by types of packaging reveals that MövE packaging amounts to 46.1 % of all packaging for 2014. This represents a minimal decline of 0.1 percentage points in comparison to the previous year.

The MövE share divides into reusable containers, which made up 45.1 % of all packaging and other ecologically advantageous one-way packaging, which represented 1.1 % of all packaging. Despite the small decrease overall, due to commercial rounding both sub-quotas are identical to the year before.

Over the last five years the MövE quota has declined by 3.9 percentage points. Of these, 2.9 percentage points were due to a decrease in reusable containers, the quota of ecologically advantageous one-way packaging dropped by 1.1 percentage points.

Figure 1: Development of reusable packaging, ecologically advantageous one-way packaging and other one-way packaging



© GVM 2016

Due to commercial rounding the yearly sum of the shares do not always add up to 100 %.

### Packaging trends

In 2014, the following packaging trends for key packaging groups have evolved:

- ▶ Reusable glass bottles have lost 1.0 % of their sales volume compared to 2013. Nevertheless, their market share slightly increased to 30.6 % in 2014. Their loss in sales volume is lower than the losses of the overall market.
- ▶ Reusable plastic bottles have lost 2.1 % of their sales volume compared to 2013. Their market share reached only 14.4 % in 2014.
- ▶ Continuing the trend of the previous years, drinks carton packaging has to endure the biggest losses in 2014 once again. Its sales volume declined by -8.4 % which means that despite smaller losses than in 2013, their overall market share in 2014 is only 0.8 %.
- ▶ One-way PET packaging is hit by losses in market volume as well. A loss of -2.2 % sales volume impacts their market share, which is declining for the first time. In 2014 it is 50.8 %.
- ▶ Among the other groups of one-way packaging, only beverage cans have a market share of more than one per cent. Sales of beverages in cans significantly rose by 28.3 % in 2014, increasing market share to 2.6 %.

Packaging trends as well as the MövE quota are determined mainly by two factors:

- ▶ overall market trends, i.e. sales volume of beverage segments; and
- ▶ substitution of MövE packaging by other one-way packaging.

The volume of beverages sold in MövE packaging has dropped by 220.8 liters in 2014 compared to 2013. The biggest declines occurred in the beer market (-145.2 million liters) and soft drink market (-117.5 million liters) while consumption of mineral waters has been on the rise both generally and for the MövE share (+42.0 million liters).

Adjusting for the volume effect of the overall market development the substitution effect can be calculated<sup>2</sup>: 122.7 million liters of beverages sold in MövE packaging have been substituted by other one-way packaging in 2014.

This substitution effect varies significantly between the individual drinks segments. The differences in the volume of MövE packaging

- ▶ are for mineral water to 83 % due to growth effects,
- ▶ for beer exclusively due to substitution by one-way packaging,
- ▶ for soft drinks due to market losses which are slightly moderated by substitution gains,
- ▶ and for alcoholic mixed drinks due to shifts to other forms of packaging.

### **MövE quota by beverage segments**

- ▶ In 2014, the MövE quota for water remained slightly increasing towards 40.8 % as in the previous year.
- ▶ The MövE quota for beer is at 83.6 % (2014). Compared to 2013, the share dropped by 2.3 percentage points.
- ▶ In 2014 the MövE quota for soft drinks increased for the first time in many years. An increase of 0.2 percentage points result in a quota of 29.7 %.
- ▶ Alcoholic mixed beverages only make up for a small market share. Their MövE quota continues to decline, reaching 6.4 % in 2014.

---

<sup>2</sup> For the calculation of the volume effect of the overall market and the substitution effect refer to chapter 4.2.4.

## 1 Aufgabenstellung

Die GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH führt für das Umweltbundesamt (UBA) seit 1978 jährlich die bundesweite Erhebung von Daten zur Einweg- und Mehrwegabfüllung von Getränken durch.

In Folge der 3. Änderungsverordnung der VerpackV vom 24.05.2005 stehen seit dem Berichtsjahr 2004 nicht mehr Mehrwegquoten, sondern die Überprüfung des Anteils der in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen (Möve-Verpackungen) der in Verkehr gebrachten Getränke im Mittelpunkt.

In der 3. Novelle wurde in den abfallwirtschaftlichen Zielen festgelegt, dass der Anteil der Möve-Verpackungen gestärkt werden soll, mit dem Ziel einen Anteil von mindestens 80 v.H. zu erreichen. Damit wurden mit dieser Novelle die getränkespezifischen Zielsetzungen der bisherigen Verordnung durch eine allgemeine Vorgabe ersetzt.

Weiterhin wurde im § 1 Abs. 2 der VerpackV festgelegt, dass die Bundesregierung jährlich Erhebungen zur Ermittlung der Anteile durchführt und bekannt gibt. Vor diesem Hintergrund werden auch nach der 3. Novelle der VerpackV die bundesweite Erhebung von Daten zur Einweg- und Mehrwegabfüllung von Getränken weiter durchgeführt.

Mit der Berichterstellung für das Jahr 2010 wurde durch das UBA aus Effizienzgründen ein zweijähriger Rhythmus eingeführt:

- ▶ Für die Berichtsjahre 2010 und 2012 wurden die Anteile durch ein vereinfachtes, kostengünstigeres Verfahren, aber trotzdem mit hinreichender Genauigkeit ermittelt
- ▶ Für die Berichtsjahre 2011 und 2013 wurde analog zu den Untersuchungen der Jahre vor 2010 eine differenzierte Erhebung durchgeführt.

Im Rahmen des aktuellen Forschungsvorhabens wurde die Reihenfolge zwischen differenzierter Erhebung und vereinfachtem Verfahren getauscht. Daher werden mit dem vorgelegten Bericht die Ergebnisse für das Jahr 2014 nach einer differenzierten Erhebung präsentiert.

Der Bericht thematisiert die Entwicklungen der Getränkearten, die im § 9 (2) der aktuellen VerpackV (Stand 7. Novelle) als pfandrelevant aufgeführt werden.

## 2 Definitionen und Abgrenzungen

### 2.1 Definition der Marktebene

Als relevante Marktebene für die Untersuchung wird der Getränkeverbrauch in Deutschland festgelegt. Dies ergibt sich aus dem abfallwirtschaftlichen Kontext der VerpackV, in den auch die Thematik Mehrweg- oder Einwegverpackung einzuordnen ist.

Dem Getränkeverbrauch subsumiert werden aber nur die Getränke, die im trinkfertigen Zustand abgepackt und distribuiert werden. Ausdrücklich nicht erfasst sind daher Getränke, die im Zuge eines Post-Mix-Verfahrens am Ort der Übergabe, z.B. in der Gastronomie hergestellt werden.

In der Ausschreibung des Projektes wird durch das UBA dazu auch klargestellt, dass der Getränkeverbrauch alle Konsumorte umfasst und nicht nur auf den Haushaltsverbrauch beschränkt ist. Damit muss in der Marktbetrachtung sichergestellt werden, dass nicht nur Teilmärkte erfasst werden, sondern der gesamte Getränkeverbrauch.<sup>3</sup>

### 2.2 Einbezogene Füllgrößen

Gegenstand der Untersuchung sind alle Füllgrößen bis einschließlich zehn Liter.

Füllgrößen über zehn Liter, meist spezielle Verpackungsvarianten wie Post- und Premix, Gallonen für Wasserspender sowie Fassware bleiben wie in allen vorausgegangenen Untersuchungen unberücksichtigt, da sie hauptsächlich im gewerblichen Bereich eingesetzt werden.

Die Einschränkung der Füllgrößen auf 0,1 bis 3,0 Liter, für die in der VerpackV nach § 9 Abs.1 1. Satz die Pfandpflicht gilt, spielt für die Ermittlung des MövE-Anteils keine Rolle.

Gleichwohl wird in einigen Auswertungen der Studie nach pfandpflichtigen und nicht-pfandpflichtigen Füllgrößen unterschieden.

Ab 2009 wurden Miniflaschen kleiner als 0,1 L (oft auch als Shots bezeichnet) erfasst, die nach der VerpackV nicht der Pfandpflicht unterliegen. Sie wurden der Gruppe >3,0 L zugerechnet, da ein separater Ausweis aus Gründen des Informantenschutzes nicht möglich ist.

### 2.3 Einbezogene Getränkearten

Maßgeblich für die Bestimmung der relevanten Getränkearten ist die Definition von Getränken im Sinne der VerpackV.

Dazu wird im § 3 Abs. 2 der Begriff Getränkeverpackung definiert:

„Getränkeverpackungen im Sinne dieser Verordnung sind geschlossene oder überwiegend geschlossene Verpackungen für flüssige Lebensmittel im Sinne § 2 Abs. 2 des Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches, die zum Verzehr als Getränk bestimmt sind, ausgenommen Joghurt und Kefir.“

Vor diesem Hintergrund werden im § 9 Abs. 2 der VerpackV die Getränkebereiche genannt, für die die Pfanderhebungs- und Rücknahmepflicht für Einweggetränkeverpackungen vorgeschrieben ist.

Nach Vorgabe des BMUB wurde für die Untersuchung festgelegt, dass die MövE-Anteile ausschließlich auf diese Getränkesegmente zu beziehen sind, die damit den Marktumfang der Grundgesamtheit definieren.

Diese sind:

---

<sup>3</sup> Dies ergibt aus dem § 2 „Anwendungsbereich“ der VerpackV.

1. Wässer
2. Bier
3. Erfrischungsgetränke
4. Alkoholhaltige Mischgetränke

Die Getränkesegmente werden in den folgenden Abschnitten beschrieben. Die Definitionen sind im Detail mit dem BMUB und UBA abgestimmt.

### **2.3.1 Wässer**

Einbezogen sind Mineral, Quell-, Tafel-, Heilwässer und aromatisierte Wässer. Gesüßte Wässer sind wie in früheren Untersuchungen nicht berücksichtigt, sondern werden zu den Erfrischungsgetränken gezählt. Mit der 5. Novelle der VerpackV erfolgte hier noch eine Klarstellung durch die Erweiterung auf alle übrigen trinkbaren Wässer. In der marktforscherischen Praxis der GVM wurde der Begriff Wässer auch bisher weit ausgelegt, so dass sich diese Klarstellung nicht auf die Ermittlung der Verbrauchsmengen und der Quoten auswirkte.

### **2.3.2 Bier**

Die Definition beinhaltet auch alkoholfreies Bier und Biermischgetränke. Anders im Vergleich zur Mehrwegquotenberechnung (bis zur 3. Novelle der VerpackV maßgeblich) ist, dass auf Grund des Einsatzes für private Haushalte zusätzlich zu den Großdosen auch Mehrweg-Fässer bis 10 Liter Berücksichtigung finden. Zu den alkoholfreien Bieren wird auch Malzbier gerechnet.

Ebenfalls Berücksichtigung finden hier sogenannte Fassbrausen, soweit sie auf Basis von alkoholfreiem Bier hergestellt werden. Werden sie dagegen auf Malzbasis, aber ohne Bier hergestellt, sind sie den Brausen und damit den Erfrischungsgetränken zuzurechnen.

### **2.3.3 Erfrischungsgetränke**

Im § 9 Absatz 2 Punkt 3 der VerpackV werden die Erfrischungsgetränke beschrieben. Speziell wird darauf verwiesen, dass sowohl Getränke mit als auch ohne CO<sub>2</sub> einbezogen sind.

In den Untersuchungen bis zur 3. Novelle der VerpackV war eine Zuordnung der Verbrauchsmengen nach Getränken mit oder ohne CO<sub>2</sub> notwendig. Seit der 3. Novelle der VerpackV ist die Zuordnung der einzelnen Getränkearten ausschlaggebend für die Abgrenzung.

In der VerpackV erfolgt keine abschließende Aufzählung der Getränkearten, die der Gruppe der Erfrischungsgetränke zugeordnet sind, auch wenn einige, „insbesondere Limonaden, einschließlich Cola-Getränke, Brausen, Bittergetränke und Eistee“ in der VerpackV ausdrücklich genannt werden. Eine solche Positivliste würde auch voraussetzen, dass die einzelnen Getränkearten selbst wieder hinreichend definiert sind.

Getränke, die nach der VerpackV keine Erfrischungsgetränke sind, werden dort beschreiben: „Fruchtsäfte, Fruchtnektare, Gemüsesäfte, Gemüsenektare, Getränke mit einem Mindestanteil von 50 vom Hundert an Milch oder an Erzeugnissen, die aus Milch gewonnen werden“.

Daher ist es folgerichtig, dass Energiegetränke oder isotonische Sportgetränke genauso der Gruppe der Erfrischungsgetränke zugerechnet werden wie Fruchtsaftgetränke, Wasser Plus oder Near Water-Produkte. Die sogenannten Energy-Shots werden im Übrigen ebenfalls den Energiegetränken und damit den Erfrischungsgetränken zugeordnet, da sie nach der VerpackV auch flüssige Lebensmittel im Sinne des § 2 Abs. 2 der Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches sind, die zum Verzehr als Getränk geeignet ist.

Die Abgrenzung der Erfrischungsgetränke ist nicht in jedem Fall zwingend eindeutig, da sie eine Mischung aus beispielhafter Auflistung von Erfrischungsgetränken und einer Negativabgrenzung von Getränken, die auf keinen Fall Erfrischungsgetränke sind, besteht. Jedenfalls wurden im Rahmen des APV Produktverpackung auf Vorschlag des BMUB seitens der Bundesländer festgelegt, dass nicht alle alkoholfreien Getränke zu den Erfrischungsgetränken zählen. Brottrunke und Heißgetränke sind Beispiele, die nach BMUB nicht zuzurechnen sind. Dagegen werden Soja- und Sojamischgetränke zu den Erfrischungsgetränken gezählt.<sup>4</sup>

### **Abgrenzung der Erfrischungsgetränke von Säften und Nektaren:**

In der Fruchtsaft- und Erfrischungsgetränkeverordnung (FrSaftErfrischGetrV) wird beschrieben, was ein Fruchtsaft und ein Fruchtnektar ist. Analog hierzu werden die Gemüsesäfte und -nektare eingeordnet.

Eine weitere Hilfe für die Zuordnung ergibt sich aus den Leitsätzen für Erfrischungsgetränke des Deutschen Lebensmittelbuchs. Danach gehören die Fruchtsaftgetränke und die Fruchtschorlen zu den Erfrischungsgetränken, obwohl sie im Einzelfall mehr als 50 % Fruchtgehalt haben können. Der Saftgehalt des Getränks ist nicht allein entscheidend.<sup>5</sup>

Nur wenn eine Fruchtschorle in Übereinstimmung mit der Fruchtsaftverordnung produziert wird, darf sie, auch karbonisiert, die Bezeichnung Fruchtnektar tragen. Nur dann ist sie von der Pfandpflicht befreit.<sup>6</sup>

Fruchtschorlen werden bei den Erhebungen der GVM nicht einzeln, sondern mit den Fruchtsaftgetränken erfasst. Die vorgenannten Regelungen sind auch für die Beurteilung von Wellnessgetränken heranzuziehen, die bei der GVM keine eigenständige Kategorie bilden.

Frucht-Smoothies werden, soweit sie ausschließlich aus Früchten oder Gemüse hergestellt sind, wie Säfte behandelt und sind daher in die Untersuchung nicht mit einbezogen. Nach der VerpackV sind auch flüssige Lebensmittel im Sinne des § 2 Abs. 2 der Lebensmittel- und Futtermittelgesetzbuches, die zum Verzehr als Getränk geeignet sind, als Getränk einzustufen. Dazu gehören auch Frucht-Smoothies.

### **Abgrenzung der Erfrischungsgetränke von Milchmischgetränken:**

Getränke mit einem Mindestanteil von 50 % Milch oder Milcherzeugnissen sind keine Erfrischungsgetränke im Sinne der VerpackV.

Fruchtsafthaltige Getränke mit einem Anteil an Milch oder Milcherzeugnissen (meist Molke) kleiner als 50 % werden weiterhin den Fruchtsaftgetränken und damit den Erfrischungsgetränken zugerechnet.

Molkegetränke, die mehr als 50 % Anteil an Milchprodukten aufweisen, werden daher trotz des Fruchtanteils nicht einbezogen. Eine Ausnahme bilden die auf aus Molke extrahiertem Wasser ba-

---

<sup>4</sup> BMU (2006).

<sup>5</sup> DLMB (2015)

<sup>6</sup> Vgl. auch die Klarstellungen des VdF in seinem Geschäftsbericht 2005; VdF (2005), S. 75.

sierten Getränke. Die häufigste Anwendung findet sich bei Energiegetränken. Hier folgen wir der Urteilsbegründung des Landgerichts Düsseldorf aus dem Jahr 2010, nach der diese Getränke den Erfrischungsgetränke zugerechnet werden.<sup>7</sup>

Kaffeetränke, deren Milch- oder Milchprodukteanteil unter 50 % liegt, sind ebenfalls den Erfrischungsgetränken zuzurechnen. Daher sind seit 2005 in Folge der VerpackV am Markt Anpassungsreaktionen zu beobachten: Die Rezeptur der meisten Getränke wurde so geändert, dass die Produkte einen Milch- oder Milchprodukteanteil von mehr als 50 % enthalten und damit nicht mehr zu den Erfrischungsgetränken, sondern zu den Milchmischgetränken gezählt werden müssen.

Mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit wurde in der Untersuchung für das Jahr 2009 die Frage abgestimmt, ob Kaffeetränke, die auf Basis von Milchpulver hergestellt werden, ebenfalls unter die Freistellung der Milchgetränke von der Befandung fallen. Dazu wurde festgestellt, dass aus Milchpulver hergestellte Trockenmilch nicht vom Schutzzweck der Ausnahmeregelung erfasst sei und somit solche Produkte den Erfrischungsgetränken zuzurechnen sind.

### **Abgrenzung der diätetischen Getränke**

Mit der 5. Novelle der VerpackV ist die Sonderregelung für diätetische Getränke aus der 3. Novelle deutlich eingeschränkt worden. Diese Änderung trat zum 1. April 2009 in Kraft, so dass sie im Rahmen dieses Berichts vollumfänglich zur Geltung kommt.

Damit reagierte der Ordnungsgeber auf das zunehmende Angebot von Getränken, die von den Abfüllern offenbar als diätetisch deklariert wurden, um der Pfandpflicht auszuweichen. Nach der Neuregelung sind nur noch solche diätetischen Getränke im Sinne des § 1 Abs. 2 Buchstabe c der Diätverordnung pfandfrei, die ausschließlich für Säuglinge oder Kleinkinder angeboten werden.

### **2.3.4 Alkoholhaltige Mischgetränke**

Die Definition der VerpackV umfasst zwei Gruppen von alkoholhaltigen Mischgetränken:

- ▶ Getränke, die hergestellt werden entweder „unter Verwendung von Erzeugnissen, die nach §130 Abs. 1 des Gesetzes über das Branntweinmonopol der Branntweinsteuern“ oder „Fermentationsalkohol aus Bier, Wein oder weinähnlichen Erzeugnissen“ und weniger als 15 vol % Alkoholgehalt aufweisen.
- ▶ Erfasst werden für den zweiten Fall aber nur solche alkoholhaltigen Mischgetränke, die als Substitut für destillierten Alkohol (Branntwein) unter Verwendung „von Fermentationsalkohol aus Bier, Wein oder weinähnlichen Erzeugnissen, auch in weiterverarbeiteter Form, der einer technischen Behandlung unterzogen wurde, die nicht mehr der guten Herstellungspraxis entspricht“, hergestellt werden.
- ▶ Mischgetränke, die unter Verwendung von "normalem" Bier, Wein oder weinähnlichen Erzeugnissen entsprechend der Verkehrsauffassung erzeugt werden, sind keine alkoholhaltigen Mischgetränke im Sinne des § 9 Abs. 2 Nr. 4 erster Spiegelstrich, zweiter Unterspiegelstrich: Biermischgetränke fallen unter § 9 Abs. 2 Nr. 1 VerpackV, Weinmischgetränke unter § 9 Abs. 2 Nr. 4 zweiter Spiegelstrich VerpackV.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> „Das Produkt ist ein Erfrischungsgetränk, ohne dass die Voraussetzungen des § 9 Abs. 2 Satz 2 Verpackungsverordnung erfüllt sind. Für dessen Annahme wäre erforderlich, dass es sich um ein Getränk handelt, das einen Mindestanteil von 50 % an Milch oder an Erzeugnissen, die aus Milch gewonnen werden, besteht. Das ist nicht der Fall. Zwar mag bei formaler Betrachtung davon gesprochen werden können, dass der hier fragliche Getränkebestandteil "aus Milch gewonnen" wurde. Gemeint hat der Ordnungsgeber jedoch lediglich nur solche Produkte, die den Bestimmungen der Milcherzeugnisverordnung entsprechen.“ LG Düsseldorf (2010).

<sup>8</sup> Zur Klarstellung: Biermischgetränke mit Zusätzen wie z. B. Tequila oder Tequilaaroma werden unter Bier erfasst.

- ▶ Weinmischgetränke, die einen Anteil von Wein oder weinähnlichen Erzeugnissen von unter 50 vom Hundert aufweisen. Zu den weinähnlichen Erzeugnissen gehören auch Frucht- oder Kernobstweine. Weist also z.B. ein Apfelweinemischgetränk einen Anteil von weniger als 50 % Apfelwein auf, ist es zu bepfanden.

Das Segment der alkoholischen Mischgetränke wurde in den Studien vor 2004 nicht berücksichtigt. Auch hier reagierte der Markt auf die Bepfandung durch neue Getränkevarianten auf Weinbasis, die nicht pfandpflichtig sind.

## 2.4 Einbezogene Packmittel

Grundsätzlich werden alle Packmittel in die Untersuchung mit einbezogen, in die Getränke im trinkfertigen Zustand bis zu einer Füllgröße von zehn Litern in Deutschland abgesetzt werden.

Folgende Verpackungsgruppen werden unterscheiden:

- ▶ MövE-Verpackungen
  - ▶ Mehrwegverpackungen
  - ▶ Ökologisch vorteilhafte Einwegverpackungen
- ▶ Sonstige Einwegverpackungen, die zusätzlich differenziert werden
  - ▶ Sonstige Einwegverpackungen von 100 ml bis einschließlich 3.000 ml
  - ▶ Sonstige Einwegverpackungen kleiner 100 ml und größer 3.000 ml bis einschließlich 10.000 ml

### 2.4.1 Mehrwegverpackungen

Bei den Mehrwegverpackungen wird differenziert nach:

- ▶ Mehrweg-Glasflaschen
- ▶ Mehrweg-Kunststoffflaschen
- ▶ Mehrweg-Fässer (bis 10 Liter)

Eine weitere Unterscheidung der Mehrweggebilde wie z.B. nach Individualflaschen oder Pool-Flaschen ist nicht Gegenstand der Studie.

### 2.4.2 Ökologisch vorteilhafte Einwegverpackungen

Im § 3 Absatz 4 der VerpackV sind die Einwegverpackungen, die als ökologisch vorteilhaft einzuordnen sind, im Einzelnen aufgeführt. Sie werden wegen ihrer besonderen Bedeutung in der Zuordnung zum MövE-Anteil hier ausführlicher definiert.

#### 1. Getränkekartonverpackungen (Blockpackungen, Giebelverpackungen, Zylinderpackung)

- ▶ In der Auswertung wurden alle Ausfertigungen von Verpackungen aus Flüssigkeitskarton in den Varianten Karton/Polyethylen oder Karton/Aluminium/Polyethylen, unabhängig von der Form (Blockpackung, Giebelpackung, Zylinderpackung) und unabhängig von den Entnahme- bzw. Öffnungsvarianten (Naht, Strohalm, Verschluss) diesem Packmittel zugerechnet. Mit der 5. Novelle der VerpackV ist die Liste der konkret benannten Verpackungen aus Getränkekarton um Zylinderpackungen erweitert worden. Die Verpackungen werden im Folgenden als Getränkekarton bezeichnet.

## 2. Getränke-Polyethylen-Schlauchbeutelverpackungen

- ▶ Schlauchbeutelverpackungen spielen in den relevanten Getränkebereichen keine Rolle. Sie werden im Getränkebereich nur bei Milch eingesetzt. Die Verpackungen werden im Folgenden als Schlauchbeutel bezeichnet.

## 3. Folien-Standbodenbeutel

- ▶ Im Getränkebereich sind Standbodenbeutel in der Regel Polyester/Aluminium/ Polyethylen-Verbunde.<sup>9</sup>

In den Auswertungen werden Schlauchbeutel und Standbodenbeutel zusammengefasst.

### 2.4.3 Sonstige Einwegverpackungen

Alle Einwegverpackungen, die nicht ökologisch vorteilhaft sind, werden den sonstigen Einwegverpackungen zugeordnet.

Wie schon in der Beschreibung der einzubeziehenden Füllgrößen dargelegt worden ist, wird in zwei Gruppen unterschieden:

#### 4. Sonstige Einwegverpackungen der Füllgrößen von 100 ml bis einschließlich 3.000 ml, also die Verpackungen, die einer Pfandpflicht unterliegen. Dazu gehören:

- ▶ Einweg-Glasflaschen
- ▶ Einweg-Kunststoffflaschen in der Füllgröße
- ▶ Getränkedosen aus Aluminium und Weißblech
- ▶ Kunststoffbecher
- ▶ Bag-in-Box bis 3 Liter, Folien- bzw. Verbundbeutel mit integriertem Dosierverschluss in einem Wellpappe-Karton
- ▶ Sonstige Einwegverpackungen, wie z.B. Karton/Kunststoffbecher

#### 5. Sonstige Einwegverpackungen der Füllgrößen bis 100 ml und größer 3.000 ml aber bis maximal 10.000 ml, die nicht der Pfandpflicht unterliegen. Dazu gehören:

- ▶ Einweg-Kunststofffläschchen bis 100 ml, Großflaschen, Kanister
- ▶ Bag-in-Box, Folien- bzw. Verbundbeutel mit integriertem Dosierverschluss in einem Wellpappe-Karton
- ▶ Großdosen, i.d.R. aus Weißblech für Bier

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Zuordnung der Verpackungen nach Gruppe im Überblick:

---

<sup>9</sup> Dazu gehören auch Formen wie beispielsweise der Doy-Pack.

Abbildung 2: Übersicht und Zuordnung der ausgewiesenen Verpackungen

Packmittel	Gruppierung Einweg-Mehrweg		Gruppierung MövE
Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg		MövE-Verpackungen
Mehrweg-Kunststoffflaschen			
Mehrweg-Fässer bis 10 l			
Getränkarton	Einweg	Einweg der Füllgrößen 0,1 bis 3,0 L	Nicht ökologisch vorteilhafte Einwegverpackung
Standbeutel / Schlauchbeutel			
Einweg-Glasflaschen			
Einweg-Kunststoffflaschen			
Getränkedosen			
Kunststoffbecher			
Bag-in-Box bis 3 Liter			
sonstige Einwegpackmittel			
Fläschchen < 100 ml Großflaschen/ Kanister > 3 L (bis 10 L)		Einweg der Füllgrößen < 0,1 L und > 3 L (bis 10 L)	
Bag-in-Box > 3 L (bis 10 L)			
Großdosen > 3 L (bis 10 L)			

## 2.5 Definition der Anteile

Die Ermittlung des Anteils der MövE-Verpackungen erfordert die Definition eines Nenners und eines Zählers.

- ▶ Der Nenner entspricht der Verbrauchsmenge der Grundgesamtheit und wird durch die einbezogenen Getränke-segmente und Verpackungen definiert.
- ▶ Der Zähler entspricht der Verbrauchsmenge der Getränke in MövE-Verpackungen in den einbezogenen Getränke-segmenten.

## 3 Methoden der Datenerhebung

### 3.1 Ermittlung der notwendigen Verbrauchszahlen

Die Ergebnisse basieren auf Hochrechnungen der GVM für den Gesamtmarkt. Folgende Quellen sind in die Auswertung eingegangen:

- ▶ Interviews bei einer Vielzahl von abfüllenden Unternehmen inkl. Importeuren (Inlandsabfüllung, Exporte, Inlandsabsatz, ggfs. Importe; nach Getränkearten, Packmitteln und Füllgrößen)
- ▶ Auswertungen von Geschäftsberichten und andere Meldungen aus der Getränkeindustrie Abfüllern, einschließlich deren Internetseiten
- ▶ Auswertung von Fachzeitschriften und andere Veröffentlichungen über die Getränkeindustrie, die Packmittelindustrie und den Handel
- ▶ Absatzstatistiken der drei großen Blockpackungshersteller
- ▶ Angaben der Bundesverband Glasindustrie e.V. (BV Glas),
- ▶ Befragung der Landesbrauverbände zum Fassbieranteil
- ▶ Angaben des Verbandes Deutscher Mineralbrunnen e.V. (VDM)
- ▶ Angaben des Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V. (VdF)
- ▶ Angaben der Genossenschaft Deutscher Brunnen e.G. (GDB)
- ▶ Angaben der PETCYCLE E.A.G. GmbH & Co KG, Bad Neuenahr
- ▶ Store-Checks
- ▶ Auswertungen von Handels- und Konsumentenpanels
- ▶ Öffentliche Statistiken wie die Produktions- und Außenhandelsstatistik, Absatz von Bier, Brauwirtschaft des Statistischen Bundesamtes

Einen Ausgangspunkt der Untersuchung bilden die GVM-Getränke-Panelberichte.<sup>10</sup> Da sich die Abgrenzung der Panelberichte nicht mit den Abgrenzungen der Getränkesegmente nach der VerpackV deckt, wurden auch Panelberichte wie z.B. Fruchtsäfte hinzugezogen, die nicht dem Pflichtpfand unterliegen. Weiterhin sind nicht alle Getränkesegmente Gegenstand der Panelmarktforschung, so dass zusätzliche Erhebungen notwendig waren. Diese wurden für alkoholhaltige Mischgetränke, Soja- und Sojamischgetränke, Smoothies, Kaffeegetränke und diätetische Getränke durchgeführt.

Im Unterschied zu den Panelberichten, die eine Marktanalyse der Abfüllung bzw. des Absatzes in Deutschland produzierender Unternehmen zum Ziel hat, wird hier die Packmittelstruktur des Getränkeverbrauchs untersucht.

Dem liegt folgender Zusammenhang zu Grunde:

Getränkeabsatz inländischer Unternehmen Inland

+ gefüllte Importe

./. gefüllte Exporte

= Inlandsverbrauch

Der Getränkeabsatz orientiert sich für das Gesamtvolumen an der Produktionsstatistik des Statistischen Bundesamtes. Allerdings werden hinsichtlich nicht erfasster Produktionsmengen (beispielsweise wegen der statistischen Mindestgrößen der Unternehmen in der Erfassung der Produktionsstatistik) Er-

---

<sup>10</sup> Vgl. GVM (2015a-g).

gänzungen und Modifikationen vorgenommen, die sich aus dem Abgleich mit anderen Quellen, insbesondere den eigenen Erhebungen, ableiten. Auch entspricht die Getränkesystematik des Statistischen Bundesamtes nicht der Einteilung der GVM und den Erfordernissen dieser Studie. Die im Rahmen der Panelmarktforschung ermittelten Zahlen zur Abfüllung werden im Laufe der Untersuchung überprüft und vor dem Hintergrund neuer Informationen und Erkenntnisse neu bewertet.

Der Getränkeverbrauch wird ausgehend von den Absatzmengen und den endgültigen Daten der Außenhandelsstatistik für die einzelnen Packmittel ermittelt. Auch bezüglich der Außenhandelsdaten werden, soweit sich Widersprüche mit anderen Daten erkennen lassen, Überprüfungen vorgenommen. Dazu gehören z. B. Anfragen zu Überprüfung von Daten an das Statistische Bundesamt sowie der Vergleich mit Eurostat Daten.

Ein weiterer Baustein bei der Berechnung der packmittelspezifischen Verbrauchsdaten sind die Daten der GfK, die speziell für diesen Untersuchungszweck für die Getränkesegmente Bier, Mineralwasser, Erfrischungsgetränke und Säfte erstellt wurden. Die GfK-Daten basieren auf dem ConsumerScan, einer flächendeckenden Erhebung in 30.000 Haushalten. Sie decken daher nicht den gesamten Getränkeverbrauch in Deutschland ab, sondern nur den Haushaltsverbrauch. Trotzdem sind sie ein wichtiges Instrument zum Abgleich und zur Ergänzung der von GVM ermittelten Daten, besonders hinsichtlich der Verpackungsstruktur.

Die Differenzierung der MövE-Anteile nach Getränkearten ist in der VerpackV nicht gefordert. Gleichwohl wurden die getränkenspezifischen Relationen untersucht, da sie Aufschluss über die Bestimmungsfaktoren der Gesamtanteile geben.

### **3.2 Die Behandlung diätetischer Erfrischungsgetränke**

Ab dem 1. April 2009 trat die Neuregelung der 5. Novelle der VerpackV in Kraft. Die Freistellung der diätetischen Getränke von der Pfandpflicht wurde damit deutlich eingeschränkt.

Mit dem Berichtsjahr 2010 kamen die Regelungen der 5. Novelle der VerpackV ganzjährig zur Wirkung, die Beschränkung der Freistellung von der Befandung auf Getränke, die ausschließlich für Säuglinge oder Kleinkinder angeboten werden. Diese Getränke werden aus systematischen Gründen nicht im Rahmen der GVM-Getränkeberichte erfasst<sup>11</sup>, so dass diese Mengen auch nicht aus dieser Datengrundlage herauszurechnen sind. Quantifiziert werden können die unter die Freistellung fallenden Getränke aber trotzdem, da sie Gegenstand des Marktforschungsbereichs Babynahrung/Babybeikost sind.<sup>12</sup> Gemessen am Volumen der Erfrischungsgetränke liegt der Anteil dieser Getränke bei 0,2 %.

---

<sup>11</sup> GVM (2015a-g)

<sup>12</sup> GVM (2015h)

## 4 Ergebnisse der Untersuchung

### 4.1 Getränkeverbrauch in den bepfandeten Getränkesegmenten

Der Verbrauch der Getränke, die unter den § 9 der VerpackV fallen, erreicht 2014 ein Volumen von 31,7 Mrd. Liter. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einem Rückgang in Höhe von 478 Mio. Liter.

