

TEXTE

73/2013

Bundesweite Erhebung von Daten zur Abfüllung von Getränken in Mehr- weg- und ökologisch vorteilhaften Einweg- getränkeverpackungen für die Jahre 2010 und 2011

Berichtsjahr 2011

UMWELTFORSCHUNGSPLAN DES
BUNDESMINISTERIUMS FÜR UMWELT,
NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT

Forschungskennzahl 3711 31 314
UBA-FB 001685/END

**Bundesweite Erhebung von Daten zur
Abfüllung von Getränken in Mehrweg-
und ökologisch vorteilhaften Einweg-
getränkeverpackungen für die Jahre
2010 und 2011**

Berichtsjahr 2011

von

Jürgen Heinisch
GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH, Mainz

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

UMWELTBUNDESAMT

Diese Publikation ist ausschließlich als Download unter
<http://www.uba.de/uba-info-medien/4560.html>
verfügbar.

Die in der Studie geäußerten Ansichten
und Meinungen müssen nicht mit denen des
Herausgebers übereinstimmen.

ISSN 1862-4804

Durchführung
der Studie: GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH
Alte Gärtnerei 1
55128 Mainz

Abschlussdatum: Januar 2013

Herausgeber: Umweltbundesamt
Wörlitzer Platz 1
06844 Dessau-Roßlau
Tel.: 0340/2103-0
Telefax: 0340/2103 2285
E-Mail: info@umweltbundesamt.de
Internet: <http://www.umweltbundesamt.de>
<http://fuer-mensch-und-umwelt.de/>

Redaktion: Fachgebiet III 1.6 Produktverantwortung
Gerhard Kotschik

Dessau-Roßlau, Juli 2013

Kurzbeschreibung

Die Verpackungsverordnung nennt als Zielgröße für Massenge Getränke den Anteil von 80 v. H. für Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweg-Verpackungen (Möve). Im Rahmen dieser Studie wurde untersucht, welcher Anteil im Jahr 2011 erreicht worden ist.

Der Anteil der Möve-Verpackungen liegt 2011 bei 48,3 % und ist damit um 1,8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr zurückgegangen. Die Rückgänge betreffen alle Getränkebereiche.

Der Mehrweganteil beträgt 2011 nur noch 46,7 % und ist damit um 1,3 Prozentpunkte zurückgegangen. Insgesamt spielen die ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen mit 1,6 % Anteil nur eine geringe Rolle, vorzugsweise in den Getränkesegmenten ohne CO₂. Der Anteil verminderte sich im Vergleich zum Vorjahr um 0,5 Prozentpunkte. Der Verbrauch von Getränken in sonstigen Einweg-Verpackungen wächst vor allem bei Erfrischungsgetränken und Mineralwasser weiter stark an.

Abstract

The aim set in the Third Amending Ordinance of the Packaging Ordinance defines an 80 percent share of reusable and ecological advantageous one-way packaging for beverages. The following study analyses how high the actual share of reusable and ecological advantageous one-way packaging was in 2011.

The share of reusable and ecological advantageous one-way packaging in 2011 with 48.3 %. It has decreased by less than 1.8 percentage points.

In all beverages segments the share of reusable and ecological advantageous one-way packaging has dropped evidently.

The share of the reusable packaging reaches only 46.7 % in 2011. It has decreased by less than 1.3 percentage points.

Ecological advantageous one-way packaging is less important with a 1.6 % market share, mainly used for non-carbonated beverages. Since 2010 the reusable quota has been declining 0.5 percentage points. The consumption of beverages in the other one-way packaging grow strong mainly at softdrinks and mineralwater.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis

Abkürzungen

1	Aufgabenstellung.....	1
2	Ergebnisse im Überblick	2
3	ABGRENZUNGSFRAGEN ZUM MÖVE-ANTEIL	5
3.1	Einbezogene Füllgrößen	5
3.2	Einbezogene Füllgutbereiche.....	5
3.2.1	Mineralwasser	5
3.2.2	Bier	6
3.2.3	Erfrischungsgetränke	6
3.2.4	Alkoholhaltige Mischgetränke.....	8
3.3	Ökologisch vorteilhafte Einweg-Packmittel.....	9
4	METHODIK DER DATENERHEBUNG	10
4.1	Ermittlung der notwendigen Verbrauchszahlen.....	10
4.2	Die Behandlung diätetischer Erfrischungsgetränke.....	11
5	ERGEBNISSE IM EINZELNEN	13
5.1	Getränkeverbrauch in den bepfandeten Getränkesegmenten	13
5.2	Trends in der Entwicklung der Packmittelstruktur	15
5.2.1	Gesamtübersicht.....	15
5.2.2	Struktur der MövE-Verpackungen.....	21
5.2.3	Entwicklung der sonstigen Einwegpackmittel	24
5.2.4	Entwicklung in den einzelnen Getränkesegmenten.....	26
6	Mehrweganteile nach der ursprünglichen VerpackV.....	32
7	Quellenverzeichnis.....	39

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile der Packmittelgruppen 2007 bis 2011.....	3
Abbildung 2: Entwicklung der Anteile Mehrweg-/Einwegpackmittel und MövE-/sonstige Einwegpackmittel 2007 – 2011.....	21
Abbildung 3: Struktur der MövE-Packmittel 2011	22
Abbildung 4: Struktur der nicht ökologisch vorteilhaften (sonstige) Einwegverpackungen.....	24
Abbildung 5: Veränderungen bei Mineralwasser 2011 gegenüber 2010 in Mio. Liter	27
Abbildung 6: Veränderungen bei Bier 2011 gegenüber 2010 in Mio. Liter	28
Abbildung 7: Veränderungen bei Erfrischungsgetränke 2011 gegenüber 2010 in Mio. Liter	31
Abbildung 8: Entwicklung der Mehrweganteil nach Definition vor der 3. Novelle der VerpackV	33

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Anteile Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackung 2007 - 2011	2
Tabelle 2: Getränkeverbrauch in Mio. Liter nach Packmittelgruppen bepfandeter Getränkesegmente 2011	4
Tabelle 3: Entwicklung der Getränkesegmente 2007 – 2011 in 1.000 L – einschließlich Untersegmente.....	14
Tabelle 4: Anteile der Getränkesegmente am Verbrauch 2007 - 2011 in %.....	14
Tabelle 5: Übersicht und Zuordnung der ausgewiesenen Packmittel	15
Tabelle 6: Verbrauch in Mio. Liter, 2007 – 2011, Getränkesegmente innerhalb des § 9 der VerpackV	16
Tabelle 7: Anteile der Packmittel am Verbrauch 2007 – 2011, Getränkesegmente innerhalb des § 9 der VerpackV	18
Tabelle 8: Anteil wichtiger Packmittel am Getränkeverbrauch gesamt 2007 - 2011	20
Tabelle 9: Anteile der MövE-Packmittel je Getränkesegment am Verbrauch der MövE-Packmitteln gesamt 2007.....	23
Tabelle 10: Anteile der MövE-Packmittel je Getränkesegment am Verbrauch der MövE-Packmitteln gesamt 2011.....	23
Tabelle 11: Anteil der verschiedenen sonstigen Einwegpackmittel je Getränkesegment am Verbrauch aller sonstigen Einwegpackmittel 2007.....	25
Tabelle 12: Anteil der verschiedenen sonstigen Einwegpackmittel je Getränkesegment am Verbrauch aller sonstigen Einwegpackmittel 2011.....	25
Tabelle 13: Aufteilung der Packmittel Mineralwasser 2011	26

Tabelle 14:	Aufteilung der Packmittel Erfrischungsgetränke 2011	29
Tabelle 15:	Übersicht über die Errechnungsarten vor und nach der 3. Novelle der VerpackV	32
Tabelle 16:	Verbrauch in Mio. Liter, 2003 bis 2009, 2011 nach ursprünglicher VerpackV	35
Tabelle 17:	In % des mengenmäßigen Verbrauchs , 2003 - 2009, 2011 nach ursprünglicher VerpackV	37

Abkürzungen

BMU	Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit
DiätV	Diätverordnung
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung
GVM	Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung
Möve	Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränke
öve	ökologisch vorteilhafte Einweggetränke
UBA	Umweltbundesamt
VerpackV	Verpackungsverordnung

1 Aufgabenstellung

Die GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH führt für das Umweltbundesamt (UBA) seit 1978 jährlich die bundesweite Erhebung von Daten zur Einweg- und Mehrwegabfüllung von Getränken durch.

In Folge der 3. Änderungsverordnung der Verpackungsverordnung (VerpackV) vom 24.05.2005 (3. Novelle der VerpackV) stehen seit dem Berichtsjahr 2004 nicht mehr Mehrwegquoten, sondern die Überprüfung des Anteils der in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen (im Folgenden abgekürzt: MövE-Verpackungen) in Verkehr gebrachten Getränke im Mittelpunkt.

Im Unterschied zu den Erhebungen der vergangenen Jahre sollte mit diesem Vorhaben aus Effizienzgründen ein zweijähriger Rhythmus eingeführt werden:

- Im ersten Jahr wurden die Anteile durch ein vereinfachtes, kostengünstigeres Verfahren, aber trotzdem mit hinreichender Genauigkeit ermittelt. Dabei kam der methodischen Entwicklung eines vereinfachten Verfahrens eine besondere Bedeutung zu. Auf dieser Grundlage wurde der Bericht für das Jahr 2010 verfasst.
- Im zweiten Jahr des Forschungsvorhabens war analog zu den Untersuchungen der vergangenen Jahre wieder eine differenzierte Erhebung durchzuführen. Die jetzt vorliegenden Ergebnisse über das Berichtsjahre 2011 wurden daher nach der Methode der Berichtsjahre 2004 bis 2009 ermittelt.

Der Bericht thematisiert die Entwicklung der Getränkearten, die im § 9 (2) der aktuellen VerpackV (Stand 5. Novelle) als pfandrelevant aufgeführt werden und umfasst folgende vier Segmente:

- Mineralwasser (einschließlich Quell-, Tafel-, Heilwässer und aromatisierte Wässer)
- Bier (inkl. alkoholfreies Bier und Biermischgetränke, inklusive Großdosen und Mehrweg-Fässer bis 10 Liter)
- Erfrischungsgetränke (Limonaden, Colagetränke, Brausen, Fruchtsaftgetränke, Eistee und Sportgetränke, inklusive Getränke mit einem Milchanteil <50%)
- Alkoholhaltige Mischgetränke (in der Beschreibung des § 9 (2) Punkt 4 der VerpackV)

2 Ergebnisse im Überblick

Anteil der MövE-Verpackungen

Nach der VerpackV soll der Anteil der MövE-Verpackungen gestärkt werden. Als Zielgröße wird ein Anteil von 80 % für alle relevanten Getränke formuliert.

Der Anteil der MövE-Verpackungen liegt 2011 mit 48,3% deutlich darunter und erstmals unter 50%. Gegenüber dem Vorjahr sinkt der MövE-Anteil um 1,8 Prozentpunkte. Damit setzt sich der Rückgang des MövE-Anteils fort.

Die Ergebnisse der einzelnen Getränkearten unterscheiden sich deutlich:

- Bei Mineralwasser schrumpft der Anteil MövE mit 1,4 Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr deutlich. Im Jahr 2011 liegt der Anteil somit bei 41,9 %.
- Die MövE-Verpackungen bei Bier erreichen 87,5 %. Gegenüber dem Vorjahr sinkt der MövE-Anteil nur geringfügig um 0,8 Prozentpunkte.¹
- Noch deutlicher als bei Mineralwasser ist der Rückgang bei den Erfrischungsgetränken, für die der MövE-Anteil 2011 bei nur noch 32,4 % steht. Das heißt: 2,2 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr.
- Auch bei den alkoholischen Mischgetränken fällt der Anteil der MövE-Verpackungen und zwar auf 12,0%, 2,3 Prozentpunkte weniger als im Jahr 2010.

Getränkesegment	2007	2008	2009	2010	2011
Mineralwasser	47,3 %	45,4 %	43,8 %	43,3 %	41,9 %
Bier inkl. Biermischgetränke	85,2 %	87,2 %	88,5 %	88,2 %	87,5 %
Erfrischungsgetränke	42,8 %	38,3 %	37,4 %	34,6 %	32,4 %
Alkoholische Mischgetränke	23,1 %	21,2 %	15,7 %	14,3 %	12,0 %
Getränke nach § 9 VerpackV	54,6 %	52,6 %	51,8 %	50,1 %	48,3 %

Tabelle 1: Anteile Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackung 2007 - 2011

Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Entwicklung der Marktanteile verschiedener Packmittelgruppen von 2007 bis 2011.

¹ Unterschied zur Tabelle 1 auf Grund von Rundungsdifferenzen.

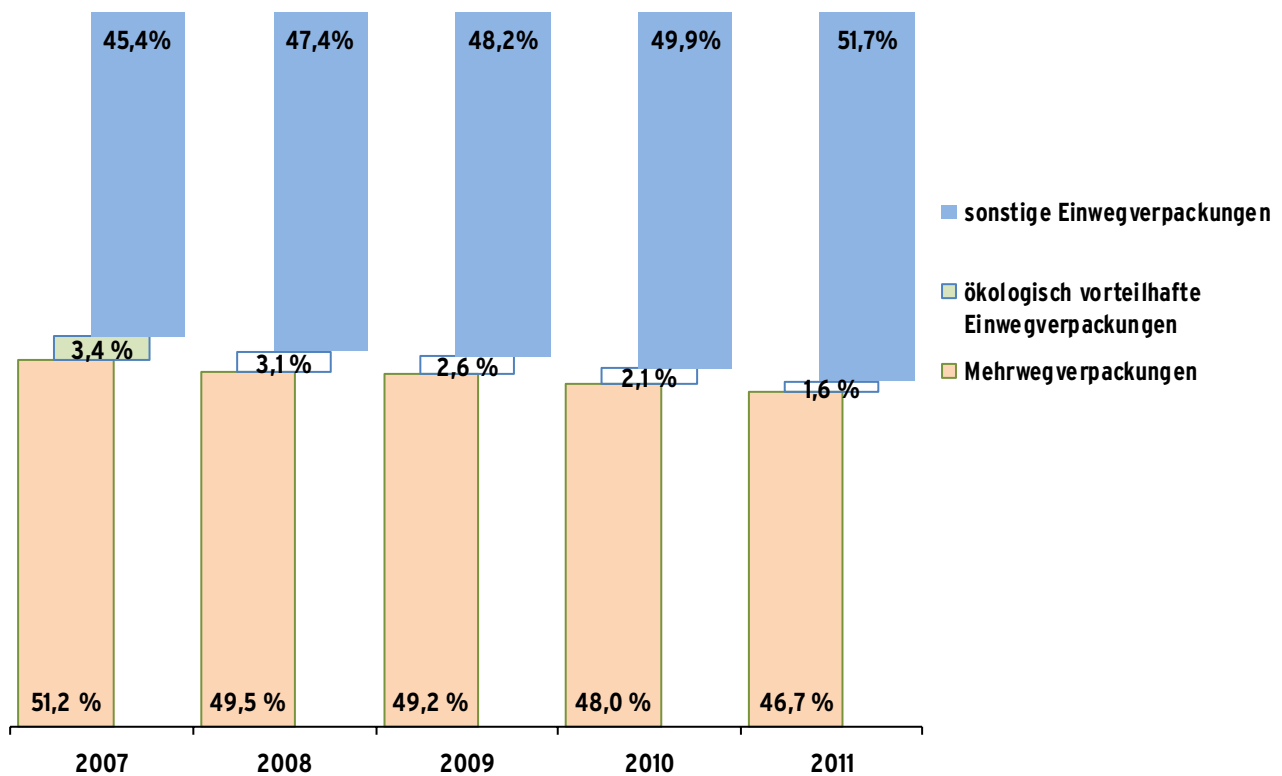


Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile der Packmittelgruppen 2007 bis 2011

Das Bild zeigt deutlich, dass die der Rückgang der beiden Teilbereiche der MövE-Verpackungen mit unterschiedlicher Geschwindigkeit verläuft.

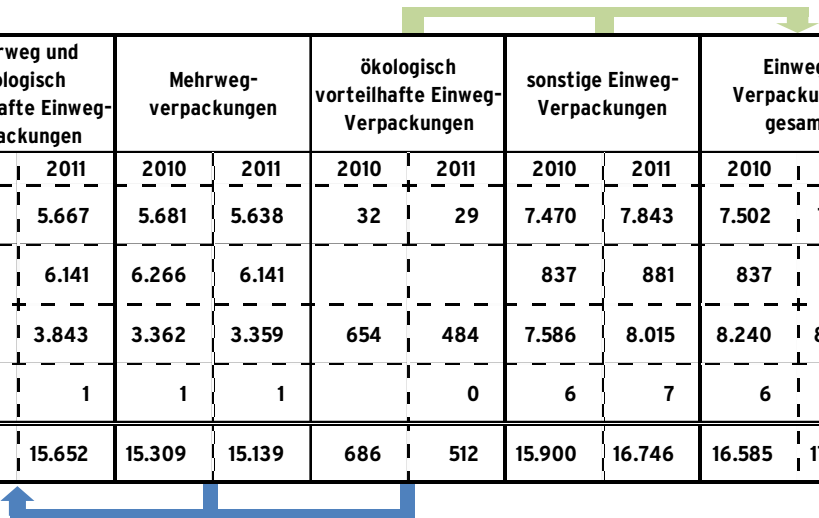
- So verliert der Mehrwegbereich über den gesamten Betrachtungszeitraums (2007 bis 2011) 4,5 Prozentpunkte.
- Im Jahr 2011 erreichen Mehrwegverpackungen nur noch 46,7 % und damit 1,3 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr.
- Die ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen (im Folgenden övE-Verpackungen) büßen im Betrachtungszeitraum mit 1,8 Prozentpunkten mehr als die Hälfte des Wertes von 2007 ein.
- Im Jahr 2011 verlieren die övE-Verpackungen 0,5 % Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr und liegen nunmehr bei 1,6 %.

