

Mehrweg liegt 2020 weiter im Trend

Bei alkoholfreien Getränken und insbesondere bei Erfrischungsgetränken können Verbraucherinnen und Verbraucher je nach konkretem Anlass und Konsumsituation passend aus einer breit aufgestellten Vielfalt gerade auch mit Blick auf unterschiedliche Verpackungsarten und -größen wählen. Im Corona-Jahr 2020 hält der Trend zu mehr Mehrweg an.

>> Ob Glas, PET, Karton oder Metall als Verpackungsmaterial – Alkoholfreie Getränke und insbesondere Erfrischungsgetränke werden in vielen Verpackungsvarianten und insbesondere in differenzierten Verpackungsgrößen angeboten. Das hat seinen guten Grund: Die Präferenzen der Verbraucherinnen und Verbraucher bei der Auswahl einer konkreten Verpackung werden maßgeblich von den unterschiedlichen Anforderungen der konkreten Konsumsituation beeinflusst. Unterwegs, in der Freizeit, beim Sport oder auf Reisen stehen andere Eigenschaften im Vordergrund als beim Vorratskauf für die Fa-

Zu detaillierten Informationen zu Verpackungsstrukturen und Vertriebschienen bei AfG siehe www.wafg.de/verpackungen

milie oder beim hoffentlich bald wieder unbeschwert möglichen Abendessen in der Gastronomie. Hinzu kommt: Jede Verpackung erfüllt vor allem zunächst vielfältige und wichtige Funktionen mit Blick auf den effektiven Schutz des Produktes, dessen Lagerung bzw. Transport und darüber hinaus nicht zuletzt bei der Vermittlung von verbraucherbezogenen Informationen über die Kennzeichnung. Das Marktforschungsinstitut GfK (Growth from Knowledge) erhebt im Rahmen des „GfK Consumer Panel FMCG“ regelmäßig Daten zur Entwicklung von Getränkeverpackun-

gen im Haushaltskonsum. Die wafg hat diese aktuellen GfK-Daten für 2020 aufbereitet. Dabei zeigen sich in dem von der Corona-Lage stark geprägten Jahr folgende Entwicklungen (vgl. auch die Grafik sowie den Link zur wafg-Pressemitteilung zu den detaillierten Marktentwicklungen): Der Anteil von Mehrweggebinden bei alkoholfreien Getränken lag im vergangenen Jahr wieder über dem Vorjahr. Damit setzte sich die Entwicklung der Vorjahre fort, wobei diese weiter an Dynamik gewonnen hat. Maßgeblich ist insbesondere der deutlich gestiegene Anteil von Glas-Mehrweg (hier sind die 0,7-/0,75-Liter-Gebinde prägend). PET-Mehrwegflaschen konnten ebenso leicht zulegen, wobei das 1,0-Liter-Gebinde weiter vorne liegt.

Im Haushaltseinkauf wurde zudem weiterhin maßgeblich die 1,5-Liter-PET-Einwegflasche verwendet. Der Rückgang bei der 0,5-Liter-PET-Einwegflasche ist möglicherweise auch durch die veränderte Ausgangslage und den Wegfall bzw. die Einschränkung bestimmter Konsumsituationen infolge der Corona-Lage zu erklären. Aus Sicht der Getränkewirtschaft ist diese Vielfalt im Verpackungsangebot gleichermaßen für Verbraucherinnen und Verbraucher wie auch für Handel und Hersteller von Vorteil. Dies gilt umso mehr, da (Getränke-)Verpackungen bei Erfrischungsgetränken gleichermaßen bei Mehrweg wie Einweg bereits heute beispielhaft für die wichtigen Bereiche Ressourceneffizienz sowie eine funktionierende Kreislaufwirtschaft sind. Die konsequente Rückführung der Gebinde bei Mehrweg und Einweg ist dabei die zentrale Voraussetzung für das Funktionieren der bestehenden geschlossenen Kreisläufe: Dabei liegen die Rücklaufquoten bei bepfandeten Mehrweg- und Einweg-Getränkeverpackungen in Deutschland zwischen 96 und 99 Prozent und sind damit europaweit vorbildlich. Gebrauchte Getränkeverpackungen werden konsequent genutzt – durch Wiederbefüllung oder durch effektives Recycling.