Die Verbrauchsentwicklung verlief allerdings, wie die nachfolgende Tabelle zeigt, in den Getränkesegmenten unterschiedlich.

Tabelle 1: Entwicklung des Verbrauchs von Getränken nach § 9 VerpackV 2010 – 2014 in Mio. Liter

Getränkesegmente	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderungen 2014 zu 2013
Wässer	13.183,1	13.510,5	13.641,8	13.939,7	14.025,6	+ 0,6 %
Bier inkl. Biermischgetränke	7.075,0	7.022,0	6.896,1	6.747,3	6.766,0	+ 0,3 %
Erfrischungsgetränke	11.601,4	11.857,6	11.562,5	11.397,2	10.890,8	- 4,4 %
alkoholhaltige Mischgetränke	7,4	7,6	7,5	9,1	8,9	- 1,5 %
<b>Summe Getränke nach § 9 VerpackV</b>	<b>31.866,9</b>	<b>32.397,7</b>	<b>32.108,0</b>	<b>32.093,3</b>	<b>31.691,4</b>	<b>- 1,3 %</b>

Betrachtet man die Entwicklung des Pro-Kopf-Getränkeverbrauchs, so zeigt sich, dass hier der Rückgang des Getränkekonzums in 2014 höher ausgefallen ist. Das Bevölkerungswachstum hat somit einen Teil des Rückgangs im Pro-Kopf-Verbrauch kompensiert.

Tabelle 2: Entwicklung des Pro-Kopf-Verbrauchs von Getränken nach § 9 VerpackV 2010 – 2014 in Liter pro Einwohner

Getränkesegmente	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderungen 2014 zu 2013
<b>Durchschnittliche Einwohnerzahl der Jahre in Mio.</b>	<b>81,757</b>	<b>80,210</b>	<b>80,413</b>	<b>80,646</b>	<b>80,983</b>	<b>+ 0,4 %</b>
Wässer	161,2	168,4	169,6	172,9	173,2	+ 0,2 %
Bier inkl. Biermischgetränke	86,5	87,5	85,8	83,7	83,5	- 0,1 %
Erfrischungsgetränke	141,9	147,8	143,8	141,3	134,5	- 4,8 %
alkoholhaltige Mischgetränke	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	- 1,9 %
<b>Summe Getränke nach § 9 VerpackV</b>	<b>389,8</b>	<b>403,9</b>	<b>399,3</b>	<b>398,0</b>	<b>391,3</b>	<b>- 1,7 %</b>

Die Pro-Kopf-Verbräuche des Jahres 2010 sind mit denen der Folgejahren nicht vergleichbar.<sup>13</sup>

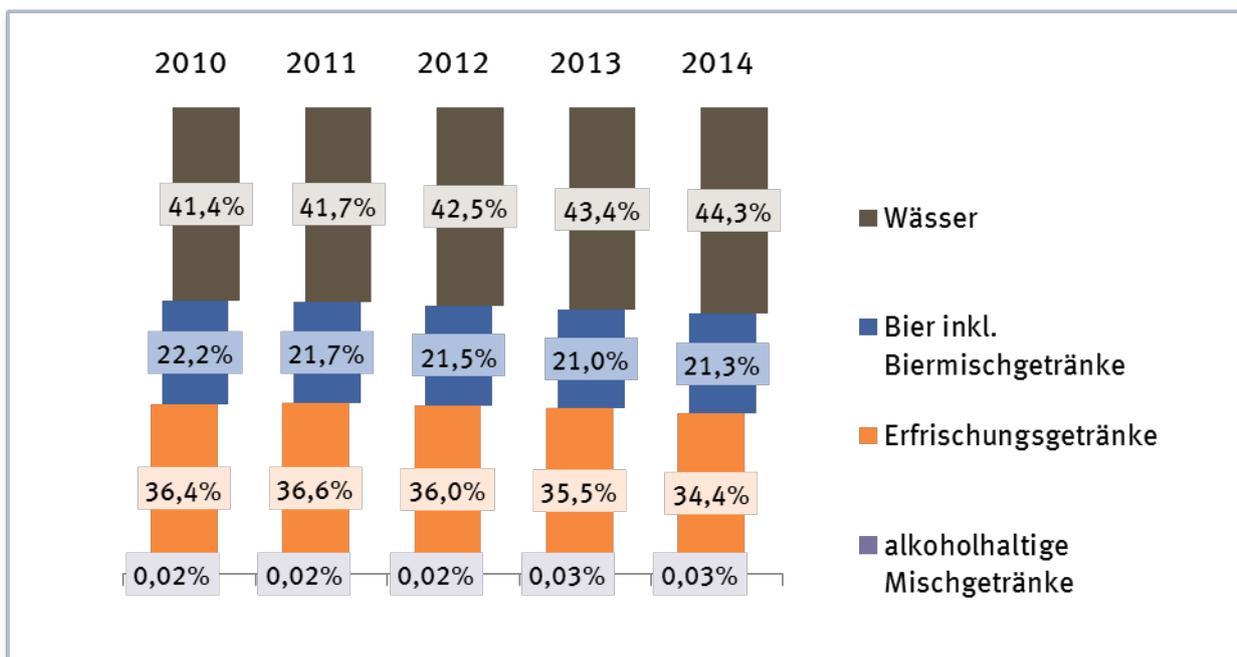
<sup>13</sup> Hintergrund ist der Zensus, der für das Jahr 2011 vom Statistischen Bundesamt durchgeführt worden ist. Danach mussten die Bevölkerungszahlen für 2011 erheblich korrigiert werden. Die festgestellte durchschnittliche Einwohnerzahl des Jahres 2011 sank in Folge dessen von 81.779.210 auf 80.209.997. Vgl. Destatis (2014g) und Destatis (2012). Die

Die nachfolgende Abbildung zeigt, wie die Entwicklung des Getränkeverbrauchs der vergangenen fünf Jahre die Marktbedeutung der Getränkesegmente beeinflusste.

Erfrischungsgetränke verlieren seit 2011 kontinuierlich Marktanteile. Bis auf das aktuelle Jahr waren die Marktanteile von Bier in den Vorjahren ebenfalls rückläufig. Dagegen ist der Wachstumstrend bei Wässern ungebrochen, so dass hier 2014 mit 44,3 % der bislang höchste Marktanteil erreicht wird.

Die Marktanteile der Getränkesegmente sind eine wichtige Grundlage für die Ermittlung des MövE-Anteils für pfandpflichtige Getränkesegmenten insgesamt. So entsprechen die Prozentsätze den Gewichtungsfaktoren, mit dem die MövE-Anteile der einzelnen Segmente in den Gesamtanteil eingehen.

Abbildung 3: Struktur der Getränkesegmente 2010 bis 2014



© GVM 2016

### Entwicklung von Wässern

Der Verbrauch an Wässern erreicht 2014 14,0 Mrd. Liter und erzielt erneut einen Zuwachs (+0,6 %) gegenüber dem Vorjahr. Wässer bauen damit ihre Position als mengenmäßig bedeutendstes Getränkesegment weiter aus. Das Wachstum des Pro-Kopf-Verbrauchs fällt mit einem Plus von 0,2 % niedriger aus<sup>14</sup>. Dies zeigt, dass das gestiegene Marktvolumen im Wesentlichen auf steigende Bevölkerungszahlen zurückzuführen ist.

Wie schon in den vergangenen Jahren sind 2014 die Wässer ohne CO<sub>2</sub> ggü. dem Vorjahr mit +6,8 % kräftig angestiegen, während Wässer mit CO<sub>2</sub> Verluste in Höhe von 1,1 % zu verzeichnen hatte.

Der Vergleich der Verbrauchsdaten von 2014 gegenüber 2010 zeigt, dass Wässer mit CO<sub>2</sub> um 236 Mio. Liter gewachsen sind, Wässer ohne CO<sub>2</sub> aber um 607 Mio. Liter. In Anteilen ausgedrückt sind 72 %

Bevölkerungsdaten der Jahre 2012 bis 2014 bauen auf dem Ergebnis des Zensus 2011 auf. Vgl. Destatis (2013), Destatis 2012 und Destatis (2015f). Quelle für das Jahr 2010: Destatis (2011).

<sup>14</sup> Vgl. Tabelle 2.

des Zuwachses im Fünfjahreszeitraum 2010-2015 bei Wässern ohne CO<sub>2</sub> zu verzeichnen gewesen. Dies zeigt, dass der Verbrauchertrend zu Wässern ohne CO<sub>2</sub> ungebrochen ist.

Tabelle 3: Entwicklung der Wässer 2010 – 2014 – einschließlich Untersegmente

Getränkesegmente	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderungen 2014 zu 2010
Wässer mit CO <sub>2</sub>	10.504,1	10.622,9	10.644,4	10.861,7	10.739,7	+ 2,2 %
Wässer ohne CO <sub>2</sub>	2.679,0	2.887,5	2.997,4	3.078,1	3.285,9	+ 22,7 %
<b>Wässer gesamt</b>	<b>13.183,1</b>	<b>13.510,5</b>	<b>13.641,8</b>	<b>13.939,7</b>	<b>14.025,6</b>	<b>+ 6,4 %</b>

Die Entwicklung des Wassermarktes wird hauptsächlich von einem preisaggressiven Wettbewerb geprägt. Sehr gut zu beobachten war dies in der Vergangenheit, wo nicht mehr nur die Platzierung von unterschiedlicher Preissegmente (Preiseinstieg, Premium) der Abfüller eine Rolle spielte, sondern, dass auch Top-Marken in Distributionsschienen wie den Discount einstiegen. Auf der anderen Seite ist im Premium-Segment ein Trend zur Individualisierung der Mehrweg-Flaschen außerhalb der Gastromonomie zu beobachten, um so mittels eines Alleinstellungsmerkmals die Besonderheit der Premium-Marke hervorzuheben.

### Entwicklung von Bier und Biermischgetränken

Der Bierverbrauch sinkt seit vielen Jahren zu Gunsten der alkoholfreien Getränke.

2014 steigt der Konsum von Bier jedoch gegen den Trend um 0,3 % an und erreicht ein Absatzvolumen von 6,8 Mrd. Liter. Ein wichtiger Einflussfaktor für das Wachstum sind die Fußballweltmeisterschaft sowie günstige Witterungsverhältnisse gewesen<sup>15</sup>, beides Sondereffekte, die keinesfalls eine Trendumkehr begründen. Der Effekt Weltmeisterschaft zeigt sich auch beim Außerhaus-Konsum, der etwas stärker als der Gesamtbierabsatz gestiegen ist. Davon ist jedoch im Wesentlichen die Fassbierabfüllung betroffen, die in dieser Auswertung keine Berücksichtigung findet.

Der Markt ist nach wie vor von einem enormen Preis- und Wettbewerbsdruck geprägt. So wurden 2014 laut GfK 47 % Mehrwegkästen für 20 Halbliterflaschen unter 10,00 Euro verkauft, 2013 waren es noch 55 %. Dafür stieg der Anteil der Kästen mit einem Preis von 10,00 bis unter 11,00 Euro von 12 % auf 18 %.<sup>16</sup> Darin zeigt sich, dass sich die Preisuntergrenze etwas verschoben hat, aber trotzdem noch 65 % der Halbliterkästen unter 11 € verkauft werden. Neben dem Preiswettbewerb versuchen die Brauereien mit einer anhaltenden Diversifizierung der Biersorten und Individualisierung der Gebinde dem Wettbewerbsdruck zu trotzen.

Wie schon 2013 sind es auch 2014 v.a. die alkoholfreien Biere und der Malzbiere gewesen, die für kräftige Wachstumsimpulse sorgten. Ohne sie wäre der Bierabsatz insgesamt zurückgegangen.<sup>17</sup>

<sup>15</sup> DBB (2015)

<sup>16</sup> Sachon (2015).

<sup>17</sup> Für den Verbrauch liegen dazu keine Daten vor. Aber auf Grundlage der Abfülldaten aus der GVM Panelmarktforschung ist es möglich eine Einschätzung der Relevanz vorzunehmen. Wäre die Produktion alkoholfreier Biere und Malzbier 2014 im gleichen Volumen wie 2013 erfolgt, wäre die Abfüllung um 0,3 %-gesunken.

## Entwicklung der Erfrischungsgetränke

Der Verbrauch an Erfrischungsgetränken ist nach 2012 und 2013 auch 2014 zurückgegangen und zwar sehr deutlich um 4,2 % und erreicht nur noch 10,9 Mrd. Liter.

Tabelle 4: Entwicklung der Erfrischungsgetränke 2010 – 2014 in Mio. Liter

Getränkesegmente	2010	2011	2012	2013	2014	Veränderungen 2014 zu 2010
Fruchtsaftgetränke, Near Water und ähnliche Getränke	2.767,6	2.774,9	2.706,2	2.552,7	2.356,6	- 14,8 %
Sport- und Energiegetränke	398,3	458,2	485,2	517,2	551,6	+ 38,5 %
Eistee	895,8	884,8	836,5	793,5	751,0	- 16,2 %
Limonaden, Brausen, Bittergetränke	7.491,8	7.689,3	7.482,8	7.476,4	7.167,5	- 4,3 %
sonstige Getränke	49,1	47,9	50,3	57,4	64,2	+ 34,1 %
<b>Erfrischungsgetränke gesamt</b>	<b>11.601,4</b>	<b>11.857,6</b>	<b>11.562,5</b>	<b>11.397,2</b>	<b>10.890,8</b>	<b>- 6,1 %</b>

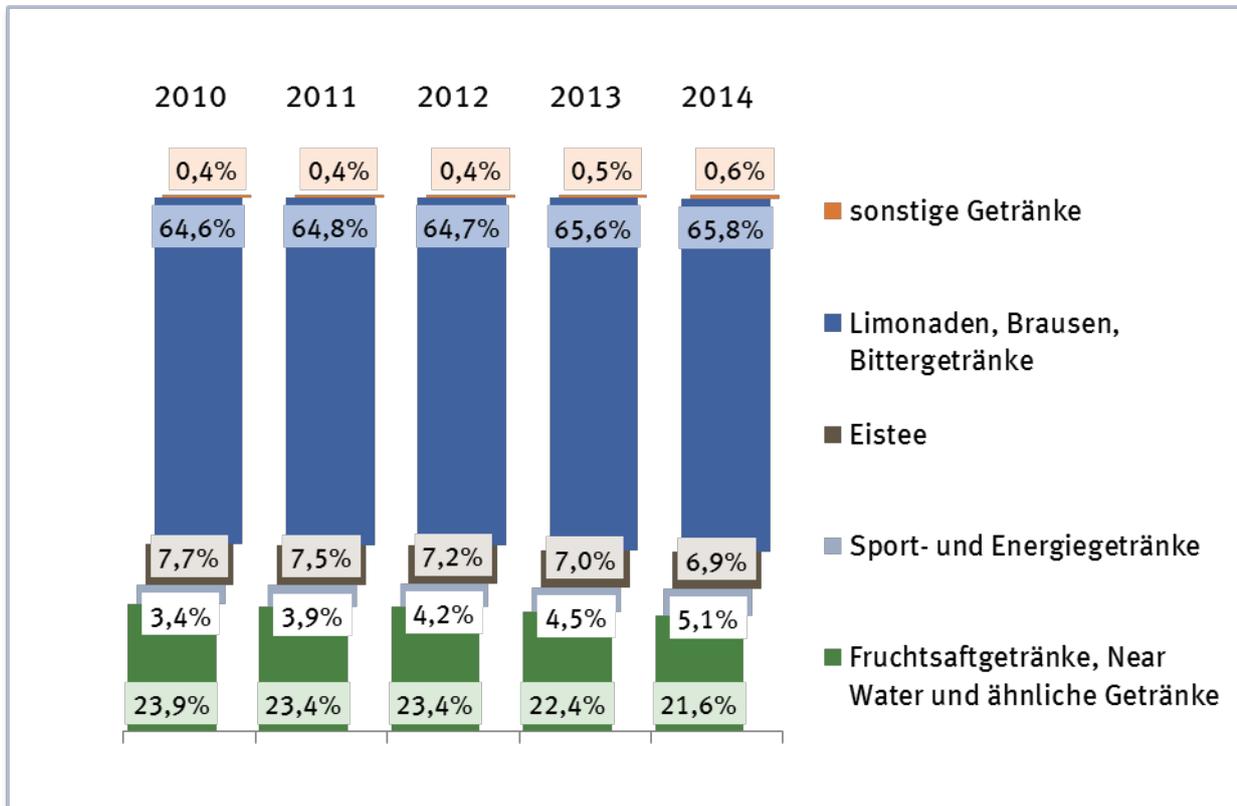
Wie die Tabelle zeigt, verläuft die Entwicklung der Teilsegmente sehr unterschiedlich.