Die Zahlen zeigen, dass sich die Zusammensetzung der MövE-Verpackungen zu Gunsten von Mehrweg verschiebt.

So sinkt der Anteil der övE-Verpackungen an den MövE-Verpackungen von 6,2 % in 2007 auf 3,3 % in 2011. Die Ursache liegt in den großen Marktverlusten des Getränkekartons.

Mengenentwicklung

Die nachfolgende Tabelle stellt die Verbrauchsergebnisse des aktuellen Berichtsjahres im Vergleich zum Vorjahr für die untersuchten Getränkearten zusammen und ermöglicht eine aktuelle Einordnung der Bedeutung der verschiedenen Packmittelgruppen.



Getränkesegmente	Mehrweg und ökologisch vorteilhafte Einwegverpackungen		Mehrwegverpackungen		ökologisch vorteilhafte Einweg-Verpackungen		sonstige Einweg-Verpackungen		Einweg-Verpackungen gesamt	
	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011	2010	2011
Mineralwasser	5.713	5.667	5.681	5.638	32	29	7.470	7.843	7.502	7.872
Bier inkl. Biermischgetr.	6.266	6.141	6.266	6.141			837	881	837	881
Erfrischungsgetränke	4.015	3.843	3.362	3.359	654	484	7.586	8.015	8.240	8.498
Alk. Mischgetränke	1	1	1	1		0	6	7	6	7
Getränke nach § 9 VerpackV	15.995	15.652	15.309	15.139	686	512	15.900	16.746	16.585	17.258

Tabelle 2: Getränkeverbrauch in Mio. Liter nach Packmittelgruppen bepfandeter Getränkesegmente 2011

Der Getränkeverbrauch steigt 2011 auf 32.398 Mio. Liter (2010: 31.894 Mio. Liter).

Die Mengenverluste bei MövE-Packmitteln liegen im vergangenen Jahr bei 343 Mio. Liter. Davon entfallen -173 Mio. Liter auf övE-Verpackungen und 170 Mio. Liter auf Mehrwegverpackungen.

Die Verluste bei Mehrweg finden vor allem in zwei Getränkesegmente wieder: Mit einem Minus von 125 Mio. Liter sind sie bei Bier am größten (entspricht 73% der Verluste), gefolgt von Mineralwasser (25 % der Verluste). Bei Bier sind die Verluste auf das sinkende Marktvolumen (und die Substitution durch Einweg) verursacht.

Die övE-Packmittel werden ausschließlich bei Getränken ohne Kohlensäure (v.a. bei Erfrischungsgetränken) eingesetzt, so dass die Verluste hier auftreten.

Neben den Substitutionsgewinnen (343 Mio. Liter) profitieren die sonstigen Einwegpackmittel vom Marktwachstum (503 Mio. Liter). Sie wachsen insgesamt um 846 Mio. Liter. Die stärksten Zuwächse erfolgen in den Wachstumsmärkten Erfrischungsgetränke (429 Mio. Liter) und Mineralwasser (373 Mio. Liter). Bei Bier trotzen die sonstigen Einwegpackmittel dem Abwärtstrend des Marktes und steigen im Verbrauch um 44 Mio. Liter an.

3 ABGRENZUNGSFRAGEN ZUM MÖVE-ANTEIL

Mit der 3. Novelle der VerpackV ergab sich die Notwendigkeit einer auf die Erfordernisse der Marktforschung abgestimmten Festlegung der Grund- und Teilgesamtheiten. Sie erfolgte für die 2003er Studie in Abstimmung mit dem UBA hinsichtlich der Abgrenzung der zu berücksichtigenden Getränkearten sowie der Abgrenzung der Packmittel und ist auch für diese Studie gültig.

Grundlegend ist, dass nur noch die Ermittlung des Anteils der MövE-Verpackungen an allen relevanten Getränken vorgeschrieben, eine weitere Differenzierung nach Getränkearten aber nicht mehr notwendig ist.

Die Ermittlung des Anteils erfordert die Definition eines Nenners und eines Zählers.

- Der Nenner entspricht der Grundgesamtheit und wird durch die einbezogenen Füllgutbereiche und Packmittel definiert.
- Der Zähler entspricht der Verbrauchsmenge der Getränke in MövE-Verpackungen in den einbezogenen Füllgutbereichen.

3.1 Einbezogene Füllgrößen

In der gültigen VerpackV gilt die Pfandpflicht bei Einwegverpackungen nur für die Füllgrößen von 0,1 bis 3,0 Liter. Für die Ermittlung des MövE-Anteils spielt dies aber keine Rolle. Daher werden auch Packmittel mit einer Füllgröße größer 3,0 Liter den relevanten Füllmengen zugerechnet, allerdings nur bis 10 Liter. Folglich sind Bag-in-Box-Behälter, Großflaschen, Großdosen und Kanister sowie kleine Bierfässer enthalten.

Die Füllgrößen über 10 Liter, meist spezielle Verpackungsvarianten wie Post- und Premix, Gallonen für Wasserspender sowie Fassware bleiben wie in den früheren Untersuchungen unberücksichtigt, da sie hauptsächlich im gewerblichen Bereich eingesetzt werden.

Ab 2009 wurden Miniflaschen kleiner 0,1 L (oft auch als Shots bezeichnet) erfasst, die nach der VerpackV als nicht bepfandet gelten. Sie wurden der Gruppe >3,0 L zugerechnet, da ein separater Ausweis aus Gründen des Informantenschutzes nicht möglich ist.

3.2 Einbezogene Füllgutbereiche

Im § 9 der VerpackV (Stand 5. Novelle) werden die Getränkebereiche genannt, für die die Bepfandung von Einwegverpackungen vorgesehen ist, sofern sie nicht ökologisch vorteilhaft sind.

Nach Vorgabe des BMU wurde für die Untersuchung festgelegt, dass die MövE-Anteile ausschließlich auf diese Getränkesegmente zu beziehen sind, die damit die Grundgesamtheit definieren.

Im Einzelnen werden folgende Getränkearten betrachtet; die Abgrenzungen sind im Detail mit dem BMU abgestimmt:

3.2.1 Mineralwasser

Einbezogen sind Quell-, Tafel-, Heilwässer und aromatisierte Wässer. Gesüßte Wässer sind wie bisher nicht berücksichtigt, sondern werden zu den Erfrischungsgetränken gezählt. Mit der 5. Novelle der VerpackV erfolgte hier noch eine Klarstellung durch die Erweiterung auf alle

übrigen trinkbaren Wässer. In der marktforscherischen Praxis der GVM wurde der Begriff Mineralwasser auch bisher weit ausgelegt, so dass sich diese Klarstellung nicht auf die Ermittlung der Verbrauchsmengen und der Quoten auswirkte.

3.2.2 Bier

Die Definition beinhaltet auch alkoholfreies Bier und Biermischgetränke. Anders im Vergleich zur Mehrwegberechnung ist, dass auf Grund des Einsatzes für private Haushalte zusätzlich zu den Großdosen auch Mehrwegfässer bis 10 Liter Berücksichtigung finden.

3.2.3 Erfrischungsgetränke

Im § 9 Absatz 2 Punkt 3 der VerpackV werden die Erfrischungsgetränke beschrieben. Speziell wird darauf verwiesen, dass sowohl Getränke mit als auch ohne CO₂ einbezogen sind. Eine abschließende Aufzählung der Getränkearten erfolgt nicht, auch wenn einige, „insbesondere Limonaden, einschließlich Cola-Getränke, Brausen, Bittergetränke und Eistee“ ausdrücklich genannt werden.

Getränke, die nach der VerpackV keine Erfrischungsgetränke sind, werden benannt: „Fruchtsäfte, Fruchtnektare, Gemüsesäfte, Gemüsenektare, Getränke mit einem Mindestanteil von 50 vom Hundert an Milch oder an Erzeugnissen, die aus Milch gewonnen werden“.²

War früher in den Untersuchungen eine Zuordnung der Verbrauchsmengen nach Getränken mit oder ohne CO₂ notwendig, ist jetzt die Zuordnung der einzelnen Getränkearten ausschlaggebend.

Nicht alle alkoholfreien Getränke zählen zu den Erfrischungsgetränken. Brottrunke und Heißgetränke sind Beispiele, die nach BMU nicht zuzurechnen sind. Dagegen werden Soja- und Sojamischgetränke zu den Erfrischungsgetränken gezählt.

Abgrenzung der Erfrischungsgetränke von Säften und Nektaren:

In der Fruchtsaftverordnung (FrSaftVO) wird beschrieben, was ein Fruchtsaft und ein Fruchtnektar ist. Analog hierzu werden die Gemüsesäfte und -nektare eingeordnet.

Eine weitere Hilfe für die Zuordnung ergibt sich aus den „Leitsätze(n) für Erfrischungsgetränke des Deutschen Lebensmittelbuchs“. Danach gehören die Fruchtsaftgetränke und die Fruchtschorlen zu den Erfrischungsgetränken, obwohl sie im Einzelfall mehr als 50 % Fruchtgehalt haben können. Der Saftgehalt des Getränks ist nicht allein entscheidend.

Nur wenn eine Fruchtschorle in Übereinstimmung mit der Fruchtsaftverordnung produziert wird, darf sie, auch karbonisiert, die Bezeichnung Fruchtnektar tragen und nur dann ist sie von der Pfandpflicht befreit.³

² Auf die Besonderheiten der diätetischen Getränke wird später eingegangen.

³ Vgl. auch die Klarstellungen des Verbandes der Fruchtsaftgetränke im Geschäftsbericht 2005; Bonn 2006, S. 75.

Fruchtschorlen werden bei den Erhebungen der GVM nicht einzeln, sondern mit den Fruchtsaftgetränken erfasst. Die vorgenannten Regelungen sind auch für die Beurteilung von Wellnessgetränken heranzuziehen, die bei der GVM keine eigenständige Kategorie bilden.

Frucht-Smoothies werden, soweit sie ausschließlich aus Früchten hergestellt sind, wie Säfte behandelt.⁴

Abgrenzung der Erfrischungsgetränke von Milchmodengetränken:

Getränke mit einem Mindestanteil von 50 % Milch oder Milcherzeugnissen sind keine Erfrischungsgetränke im Sinne der VerpackV.

Fruchtsaftthaltige Getränke mit einem Anteil an Milch oder Milcherzeugnissen (meist Molke) kleiner als 50 % werden weiterhin den Fruchtsaftgetränken und damit den Erfrischungsgetränken zugerechnet.

Molkegetränke, die mehr als 50 % Anteil an Milchprodukten aufweisen, werden daher trotz des Fruchtanteils nicht einbezogen.

Kaffeegetränke, deren Milch- oder Milchprodukteanteil unter 50 % liegt, sind den Erfrischungsgetränken zuzurechnen. Daher sind seit 2005 in Folge der VerpackV am Markt Anpassungsreaktionen zu beobachten: Die Rezeptur der meisten Getränke wurde so geändert, dass die Produkte einen Milch- oder Milchprodukteanteil von mehr als 50 % enthalten und damit nicht mehr zu den Erfrischungsgetränken, sondern zu den Milchmodengetränken gezählt werden müssen.

Mit dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit wurde in der Untersuchung für das Jahr 2009 die Frage abgestimmt, ob Kaffeegetränke, die auf Basis von Milchpulver hergestellt werden, ebenfalls unter die Freistellung der Milchgetränke von der Bepfandung fallen. Dazu wurde festgestellt, dass aus Milchpulver hergestellte Trockenmilch nicht vom Schutzzweck der Ausnahmeregelung erfasst sei und somit solche Produkte den Erfrischungsgetränken zuzurechnen sind.

Abgrenzung der diätetischen Getränke (bis 3/2009):

Mit der Pfandfreistellung der diätetischen Erfrischungsgetränke mit Ausnahme der Getränke für intensive Muskelanstrengung, vor allem für Sportler, im Sinne von Anlage 8 Punkt 7 DiätV wurde in der 3. Novelle der VerpackV ein Ausnahmetatbestand von der Pfandregelung zugelassen.⁵ Analog zur Behandlung der Fruchtsäfte hat dies zur Folge, dass sie ebenfalls nicht zu der relevanten Getränkegrundgesamtheit zählen und damit in die Berechnung des MövE-Anteils nicht eingehen dürfen. Maßstab für die Einordnung ist die Diätverordnung (DiätV).

⁴ In der GVM-Nomenklatur werden sie daher auch Ganzfruchtgetränke genannt.

⁵ Mineralwasser ist kein Erfrischungsgetränk und kann daher nicht unter die Sonderregelung für diätetische Getränke im § 8 Absatz 2 VerpackV fallen, auch wenn es als „geeignet zur natriumarmen Ernährung“ oder „geeignet für die Zubereitung von Säuglingsnahrung“ bezeichnet wird. Somit wurden solche Mineralwässer auch vor der 5. Novelle der VerpackV nicht als diätetische Getränke eingestuft.

Nach § 1 DiätV sind diätetische Lebensmittel solche, „die für eine besondere Ernährung bestimmt sind.“ Daher sieht das BMU in „light“-Getränken, bei denen Zucker durch ein anderes Süßungsmittel ersetzt wird, kein diätetisches Lebensmittel, auch dann nicht, wenn das Produkt als für Diabetiker geeignet ausgewiesen wird. Gerade die Zulassung von Süßstoff in Lebensmitteln des allgemeinen Verzehrs weist darauf hin, dass sich süßstoffgesüßte Getränke von Lebensmitteln des allgemeinen Verzehrs nicht hinreichend unterscheiden.

In der Praxis führt diese Definition immer wieder zu Abgrenzungsproblemen. So werden Getränke als diätetisch von den Herstellern deklariert, obwohl sie den o. g. Anforderungen nicht genügen.

In der marktforscherischen Bearbeitung dieser Studie wurde also die oben beschriebene Definition zu Grunde gelegt. Allerdings ist es für die GVM nicht leistbar, zu beurteilen, wann im Einzelfall ein diätetisches Getränk im Sinne der BMU-Abgrenzung vorliegt.

Abgrenzung der diätetischen Getränke (ab 4/2009):

Mit der 5. Novelle der VerpackV ist die Sonderregelung für diätetische Getränke deutlich eingeschränkt worden. Diese Änderung trat zum 1. April 2009 in Kraft, so dass sie im Rahmen der Bestimmung der 2009er Daten zu berücksichtigen war.

Damit reagierte der Verordnungsgeber auf das zunehmende Angebot von Getränken, die von den Abfüllern offenbar als diätetisch deklariert wurden, um der Pfandpflicht auszuweichen. Nach der Neuregelung sind nur noch solche diätetischen Getränke im Sinne des § 1 Abs. 2 Buchstabe c der Diätverordnung pfandfrei, die ausschließlich für Säuglinge oder Kleinkinder angeboten werden.

3.2.4 Alkoholhaltige Mischgetränke

Die Definition der VerpackV umfasst zwei Gruppen von alkoholhaltigen Mischgetränken:

- Getränke, die hergestellt werden entweder „unter Verwendung von Erzeugnissen, die nach §130 Abs. 1 des Gesetzes über das Branntweinmonopol der Branntweinsteuern“ oder „Fermentationsalkohol aus Bier, Wein oder weinähnlichen Erzeugnissen“ und weniger als 15 vol % Alkoholgehalt aufweisen.

Erfasst werden für den zweiten Fall aber nur solche alkoholhaltigen Mischgetränke, die als Substitut für destillierten Alkohol (Branntwein) unter Verwendung „von Fermentationsalkohol aus Bier, Wein oder weinähnlichen Erzeugnissen, auch in weiterverarbeiteter Form, der einer technischen Behandlung unterzogen wurde, die nicht mehr der guten Herstellungspraxis entspricht“, hergestellt werden.

Mischgetränke, die unter Verwendung von "normalem" Bier, Wein oder weinähnlichen Erzeugnissen entsprechend der Verkehrsauffassung erzeugt werden, sind keine alkoholhaltigen Mischgetränke im Sinne des § 8 Abs. 2 Nr. 4 erster Spiegelstrich, zweiter

Unterspiegelstrich: Biermischgetränke fallen unter § 8 Abs. 2 Nr. 1 VerpackV, Weinmischgetränke unter § 8 Abs. 2 Nr. 4 zweiter Spiegelstrich VerpackV.⁶

- Weinmischgetränke, die einen Anteil von Wein oder weinähnlichen Erzeugnissen von unter 50 vom Hundert aufweisen. Zu den weinähnlichen Erzeugnissen gehören auch Frucht- oder Kernobstweine. Weist also z.B. ein Apfelweinemischgetränk einen Anteil von weniger als 50 % Apfelwein auf, ist es zu bepfanden.

Das Segment der alkoholischen Mischgetränke wurde in den Studien vor 2004 nicht berücksichtigt. Auch hier reagierte der Markt auf die Bepfandung durch neue Getränkevarianten auf Weinbasis, die nicht pfandpflichtig sind.

