

Deutlicher Rückgang

Im Corona-Jahr 2020 wurden in Deutschland erheblich weniger Erfrischungsgetränke konsumiert. Zudem bestätigt sich der Trend hin zu anteilig mehr kalorienreduzierten und -freien Varianten. Daraus folgt zugleich: Die durchschnittliche Kalorienzufuhr über Erfrischungsgetränke sinkt.

>> Die **Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke** (wafg) berechnet auf Grundlage der endgültigen Daten des Statistischen Bundesamtes für 2020 einen Pro-Kopf-Verbrauch von 114,7 Litern (2019: 121,4 Liter). Dies entspricht einem signifikanten Rückgang um 6,7 Liter bzw. 5,5 Prozent.

Das Wegbrechen wichtiger Vertriebskanäle durch die Corona-Lage wirkt sich damit auf die Branche aus, die zahlreiche mittelständische Unternehmen umfasst. Die schwierige Situation in weiten Bereichen der Gastronomie und Veranstaltungsbranche konnte nur teilweise

über den Einzelhandel aufgefangen werden. Gleiches gilt für die Entwicklung Alkoholfreier Getränke insgesamt: Wasser (2020: 132,6 Liter, 2019: 140,4 Liter) zeigen sich rückläufig, bleiben aber weiterhin verbrauchsstärkster Bereich. Fruchtsäfte und -nektare (2020: 30,0 Liter, 2019: 30,5 Liter) liegen ebenfalls unter Vorjahresniveau. Bei Erfrischungsgetränken tragen Cola und Cola-Mischgetränke sowie Limonaden (2020: 59,4 Liter, 2019: 65,0 Liter) einen wesentlichen Anteil des Rückgangs. Jedoch zeigen sich kalorien- bzw. zuckerreduzierte Varianten (2020: 16,5 Liter, 2019: 16,5

Weitere Daten zum Pro-Kopf-Verbrauch bei AfG siehe www.wafg.de/pkv_2020.

Pro-Kopf-Verbrauch an Erfrischungsgetränken

Die aktualisierten, finalen Daten des Statistischen Bundesamtes für 2020 zeigen: In Deutschland werden deutlich weniger Erfrischungsgetränke konsumiert. Die wafg berechnet auf dieser Grundlage einen Pro-Kopf-Verbrauch von 114,7 Litern (2019: 121,4 Liter). Dies ist ein Rückgang um 5,5 Prozent.



Quelle Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V

Liter) stabil. Bei Fruchtsaftgetränken können kalorienreduzierte bzw. -freie Produkte (light) sogar gegen den Trend leicht gewinnen (2020: 1,2 Liter, 2019: 1,1 Liter).

Dabei stehen Erfrischungsgetränke seit vielen Jahren für ein vielfältiges und breites Produktangebot, das sich an veränderten Verbraucherpräferenzen orientiert und stetig über Innovationen entwickelt wird. Die Sortimente greifen dabei zudem aktuelle Trends wie Regionalität oder Bio-Qualität auf. Die Marktentwicklung spiegelt den Wunsch der Verbraucherinnen und Verbraucher nach kalorienfreien bzw. -reduzierten Getränken, die geschmackliche Vielfalt bieten.

Auf die positive Entwicklung hin zu kalorienreduzierten und -freien Varianten hat jüngst das Statistische Bundesamt in einer Veröffentlichung hingewiesen. Diese stellt zutreffend heraus, dass der Anteil von Light-Varianten in den vergangenen zehn Jahren sehr deutlich um 27 Prozent gestiegen ist. Auf Twitter führte das Statistische Bundesamt etwa aus: „2020 war im Schnitt gut jede fünfte hierzulande hergestellte Cola oder Limo eine ‚light‘.“

Somit trägt die Kategorie Erfrischungsgetränke im Corona-Jahr 2020 im Durchschnitt zu keiner höheren Kalorienaufnahme bei – selbst wenn gelegentlich in Medien ein anderer Eindruck vermittelt wird.