- ▶ Das Untersegment Fruchtsaftgetränke, in dem neben den Fruchtsaftgetränken im Sinne der Leit-sätzen für Erfrischungsgetränke auch Schorlen, Near-Water, Wasser-Plus und Wellnessgetränke zusammengefasst werden, verliert 2014 196 Mio. Liter und trägt damit mehr als zwei Fünftel der Verluste im Segment Erfrischungsgetränke. Im Zeitraum 2010-2014 betragen die Verluste 411 Mio. Liter oder 14,8 %, wobei die stärksten Verluste in 2014 aufgetreten sind.
- ▶ Der mengenmäßig stärkste Zuwachs ist 2014 bei den Sportgetränken mit einem Plus von 34 Mio. Liter zu verzeichnen. Im Laufe des Betrachtungszeitraums von fünf Jahren ist der Absatz um 38,5 % angestiegen. Damit liegt der Anteil an den Erfrischungsgetränken 2014 bei 5,1 % ggü. 3,4 % in 2010. Treibende Kraft sind die Energiegetränke, die seit vielen Jahren kontinuierliche Wachstumserfolge verzeichnen können. Dabei spielen heute die Handelsmarken eine starke Rolle und haben sich neben dem Marktführer und anderen Marken längst etabliert.
- ▶ Als einziges Teilsegment weist Eistee einen kontinuierlichen Rückgang im Konsum über den gesamten Fünf-Jahres-Zeitraum auf. Insgesamt verliert Eistee 16,2 % der Absatzmenge von 2010 und erreicht mit 751 Mio. Liter 2014 nur noch einen Anteil von 6,9 % der Erfrischungsgetränke. Von den 145 Mio. Liter Absatzverlusten (2014 ggü. 2010) sind allein im Jahr 2014 42 Mio. Liter aufgetreten.
- ▶ Lange waren die Limonaden, zu denen hier auch Brausen und Bittergetränke zählen, die Gewinner bei den Erfrischungsgetränken. Sie erreichten 2011 ihren Absatzhöhepunkt, wobei diese Zuwächse in 2012 wieder verloren gingen. Zeigte sich 2013 die Entwicklung noch relativ stabil (-6,5 Mio. Liter) so folgte 2014 ein deutlicher Einbruch von 324 Mio. Liter. Insgesamt sind die Limonaden mit 65,8 % Marktanteil (2010: 64,6 % in) das mit Abstand wichtigste Untersegment der Erfrischungsgetränke.
- ▶ Ein kräftiger Anstieg des Verbrauchs ist 2014 erneut bei den sonstigen Getränken (Soja- und Sojajamischgetränke, Kaffeegetränke<sup>18</sup>) zu verzeichnen. Mit einem Plus von 7 Mio. Liter erreichen diese Getränke ein Verbrauchsvolumen 64,2 Mio. Liter und damit 0,6 % des Marktes der Erfri-

<sup>18</sup> Kaffeegetränke mit einem Milch- oder Milchprodukteanteil unter 50 %

schungsgetränke. Der Mengenzuwachs ist allein durch den Nachfrageschub bei Soja- und Sojaischgetränken zu begründen. Die trinkfertigen Kaffeegetränke sind 2013 in Folge von Rezeptumstellungen<sup>19</sup> bis auf Restmengen (0,3 Mio. Liter) praktisch vom Markt verschwunden.

Abbildung 4: Struktur der Erfrischungsgetränke 2010 - 2014



© GVM 2016

Die Summe der ausgewiesenen Anteile ergeben in den einzelnen Jahren rundungsbedingt nicht immer 100 %.

### Alkohohaltige Mischgetränke

Der Markt für alkohohaltige Mischgetränke im Sinne der VerpackV ist in 2014 leicht gesunken. Mit 8,9 Mio. Liter ist 2014 aber immer noch der zweithöchste Stand der letzten fünf Jahre erreicht. Gegenüber 2013 sinkt der Konsum in 2014 um 1,5 %.

<sup>19</sup> Die Rezepturumstellung umfasst u.a. die Erhöhung des Milch- oder Milchprodukteanteils auf über 50 %. Getränke mit einem Milchprodukteanteil von über 50 % zählen nicht mehr zu den Kaffeegetränken, sondern zu den Milchmischgetränken und sind nach VerpackV keine Erfrischungsgetränke (siehe auch Kapitel 2.3.3).

## 4.2 Trends in der Entwicklung der Packmittelstruktur

In den folgenden Abschnitten werden die marktforscherischen Ergebnisse zur Packmittelentwicklung dargestellt. Dies erfolgt in fünf Schritten

1. Entwicklung des MövE-Anteils
2. Überblick über die Packmittelentwicklung
3. Differenzierte Entwicklung der MövE-Verpackungen
4. Differenzierte Entwicklung der nicht ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen
5. Entwicklung der Packmittelstruktur für die einzelnen Getränkesegmente

### 4.2.1 Entwicklung des MövE-Anteils

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Entwicklung des MövE-Anteils für die Getränke nach § 9 der VerpackV für die Jahre 2005 bis 2014:

Tabelle 5: Entwicklung des MövE-Anteils 2005 – 2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Getränke nach § 9 VerpackV	65,7 %	59,8 %	54,6 %	52,6 %	51,8 %	50,1 %	48,3 %	47,0 %	46,2 %	46,1 %
Veränderung zum Vorjahr in Prozentpunkten		-5,9 %	-5,2 %	-2,1 %	-0,7 %	-1,7 %	-1,8 %	-1,3 %	-0,8 %	-0,1 %

Die Auswertung der Getränkeabfüllung nach Verpackungen in Deutschland ergibt für 2014 einen Anteil der MövE-Verpackungen von 46,1 %. Damit hat sich der Anteil gegenüber dem Vorjahr um 0,1 Prozentpunkte verringert.

In den letzten 9 Jahren ist der MövE-Anteil um 19,5 Prozentpunkte zurückgegangen, was einem durchschnittlichen Rückgang von 2,2 Prozentpunkten pro Jahr entspricht. Im Vergleich zu den Jahreswerten macht dieser Durchschnittswert deutlich, dass sich der Rückgang des MövE-Anteils in den letzten Jahren spürbar verlangsamt hat. So ist innerhalb der letzten fünf Jahre (2014 ggü. 2010) der MövE-Anteil nur um 3,9 Prozentpunkte zurückgegangen.

Die nachfolgenden Tabellen zeigen die Ergebnisse für alle Packmittel und Getränkesegmente für die Jahre 2010 bis 2014,

- ▶ zunächst als Getränkeverbrauch in Mio. Liter
- ▶ dann als Anteile der Packmittel am Getränkeverbrauch der einzelnen Jahre und Getränkesegmente.

Tabelle 6: Verbrauch in Mio. Liter, 2010 - 2014, Getränkesegmente innerhalb des § 9 der VerpackV

Segment	Jahr	Relevanter Verbrauch	MöVE-Packmittel	Nicht ökol. vorteilhafte Einweg-Packmittel	Mehrweg gesamt	Einweg gesamt	MöVE					Sonstige Einweg 0,1 bis 3,0 L					S. Einweg <0,1 u. > 3,0 L					
							Mehrweg			Einweg		Getränkkarton	Standbodenbeutel/ Schlauchbeutel	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	Kunststoffbecher	Bag-in-Box	sonstige Einweg-Packmittel	Großflaschen/ Kanister (l)	Bag-in-Box	Großdosen
							Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränkkarton	Einweg-Glasflaschen											
Wässer	2010	13.183,1	5.712,8	7.470,3	5.680,8	7.502,3	3.201,5	2.479,4		32,0		17,1	7.444,4	0,6	0,2			7,9	0,1			
	2011	13.510,5	5.667,0	7.843,5	5.638,3	7.872,1	3.111,1	2.527,2		28,6		24,0	7.809,3	1,7	0,2			8,3	0,1			
	2012	13.641,8	5.550,3	8.091,5	5.523,3	8.118,5	3.030,7	2.492,6		27,0		20,0	8.062,5	0,8	0,2			8,0	0,1			
	2013	13.939,7	5.685,6	8.254,1	5.658,5	8.281,2	3.106,4	2.552,1		27,1		16,8	8.227,1	1,0	0,2			9,0	0,1			
	2014	14.025,6	5.727,6	8.298,0	5.699,3	8.326,3	3.193,6	2.505,7		28,4		10,9	8.276,1	0,9	0,2			9,8	0,1			
Bier	2010	7.075,0	6.231,2	843,8	6.231,2	843,8	6.212,7		18,5			73,6	512,5	219,7						37,9		
	2011	7.022,0	6.141,0	881,0	6.141,0	881,0	6.125,2		15,8			74,1	538,3	230,3						38,3		
	2012	6.896,1	5.947,1	949,0	5.947,1	949,0	5.928,2		18,9			89,9	566,9	259,7						32,5		
	2013	6.747,3	5.799,0	948,4	5.799,0	948,4	5.780,8		18,2			78,0	573,5	265,1						31,7		
	2014	6.766,0	5.653,8	1.112,2	5.653,8	1.112,2	5.635,1		18,7			76,3	582,9	416,4						36,6		
Erfrischungsgetränke	2010	11.601,4	4.015,3	7.586,1	3.361,7	8.239,8	1.090,4	2.271,2		581,0	72,6	29,5	7.313,8	225,4	1,5			12,8	3,0			
	2011	11.857,6	3.842,9	8.014,7	3.359,2	8.498,4	1.050,9	2.308,3		414,0	69,7	20,2	7.703,2	275,8	1,5			11,3	2,8			
	2012	11.562,5	3.596,8	7.965,7	3.217,9	8.344,6	953,9	2.264,0		305,0	73,8	17,9	7.586,3	348,9	1,5			8,2	2,9			
	2013	11.397,2	3.357,2	8.040,0	3.021,1	8.376,1	901,1	2.120,0		246,4	89,7	17,6	7.650,7	362,7	1,5			7,4	0,1			
	2014	10.890,8	3.239,7	7.651,1	2.925,9	7.965,0	859,1	2.066,8		222,2	91,6	16,9	7.234,6	391,8	1,5			6,0	0,2			

Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen in Deutschland für die Jahre 2014 und 2015 – Bericht 2014

Segment	Jahr	Relevanten Verbrauch	MöVE-Packmittel	Nicht ökol. vorteilhafte Einweg-Packmittel	Mehrweg gesamt	Einweg gesamt	MöVE					Sonstige Einweg 0,1 bis 3,0 L					S. Einweg <0,1 u. > 3,0 L			
							Mehrweg			Einweg		Einweg								
							Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränkekarton	Standbodenbeutel / Schlauchbeutel	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	Kunststoffbecher	Bag-in-Box	sonstige Einweg-Packmittel	Großflaschen/Kanister (1)	Bag-in-Box	Großdosen
<b>Alkohohaltige Mischgetränke</b>	2010	7,4	1,1	6,3	1,1	6,3	1,1					0,3		6,0						
	2011	7,6	0,9	6,7	0,9	6,7	0,9			0,0		0,2		6,5						
	2012	7,5	0,7	6,8	0,7	6,8	0,7					0,2		6,6						
	2013	9,1	0,8	8,3	0,7	8,3	0,7			0,0		0,2	0,0	8,1						
	2014	8,9	0,6	8,4	0,5	8,4	0,5			0,0		0,1	0,0	8,3						
<b>Summe Getränke-segmente nach § 9 VerpackV</b>	2010	31.866,9	15.960,4	15.906,5	15.274,8	16.592,1	10.505,6	4.750,6	18,5	613,0	72,6	120,6	15.270,8	451,7	1,7			20,7	3,1	37,9
	2011	32.397,7	15.651,8	16.745,9	15.139,4	17.258,3	10.288,1	4.835,5	15,8	442,6	69,7	118,5	16.050,7	514,3	1,6			19,6	2,9	38,3
	2012	32.108,0	15.094,9	17.013,1	14.689,0	17.419,0	9.913,5	4.756,6	18,9	332,0	73,8	127,9	16.215,7	616,1	1,7			16,2	3,0	32,5
	2013	32.093,3	14.842,6	17.250,7	14.479,4	17.613,9	9.789,1	4.672,1	18,2	273,5	89,7	112,5	16.451,3	637,0	1,7			16,4	0,1	31,7
	2014	31.691,4	14.621,8	17.069,6	14.279,5	17.411,9	9.688,3	4.572,5	18,7	250,6	91,6	104,1	16.093,6	817,5	1,7			15,9	0,2	36,6

(1) bei Erfrischungsgetränken inkl. Fläschchen < 100 ml

Tabelle 7: Anteile der Packmittel am Verbrauch 2010 - 2014, Getränkesegmente innerhalb des § 9 der VerpackV

Segment	Jahr	Relevanter Verbrauch	MöVE-Packmittel	Nicht ökol. vorteilhafte Einweg-Packmittel	Mehrweg gesamt	Einweg gesamt	MöVE					Sonstige Einweg 0,1 bis 3,0					S. Einweg <0,1 u. > 3,0 L			
							Mehrweg			Einweg		Einweg					Großflaschen/ Kanister (1)	Bag-in-Box	Großdosen	
							Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränkkarton	Standbodenbeutel / Schlauchbeutel	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	Kunststoffbecher	Bag-in-Box				sonstige Einweg-Packmittel
<b>Wässer</b>	2010	100,0 %	43,3 %	56,7 %	43,1 %	56,9 %	24,3 %	18,8 %		0,2 %		0,1 %	56,5 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
	2011	100,0 %	41,9 %	58,1 %	41,7 %	58,3 %	23,0 %	18,7 %		0,2 %		0,2 %	57,8 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
	2012	100,0 %	40,7 %	59,3 %	40,5 %	59,5 %	22,2 %	18,3 %		0,2 %		0,1 %	59,1 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
	2013	100,0 %	40,8 %	59,2 %	40,6 %	59,4 %	22,3 %	18,3 %		0,2 %		0,1 %	59,0 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
	2014	100,0 %	40,8 %	59,2 %	40,6 %	59,4 %	22,8 %	17,9 %		0,2 %		0,1 %	59,0 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
<b>Bier</b>	2010	100,0 %	88,1 %	11,9 %	88,1 %	11,9 %	87,8 %		0,3 %			1,0 %	7,2 %	3,1 %						0,5 %
	2011	100,0 %	87,5 %	12,5 %	87,5 %	12,5 %	87,2 %		0,2 %			1,1 %	7,7 %	3,3 %						0,5 %
	2012	100,0 %	86,2 %	13,8 %	86,2 %	13,8 %	86,0 %		0,3 %			1,3 %	8,2 %	3,8 %						0,5 %
	2013	100,0 %	85,9 %	14,1 %	85,9 %	14,1 %	85,7 %		0,3 %			1,2 %	8,5 %	3,9 %						0,5 %
	2014	100,0 %	83,6 %	16,4 %	83,6 %	16,4 %	83,3 %		0,3 %			1,1 %	8,6 %	6,2 %						0,5 %
<b>Erfri-schungs-ge-tränke</b>	2010	100,0 %	34,6 %	65,4 %	29,0 %	71,0 %	9,4 %	19,6 %		5,0 %	0,6 %	0,3 %	63,0 %	1,9 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
	2011	100,0 %	32,4 %	67,6 %	28,3 %	71,7 %	8,9 %	19,5 %		3,5 %	0,6 %	0,2 %	65,0 %	2,3 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
	2012	100,0 %	31,1 %	68,9 %	27,8 %	72,2 %	8,3 %	19,6 %		2,6 %	0,6 %	0,2 %	65,6 %	3,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
	2013	100,0 %	29,5 %	70,5 %	26,5 %	73,5 %	7,9 %	18,6 %		2,2 %	0,8 %	0,2 %	67,1 %	3,2 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
	2014	100,0 %	29,7 %	70,3 %	26,9 %	73,1 %	7,9 %	19,0 %		2,0 %	0,8 %	0,2 %	66,4 %	3,6 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	

Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen in Deutschland für die Jahre 2014 und 2015 – Bericht 2014

Segment	Jahr	Relevanten Verbrauch	MöVE-Packmittel	Nicht ökol. vorteilhafte Einweg-Packmittel	Mehrweg gesamt	Einweg gesamt	MöVE					Sonstige Einweg 0,1 bis 3,0					S. Einweg <0,1 u. > 3,0 L				
							Mehrweg			Einweg		Einweg					Großflaschen/ Kanister (1)	Bag-in-Box	Großdosen		
							Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränkkarton	Standbodenbeutel / Schlauchbeutel	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	Kunststoffbecher	Bag-in-Box				sonstige Einweg-Packmittel	
<b>Alkohohaltige Mischgetränke</b>	2010	100,0 %	14,3 %	85,7 %	14,3 %	85,7 %	14,3 %					4,0 %		81,7 %							
	2011	100,0 %	12,0 %	88,0 %	11,7 %	88,3 %	11,7 %			0,4 %		2,8 %		85,2 %							
	2012	100,0 %	9,6 %	90,4 %	9,6 %	90,4 %	9,6 %					2,6 %		87,8 %							
	2013	100,0 %	8,6 %	91,4 %	8,2 %	91,8 %	8,2 %			0,5 %		1,9 %	0,1 %	89,4 %							
	2014	100,0 %	6,4 %	93,6 %	5,9 %	94,1 %	5,9 %			0,5 %		0,6 %	0,1 %	92,9 %							
<b>Summe Getränke-segmente nach § 9 VerpackV</b>	2010	100,0 %	50,1 %	49,9 %	47,9 %	52,1 %	33,0 %	14,9 %	0,1 %	1,9 %	0,2 %	0,4 %	47,9 %	1,4 %	0,0 %				0,1 %	0,0 %	0,1 %
	2011	100,0 %	48,3 %	51,7 %	46,7 %	53,3 %	31,8 %	14,9 %	0,0 %	1,4 %	0,2 %	0,4 %	49,5 %	1,6 %	0,0 %				0,1 %	0,0 %	0,1 %
	2012	100,0 %	47,0 %	53,0 %	45,7 %	54,3 %	30,9 %	14,8 %	0,1 %	1,0 %	0,2 %	0,4 %	50,5 %	1,9 %	0,0 %				0,1 %	0,0 %	0,1 %
	2013	100,0 %	46,2 %	53,8 %	45,1 %	54,9 %	30,5 %	14,6 %	0,1 %	0,9 %	0,3 %	0,4 %	51,3 %	2,0 %	0,0 %				0,1 %	0,0 %	0,1 %
	2014	100,0 %	46,1 %	53,9 %	45,1 %	54,9 %	30,6 %	14,4 %	0,1 %	0,8 %	0,3 %	0,3 %	50,8 %	2,6 %	0,0 %				0,1 %	0,0 %	0,1 %