3.3 Ökologisch vorteilhafte Einweg-Packmittel

Im § 3 Absatz 4 der VerpackV sind die Einweg-Verpackungen, die als ökologisch vorteilhaft einzuordnen sind, im Einzelnen aufgeführt:

- Getränkekartonverpackungen (Blockpackungen, Giebelverpackungen, Zylinderpackung)
In der Auswertung wurden alle Ausfertigungen von Verpackungen aus Flüssigkeitskarton in den Varianten Karton/Polyethylen oder Karton/Aluminium/Polyethylen, unabhängig von der Form (Blockpackung, Giebelpackung, Zylinderpackung) und unabhängig von den Entnahme- bzw. Öffnungsvarianten (Naht, Strohhalm, Verschluss) diesem Packmittel zugerechnet. Mit der 5. Novelle der VerpackV ist die Liste der konkret benannten Verpackungen aus Getränkekarton um Zylinderpackungen erweitert worden.
- Getränke-Polyethylen-Schlauchbeutel-Verpackungen
Schlauchbeutelverpackungen spielen in den relevanten Getränkebereichen keine Rolle. Sie werden im Getränkebereich nur bei Milch eingesetzt.
- Folien-Standbodenbeutel
Im Getränkebereich sind Standbodenbeutel in der Regel Polyester/Aluminium/Polyethylen-Verbunde.⁷

⁶ Zur Klarstellung: Biermischgetränke mit Zusätzen wie z.B. Tequila oder Tequilaaroma werden unter Bier erfasst.

⁷ Dazu gehören auch neuere Formen wie beispielsweise der Doy-Pack.

4 METHODIK DER DATENERHEBUNG

4.1 Ermittlung der notwendigen Verbrauchszahlen

Die Ergebnisse basieren auf Hochrechnungen der GVM für den Gesamtmarkt. Folgende Quellen sind in die Auswertung eingegangen:

- Interviews bei einer Vielzahl von abfüllenden Unternehmen inkl. Importeuren (Inlandsabfüllung, Exporte, Inlandsabsatz, ggfs. Importe; nach Getränkearten, Packmitteln und Füllgrößen)
- Auswertungen von Geschäftsberichten und anderen Veröffentlichungen oder Meldungen zu Abfüllern, einschließlich der Internetseiten und Zeitschriftenartikel
- Absatzstatistiken der drei großen Blockpackungshersteller
- Angaben des Verbandes Deutscher Mineralbrunnen e.V. (VDM)
- Angaben des Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V. (VdF)
- Angaben der Genossenschaft Deutscher Brunnen e.G. (GDB)
- Angaben der PETCYCLE GmbH
- Store-Checks
- Auswertungen von Handels- und Konsumentenpanels
- Produktions- und Außenhandelsstatistik des Statistischen Bundesamtes

Einen Ausgangspunkt der Untersuchung bilden die GVM-Getränke-Panelberichte (vgl. Literaturverzeichnis). Da sich die Abgrenzung der Panelberichte nicht mit den Abgrenzungen der Getränkesegmente nach der VerpackV deckt, wurden auch Panelberichte wie z.B. Fruchtsäfte hinzugezogen, die nicht dem Pflichtpfand unterliegen. Weiterhin sind nicht alle Getränkesegmente Gegenstand der Panelmarktforschung, so dass zusätzliche Erhebungen notwendig waren. Für diese Untersuchung schließt dies alkoholhaltige Mischgetränke, Soja- und Sojalmischgetränke, Smoothies, Kaffeegetränke, Milchmodischgetränke und diätetische Getränke ein. Eine wichtige Datenbasis der Verbrauchsermittlung bei Sojagetränke ist die für diese Studie durchgeführte Auswertung der SymphonieIRI Group GmbH, Düsseldorf (IRI).

Im Unterschied zu den Panelberichten, die eine Marktanalyse der Abfüllung bzw. des Absatzes in Deutschland produzierender Unternehmen zum Ziel hat, wird hier die Packmittelstruktur des Getränkeverbrauchs untersucht.

Dem liegt folgender Zusammenhang zu Grunde:

Getränkeabsatz inländischer Unternehmen Inland

+ gefüllte Importe

./. gefüllte Exporte

= Inlandsverbrauch

Der Getränkeabsatz orientiert sich für das Gesamtvolumen an der Produktionsstatistik des Statistischen Bundesamtes. Allerdings werden hinsichtlich nicht erfasster Produktionsmengen (beispielsweise wegen der statistischen Mindestgrößen der Unternehmen in der Erfassung der Produktionsstatistik) Ergänzungen und Modifikationen vorgenommen, die sich aus dem

Abgleich mit anderen Quellen, insbesondere den eigenen Erhebungen, ableiten. Auch entspricht die Getränkesystematik des Statistischen Bundesamtes nicht der Einteilung der GVM und den Erfordernissen dieser Studie. Die im Rahmen der Panelmarktforschung ermittelten Zahlen zur Abfüllung werden im Laufe der Untersuchung überprüft und vor dem Hintergrund neuer Informationen und Erkenntnisse neu bewertet.

Der Getränkeverbrauch wird ausgehend von den Absatzmengen und den endgültigen Daten der Außenhandelsstatistik für die einzelnen Packmittel ermittelt. Auch bezüglich der Außenhandelsdaten werden soweit sich Widersprüche mit anderen Daten erkennen lassen, Überprüfungen vorgenommen. Dazu gehören z.B. Anfragen zu Überprüfung von Daten an das Statistische Bundesamt sowie der Vergleich mit Eurostat Daten.

Ein weiterer Baustein bei der Berechnung der packmittelspezifischen Verbrauchsdaten sind die Daten der Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg (GfK), die speziell für diesen Untersuchungszweck für die Getränkesegmente Bier, Mineralwasser, Erfrischungsgetränke und Säfte erstellt wurden. Die GfK-Daten basieren auf dem ConsumerScan, einer flächendeckenden Erhebung in 30.000 Haushalten. Sie decken daher nicht den gesamten Getränkeverbrauch in Deutschland ab, sondern nur den Haushaltsverbrauch. Trotzdem sind sie ein wichtiges Instrument zum Abgleich und zur Ergänzung der von GVM ermittelten Daten, besonders hinsichtlich der Verpackungsstruktur.

Die Differenzierung der MövE-Anteile nach Getränkearten ist in der VerpackV nicht gefordert. Gleichwohl wurden die getränkesspezifischen Relationen untersucht, da sie Aufschluss über die Bestimmungsfaktoren der Gesamtanteile geben.

Zusätzlich zur Gegenüberstellung der Daten nach den Anforderungen der VerpackV ab der 3. Novelle erfolgt ein Vergleich mit den Daten des Jahres 2003 unter Rückgriff auf die Definitionen der ursprünglichen VerpackV. Der Rückgriff auf die alte Abgrenzung ist notwendig, weil für das Jahr 2003 keine Daten für die neuen Getränkesegmente verfügbar sind und daher die Gesamtentwicklung seit Einführung des Pflichtpfandes besser beurteilt werden kann.

4.2 Die Behandlung diätetischer Erfrischungsgetränke

Eine diffizile marktforscherische Aufgabe ist die Bestimmung des Verbrauchs diätetischer Erfrischungsgetränke.

Bis zum 1. Quartal 2009 bot die besondere Behandlung dieser Getränke durch die VerpackV der abfüllenden Industrie grundsätzlich die Möglichkeit der Bepfandung von Einweggebinden zu entgehen, wenn die Getränke sich im Sinne der DiätV als diätetisch einstufen ließen und als diätetische Lebensmittel in Verkehr gebracht wurden.

Allerdings war die (Selbst)deklaration der Hersteller kein eindeutiger Beleg dafür, dass die Anforderungen der DiätV erfüllt sind; insbesondere dann, wenn die Getränke als Lebensmittel des allgemeinen Verzehrs anzusehen sind. Damit lag auch kein abschließender Beleg für die Pfandfreistellung vor.

Marktforscherisch war die rechtliche Frage, ob eine richtige Zuordnung nach DiätV erfolgte, nicht abschließend zu beantworten. Daher bildeten in der Betrachtung bis zu Inkrafttreten der 5. Novelle die in der Produktionsstatistik ausgewiesenen Abfüllmengen für diätetische Erfrischungsgetränke einen wichtigen Orientierungspunkt.

Weiterhin wurden von uns Abfüller hinsichtlich des Anteils diätetischer Getränke im Sinne der DiätV befragt. In dieser Befragung wurden uns leider auch in erheblichem Maße Mengen genannt, die den Light-Getränken zuzurechnen sind, so dass die Mengen deutlich herabgesetzt werden mussten. Ebenfalls blieben solche Mengen unberücksichtigt, bei denen eine Einordnung als diätetisch nach BMU nicht in Frage kam. Entsprechende Bewertungen des BMU standen der GVM schon in den vergangenen Auswertungen zur Verfügung.

Ab dem 1. April 2009 trat die Neuregelung der 5. Novelle der VerpackV in Kraft. Die Freistellung der diätetischen Getränke von der Pfandpflicht wurde damit deutlich eingeschränkt.

Für die Datenerhebung 2009 wurde das 1. Quartal 2009 nach der alten Abgrenzung, die restlichen drei Quartale nach der neuen Abgrenzung gerechnet. D.h., für das 1. Quartal wurden diätetische Getränke aus den einzelnen Getränkearten herausgerechnet, also die Berechnungen nach dem Stand der 3. Veränderungsverordnung durchgeführt.

Mit dem Berichtsjahr 2010 kamen die Regelungen der 5. Novelle der VerpackV ganzjährig zur Wirkung. Die Beschränkung der Freistellung auf Erfrischungsgetränke, die ausschließlich für Säuglinge oder Kleinkinder angeboten werden, ist empirisch kaum relevant. Systematisch werden diese Mengen in den Basisdaten des GVM-Panels nicht erfasst, so dass sie auch nicht herausgerechnet werden müssen.

Die Besonderheiten der Abgrenzungen und speziell deren unterjährige Veränderung führen zu einer großen Fehlerbandbreite der Ergebnisse in 2009.

5 ERGEBNISSE IM EINZELNEN

5.1 Getränkeverbrauch in den bepfandeten Getränkesegmenten

Mit der achten Untersuchung nach neuer Definition können die Veränderungen zu den Vorjahren auf Grundlage einer dauerhaft vergleichbaren Datenbasis beschrieben werden.

Der Verbrauch der Getränke, die unter den § 9 der VerpackV fallen, erreicht 2011 ein Volumen von 32,4 Mrd. Liter. Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einem Zuwachs von 1,6 %. Insgesamt erreicht der Getränkekonsum in den untersuchten Segmenten damit seit 2007 einen neuen Höchststand.

- Der Verbrauch an Mineralwasser erreicht 2011 13,5 Mrd. Liter und kehrte nach dem geringen Minus im Vorjahr wieder in den Wachstumstrend zurück (+2,5 % gegenüber dem Vorjahr): Mineralwasser ist nach wie vor das stärkste Getränkesegment. Wie schon in den vergangenen Jahren ist Mineralwasser ohne CO₂ mit +7,8 % deutlich stärker angestiegen als Mineralwasser mit CO₂ (+1,1 %). Die Entwicklung wird nach wie vor geprägt von einem preisaggressiven Wettbewerb, mit einem schwächeren Absatz der Brunnenbetriebe und einem Rückgang der Wasserimporte zu Gunsten von gesüßtem Wasser mit Geschmack, das zu den Erfrischungsgetränken zählt.
- Der Bierverbrauch sinkt mittelfristig seit vielen Jahren zu Gunsten der alkoholfreien Getränke. In 2011 verliert Bier 0,7 % der Absatzmenge und damit weniger als im Vorjahr (-3,3 %). Dies zeigt sich auch beim Außerhaus-Konsum, der weniger als der Gesamtbierabsatz zurückgegangen ist. Davon betroffen war jedoch im Wesentlichen die Fassbierabfüllung, die hier keine Berücksichtigung findet.
- Der Verbrauch an Erfrischungsgetränken ist in 2011 kräftig angestiegen (+2,2 %). Die Entwicklung der Teilsegmente verlief allerdings sehr unterschiedlich.
- Die mengenmäßig stärksten Zuwächse sind bei Limonaden / Bittergetränken zu verzeichnen. Sie machen 77 % der Zuwächse bei Erfrischungsgetränken aus, entsprechen aber nur einer Wachstumsrate von 2,6 % ggü. dem Vorjahr. Die prozentual stärksten Zuwächse waren bei den Sportgetränken mit einem Plus von 15,0 % zu verzeichnen, was zu einem Anteil von 23,4 % an den Gesamtzuwächsen führte.
- Ein kräftiger Anstieg des Verbrauchs war auch bei den sonstigen Getränken (v.a. Soja- und Sojamischgetränke) zu verzeichnen (+5,7 %), während bei Fruchtsaftgetränken und trinkfertigen Kaffeegetränken mit einem Plus von 0,3 % bzw. 0,6 % nur ein moderater Anstieg festzustellen war.
- Als einziges Teilsegment weist Eistee einen Rückgang im Konsum aus (-1,2 %).
- Der Markt für alkoholhaltige Mischgetränke im Sinne der VerpackV ist in den letzten beiden Jahren deutlich angestiegen. Mit 7,6 Mio. Liter ist 2011 der höchste Stand der letzten fünf Jahre erreicht. Gegenüber 2010 wuchs der Konsum in 2011 um 3,3 %.

Getränkesegmente	2007	2008	2009	2010	2011	Veränderungen 2011 zu 2010
Mineralwasser	13.253.002	13.131.642	13.204.452	13.183.096	13.510.450	+ 2,5 %
Mineralwasser mit CO ₂	10.872.393	10.579.977	10.560.877	10.504.145	10.622.924	+ 1,1 %
Mineralwasser ohne CO ₂	2.380.609	2.551.665	2.643.575	2.678.951	2.887.526	+ 7,8 %
Bier inkl. Biermischgetränke	7.546.969	7.425.639	7.343.508	7.075.002	7.022.014	- 0,7 %
Erfrischungsgetränke	11.301.130	11.432.237	11.288.298	11.601.412	11.857.610	+ 2,2 %
Fruchtsaftgetränke	2.850.697	2.845.938	2.748.927	2.767.570	2.774.939	+ 0,3 %
Sportgetränke	289.225	343.094	374.742	398.322	458.183	+ 15,0 %
Eistee	928.953	950.280	929.250	895.840	884.811	- 1,2 %
Limonaden, Bittergetränke	7.188.370	7.241.579	7.186.324	7.491.754	7.689.330	+ 2,6 %
sonstige Getränke	43.885	45.190	42.521	41.517	43.897	+ 5,7 %
Kaffeegetränke	0	6.156	6.535	6.410	6.450	+ 0,6 %
alkoholhaltige Mischgetränke	5.883	6.026	6.294	7.382	7.629	+ 3,3 %
Summe Getränke nach § 9 VerpackV	32.106.985	31.995.543	31.842.552	31.866.892	32.397.703	+ 1,7 %

Tabelle 3: Entwicklung der Getränkesegmente 2007 - 2011 in 1.000 L - einschließlich Untersegmente

Die nachfolgende Tabelle zeigt, wie sich die Entwicklung des Getränkeverbrauchs auf die Getränkestruktur auswirkt. Für die Ermittlung des MöVe-Anteils für pfandpflichtige Getränkesegmenten insgesamt zeigen diese Prozentsätze den Gewichtungsfaktor mit dem die MöVe-Anteile der einzelnen Segmente in den Gesamtanteil eingehen.

Getränkesegment	2007	2008	2009	2010	2011
Mineralwasser	41,3 %	41,0 %	41,5 %	41,3 %	41,7 %
Bier inkl. Biermischgetr.	23,5 %	23,2 %	23,1 %	22,3 %	21,7 %
Erfrischungsgetränke	35,2 %	35,7 %	35,5 %	36,4 %	36,6 %
Alk. Mischgetränke	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %	0,0 %
Getränke nach § 9 VerpackV	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %	100,0 %

Tabelle 4: Anteile der Getränkesegmente am Verbrauch 2007 - 2011 in %

- Mineralwasser erreicht 2011 mit 41,7 % den bisher höchsten Marktanteil.
- Der Marktanteil des Biersegmentes sinkt seit vielen Jahren kontinuierlich. 2011 sind nur noch 21,7 % erreicht worden.
- Dank eines stärkeren Zuwachses als der Gesamtmarkt (vgl. Tabelle 4) steigt 2011 bei den Erfrischungsgetränken der Marktanteil auf 36,6 %.
- Das Absatzvolumen der alkoholischen Mischgetränke ist nach wie vor so gering, dass in der Gesamtstatistik der Getränkesegmente der Anteil deutlich kleiner als 0,1 % ist.

5.2 Trends in der Entwicklung der Packmittelstruktur

In den folgenden Abschnitten werden die marktforscherischen Ergebnisse zur Packmittelentwicklung dargestellt.

Neben den Übersichtstabellen werden folgende Aspekte einzeln beleuchtet

- Entwicklung der MövE-Packmittel
- Entwicklung der nicht ökologisch vorteilhaften Einweg Packmittel
- Entwicklung der Packmittelstruktur für die einzelnen Getränkesegmente

5.2.1 Gesamtübersicht

Die nachfolgenden Tabellen zeigen die Ergebnistabellen für alle Packmittel und Getränkesegmente für die Jahre 2007 bis 2011.

