

TEXTE

66/2014

Abfüllung von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen in Deutschland für die Jahre 2012 und 2013

Kurzbericht für das Berichtsjahr 2012

TEXTE 66/2014

Umweltforschungsplan des
Bundesministeriums für Umwelt,
Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit

Forschungskennzahl 3713 95 304
UBA-FB 001956

Abfüllung von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen in Deutschland für die Jahre 2012 und 2013

- Kurzbericht für das Berichtsjahr 2012 -

von

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:

2014

Redaktion:

Fachgebiet III 1.6 Produktverantwortung
Gerhard Kotschik

Publikationen als pdf:

<http://www.umweltbundesamt.de/publikationen/abfuellung-von-getraenken-in-mehrweg-oekologisch-0>

ISSN 1862-4804

Dessau-Roßlau, August 2014

Das diesem Bericht zu Grunde liegende Vorhaben wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit unter der Forschungskennzahl 3713 95 304 gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Abkürzungen

| | | |
|-----|---------------------------------------|---|
| 1 | Aufgabenstellung..... | 1 |
| 2 | Abgrenzung der Getränkesegmenten..... | 1 |
| 3 | Ergebnisse | 2 |
| 3.1 | Anteile..... | 2 |
| 3.2 | Trends | 6 |
| 4 | Quellenverzeichnis..... | 9 |

Abbildungsverzeichnis

| | |
|--|---|
| Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile der Packmittelgruppen 2008 bis 2012..... | 3 |
| Abbildung 2: Entwicklung der Anteile Mehrweg-/Einwegpackmittel und MövE-/sonstige Einwegpackmittel 2012 ggü. 2011..... | 5 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|--|---|
| Tabelle 1: Abgrenzung der Getränkesegmente..... | 2 |
| Tabelle 2: Anteile Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackung 2008 - 2012..... | 3 |
| Tabelle 3: Anteile der Packmittelgruppen an den bepfandeten Getränkesegmenten 2011 und 2012..... | 4 |
| Tabelle 4: Entwicklung des Getränkeverbrauchs 2012 ggü. 2011 – in Mio. Litern..... | 6 |
| Tabelle 5: Anteile der Getränkesegmente am Verbrauch 2008 - 2012 in %..... | 7 |
| Tabelle 6: Veränderung der Verbrauchsmengen der Packmittelgruppen 2012 ggü. 2011 und 2011 ggü. 2010..... | 7 |

Abkürzungen

| | |
|----------|---|
| BMU | Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit |
| DiätV | Diätverordnung |
| GfK | Gesellschaft für Konsumforschung |
| GVM | Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung |
| MövE | Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen |
| övE | ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen |
| UBA | Umweltbundesamt |
| VerpackV | Verpackungsverordnung |

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 Verpackungsverordnung(VerpackV) vom 24.05.2005 (3. Novelle der VerpackV) stehen seit dem Berichtsjahr 2004 nicht mehr Mehrwegquoten, sondern die Überprüfung des Anteils der in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen (im Folgenden abgekürzt: MövE-Verpackungen) in Verkehr gebrachten Getränke im Mittelpunkt.

Mit dieser Studie wurde nun zum achten Mal eine Berechnung des Anteils der MövE-Verpackungen durchgeführt.

Seit 2010 wird die Studie im zweijährigen Wechsel mit unterschiedlichen Anforderungen durchgeführt.

Im Unterschied zu den bisherigen Studien stehen die Berichtsjahre 2010 und 2012 unter veränderten Anforderungen seitens des Umweltbundesamtes:

1. Fokussierung auf ausgewählte Getränkesegmente
2. Vereinfachte Dokumentation
3. Entwicklung und Durchführung eines vereinfachten und damit kostengünstigen Verfahrens zur Ermittlung der Anteile für MövE-Verpackungen.

Das Berichtsjahr 2011 wurde dagegen wie in den Jahren vor 2010 durchgeführt.

2 Abgrenzung der Getränkesegmente

Die Abgrenzung der Getränkesegmente erfolgt in Anlehnung an § 9 Abs. 2 der VerpackV. Sie ist im Einzelnen ausführlich in der letzten Langfassung [Heinisch, J. (2013), S. 5 ff] beschrieben worden.

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

Danach werden im Folgenden vier Getränkesegmente mit Zuordnung folgender Getränkearten betrachtet. Dabei wurde der bisherige Begriff Mineralwässer durch den allgemeineren Begriff Wässer ersetzt. An der Abgrenzung hat sich dadurch aber nichts verändert.

