

## Neue Stabilität bei Mehrweg und Einweg

Vor wenigen Wochen kam – wie nahezu jeden Sommer – das Thema Mehrweg- bzw. Einweggetränkeverpackungen wieder in die Medien. Ein Baustein der Debatte war die Frage, ob man mit der bereits in der letzten Legislaturperiode diskutierten Kennzeichnungspflicht für die Verbraucherinnen und Verbraucher eine bessere Erkennbarkeit für die jeweiligen Verpackungen erreichen könne. Einige Stimmen konnte man so verstehen, als gebe es aktuell aus Teilen der Wirtschaft einen erhöhten Druck hin zu mehr Einweg.

Diese These findet keine Basis. Gerade vor diesem Hintergrund ist stattdessen auf die tatsächliche Situation hinzuweisen. Diese zeigt den gegenteiligen Befund: Nach den Erhebungen von GfK ConsumerScan zeigen just die Marktdaten für 2013 eine neue Situation bei der Marktentwicklung von Mehrweg und Einweg. Denn deren Marktanteile im Haushaltsverbrauch liegen erstmals seit Einführung des gesetzlichen Pflichtpfandes jeweils stabil (vgl. nebenstehenden Kasten zur entsprechenden wafg-Pressemitteilung mit den konkreten Daten).

Ein solches Ergebnis hat sich im Trend der vergangenen Jahre bereits angedeutet. Es gibt weitere Hinweise, die für diese Entwicklung sprechen. Gerade in jüngster Zeit gab es vermehrt Stimmen aus fachkundigen Branchenkreisen und von Unternehmen, die eine Stärkung bzw. positive Marktentwicklung bei Mehrweg-Gebinden gesehen haben. Diese reichten bis hin zur Einschätzung einer aktuellen Renaissance für die Glasflasche. Darüber hinaus ist daran zu erinnern, dass der Mehrweganteil in anderen Vertriebsschienen – etwa der Gastronomie – deutlich höher liegt als im Haushaltskonsum.

Blickt man also nüchtern auf die Marktdaten, dann hat sich – gerade bei Erfrischungsgetränken – die drastische Verschiebung von Mehrweg hin zu Einweg seinerzeit unmittelbar als Folge der Einführung des gesetzlichen Pflichtpfandes ergeben. Derart durchgreifende Marktverschiebungen sind zuletzt gerade nicht mehr zu beobachten. Vielmehr gibt es den angesprochenen Trend zur wachsenden Konstanz.

Wünschenswert wäre, wenn diese Fakten jenseits der Fachkreise auch in der öffentlichen Debatte wahrgenommen werden. Gleiches gilt – entsprechend den Entwicklungen und Fakten der letzten Jahre – für die Tatsache, dass sich viele Getränkeverpackungen (gerade im Einwegbereich) kontinuierlich mit Blick auf ihre ökologische Bewertung verbessert haben. Es gibt also gute Argumente, die Debatte um Einweg und Mehrweg weniger ideologisch zu führen.



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

### **Umsatzsteuer bei Transporthilfsmitteln (z.B. Getränke-Paletten) – Übergangsfrist bis 31. Dezember 2014 verlängert**

Das Bundesministerium der Finanzen (BMF) hat – nach Abstimmung mit den Finanzministerien und Finanzsenaten der Bundesländer – erneut ein BMF-Schreiben zur Verlängerung der Übergangsregelung zur umsatzsteuerlichen Behandlung von Transportbehältnissen veröffentlicht. Mit diesem BMF-Schreiben vom 12. Juni 2014 wird die bereits zum Jahreswechsel für diesen Bereich gewährte Übergangsfrist (Nichtbeanstandung) nunmehr nochmals bis zum 31. Dezember 2014 verlängert. Abrufbar ist das BMF-Schreiben über [www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Downloads/BMF\\_Schreiben/Steuerarten/Umsatzsteuer/Umsatzsteuer-Anwendungserlass/2014-06-12-hin-und-rueckgabe-von-transportbehaeltnissen.html](http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Downloads/BMF_Schreiben/Steuerarten/Umsatzsteuer/Umsatzsteuer-Anwendungserlass/2014-06-12-hin-und-rueckgabe-von-transportbehaeltnissen.html).