Tabelle 6 zeigt den Getränkeverbrauch in Mio. Liter, Tabelle 7 die Anteile der Packmittel am Verbrauch. Folgende Packmittel werden unterschieden:

Packmittel	Gruppierung Einweg-Mehrweg		Gruppierung MövE
Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg		Möve-Packmittel
Mehrweg-Kunststoffflaschen			
Mehrweg-Fässer bis 10 l			
Getränkekarton	Einweg	Einweg der Füllgrößen 0,1 bis 3,0 L	Nicht ökologisch vorteilhafte Einwegverpackung
Standbeutel / Schlauchbeutel			
Einweg-Glasflaschen			
Einweg-Kunststoff-flaschen			
Getränkedosen			
Kunststoffbecher			
Bag-in-Box bis 3 Liter			
sonstige Einwegpackmittel			
Fläschchen < 100 ml Großflaschen/ Kanister > 3 L (bis 10 L)		Einweg der Füllgrößen < 0,1 L und > 3 L (bis 10 L)	
Bag-in-Box > 3 L (bis 10 L)			
Großdosen > 3 L (bis 10 L)			

Tabelle 5: Übersicht und Zuordnung der ausgewiesenen Packmittel

Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen für das Jahr 2011

Segment	Jahr	relevante Füll- menge	MöVE-Packmittel	nicht ökol. Vorteilhaft Einweg- Packmittel	Mehrweg gesamt	Einweg gesamt	Mehrweg und ökologisch vorteilhaftes Einweg				sonstige Einweg 0,1 bis 3,0 L							s. Einweg <0,1 u. > 3,0 L		
							Mehrweg			Einweg										
							Mehrweg- Glasflaschen	Mehrweg- Kunststoff- flaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränkekarton	Standbeutel / Schlauchbeutel	Einweg- Glasflaschen	Einweg-Kunststoff- flaschen	Getränkedosen	Kunststoff-becher	Bag-in-Box	sonstige Einweg- Packmittel	Großflaschen/ Kanister (1)	Bag-in-Box	Großdosen
Bier	2007	7.547,0	6.431,8	1.115,2	6.431,8	1.115,2	6.414,9		16,9			146,1	491,3	439,8						38,0
	2008	7.425,6	6.473,0	952,6	6.473,0	952,6	6.457,2		15,8			102,2	561,2	250,9						38,3
	2009	7.343,5	6.500,4	843,1	6.500,4	843,1	6.484,0		16,4			77,9	498,2	230,9						36,0
	2010	7.075,0	6.231,2	843,8	6.231,2	843,8	6.212,7		18,5			73,6	512,5	219,7						37,9
	2011	7.022,0	6.141,0	881,0	6.141,0	881,0	6.125,2		15,8			74,1	538,3	230,3						38,3
Mineralwasser	2007	13.253,0	6.264,1	6.988,9	6.218,8	7.034,2	3.786,5	2.432,3		45,3		13,2	6.964,6	0,4	0,2			10,3	0,2	
	2008	13.131,6	5.956,0	7.175,7	5.923,3	7.208,4	3.463,1	2.460,2		32,7		14,9	7.151,6	0,5	0,2			8,3	0,2	
	2009	13.204,5	5.781,9	7.422,6	5.750,1	7.454,4	3.294,0	2.456,1		31,8		13,3	7.401,4	0,7	0,2			6,8	0,3	
	2010	13.183,1	5.712,8	7.470,3	5.680,8	7.502,3	3.201,5	2.479,4		32,0		17,1	7.444,4	0,6	0,2			7,9	0,1	
	2011	13.510,5	5.667,0	7.843,5	5.638,3	7.872,1	3.111,1	2.527,2		28,6		24,0	7.809,3	1,7	0,2			8,3	0,1	

Tabelle 6: Verbrauch in Mio. Liter, 2007 - 2011, Getränkesegmente innerhalb des § 9 der VerpackV

Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen für das Jahr 2011

Segment	Jahr	relevante Füll- menge	MöVE-Packmittel	nicht ökol. Vorteilhaft Einweg- Packmittel	Mehrweg gesamt	Einweg gesamt	Mehrweg und ökologisch vorteilhaftes Einweg					sonstige Einweg 0,1 bis 3,0 L							s. Einweg <0,1 u. > 3,0 L	
							Mehrweg			Einweg										
							Mehrweg- Glasflaschen	Mehrweg- Kunststoff- flaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränkekarton	Standbeutel / Schlauchbeutel	Einweg- Glasflaschen	Einweg-Kunststoff- flaschen	Getränkedosen	Kunststoff-becher	Bag-in-Box	sonstige Einweg- Packmittel	Großflaschen/ Kanister (l)	Bag-in-Box	Großdosen
Erfrischungs- getränke	2007	11.301,1	4.838,5	6.462,7	3.799,1	7.502,0	1.298,6	2.500,5		956,5	82,9	26,0	6.132,7	277,7	2,0			20,7	3,6	
	2008	11.432,2	4.383,6	7.048,6	3.440,1	7.992,1	1.129,5	2.310,6		862,5	80,9	21,3	6.761,7	238,3	2,0			21,7	3,8	
	2009	11.288,3	4.224,5	7.063,8	3.429,2	7.859,1	1.115,9	2.313,3		722,1	73,2	22,5	6.833,9	177,5	1,6			25,3	3,0	
	2010	11.601,4	4.015,3	7.586,1	3.361,7	8.239,8	1.090,4	2.271,2		581,0	72,6	29,5	7.313,8	225,4	1,5			12,8	3,0	
	2011	11.857,6	3.842,9	8.014,7	3.359,2	8.498,4	1.050,9	2.308,3		414,0	69,7	20,2	7.703,2	275,8	1,5			11,3	2,8	
Alk. Mischge- tränke	2007	5,9	1,4	4,5	1,4	4,5	1,4					0,5		4,0						
	2008	6,0	1,3	4,7	1,3	4,7	1,3					0,5		4,3						
	2009	6,3	1,0	5,3	1,0	5,3	1,0					0,2		5,1						
	2010	7,4	1,1	6,3	1,1	6,3	1,1					0,3		6,0						
	2011	7,6	0,9	6,7	0,9	6,7	0,9			0,0		0,2		6,5						
Summe	2007	32.107,0	17.535,7	14.571,3	16.451,1	15.655,9	11.501,3	4.932,8	16,9	1.001,7	82,9	185,9	13.588,5	722,0	2,2			31,0	3,8	38,0
	2008	31.995,5	16.813,9	15.181,6	15.837,7	16.157,8	11.051,0	4.770,8	15,8	895,3	80,9	138,8	14.474,5	493,9	2,2			30,0	4,0	38,3
	2009	31.842,6	16.507,8	15.334,7	15.680,7	16.161,9	10.894,9	4.769,4	16,4	753,9	73,2	114,0	14.733,5	414,2	1,8			32,1	3,2	36,0
	2010	31.866,9	15.960,4	15.906,5	15.274,8	16.592,1	10.505,6	4.750,6	18,5	613,0	72,6	120,6	15.270,8	451,7	1,7			20,7	3,1	37,9
	2011	32.397,7	15.651,8	16.745,9	15.139,4	17.258,3	10.288,1	4.835,5	15,8	442,6	69,7	118,5	16.050,7	514,3	1,6			19,6	2,9	38,3

Tabelle 6: Verbrauch in Mio. Liter, 2007 - 2011, Getränke-segmente innerhalb des § 9 der VerpackV - Fortsetzung

Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen für das Jahr 2011

Segment	Jahr	relevante Füll- menge	ökolo. Vorteilhaft gesamt	nicht ökol. Vorteilhaft	Mehrweg gesamt	Einweg gesamt	ökologisch vorteilhaft					sonstige Einweg bis 3,0 Liter							son. Einweg > 3,0 l		
							Mehrweg			Einweg											
							Mehrweg- Glasflaschen	Mehrweg- Kunststoff- flaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränkekarton	Standbeutel / Schlauchbeutel	Einweg- Glasflaschen	Einweg-Kunststoff- flaschen	Getränkedosen	Kunststoff-becher	Bag-in-Box	sonstige Einweg- Packmittel	Großflaschen/ Kanister (1)	Bag-in-Box	Großdosen	
Bier	2007	100,0 %	85,2 %	14,8 %	85,2 %	14,8 %	85,0 %		0,2 %			1,9 %	6,5 %	5,8 %						0,5 %	
	2008	100,0 %	87,2 %	12,8 %	87,2 %	12,8 %	87,0 %		0,2 %			1,4 %	7,6 %	3,4 %						0,5 %	
	2009	100,0 %	88,5 %	11,5 %	88,5 %	11,5 %	88,3 %		0,2 %			1,1 %	6,8 %	3,1 %						0,5 %	
	2010	100,0 %	88,1 %	11,9 %	88,1 %	11,9 %	87,8 %		0,3 %			1,0 %	7,2 %	3,1 %						0,5 %	
	2011	100,0 %	87,5 %	12,5 %	87,5 %	12,5 %	87,2 %		0,2 %			1,1 %	7,7 %	3,3 %						0,5 %	
Wasser	2007	100,0 %	47,3 %	52,7 %	46,9 %	53,1 %	28,6 %	18,4 %		0,3 %		0,1 %	52,6 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %		
	2008	100,0 %	45,4 %	54,6 %	45,1 %	54,9 %	26,4 %	18,7 %		0,2 %		0,1 %	54,5 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %		
	2009	100,0 %	43,8 %	56,2 %	43,5 %	56,5 %	24,9 %	18,6 %		0,2 %		0,1 %	56,1 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %		
	2010	100,0 %	43,3 %	56,7 %	43,1 %	56,9 %	24,3 %	18,8 %		0,2 %		0,1 %	56,5 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %		
	2011	100,0 %	41,9 %	58,1 %	41,7 %	58,3 %	23,0 %	18,7 %		0,2 %		0,2 %	57,8 %	0,0 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %		

Tabelle 7: Anteile der Packmittel am Verbrauch 2007 – 2011, Getränke-segmente innerhalb des § 9 der VerpackV

Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen für das Jahr 2011

Segment	Jahr	relevante Füll- menge	ökolo. Vorteilhaft gesamt	nicht ökol. Vorteilhaft	Mehrweg gesamt	Einweg gesamt	ökologisch vorteilhaft					sonstige Einweg bis 3,0 Liter							son. Einweg > 3,0 l	
							Mehrweg			Einweg										
							Mehrweg- Glasflaschen	Mehrweg- Kunststoff- flaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränkekarton	Standbeutel / Schlauchbeutel	Einweg- Glasflaschen	Einweg-Kunststoff- flaschen	Getränkedosen	Kunststoff-becher	Bag-in-Box	sonstige Einweg- Packmittel	Großflaschen/ Kanister (l)	Bag-in-Box	Großdosen
Erfrischungs- getränke	2007	100,0 %	42,8 %	57,2 %	33,6 %	66,4 %	11,5 %	22,1 %		8,5 %	0,7 %	0,2 %	54,3 %	2,5 %	0,0 %			0,2 %	0,0 %	
	2008	100,0 %	38,3 %	61,7 %	30,1 %	69,9 %	9,9 %	20,2 %		7,5 %	0,7 %	0,2 %	59,1 %	2,1 %	0,0 %			0,2 %	0,0 %	
	2009	100,0 %	37,4 %	62,6 %	30,4 %	69,6 %	9,9 %	20,5 %		6,4 %	0,6 %	0,2 %	60,5 %	1,6 %	0,0 %			0,2 %	0,0 %	
	2010	100,0 %	34,6 %	65,4 %	29,0 %	71,0 %	9,4 %	19,6 %		5,0 %	0,6 %	0,3 %	63,0 %	1,9 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
	2011	100,0 %	32,4 %	67,6 %	28,3 %	71,7 %	8,9 %	19,5 %		3,5 %	0,6 %	0,2 %	65,0 %	2,3 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	
Alk. Misch- getränke	2007	100,0 %	23,1 %	76,9 %	23,1 %	76,9 %	23,1 %					8,9 %		68,0 %						
	2008	100,0 %	21,2 %	78,8 %	21,2 %	78,8 %	21,2 %					7,7 %		71,1 %						
	2009	100,0 %	15,7 %	84,3 %	15,7 %	84,3 %	15,7 %					3,9 %		80,3 %						
	2010	100,0 %	14,3 %	85,7 %	14,3 %	85,7 %	14,3 %					4,0 %		81,7 %						
	2011	100,0 %	12,0 %	88,0 %	11,7 %	88,3 %	11,7 %			0,4 %		2,8 %		85,2 %						
Summe	2007	100,0 %	54,6 %	45,4 %	51,2 %	48,8 %	35,8 %	15,4 %	0,1 %	3,1 %	0,3 %	0,6 %	42,3 %	2,2 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	0,1 %
	2008	100,0 %	52,6 %	47,4 %	49,5 %	50,5 %	34,5 %	14,9 %	0,0 %	2,8 %	0,3 %	0,4 %	45,2 %	1,5 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	0,1 %
	2009	100,0 %	51,8 %	48,2 %	49,2 %	50,8 %	34,2 %	15,0 %	0,1 %	2,4 %	0,2 %	0,4 %	46,3 %	1,3 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	0,1 %
	2010	100,0 %	50,1 %	49,9 %	47,9 %	52,1 %	33,0 %	14,9 %	0,1 %	1,9 %	0,2 %	0,4 %	47,9 %	1,4 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	0,1 %
	2011	100,0 %	48,3 %	51,7 %	46,7 %	53,3 %	31,8 %	14,9 %	0,0 %	1,4 %	0,2 %	0,4 %	49,5 %	1,6 %	0,0 %			0,1 %	0,0 %	0,1 %

(1) bei Erfrischungsgetränken inkl. Fläschchen < 100 ml

Tabelle 7: Anteile der Packmittel am Verbrauch 2007 - 2011, Getränkesegmente innerhalb des § 9 der VerpackV - Fortsetzung

Fasst man die Ergebnisse der Detailtabelle zu einem Überblick der Packmittelentwicklung für alle Getränkesegmente, die der Bepfandung unterliegen, zusammen, so entsteht folgende Übersicht:

Packmittel	2007	2008	2009	2010	2011
Mehrweg-Glasflaschen	35,8%	34,5%	34,2%	33,0%	31,8%
Änderung ggü Vorjahr		-1,3%	-0,3%	-1,2%	-1,2%
Mehrweg-Kunststoffflaschen	15,4%	14,9%	15,0%	14,9%	14,9%
Änderung ggü Vorjahr		-0,5%	0,1%	-0,1%	0,0%
Getränkekarton	3,1%	2,8%	2,4%	1,9%	1,4%
Änderung ggü Vorjahr		-0,3%	-0,4%	-0,4%	-0,6%
Einweg-Kunststoffflaschen	42,3%	45,2%	46,3%	47,9%	49,5%
Änderung ggü Vorjahr		2,9%	1,0%	1,7%	1,6%
Einweg-Glasflaschen	0,6%	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%
Änderung ggü Vorjahr		-0,1%	-0,1%	0,0%	0,0%
Getränkedosen	2,2%	1,5%	1,3%	1,4%	1,6%
Änderung ggü Vorjahr		-0,7%	-0,2%	0,1%	0,2%
Andere Verpackungen	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%	0,5%
Änderung ggü Vorjahr		0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Tabelle 8: Anteil wichtiger Packmittel am Getränkeverbrauch gesamt 2007 - 2011

- Mehrweg-Glasflaschen sind nach wie vor die zweitstärkste Packmittelgruppe, obwohl sie kontinuierlich Anteile verlieren. 2011 erreichen Sie einen Marktanteil von 31,8 %. Dies bedeutet einen Rückgang von 1,2 Prozentpunkte ggü. 2010 und 4,0 Prozentpunkte ggü. 2007.
- Der Marktanteil von Mehrweg-Kunststoffflaschen stagniert seit 2008 und trägt damit zur Stabilisierung der MövE-Quote bei. Er liegt bei 14,9 %, 0,5 Prozentpunkte niedriger als 2007.
- Der Marktanteil des Getränkekartons ist in den letzten fünf Jahren drastisch zurückgegangen und erreicht 2011 nur noch 1,4 %. Dies sind 0,6 Prozentpunkte weniger als im Vorjahr und 1,7 Prozentpunkte weniger als 2007.
- Einweg-Kunststoffflaschen sind 2011 mit 49,3 % am Getränkeverbrauch das am häufigsten eingesetzte Packmittel. Sie gewinnen 1,6 Prozentpunkte ggü. dem Vorjahr hinzu. Im Vergleich zu 2007 steigt ihr Anteil um 7,2 Prozentpunkte.
- Einweg-Glasflaschen sind mit einem Anteil von deutlich unter 1 % von geringer Bedeutung.
- Der Marktanteil der Getränkedosen kam 2009 bei seinem Tiefpunkt an. Seit dem steigt ihr Getränkeabsatz, zuletzt um 0,2 Prozentpunkte auf 1,6 %. Damit stehen sie aber immer noch deutlich hinter dem Stand des Jahres 2007.