Tabelle 1: Abgrenzung der Getränkesegmente

| Getränkesegment | Kurzbeschreibung ¹ |
|--------------------------------|---|
| Wässer | Mineralwässer, Quell-, Tafel-, Heilwässer und aromatisierte Wässer |
| Bier (inkl. Biermischgetränke) | Bier, alkoholfreies Bier und Biermischgetränke |
| Erfrischungsgetränke | Erfrischungsgetränke mit und ohne CO ₂ ; darunter Limonaden, Colagetränke, Brausen, Bittergetränke, Sportgetränke, Energiegetränke, trinkfertige Teegetränke, gesüßte Wässer, Near-Water-Getränke, Fruchtsaftgetränke, Soja- und Sojamischgetränke, Kaffee u.a. Getränke mit weniger als 50 v.H. Milchproduktanteil, sonstige Erfrischungsgetränke |
| Alkohohaltige Mischgetränke | Alkoholische Mischgetränke im Sinne des § 9 Abs. 2 Nummer 4 VerpackV |

3 Ergebnisse

3.1 Anteile

Nach der VerpackV soll der Anteil der MövE-Getränkeverpackungen gestärkt werden. Als Zielgröße wird ein Anteil von 80 % für alle relevanten Getränke formuliert.

Der Anteil der MövE-Verpackungen liegt 2012 mit 47,0 % deutlich darunter. Gegenüber dem Vorjahr sinkt der MövE-Anteil um 1,3 Prozentpunkte. Damit setzt sich der Rückgang des MövE-Anteils fort.

Gemessen an den Prozentpunkten unterscheidet sich 2012 der Rückgang zwischen den einzelnen Getränkearten mit Ausnahme der alkoholischen Mischgetränke kaum:

- Bei Wässern schrumpft der Anteil MövE mit 1,2 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr nur wenig. Im Jahr 2012 liegt der Anteil somit bei 40,7 %.
- Die MövE-Verpackungen erreichen bei Bier (inkl. Biermischgetränke) einen Marktanteil von 86,2 %. Gegenüber dem Vorjahr sinkt der MövE-Anteil nur geringfügig um 1,3 Prozentpunkte.
- Um den gleichen Prozentanteil (-1,3) ist der MövE-Anteil bei den Erfrischungsgetränken 2012 zurückgegangen, so dass nur noch 31,1 % erreicht werden.
- Bei den alkoholischen Mischgetränken fällt der Anteil der MövE-Verpackungen deutlich auf 9,6 %, und liegt damit 2,4 Prozentpunkte niedriger als im Jahr 2011.

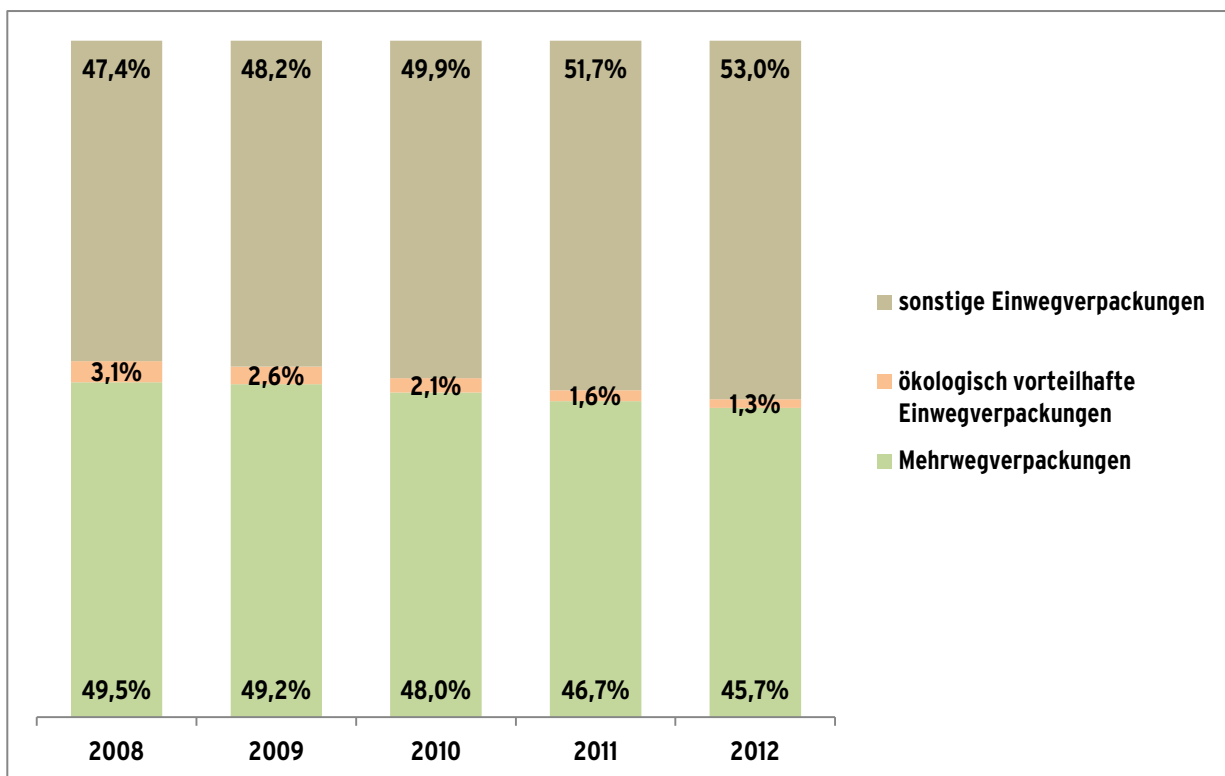
¹ Zur differenzierten Beschreibung vgl. [Heinisch, J. (2013)], S. 5 ff.