Die wafg hatte sich – vor allem in enger Abstimmung 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, da die zwischenzeitlichen Umsetzungserfahrungen in den Unternehmen aufgezeigt haben, welche Komplexität mit der Thematik verbunden ist.

Die wafg steht zu diesem Thema weiterhin mit Verbänden und Ministerien in Gesprächen, um auch inhaltliche Möglichkeiten einer weiteren Optimierung anzuregen. Das zu Grunde liegende BMF-Schreiben richtet sich – in dieser Zielsetzung begrüßenswert – auf eine Vereinfachung zum Themenkomplex, die zugleich die Rechtssicherheit verbessern soll.

### **BLL: Grundsatzposition zur Ernährungspolitik**

Der Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. (BLL) hat aktuell zum Themenfeld Ernährungspolitik eine Grundsatzposition für die Lebensmittelwirtschaft veröffentlicht. Bestätigt werden dabei aus Sicht der wafg wichtige Aussagen, etwa die Notwendigkeit einer wissenschaftsbasierten Betrachtung der Zusammenhänge von Ernährung und nichtübertragbaren Krankheiten bzw. der Hinweis auf multikausale Faktoren bei der Entstehung von krankhaftem Übergewicht bzw.

Adipositas. Angesichts der Komplexität der Ernährung und des maßgeblichen Lebensstils wird zudem eine Einteilung der Nährstoffe bzw. von Lebensmitteln in „gut“ oder „schlecht“ abgelehnt. Dem Lebensstil insgesamt und einer ausgewogenen Ernährung komme eine große Bedeutung zu.

Zugleich betont die BLL-Position die Bereitschaft der Lebensmittelwirtschaft, zukünftig weiterhin konstruktiv bei der Bewältigung der gesellschaftlichen Herausforderungen mitzuwirken. Dieses Engagement findet – zum Beispiel durch kontinuierliche Weiterentwicklung der Produktpalette, umfassende Information des Verbrauchers sowie eine Reihe freiwilliger Selbstverpflichtungen der Wirtschaft bzw. einzelner Branchen – bereits heute statt. Siehe weiterführend [www.bll.de/de/der-bll/positionen/bll-grundsatzposition-zu-ernaehrungs-politischen-themen-ernaehrungspolitik](http://www.bll.de/de/der-bll/positionen/bll-grundsatzposition-zu-ernaehrungs-politischen-themen-ernaehrungspolitik).

### Umweltministerkonferenz: Begrüßenswerte Beschlüsse zu Fracking

Die 82. Umweltministerkonferenz (UMK) fasste wichtige Beschlüsse zur zukünftigen Regulierung von Fracking. Die UMK lehnt explizit die Förderung aus unkonventionellen Lagerstätten ab, „da die Risiken derzeit nicht abschätzbar sind“. Die Förderung „unter dem Einsatz umwelttoxischer Substanzen“ soll verboten werden.

Die UMK spricht sich unter anderem für eine Weiterentwicklung des Bergrechts aus, um bei der Zulassung von Betriebsplänen den Anforderungen des Umweltschutzes und der Beteiligung der Öffentlichkeit gerecht zu werden.

Einige Länder plädieren über eine Protokollerklärung dafür, im Wasserhaushaltsgesetz (WHG) dem Schutz der Grundwasser- und Oberflächen-Wasservorkommen uneingeschränkter Vorrang vor der Gewinnung von Erdgas aus unkonventionellen Lagerstätten mittels Fracking einzuräumen.

