

wafg auf Brau Beviale präsent

Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) wird in diesem Jahr erstmals auf der Brau Beviale in Nürnberg vom 10. bis 12. November 2010 mit einem eigenen Messestand präsent sein und im Rahmen dieses wichtigen Branchentreffs den aktiven Dialog mit den Unternehmen aus der Branche und den Vorstufen führen.

Die Brau Beviale ist eine renommierte Fachmesse für die europäische Getränkewirtschaft. Erwartet werden rund 1400 Aussteller, die Trends und Neuheiten rund um Produktion und Vermarktung auch von alkoholfreien Getränken aufzeigen – damit ist die Messe längst über den Biersektor hinausgewachsen. Gerade der Bereich „Alkoholfreie Getränke“ entwickelt sich positiv. Daher wollen wir die Messe als Treffpunkt für Mitglieder und Fachbesucher nutzen, um das „Netzwerk wafg“ und den persönlichen Dialog zu stärken.

Für die erneut weit über 30 000 erwarteten Fachbesucher der Brau Beviale stehen vor allem aktuelle Innovationen und Entwicklungen im Maschinen- und Anlagenbereich, bei Rohstoffen und Technologien, im Sektor Vermarktungs- und Gastronomiebedarf sowie in der Getränke-Logistik und weitere branchenrelevante Themen auf der Agenda. Die Messe Nürnberg sorgt für eine professionell-familiäre Atmosphäre und ist konstruktiver Garant dafür, dass dort bestehende Geschäftskontakte und Netzwerke gepflegt und erweitert werden können. Weiterführende Informationen zur Messe finden Sie unter www.brau-beviale.de.

Die wafg wird neben dem Messestand auch im Rahmenprogramm der Messe aktiv: So bietet die wafg für Mitglieder und Fachbesucher – voraussichtlich am 11. November 2010 – einen „Workshop“ an, auf dem aktuelle Fragen und der Meinungsaustausch zum Thema Getränkeverpackungen im Mittelpunkt stehen. Inhaltlich liegt der Fokus dieses Workshops auf den rechtlichen Herausforderungen für Getränkeverpackungen unter den Vorgaben des Lebensmittelbedarfsgegenstanderechts. Vermehrt ergeben sich hier teilweise komplexe Fragestellungen, die etwa den Übergang von „kritischen“ Stoffen betreffen. Diese Themen sollen von Experten vorgestellt und aus der spezifischen Sicht der Getränkehersteller und den Anforderungen aus der betrieblichen Praxis diskutiert werden.

Sie sind bereits heute auf eine Erfrischung am wafg-Messestand herzlich eingeladen. Über die Details zum Workshop und weitere Angebote im Rahmen des Messeprogramms werden wir Sie über unsere Homepage www.wafg.de informieren.

Wir würden uns freuen, Sie in Nürnberg begrüßen zu dürfen!



Dr. Detlef Groß
Hauptgeschäftsführer
der Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg)

GfK-Studie und BLL-Unterrichtsmaterial zur Nährwertkennzeichnung

Der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde (BLL) hat eine von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) erstellte Studie „Nährwertangaben auf verpackten Lebensmitteln – weit verbreitete Nährwertkennzeichnung“ veröffentlicht. Diese belegt, dass bereits heute bei verpackten Lebensmitteln mehr als 80 Prozent eine Nährwertkennzeichnung bieten. Für „Alkoholfreie Getränke (ohne Wasser)“ liegt dieser Wert – noch einmal deutlich höher – sogar bei 93 Prozent.

Gleichzeitig belegt die Studie, dass sich auch das qualitative Informationsangebot bei den Nährwertangaben noch einmal deutlich erweitert hat. Im Vergleich zu 2007 hat sich etwa der Anteil der Lebensmittel, die neben einer sogenannten Big 4- bzw. Big 8-Nährwertkennzeichnung auch zusätzlich sogenannte Guideline Daily Amount-Angaben (GDA) tragen, mehr als verzehnfacht und liegt jetzt bereits bei 34 Prozent.

Die gesamte Studie mit vielen anschaulichen grafischen Darstellungen kann kostenlos im Internet von der BLL-Homepage (www.bll.de, Stichwort Publikationen) heruntergeladen werden.

Zudem hat der BLL zum Themenbereich Nährwertkennzeichnung weiterführendes Material entwickelt, das etwa für Lehr- und Beratungskräfte bei der Erklärung und Vermittlung im Unterricht fachliche Hilfestellung leisten soll. Unter dem Titel „Nährwertinformation verstehen“ kann ein anschaulicher Foliensatz mit Begleittext bzw. Hintergrundmaterial (einschließlich didaktischer Hinweise und möglicher Lernziele) ebenfalls kostenfrei von der Homepage des BLL abgerufen werden.

Preisdruck auf Erfrischungs- getränke dokumentiert

Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) hat zusammen mit dem Softwareanbieter SAP kürzlich eine Studie mit dem Titel „Preisoptimierung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel“ veröffentlicht. Im Rahmen der Studie – übrigens mit dem bemerkenswerten Untertitel „Von einer wettbewerblichen zu einer kundenorientierten Preisfindung“ – wird mit Fokus auf die „schnelldrehenden“ Verbrauchsgüter (sogenannte

Fast Moving Consumer Goods – FMCG) die aktuelle und zukünftige Preisbildung vor allem im Einzelhandel erörtert. Zu den FMCG gehören klassischerweise auch Erfrischungsgetränke.