Tabelle 2: Anteile Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackung 2008 - 2012

| Getränkesegment | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|--------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Wässer | 45,4 % | 43,8 % | 43,3 % | 41,9 % | 40,7 % |
| Bier (inkl. Biermischgetränke) | 87,2 % | 88,5 % | 88,2 % | 87,5 % | 86,2 % |
| Erfrischungsgetränke | 38,3 % | 37,4 % | 34,6 % | 32,4 % | 31,1 % |
| Alkoholische Mischgetränke | 21,2 % | 15,7 % | 14,3 % | 12,0 % | 9,6 % |
| Getränke nach § 9 VerpackV | 52,6 % | 51,8 % | 50,1 % | 48,3 % | 47,0 % |

Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Entwicklung der Marktanteile verschiedener Packmittelgruppen von 2008 bis 2012.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile der Packmittelgruppen 2008 bis 2012



Das Bild zeigt deutlich, dass die MövE-Verpackungen weiter zurückgedrängt werden.

- So geht der Mehrwegbereich im Betrachtungszeitraum (2008 bis 2012) um 3,8 Prozentpunkte zurück.

- Im Jahr 2012 erreichen Mehrwegverpackungen nur noch 45,7 % und damit 1,0 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr.
- Die ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen verlieren im Betrachtungszeitraum 1,8 Prozentpunkte.
- Im Jahr 2012 verlieren die ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen 0,3 %-Punkte gegenüber dem Vorjahr und liegen nunmehr bei 1,3 %. Damit sind deutlich mehr als die Hälfte des Anteils von 2008 verloren gegangen.

Die nachfolgende Tabelle zeigt die Marktanteile der drei Packmittelsegmente und die untersuchten Getränkearten des aktuellen Berichtsjahres gegenüber dem Vorjahr.

Tabelle 3: Anteile der Packmittelgruppen an den bepfandeten Getränkesegmenten 2011 und 2012

| Getränkesegmente | Mehrweg und ökologisch vorteilhafte Einwegverpackungen | | Mehrwegverpackungen | | ökologisch vorteilhafte Einwegverpackungen | | sonstige Einwegverpackungen | | Einwegverpackungen gesamt | |
|-----------------------------|--|-------|---------------------|-------|--|------|-----------------------------|-------|---------------------------|-------|
| | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 | 2011 | 2012 |
| Wässer | 41,9% | 40,7% | 41,7% | 40,5% | 0,2% | 0,2% | 58,1% | 59,3% | 58,3% | 59,5% |
| Bier (inkl. Biermischgetr.) | 87,5% | 86,2% | 87,5% | 86,2% | 0,0% | 0,0% | 12,5% | 13,8% | 12,5% | 13,8% |
| Erfrischungsgetränke | 32,4% | 31,1% | 28,3% | 27,8% | 4,1% | 3,3% | 67,6% | 68,9% | 71,7% | 72,2% |
| Alk. Mischgetränke | 12,4% | 9,6% | 12,0% | 9,6% | 0,4% | 0,0% | 88,0% | 90,4% | 88,3% | 90,4% |
| Getränke nach § 9 VerpackV | 48,3% | 47,0% | 46,7% | 45,7% | 1,6% | 1,3% | 51,7% | 53,0% | 53,3% | 54,3% |

