

## Nicht laut – sondern überzeugend

Wir müssen die starke und vertrauensbildende Stimme der Branche sein

Es tut sich was in der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke. Auch dafür möchte ich mich an dieser Stelle herzlich bei allen Mitgliedern der wafg und des Arbeitskreises Moderne Getränkeverpackung e. V. (AMG) bedanken. Die Mitgliederversammlungen beider Vereine haben am 4. Juni 2014 einvernehmlich die Fusion beschlossen. Der zuvor eigenständige AMG diente historisch der Organisation zur Nutzung der Pool-Verbandsflaschen. Heute ist die Trennung nicht mehr sinnvoll. Wir gehören zusammen. Die Verschmelzung beider Verbände schafft übersichtliche Strukturen und stärkt die Basis der wafg.

Einstimmig haben wir bei der Mitgliederversammlung außerdem beschlossen, das Präsidium und den Hauptausschuss unseres Verbandes zu erweitern (siehe Bericht auf Seite 26). Mit dieser Erweiterung geben wir der wafg zukünftig eine noch stärkere Stimme als Interessenvertretung der Erfrischungsgetränke-Industrie in Deutschland. Beide Entscheidungen stellen die Weichen für eine weiterhin erfolgreiche Arbeit der wafg im Dienst der Branche und ihrer Unternehmen.

Wie auf unserem Frühjahrsmeeting, das wir als dialogorientierte Expertendiskussion ausgerichtet haben, verfolgen wir generell einen klaren Kurs: Wir haben nichts zu verstecken, sondern suchen den konstruktiven Meinungsaustausch mit Entscheidern aus Politik, Wissenschaft und NGOs.

Wir vertreten mit Stolz die Vielfalt, die unsere Branche und ihre Produkte auszeichnet. Die wafg überzeugt durch den engen Verbund aus kleinen, mittleren und großen Unternehmen. Unsere Stärken sind Diversität der Unternehmen und die Vielfältigkeit der Produkte. So bieten wir den Verbrauchern in jeder Hinsicht umfassende und erfrischende Genussalternativen.

Unser Verband hat in den vergangenen Monaten wichtige Unternehmen als neue Mitglieder gewonnen. Diesen Kurs wollen wir fortsetzen – durch hervorragende Arbeit und durch eine aktive Kommunikation auf allen Ebenen. Dabei verlangen uns zahlreiche Veränderungen auf politischer Ebene im Bund, in den Ländern sowie auf EU-Ebene ganzen Einsatz ab. Sie bieten uns aber zugleich auch neue Chancen.

Eine Chance sehe ich auch im rasanten Wandel, den wir in der Medienlandschaft erleben. Wie bereits im letzten Kommentar verdeutlicht, führt der Wettbewerb zu immer mehr Sensationalismus in der Berichterstattung. Die Recherchequalität selbst öffentlich-rechtlicher Akteure und anerkannter Print-Medien lässt weiter nach. Dies bedeutet für uns, dass wir gemeinsam in die Offensive gehen müssen. Wir werden unsere Standpunkte und Fakten aktiv in die öffentliche Diskussion einbringen. Der aktuelle Vertrauensverlust einiger NGOs ist für uns eine deutliche Mahnung, dass Transparenz und Ehrlichkeit auch weiterhin gelebte Werte bleiben müssen. Vertrauen entsteht durch Nähe. Dies gilt auch für die Kommunikation. Deshalb muss unsere gemeinsame Zielsetzung sein, dass wir gleichermaßen „zusammenwachsen“ wie „zusammen wachsen“.



Patrick Kammerer  
Präsident Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg)

## Umsatzsteuerliche Behandlung von Transporthilfsmitteln (z. B. Getränke-Paletten) – Verlängerte Nichtanwendungsfrist bis 1. Januar 2015

Das Bundesministerium der Finanzen (BMF) hat nach Abstimmung mit den Finanzministerien der Bundesländer ein weiteres BMF-Schreiben zur Verlängerung der Übergangsregelung für die umsatzsteuerliche Behandlung von Transportbehältnissen veröffentlicht.