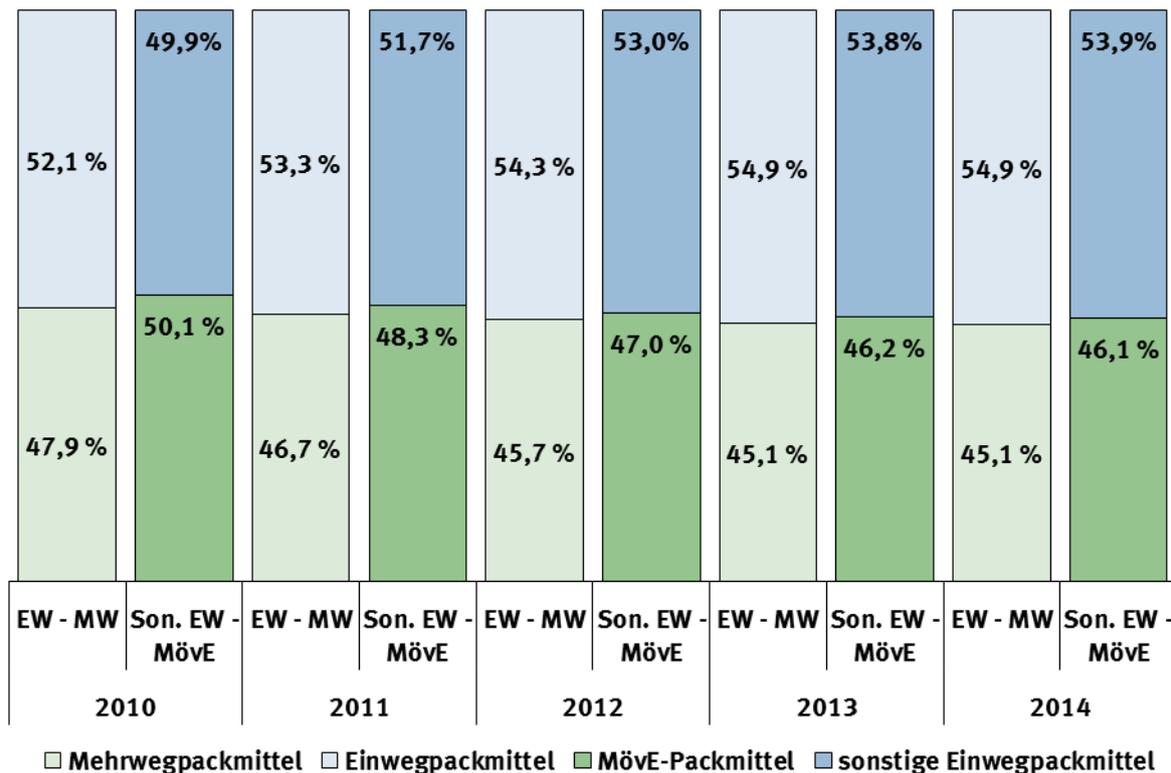
(1) bei Erfrischungsgetränken inkl. Fläschchen < 100 ml

Gruppiert man die Packmittel nach den Merkmalen

- ▶ Einweg- bzw. Mehrwegverpackungen oder
- ▶ MövE-Verpackungen bzw. sonstige Einwegverpackungen

so ergibt sich für die Periode 2010 - 2014 nachfolgendes Bild:

Abbildung 5: Entwicklung der Anteile Mehrweg-/Einwegverpackungen und MövE-/sonstige Einwegverpackungen 2010 – 2014



© GVM 2016

Auf Grund der sinkenden Bedeutung der övE wird der Abstand zwischen den beiden Gruppierungsvarianten immer geringer. Der Anteil der MövE-Packmittel überschreitet 2014 den Mehrweganteil nur um 1,0 Prozentpunkte.

Innerhalb der Einwegverpackungen sinkt damit ebenfalls die Bedeutung der övE-Packmittel.

### 4.2.3 Entwicklung der Packmittelstruktur im Überblick

Fasst man die Ergebnisse der Detailtabelle zu einem Überblick der Packmittelentwicklung für alle Getränke-segmente, die der Befragung unterliegen, zusammen, so entsteht folgende Übersicht:

Tabelle 8: Marktanteil wichtiger Packmittel und Änderung in Prozentpunkten ggü. dem Vorjahr am Getränkeverbrauch gesamt 2010 – 2014

Packmittel	2010	2011	2012	2013	2014
Mehrweg-Glasflaschen	33,0 %	31,8 %	30,9 %	30,5 %	30,6 %
Änderung ggü. Vorjahr		-1,2 %	-0,9 %	-0,4 %	0,1 %
Mehrweg-Kunststoffflaschen	14,9 %	14,9 %	14,8 %	14,6 %	14,4 %
Änderung ggü. Vorjahr		0,0 %	-0,1 %	-0,3 %	-0,1 %
Getränkekarton	1,9 %	1,4 %	1,0 %	0,9 %	0,8 %
Änderung ggü. Vorjahr		-0,6 %	-0,3 %	-0,2 %	-0,1 %
Einweg-Kunststoffflaschen	47,9 %	49,5 %	50,5 %	51,3 %	50,8 %
Änderung ggü. Vorjahr		1,6 %	1,0 %	0,8 %	-0,5 %
Einweg-Glasflaschen	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,4 %	0,3 %
Änderung ggü. Vorjahr		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Getränkedosen	1,4 %	1,6 %	1,9 %	2,0 %	2,6 %
Änderung ggü. Vorjahr		0,2 %	0,3 %	0,1 %	0,6 %
Andere Verpackungen (*)	0,5 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %	0,5 %
Änderung ggü. Vorjahr		0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %

(\*) darunter Mehrweg-Fässer, Standbodenbeutel, Kunststoffbecher, Bag-in-Box, Kanister  
 Unterschiede zwischen den augenscheinlichen Differenzen von Jahreswerten und den ausgewiesenen Änderungswerten basieren auf Rundungen.

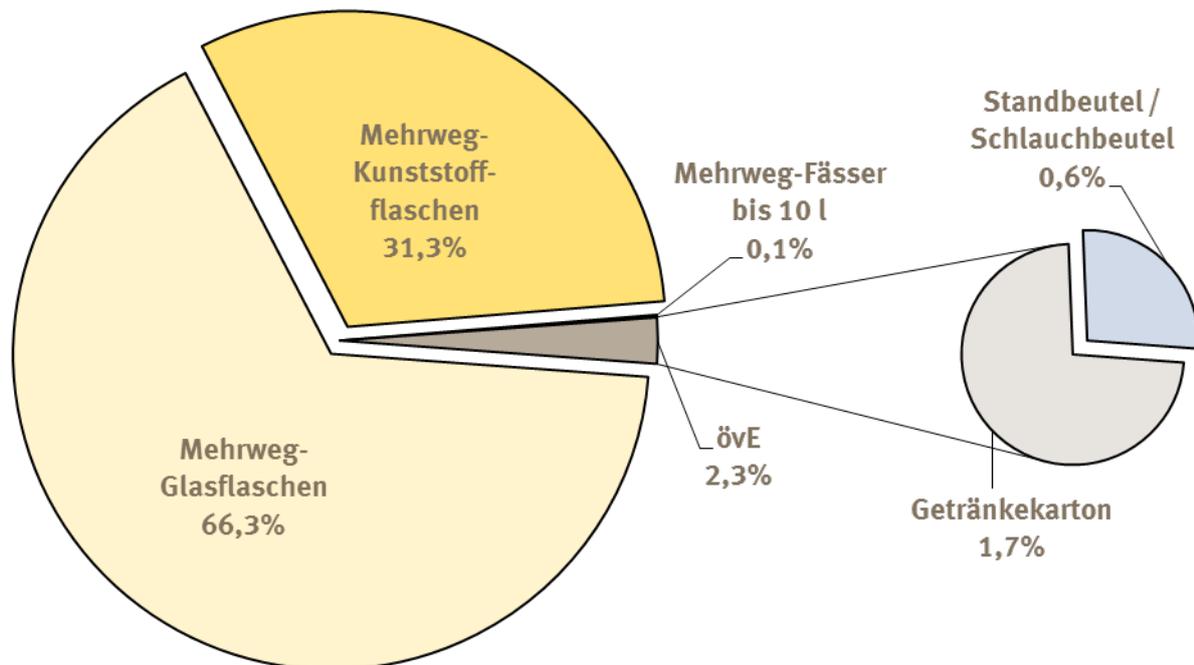
- ▶ Mehrweg-Glasflaschen sind nach wie vor die zweitstärkste Packmittelgruppe, obwohl sie kontinuierlich Volumen und Anteile verlieren. So liegt 2014 das Getränkevolumen um 1,0 % niedriger als 2013 und geht damit etwas weniger zurück als das gesamte Getränkevolumen (-1,2 %). In Bezug auf den Marktanteil wirkt sich dies allerdings nicht aus, so dass Mehrweg-Glasflaschen nach 2013 auch 2014 einen Marktanteil von 30,5 % erreichen. Im Fünf-Jahreszeitraum reduziert sich der Marktanteil damit um und 2,5 Prozentpunkte ggü. 2010. Die jährlichen Änderungsraten zeigen, dass der Rückgang in den letzten Jahren zunächst deutlich gebremst und zuletzt gestoppt worden ist.
- ▶ Mehrweg-Kunststoffflaschen büßen 2014 ggü. dem Vorjahr 2,1 % ihres Marktvolumens ein. Insgesamt weist ihr Marktanteil seit 2010 nur einen geringen Rückgang aus und trägt damit zur Stabilisierung des MövE-Anteils bei. Er liegt 2014 bei 14,4 %, 0,5 Prozentpunkte niedriger als 2010.
- ▶ Der Marktanteil des Getränkekartons ist in den letzten Jahren drastisch zurückgegangen und erreicht 2014 nur noch 0,8 %. Dies entspricht einem Minus von 8,4 % ggü. dem Vorjahresabsatz. Im Fünf-Jahreszeitraum ergeben sich 1,1 Prozentpunkte weniger als 2010.
- ▶ Einweg-Kunststoffflaschen sind 2014 mit 50,8 % am Getränkeverbrauch das am häufigsten eingesetzte Packmittel. Sie verlieren allerdings 0,5 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahr. Dies entspricht einem Volumenrückgang von 2,2 %. Im Vergleich zu 2010 steigt ihr Anteil um 2,9 Prozentpunkte.
- ▶ Einweg-Glasflaschen sind mit einem Anteil von deutlich unter 1 % von geringer Bedeutung.

- ▶ Bis 2013 steigt der Marktanteil der Getränkedosen langsam aber kontinuierlich an. Im letzten Jahr gewinnen die Getränkedosen 0,6 Prozentpunkte hinzu und erreichen einen Marktanteil von 2,6 %. Der Getränkeverbrauch in Dosen steigt 2014 somit um 28,3 %.
- ▶ Alle anderen Packmittel haben am Markt nur eine geringe Bedeutung und erreichen über den Zeitraum hinweg nicht mehr als 0,5 %.

#### 4.2.4 Entwicklung und Struktur der MövE-Verpackungen

Die Zusammensetzung der MövE-Verpackungen des Jahres 2014 zeigt die nachfolgende Grafik.

Abbildung 6: Struktur der MövE-Verpackungen 2014



© GVM 2016

- ▶ Mehrweg-Glasflaschen sind mit einem Anteil von fast Zweidrittel nach wie vor das mit Abstand bedeutendste Mehrwegpackmittel. Dabei hat sich der Anteil an den MövE-Verpackungen in den letzten Jahren etwas erhöht (2010: 65,8 %).
- ▶ Auch Mehrweg-Kunststoffflaschen konnten ihren Anteil an den MövE-Packmitteln seit 2010 um 1,7 Prozentpunkte erhöhen und liegen aktuell bei 31,5 %.
- ▶ Bei den övE-Packmitteln verlor der Getränkekarton deutlich Anteile von 3,8 % in 2010 auf 1,7 % in 2014 und damit erkennbar mehr als die Hälfte des Anteils.
- ▶ Standbodenbeutel haben einen Anteil von 0,6 % und werden ausschließlich bei Erfrischungsgetränken eingesetzt.
- ▶ Bier-Mehrweg-Fässer bis 10 Liter haben mit einem Anteil von 0,1 % nur eine Randbedeutung.

Differenziert man die MövE-Packmittel nach Getränkearten, so lässt sich zeigen, in wie weit die Veränderungen 2014 ggü. 2013 auf die Entwicklung der Getränkesegmente zurückzuführen ist oder welche Effekte die Folge von Substitutionen sind.

Dazu werden im Folgenden die Differenz aus der Marktmenge des Jahre 2014 mit der Marktmenge 2013 der verschiedenen MövE-Packmittel betrachtet.

Tabelle 9: Veränderung der Marktmenge der MövE-Packmittel nach Getränkesegmenten 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter

Getränkesegment	alle MövE-Packmittel	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränk-karton	Standbeutel / Schlauchbeutel
Wasser	42,03	87,18	-46,44		1,28	
Bier	-145,18	-145,65		0,47		
Erfrischungsgetränke	-117,46	-42,07	-53,16		-24,19	1,97
Alkoholische Mischgetränke	-0,21	-0,22			0,01	
<b>Getränke nach § 9 VerpackV</b>	<b>-220,82</b>	<b>-100,76</b>	<b>-99,59</b>	<b>0,47</b>	<b>-22,90</b>	<b>1,97</b>

Um den Marktmengeneffekt vom Packmittelsubstitutionseffekt zu trennen, wird unterstellt, dass alle Packmittel sich wie die entsprechende Getränkeart entwickelt hätten. Im Ergebnis erhält man eine rechnerische Mengenveränderung der Absatzmengen, die für alle Packmitteln proportional gleich ist.

Für die Getränke nach § 9 VerpackV (Gesamt) werden die Mengeneffekte nicht direkt über die Mengenentwicklung berechnet (Verhältnis Gesamt 2014 zu Gesamt 2013), sondern indem die Mengeneffekte der einzelnen Getränkesegmente addiert werden. Damit sind die Auswirkungen, die sich aus der Mengenverschiebung zwischen den einzelnen Getränkesegmenten auf die MövE-verpackungen ergeben, berücksichtigt. Dies bedeutet, dass der ggü. dem Gesamtmarkt überdurchschnittliche Mengenrückgang bei Erfrischungsgetränken (die einen geringen MövE-Anteile haben) und die Mengenanstiege bei Wässern und Bier (mit höheren Mehrweganteile) in 2014 ein stärkeres Absinken der MövE-Anteile verhindert haben.

Tabelle 10: Rechnerische Mengenveränderung bei der MövE-Packmittel nach Getränkesegmenten 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter

Getränkesegment	alle MövE-Packmittel	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränk-karton	Standbeutel / Schlauchbeutel
Wasser	35,02	19,14	15,72		0,17	
Bier	16,02	15,96		0,05		
Erfrischungsgetränke	-149,15	-40,03	-94,18		-10,95	-3,98
Alkoholische Mischgetränke	-0,01	-0,01			0,00	
<b>Getränke nach § 9 VerpackV</b>	<b>-98,12</b>	<b>-4,94</b>	<b>-78,46</b>	<b>0,05</b>	<b>-10,78</b>	<b>-3,98</b>

Subtrahiert man den entsprechenden Wert der Tabelle 10 von den Angaben der Tabelle 9 so erhält man den Substitutionswert. Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse dieser Berechnung.

