

VEREINIGUNG ALKOHOLFREIE GETRÄNKE-INDUSTRIE e.V. AFG-Vereinigung

Nürnberg, 11. November 2019

Pressemitteilung zur BrauBeviale 2019

Alkoholfreie Getränke: Keine Diskriminierung von Getränkeverpackungen

Fakten und konstruktive Lösungen statt Vorurteile

Getränkeverpackungen: Nutzen und Vorteile bestehender Verpackungssysteme

Die AFG-Vereinigung stellt mit Blick auf zum Teil unsachliche und nicht zutreffende Beiträge in der aktuellen politischen und gesellschaftlichen Diskussion klar: Entscheidend bleiben müssen Fakten – und nicht Wahrnehmungen. Viele Unternehmen der AFG-Industrie sind seit Jahren engagiert in der Umsetzung und Optimierung einer in unserer Branche funktionierenden Kreislaufwirtschaft bei Mehrweg und Einweg. Dies gilt insbesondere für die im globalen Vergleich in Deutschland geradezu vorbildlichen Sammelsysteme ebenso wie für das Recycling. Gerade unsere Branche führt – anders als viele andere Bereiche – über die Wiederbefüllung von Getränkeverpackungen einen relevanten Mehrweganteil. Die Verbraucherinnen und Verbraucher profitieren dabei in Deutschland von einer breiten Vielfalt an Getränkeverpackungen, die sich an den Anforderungen unterschiedlicher Konsumsituationen orientieren. Dabei hat keine Verpackung und kein Verpackungsmaterial nur Vorteile gegenüber anderen. Die AFG-Vereinigung lehnt daher mit Nachdruck eine diskriminierende Behandlung von Getränkeverpackungen ab und fordert eine Debatte, die sich an den Realitäten und nicht an falschen Narrativen orientiert.

Deutschland bleibt Fruchtsaft-Weltmeister

Seit 1985 ist Deutschland weltweit das Land mit dem höchsten Pro-Kopf-Verbrauch bei Fruchtsäften und Nektaren mit 31,5 Liter im Jahr 2018. Deutschland bleibt der größte Markt für Fruchtsäfte innerhalb der Europäischen Union und weltweit der zweitgrößte nach den USA. Rund 30 % der innerhalb der EU verkauften Fruchtsäfte werden in Deutschland abgesetzt. Von den rund 700 Fruchtsaft-Herstellern in der EU befindet sich jeder zweite also rund 350 Betriebe in Deutschland. In keinem Land der Welt gibt es so viele Fruchtsaft-Hersteller wie in Deutschland. Diese stellen Waren im Wert von 3,5 Mrd. Euro und einem Volumen von 4 Mrd. Litern her.

Der Absatz von Fruchtsäften und Nektaren sank in den ersten neun Monaten des Jahres 2019 im Vergleich zu höherpreisigen Direktsäften, die vom Endverbraucher qualitativ hochwertiger empfunden wurden. Das jahrelange Wachstum der Smoothies ist gestoppt und im zweiten Jahr rückläufig.

Absatz von Mineral- und Heilwasser im Jahr 2018 gestiegen

Der Pro-Kopf-Verbrauch von Mineral- und Heilwasser lag im Jahr 2018 bei 147,7 Litern, nachdem es 144,3 Liter im Jahr 2017 waren. Der Absatz von Mineral- und Heilwasser belief sich 2018 auf rund 11,5 Milliarden Liter, was einem Zuwachs von 3,5 Prozent entspricht. Mit einem Plus von 9,1 Prozent konnte Mineralwasser ohne Kohlensäure 2018 erneut besonders stark zulegen, sein Marktanteil betrug 17,8 Prozent. Die Absätze von Mineralwasser mit Kohlensäure („classic“) und Mineralwasser mit wenig Kohlensäure („medium“) stiegen gegenüber 2017 um 2,2 bzw. 2,4 Prozent, wobei der Marktanteil des klassischen Sprudels 2018 bei 36,3 Prozent und der von Mineralwasser medium bei 43,5 Prozent lag. Heilwasser konnte einen Zuwachs von 2,2 Prozent bei einem Marktanteil von 0,7 Prozent verzeichnen. Der restliche Absatz entfiel auf Mineralwasser mit Aroma, das bei einem Anteil von 1,6 Prozent ein Plus von 2,3 Prozent gegenüber 2017 aufwies.

Der Gesamtabatz der Branche, der sich aus den Absätzen von Mineralwasser, Heilwasser und Mineralbrunnen-Erfrischungsgetränken berechnet, belief sich im Jahr 2018 auf rund 14,9 Milliarden Liter, was einem Zuwachs von 3,1 Prozent entspricht.

Erfrischungsgetränke: Kalorienreduzierte Produkte bei Konsumenten beliebt

Der außergewöhnliche Sommer 2018 förderte auch bei Erfrischungsgetränken eine gute Marktentwicklung. Der Pro-Kopf-Verbrauch lag bei 123,6 Litern (2017: 115,8 Liter). Dies entspricht einem Plus von 7,8 Litern bzw. 6,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Insbesondere Fruchtlimonaden verzeichneten ein deutliches Wachstum, wobei die neu am Markt etablierten „leichten“ Limonaden mit weniger Kalorien ihren Anteil haben. Positiv entwickelten sich ebenso kalorienreduzierte bzw. kalorienfreie Produkte – gleichermaßen bei Cola-Getränken, (Frucht-)Limonaden und Fruchtsaftgetränken. Verbraucherinnen und Verbraucher können bei Erfrischungsgetränken weiterhin aus einem vielfältigen und innovativen Angebot wählen. Neben Varianten mit weniger Kalorien zählen hierzu die Themen Regionalität und Bio sowie neue Geschmacksrichtungen.

Bei Erfrischungsgetränken lag die mengenmäßige Produktion nach den Daten des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2018 bei rund 10,9 Milliarden Litern – und damit um 6,7 Prozent über dem Vorjahr.

Hintergrund: Mit der Vereinigung Alkoholfreie Getränke-Industrie e.V. (AFG-Vereinigung) haben der Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V. (VdF), der Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V. (VDM) und die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) im Jahr 1989 eine gemeinsame Plattform geschaffen, um übergreifende Themen der Abfüller von alkoholfreien Getränken zu koordinieren. Kernpunkte der Zusammenarbeit liegen in den Themenfeldern Brancheninformationen und Marktstatistik, Umwelt- und Verpackungsfragen, Lebensmittelrecht und Verbraucherpolitik. Die AFG-V steht für 12 Mrd. € Umsatz und einen Absatz von 25 Mrd. Litern bei alkoholfreien Getränken.