

# Verbrauch von Getränken in Einweg- und Mehrweg- Verpackungen

Berichtsjahr 2007

UMWELTFORSCHUNGSPLAN DES  
BUNDESMINISTERIUMS FÜR UMWELT,  
NATURSCHUTZ UND REAKTORSICHERHEIT

Förderkennzeichen 3708 31 301  
UBA-FB 001283

**Verbrauch von Getränken in Einweg-  
und Mehrweg-Verpackungen**  
**Berichtsjahr 2007**

von

**Jürgen Heinisch**

Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH, Wiesbaden

Im Auftrag des Umweltbundesamtes

**UMWELTBUNDESAMT**

Diese Publikation ist ausschließlich als Download unter  
<http://www.umweltbundesamt.de>  
verfügbar.

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

ISSN 1862-4804

Herausgeber: Umweltbundesamt  
Postfach 14 06  
06813 Dessau-Roßlau  
Tel.: 0340/2103-0  
Telefax: 0340/2103 2285  
Internet: <http://www.umweltbundesamt.de>

Redaktion: Fachgebiet III 2.4  
Gerhard Kotschik

Dessau-Roßlau, August 2009

## Berichtskennblatt

1. Berichtsnummer	2. Gesch.-Z. Z 6-30 734/52	3. UBA-FB Nr. 001283
4. Titel des Berichts Verbrauch von Getränken in Einweg- und Mehrweg-Verpackungen 2007		
5. Autor, Vorname, Name Jürgen Heinisch		8. Abschlussdatum 3/2009
6. Durchführende Institution (Name, Anschrift)  Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH  Rheingastr. 85  65203 Wiesbaden		9. Veröffentlichungsdatum 08/2009
		10. UFOPLAN - Nr. 3708 31 301
		11. Seitenzahl 42
7. Fördernde Institution (Name, Anschrift)  Umweltbundesamt  Wörlitzer Platz 1  06844 Dessau		12. Literaturangaben
		13. Tabellen und Grafiken 15 und 7
15. Zusätzliche Angaben		
16. Kurzfassung <p>Die 3. Änderungsnovelle der Verpackungsverordnung nennt als neue Zielgröße für Massenge Getränke den Anteil von 80 v. H. für Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweg-Verpackungen (MöVE). Im Rahmen dieser Studie wurde untersucht, welche Anteile im Jahr 2007 erreicht worden sind.</p> <p>Der Anteil der MöVE-Verpackungen liegt 2007 mit 54,7 % unter der Zielgröße und ist damit um mehr als 5 %-Punkte gegenüber dem Vorjahr abgesunken. Der Wert für Bier erreicht 86,0 % und ist nur geringfügig gesunken. Deutliche Rückgänge sind dagegen bei den alkoholfreien Getränken zu verzeichnen.</p> <p>Insgesamt spielen die ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen mit 3,4 % Anteil nur eine geringe Rolle, vorzugsweise in den Getränkesegmenten ohne CO<sub>2</sub>. Der Anteil ist im Vergleich zum Vorjahr um 0,8 %-Punkte zurückgegangen. Der Mehrweganteil aller bepfandeten Getränkearten ist im Vergleich zum Vorjahr erneut deutlich geschrumpft. Der Verbrauch in pfandpflichtigen Einweg-Verpackungen wächst in allen Getränkesegmenten mit Ausnahme von Bier stark an.</p>		
22. Schlagwörter <p>Alkohohlhaltige Mischgetränke, Bier, Blockpackungen, diätetische Getränke, Einweg-Packmittel, Getränkekarton, Glasflaschen, Erfrischungsgetränke, Getränkearten, Getränkedosen, Getränkeverbrauch, Kaffeegetränke, Kunststoffflaschen, Mehrweg-Anteil, Mineralwasser, MöVE, ökologisch vorteilhaft, Substitution, Pfand, Schlauchbeutel, Standbodenbeutel, Verbrauch, Verpackung, Verpackungsverordnung</p>		
18. Preis	19.	20.

## Report Sheet

1. Report No.	2. Ref. No. Z 6-30 734/52	3.
4. Title of report Consumption of beverages in one-way and reusable packaging 2007		
5. Author, first name, name Jürgen Heinisch		8. Completion date 3/2009
6. Implementing institution (name, address)  Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH  Rheingastr. 85 65203 Wiesbaden/Germany		9. Publication date
		10. UFOPLAN - No. 3708 31 301
		11. No. of pages 42
7. Supporting institution (name, address)  Federal Environment Agency  Wörlitzer Platz 1  06844 Dessau / Germany		12. Bibliographical references
		13. Tables and charts 15 and 7
15. Additional data		
16. Summary  The new aim set in the Third Amending Ordinance of the Packaging Ordinance defines for beverages an 80 percent share for reusable and ecological advantageous one-way packaging. The following study analyses how high the actual share of reusable and ecological advantageous one-way packaging was in 2007.  The share of reusable and ecological advantageous one-way packaging is 2007 with 54.7 % under the defined quota. It is decreased to more than 5 percentage points. This relevant packaging has reached in the beer segment a share of 86.0%, which is slightly below the rate of the previous year. In all other beverages segments the share of reusable and ecological advantageous one-way packaging has dropped dramatically.  Ecological advantageous one-way packaging is less important with a 3.4 % market share, mainly used for non-carbonated beverages. Since 2006 the reusable quota has been declining 0.8%-points. In comparison with the previous year the reusable quota of all beverage segments has continued to shrink. The consumption of depository one-way packaging is continually growing for all sorts of beverages excluding beer.		
17. Keywords  beer, beverage cans, brick packs, coffee drinks, consumption, consumption of beverages, deposit, dietetic beverages, drinks carton packaging, ecological advantageous, glass bottles, kind of beverage, mineral water, alcoholic mixed drinks, one-way packaging, packaging, packaging ordinance, plastic bottles, share, reusable quota, stand up bags, substitution, soft drinks.		
18. Price	19.	20.