Tabelle 11: Substitutionseffekt der Mengenveränderung der MövE-Packmittel nach Getränke-segmenten 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter

Getränkesegment	alle MövE-Packmittel	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränk-karton	Standbeutel / Schlauchbeutel
Wässer	7,00	68,04	-62,16		1,12	
Bier	-161,20	-161,62		0,42		
Erfrischungsgetränke	31,69	-2,04	41,02		-13,24	5,95
Alkoholische Mischgetränke	-0,20	-0,20			0,01	
<b>Getränke nach § 9 VerpackV</b>	<b>-122,70</b>	<b>-95,82</b>	<b>-21,13</b>	<b>0,42</b>	<b>-12,12</b>	<b>5,95</b>

Die MövE-Packmittel verlieren 2014 ein Getränkevolumen von 220,82 Mio. Liter, die mit 122,7 Mio. Liter (entspricht 56 % des Getränke rückganges) auf Substitutionseffekte zurückzuführen sind.<sup>20</sup>

Diese Effekte sind allerdings bei den Packmitteln sehr unterschiedlich:

- ▶ Diese Substitutionsverluste sind bei Mehrweg-Glas überdurchschnittlich. Etwa 95 % der Mengenverluste sind auf die Ersetzung durch andere Verpackungen zurückzuführen. Die Ersetzungen treten zum überwiegenden Teil bei Bier auf. Darin unterscheiden sich die Veränderungen 2014 von denen des Vorjahres sehr deutlich, wo die Verluste bei Mehrweg-Glasflaschen im Biersegment wesentlich durch das Schrumpfen des Marktes verursacht wurden.<sup>21</sup> Dagegen sind bei Wässern Substitutionsgewinne (+68,04 Mio. Liter) zu verzeichnen. Marktverluste treten bei den Erfrischungsgetränke auf (-40,03 Mio. Liter), die aber durch die Zuwächse bei Wässern und bei Bier fast kompensiert werden.
- ▶ Mehrweg-Kunststoffflaschen verlieren bei Erfrischungsgetränken v.a. durch Markteffekte (-94,2 Mio. Liter), denen Substitutionsgewinne (+41,0 Mio. Liter) gegenüberstehen. Umgekehrt verhält es sich bei Wässern. Verluste entstehen hier ausschließlich durch Substitutionseffekte (-62,2 Mio. Liter), die durch das Marktwachstum (15,7 Mio. Liter) zum Teil kompensiert werden können.
- ▶ Mehrweg-Fässer spielen auf Grund ihrer geringen Getränkemenge keine Rolle.
- ▶ Beim Getränkekarton teilen sich die Verluste fast hälftig auf. 10,8 Mio. Liter gehen durch das sinkende Marktvolumen verloren, 12,1 Mio. Liter durch Substitution. Dabei verlieren die Erfrischungsgetränke, während Wässer im Getränkekarton etwas ansteigen.

<sup>20</sup> Würde der Substitutionseffekt nur auf Basis des sinkenden Konsums der Getränke nach § 9 der VerpackV (-1,3 %) berechnet, wäre das Ergebnis ein Mengeneffekt von -185,9 Mio. Liter und damit ein geringes Substitutionsvolumen (220,82 Mio. Liter – 185,9 Mio. Liter = 34,92 Mio. Liter). Dann blieben die Effekte, die sich aus Verschiebungen zwischen den Getränke-segmenten auf die Packmittelstruktur ergeben, unberücksichtigt. Diese Effekte führen dazu, dass der Mengeneffekt der MövE-Verpackungen nur -98,1 Mio. Liter beträgt (vgl. Tabelle 7, letzte Zeile), da in Folge der Strukturverschiebung die MövE-Mengen um 87,8 Mio. Liter hätten steigen müssen. Somit beträgt das Substitutionsvolumen der Getränke nach § 9 VerpackV in 2014 122,7 Mio. Liter.

<sup>21</sup> Vgl. Heinisch (2015), S. 43

- ▶ Umgekehrt verhält es sich mit dem Standbodenbeutel, der trotz eines schrumpfenden Marktes bei den Erfrischungsgetränken Marktgewinne zu Lasten anderer Packmittel erzielen kann. Das relevante Teilsegment ist hier im Übrigen das der Fruchtsaftgetränke.

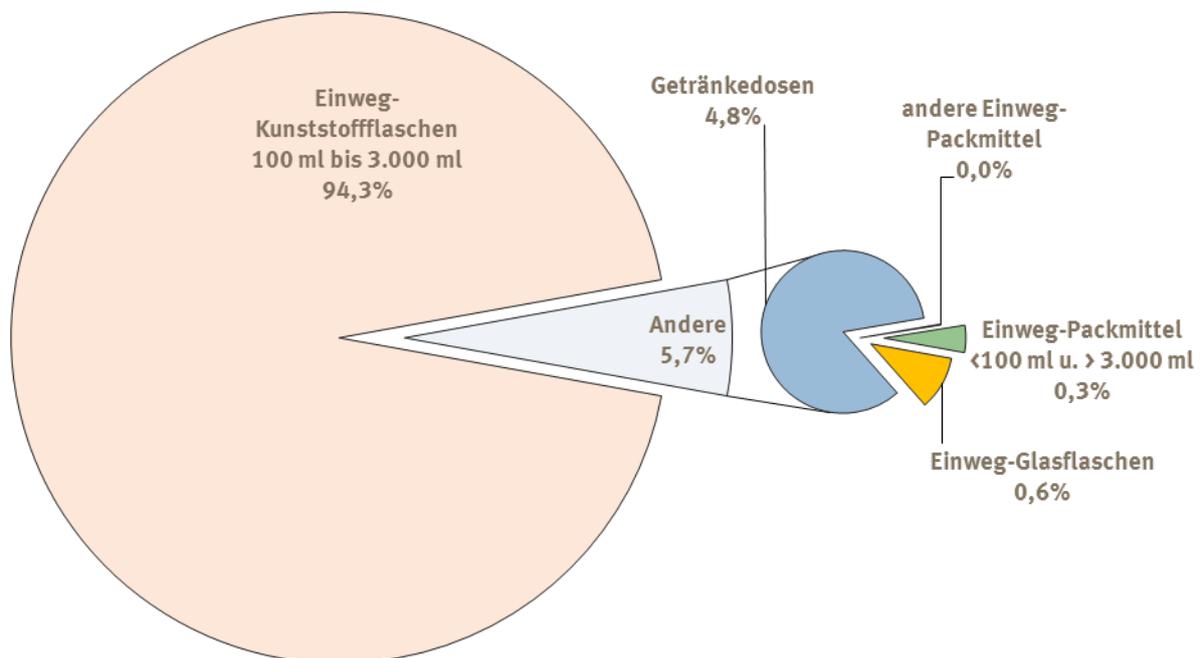
Richtet man den Blick auf die einzelnen Getränke-segmente, so zeigen die Daten, dass die Mengenänderung der MövE-Packmittel

- ▶ bei Wässern zu 83 % auf Wachstumseffekte zurückzuführen ist,
- ▶ bei Bier vollständig durch die Verschiebung zu Einweg-Packmittel bedingt ist,
- ▶ dagegen bei Erfrischungsgetränke gänzlich auf Marktverluste zurückzuführen ist, die durch Substitutionsgewinne etwas abgemildert werden
- ▶ und schließlich bei den alkoholischen Mischgetränken der Verlagerungseffekt zu anderen Packmitteln im Vordergrund steht.

#### 4.2.5 Entwicklung der sonstigen Einwegverpackungen

Die Packmittelgruppe der sonstigen Einwegverpackungen wird von Einweg-Kunststoffflaschen dominiert, wie die nachfolgende Grafik für das Berichtsjahr 2014 eindrucksvoll belegt. Allerdings ist die Bedeutung der anderen Einwegpackmittel angestiegen: Sie erreichen 2014 5,7 % des Getränkevolumens der sonstigen Einwegverpackungen ggü 4,6 % im Vorjahr.

Abbildung 7: Struktur der nicht ökologisch vorteilhaften (sonstigen) Einwegverpackungen (2014)



© GVM 2016

Mit einem Anteil von 4,8 % an den sonstigen Einwegpackmitteln dominiert die Getränkedose die Restgruppe, (das entspricht 84 %). Gemessen am Gesamtmarkt aller Verpackungen ist es jedoch nur ein Anteil von 2,6 %.

Einweg-Glasverpackungen stellen zwar den zweitgrößten Anteil der Restgruppe (0,6 %), spielen im Markt aber eine völlig untergeordnete Rolle. Gleiches gilt für die anderen Einwegpackmittel.

Auch die Füllgrößen außerhalb der Bepfandung (kleiner 0,1 Liter oder größer 3,0 Liter) sind am Markt unbedeutend. Zu dieser Packmittelgruppe gehören u.a. die Kleinfläschchen (sog. Shots) bei den Energiegetränken, Bag-in-Box und Großflaschen aus Kunststoff bei Wässern und Erfrischungsgetränken und Großdosen (sog. Partyfässchen) bei Bier.

Differenziert man die sonstigen Einwegpackmittel nach Getränkearten so lässt sich zeigen, in wie weit die Veränderungen 2014 ggü. 2013 auf die Entwicklung der Getränkesegmente zurückzuführen ist oder welche Effekte die Folge von Substitutionen sind.

Dazu werden im Folgenden die Differenz aus der Marktmenge des Jahre 2014 mit der Marktmenge 2013 der verschiedenen sonstigen Einwegpackmittel betrachtet.

Tabelle 12: Veränderung der Marktmenge der sonstigen Einwegpackmittel je Getränkesegment 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter

Getränkesegment	sonstige Einwegpackmittel gesamt	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	andere Einwegpackmittel	son. Einweg <100 ml o. > 3.000 ml
Wässer	43,84	-5,88	49,00	-0,05	-0,01	0,79
Bier	163,82	-1,71	9,31	151,31	0,00	4,91
Erfrischungsgetränke	-388,87	-0,70	-416,04	29,08	0,02	-1,22
Alkoholische Mischgetränke	0,07	-0,12	0,00	0,20	0,00	0,00
<b>Getränke nach § 9 VerpackV</b>	<b>-181,14</b>	<b>-8,42</b>	<b>-357,74</b>	<b>180,53</b>	<b>0,01</b>	<b>4,48</b>

Um den Marktmengeneffekt vom Packmittelsubstitutionseffekt zu trennen, wird unterstellt, dass alle Packmittel sich wie die entsprechende Getränkeart entwickelt hätten. Im Ergebnis erhält man eine rechnerische Mengenveränderung der Absatzmengen, die für alle Packmitteln proportional gleich ist.

Tabelle 13: Rechnerische Mengenveränderung der sonstigen Einwegpackmittel je Getränkesegment 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter

Getränkesegment	sonstige Einwegpackmittel gesamt	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	andere Einwegpackmittel	son. Einweg <100 ml o. > 3.000 ml
Wässer	50,85	0,10	50,68	0,01	0,00	0,06
Bier	2,62	0,22	1,58	0,73	0,00	0,09
Erfrischungsgetränke	-357,18	-0,78	-339,89	-16,12	-0,07	-0,33
Alkoholische Mischgetränke	-0,12	0,00	0,00	-0,12	0,00	0,00
<b>Getränke nach § 9 VerpackV</b>	<b>-303,84</b>	<b>-0,47</b>	<b>-287,62</b>	<b>-15,50</b>	<b>-0,07</b>	<b>-0,19</b>

Subtrahiert man den entsprechenden Wert der Tabelle 13 von den Angaben der Tabelle 12 so erhält man den Substitutionswert. Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse dieser Berechnung.

Tabelle 14: Substitutionseffekt der Mengenveränderung der sonstigen Einwegpackmittel je Getränke-segment 2014 ggü. 2013 in Mio. Liter

Getränkesegment	sonstige Einweg-packmittel gesamt	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	andere Einweg-packmittel	son. Einweg <100 ml o. > 3.000 ml
Wässer	-7,00	-5,99	-1,68	-0,06	-0,01	0,73
Bier	161,20	-1,93	7,72	150,58	0,00	4,83
Erfrischungsgetränke	-31,69	0,08	-76,16	45,19	0,09	-0,89
Alkoholische Mischgetränke	0,20	-0,12	0,00	0,32	0,00	0,00
<b>Getränke nach § 9 VerpackV</b>	<b>122,70</b>	<b>-7,96</b>	<b>-70,11</b>	<b>196,03</b>	<b>0,08</b>	<b>4,67</b>

Der Substitutionseffekt der sonstigen Einwegpackmittel entspricht per Definition dem Substitutionseffekt der MövE-Verpackungen, nur mit umgekehrten Vorzeichen, vgl. Tabelle 10.

Die sonstigen Einwegpackmittel verlieren 2014 ein Getränkevolumen von 181,14 Mio. Liter. Dabei verhindert der Zuwachs durch Substitution in Höhe von 122,70 Mio. Liter, dass der um 303,84 Mio. Liter geschrumpfte Markt noch größeren Verlusten unterliegt. Die Effekte sind allerdings bei den einzelnen Packmitteln sehr unterschiedlich:

- ▶ Einweg-Glasflaschen verlieren 2014 8,42 Mio. Liter Füllmenge ggü. dem Vorjahr, v.a. bei Wässern. Etwa 95 % der Mengenverluste sind auf die Ersetzung durch andere Gebinde zurückzuführen, die zum überwiegenden Teil bei Wässern auftreten.
- ▶ Einweg-Kunststoffflaschen verlieren insgesamt 357,74 Mio. Liter, was v.a. durch Substitutionseffekte (-287,62 Mio. Liter) zu erklären ist. Die Getränke-segmente zeigen ein sehr unterschiedliches Bild. So sind die Gewinne bei Wässern ausschließlich auf das Marktwachstum zurückzuführen, während gleichzeitig ein kleiner Anteil der Kunststoffflaschen durch andere Packmittel ersetzt worden ist. Anders bei den Erfrischungsgetränken: Der schrumpfende Absatz an Erfrischungsgetränken macht sich sehr stark bemerkbar. Neben einem Marktverlust von 339,89 Mio. Liter bei den Einweg-Kunststoffflaschen treten auch Substitutionsverluste auf (-76,16 Mio. Liter), so dass 2014 im Resultat ein Gesamtverlust von 416,04 Mio. Litern erreicht wurde. Die Veränderungen bei Bier sind nur gering (+9,31 Mio. Liter), die zu 80 % zu Lasten anderer Packmittel gehen.
- ▶ Getränkedosen sind das einzige Einweg-Packmittel, das 2014 nennenswert wächst. Die 180,53 Mio. Liter Absatzwachstum sind v.a. durch Substitution anderer Packmittel (+196,03 Mio. Liter v.a. zu Lasten von Einweg-PET und Mehrweg-Glas) bedingt. Die Markteffekte vermindern mit einem Minus von 15,5 Mio. Liter die Substitutionseffekte. Dosen werden v.a. bei Bier und Erfrischungsgetränke eingesetzt (98,9 %). Trotz der Marktverluste (-16,12 Mio. Liter) steigt der Absatz bei Erfrischungsgetränken in Folge der Verdrängung anderer Packmittel auf 29,04 Mio. Liter. Bei Bier ist die Marktveränderung unbedeutend (+0,73 Mio. Liter), so dass der gestiegene Dosenabsatz zu 99,5 % auf die Substitution von Mehrweg-Glas zurückzuführen ist.

- ▶ Die Effekte bei den anderen sonstigen Einwegpackmitteln sind sehr gering und daher vernachlässigbar.

Richtet man den Blick auf die einzelnen Getränkesegmente, so zeigen die Daten, dass 2014 bei den sonstigen Einwegpackmitteln

- ▶ bei Wässern die Wachstumseffekte dominieren und damit die negativen Substitutionseffekte aufgefangen werden,
- ▶ bei Bier die Verdrängung von Mehrweg im Vordergrund steht (98,4 % des Absatzzuwachses),
- ▶ bei Erfrischungsgetränken 91,7 % der Verluste durch den schrumpfenden Markt bedingt sind und ein kleiner Teil durch Gewinne von MövE-Verpackungen
- ▶ und schließlich bei den alkoholischen Mischgetränken der Verlagerungseffekt von den MövE-Packmitteln den negativen Wachstumseffekt überkompensiert.

#### 4.2.6 Entwicklung in den einzelnen Getränkesegmenten

Im Folgenden werden die Veränderungen der Packmittelstruktur auf der Ebene der Getränke-segmente beleuchtet. Die Substitutionsprozesse zwischen den Packmitteln sind auf dieser Ebene am ehesten nachvollziehbar. Die Darstellung konzentriert sich auf die Veränderungen von 2014 gegen-über 2013.

##### Die Entwicklung der Packmittelstruktur bei Wasser

Die Verpackungsstruktur von Wässern ist in den beiden Untersegmenten sehr unterschiedlich.

- ▶ Der MövE-Anteil von Wässern liegt 2014 bei 40,6 %. Während Wasser mit CO<sub>2</sub> einen MövE-Anteil von 48,2 % aufweisen, liegt dieser bei Wässern ohne CO<sub>2</sub> nur bei 15,8 %.
- ▶ Dafür dominieren bei den kohlenstofffreien Wässern die Einweg-Kunststoffflaschen mit einem Anteil von 83,0 %, während sie bei Wässern mit CO<sub>2</sub> nur 51,7 % erreichen.
- ▶ Die Ursache dafür liegt u.a. im traditionell sehr hohen Importanteil der Wässer ohne CO<sub>2</sub>, der nach GVM-Berechnungen 2014 31 % erreicht (ggü. 2 % bei Wasser mit CO<sub>2</sub>) und überwiegend in Einweg-Kunststoffflaschen erfolgt.