Nachdem FMCG im Jahr 2009 gegenüber dem Vorjahr durchschnittlich im Preis um 1,5 Prozent nachgegeben haben, erwarten die Autoren für den Einzelhandel nun einen Paradigmenwechsel in der Preisfestsetzung. Anstatt weiterhin die Preisschraube weiter nach unten zu drehen, werde es in den nächsten Jahren für den Handel bedeutsamer, die vorhandenen Potentiale bei der Zahlungsbereitschaft der Konsumenten bestmöglich zu nutzen.

Der Trend weg von der Wertevernichtung könnte – folgt man der Studie – steigende Preise (und Margen) ermöglichen. Zudem sind die Autoren der Auffassung, dass die Discounter in Deutschland als Format insgesamt zwischenzeitlich an ihre Wachstumsgrenze stoßen. Zuwächse ließen sich demnach nur über die Verdrängung von Mitbewerbern erreichen. Jedoch wird der Rückzug eines relevanten Wettbewerbers im Hinblick auf die starke Marktstellung der einzelnen maßgeblichen Discounter nicht als wahrscheinlich angesehen.

Die Studie sieht einen Ausweg demnach in einer Preisbildung, die sich nicht allein auf die „Geiz-ist-geil-Mentalität“ der letzten Jahre ausrichtet. Fraglich bleibt jedoch zunächst, wie der Konsument auf höhere Preise für FMCG reagieren wird. Die Autoren haben daher für 275 Produktgruppen im Rahmen der Studie einen „Preissensitivitätsindex“ errechnet.

Dieser „Preissensitivitätsindex“ fällt umso niedriger aus, je sensibler die Kunden eine Preiserhöhung in der entsprechenden Produktgruppe bewerten. Mit anderen Worten: Je niedriger der Index, desto stärker steht der derzeitige Preis für die Produktgruppe aus wettbewerblicher Sicht unter Druck. Insofern ist es keine Überraschung, dass sich Erfrischungsgetränke bei den Untersuchungen als relativ „preissensitiv“ herausgestellt haben.

Tabelle 1 (als Auszug aus der Studie) gibt einen Überblick über die zehn preissensitivsten Warengruppen insgesamt (darunter Cola/Colahaltige Erfrischungsgetränke) sowie die weiteren dort aufgeführten Warengruppen aus dem Bereich „Erfrischungsgetränke“:

Tabelle 1: Preissensitivitätsindizes für ausgewählte Warengruppen – Erfrischungsgetränke sind hervorgehoben

Platz	Produktgruppe	Preissensitivitäts-Index
1	Röstkaffee	16,0
2	Tafelschokolade	19,0
3	Butter/Butterzubereitungen	21,3
4	Joghurt fest	26,0
5	Margarine	28,3
6	Cola/Colahaltige Erfrisch.-Getränke	33,7
7	Bier	35,7
8	Fixprodukte	36,7
9	Pralinen/Konfekt	37,7
10	Fruchtsäfte	38,7
...		
28	Limonaden mit Kohlensäure	59,0
...		
55	Fruchtsaftgetränke	86,0
...		
103	Sportgetränke flüssig	119,3
...		
165	Bittergetränke/Chininhaltige Getränke	157,0
...		
275	Körperpuder	259,0

Praxishandbuch Lebensmittel-Verpackungen im Behr's Verlag erschienen

In einer zweiten Aktualisierungslieferung hat der mit zahlreichen Fachpublikationen für die Lebensmittelwirtschaft in der Branche renommierte Behr's Verlag, Hamburg, das von Rechtsanwalt Boris Riemer herausgegebene „Praxishandbuch Lebensmittel-Verpackungen“ kürzlich erweitert und auf den neuesten Stand gebracht. Dieses als Loseblatt-Sammlung aufgelegte Praxishandbuch erfasst alle wichtigen Regelungen zu Lebensmittelverpackungen und anderen Lebensmittelbedarfsgegenständen.

Das Werk richtet sich an alle betroffenen Kreise, die mit Lebensmittelkontaktmaterialien bzw. -verpackungen rechtlich bzw. in der betrieblichen Praxis befasst sind. Aufgegriffen und kommentiert werden Themen, die den gesamten Lebenszyklus eines Lebensmittelbedarfsgegenstandes erfassen – von der Produktion über die Verwendung (und die hier zu beachtenden Fragestellungen) bis hin zur Entsorgung (bzw. dem Recycling). So wird bereits heute die rechtlich wie fachlich vielschichtige Thematik der „Konformitätserklärungen“ nach Artikel 16 der Verordnung (EG) Nr. 1935/2004 als der maßgeblichen „Rahmenverordnung“

für Bedarfsgegenstände kommentiert. Neben dem Herausgeber steht ein breit aufgestelltes und kompetentes Autorenteam (aus Kreisen der Lebensmittelüberwachung, der Verpackungshersteller, der Wissenschaft und der Anwaltschaft) für die fundierte Bearbeitung der Materie. So ist das Werk schon heute ein wichtiger Baustein für jede gut sortierte Bibliothek.

Angesichts der Komplexität und des Umfangs des Themenfeldes ist es nachvollziehbar, dass derzeit noch nicht alle Rechtsbereiche vollständig kommentiert sind.

Weitere Informationen sowie die Bezugsmöglichkeiten zum „Praxishandbuch Lebensmittel-Verpackungen“ (zum Preis von 129,50 Euro zzgl. Mehrwertsteuer) finden Sie bei Interesse über die Homepage des Verlages (www.behrs.de).

Kontakt:

Wirtschaftsvereinigung
Alkoholfreie Getränke e. V.
Telefon: +49 (0) 30 25 92 58-0
E-Mail: mail@wafg.de
Internet: www.wafg.de