

Informationen zur wafg

Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) ist die Interessenvertretung der Erfrischungsgetränkeindustrie.

Mitglieder sind neben international aufgestellten Herstellern vor allem mittelständische und regionale Mineralwasserbrunnen, Hersteller von Fruchtsaftgetränken sowie Unternehmen der Vorstufen.

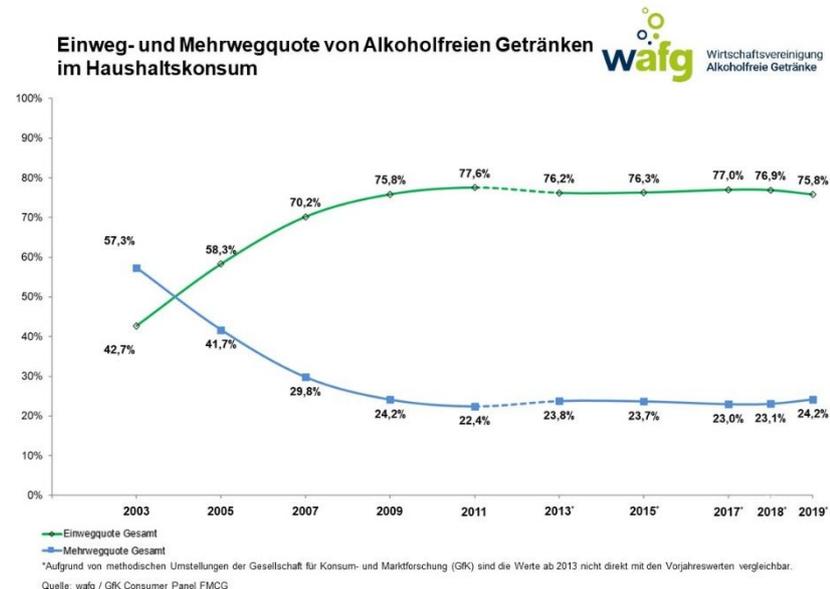
Der Verband blickt auf eine über 135-jährige Tradition, wobei er sich als Dienstleister und starker Partner für die Unternehmen der Branche engagiert.

Schwerpunkte sind die Themen Verbraucherpolitik, Lebensmittelrecht, Ernährung, Wirtschaft und Umwelt.

Mehrweg-Anteil bei alkoholfreien Getränken steigt

Berlin, 17. Juni 2020 – Der Mehrweg-Anteil bei alkoholfreien Getränken im Haushaltskonsum steigt im Jahr 2019 nach den Erhebungen von GfK Consumer Panel FMCG deutlicher als im Vorjahr.

Die GfK-Daten zeigen bei alkoholfreien Getränken (AfG) im Trend ein deutliches Wachstum für den Mehrweganteil (2019: 24,2 %, 2018: 23,1 %). Korrespondierend geht der Einweganteil zurück (2019: 75,8 %, 2018: 76,9 %). Diese Entwicklung hat sich bereits 2018 angedeutet, gewinnt aber nunmehr an Dynamik:



Die für Mehrweg positive Entwicklung ist insbesondere auf den wachsenden Marktanteil von Glas-Mehrwegflaschen zurückzuführen (2019: 11,9 %, 2018: 10,5 %). Hier liegen die 0,7/0,75 Liter-Gebinde erneut deutlich vorne. Der Anteil von PET-Mehrwegflaschen ist leicht rückläufig (2019: 12,3 %, 2018: 12,6 %). Die 1,0 Liter-PET-Mehrwegflasche hat bei den PET-Mehrweg-Gebinden weiterhin die mit Abstand größte Marktbedeutung.

Bei Einweg bleibt PET mit 70,1 % (2018: 71,6 %) führende Materialart. Karton sowie Standbodenpackung/Beutel (2019: 4,3 %, 2018: 4,2 %) und die Dose (2019: 1,3 %, 2018: 1,0 %) können jeweils gegenüber dem Vorjahr zulegen.