<b>Inhaltsverzeichnis</b>		<b>Seite</b>
1	Einleitung	7
2	Ergebnisse im Überblick	10
3	Abgrenzungsfragen zum MövE-Anteil	16
3.1	Grundgesamtheit - Einbezogene Füllgutbereiche und Packmittel	16
3.2	Ökologisch vorteilhafte Einweg-Packmittel	21
4	Ergebnisse im Einzelnen	23
4.1	Getränkeverbrauch bepfandeter Getränkesegmente	23
4.2	Die Bedeutung diätetischer Erfrischungsgetränke	25
4.3	Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Verpackungen	26
4.4	Struktur der Einweg-Packmittel	29
5	Vergleich nach alter Definition	40



<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
Tabelle 1: Getränkeverbrauch und Sortenstruktur 2004 bis 2007	10
Tabelle 2: Anteile MövE-Verpackungen am Getränkeverbrauch 2007	11
Tabelle 3: Anteile MövE-Verpackungen am Getränkeverbrauch 2004 - 2007	12
Tabelle 4: Anteile der wichtigsten Verpackungen am Getränkeverbrauch 2004 - 2007	14
Tabelle 5: Übersicht über die Errechnungsarten vor und nach der 3. Novelle der VerpackV	22
Tabelle 6: Entwicklung des Getränkeverbrauchs 2004 - 2007 – in 1.000 l	24
Tabelle 7: Aufteilung Erfrischungsgetränke in diätetisch und nicht diätetisch (Grundgesamtheit), in Mio. Liter und Anteile 2007 in %	26
Tabelle 8: Anteil der MövE-Packmittel nach Getränkesegmenten 2007	29
Tabelle 9: Anteile der Einweg-Packmittel nach Teilsegmenten der Erfrischungsgetränke 2007	33
Tabelle 10: Unterteilung der Getränkearten im Einweg-Bereich 2007 in Mio. Liter	36
Tabelle 11: Unterteilung der Getränkearten im Einweg-Bereich 2007 in %	37
Tabelle 12: Unterteilung der Getränkearten im Einweg-Bereich 2006 in Mio. Liter	38
Tabelle 13: Unterteilung der Getränkearten im Einweg-Bereich 2006 in %	39



Tabelle 14:	Verbrauch in Mio. Liter, 2003 bis 2007 nach alter VerpackV	41
Tabelle 15:	In % des mengenmäßigen Verbrauchs, 2003 bis 2007 nach alter VerpackV	42

<b>Abbildungsverzeichnis</b>		<b>Seite</b>
Abbildung 1:	Entwicklung der Mehrweg-Anteile nach alter VerpackV 2000-2007	13
Abbildung 2:	Packmittelstruktur des Getränkeverbrauchs 2007	15
Abbildung 3:	Vergleich der Packmittelgruppen 2007 gegenüber 2006, 2005, 2004	27
Abbildung 4:	Struktur der MövE-Verpackungen 2007	28
Abbildung 5:	Veränderungen der Einweg-Packmittel Bier 2007 ggü. 2006	31
Abbildung 6:	Veränderungen der Einweg-Packmittel Mineralwasser 2007 ggü. 2006	32
Abbildung 7:	Veränderungen der Einweg-Packmittel Erfrischungsgetränke 2007 ggü. 2006	35





## **1 Einleitung**

Die Gesellschaft für Verpackungsmarktforschung mbH (GVM) führt seit 1978 jährlich für das Umweltbundesamt (UBA) Untersuchungen zur Erhebung der Verbrauchsmengen von Einweg- und Mehrweg-Verpackungen bei Getränken durch.

Die Ergebnisse dieser Studien lagen verschiedenen Verordnungen und Richtlinien des Bundesministeriums für Umwelt (BMU) zu Grunde. Insbesondere bildeten die Zahlen die Grundlage für die in der ursprünglichen Verpackungsverordnung verlangte 72 % Mehrweg-Quote bei Getränkeverpackungen. Infolge dessen wurden die Studien auch für die Überprüfung der Mehrweg-Quote herangezogen.

Die 3. Änderungsverordnung der VerpackV vom 24.05.2005 (3. Novelle der VerpackV) enthielt einige wichtige Änderungen der gesetzlichen Vorgaben.

- In den abfallwirtschaftlichen Zielen der VerpackV wurde ein Anteil von 80 v.H. für Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweg-Getränkeverpackungen an den abgefüllten Getränken als Richtwert formuliert.
- Die ökologisch vorteilhaften Einweg-Getränkeverpackungen wurden im § 3 Abs. 4 ausdrücklich benannt:
  - Getränkekartonverpackungen (Block-, Giebelpackung)
  - Getränke-Polyethylen-Schlauchbeutel-Verpackungen
  - Folien-Standbodenbeutel
- Im § 8 ist für alle nicht ökologisch vorteilhaften Einweg-Getränkeverpackungen geregelt, dass ein Pflichtpfand durch den Vertreiber zu erheben ist, mit zwei Einschränkungen:
  - Das Pflichtpfand gilt nur für die Füllgrößen von 0,1 Liter bis 3 Liter.
  - Mit dem § 8 Abs. 2 wurden die Getränkebereiche neu bestimmt, auf die sich die Pfandregelung bezieht und welche Getränke ausgenommen sind.

Die Änderungen machten es erforderlich, den Untersuchungsumfang in Abstimmung mit dem UBA zu modifizieren. Im Mittelpunkt steht seit dem Berichtsjahr 2004 die Überprüfung des Anteils der in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen in Verkehr gebrachten Getränke. Im Folgenden wird „Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Einweg-Verpackung“ mit MövE abgekürzt.



Aus der Novelle 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 für die Abgrenzung der zu berücksichtigenden Getränkearten und die Abgrenzung der Packmittel.

Die aktuelle Studie wurde in folgenden Schritten bearbeitet:

- Ermittlung der notwendigen Verbrauchszahlen:

Die Verbrauchszahlen basieren im Wesentlichen auf Daten aus dem Verpackungspanel der GVM. Im Mittelpunkt des Panels steht allerdings der Packmitteleinsatz. Im Unterschied dazu wird hier die Packmittelstruktur des Getränkeverbrauchs untersucht. Ausgehend von den Paneldaten wird der Verbrauch unter Berücksichtigung der endgültigen Daten der Außenhandelsstatistik, den Ergebnissen aus weiteren Recherchen (u. a. Telefoninterviews) sowie den Daten der Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg (GfK) ermittelt. Im Unterschied zum Untersuchungsumfang der früheren Studien sind seit der Erhebung für 2004 Daten für alkoholhaltige Mischgetränke und für Getränke mit einem Milchanteil von weniger als 50 % zu bestimmen.

Diätetische Getränke, die zu einem erheblichen Teil unberücksichtigt bleiben, wurden aus den einzelnen Getränkearten herausgerechnet. Die Änderungen der 5. Novelle der VerpackV sind für das Jahr 2007 noch nicht relevant, so dass die Betrachtungen diätetischer Getränke nach dem Stand 3. Veränderungsverordnung durchgeführt worden sind. Die Freistellung der diätetischen Getränke von der Pfandpflicht wurde in der 5. Novelle deutlich eingeschränkt. Damit reagierte der Gesetzgeber auf den Anstieg der Getränke, die von den Abfüllern als diätetisch deklariert und aus der Pfandpflicht herausgenommen wurden, obwohl sie als Massengetränke weiter pfandpflichtig blieben.

- Bestimmung der Verpackungsanteile:

Eine wesentliche Folge der 3. Novelle der VerpackV ist, dass nur noch ein Ziel überprüft werden muss. Die Differenzierung nach Getränkearten ist nicht mehr Gegenstand der Überprüfung. Gleichwohl wurden die getränkenspezifischen Relationen untersucht, da sie Aufschluss über die Bestimmungsfaktoren der Gesamtanteile geben.