Vertriebsschienen bei AfG



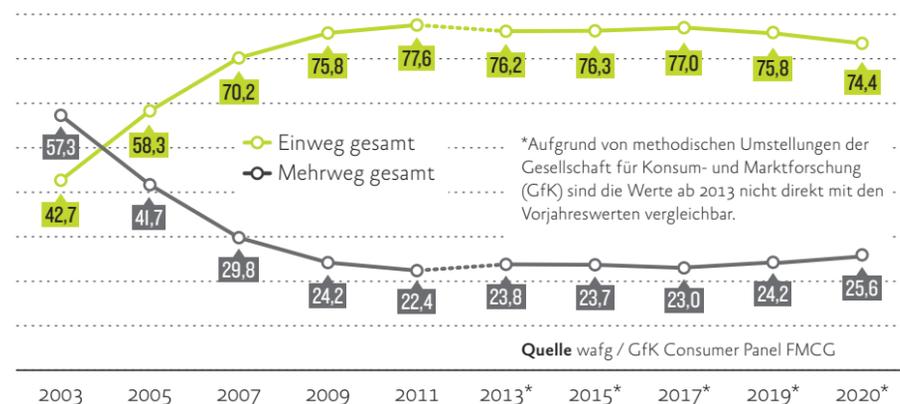
>> Wo kaufen Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland ihre alkoholfreien Getränke für den Haushaltsverbrauch? Die GfK (Growth from Knowledge) erhebt zu den Vertriebsschienen im (Einzel-)Handel regelmäßig Daten. Dabei werden sowohl deren Anteile wie die Veränderungen mit Blick auf die verkauften Mengen analysiert. Die Aufbereitung der GfK-Daten durch die wafg zeigt für 2020 folgendes Bild: Discounter blieben trotz rückläufiger Marktanteile der bedeutendste Vertriebskanal (2020: 46,7 %, 2019: 48,7 %). Die Vollsortimenter im Lebensmitteleinzelhandel bauten den zweiten Platz und ih-

re Marktposition gegenüber dem Vorjahr aus (2020: 29,5 %, 2019: 28,2 %). Gerade Getränkefachmärkte gewannen deutlich (2020: 7,1 %, 2019: 6,2 %). Dagegen zeigten sich SB-Warenhäuser leicht rückläufig (2020: 14,7 %, 2019: 14,2 %). Auf andere Verkaufsstellen entfielen 2,5 % (2019: 2,3 %). Im LEH blieben die verkauften Mengen auch 2020 insgesamt nahezu stabil. Weiterführende Einzelheiten zur detaillierten Entwicklung der Vertriebsschienen und zur Veränderung der jeweils verkauften Menge von alkoholfreien Getränken im Haushaltsverbrauch sind abrufbar unter www.wafg.de/vertriebsschienen.

Alkoholfreie Getränke werden Verbraucherinnen und Verbrauchern in Deutschland in breiter Vielfalt angeboten – damit besteht die Möglichkeit, je nach Konsumsituation ein optimal passendes Gebinde zu wählen.

Mehrweg-Anteil bei AfG steigt

Einweg- und Mehrwegquote von alkoholfreien Getränken im Haushaltskonsum, Angaben in Prozent



Daten und Zahlen



Corona-Impfungen im Betrieb

Betriebsärzte sollen ab 7. Juni 2021 in die Impfkampagne einbezogen werden. Dann sollen nach Ankündigung des Bundesgesundheitsministeriums mindestens 500.000 Impfdosen pro Woche für Betriebsärzte bereitstehen. Die wafg hat stets für die Einbindung dieser Ressourcen geworben. In einzelnen Bundesländern gibt es bereits Modellprojekte, um Impfungen in Betrieben zu ermöglichen bzw. diese gemeinsam mit Unternehmen umzusetzen. Das ist eine gute Nachricht. Die in den Betrieben etablierten Strukturen können maßgeblich helfen, möglichst schnell und effektiv den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein konkretes Impfangebot zu machen. Erfreulich ist, wie sich auch mittelständische Unternehmen aus der Branche (u.a. in Wahrnehmung der Verantwortung als systemrelevante Infrastruktur) für ihre Belegschaft engagieren. Das gibt Hoffnung für viele Regionen, in denen diese Betriebe ohnehin als wichtige Institutionen bzw. bedeutende Arbeitgeber verankert sind.

Kontakt

Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg)
Telefon: + 49 (0) 30 / 259258-0
E-Mail: mail@wafg.de
Internet: www.wafg.de