#### Kontakt:

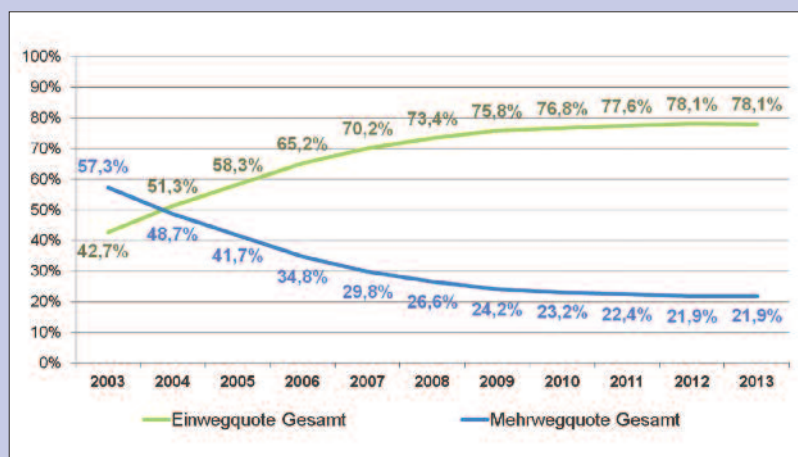
Wirtschaftsvereinigung  
Alkoholfreie Getränke e. V.  
Telefon: +49 (0) 30/25 92 58-0  
E-Mail: [mail@wafg.de](mailto:mail@wafg.de)  
Internet: [www.wafg.de](http://www.wafg.de)

### Mehrweg und Einweg zeigen sich stabil

Entgegen einzelner Beiträge in der öffentlichen Diskussion weist die Wirtschaftsvereinigung Alkoholfreie Getränke e. V. (wafg) darauf hin, dass sich im Jahr 2013 das Verhältnis von Mehrweg und Einweg bei Verpackungen für alkoholfreie Getränke (AfG) im Haushaltsverbrauch im Wesentlichen unverändert zeigt. Die zwischenzeitliche Verschiebung in den Marktanteilen zulasten von Mehrweg kommt damit zum ersten Mal seit Einführung des gesetzlichen Pflichtpfandes für Einweg zum Stillstand.

Die durch GfK ConsumerScan erhobenen Daten für 2013 belegen, dass sich das Verhältnis von Mehrweg- und Einweg-Getränkeverpackungen bei alkoholfreien Getränken deutlich stabilisiert. Dieser Trend zeigte sich bereits in den vergangenen Jahren.

Die von den Verbraucherinnen und Verbrauchern meistgekauftete AfG-Gebindeform bleibt die 1,5-Liter-PET-Einwegflasche (Marktanteil: 53,3 %, 2012: 54,2 %). PET-Mehrweg-Gebinde liegen insgesamt unverändert zum Vorjahr bei einem Marktanteil von 12,5 %. Eine wichtige Rolle bei Mehrweg kommt weiterhin Glas zu (gleichbleibende 9,4 % Marktanteil).



Dagegen verbuchen Kartonverpackungen leichte Rückgänge (2013: 4,8 % gegenüber 5,1 % in 2012). Die Dose kann einen leichten Zuwachs verzeichnen (2013: 0,4 %; 2012: 0,3 %), damit wächst ihr insgesamt allerdings nur eine relativ geringe Bedeutung zu.

Die Zahlen zeigen, dass die Unternehmen der Branche weiterhin mit verschiedenen Verpackungskonzepten den unterschiedlichen Konsumsituationen und Bedürfnissen der Verbraucher ein breites Angebot zur Auswahl bieten.

Die ebenso von GfK ConsumerScan erhobenen Daten zu den Vertriebskanälen von alkoholfreien Getränken bei der Abgabe an den Verbraucher im Handel verdeutlichen, dass – wenn auch mit leicht zurückgehender Tendenz – die Discounter im Jahr 2013 erneut eine dominierende Rolle spielen (Marktanteil: 54,0 %, 2012: 54,2 %). Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser (Marktanteil: 19,2 %, 2012: 19,1 %) und der traditionelle Lebensmittelhandel (Marktanteil: 18,6 %, 2012: 18,2 %) wachsen. Die Getränkefachmärkte behaupten im Wesentlichen ihre Position (Marktanteil: 6,4 %, 2012: 6,5 %).

Ergänzendes Datenmaterial zur Entwicklung des AfG-Markts im Haushaltsverbrauch für das Jahr 2013 ist unter [www.wafg.de](http://www.wafg.de) abrufbar.