Tabelle 15: Aufteilung der Packmittel bei Wässern 2014

Getränke-segment / Getränkeuntersegmente		Alle Packmittel	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Getränkekarton	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	andere Einweggebinde
<b>Anteile der Packmittel am Gesamtverbrauch von Wässern</b>		<b>100,0%</b>	<b>22,8%</b>	<b>17,9%</b>	<b>0,2%</b>	<b>0,1%</b>	<b>59,0%</b>	<b>0,1%</b>
Anteile der Packmittel am Verbrauch von Wässern mit CO <sub>2</sub>		100,0%	27,2%	21,0%		0,1%	51,7%	0,0%
Anteile der Packmittel am Verbrauch von Wässern ohne CO <sub>2</sub>		100,0%	8,2%	7,7%	0,9%	0,0%	83,0%	0,3%
Anteile der Untersegmente nach Packmitteln	Wässer mit CO <sub>2</sub>	76,6 %	<b>91,6 %</b>	<b>89,9 %</b>		<b>86,2 %</b>	67,1 %	8,4 %
	Wässer ohne CO <sub>2</sub>	23,4 %	8,4 %	10,1 %	<b>100,0 %</b>	13,8 %	<b>32,9 %</b>	<b>91,6 %</b>

Die fett markierten Felder der beiden unteren Reihen der Tabelle 15 zeigen die Packmittel, die verglichen mit dem durchschnittlichen Anteil der Untersegmente an den Erfrischungsgetränken (Spalte 2: alle Packmittel) einen überdurchschnittlichen Anteil aufweisen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt, dass der MövE-Anteil bei Wässern bis 2012 kontinuierlich zurückgegangen ist. 2013 ist zum ersten Mal ein leichter Anstieg zu verzeichnen, der 2014 gehalten wurde.

Dies liegt zum einem daran, dass die Zuwächse im Mehrweg starken Untersegment Wasser mit CO<sub>2</sub> deutlich höher ausfallen als in den Vorjahren, und zum anderen daran, dass ein gewichtiger Anteil der Zuwächse bei den mehrwegorientierten Brunnenbetrieben realisiert worden ist.

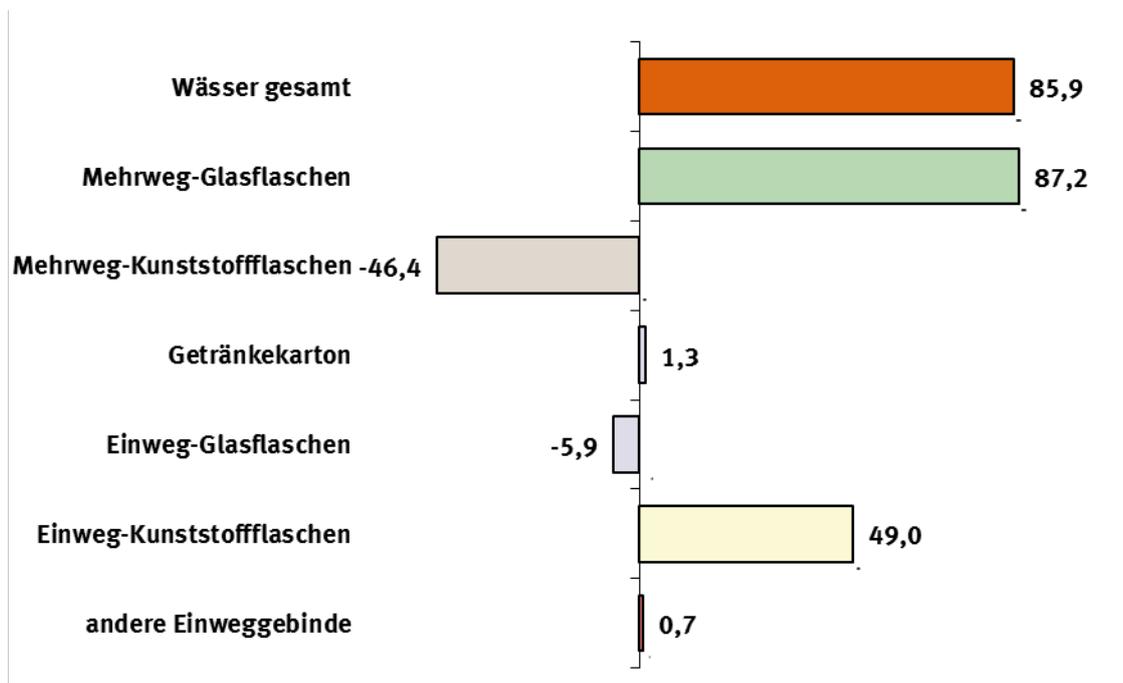
Tabelle 16: Entwicklung des MövE-Anteils von Wässern 2005 – 2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
MövE-Anteil	61,4 %	53,0 %	47,3 %	45,4 %	43,8 %	43,3 %	41,9 %	40,7 %	40,8 %	40,8 %
Veränderung zum Vorjahr in Prozentpunkten		-8,4 %	-5,8 %	-1,9 %	-1,6 %	-0,5 %	-1,4 %	-1,3 %	0,1 %	0,0 %

Wie die nachfolgende Abbildung zeigt, tragen die einzelnen Packmittel am Zuwachs des Wassermarktes in unterschiedlichem Maße bei:

- ▶ Der Getränkeverbrauch in Mehrweg-Glasflaschen wächst um 87,2 Mio. Liter. Der Zuwachs erfolgt zur Hälfte bei den kohlenensäurehaltigen Wässern, obwohl die Marktmenge hier sinkt.
- ▶ Der Getränkeverbrauch in Mehrweg-Kunststoffflaschen schrumpft dagegen um 46,4 Mio. Liter fast nur bei kohlenensäurehaltigen Wässern.
- ▶ Ein wichtiger Aspekt ist, dass der Mehrweganteil durch die Zuwächse bei Mehrweg-Glasflaschen auch bei den Wässern ohne CO<sub>2</sub> angestiegen ist, nicht zuletzt wegen Marktgewinnen bei den Brunnenbetrieben.
- ▶ Der Verbrauch in Getränkekartons ist 2014 um 1,3 Mio. Liter etwas angestiegen. Trotz der Freistellung von der Bepfandung stellen Getränkekartons nur eine sehr begrenzte Alternative dar, da sie nur in kleinen Marktsegmenten (Mineralwasser ohne CO<sub>2</sub>, Quellwasser, Wasser für Babynahrung) eine Bedeutung haben.
- ▶ In Einweg-Glasflaschen sind Wässer um 5,9 Mio. Liter weniger abgesetzt worden als im Vorjahr. Gemessen am Gesamtmarkt ist ihre Bedeutung mit 10,9 Mio. Liter unbedeutend.
- ▶ Die Zuwächse bei Einweg-Kunststoffflaschen sind 2014 mit 49 Mio. Liter im Vergleich zu den vergangenen Jahren gering (+0,6 %), sie liegen unterhalb des Marktwachstums. Der Siegeszug der „Billigwässer“ in PET-Einwegflaschen hat inzwischen alle Vertriebslinien durchdrungen und erklärt den hohen Marktanteil der Kunststoffflaschen. Damit wirken sich alle Marktveränderungen auch bei den PET-Einwegflaschen aus. Das Wachstum der Wässer ohne CO<sub>2</sub> schlägt sich hier genauso wieder, wie die Marktverluste der Wässer mit CO<sub>2</sub>.

Abbildung 8: Veränderungen der Packmittel bei Wasser 2014 gegenüber 2013 in Mio. Liter



© GVM 2016

### Die Entwicklung der Packmittelstruktur von Bier

Die nachfolgende Tabelle zeigt, dass der MövE-Anteil relativ stabil mit leicht sinkender Tendenz verläuft. 2014 liegt der MövE-Anteil (der dem Mehrweganteil entspricht, da es bei Bier keine ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen gibt) bei 83,6 %, damit 5,0 Prozentpunkte unter dem Wert von 2005 und auf dem niedrigsten Stand seit 2005.

Tabelle 17: Entwicklung des MövE-Anteils von Bier 2005 – 2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
MövE-Anteil	88,6 %	87,1 %	85,2 %	87,2 %	88,5 %	88,1 %	87,5 %	86,2 %	85,9 %	83,6 %
Veränderung zum Vorjahr in Prozentpunkten		-1,5 %	-1,9 %	1,9 %	1,3 %	-0,4 %	-0,6 %	-1,2 %	-0,3 %	-2,4 %

Der Verbrauch von Bier ist 2014 ggü. dem Vorjahr um 18,6 Mio. Liter angestiegen.

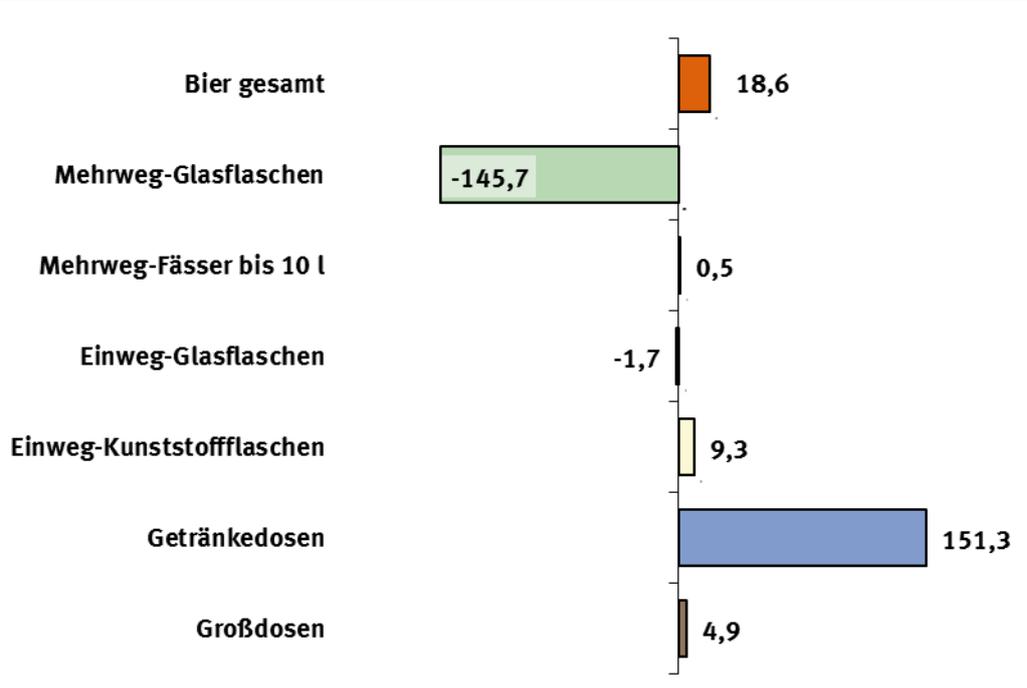
- ▶ Wie schon in der Vergangenheit sind auch 2014 starke Verluste im Mehrwegsektor zu verzeichnen, nämlich 145,7 Mio. Liter. Fässer bis 10 Liter legen hingegen leicht zu (+0,5 Mio. Liter).
- ▶ Einweg-Glasflaschen verlieren 2014 1,7 Mio. Liter. Damit sinkt ihr Marktanteil auf 1,1 %.
- ▶ Der Bierabsatz in Einweg-Kunststoffflaschen wächst seit vielen Jahren. Waren sie bisher v.a. den Handelsmarken vorbehalten, so werden sie nun auch zum Vertrieb von Markenbieren genutzt.

Trotzdem werden Einweg-Kunststoffflaschen zu 98 % über Discounter vertrieben<sup>22</sup>. 2014 konnten sie einen Zuwachs von 9,3 Mio. Liter erzielen und erreichen damit einen Marktanteil von 8,6 % (ggü. 8,5 % in 2013).

- ▶ Nach vielen Jahren der Verluste ist der Verbrauch von Bier aus Getränkedosen seit 2011 wieder steigend. Aber erst 2014 ist ein deutlicher Wachstumssprung von 57,1 % zu verzeichnen. Das entspricht einem Volumen von 151 Mio. Liter. Der Marktanteil steigt damit von 3,9 % auf 6,2 %. Die Gewinne der Dosen gehen vorwiegend zu Lasten der Mehrwegflaschen. Getränkedosen profitieren vor allem durch die Wiedereinlistung bei den Harddiscontern. Diese Gewinne wurden jedoch vollständig durch Aluminium-Dosen realisiert; die Abfüllung in Weißblech-Getränkedosen war demgegenüber rückläufig. Eine Besonderheit bei Bierdosen sind die Importe aus Dänemark und Schweden, die in erster Linie zum „Reexport“ durch dänische oder schwedische Verbraucher bestimmt sind. Der Grenzhandel hat in den letzten Jahren sehr stark zugenommen. Nach unseren Recherchen muss man jedoch davon ausgehen, dass dadurch auch in größerem Umfang nicht bepfandete Bierdosen im deutschen Markt landen.
- ▶ Großdosen sind v.a. für den Export interessant und spielen auf dem deutschen Biermarkt mit 0,5 % der Verpackungen nur eine geringe Rolle. Sie haben im Inlandsabsatz 2014 4,9 Mio. Liter hinzugewonnen.

Die nachfolgende Grafik zeigt die mengenmäßige Veränderung für die einzelnen Packmittel.

Abbildung 9: Veränderungen der Packmittel bei Bier 2014 gegenüber 2013 in Mio. Liter



© GVM 2016

<sup>22</sup> IRI (2015a)

## Die Entwicklung der Packmittelstruktur von Erfrischungsgetränke

Die nachfolgende Tabelle zeigt, dass der MövE-Anteil bei Erfrischungsgetränken seit 2005 kontinuierlich sinkt. 2014 wird somit ein neuer Tiefstand mit 29,5 % erreicht. Damit hat sich der MövE-Anteil seit 2005 um mehr als 25 Prozentpunkte verringert.

Da bei den Erfrischungsgetränken die övE-Verpackungen Getränkekarton und Standbodenbeutel eine nennenswerte Rolle spielen, werden in der folgenden Tabelle zusätzlich zum övE-Anteil die Teilmengen von Mehrweg- und övE-Verpackungen getrennt ausgewiesen. Die Daten liefern Hinweise darauf, wo die Ursachen für den Rückgang der MövE-Anteile zu finden sind.

So verlieren die Mehrwegverpackungen im Zeitraum 2005-2013 16,2 Prozentpunkte und die övE-Verpackungen 8,9 Prozentpunkte. Damit sind die größeren Mengenverluste bei Mehrweg zu verzeichnen. Die letzte Zeile der Tabelle 18 zeigt, wie sich der Anteil der övE-Packmittel an den MövE-Packmittel seit 2005 entwickelt hat. In 2006 verloren die övE-Packmittel unterdurchschnittlich, so dass der Anteil an den MövE-Packmitteln von 21,5 % auf 23,2 % stieg. Damit scheinen sie von der Pfandbefreiung ein wenig profitiert zu haben. In den Folgejahren waren die Rückgänge jedoch überdurchschnittlich, so dass sie heute der Verlierer am Markt sind.

Fazit ist, dass die rückläufige Entwicklung der MövE-Anteile bei Erfrischungsgetränken in den letzten Jahren zu einem erheblichen Anteil auf die Marktschwäche der övE-Verpackungen zurückzuführen ist.

Tabelle 18: Entwicklung des MövE-Anteils, des Mehrweganteils und des Anteils der övE-Verpackungen von Erfrischungsgetränken 2005 – 2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
MövE-Anteil	55,0 %	49,3 %	42,8 %	38,3 %	37,4 %	34,6 %	32,4 %	31,1 %	29,5 %	29,7 %
Änderung zum Vorjahr in Prozentpunkten	-8,0 %	-5,7 %	-6,4 %	-4,5 %	-0,9 %	-2,8 %	-2,2 %	-1,3 %	-1,7 %	+0,3 %
Mehrweganteil	43,1 %	37,8 %	33,6 %	30,1 %	30,4 %	29,0 %	28,3 %	27,8 %	26,5 %	26,9 %
Änderung zum Vorjahr in Prozentpunkten	-6,6 %	-5,3 %	-4,2 %	-3,5 %	+0,3 %	-1,4 %	-0,7 %	-0,5 %	-1,3 %	+0,4 %
Anteil övE-Verpackungen	11,8 %	11,4 %	9,2 %	8,3 %	7,0 %	5,6 %	4,1 %	3,3 %	2,9 %	2,9 %
Änderung zum Vorjahr in Prozentpunkten	-1,4 %	-0,4 %	-2,2 %	-1,0 %	-1,2 %	-1,4 %	-1,5 %	-0,8 %	-0,3 %	-0,1 %
Anteil övE-Packmittel an MövE-Packmittel	21,5 %	23,2 %	21,5 %	21,5 %	18,8 %	16,3 %	12,6 %	10,5 %	10,0 %	9,7 %

Die Erfrischungsgetränke setzen sich aus sehr unterschiedlichen Teilsegmenten zusammen. Deren Packmittelstruktur hängt davon ab, wie groß der Anteil der Getränke ohne CO<sub>2</sub> am Verbrauch ist. Bei Limonaden und Sportgetränken ist der Anteil ohne CO<sub>2</sub> gering, für Fruchtsaftgetränke und Eistee groß, bei Kaffeegetränken und sonstigen Getränken sogar 100 %.