- Vergleich mit den Vorjahren:

Mit dieser Untersuchung liegt zum vierten Mal eine Auswertung mit einer vergleichbaren Datenbasis vor.

Soweit es notwendig war, wurden bei den 2006er Daten Korrekturen eingefügt. Die Korrekturen sind aber von geringem Umfang und wirken sich nur in geringem Maße auf die Ergebnisse aus: Der MövE-Anteil 2006 erhöht sich von 59,7 % auf 59,8 %.

Zusätzlich zur Gegenüberstellung der Daten nach der neuen Abgrenzung erfolgt ein Vergleich mit den Daten des Jahres 2003 unter Rückgriff auf die Definitionen der alten VerpackV. Der Rückgriff auf die alte Abgrenzung ist notwendig, weil für das Jahr 2003 keine Daten für die neuen Getränkesegmente verfügbar waren.

Eine **Fehlerbetrachtung** wie sie in den Studien bis 2003 unter Mitwirkung der GfK, Nürnberg erfolgte, ist nicht mehr Gegenstand der Untersuchung. Wir gehen aber aus zwei Gründen davon aus, dass die Fehlerbandbreite zumindest für die Gesamtanteile sich im Zuge der letzten Jahre stabilisiert hat.

- Der Anteil von Bier am Gesamtverbrauch geht kontinuierlich zurück. Der Einfluss der überdurchschnittlichen Fehlerbandbreite sinkt daher.
- Die Zusammenfassung der Erfrischungsgetränke nivelliert die Fehlerquellen, die sich aus der Aufteilung der Außenhandelsdaten auf die Getränkegruppen ergeben.
-

## 2 Ergebnisse im Überblick

### Verbrauch:

- Die Getränkemenge ist 2007 gegenüber 2006 mit 1,0 % moderat angestiegen.
- Mineralwasser ist das größte Getränkesegment gefolgt von Erfrischungsgetränken und Bier. Die alkoholhaltigen Mischgetränke sind gemessen an den Massenge-tränken bedeutungslos.
- Der Verbrauch von Bier ist nach dem Anstieg 2006 in Jahr 2007 wieder dem Trend gefolgt und um 1,5 % gesunken.
- Der Verbrauch von Mineralwasser ist deutlich schwächer als im Vorjahr nur noch um 2,0 % angestiegen.
- Der Verbrauch von Erfrischungsgetränken wuchs um 1,5 %.
- Die alkoholhaltigen Mischgetränke sind erneut sehr stark, um 13,1 % zurück-gegangen.

**Tabelle 1: Getränkeverbrauch und Sortenstruktur 2004 bis 2007**

Getränkeart	2004		2005		2006 (k)		2007	
	Mio. Liter	in %	Mio. Liter	in %	Mio. Liter	in %	Mio. Liter	in %
Bier	7.429,4	24,5%	7.354,0	24,1%	7.510,4	23,7%	7.400,4	23,2%
Mineral-wasser	12.247,8	40,4%	12.369,7	40,6%	12.995,6	41,1%	13.253,0	41,5%
Erfrischungs- getränke	10.557,3	34,9%	10.740,6	35,2%	11.131,7	35,2%	11.298,3	35,4%
Alk. Misch- getränke	54,5	0,2%	13,3	0,0%	6,8	0,0%	5,9	0,0%
<b>Summe</b>	<b>30.288,9</b>	<b>100,0%</b>	<b>30.477,6</b>	<b>100,0%</b>	<b>31.644,4</b>	<b>100,0%</b>	<b>31.957,6</b>	<b>100,0%</b>

**Anteil der MövE-Verpackungen:**

- In der VerpackV wird nur noch eine Zielgröße formuliert: 80 % Anteil der MövE-Verpackungen für alle relevanten Getränke. Der Anteil der MövE-Verpackungen liegt 2007 mit 54,7 % deutlich darunter. Damit setzt sich der kontinuierliche Rückgang des MövE-Anteils seit 2004 fort.
- Betrachtet man die einzelnen Getränkearten, so zeigt sich, dass die MövE-Verpackungen bei Bier mit 86,0 % (ausschließlich Mehrwegverpackungen) einen überdurchschnittlichen Anteil erreichen.
- Für alle anderen Getränkearten liegen die Anteile unter dem Durchschnittswert.

**Tabelle 2: Anteile MövE-Verpackungen am Getränkeverbrauch 2007**

<b>Getränkeart</b>	Mehrweg und ökolog. vorteilhafte Einwegv.	Mehrweg- verp.	ökologisch vorteilhafte Einweg- verp.	nicht ökol. vorteilhafte Einweg- verp.	Einweg- verp. gesamt
Bier	<b>86,0%</b>	86,0%		14,0%	14,0%
Mineralwasser	<b>47,3%</b>	46,9%	0,3%	52,7%	53,1%
Erfrischungsgetränke	<b>42,8%</b>	33,6%	9,2%	57,2%	66,4%
Alk. Mischgetränke	<b>23,1%</b>	23,1%		76,9%	76,9%
<b>Alle Getränke</b>	<b>54,7%</b>	<b>51,3%</b>	<b>3,4%</b>	<b>45,3%</b>	<b>48,7%</b>

- Der Anteil der ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen beträgt 3,4 % des Gesamtverbrauchs und sinkt gegenüber dem Vorjahr um 0,8 %-Punkte.
- Die ökologisch vorteilhaften Einwegverpackungen haben einen Anteil von 6,2 % an den MövE-Verpackungen.
-

**Tabelle 3: Anteile MövE-Verpackungen am Getränkeverbrauch 2004 - 2007**

Getränkeart	2004	2005	2006 (k)	2007
Bier	87,8%	88,6%	87,1%	86,0%
Mineralwasser	68,2%	61,4%	53,0%	47,3%
Erfrischungsgetränke	63,0%	55,0%	49,3%	42,8%
Alk. Mischgetränke	25,7%	24,7%	31,8%	23,1%
<b>Alle Getränke</b>	<b>71,1%</b>	<b>65,7%</b>	<b>59,8%</b>	<b>54,7%</b>
davon Mehrweg	66,3%	61,3%	55,6%	51,3%
davon ökologisch vorteilhafte Einweg-Verpackungen	4,9%	4,4%	4,2%	3,4%