Fasst man die Packmittel zusammen, so ergibt sich für die Periode 2007-2011 folgendes Bild:

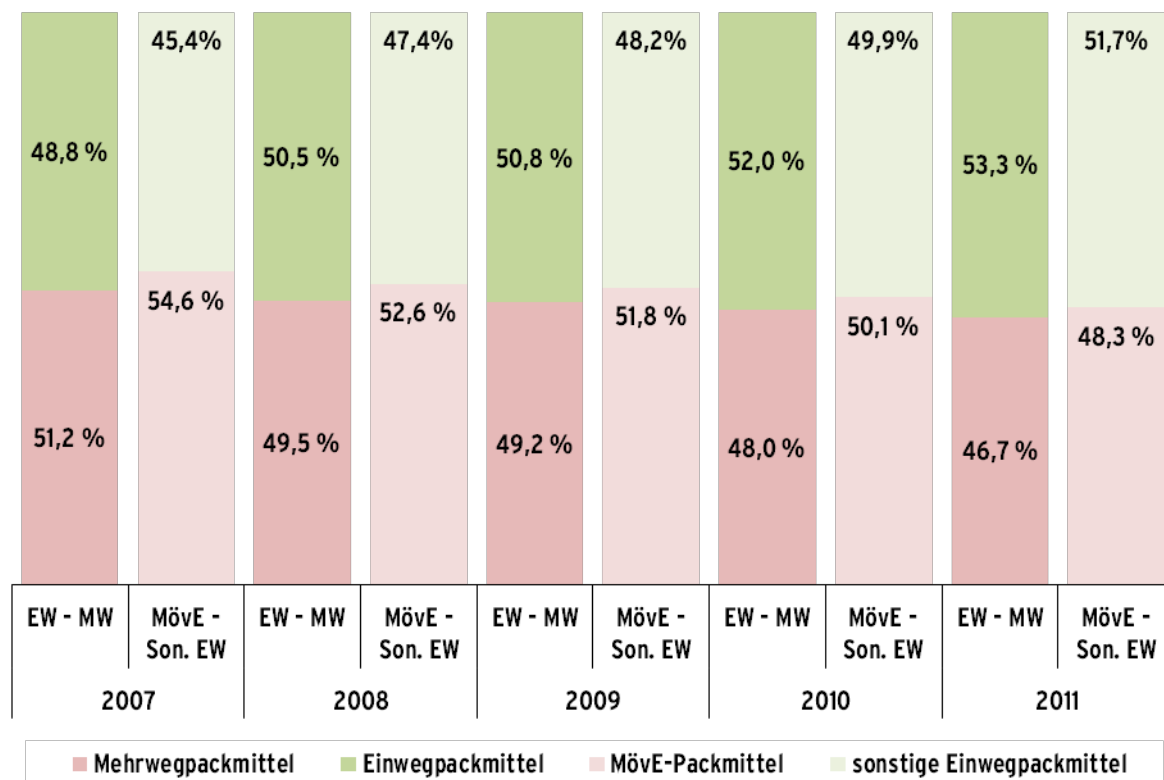


Abbildung 2: Entwicklung der Anteile Mehrweg-/Einwegpackmittel und MövE-/sonstige Einwegpackmittel 2007 - 2011

Auf Grund der sinkenden Bedeutung der övE wird der Abstand zwischen den beiden Gruppierungsvarianten immer geringer. Der Anteil der MövE-Packmittel überschreitet 2011 den Mehrweganteil nur noch um 1,6 Prozentpunkte.

Innerhalb der Einwegverpackungen sinkt damit ebenfalls die Bedeutung der övE-Packmittel.

Waren 2007 noch 6,9 % aller Einwegverpackungen als ökologisch vorteilhaft eingestuft, so sind es 2011 nur noch 3,0 %.

5.2.2 Struktur der MövE-Verpackungen

Die Zusammensetzung der MövE-Packmittel des Jahres 2011 zeigt die nachfolgende Grafik.

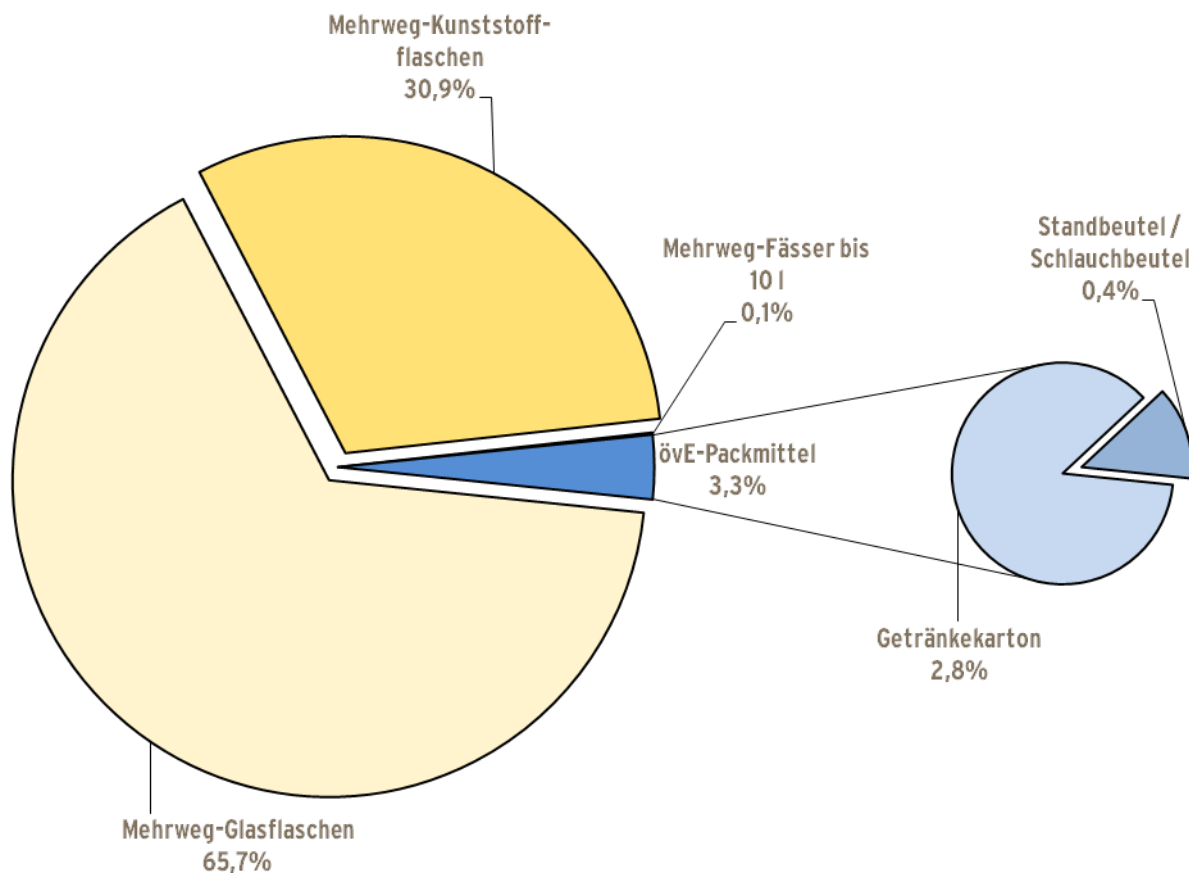


Abbildung 3: Struktur der Möve-Packmittel 2011

- Mehrweg-Glasflaschen sind mit einem Anteil von fast Zweidrittel nach wie vor das mit Abstand bedeutendste Packmittel. Dabei hat sich der Anteil in den letzten Jahren kaum geändert (2007: 65,6 %).
- Anders bei Mehrweg-Kunststoffflaschen, deren Anteil an den Möve-Packmitteln seit 2007 um 2,8 Prozentpunkte angestiegen ist und aktuell bei 30,9 % liegt.
- Im Gegenzug verloren die öve-Packmittel und hier vor allem der Getränkekarton: 2,8 % in 2011 ist ggü. 5,7 % in 2007 nur noch etwa die Hälfte des Anteils.
- Standbodenbeutel haben einen Anteil von 0,4 % und werden zu 100 % bei Erfrischungsgetränken eingesetzt.
- Bier-Mehrweg-Fässer bis 10 Liter haben mit einem Anteil von 0,1 % nur eine Randbedeutung.

Differenziert man die Möve-Packmittel nach ihrer Anwendung so wird deutlich, welche Trends hinter den Daten stehen.

Getränkesegment	alle MövE-Packmittel	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränk-karton	Standbeutel / Schlauchbeutel
Mineralwasser	35,7%	21,6%	13,9%		0,3%	
Bier	36,7%	36,6%		0,1%		
Erfrischungsgetränke	27,6%	7,4%	14,3%		5,5%	0,5%
Alk. Mischgetränke	0,0%	0,0%				
Getränke nach § 9 VerpackV	100,0%	65,6%	28,1%	0,1%	5,7%	0,5%

Tabelle 9: Anteile der MövE-Packmittel je Getränkesegment am Verbrauch der MövE-Packmitteln gesamt 2007

Getränkesegment	alle MövE-Packmittel	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränk-karton	Standbeutel / Schlauchbeutel	Änderung Verbrauch ggü 2007
Mineralwasser	36,2%	19,9%	16,1%		0,2%		-9,5%
Bier	39,2%	39,1%		0,1%			-4,5%
Erfrischungsgetränke	24,6%	6,7%	14,7%		2,6%	0,4%	-20,6%
Alk. Mischgetränke	0,0%	0,0%			0,0%		-32,6%
Getränke nach § 9 VerpackV	100,0%	65,7%	30,9%	0,1%	2,8%	0,4%	-10,7%

Tabelle 10: Anteile der MövE-Packmittel je Getränkesegment am Verbrauch der MövE-Packmitteln gesamt 2011

Die Mengenverluste der MövE-Packmittel sind für die einzelnen Getränkesegmente in der letzten Spalte der Tabelle 10 dargestellt. Neben den bedeutungslosen alkoholischen Mischgetränken sind es v. a. die Erfrischungsgetränke, die in den letzten fünf Jahren etwas mehr als ein Fünftel des Verbrauchs bei den MövE-Packmitteln abgegeben haben. Der Rückgang bei Mineralwasser ist leicht unterdurchschnittlich. Die Verluste bei Bier dagegen deutlich unterdurchschnittlich.

Die Gegenüberstellung der beiden Jahre 2011 und 2007 in Tabelle 9 und Tabelle 10 zeigt:

- die Strukturverschiebungen bei den Getränkesegmenten für MövE-Packmitteln
 - zu Gunsten von Mineralwasser (2011: +0,5 Prozentpunkte ggü. 2007)
 - zu Gunsten von Bier (2011: +2,5 Prozentpunkte ggü. 2007)
 - zu Lasten von Erfrischungsgetränken (2011: -3,0 Prozentpunkte ggü. 2007)
- den aus der Verschiebung resultierenden höheren Beitrag von Mehrwegglas für Bier für die MövE-Packmittel,
- die Verlagerung von Mehrweg-Glasflaschen zu Mehrweg-Kunststoffflaschen bei Mineralwasser und Erfrischungsgetränken und
- dass den Marktverlusten des Getränkekartons keine Substitution durch Mehrweg gegenüberstand.

5.2.3 Entwicklung der sonstigen Einwegpackmittel

Die nachfolgende Grafik zeigt eindrucksvoll, dass die Packmittelgruppe der sonstigen Einwegpackmittel von Einweg-Kunststoffflaschen dominiert wird.

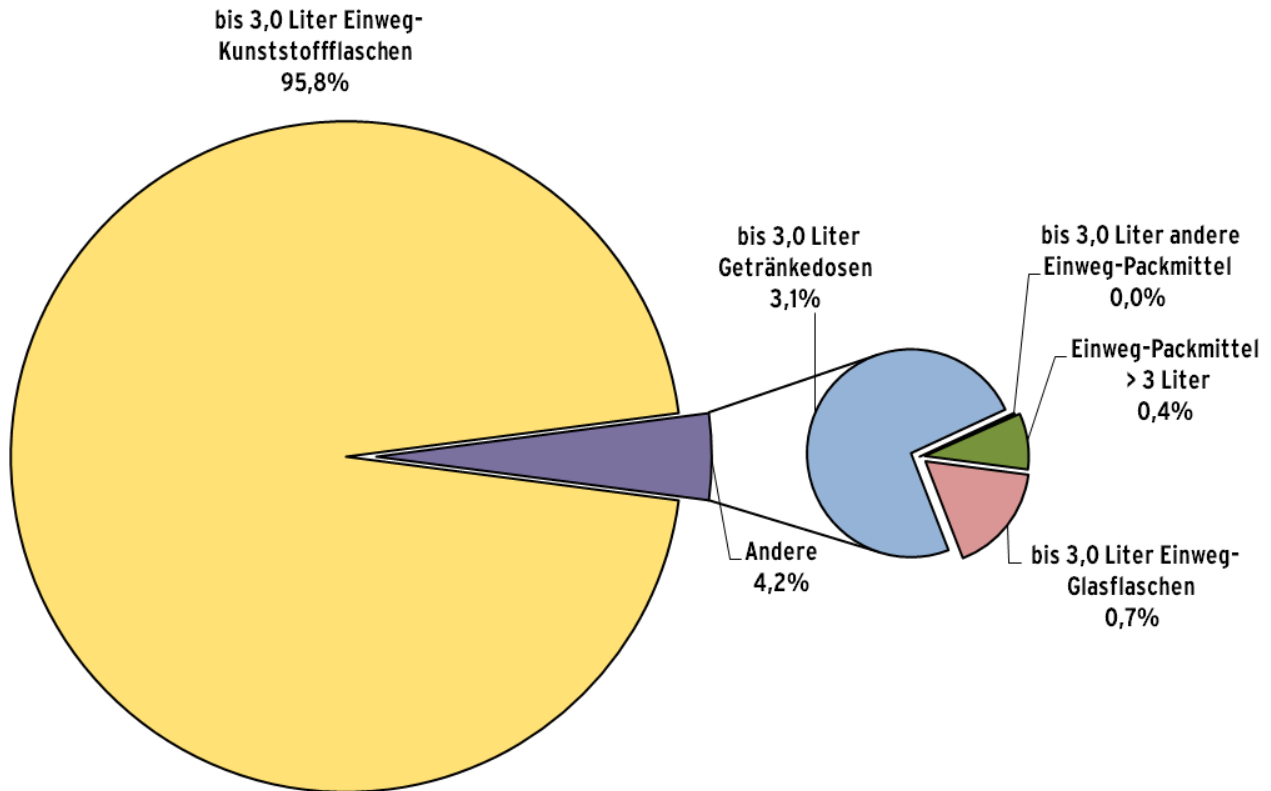


Abbildung 4: Struktur der nicht ökologisch vorteilhaften (sonstige) Einwegverpackungen

Lediglich 4,2 % des Getränkevolumens der sonstigen Einwegverpackungen wird in anderen Packmittel abgefüllt.

Mit einem Anteil von 3,1 % an den sonstigen Einwegpackmitteln dominiert die Getränkedose die Restgruppe, (das entspricht mehr als 75 %). Gemessen an allen Packmitteln ist es jedoch nur ein Anteil von 1,6 %.

Einweg-Glasverpackungen stellen zwar den zweitgrößten Anteil der Restgruppe (0,4 %), spielen im Markt aber eine völlig untergeordnete Rolle, ebenso wie die sonstigen Packmittel.

Auch die Füllgrößen außerhalb der Bepfandung (kleiner 0,1 Liter oder größer 3,0 Liter) sind in ihrer Marktbedeutung von geringer Relevanz. Zu dieser Packmittelgruppe gehören u.a. die Kleinfläschchen (sog. Shots) bei den Energie-Getränken, Bag-in-Box und Großflaschen aus Kunststoff bei Mineralwasser und Erfrischungsgetränken und Großdosen (sog. Partyfässchen) bei Bier.

Getränkesegment	sonstige Einweg-packmittel	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoff-flaschen	Getränkedosen	andere Einweg-packmittel 0,1 - 3,0 L	s. Einweg <0,1 u. > 3,0 L
Mineralwasser	48,0%	0,1%	47,8%	0,0%	0,0%	0,1%
Bier	7,7%	1,0%	3,4%	3,0%		0,3%
Erfrischungsgetränke	44,4%	0,2%	42,1%	1,9%	0,0%	0,2%
Alk. Mischgetränke	0,0%	0,0%		0,0%		
Getränke nach § 9 VerpackV	100,0%	1,3%	93,3%	5,0%	0,0%	0,5%

Tabelle 11: Anteil der verschiedenen sonstigen Einwegpackmittel je Getränkesegment am Verbrauch aller sonstigen Einwegpackmittel 2007

Getränkesegment	sonstige Einweg-packmittel	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoff-flaschen	Getränkedosen	andere Einweg-packmittel 0,1 - 3,0 L	s. Einweg <0,1 u. > 3,0 L	Änderung Verbrauch ggü 2007
Mineralwasser	46,8%	0,1%	46,6%	0,0%	0,0%	0,0%	12,2%
Bier	5,3%	0,4%	3,2%	1,4%		0,2%	-21,0%
Erfrischungsgetränke	47,9%	0,1%	46,0%	1,6%	0,0%	0,1%	24,0%
Alk. Mischgetränke	0,0%	0,0%		0,0%			48,4%
Getränke nach § 9 VerpackV	100,0%	0,7%	95,8%	3,1%	0,0%	0,4%	14,9%

Tabelle 12: Anteil der verschiedenen sonstigen Einwegpackmittel je Getränkesegment am Verbrauch aller sonstigen Einwegpackmittel 2011

Die Mengenveränderungen der sonstigen Einwegpackmittel sind für die einzelnen Getränkesegmenten in der letzten Spalte der Tabelle 12 dargestellt. Die bedeutungslosen alkoholischen Mischgetränke weisen einen Zuwachs von fast 50 % auf. Das Wachstum der sonstigen Einwegpackmittel betrug bei den Erfrischungsgetränken in den letzten fünf Jahren 24 %. Der Zuwachs bei Mineralwasser ist geringfügig unterdurchschnittlich (+12,2 %). Die Verluste der Einwegpackmittel sind nicht nur durch den schrumpfenden Biermarkt zu erklären, sondern bis 2009 auch Substitution ein Anstieg der Mehrwegabfüllung.

Die Gegenüberstellung der beiden Jahre 2011 und 2007 Tabelle 11 und Tabelle 12 zeigen:

- die Strukturverschiebungen bei den Getränkesegmenten für die sonstigen Einwegpackmittel:
 - zu Lasten von Mineralwasser (2011: -1,1 Prozentpunkte ggü. 2007)⁸
 - zu Lasten von Bier (2011: -2,4 Prozentpunkte ggü. 2007)
 - zu Gunsten von Erfrischungsgetränken (2011: +3,5 Prozentpunkte ggü. 2007) in Folge des großen Mengenwachstums so dass 2011 der Anteil an den sonstigen Einwegpackmitteln größer wie bei Mineralwasser ist

⁸ Auf Grund von Rundungen ergibt die Differenz zwischen den Tabellenwerten der sonstigen Einwegpackmittel bei Mineralwasser -1,2%. Es sind aber tatsächlich nur -1,1 %.