Die Branche führt darüber hinaus ihr breites Engagement zur Kalorienreduktion fort, insbesondere über den Branchenbeitrag zur Nationalen Reduktions- und Innovationsstrategie der Bundesregierung. Angestrebt wird hier bezogen auf die Kategorie Erfrischungsgetränke und den Zeitraum 2015 bis 2025 eine Kalorienreduktion von 15 Prozent (vgl. www.wafg.de/themen/branchen-initiativen/branchenbeitrag-kalorienreduktion).

Die Marktentwicklung zeigt, dass die entsprechenden Angebote der Unternehmen bei den Konsumentinnen und Konsumenten offenbar Zuspruch finden.

Fotos Getty Images

Höhere Preise als Erfolg?

>> Es ist ein wenig überraschend, wenn sich der organisierte Verbraucherschutz für Verbrauchsabgaben und damit höhere Verbraucherpreise einsetzt. Nichts anderes ist die Forderung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes (vzbv) nach einer „Süßgetränkeabgabe“.

Doch der Reihe nach: Der vzbv fordert eine Abgabe auf den Verzehr zuckergesüßter Getränke. Diese soll – anders als in Großbritannien – ausdrücklich nicht nur zuckerhaltige Getränke, sondern auch über eine Erstreckung auf Süßungsmittel die gesamte Kategorie treffen. Zugleich lobt der vzbv die Marktentwicklungen bzw. Kalorienreduktion in Großbritannien. Außen vor bleibt, dass für diese Entwicklung dort Süßungsmittel ein ganz elementarer Bestandteil sind.

Im Ergebnis bedeutet dies als Ziel eine umfassend intendierte Geschmackssteuerung für Süßgetränke. Die Zuord-



Eine „Süßgetränkeabgabe“ bedeutet höhere Belastungen und Preise für Verbraucherinnen und Verbraucher. Eine solche Abgabe wirkt wie eine Verbrauchssteuer und trafe damit Haushalte mit geringen Einkommen überproportional hart.

nung von Geschmacksfragen als im Regelfall persönliche Lebensentscheidung passt also nicht mehr. Nun mag man durchaus zugestehen, dass es Gründe für Vorgaben bei besonders vulnerablen Gruppen wie Säuglingen und Kleinkindern gibt. Aber da gibt es in Deutschland schon ein Ge-

setz. Darüber hinaus ist die Forderung nach Geschmackslenkung und Verbrauchssteuern durch die Stimme der Verbraucherschaft wirklich ein „Menu Surprise“. Fragt sich, ob das – sollte es so serviert werden – dann den Verbraucherinnen und Verbrauchern insgesamt zusagt.

Daten und Zahlen



bedeuten einen Rückgang um 6,7 Liter bzw. 5,5 Prozent beim durchschnittlichen Pro-Kopf-Verbrauch



Der Anteil kalorienreduzierter bzw. -freier Produkte (light) am Pro-Kopf-Verbrauch steigt



bedeuten zwar einen Rückgang um 7,8 Liter bzw. 5,6 Prozent – jedoch bleiben (Mineral-)Wässer damit deutlich verbrauchsstärkste AfG-Kategorie

Quelle Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V

Umweltstatistik

Die Novelle des Umweltschutzgesetzes wurde von Bundestag und Bundesrat kurz vor Ende der Legislaturperiode verabschiedet. Die neuen Regelungen treten am 1. Januar 2022 in Kraft. Damit kommen neue Dokumentations- und Meldepflichten bei bepfandeten Getränkeverpackungen auf zahlreiche Unternehmen der Branche zu. Die Vorgaben umfassen bepfandete Mehrweg- und Einweg-Gebinde sowie Kästen und Paletten – und betreffen in unterschiedlicher Weise neben geschlossenen Pools auch offene Poolssysteme. Der Bundestag hatte erfreulicherweise – unter anderem auf eine entsprechende Initiative der wafg hin – noch Klarstellungen beschlossen, die auf eine verhältnismäßige Umsetzung zielen. Dennoch bleibt die Herausforderung, wie ein sachgerechter und möglichst einheitlicher Vollzug durch die Bundesländer etabliert werden kann. Denn die Unternehmen brauchen verlässliche und wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen.

Dr. Detlef Groß,
wafg-Hauptgeschäftsführer,
dgross@wafg.de

Kontakt

Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V.
(wafg)

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