Das von den Verbraucherinnen und Verbrauchern bei AfG im Haushaltsverbrauch meist gekaufte Gebinde bleibt die 1,5 Liter-PET-Einwegflasche (2019: 46,3 %, 2018: 48,2 %). Allerdings geht deren Marktanteil – wie bei der 0,5 Liter PET-Einwegflasche – zurück, während die 1,0 Liter PET-Einwegflasche hinzugewinnt.

Auch die Vertriebssituation von alkoholfreien Getränken wird von GfK Consumer Panel FMCG untersucht: Discounter bleiben trotz

erneut leicht rückläufiger Marktanteile 2019 bei Alkoholfreien Getränken im Haushaltsverbrauch der größte Vertriebskanal (2019: 48,7 %, 2018: 49,4 %). Die Vollsortimenter im Lebensmitteleinzelhandel können Platz 2 festigen (2019: 28,2 %, 2018: 27,7 %), ebenso können Getränkefachmärkte für sich wieder Marktanteile gewinnen (2019: 6,2 %, 2018: 6,0 %). SB-Warenhäuser zeigen sich stabil (2019: 14,7 %, 2018: 14,7 %).

Ergänzendes Datenmaterial zur Entwicklung der Verpackungsstrukturen und Vertriebsstrukturen bei AfG im Haushaltsverbrauch für das Jahr 2019 finden Sie nachfolgend in der **Anlage**.

Ansprechpartner:

Dr. Detlef Groß, Hauptgeschäftsführer
Franz Wacker, Leiter Wirtschaft und Umwelt

**Anteile der Verpackungsarten
AfG Gesamt 2013 - 2019
im Haushaltsverbrauch ***

AFG Gesamt Menge in Prozent	1. HJ 2019	2. HJ 2019	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Mehrweg Gesamt	23,6%	24,8%	23,8%	23,8%	23,7%	23,1%	23,0%	23,1%	24,2%
Glas MW	11,3%	12,4%	10,3%	10,3%	10,3%	10,3%	10,4%	10,5%	11,9%
0,5 l	1,0%	1,1%	0,8%	0,8%	0,9%	0,8%	0,8%	0,9%	1,1%
0,7/0,75 l	9,1%	9,9%	8,7%	8,7%	8,6%	8,6%	8,5%	8,6%	9,5%
1,0 l	0,9%	1,0%	0,6%	0,6%	0,6%	0,7%	0,7%	0,7%	0,9%
weitere Gebindegrößen	0,3%	0,4%	0,2%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%
PET MW	12,3%	12,4%	13,5%	13,6%	13,5%	12,8%	12,7%	12,6%	12,3%
1,0 l	11,5%	11,5%	11,9%	11,9%	12,1%	11,8%	11,7%	11,6%	11,5%
1,5 l	0,2%	0,2%	0,7%	0,7%	0,5%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%
weitere Gebindegrößen	0,7%	0,7%	0,9%	0,9%	0,9%	0,7%	0,6%	0,7%	0,7%
Einweg Gesamt	76,4%	75,2%	76,2%	76,2%	76,3%	76,9%	77,0%	76,9%	75,8%
Glas EW	0,1%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%
0,5 L	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
0,7/0,75 L	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%
weitere Gebindegrößen	0,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,1%
PET EW	70,7%	69,4%	70,8%	71,0%	71,1%	71,5%	71,5%	71,6%	70,1%
0,5 l	7,4%	7,0%	6,9%	7,2%	7,3%	7,5%	7,6%	7,5%	7,2%
1,0 l	8,4%	8,4%	6,2%	6,4%	7,2%	7,6%	7,7%	8,2%	8,4%
1,5 l	46,9%	45,6%	51,4%	51,0%	50,2%	49,6%	48,6%	48,2%	46,3%
2,0 l	1,0%	1,1%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,3%	1,2%	1,0%
weitere Gebindegrößen	7,1%	7,3%	5,0%	5,0%	5,1%	5,5%	6,4%	6,5%	7,2%
Karton (inkl. Beutel)	4,3%	4,2%	4,9%	4,6%	4,4%	4,4%	4,5%	4,2%	4,3%
Standbodenpackung	0,3%	0,2%	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,2%	0,2%	0,3%
0,7/0,75 l	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
1,0 l	2,8%	2,9%	3,1%	3,0%	3,0%	3,0%	3,0%	2,7%	2,8%
1,5 l	0,5%	0,5%	0,9%	0,7%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,5%
2,0 l	0,5%	0,5%	0,5%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%	0,5%	0,5%
weitere Gebindegrößen	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,1%	0,2%	0,2%
Dose	1,2%	1,4%	0,4%	0,5%	0,6%	0,8%	0,9%	1,0%	1,3%
0,33 l	0,5%	0,6%	0,2%	0,2%	0,3%	0,4%	0,4%	0,4%	0,5%
0,5 l	0,4%	0,5%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%	0,5%
weitere Gebindegrößen	0,3%	0,3%	0,1%	0,1%	0,1%	0,2%	0,2%	0,3%	0,3%