Tabelle 19 zeigt, wie hoch der Anteil der verschiedenen Getränkesegmente an den einzelnen Packmittel bei Erfrischungsgetränken ist.

Tabelle 19: Aufteilung der Packmittel Erfrischungsgetränke 2014

Getränkesegment / Getränkeuntersegmente		Alle Packmittel	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Getränkekarton	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	andere Einweggebinde
Anteile der Packmittel am Verbrauch Erfrischungsgetränke -		100,0 %	7,9 %	19,0 %	2,0 %	0,2 %	66,4 %	3,6 %	0,9 %
Anteile der Untersegmente je Packmittel	Limonaden	65,8 %	<b>71,4 %</b>	<b>88,7 %</b>	0,1 %	62,2 %	62,5 %	47,2 %	7,6 %
	Fruchtsaftgetränke	21,6 %	<b>25,5 %</b>	10,1 %	<b>32,1 %</b>	<b>25,5 %</b>	<b>24,3 %</b>	0,2 %	<b>92,1 %</b>
	Eistee	6,9 %	1,0 %	0,4 %	<b>38,7 %</b>	<b>10,7 %</b>	<b>8,8 %</b>	1,7 %	0,2 %
	Sportgetränke	5,1 %	2,1 %	0,8 %	0,6 %	1,6 %	4,4 %	<b>50,8 %</b>	0,1 %
	Sonstige Getränke	0,6 %	0,0 %		<b>28,5 %</b>	0,0 %	0,0 %	0,1 %	

Die fett markierten Felder in den Reihen der einzelnen Untersegmente verweisen auf die Packmittel, die verglichen mit dem durchschnittlichen Anteil der Untersegmente an den Erfrischungsgetränken (Spalte 2: alle Packmittel) einen überdurchschnittlichen Anteil aufweisen.

So weisen die Limonaden auf Grund des hohen Marktanteils des Marktführers, aber auch wegen den Brunnenbetrieben einen überdurchschnittlichen Anteil der Mehrweggebinden auf. Bei den Fruchtsaftgetränken liegt der Glasanteil auch über dem Durchschnitt, da neben den Brunnenbetrieben auch Fruchtsaftbetriebe mit traditioneller Glasabfüllung eine Rolle spielen. Dort, wo Getränke ohne Kohlensäure abgefüllt werden, spielt der Getränkekarton eine besondere Rolle. Neben Fruchtsaftgetränken und Eistee sind hier noch die Soja- und Sojamilchgetränke hervorzuheben.

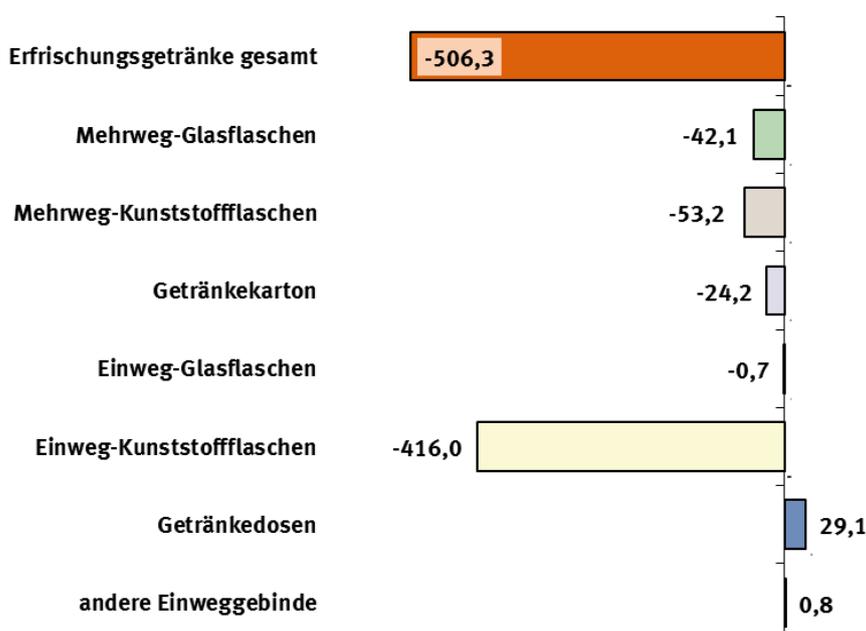
Wie die nachfolgende Grafik zeigt, tragen die einzelnen Packmittel zum Rückgang des Erfrischungsgetränkemarktes in unterschiedlichem Maße bei:

- ▶ Im Vergleich zum Vorjahr verlieren die Mehrweg-Glasflaschen 42,1 Mio. Liter. Die mengenmäßig größten Verluste sind in den glasstarken Segmenten Limonaden (-33,5 Mio. Liter) und Fruchtsaftgetränken (-9,4 Mio. Liter) zu verzeichnen, die anteiligen Verluste sind aber bei Eistee (-8,2 %) am größten. Trotz der Verluste bleibt der Marktanteil bei 7,9 % wie im Vorjahr.
- ▶ Die Mengenverluste von Mehrweg-Kunststoffflaschen sind 2014 mit 53,2 Mio. Liter etwas größer als die von Mehrweg-Glasflaschen. Die größten Verluste fallen mit 57,1 Mio. Litern bei Limonaden an, während Fruchtsaftgetränke, Sportgetränke und Eistee alle geringfügig zulegen (insgesamt 3,9 Mio. Liter). Gemessen am Marktvolumen der Erfrischungsgetränke sind die Verlustraten von Mehrweg-Kunststoffflaschen unterdurchschnittlich. Im Ergebnis steigt daher der Marktanteil von 18,6 % in 2013 auf 19,0 % in 2014 an.
- ▶ Der Getränkekarton verliert seit vielen Jahren auch ohne Befragung Marktanteile. 2014 sind es nur noch 2,0 %. Dahinter steht ein Ausfall von 24,2 Mio. Liter gegenüber 2013. Eine herausragende Rolle spielt der Getränkekarton bei den sonstigen Getränken (v.a. Sojamilch) mit fast 99 % Marktanteil, so dass das 2014er Wachstum dieses Segmentes v.a. dem Getränkekarton mit einem Plus von 6,9 Mio. Liter zu Gute kommt. Bei den anderen Untersegmenten mit starkem Anteil kohlenstofffreier Getränke ist der Getränkekarton in den letzten Jahren zu Lasten von Einweg-Kunststoffflaschen zurückgedrängt worden. Diese Entwicklung setzt sich auch 2014 fort, allerdings schwächer als bisher. Die Verluste finden sich 2014 bei Fruchtsaftgetränken (-18,9 Mio. Liter)

und bei Eistee (-12,4 Mio. Liter). Der Anteil der Fruchtsaftgetränke an allen Getränkekartons (in den betrachteten Getränkesegmente) beträgt aktuell 32,1 % und der Anteil von Eistee 38,7 %.

- ▶ Einweg-Glasflaschen haben auch bei den Erfrischungsgetränken mit 0,2 % Marktanteil kaum noch eine Bedeutung. Im Vergleich zum Vorjahr sinkt der Verbrauch geringfügig um 0,7 Mio. Liter (v. a. bei Fruchtsaftgetränken).
- ▶ Einweg-Kunststoffflaschen erreichen bei Erfrischungsgetränken 2014 einen Anteil von 66,4 % (2013: 67,1 %). Bei Eistee weisen Einweg-Kunststoffflaschen mit 85,2 % den größten Anteil auf, gefolgt von Fruchtsaftgetränken mit 74,7 %, Limonaden mit 63,0 % und den Sportgetränken mit 57,2 %. die Flaschen verzeichnen bei Limonaden einen Rückgang von 228,6 Mio. Liter, bei Fruchtsaftgetränken um 171,2 Mio. Liter und bei Eistee um 29,6 Mio. Liter, was in allen Fällen eine direkte Folge der Marktverluste des jeweiligen Untersegmentes ist. Die Zunahme korreliert direkt mit den Marktverlusten beim Getränkekarton. Nur bei Eistee sind die Verluste der Einweg-Kunststoffflaschen geringer als bei allen Gebinden dieses Untersegmentes: das Ergebnis von Substitutionseffekte zu Lasten des Getränkekartons. Der hohe Marktanteil der Einweg-Kunststoffflaschen führt zu einer hohe Anfälligkeit von der Gesamtentwicklung des Getränkesegments. Dies zeigt sich 2014 mit einem schrumpfenden Markt für Erfrischungsgetränke sehr deutlich.
- ▶ Getränkedosen sind 2014 erneut im Verbrauch der Erfrischungsgetränke angestiegen, so dass ein Volumen von 391,8 Mio. Liter erreicht wird. Dies entspricht einem Marktanteil von 3,6 % (ggü. 3,2 % in 2013). Das Marktwachstum findet v.a. bei den Sportgetränken statt (+18,1 Mio. Liter), zu denen die Energie-Getränke zählen. Diese weisen schon seit vielen Jahren beständig hohe Zuwachsraten auf. Bei einem Wachstum des Gesamtmarktes der Sportgetränke von 34,3 Mio. Liter 2014 entfallen auf die Getränkedosen allein 52,6 %. Auch bei den Limonaden wurde der Absatz in Dosen gesteigert (+10,9 Mio. Liter), was vor dem Hintergrund des deutlich sinkenden Limonadenabsatzes hervorzuheben ist. Ähnlich wie bei Bier ist die empirische Bestimmung der Dosenmenge dadurch erschwert, dass sich eine nennenswerte Zahl nicht bepandeter Dosen im Markt befindet, die einerseits aus dem Grenzhandel mit Dänemark stammen, aber auch aus anderen Quellen des Intrahandels oder nicht durchgeführten Exporten unbepandeter Gebinde..

Abbildung 10: Veränderungen der Packmittel bei Erfrischungsgetränke 2014 gegenüber 2013 in Mio. Liter



## Die Entwicklung der Packmittelstruktur von alkoholischen Mischgetränke

Die nachfolgende Tabelle zeigt, dass der MövE-Anteil bei alkoholischen Mischgetränken bis auf das Jahr 2006 kontinuierlich zurückgegangen ist und aktuell einen Anteil von 6,4 % erreicht.

Tabelle 20: Entwicklung des MövE-Anteils von alkoholischen Mischgetränken 2005 – 2014

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
MövE-Anteil	24,7 %	31,8 %	23,1 %	21,2 %	15,7 %	14,3 %	12,0 %	9,6 %	8,6 %	6,4 %
Veränderung zum Vorjahr in Prozentpunkten		7,1 %	-8,7 %	-1,9 %	-5,5 %	-1,5 %	-2,3 %	-2,5 %	-0,9 %	-2,2 %

Der Mehrweganteil sinkt 2014 um 27 % auf 6,4 %. Mit 94,1 % (2013: 91,8 %) wird der Großteil der alkoholhaltigen Mischgetränke in Einwegpackmittel abgefüllt. Hier sind es die Getränkedosen, die trotz sinkendem Absatzvolumen auf Grund der Substitution von Mehrweg profitieren. Sie verzeichnen ein Plus von 2,4 % und erreichen 2014 einen Marktanteil von 92,9 %.

## 5 Quellenverzeichnis

- AMI (2015): Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (Hrsg.): AMI-Marktbilanz Milch 2015, Bonn 2015
- BMU (2006): Schreiben des BMU vom 17. Mai 2006 an den Ausschuss Produktverantwortung der LAGA
- Carl (2015): Fachverlag Hans Carl (Hrsg.): Brauwelt-Brevier 2015, Nürnberg 2015
- DBB (2015): Pressemitteilung des Deutscher Brauer Bund vom 12. Januar 2015: Deutsche Brauer blicken auf erfolgreiches Jahr zurück; Berlin 2015
- Destatis (2011): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Durchschnittliche Bevölkerung für das Jahr 2010 nach Altersjahren, Gruppe B13b, Wiesbaden 2011
- Destatis (2012): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Durchschnittliche Bevölkerung für das Jahr 2011 nach Altersjahren, Gruppe B13b, Wiesbaden 2012
- Destatis (2013): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Durchschnittliche Bevölkerung in den Bundesländern 2012 auf Grundlage des Zensus 2011, Gruppe F202, Wiesbaden 2013
- Destatis (2014): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Durchschnittliche Bevölkerung in den Bundesländern 2013 auf Grundlage des Zensus 2011, Gruppe F202, Wiesbaden 2014
- Destatis (2015a): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Fachserie 4 Reihe 3.1 Produzierendes Gewerbe. Produktion des verarbeitenden Gewerbes 2014, Wiesbaden 2015
- Destatis (2015b): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Fachserie 14 Reihe 9.2.1 Finanzen und Steuern: Absatz von Bier. Dezember und Jahr 2014, Wiesbaden 2015
- Destatis (2015c): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Fachserie 14, Reihe 9.2.2 Brauwirtschaft Jahr 2014, Wiesbaden 2015
- Destatis (2015d): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Fachserie 17 Reihe 2 Preise: Preise und Preisindices für gewerbliche Produkte (Erzeugerpreise) Dezember 2014, Wiesbaden 2015
- Destatis (2015e): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Fachserie 7 Reihe 2 Außenhandel 2014 endgültig-online-Abdruck 2015
- Destatis (2015f): Statistisches Bundesamt (Hrsg.): Durchschnittliche Bevölkerung in den Bundesländern 2014 auf Grundlage des Zensus 2011, Gruppe F202, Wiesbaden 2015
- DLMB (2015): Deutsches Lebensmittelbuch: Leitsätze für Erfrischungsgetränke, Bonn, abgerufen von [http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/Lebensmittelbuch/LeitsaetzeErfrischungsgetraenke.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ernaehrung/Lebensmittelbuch/LeitsaetzeErfrischungsgetraenke.pdf?__blob=publicationFile), 27.01.2015
- GfK (2015): GfK-SE: Daten zur Einweg-/Mehrweg-Entwicklung für das Jahr 2014 – Nicht veröffentlichte Auswertung des GfK ConsumerScan für die GVM, Nürnberg, 2015
- GVM (2015a): Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH: Wässer 2014, Mainz 2015
- GVM (2015b): GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH: Fruchtsaftgetränke 2014, inkl. Fruchtschorlen, Near-Water, Wasser mit Frucht, Mainz 2015
- GVM (2015c): GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH Limonaden, Brausen und sonstige Erfrischungsgetränke 2014, Mainz 2015
- GVM (2015d): GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH : Sportgetränke u. ä. 2014, Mainz 2015
- GVM (2015e): GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH Eistee 2014, Mainz 2015
- GVM (2015f): GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH: Bier 2014, Mainz 2015
- GVM (2015g): GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH: Fruchtsaft, -nektare 2014, Mainz 2015
- GVM (2015h): GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH : Babynahrung 2014, Mainz 2015
- Heinisch (2015): Heinisch, Jürgen: Abfüllung von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen in Deutschland für die Jahre 2012 und 2013 – Bericht 2013, Herausgeber: Umweltbundesamt TEXTE 85/2015, Dessau 2015

## **Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen in Deutschland für die Jahre 2014 und 2015 – Bericht 2014**

IRI (2015a): Information Resources GmbH (2015) Marktdaten Getränke nach Vertriebslinien 2014, – Nicht veröffentlichte Auswertung für die GVM, Düsseldorf 2015

IRI (2015b): Information Resources GmbH: IRI-Report Buttermilch/Molke Drinks\_2013. – Nicht veröffentlichte Auswertung für die GVM, Düsseldorf 2015

LG Düsseldorf (2010): Landgericht Düsseldorf: Urteil vom 29. Oktober 2010 • Az. 38 O 26/10, zitiert nach <https://open-jur.de/u/60045.html>; geladen am 27.01.2015

Sachon (2015): Verlag W. Sachon: Brauindustrie – Die Branche auf einem Blick 2015, Schloss Mindelberg 2015

VdF (2015): Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V.: Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2014, Bonn 2015

UBA (2015): UBA: Leistungsbeschreibung zum UFOPLAN-Vorhaben 2015 – Projektnummer 58680 „Bundesweite Erhebung von Daten zum Verbrauch von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen für die Jahre 2014 und 2015“; Dessau 2015

### **Rechtsquellenverzeichnis**

DiätV: Diätverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 28. April 2005 (BGBl. I S. 1161), die zuletzt durch Artikel 1 der Verordnung vom 25. Februar 2014 (BGBl. I S. 218) geändert worden ist

FrSaftErfrischGetr: Fruchtsaft- und Erfrischungsgetränkeverordnung vom 24. Mai 2004 (BGBl. I S. 1016), die zuletzt durch Artikel 1 der Verordnung vom 23. Oktober 2013 (BGBl. I S. 3889) geändert worden ist

VerpackV: Verpackungsverordnung vom 21. August 1998 (BGBl. I S. 2379), die zuletzt durch Artikel 1 der Verordnung vom 17. Juli 2014 (BGBl. I S. 1061) geändert worden ist