Mit diesem BMF-Schreiben vom 12. Juni 2014 wird die Übergangsfrist nunmehr bis zum 31. Dezember 2014 verlängert.

Das BMF-Schreiben kann über folgenden Link abgerufen werden: [www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Downloads/BMF\\_Schreiben/Steuerarten/Umsatzsteuer/Umsatzsteuer-Anwendungserlass/2014-06-12-hin-und-rueckgabe-von-transportbehaeltnissen.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Downloads/BMF_Schreiben/Steuerarten/Umsatzsteuer/Umsatzsteuer-Anwendungserlass/2014-06-12-hin-und-rueckgabe-von-transportbehaeltnissen.pdf?__blob=publicationFile&v=1).

Die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e. V. (wafg) hatte sich zuvor in enger Abstimmung insbesondere mit dem Bundesverband des Deutschen Getränkefachgroßhandels e. V. (BV GFGH) und dem Deutschen Brauer-Bund e. V. (DBB) intensiv für eine solche Vorgehensweise im BMF eingesetzt.

Dabei stand nicht nur die Überlegung im Vordergrund, dass zahlreiche Unternehmen bislang noch gar nicht erkannt haben, welche tiefgreifenden Veränderungen mit der neuen Vorgabe etwa für bepfandete Getränkepaletten verbunden sind. Auch inhaltlich sieht die wafg – nicht zuletzt vor dem Hintergrund einer fachlichen Stellungnahme durch die Ernst & Young GmbH (EY) – weiterhin noch Klärungsbedarf, um die eigentliche Zielsetzung des BMF-Schreibens auch in der Praxis umzusetzen.

Denn die Erläuterungen des BMF und der Bundesländer waren – in dieser Zielsetzung sehr wohl begrüßenswert – nach unserem Verständnis ursprünglich auf die Klarstellung bzw. Vereinfachung der dort angesprochenen Sachverhalte ausgelegt.

In dieser Zielrichtung werden nunmehr aktuell weitere Gespräche mit betroffenen Verbänden und den zuständigen Ministerien geführt. Die wafg-Mitgliedsunternehmen wurden über die Entwicklungen jeweils unverzüglich informiert. Aus Sicht der wafg wäre es zudem erfreulich, wenn insbesondere die in diese Gespräche (mittelbar) ein-

bezogenen Handelshäuser auch in der konkreten Praxis eine entsprechende gemeinsame Verständigung abwarten bzw. umsetzen, die möglichst zeitnah zu erarbeiten ist.

### **Aktuelle Studie zur Bedeutung kalorienfreier bzw. kalorienarmer Getränke bei der Gewichtsreduktion**

Die Studie „The Effects of Water and Non-Nutritive Sweetened Beverages on Weight Loss During a 12-week Weight Loss Treatment Program“ – aktuell veröffentlicht im „Obesity“-Journal (Journal of The Obesity Society – US) und abrufbar unter <http://anschutz.new-media-release.com/study/index.html> untersucht als erste randomisierte klinische Studie vergleichend die Wirkung von Wasser sowie Diät-Getränken auf den Gewichtsverlust im Rahmen eines Programmes zur Gewichtsreduktion.

Diese 12-wöchige klinische Studie, die unter anderem von der American Beverage Association (ABA) mitfinanziert wurde, führt zum Ergebnis, dass Teilnehmer, die kalorienarme bzw. kalorienfrei gesüßte Getränke zu sich nahmen, mehr Gewicht verloren und über ein deutlich geringeres Hungergefühl berichteten, als solche, die ausschließlich Wasser tranken.

Weiterführende Informationen hierzu finden Sie unter anderem über die Pressemitteilung des Deutschen Süßstoff-Verbandes e.V., abrufbar unter [www.suessstoff-verband.de/presse/artikel/news/neue-studie-zeigt-suessstoffe-in-getraenken-helfen-bei-der-gewichtsreduktion/](http://www.suessstoff-verband.de/presse/artikel/news/neue-studie-zeigt-suessstoffe-in-getraenken-helfen-bei-der-gewichtsreduktion/).