- den aus der Verschiebung resultierenden höheren Beitrag von Einwegkunststoffflaschen für Bier für die MövE-Packmittel,
- die Marginalisierung von Einweg-Getränkeglas auf inzwischen weniger als ein Prozent der sonstigen Einwegpackmittel
- und die nach wie vor schwache Position der Getränkedose.

5.2.4 Entwicklung in den einzelnen Getränkesegmenten

Die Substitutionsprozesse zwischen den Packmitteln sind am ehesten auf der Ebene der einzelnen Getränkesegmente nachvollziehbar. Die Darstellung konzentriert sich auf die Veränderungen 2011 gegenüber 2010.

Mineralwasser

Der Verbrauch von Mineralwasser ist 2011 ggü. dem Vorjahr um 327 Mio. Liter angestiegen.

Die Zuwächse verteilen sich auf die Teilsegmente sehr unterschiedlich. Das kleinere Segment Mineralwasser ohne CO₂ wächst um 209 Mio. Liter (+7,8 %), während das größere Segment mit CO₂ nur um 119 Mio. Liter zulegt (+1,1 %).

Damit steigt der Verbrauchsanteil von Mineralwasser ohne CO₂ auf 21,4%.

Segment		Alle Packmittel	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Getränkekarton	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	andere Einwegflaschen
Mineralwasser - Anteile der Packmittel am Gesamtverbrauch		100,0 %	23,0 %	18,7 %	0,2 %	0,2 %	57,8 %	0,1 %
Anteile der Untersegmente je Packmittel	Wasser mit CO ₂	78,6 %	95,3 %	92,4 %		94,9 %	67,8 %	8,4 %
	Wasser ohne CO ₂	21,4 %	4,7 %	7,6 %	100,0 %	5,1 %	32,2 %	91,6 %

Tabelle 13: Aufteilung der Packmittel Mineralwasser 2011

Wie die nachfolgende Grafik zeigt, tragen die einzelnen Packmittel und Packmittelgruppen an am Zuwachs des Mineralwassermarktes in unterschiedlichem Maße bei:

- Mehrweg-Glasflaschen verlieren 90 Mio. Liter und zwar ausschließlich bei Mineralwasser mit CO₂.
- Tabelle 13 zeigt, dass Mehrweg v. a. eine Domäne von Wasser mit Kohlensäure ist. Der Verbrauch in Mehrweg-Kunststoffflaschen wächst daher auch nur bei kohlensäurehaltigen Wässern. Der Zuwachs ist sogar größer als das Marktwachstum, so dass mit einem Plus von 48 Mio. Liter einen Teil der Verluste bei Mehrwegglas kompensiert werden kann.
- Insgesamt verliert Mehrweg bei Mineralwasser somit 42,5 Mio. Liter.
- Der Rückgang des Verbrauchs in Getränkekartons 2011 ist mit -10,4 % deutlich ausgefallen. Trotz der Freistellung von der Bepfandung stellen Getränkekartons nur eine

sehr begrenzte Alternative dar, da sie nur in kleinen Marktsegmenten (Mineralwasser ohne CO₂, Quellwasser, Wasser für Babynahrung) eine Bedeutung haben.

- Einweg-Glasflaschen sind trotz der Bepfandung 2011 um 7 Mio. Liter angestiegen. Gemessen am Gesamtmarkt ist ihre Bedeutung mit 24 Mio. Liter aber unbedeutend.
- Von den Verlusten bei Mehrwegglas und vom Marktwachstum profitiert v. a. die Einweg-Kunststoffflasche. 365 Mio. Liter werden 2011 mehr verbraucht als im Vorjahr, ein Wachstum von +5 %, damit doppelt so viel wie das Marktwachstums (+2,5 %). Der Siegeszug der „Billigwässer“ in PET hat inzwischen alle Vertriebschienen erreicht und erklärt damit auch für das Jahr 2011 das anhaltende Wachstum. Sie sind mit 99,2 % das beherrschende Einweg-Packmittel. Die Wachstumsmenge entfällt zu mehr als der Hälfte auf Mineralwasser ohne CO₂. Damit werden 2011 fast ein Drittel aller Einweg-Kunststoffflaschen dort eingesetzt (vgl. Tabelle 13).

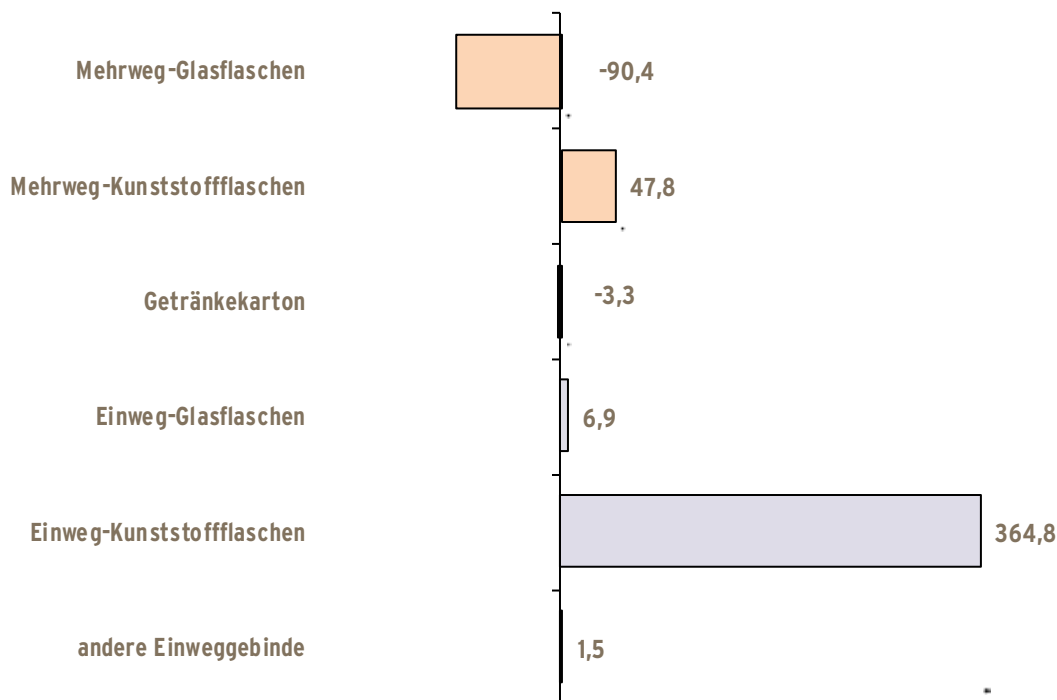


Abbildung 5: Veränderungen bei Mineralwasser 2011 gegenüber 2010 in Mio. Liter

Bier

Der Verbrauch von Bier ist 2011 ggü. dem Vorjahr um 53 Mio. Liter zurückgegangen.

Die Marktverluste schlagen sich ausschließlich im Mehrwegsektor nieder. Darüber hinaus gibt es aber auch Substitutionsverluste, so dass Mehrweg insgesamt 90 Mio. Liter verliert. In Folge dessen steigt der Einweg-Anteil von 11,9 % in 2010 auf 12,5 % in 2011. Davon profitieren alle Einweg-Packmittel.

- Der überwiegende Teil der Verluste schlägt bei Mehrwegglas zu Buche. Ein kleiner Teil ist aber auch bei den Fässern bis 10 Liter zu verzeichnen (-3 Mio. Liter)
- Einwegglas ist mit 74 Mio. Liter nach wie vor nur von marginaler Bedeutung. Der Marktanteil liegt bei einem Prozent.

- Einweg-Kunststoffflaschen legen 2011 mit einem Plus von knapp 26 Mio. Liter deutlich zu. Sie werden praktisch ausschließlich über Discounter vertrieben, die entgegen dem allgemeinen Trend bei Getränken, bei Bier auch 2011 Marktanteile hinzugewonnen haben. Dieser liegt 2011 bei 7,7 %.
- Nach vielen Jahren der Verluste ist nach 2010 auch in 2011 bei den Getränkedosen ein Wachstum zu registrieren (+11 Mio. Liter). Mit 3,3 % liegt der Marktanteil etwas höher als im Vorjahr (3,1 %), davon profitieren v. a. Aluminiumdosen. Eine Besonderheit der Bierdosen sind die Importe aus Dänemark und Schweden, die in erster Linie zum „Reexport“ durch dänische oder schwedische Verbraucher bestimmt sind. Der Grenzhandel hat in den letzten Jahren sehr stark zugenommen. Nach unseren Recherchen scheint es hier aber auch vorzukommen, dass in größerem Umfang nicht bepfandete Bierdosen im deutschen Markt landen.
- Großdosen spielen am Biermarkt mit 0,5 % der Verpackungen eine bescheidene Rolle und haben in ihrer Marktbedeutung im Vergleich zum Vorjahr um 0,3 Prozentpunkte zugelegt, da die abgefüllte Menge sich stabil entwickelte.

Die nachfolgende Grafik zeigt die mengenmäßige Veränderung für die einzelnen Packmittel.

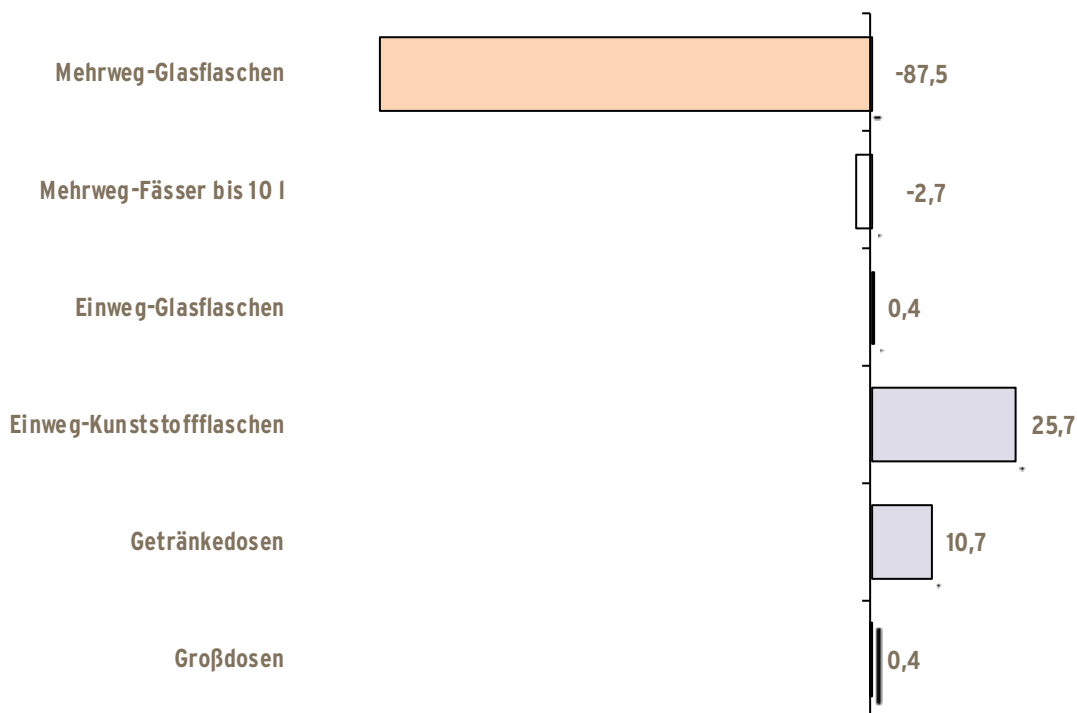


Abbildung 6: Veränderungen bei Bier 2011 gegenüber 2010 in Mio. Liter

Erfrischungsgetränke

Der Verbrauch von Erfrischungsgetränken ist 2011 ggü. dem Vorjahr um 251 Mio. Liter angestiegen.

Die Erfrischungsgetränke setzen sich aus sehr unterschiedlichen Getränkesegmenten zusammen. Die Packmittelstruktur dieser Teilsegmente hängt (bis auf die Kaffeegetränke und sonstigen Getränke) davon ab, wie groß der Anteil der Getränke ohne CO₂ am Verbrauch ist.

Bei Limonaden und Sportgetränken ist der Anteil ohne CO₂ gering, für Fruchtsaftgetränke und Eistee groß.

Tabelle 14 zeigt, wie hoch der Anteil der verschiedenen Getränkesegmente an den einzelnen Packmittel bei Erfrischungsgetränken ist.

Segment		Alle Packmittel	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Getränkekarton	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	andere Einwegflaschen
Erfrischungsgetränke - Anteile der Packmittel am Gesamtverbrauch		100,0 %	8,9 %	19,5 %	3,5 %	0,2 %	65,0 %	2,3 %	0,7 %
Anteile der Untersegmente je Packmittel	Limonaden	64,8 %	70,7 %	89,5 %	0,1 %	54,1 %	61,5 %	43,9 %	10,0 %
	Fruchtsaftgetränke	23,4 %	26,1 %	9,6 %	29,0 %	36,9 %	27,0 %	0,4 %	85,8 %
	Eistee	7,5 %	1,1 %	0,4 %	60,2 %	7,5 %	7,9 %	1,7 %	0,6 %
	Sportgetränke	3,9 %	2,1 %	0,6 %	0,2 %	1,6 %	3,6 %	51,7 %	3,7 %
	Sonstige Getränke	0,4 %	0,0 %		10,5 %	0,0 %	0,0 %		
	Kaffeegetränke	0,1 %						2,3 %	

Tabelle 14: Aufteilung der Packmittel Erfrischungsgetränke 2011

Die grün markierten Felder in den Reihen der einzelnen Untersegmente verweisen auf die Packmittel, die verglichen mit dem durchschnittlichen Anteil der Untersegmente an den Erfrischungsgetränken einen überdurchschnittlichen Anteil aufweisen.

So sind die Limonaden auf Grund der hohen Bedeutung des Marktführers, aber auch der großen Abfüllbetrieben bei den Brunnenbetrieben, von überdurchschnittlicher Bedeutung bei den Mehrweggebinden. Bei den Fruchtsaftgetränken liegt der Glasanteil auch über dem Durchschnitt, da neben den Brunnenbetrieben auch Fruchtsaftbetriebe mit traditioneller Glasabfüllung eine Rolle spielen.

- Im Vergleich zum Vorjahr verlieren die Glas-Mehrwegflaschen fast 40 Mio. Liter. Die mengenmäßig größten Verluste sind in den glastarken Segmenten Limonaden und Fruchtsaftgetränken zu verzeichnen, die anteiligen Verluste sind aber bei Eistee (-21 %) und Sportgetränke (-9 %) am größten. Insgesamt sinkt der Marktanteil von 9,4 % in 2010 auf 8,9 % in 2011.
- Die Mengenverluste von Mehrwegglas können durch Mehrwegkunststoff fast wieder ausgeglichen werden, da die Abfüllung ggü. 2010 um 37 Mio. Liter steigt. Bei Limonaden ist das Wachstum sogar noch größer (42 Mio. Liter), die zum Teil Verluste bei Fruchtsaftgetränken (+5 Mio. Liter) ausgleichen. Gemessen am Marktwachstum der Erfrischungsgetränke sind die Wachstumsraten von Mehrwegkunststoff leicht unterdurchschnittlich. Im Ergebnis ging daher der Marktanteil von 19,6 % in 2010 auf 19,5 % in 2011 zurück.
- Der Getränkekarton verliert seit vielen Jahren auch ohne Bepfandung Marktanteile. 2011 sind es nur noch 3,5 %. Dahinter steht ein Ausfall von 167 Mio. Liter gegenüber 2010 (entspricht -29 %). Eine herausragende Rolle spielt der Getränkekarton bei den

Sonstigen Getränken (Sojamilch) mit 99 % Marktanteil. Wichtig ist heute auch noch das Segment Eistee. Allerdings sind hier in den letzten Jahren drastische Verluste zu verzeichnen gewesen. So fallen 2011 knapp 92 % der Verluste bei Erfrischungsgetränke (=153 Mio. Liter) in diesem Segment an. Der Marktanteil bei Eistee sinkt von knapp 45 % in 2010 auf etwas mehr als 28 %. Die Abfüllung bei Fruchtsaftgetränken sinkt beständig, was dazu führt, dass der Anteil 2011 nur noch 4,3 % erreicht, 0,6 Prozentpunkte weniger als 2010. Fruchtsaftgetränke und Eistee stellen zusammen einen Anteil von 89,2 % des Verbrauchs von Getränkekarton. Bei Sportgetränken und Limonaden, wo die CO₂-freien Getränkevarianten nur geringfügige Marktbedeutung haben, kommt der Getränkekarton als Verpackungsalternative nur selten zum Einsatz.

- Einweg-Glas hat auch bei den Erfrischungsgetränken mit 0,2 % kaum noch eine Bedeutung. Im Vergleich zum Vorjahr sinkt der Verbrauch in Einweg-Glasverpackungen um 9 Mio. Liter (v. a. bei Fruchtsaftgetränken).
- Einweg-Kunststoffflaschen erreichen bei Erfrischungsgetränken insgesamt einen Anteil von 65,0 % (2010: 63,0 %). Bei den Fruchtsaftgetränken weisen Einweg-Kunststoffflaschen mit 74,9 % den größten Anteil auf, gefolgt von Eistee mit 68,8 %, Limonaden mit 61,7 % und den Sportgetränken mit 60,2 %.