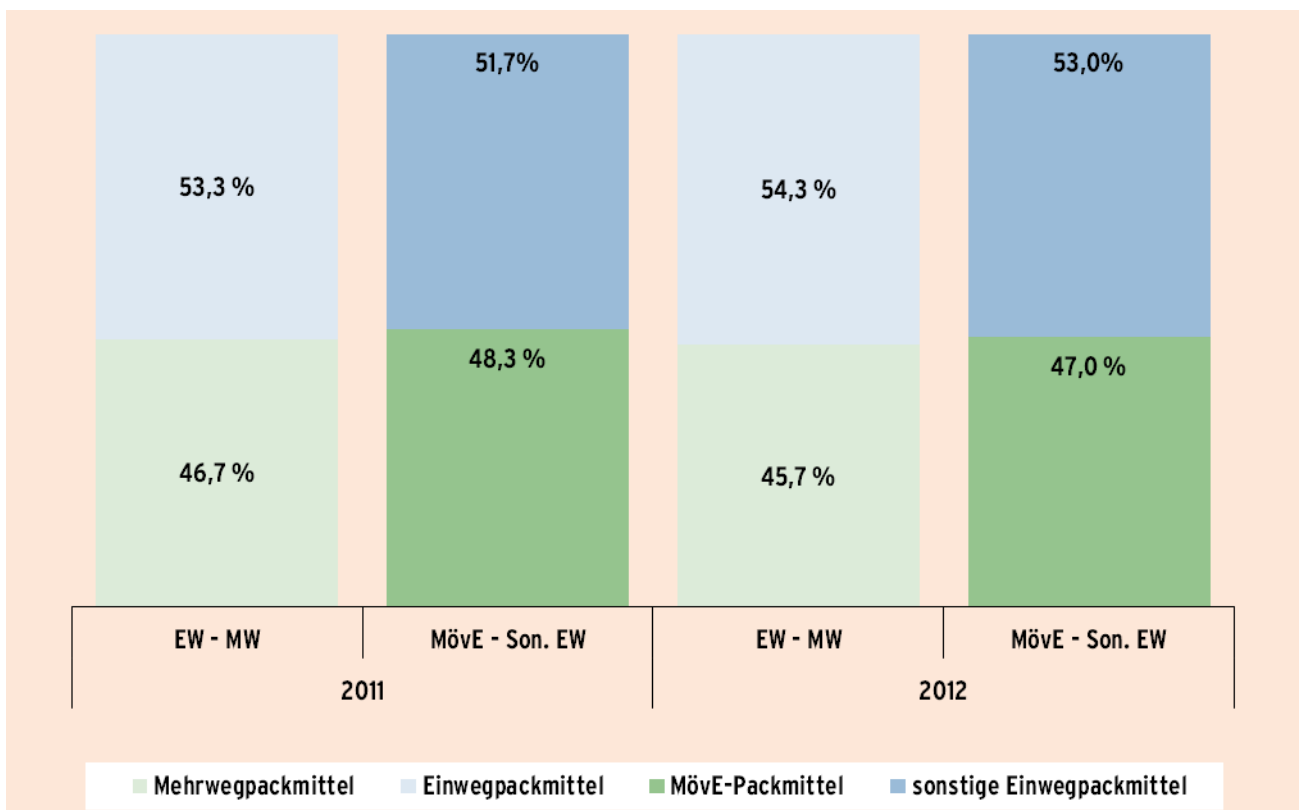
Die Tabelle zeigt:

- Einwegverpackungen gewinnen überall dort mehr als der Durchschnitt (+1,0 %), wo ökologisch vorteilhafte Einwegverpackungen keine oder nur eine sehr geringe Rolle spielen:
 - Alkoholische Mischgetränke: +2,1 %-Punkte
 - Bier (inkl. Biermischgetränke): +1,3 %-Punkte
 - Wässer: +1,2 % Punkte
- Bei den Erfrischungsgetränken steigen die sonstigen Einweg-Verpackungen um 1,3 %-Punkte, wobei aber die ökologisch-vorteilhaften Einweg-Verpackungen mit einem Rückgang um 0,8 %-Punkte gegenzurechnen sind, so dass Einweg-Verpackungen insgesamt nur um 0,5 Prozentpunkte steigen.