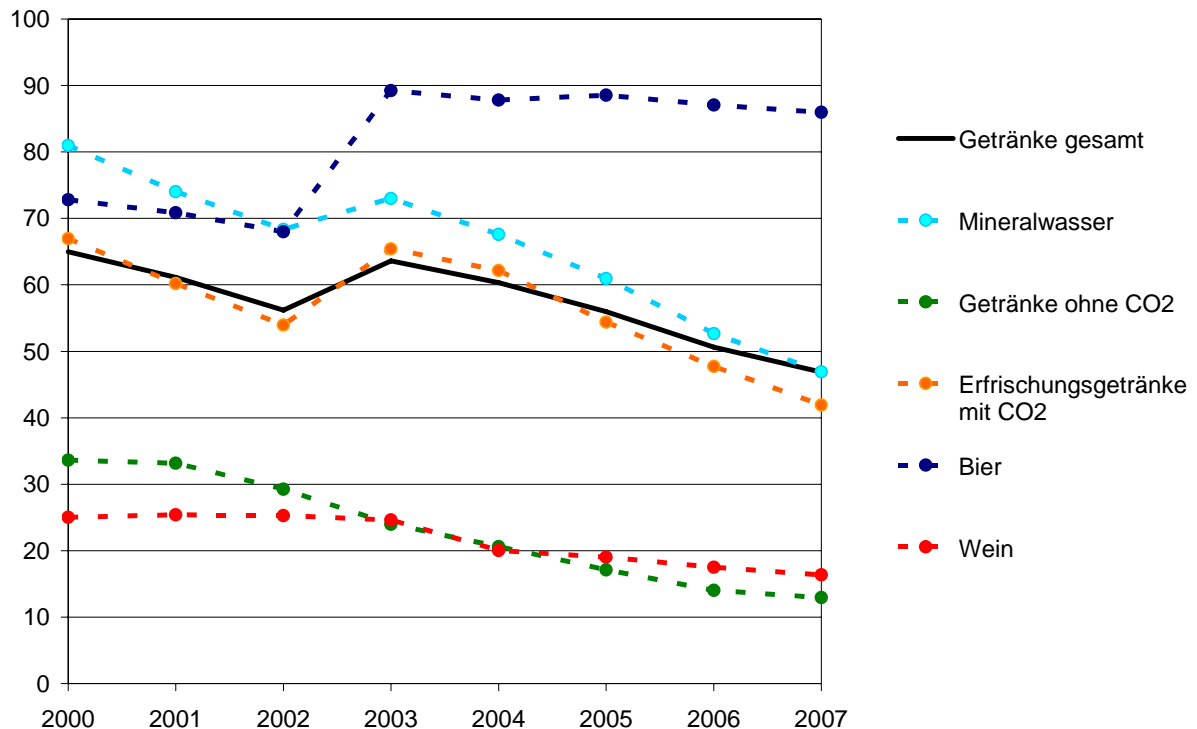
- 
- Bezogen auf alle Einweg-Verpackungen sinkt der Anteil der ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen 2007 auf 7,0 % (2006: 9,4 %, 2005: 11,3 %, 2004: 14,4 %).
- Bei alkoholhaltigen Mischgetränken und Bier entsprechen die MövE-Anteile den Mehrweg-Anteilen. Ökologisch vorteilhafte Einweg-Verpackungen spielen keine Rolle.
- Bei Mineralwasser ist der Anteil der ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen an den MövE-Verpackungen mit 0,3 % unbedeutend, d.h. die Entwicklung des Anteils der MövE-Verpackungen hängt fast nur von der Mehrwegentwicklung ab.
- 95,8 % der ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen finden sich bei den Erfrischungsgetränken, insbesondere bei Fruchtsaftgetränken und Eistee.
- Sie erreichen damit bei den Erfrischungsgetränken einen Anteil von 9,2 % aller Verpackungen (2006: 11,5 %, 2005: 12,0 %, 2004: 13,2 %). Mit 21 % stellen sie auch einen erheblichen Teil der MövE-Verpackungen.

**Anteil der Mehrweg-Verpackungen im Jahresvergleich:**

- Die in Tabelle 2 ausgewiesenen **Mehrweg-Anteile** können lediglich bei Bier und Mineralwasser mit Untersuchungsergebnissen der Jahre 2003 und früher verglichen werden, da nur hier eine annähernd vergleichbare Abgrenzung der Füllgutsegmente vorliegt.

- Die Mehrweg-Anteile der Jahre 2004 bis 2007 wurden daher zu Vergleichszwecken auch auf der Grundlage der Berechnungssystematik nach alter VerpackV berechnet. Die Darstellung in Abbildung 1 zeigt die Ergebnisse.

**Abbildung 1: Entwicklung der Mehrweg-Anteile nach alter VerpackV 2000-2007**



- Der Mehrweg-Anteil nach alter VerpackV ist 2007 gegenüber dem Vorjahr von 50,6 % auf 46,8 % zurückgegangen.
- Bei **Mineralwasser** ist der Aufschwung von Mehrweg sehr kurzlebig gewesen. Mit 46,9 % ist der Mehrweg-Anteil erneut deutlich niedriger als im Vorjahr und erreicht 2007 einen neuen Niedrigstand (2006: 52,6 %).
- Der starke Rückgang von Mehrweg bei Mineralwasser wirkt sich auf Grund der hohen und wachsenden Bedeutung des Mineralwassersegments entscheidend auf die Gesamtanteile aus.
- Bei **Erfrischungsgetränken mit CO<sub>2</sub>** haben die Mehrweg-Gebinde ihre Zuwächse aus 2003 ebenfalls schnell wieder eingebüßt und erreichen nur noch einen Anteil von 41,9 % (2006: 47,7 %).

- Auch bei den **Getränken ohne CO<sub>2</sub>** nehmen die Mehrweg-Anteile im dritten Jahr hintereinander deutlich ab. Mit 12,9 % liegen sie 1,1 %-Punkte niedriger als 2006 (14,0 %).
- Der Mehrweg-Anteil von **Bier** ist 2007 gegenüber 2006 um 1,1 %-Punkte auf 86,0 % gesunken.<sup>1</sup> Die starke Position der Mehrweg-Glasflaschen des Biersegmentes hat einen stabilisierenden Einfluss auf die Mehrweg-Anteile aller Getränke. Allerdings sinkt der Einfluss auf Grund des schrumpfenden Bierverbrauchs.
- Einen merklichen Einfluss auf die Gesamtquote nach alter VerpackV hat auch der Rückgang von Mehrweg bei **Wein**. Hier nahm der Mehrweg-Anteil von 17,5 % auf 16,4 % ab.

**Ergebnisse nach einzelnen Packmitteln:**

**Tabelle 4: Anteile der wichtigsten Verpackungen am Getränkeverbrauch 2004 - 2007**

	2004	2005	2006	2007
Mehrweg-Glasflaschen	48,4%	43,6%	39,0%	35,8%
Mehrweg-Kunststoffflaschen	17,8%	17,7%	16,6%	15,4%
Getränkekarton	4,6%	4,0%	3,9%	3,1%
Einweg-Kunststoffflaschen	25,5%	31,6%	37,6%	42,6%
Einweg-Glas	0,9%	0,7%	0,7%	0,6%
Getränkedosen	2,4%	1,9%	1,7%	2,0%

- **Mehrweg-Glasflaschen** verlieren 2007 erstmals ihre Führungsposition als bedeutendstes Packmittel. Das Getränke-Volumen sinkt gegenüber dem Vorjahr um mehr als 7 %.