### **UNESDA informiert über Lebensmittelsteuern**

Der EU-Dachverband Union of European Soft Drinks Associations (UNESDA) informiert über die Webseite [www.food-drinktax.eu](http://www.food-drinktax.eu) mit gebündelten Informationen und Hintergründen zum Thema Lebensmittelsteuern.

#### **Kontakt:**

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

### **Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke stellt Weichen für die Zukunft**

Die Mitgliederversammlung der Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e.V. (wafg) hat heute in Berlin die Verbandsfusion mit dem Arbeitskreis Moderne Getränkeverpackung e.V. (AMG) beschlossen. Das Präsidium des Verbandes wurde erweitert, sodass die wafg noch stärker als „Stimme“ und Interessenvertretung der Erfrischungsgetränke-Industrie in Deutschland aufgestellt ist.

Das neue wafg-Präsidium hat zukünftig folgende Besetzung: Den Vorstand des Verbandes bilden *Patrick Kammerer* (Präsident, Coca-Cola GmbH), *Astrid Williams* (Vizepräsidentin, PepsiCo International) und *Henning Rodekohl* (Vizepräsident, Vilsa-Brunnen Otto Rodekohl GmbH & Co. KG). Weitere Präsidiumsmitglieder sind *Axel Dahm* (Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG); *Tobias Giles-Bluhm* (Hansa-Mineralbrunnen GmbH); *Markus Lotsch* (Rudolf Wild GmbH & Co. KG) und *Fabian Neumann* (Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke GmbH & Co. KG).



Vorne (v.l.): *Henning Rodekohl* (Vizepräsident, Vilsa-Brunnen Otto Rodekohl GmbH & Co. KG), *Patrick Kammerer* (Präsident, Coca-Cola GmbH), *Astrid Williams* (Vizepräsidentin, PepsiCo International); hintere Reihe (v.l.): *Markus Lotsch* (Rudolf Wild GmbH & Co. KG), *Tobias Giles-Bluhm* (Hansa-Mineralbrunnen GmbH), *Axel Dahm* (Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG), *Fabian Neumann* (Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke GmbH & Co. KG)

Zudem hat die Mitgliederversammlung eine neue Besetzung für den Hauptausschuss des Verbandes gewählt, der das wafg-Präsidium bei der Durchführung der laufenden wirtschaftspolitischen Aufgaben, insbesondere unter regionalen und strukturellen Gesichtspunkten, berät und unterstützt: *Stefan Kunzmann* (Vorsitzender, PepsiCo Deutschland GmbH), *Uwe Kleinert* (Stellvertretender Vorsitzender, Coca-Cola GmbH), *Armin Behringer* (Rudolf Wild GmbH & Co. KG), *Roland Bittermann* (DrinkStar GmbH), *Dieter Cohrt* (Flensburger Getränke Vertrieb GmbH & Co. KG), *Klaus Dörrenhaus* (KDM Marketing und Vertriebs GmbH), *Sina Kneis* (Danone Waters Deutschland GmbH), *Dr. Andreas Papp* (Symrise GmbH & Co. KG), *Thomas Reinartz* (Nestlé Waters Deutschland GmbH) und *Franco Trani* (Döhler GmbH).

Zugleich hat die Mitgliederversammlung der wafg die Fusion mit dem Arbeitskreis Moderne Getränkeverpackungen e.V. (AMG) beschlossen. Der AMG diente historisch der Organisation zur Nutzung der Pool-Verbandsflaschen. wafg-Präsident Patrick Kammerer stellte fest: „Diese Entscheidungen sind zentrale Weichenstellungen für eine weiterhin erfolgreiche Arbeit der wafg als Interessenvertretung im Dienst der Branche und ihrer Unternehmen.“