- Umgekehrt zur Einwegentwicklung verhält es sich mit Mehrweg. Die geringsten Verluste treten bei Erfrischungsgetränken auf (-0,5 Prozentpunkte).
- Deutlich höhere Rückgänge der Mehrweganteile sind dagegen bei den anderen Segmenten zu verzeichnen:
 - Alkoholische Mischgetränke: -2,4 %-Punkte
 - Bier (inkl. Biermischgetränke): -1,3 %-Punkte
 - Wässer: -1,2 % Punkte

Die folgende Grafik fasst die Ergebnisse für alle Getränke nach § 9 VerpackV in der Gegenüberstellung Mehrweg-/Einwegpackmittel und MövE-/sonstige Einwegpackmittel zusammen.

Abbildung 2: Entwicklung der Anteile Mehrweg-/Einwegpackmittel und MövE-/sonstige Einwegpackmittel 2012 ggü. 2011



3.2 Trends

Trends in der Entwicklung des Getränkeverbrauchs

Tabelle 4: Entwicklung des Getränkeverbrauchs 2012 ggü. 2011 - in Mio. Litern

| Getränkesegmente | 2011 | 2012 | Veränderungen 2012 zu 2011 |
|----------------------------------|--------|--------|-------------------------------|
| Wässer | 13.510 | 13.642 | + 1,0 % |
| Bier (inkl. Biermischgetränke) | 7.022 | 6.896 | - 1,8 % |
| Erfrischungsgetränke | 11.858 | 11.563 | - 2,5 % |
| alkoholhaltige Mischgetränke | 8 | 8 | - 1,3 % ² |
| Summe Getränke nach § 9 VerpackV | 32.398 | 32.108 | - 0,9 % |

Der Gesamtmarkt ist 2012 um 0,9 % gegenüber dem Vorjahr geschrumpft. Die verschiedenen Getränkearten sind aber sehr unterschiedlich betroffen.

- Der Verbrauch von Wässern steigt 2012 um 1,0 Prozent (+132 Mio. Liter) an, so dass das Segment mit 42,5 % seinen bisher höchsten Marktanteil erreicht.
- Der Bierkonsum entwickelte sich wie seit einigen Jahren auch 2012 weiter rückläufig. So werden 126 Mio. Liter weniger verbraucht (-1,8 %). In Folge dessen sinkt der Marktanteil von Bier (inkl. Biermischgetränke) auf 21,5 %.
- Noch deutlicher sind die Marktverluste bei Erfrischungsgetränken. Fast 300 Mio. Liter weniger als im Vorjahr entsprechen einem Rückgang von 2,5 %. Bei Eistee sind im Vergleich zu Limonaden und Fruchtsaftgetränken überdurchschnittliche Rückschläge zu verzeichnen, während Sport- Energiegetränke wie in den vergangenen Jahren weiter anwachsen. Der Marktanteil der Erfrischungsgetränke sinkt gegenüber dem Vorjahr auf 36 %.
- Der Verbrauch bei alkoholischen Mischgetränken ist geringfügig zurückgegangen. Das Absatzvolumen ist aber so gering, dass in der Gesamtstatistik der Getränkesegmente der Anteil deutlich geringer als 0,1 % liegt.

² Die absoluten Verbrauchsmengen ändern sich nur geringfügig unterhalb der Rundungsgrenze.

Tabelle 5: Anteile der Getränkesegmente am Verbrauch 2008 - 2012 in %

| Getränkesegment | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|-----------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Wässer | 41,0 % | 41,5 % | 41,3 % | 41,7 % | 42,5 % |
| Bier (inkl. Biermischgetr.) | 23,2 % | 23,1 % | 22,3 % | 21,7 % | 21,5 % |
| Erfrischungsgetränke | 35,7 % | 35,5 % | 36,4 % | 36,6 % | 36,0 % |
| Alk. Mischgetränke | 0,0 % | 0,0 % | 0,0 % | 0,0 % | 0,0 % |
| Getränke nach § 9 VerpackV | 100,0 % | 100,0 % | 100,0 % | 100,0 % | 100,0 % |

Trends in der Entwicklung der Packmittelstruktur

Hinsichtlich der Packmittelstruktur zeigt die nächste Tabelle die Veränderungen 2012 ggü. 2011 und stellt diesen die Veränderungsraten des Vorjahres gegenüber.