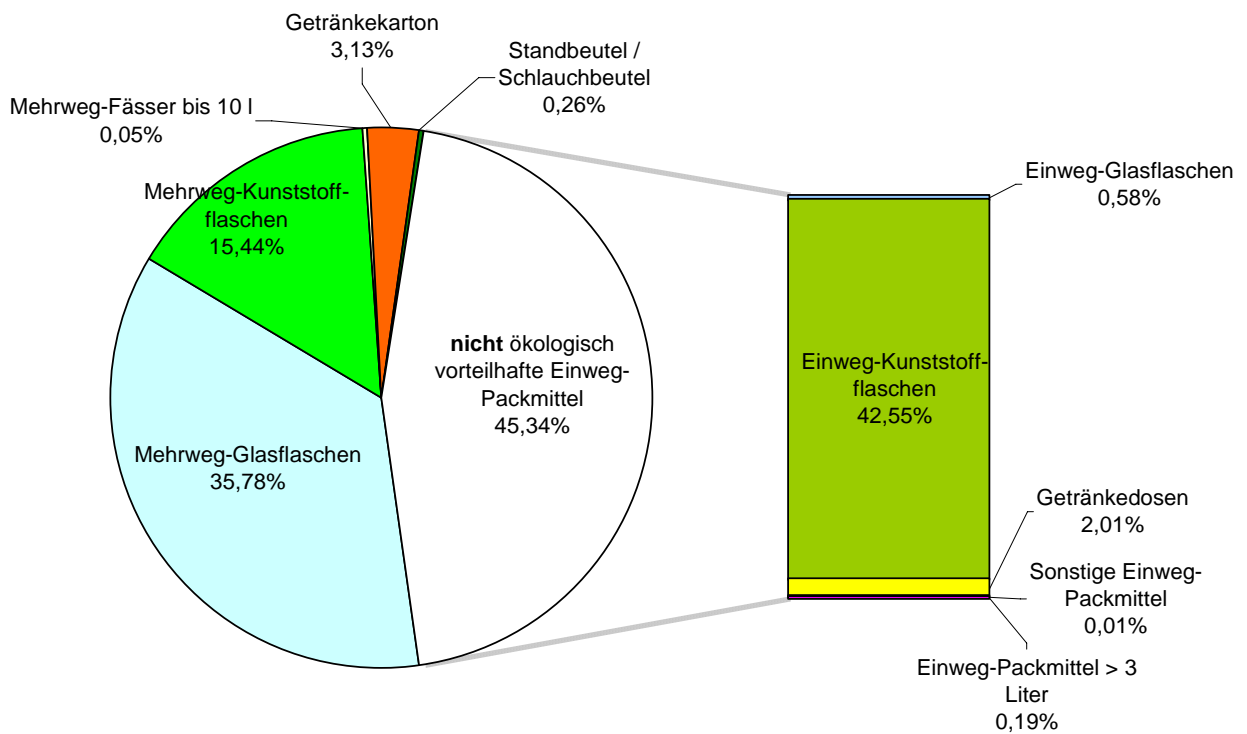
---

<sup>1</sup> Der Mehrweg-Anteil Bier ohne Mehrweg-Fässer ist geringfügig niedriger als der Mehrweg-Anteil wie er in Tabelle zwei berechnet wurde.



- **Mehrweg-Kunststoffflaschen** verlieren dagegen an Bedeutung (-6 % ggü. 2006).
- **Einweg-Kunststoffflaschen** sind mit 42,6 % am Getränkeverbrauch 2007 zu der meist eingesetzten Verpackung geworden. Sie gewinnen 2007 14 % hinzu.
- Die Verluste bei **Getränkkarton** sind 2007 mit -18 % gewaltig.
- **Getränkedosen** gewinnen mit einem Zuwachs von 17% wieder Marktanteile.
- **Einweg-Glasflaschen** sind mit einem Anteil unter 1 % von geringer Bedeutung. Sie konnten gegenüber 2006 die Zuwächse bei Bier nicht stabilisieren und verloren 12 %.

**Abbildung 2: Packmittelstruktur des Getränkeverbrauchs 2007**





### **3 Abgrenzungsfragen zum MövE-Anteil**

Mit dieser Untersuchung wird zum vierten Mal eine Berechnung des Anteils der Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen durchgeführt.

Die Unterschiede der Berechnung in Folge der 3. Novelle der VerpackV werden zu den früheren Abgrenzungen dargestellt.

Bis zum Jahr 2003 wurden verschiedene Mehrweg-Quoten ermittelt,

- die Gesamt-Mehrweg-Quote für die Massengetränke (Bier, Mineralwasser, Erfrischungsgetränke mit CO<sub>2</sub>, Getränke ohne CO<sub>2</sub>, Wein),
- die Mehrweg-Quoten für die einzelnen fünf Getränke-segmente,
- die Mehrweg-Quote für pasteurisierte Konsummilch unter Einbeziehung der Schlauchbeutel als ökologisch vorteilhaft <sup>2</sup>.

Mit der Novelle der VerpackV ist nur noch die Ermittlung eines Anteils notwendig.

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.

#### **3.1 Grundgesamtheit - Einbezogene Füllgutbereiche und Packmittel**

Im § 8 der VerpackV (Stand 4. Novelle) werden die Getränkebereiche genannt, für die die Befandung von Einweg-Verpackungen vorgesehen ist, sofern sie nicht ökologisch vorteilhaft sind.

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

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

---

<sup>2</sup> Die Ermittlung dieser Quote erfolgte nicht im Rahmen der GVM-Studien.



- **Mineralwasser**

Einbezogen ist Quell-, Tafel-, Heilwässer und aromatisierte Wässer. Gesüßte Wässer sind wie bisher nicht berücksichtigt, sondern werden zu den Erfrischungsgetränken gezählt.

- **Bier**

Die Definition berücksichtigt auch alkoholfreies Bier und Biermischgetränke. Anders im Vergleich zur Mehrwegberechnung ist, dass auf Grund des Einsatzes für private Haushalte zusätzlich zu den Großdosen auch Mehrweg-Fässer bis 10 l Berücksichtigung finden.

- **Erfrischungsgetränke**

Im § 8 Absatz 2 Punkt 3 der VerpackV (Stand 4. Novelle) werden die Erfrischungsgetränke beschrieben. Speziell wird darauf verwiesen, dass sowohl Getränke mit als auch ohne CO<sub>2</sub> 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, diätetische Getränke“ mit Ausnahme solcher für intensive Muskelanstrengungen vor allem für Sportler (Sportgetränke).