Die 389 Mio. Liter Zuwachs der Einweg-Kunststoffflaschen gegenüber 2011 sind mit 189 Mio. Liter v. a. bei den Limonaden auszumachen: Sie wachsen um 4,1 % ggü. 2010. Auch Eistee kann mit 144 Mio. Liter ein hohes absolutes Wachstum verzeichnen. Die Zunahme korreliert direkt mit den Marktverlusten beim Getränkekarton. Der dritthöchste Anstieg ist bei Fruchtsaftgetränken festzustellen. Einweg-Kunststoffflaschen erreichen 53 Mio. Liter mehr Verbrauch als 2011, was aber vor dem Hintergrund eines großen Ausgangsvolumens (2010: 2.075 Mio. Liter) nur ein Wachstum von 2,6 % bedeutet.

Ähnlich wie bei Mineralwässern wird in den Wachstumssegmenten die Expansion der Einweg-Kunststoffflaschen zum Großteil durch die Marktzuwächse der B- und C-Marken nicht mehr nur im Discounter, sondern auch in anderen Vertriebschienen getragen.

- Getränkedosen sind 2011 erneut im Verbrauch der Erfrischungsgetränke angestiegen, so dass ein Volumen von 276 Mio. Liter zu verzeichnen ist. Dies entspricht einem Marktanteil von 2,3 % (ggü. 1,9 % in 2010). Das Marktwachstum findet sich fast ausschließlich bei den Sportgetränken statt, zu denen die Energie-Getränke zählen. Diese weisen schon seit vielen Jahren beständig hohe Zuwachsraten auf. Bei einem Wachstum des Gesamtmarktes der Sportgetränke von 60 Mio. Liter in 2011 entfallen auf die Getränkedosen allein 58 Mio. Liter. Verluste sind bei den Dosen im geringen Umfang bei den Limonaden zu verzeichnen (-9 Mio. Liter).
- Ähnlich wie bei Bier ist die empirische Bestimmung der Dosenmenge dadurch erschwert, dass sich eine nennenswerte Zahl – illegal - nicht bepfandeter Mengen im Markt befindet, die einerseits aus dem Grenzhandel mit Dänemark stammen, aber auch aus anderen Quellen des Intrahandels oder nicht durchgeführten Exporten unbepfandeter Gebinde.

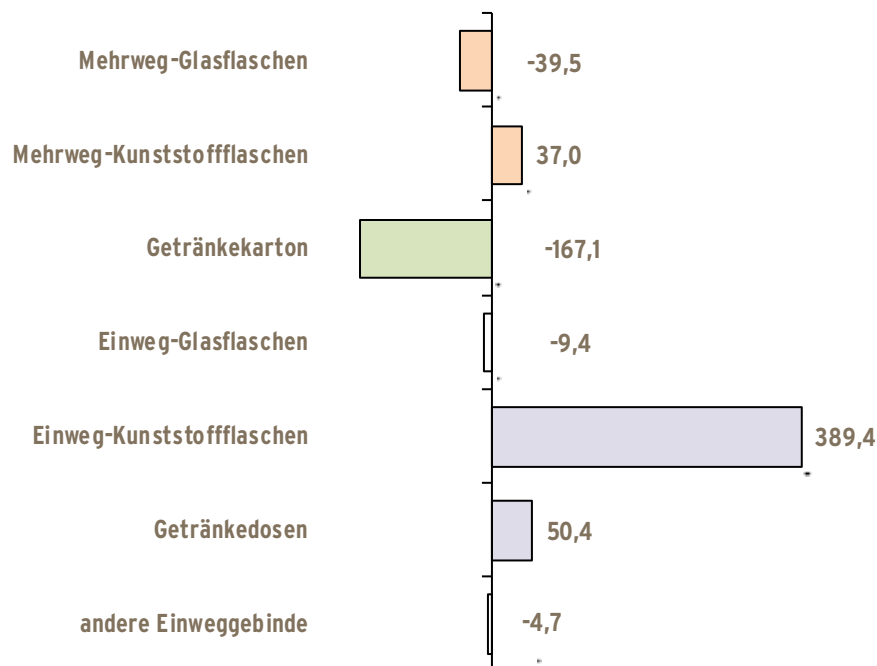


Abbildung 7: Veränderungen bei Erfrischungsgetränke 2011 gegenüber 2010 in Mio. Liter

Alkoholische Mischgetränke

Der Verbrauch von alkoholischen Mischgetränken ist 2011 ggü. dem Vorjahr um 0,2 Mio. Liter auf knapp 8 Mio. Liter angestiegen.

Der Mehrweganteil sinkt um 16 % auf 11,7 %. Mit 88,3 % (2010: 85,7 %) wird der Großteil der alkoholhaltigen Mischgetränke in Einwegpackmittel abgefüllt. Hier sind es die Getränkedosen, die vom Mengenwachstum, aber auch von der Substitution von Mehrweg profitieren. Sie verzeichnen ein Plus von 7,8 % und erreichen 2011 einen Marktanteil von 85,2 %.

6 Mehrweganteile nach der ursprünglichen VerpackV

In diesem Abschnitt soll dargelegt werden, wie sich die Packmittelstruktur nach der Definition der Getränkesemente vor der 3. Novelle der VerpackV ermittelt wurde. Da für das Jahr 2003 nur nach dieser Abgrenzung Daten verfügbar sind, soll die Umrechnung zu Vergleichszwecken weitergeführt werden.

Die in diesem Kapitel ausgewiesenen Mehrwegquoten sind nicht vergleichbar mit den Mehrweganteilen wie sie in der Abbildung 2 oder Tabelle 7 dargestellt sind.

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die methodischen Unterschiede zwischen den beiden Berechnungsverfahren:

	vor der 3. Novelle der VerpackV (bis zum Untersuchungsjahr 2003)	nach der 3. Novelle der VerpackV (ab dem Untersuchungsjahr 2004)
Einbezogene Getränkearten	• Mineralwasser • Getränke ohne CO₂ (inklusive Smoothies, aber exklusive Sojagetränke) • Erfrischungsgetränke mit CO₂ (inkl. diätetische Getränke; exklusive Getränke mit Milchanteil kleiner als 50 %) • Bier • Wein • Pasteurisierte Konsummilch	• Mineralwasser • Erfrischungsgetränke mit und ohne CO₂ (exklusive Fruchtsaft; -nektar, Gemüsesaft und -nektar; inklusive Getränke mit Milchanteil kleiner als 50 %) • diätetische Getränke (mit Ausnahme Sportgetränke) nur bis 4/2009, • Bier • Alkoholhaltige Mischgetränke
Anteile	• Mehrweg-Quote der relevanten Getränkearten - gesamt (ohne pasteurisierte Konsummilch) • Mehrweg-Quote der relevanten Getränkearten - einzeln • Mehrweg-Quote für pasteurisierte Konsummilch	• Anteil der Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen (Möve-Anteil)
Nenner	• Verbrauch relevanter Getränkearten und Packmittel • Gesamtmenge der genannten Getränkearten (ohne pasteurisierte Konsummilch) • Einzelmengen der genannten Getränkearten	• Verbrauch relevanter Getränkearten und Packmittel • Gesamtmenge der genannten Getränkearten
Einbezogene Packmittel Nenner	• Alle Packmittel, aber ohne Post-, Premix und ohne Fässer, inklusive Großdosen bis 5 L bei Bier und Bag-in-Box bis 10 L	• Alle Packmittel, aber ohne Post-, Premix und ohne Fässer mit Ausnahme Mehrweg-Fässer bis 10 L bei Bier, inklusive Großdosen, Flaschen, Kanister und Bag-in-Box bis 10 L bei allen Getränkesegmenten
Zähler	• Verbrauch relevanter Getränkearten in Mehrwegverpackungen	• Verbrauch in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen
Einbezogene Packmittel Zähler	• Mehrwegverpackungen • Bei pasteurisierter Konsummilch auch Schlauchbeutel	• Mehrwegverpackungen • Schlauchbeutel, Standbeutel und Getränkekartons

Tabelle 15: Übersicht über die Errechnungsarten vor und nach der 3. Novelle der VerpackV

Die nachfolgende Grafik zeigt die Entwicklung der Mehrwegquoten von vom Jahr 2000 bis 2011.

In Folge der Kurzberichterstattung wurden für das Jahr 2010 die Quoten nicht ermittelt.

Die Grafik zeigt anschaulich, wie nach der Pfand Einführung in den betroffenen Getränkesegmenten, die Mehrwegquoten zunächst deutlich anstiegen ohne jedoch das damalige Ziel von 72 % zu erreichen.

Für Mineralwasser und Erfrischungsgetränke mit Kohlensäure änderte sich aber schon im zweiten Bepfandungsjahr das Vorzeichen der Entwicklung, so dass die Mehrwegquote seit dem kontinuierliche zurückgeht.

Gleiches gilt für Getränke ohne Kohlensäure, die zum Teil unbepfandet sind, und Wein.

Allein Bier verblieb bis heute auf einem hohen Mehrwegniveau.

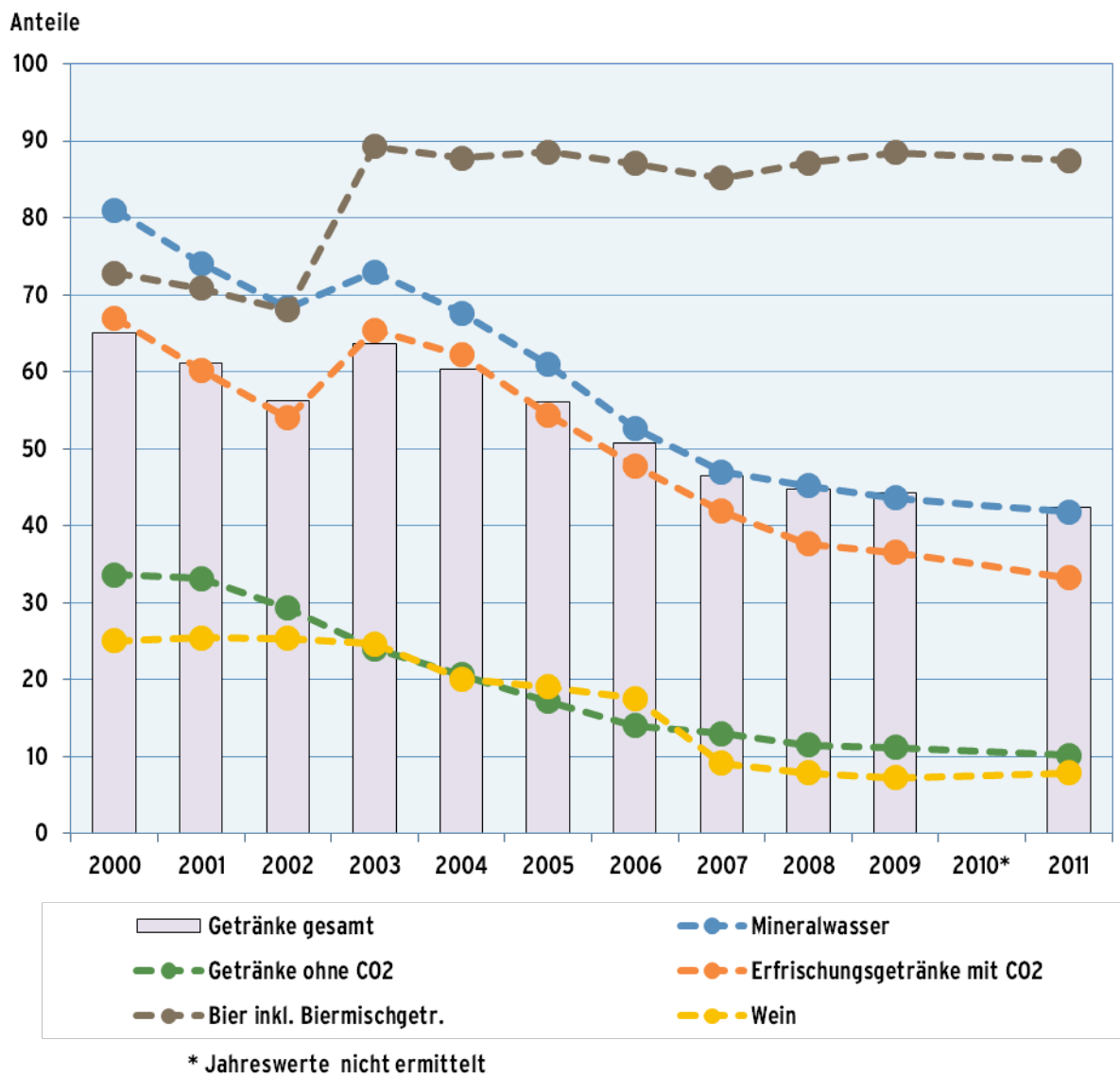


Abbildung 8: Entwicklung der Mehrweganteil nach Definition vor der 3. Novelle der VerpackV

Die Einzeldaten zu den Gebinden und Getränkesegmenten in der Systematik der ursprünglichen VerpackV werden in den nachfolgenden Tabellen für die Jahre 2003 bis 2011 ausgewiesen.

Danach liegt der Mehrweganteil nach Definition der ursprünglichen VerpackV bei 42,3 %.

- Bei Mineralwasser ist der Mehrweganteil 2011 mit 41,8 % erneut niedriger als im letzten Berichtsjahr und erreicht - allerdings mit gebremstem Rückgang - einen neuen Tiefstand (2009: 43,6 %).
- Bei Erfrischungsgetränken mit CO₂ erreichen die Mehrwegpackmittel nur noch einen Anteil von 33,2 % (2009: 36,5 %).
- Auch bei den Getränken ohne CO₂ nehmen die Mehrweg-Anteile erneut, aber auf Grund des niedrigen Niveaus nur noch wenig, ab. Mit 10,1 % liegen sie 1,1 Prozentpunkte niedriger als 2009 (11,2 %).
- Der Mehrweg-Anteil von Bier ist 2011 gegenüber 2009 um 1,1 Prozentpunkte auf 87,4 % gefallen. Die starke Position der Mehrweg-Glasflaschen des Biersegmentes hat einen stabilisierenden Einfluss auf die Mehrweg-Anteile aller Getränke.
- Gegenüber dem Berichtsjahr 2009 ist bei Wein ein leichter Anstieg der Mehrwegquote zu verzeichnen. Der Einsatz von Mehrweg ist bei Wein schon immer stark regional begrenzt und traditionell wegen des hohen Importanteils von geringer Bedeutung.

Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen für das Jahr 2011

Getränke- segment	Jahre	Füll- menge Gesamt	Anteil Füll- menge	Mehrweg			Einweg								
				Mehrweg gesamt	Mehrweg- Glasflaschen	Mehrweg- Kunststoff- flaschen	Einweg gesamt	Einweg- Glasflaschen	Getränkedosen	Großdosen	Getränke -karton	Bag-in-Box	Standbeutel	Einweg-Kunststoff- flaschen	Kunststoff -becher
Bier	2003	7.651,3	21,4 %	6.827,3	6.827,3		824,0	141,9	569,2	25,2				87,8	
	2004	7.424,2	20,8 %	6.517,6	6.517,6		906,6	145,3	431,5	23,5				306,3	
	2005	7.340,5	20,6 %	6.498,5	6.498,5		842,0	159,4	317,7	29,4				335,5	
	2006	7.499,9	20,3 %	6.528,8	6.528,8		971,1	171,6	283,5	41,5				474,5	
	2007	7.530,0	20,2 %	6.414,9	6.414,9		1.115,2	146,1	439,8	38,0				491,3	
	2008	7.409,8	19,9 %	6.457,2	6.457,2		952,6	102,2	250,9	38,3				561,2	
	2009	7.327,1	20,0 %	6.484,0	6.484,0		843,1	77,9	230,9	36,0				498,2	
	2011	7.006,2	19,0 %	6.125,2	6.125,2		881,0	74,1	230,3	38,3				538,3	
Wasser	2003	11.943,4	33,3 %	8.716,2	6.673,5	2.042,7	3.227,2	40,7	4,4		74,3			3.107,8	
	2004	12.247,8	34,3 %	8.279,8	5.795,2	2.484,6	3.968,0	34,6	0,9		73,1			3.859,1	0,2
	2005	12.369,7	34,8 %	7.538,1	4.928,8	2.609,3	4.831,6	7,5	0,7		59,4			4.763,8	0,2
	2006	12.995,6	35,2 %	6.841,2	4.327,1	2.514,1	6.154,4	9,2	0,6		51,0	0,1		6.093,3	0,2
	2007	13.242,7	35,4 %	6.218,8	3.786,5	2.432,3	7.023,9	13,2	0,4		45,3	0,2		6.964,6	0,2
	2008	13.123,4	35,3 %	5.923,3	3.463,1	2.460,2	7.200,1	14,9	0,5		32,7	0,2		7.151,6	0,2
	2009	13.197,7	35,9 %	5.750,1	3.294,0	2.456,1	7.447,6	13,3	0,7		31,8	0,3		7.401,4	0,2
	2011	13.502,2	36,6 %	5.638,3	3.111,1	2.527,2	7.863,8	24,0	1,7		28,6	0,1		7.809,3	0,2
Erfrischungs- getränke mit CO ₂	2003	8.054,5	22,5 %	5.269,3	2.477,2	2.792,1	2.785,2	58,2	342,6					2.384,4	
	2004	8.295,3	23,2 %	5.155,4	2.176,7	2.978,7	3.139,9	20,3	274,5					2.845,0	
	2005	8.387,7	23,6 %	4.562,8	1.705,6	2.857,2	3.824,9	15,3	257,5					3.552,1	
	2006	8.795,6	23,8 %	4.198,4	1.420,3	2.778,1	4.597,2	15,2	261,1					4.321,0	
	2007	9.107,0	24,4 %	3.814,4	1.228,2	2.586,2	5.292,6	17,0	276,8			2,9		4.995,9	
	2008	9.233,6	24,8 %	3.475,5	1.058,6	2.416,9	5.758,1	14,0	231,0			2,9		5.510,1	
	2009	9.073,9	24,7 %	3.314,5	997,7	2.316,7	5.759,4	15,0	169,8			3,0		5.571,7	
	2011	9.604,7	26,1 %	3.186,6	925,2	2.261,4	6.418,1	15,1	268,0			2,8		6.132,3	