Tabelle 6: Veränderung der Verbrauchsmengen der Packmittelgruppen 2012 ggü. 2011 und 2011 ggü. 2010

| Jahr | Alle Verpackungen | Mehrweg- verpackungen | ökologisch vorteilhafte Einweg- verpackungen | nicht ökologisch vorteilhafte Einweg- verpackungen |
|----------------|-------------------|--------------------------|--|--|
| 2011 ggü. 2010 | +1,7 % | -0,9 % | -25,3 % | +5,3 % |
| 2012 ggü. 2011 | -0,9 % | -3,0 % | -20,8 % | +1,6 % |

Das Marktvolumen verpackter Getränke ist 2012 nach einem Anstieg im Vorjahr wieder um 0,9 % gesunken.

Das Verbrauchsvolumen in Mehrwegverpackungen ist 2012 im Vergleich zum Jahr 2011 mit 3,0 % deutlich geschrumpft, allerdings mit unterschiedlicher Dynamik in den einzelnen Getränkesegmenten

- Die Mehrwegverluste bei Wässern treten sowohl bei Glas als auch bei PET infolge des Wachstums von Einweg-PET auf.
- Bei Bier (inkl. Biermischgetränken) sind die Mengenverluste bei Mehrweg auf Grund der hohen Marktbedeutung zum überwiegenden Teil (ca. 65%) auf den schrumpfenden Markt und weniger auf die Substitution durch Einweg zurückzuführen. D.h., schrumpft der Markt, reduziert sich der Mengenabsatz der Mehrweg-Flaschen ebenfalls.
- Bei den Erfrischungsgetränken verliert Mehrweg vor allem im Glas, infolge der Substitution durch Einweg-PET, wohingegen die Verluste bei Mehrweg-PET sich durch den Marktrückgang erklären lassen.

Die größten Veränderungen sind bei den ökologisch vorteilhaften Getränkeverpackungen auszumachen. Hier ist es ausschließlich der Getränkekarton, der Verluste zu verzeichnen hat, während der Standbodenbeutel Zuwächse verzeichnet.

Das Wachstum der sonstigen Einwegpackmittel ist durch PET (ca. 62 % der Wachstumsmenge) und Getränkedosen (ca. 38 % der Wachstumsmenge) bestimmt. Der Anstieg bei den Dosen fand basierend auf einem geringen Niveau statt, sodass der absolute Anteil an Dosen weiterhin gering ist.

- Bezogen auf die sehr hohe Ausgangsmenge ergibt sich für Einweg-PET daraus nur ein bescheidener Wachstumswert von 1 %. Motor der Entwicklung bei Einweg-PET sind Wässer, während bei Erfrischungsgetränken das schrumpfende Marktvolumen auch bei Einweg-PET zu Verlusten führt.
- Bei Einwegglas ist die Entwicklung schwankend. Einweg-Glas hat nur einen geringen Marktanteil, so dass Einzeltrends das Ergebnis beeinflussen. 2012 waren bei Bier (inkl. Biermischgetränken) in Folge von höheren Importen Zuwächse zu verzeichnen.
- Der Absatz von Dosen ist 2012 von einem niedrigen Niveau aus ggü. dem Vorjahr um 20 % gestiegen, bei Bier (inkl. Biermischgetränken) um ca. 13 % bei Erfrischungsgetränken sogar um 27 % (v.a bei Energiegetränken).

4 Quellenverzeichnis

Bundesgesetzblatt Jahrgang 2008 Teil1 Nr. 12 (2008): Fünfte Verordnung zur Änderung der Verpackungsverordnung, Bonn

Fachverlag Hans Carl (Hrsg.) (2012): Brauwelt-Brevier 2012, Nürnberg

GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2013): Bier 2012, Mainz

GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2013): Eistee 2012, Mainz

GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2013): Fruchtsaftgetränke 2012, inkl. Fruchtschorlen, Near-Water, Wasser mit Frucht, Mainz

GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2013): Limonaden, Brausen und sonstige Erfrischungsgetränke 2012, Mainz
GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2013): Mineralwasser 2012, Mainz

GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2013): Sportgetränke u. ä. 2012, Mainz

Heinisch, J. (2013): Bundesweite Erhebung von Daten zur Abfüllung von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen für die Jahre 2010 und 2011 – Berichtsjahr 2011, Texte Nr. 73/2013 Umweltbundesamt, Dessau. Siehe auch: http://www.umweltbundesamt.de/sites/default/files/medien/461/publikationen/texte_73_2013_bundesweite_erhebung_von_daten_zur_abfuellung_von_getraenken_in_mehrweg_und_oe_kologisch_vorteilhaften_korrigiert_bf.pdf