War bisher in den Untersuchungen eine Zuordnung der Verbrauchsmengen nach Getränken mit oder ohne CO<sub>2</sub> notwendig, so gewinnt jetzt die Zuordnung der einzelnen Getränkearten an Bedeutung.

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

**Abgrenzung der Erfrischungsgetränke von Säften und Nektaren:**

In der Fruchtsaftverordnung (FrSaftVO) wird beschrieben, was ein Fruchtsaft und 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“.<sup>3</sup> Danach gehören die Fruchtsaftgetränke und die Fruchtschorlen zu den Erfrischungsgetränken, obwohl sie im Einzelfall mehr als 50 % Fruchtgehalt haben können. Entscheidend ist nicht der Saftgehalt des Getränks.

Nur wenn eine Fruchtschorle in Übereinstimmung mit der Fruchtsaftverordnung produziert wird, darf sie, auch carbonisiert, die Bezeichnung Fruchtnektar tragen, und nur dann ist sie von der Pfandpflicht befreit.<sup>4</sup>

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<sup>5</sup>.

#### **Abgrenzung der Erfrischungsgetränke von Milchmischgetränken:**

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

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

Molke Drinks, 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

---

<sup>3</sup> Vgl. auch „Leitsätze für Erfrischungsgetränke“ Bundesanzeiger Nr. 62 vom 29. März 2003.

<sup>4</sup> Vgl. auch die Klarstellungen des Verbandes der Fruchtsaftgetränke im Geschäftsbericht 2005; Bonn 2006, S. 75.

<sup>5</sup> In der GVM Nomenklatur werden sie daher auch Ganzfruchtgetränke genannt.



mehr als 50 % enthalten und damit nicht mehr zu den Erfrischungsgetränken sondern zu den Milchmischgetränken gezählt werden müssen.

### **Abgrenzung der diätetischen Getränke:**

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<sup>6</sup> wurde ein Ausnahmetatbestand von der Pfandregelung zugelassen. 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.

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. Auch aus diesem Grund ist mit der 5. Novelle der VerpackV die Sonderregelung für diätetische Getränke deutlich eingeschränkt worden.<sup>7</sup>

In der marktforscherischen Bearbeitung dieser Studie wurde 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.

### ▪ **Alkoholhaltige Mischgetränke**

---

<sup>6</sup> 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 und daher als diätetisch eingestuft wird.

<sup>7</sup> Vgl. 5. Novelle zur Änderung der Verpackungsverordnung vom 2. April 2008; Bundesanzeiger .



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

- 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 durch neue Getränkevarianten auf Weinbasis, die nicht pfandpflichtig sind.

In der gültigen VerpackV gilt die Pfandpflicht bei Einweg-Verpackungen nur für die **Füllgrößen** von 100 ml bis 3.000 ml. Für die Ermittlung des MövE-Anteils spielt dies aber keine Rolle. Daher werden auch Packmittel mit einer Füllgröße größer 3.000 ml den relevanten Füllmengen zugerechnet, allerdings nur bis 10 l. Folglich sind Bag-in-Box-Behälter, Großflaschen, Großdosen und Kanister sowie kleine Bierfässer enthalten. Die Füllgrößen über 10 l, 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.

### 3.2 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)**

In der Auswertung wurden alle Ausfertigungen von Verpackungen aus Flüssigkeitskarton in den Varianten Karton/Polyethylen oder Karton/Aluminium/Polyethylen, unabhängig von der Form (Block (quadratisch und rechteckig), Giebel, andere) und unabhängig von den Entnahme- bzw. Öffnungsvarianten (Naht, Strohhalm, Verschluss) diesem Packmittel zugerechnet. Mit der beschlossenen 5. Novelle der VerpackV wird die Liste der konkret benannten Verpackungen aus Getränkekarton um Zylinderpackungen erweitert.

- **Getränke-Polyethylen-Schlauchbeutel-Verpackungen**

Schlauchbeutelverpackungen spielen in den relevanten Getränkebereichen keine Rolle. Sie werden im Getränkebereich nur bei Milch eingesetzt.

- **Folienstandbodenbeutel**

Im Getränkebereich sind Standbodenbeutel in der Regel Polyester/Aluminium/Polyethylen-Verbunde.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Dazu gehören auch neuere Formen wie beispielsweise der Doy-Pack.

**Tabelle 5: Übersicht über die Errechnungsarten vor und nach der 3. Novelle der VerpackV**

	vor der 3. Novelle der VerpackV (bis zum Untersuchungsjahr 2003)	nach der 3. Novelle der VerpackV (ab dem Untersuchungsjahr 2004)
<b>Anteil</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Mehrweg-Quote</b> der relevanten Getränkearten - gesamt</li> <li>2. <b>Mehrweg-Quote</b> der relevanten Getränkearten - einzeln</li> <li>3. <b>Mehrweg-Quote</b> für pasteurisierte Konsummilch</li> </ol>	Anteil der Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen ( <b>MöV-E-Anteil</b> )
<b>Nenner</b>	Verbrauch relevanter Getränkearten und Packmittel	Verbrauch relevanter Getränkearten und Packmittel
Einbezogene Getränkearten	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Gesamtmenge der folgenden Getränkearten: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mineralwasser</li> <li>• Getränke ohne CO<sub>2</sub></li> <li>• Erfrischungsgetränke mit CO<sub>2</sub>, (inkl. diätetische Getränke; exklusive Getränke mit Milchanteil kleiner als 50 %)</li> <li>• Bier</li> <li>• Wein</li> </ul> </li> <li>2. Einzelmenge der zuvor genannten Getränkearten</li> <li>3. Pasteurisierte Konsummilch</li> </ol>	Gesamtmenge der folgenden Getränkearten: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mineralwasser</li> <li>• Erfrischungsgetränke mit und ohne CO<sub>2</sub> (exklusive Fruchtsaft; -nektar, Gemüsesaft und -nektar; diätetische Getränke (mit Ausnahme Sportgetränke), inklusive Getränke mit Milchanteil kleiner als 50 %)</li> <li>• Bier</li> <li>• Alkoholhaltige Mischgetränke</li> </ul>
Einbezogene Packmittel	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 bis 5 l bei Bier und Bag-in-Box bis 10 l
<b>Zähler</b>	Verbrauch in Mehrweg-Verpackungen	Verbrauch in Mehrweg- und ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen
Einbezogene Packmittel	Mehrweg-Verpackungen Bei pasteurisierter Konsummilch auch Schlauchbeutel	Mehrweg-Verpackungen Schlauchbeutel, Standbeutel und Blockpackungen





## **4 Ergebnisse im Einzelnen**

### **4.1 Getränkeverbrauch bepfandeter Getränkesegmente**

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

2007 war ein Jahr mit einem moderaten Wachstum von +1,0 % der bepfandeten Getränke-segmente.