* Aufgrund einer Umstellung der Hochrechnung im GfK Consumer Panel FMCG werden die Daten ab 2013 ausgewiesen; ein Vergleich der Daten aus vorangegangenen Jahren wäre daher aus methodischen Gründen nur bedingt möglich.

Quelle: GfK Consumer Panel FMCG (2020), Aufbereitung durch wafg

Vertriebsschienen AFG 2018/2019



Anteile der Vertriebschienen an der verkauften Menge	AFG Gesamt		Erfrischungsgetränke (CSD)*		Erfrischungsgetränke übrige**		Fruchthaltige Getränke***		Wässer	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
LEH Vollsortimenter Food	27,7%	28,2%	26,3%	26,8%	27,6%	28,2%	26,4%	27,3%	28,6%	29,0%
SB-Warenhäuser	14,7%	14,7%	15,4%	15,5%	16,1%	15,7%	15,5%	15,1%	14,0%	14,0%
Discounter	49,4%	48,7%	52,3%	51,4%	51,2%	51,2%	52,6%	51,5%	47,2%	46,2%
Aldi	17,7%	16,8%	15,1%	15,3%	19,1%	17,8%	21,1%	20,5%	18,1%	16,7%
restl. Discounter	31,7%	31,8%	37,2%	36,1%	32,1%	33,4%	31,5%	31,0%	29,1%	29,5%
Getränkeabholmärkte	6,0%	6,2%	3,8%	4,1%	3,1%	2,9%	2,0%	2,2%	8,3%	8,7%
restl. Einkaufsstätten	2,1%	2,3%	2,2%	2,2%	2,1%	2,0%	3,4%	3,9%	1,9%	2,1%

Veränderung der verkauften Menge 2018 zu 2019	AFG Gesamt	Erfrischungsgetränke (CSD)*	Erfrischungsgetränke übrige**	Fruchthaltige Getränke***	Wässer
LEH Vollsortimenter Food	-4,2%	-1,0%	-1,5%	-0,7%	-6,7%
SB-Warenhäuser	-6,2%	-2,3%	-5,7%	-6,3%	-8,4%
Discounter	-7,3%	-4,5%	-3,4%	-5,8%	-10,0%
Aldi	-10,5%	-1,4%	-10,0%	-6,2%	-15,0%
restl. Discounter	-5,6%	-5,8%	0,6%	-5,5%	-6,8%
Getränkeabholmärkte	-2,4%	4,1%	-7,0%	3,7%	-3,7%
restl. Einkaufsstätten	0,8%	-1,3%	-8,8%	10,4%	1,2%

* Zu "Erfrischungsgetränken (CSD)" laut GfK zählen Cola-Getränke, Limonaden und Bittergetränke.

** Zu "übrigen Erfrischungsgetränken" laut GfK zählen Schorlen inkl. Nektare mit CO₂, Near Water, Flavoured Water und Wasser Plus inkl. Sauerstoffwasser und Wasser mit Koffein, Sport- und Energiegetränke sowie Eistees.

*** Zu "fruchthaltigen Getränken" laut GfK zählen Fruchtsäfte, Fruchtnektare, Smoothies und Fruchtsaftgetränke (unabhängig von der lebensmittelrechtlichen Bewertung, wonach Fruchtsaftgetränke den Erfrischungsgetränken zuzuordnen sind).