Tabelle 16: Verbrauch in Mio. Liter, 2003 bis 2009, 2011 nach ursprünglicher Verpackv

Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen für das Jahr 2011

Getränke-segment	Jahre	Füll-menge Gesamt	Anteil Füll-menge	Mehrweg			Einweg								
				Mehrweg gesamt	Mehrweg- Glasflaschen	Mehrweg- Kunststoff- flaschen	Einweg gesamt	Einweg- Glasflaschen	Getränkedos en	Großdosen	Getränke -karton	Bag-in-Box	Standbeutel	Einweg-Kunststoff- flaschen	Kunststoff -becher
Getränke ohne CO ₂	2003	6.544,1	18,3 %	1.568,2	1.545,8	22,4	4.975,8	505,8	11,7		3.535,2	20,6	108,8	770,4	23,1
	2004	6.085,2	17,0 %	1.254,8	1.232,3	22,5	4.830,4	303,1	6,6		3.517,4	23,1	92,7	877,9	9,7
	2005	5.868,2	16,5 %	1.003,8	978,7	25,1	4.864,3	148,9	5,1		3.300,9	17,1	98,1	1.292,3	1,8
	2006	6.015,9	16,3 %	843,4	797,0	46,4	5.172,5	139,0	3,1		3.104,0	19,9	101,3	1.802,8	2,4
	2007	5.780,6	15,5 %	750,8	702,5	48,2	5.029,8	117,4	2,4		2.628,6	16,5	83,7	2.178,7	2,4
	2008	5.817,3	15,6 %	666,4	608,8	57,6	5.150,8	113,4	2,2		2.315,2	20,5	81,7	2.615,3	2,4
	2009	5.442,1	14,8 %	607,8	546,3	61,6	4.834,3	103,6	2,3		2.002,9	14,1	74,0	2.635,4	2,1
	2011	5.187,0	14,1 %	524,6	472,1	52,5	4.662,4	82,4	3,1		1.578,3	17,9	70,5	2.908,3	1,9
Wein	2003	1.625,3	4,5 %	400,2	400,2		1.225,1	1.109,3			110,3	5,4			
	2004	1.648,1	4,6 %	330,2	330,2		1.317,9	1.186,2			125,7	6,0			
	2005	1.584,6	4,5 %	301,5	301,5		1.283,0	1.162,7			108,2	12,2			
	2006	1.608,6	4,4 %	281,4	281,4		1.327,2	1.213,6			99,7	13,8			
	2007	1.704,9	4,6 %	155,1	155,1		1.549,8	1.456,2			78,8	14,9			
	2008	1.636,3	4,4 %	128,5	128,5		1.507,8	1.399,6			92,3	15,9			
	2009	1.681,2	4,6 %	121,7	121,7		1.559,6	1.443,5			99,3	16,8			
	2011	1.561,7	4,2 %	122,9	122,9		1.438,8	1.323,7		0,0	96,7	18,3			
Gesamt	2003	35.818,6	100,0 %	22.781,3	17.924,1	4.857,2	13.037,3	1.855,8	927,9	25,2	3.719,8	26,1	108,8	6.350,5	23,1
	2004	35.700,6	100,0 %	21.537,8	16.052,0	5.485,8	14.162,7	1.689,6	713,5	23,5	3.716,1	29,1	92,7	7.888,3	9,9
	2005	35.550,7	100,0 %	19.904,8	14.413,1	5.491,7	15.645,9	1.493,8	581,0	29,4	3.468,5	29,4	98,1	9.943,7	1,9
	2006	36.915,6	100,0 %	18.693,2	13.354,6	5.338,5	18.222,4	1.548,6	548,3	41,5	3.254,7	33,8	101,3	12.691,6	2,6
	2007	37.365,3	100,0 %	17.353,9	12.287,2	5.066,7	20.011,3	1.750,0	719,4	38,0	2.752,7	34,4	83,7	14.630,5	2,6
	2008	37.220,3	100,0 %	16.650,8	11.716,1	4.934,7	20.569,4	1.644,2	484,6	38,3	2.440,2	39,6	81,7	15.838,2	2,6
	2009	36.722,1	100,0 %	16.278,1	11.443,7	4.834,4	20.444,0	1.653,4	403,6	36,0	2.134,0	34,0	74,0	16.106,7	2,3
	2011	36.861,7	100,0 %	15.597,6	10.756,4	4.841,2	21.264,2	1.519,3	503,0	38,3	1.703,7	39,1	70,5	17.388,1	2,1

Tabelle 16: Verbrauch in Mio. Liter, 2003 bis 2009, 2011 nach ursprünglicher VerpackV - Fortsetzung

Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen für das Jahr 2011

Getränke- segment	Jahre	Füll- menge Gesamt	Anteil Füll- menge	Mehrweg			Einweg								
				Mehrweg gesamt	Mehrweg- Glasflaschen	Mehrweg- Kunststoff- flaschen	Einweg gesamt	Einweg- Glasflaschen	Getränkedosen	Großdosen	Getränke- karton	Bag-in-Box	Standbeutel	Einweg-Kunststoff- flaschen	Kunststoff- becher
Bier	2003	7.651,3	21,4%	89,23%	89,23%		10,77%	1,85%	7,44%	0,33%				1,15%	
	2004	7.424,2	20,8%	87,79%	87,79%		12,21%	1,96%	5,81%	0,32%				4,13%	
	2005	7.340,5	20,6%	88,53%	88,53%		11,47%	2,17%	4,33%	0,40%				4,57%	
	2006	7.499,9	20,3%	87,05%	87,05%		12,95%	2,29%	3,78%	0,55%				6,33%	
	2007	7.530,0	20,2%	85,19%	85,19%		14,81%	1,94%	5,84%	0,50%				6,52%	
	2008	7.409,8	19,9%	87,14%	87,14%		12,86%	1,38%	3,39%	0,52%				7,57%	
	2009	7.327,1	20,0%	88,49%	88,49%		11,51%	1,06%	3,15%	0,49%				6,80%	
	2011	7.006,2	19,0%	87,43%	87,43%		12,57%	1,06%	3,29%	0,55%				7,68%	
Wasser	2003	11.943,4	33,3%	72,98%	55,88%	17,10%	27,02%	0,34%	0,04%		0,62%			26,02%	
	2004	12.247,8	34,3%	67,60%	47,32%	20,29%	32,40%	0,28%	0,01%		0,60%			31,51%	0,00%
	2005	12.369,7	34,8%	60,94%	39,85%	21,09%	39,06%	0,06%	0,01%		0,48%			38,51%	0,00%
	2006	12.995,6	35,2%	52,64%	33,30%	19,35%	47,36%	0,07%	0,00%		0,39%	0,00%		46,89%	0,00%
	2007	13.242,7	35,4%	46,96%	28,59%	18,37%	53,04%	0,10%	0,00%		0,34%	0,00%		52,59%	0,00%
	2008	13.123,4	35,3%	45,14%	26,39%	18,75%	54,86%	0,11%	0,00%		0,25%	0,00%		54,50%	0,00%
	2009	13.197,7	35,9%	43,57%	24,96%	18,61%	56,43%	0,10%	0,01%		0,24%	0,00%		56,08%	0,00%
	2011	13.502,2	36,6%	41,76%	23,04%	18,72%	58,24%	0,18%	0,01%		0,21%	0,00%		57,84%	0,00%
Erfrischungs- getränke mit CO ₂	2003	8.054,5	22,5%	65,42%	30,76%	34,66%	34,58%	0,72%	4,25%					29,60%	
	2004	8.295,3	23,2%	62,15%	26,24%	35,91%	37,85%	0,25%	3,31%					34,30%	
	2005	8.387,7	23,6%	54,40%	20,33%	34,06%	45,60%	0,18%	3,07%					42,35%	
	2006	8.795,6	23,8%	47,73%	16,15%	31,58%	52,27%	0,17%	2,97%					49,13%	
	2007	9.107,0	24,4%	41,88%	13,49%	28,40%	58,12%	0,19%	3,04%			0,03%		54,86%	
	2008	9.233,6	24,8%	37,64%	11,46%	26,18%	62,36%	0,15%	2,50%			0,03%		59,67%	
	2009	9.073,9	24,7%	36,53%	11,00%	25,53%	63,47%	0,17%	1,87%			0,03%		61,40%	
	2011	9.604,7	26,1%	33,18%	9,63%	23,55%	66,82%	0,16%	2,79%			0,03%		63,85%	

Tabelle 17: In % des mengenmäßigen Verbrauchs, 2003 - 2009, 2011 nach ursprünglicher VerpackV

Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweggetränkeverpackungen für das Jahr 2011

Getränke-segment	Jahre	Füll-menge Gesamt	Anteil Füll-menge	Mehrweg			Einweg								
				Mehrweg gesamt	Mehrweg- Glasflaschen	Mehrweg- Kunststoff- flaschen	Einweg gesamt	Einweg- Glasflaschen	Getränkedosen	Großdosen	Getränke- karton	Bag-in-Box	Standbeutel	Einweg-Kunststoff- flaschen	Kunststoff- -becher
Getränke ohne CO ₂	2003	6.544,1	18,3%	23,96 %	23,62 %	0,34 %	76,04 %	7,73 %	0,18 %		54,02 %	0,32 %	1,66 %	11,77 %	0,35 %
	2004	6.085,2	17,0%	20,62 %	20,25 %	0,37 %	79,38 %	4,98 %	0,11 %		57,80 %	0,38 %	1,52 %	14,43 %	0,16 %
	2005	5.868,2	16,5%	17,11 %	16,68 %	0,43 %	82,89 %	2,54 %	0,09 %		56,25 %	0,29 %	1,67 %	22,02 %	0,03 %
	2006	6.015,9	16,3%	14,02 %	13,25 %	0,77 %	85,98 %	2,31 %	0,05 %		51,60 %	0,33 %	1,68 %	29,97 %	0,04 %
	2007	5.780,6	15,5%	12,99 %	12,15 %	0,83 %	87,01 %	2,03 %	0,04 %		45,47 %	0,29 %	1,45 %	37,69 %	0,04 %
	2008	5.817,3	15,6%	11,46 %	10,47 %	0,99 %	88,54 %	1,95 %	0,04 %		39,80 %	0,35 %	1,40 %	44,96 %	0,04 %
	2009	5.442,1	14,8%	11,17 %	10,04 %	1,13 %	88,83 %	1,90 %	0,04 %		36,80 %	0,26 %	1,36 %	48,43 %	0,04 %
	2011	5.187,0	14,1%	10,11 %	9,10 %	1,01 %	89,89 %	1,59 %	0,06 %		30,43 %	0,35 %	1,36 %	56,07 %	0,04 %
Wein	2003	1.625,3	4,5%	24,62 %	24,62 %		75,38 %	68,25 %			6,79 %	0,34 %			
	2004	1.648,1	4,6%	20,04 %	20,04 %		79,96 %	71,97 %			7,62 %	0,37 %			
	2005	1.584,6	4,5%	19,03 %	19,03 %		80,97 %	73,37 %			6,83 %	0,77 %			
	2006	1.608,6	4,4%	17,50 %	17,50 %		82,50 %	75,45 %			6,20 %	0,86 %			
	2007	1.704,9	4,6%	9,10 %	9,10 %		90,90 %	85,41 %			4,62 %	0,87 %			
	2008	1.636,3	4,4%	7,85 %	7,85 %		92,15 %	85,53 %			5,64 %	0,97 %			
	2009	1.681,2	4,6%	7,24 %	7,24 %		92,76 %	85,86 %			5,91 %	1,00 %			
	2011	1.561,7	4,2%	7,87 %	7,87 %		92,13 %	84,76 %		0,00 %	6,19 %	1,17 %			
Gesamt	2003	35.818,6	100,0%	63,60 %	50,04 %	13,56 %	36,40 %	5,18 %	2,59 %	0,07 %	10,39 %	0,07 %	0,30 %	17,73 %	0,06 %
	2004	35.700,6	100,0%	60,33 %	44,96 %	15,37 %	39,67 %	4,73 %	2,00 %	0,07 %	10,41 %	0,08 %	0,26 %	22,10 %	0,03 %
	2005	35.550,7	100,0%	55,99 %	40,54 %	15,45 %	44,01 %	4,20 %	1,63 %	0,08 %	9,76 %	0,08 %	0,28 %	27,97 %	0,01 %
	2006	36.915,6	100,0%	50,64 %	36,18 %	14,46 %	49,36 %	4,20 %	1,49 %	0,11 %	8,82 %	0,09 %	0,27 %	34,38 %	0,01 %
	2007	37.365,3	100,0%	46,44 %	32,88 %	13,56 %	53,56 %	4,68 %	1,93 %	0,10 %	7,37 %	0,09 %	0,22 %	39,16 %	0,01 %
	2008	37.220,3	100,0%	44,74 %	31,48 %	13,26 %	55,26 %	4,42 %	1,30 %	0,10 %	6,56 %	0,11 %	0,22 %	42,55 %	0,01 %
	2009	36.722,1	100,0%	44,33 %	31,16 %	13,16 %	55,67 %	4,50 %	1,10 %	0,10 %	5,81 %	0,09 %	0,20 %	43,86 %	0,01 %
	2011	36.861,7	100,0%	42,31 %	29,18 %	13,13 %	57,69 %	4,12 %	1,36 %	0,10 %	4,62 %	0,11 %	0,19 %	47,17 %	0,01 %

Tabelle 17: In % des mengenmäßigen Verbrauchs, 2003 - 2009, 2011 nach ursprünglicher VerpackV - Fortsetzung

7 Quellenverzeichnis

- AMI Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH (Hrsg.) (2011): AMI-Marktbilanz Milch 2011, Bonn
- Bundesgesetzblatt Jahrgang 2008 Teil1 Nr. 12 (2008): Fünfte Verordnung zur Änderung der Verpackungsverordnung, Bonn
- Bundesgesetzblatt Jahrgang 1963, 415 (1963): Verordnung über diätetische Lebensmittel, Bonn, nach www.juris.de
- Bundesgesetzblatt Jahrgang 2004, 1016 (2004): Verordnung über Fruchtsaft, einige ähnliche Erzeugnisse und Fruchtnektar, Bonn, nach www.juris.de
- Bundesanzeiger Nr. 62 vom 29.03 2003 (2003): Leitsätze für Erfrischungsgetränke, Bonn
- Fachverlag Hans Carl (Hrsg.) (2012): Brauwelt-Brevier 2012, Nürnberg
- GfK-Gruppe/ GfK ConsumerScan (2012): Daten zur Einweg-/Mehrweg-Entwicklung 2011 – Nicht veröffentlichte Auswertung für die GVM, Nürnberg
- GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2012): Mineralwasser 2011, Mainz
- GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2012): Fruchtsaftgetränke 2011, inkl. Fruchtschorlen, Near-Water, Wasser mit Frucht, Mainz
- GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2012): Limonaden, Brausen und sonstige Erfrischungsgetränke 2010, Mainz
- GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2012): Sportgetränke u. ä. 2011, Mainz
- GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2012): Eistee 2011, Mainz
- GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2012): Bier 2011, Mainz
- GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2012): Fruchtsaft, -nektare 2011, Mainz
- GVM Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (2012): Wein 2011, Mainz
- SymphoniIRI Group GmbH (2012) Marktdaten Sojadrinks und Molkegetränke 2011. – Nicht veröffentlichte Auswertung für die GVM, Düsseldorf
- SymphoniIRI Group GmbH (2012) Marktdaten Getränke nach Vertriebslinien 2011, – Nicht veröffentlichte Auswertung für die GVM, Düsseldorf
- Heinisch, J. (2012): Bundesweite Erhebung von Daten zur Abfüllung von Getränken in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweggetränkeverpackungen für die Jahre 2010 und 2011 - Kurzbericht für das Berichtsjahr 2010, bisher unveröffentlicht
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2012): Fachserie 4 Reihe 3.1 Produzierendes Gewerbe. Produktion des verarbeitenden Gewerbes 2011, Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2012): Fachserie 14 Reihe 9.2.1 Finanzen und Steuern: Absatz von Bier. Dezember und Jahr 2011, Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2012): Fachserie 17 Reihe 2 Preise: Preise und Preisindizes für gewerbliche Produkte (Erzeugerpreise) Dezember 2011, Wiesbaden
- Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2012): Fachserie 7 Reihe 2 Außenhandel 2011 endgültig-online-Abruf

Verband der Deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V. (2005): Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2006,
Bonn

Verband der Deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V. (2012): Geschäftsbericht für das Geschäftsjahr 2011,
Bonn

ZEITSCHRIFTEN, INFODIENSTE

Brauwelt / Fachverlag Hans Carl GmbH, Nürnberg

EUWID Verpackung / EUWID Europäischer Wirtschaftsdienst GmbH, Gernsbach

Flüssiges Obst / confructa medien GmbH, Straßenhaus

Getränkefachgrosshandel / Verlag W. Sachon, Mindelheim

Getränkeindustrie / Verlag W. Sachon, Mindelheim

Inside / Inside Getränke Verlags-GmbH, München

Milch Marketing / Bückler Fachverlag, Bad Breisig

Weinwirtschaft / Meininger Verlag GmbH, Neustadt an der WeinstäÙe

Wein + Markt / Fachverlag Dr. Fraund GmbH, Mainz