- Der Verbrauch an Mineralwasser erreicht 2007 13,3 Mrd. Liter und wuchs mit 2,0 % schwächer als in den Vorjahren, aber immer noch stärker als andere Getränkebereiche. Wie schon in den vergangenen Jahren ist Mineralwasser ohne CO<sub>2</sub> überdurchschnittlich stark angestiegen.
- Der Bierverbrauch sinkt mittelfristig zu Gunsten der alkoholfreien Getränke. Nach einem Zuwachs in 2006 setzt der Abwärtstrend 2007 wieder ein. Bier verliert 1,5 % der Absatzmenge und liegt mit 7,4 Mrd. Liter knapp über dem Absatzvolumen von 2005. Auch in 2007 ist das Wachstum der Biermischgetränke ungebremst.
- Die Erfrischungsgetränke steigerten sich überdurchschnittlich (+1,5 %). Die Entwicklung der Teilsegmente verlief allerdings sehr unterschiedlich:
  - Zuwächse waren bei Fruchtsaftgetränken (+2,7 %), Limonaden (+2,4 %) und Sportgetränken (+2,4 %), zu registrieren.
  - Der Verbrauch schrumpfte bei Eistee (-7,9 %), den sonstigen Getränken (v.a. Soja- und Sojamischgetränke) (-6,4 %) und den Kaffeegetränken, die vom Markt verschwanden. Bei Kaffeegetränken ist dies eine Folge der Rezepturänderungen: Die Hersteller haben auf einen Milch- oder Milchprodukteanteil von mehr als 50 % umgestellt, so dass die Produkte zu den Milchmischgetränken gerechnet werden.
- Der Markt für alkoholische Mischgetränke im Sinne der VerpackV ist nochmals deutlich geschrumpft (-13,1 %). Neben Marktverlusten der klassischen „Alcopops“ ist eine weitere Ursache die Rezepturänderung bei den Weinmischgetränken. Dadurch sind Weinmischgetränke, die zu bepfanden sind, weitgehend vom Markt verschwunden.



**Tabelle 6: Entwicklung des Getränkeverbrauchs 2004 - 2007**  
 – in 1.000 l

Getränkesegmente	2004	2005	2006 (k)	2007	2007 zu 2006
Mineralwasser	12.247.777	12.369.705	12.995.557	13.253.002	2,0%
Bier	7.429.352	7.353.951	7.510.397	7.400.433	-1,5%
Erfrischungsgetränke ohne Diätetische Getränke, inkl. sonstige Getränke	10.557.263	10.740.610	11.131.707	11.298.259	1,5%
Fruchtsaftgetränke	2.236.427	2.397.395	2.776.294	2.850.697	2,7%
Sportgetränke	363.280	322.865	279.581	286.353	2,4%
Eistee	1.055.575	1.022.703	1.008.627	928.953	-7,9%
Limonaden, Bittergetränke	6.859.921	6.956.392	7.020.172	7.188.370	2,4%
sonstige Getränke	31.296	38.119	46.896	43.885	-6,4%
Kaffeegetränke	10.763	3.137	138		-100,0%
alkoholhaltige Mischgetränke	54.543	13.312	6.773	5.883	-13,1%



## 4.2 Die Bedeutung diätetischer Erfrischungsgetränke

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

Die besondere Behandlung dieser Getränke durch die VerpackV bietet der abfüllenden Industrie grundsätzlich die Möglichkeit der Befandung von Einweg-Gebinden zu entgehen, wenn die Getränke sich im Sinne der DiätV als diätetisch einstufen lassen und als diätetische Lebensmittel in Verkehr gebracht werden.

Allerdings ist 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 liegt auch kein abschließender Beleg für die Pfandfreistellung vor.

Marktforscherisch ist die rechtliche Frage, ob eine richtige Zuordnung nach DiätV erfolgt ist, nicht abschließend zu beantworten. Daher bilden 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 erheblich herabgesetzt werden mussten. Ebenfalls blieben solche Mengen unberücksichtigt, wo eine Einordnung als diätetisch nach BMU nicht in Frage kam.

Dazu wurde die schon für die Vorjahresstudien seitens des BMU uns zur Verfügung gestellten Bewertungen für Produkte hinsichtlich der Einordnung als diätetisch herangezogen. Veränderungen oder weitere Ergänzungen hat es an diesen Stellungnahmen in den letzten beiden Jahren nicht gegeben.

Im Ergebnis wurde 2007 eine Marktmenge von 341,7 Mio. Litern diätetischer Erfrischungsgetränke ermittelt, die von den Erfrischungsgetränken zum Abzug zu bringen war.<sup>9</sup> Dies entspricht gegenüber dem Vorjahr einem Wachstum von 4,5 %.

---

<sup>9</sup> In der Ermittlung des Verbrauchs diätetischer Erfrischungsgetränke wurden neben den Informationen der Produktionsstatistik (in der unter der Meldenummer 1598 12 307 diätetische Erfrischungsgetränke gemeldet werden) auch Ergebnisse aus eigenen Erhebungen berücksichtigt.

Die Marktmenge, der als diätetisch von den Herstellern deklarierten Getränke, ist wahrscheinlich erheblich größer und in 2007 sehr stark angewachsen. Genaue Zahlen sind nicht verfügbar.

**Tabelle 7: Aufteilung Erfrischungsgetränke in diätetisch und nicht diätetisch (Grundgesamtheit), in Mio. Liter und Anteile 2007 in %**

	Summe	nicht diätetisch (Grund- gesamtheit)	diätetisch	Anteil diätetisch
<b>Erfrischungsgetränke</b>	<b>11.639,9</b>	<b>11.298,3</b>	<b>341,7</b>	<b>2,9%</b>
Limonade	7.379,1	7.188,4	190,7	2,6%
FSG	2.947,5	2.850,7	96,8	3,3%
Eistee	934,2	929,0	5,3	0,6%
Sportgetränke	335,2	286,4	48,9	14,6%
Sonstige Getränke	43,9	43,9		
Kaffegetränke				

#### 4.3 Mehrweg- und ökologisch vorteilhafte Verpackungen

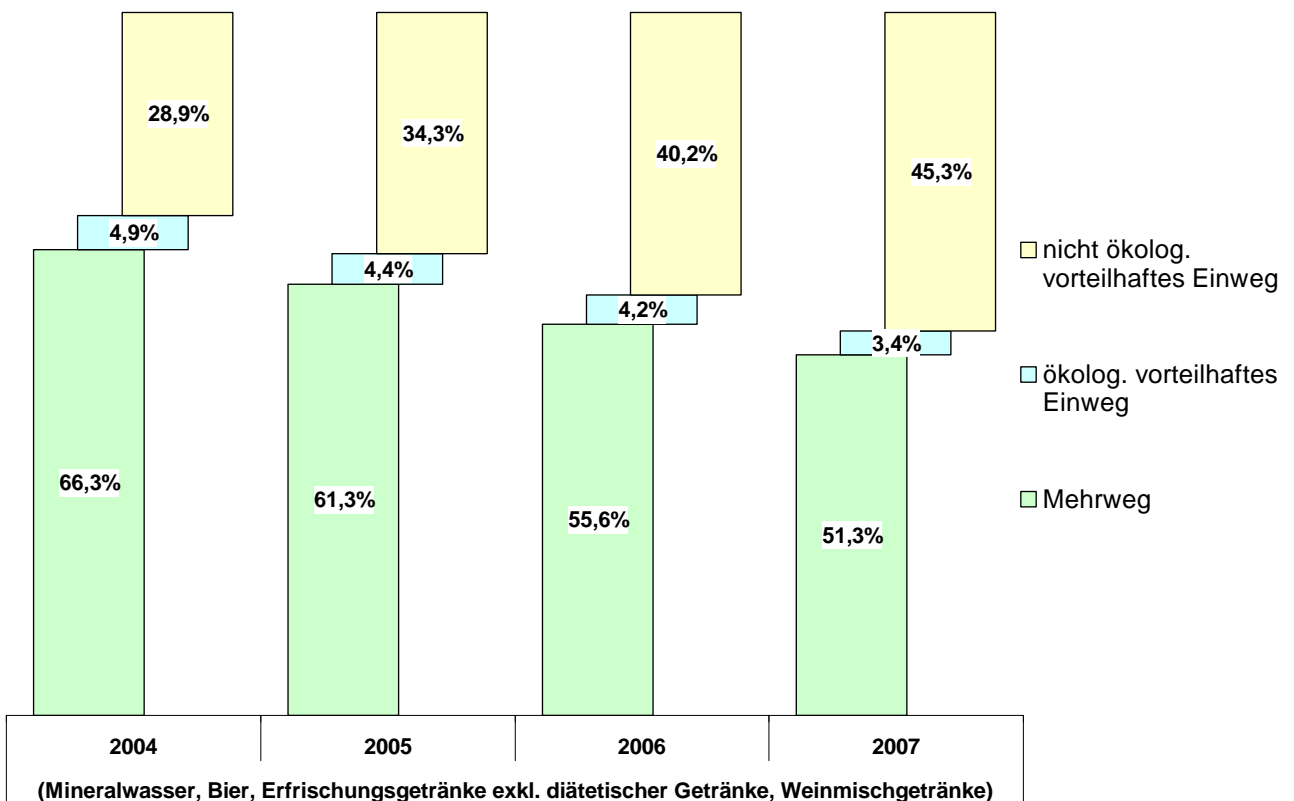
Eine Zielgröße der VerpackV ist der Anteil der MövE-Verpackungen von 80 %. Im Untersuchungsjahr 2007 wird die Zielgröße mit 54,7 % (2006: 59,8 %, 2005: 65,7 %, 2004: 71,1 %) deutlich unterschritten.

Die nachfolgende Abbildung 3 stellt die Struktur der Packmittelgruppen Mehrweg, ökologisch vorteilhafte Einweg-Packmittel und sonstige Einweg-Packmittel für die Jahre 2004 bis 2007 gegenüber.

- Der Mehrweg-Anteil verringerte sich von 66,3 % auf 51,3 %.
- Der Anteil der ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen reduzierte sich von 4,9 % auf 3,4 %.
- Die sonstigen Einweg-Verpackungen stiegen entsprechend von 28,9 % auf 45,3 %.

Der Anteil der Mehrwegverpackungen ist bei weitem zu niedrig, um den gewünschten Anteil für MövE-Getränkeverpackungen zu erreichen. Sollten die ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackungen den niedrigen Mehrweganteil bis zur Zielgröße von 80 % kompensieren, müssten sie einen Anteil von 28,7 % aufweisen. Dies ist unmöglich, da ihr Einsatz auf die Getränke ohne CO<sub>2</sub> begrenzt ist.

**Abbildung 3: Vergleich der Packmittelgruppen 2007 gegenüber 2006, 2005, 2004**

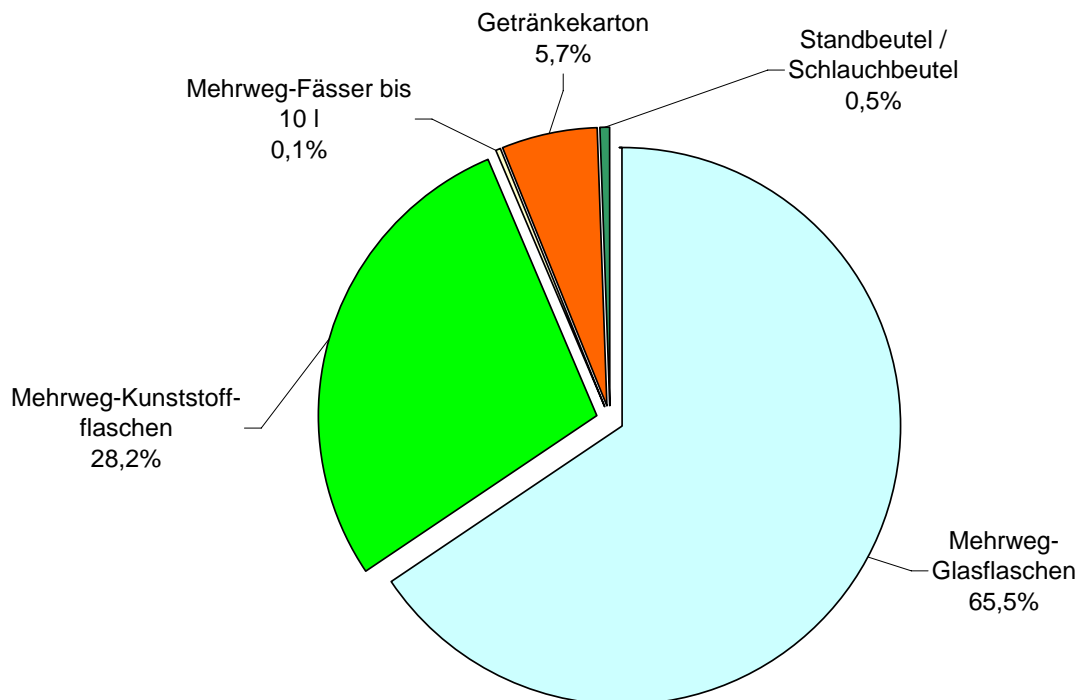


Betrachtet man die MövE-Packmittel (vgl. Abbildung 4 und Tabelle 8), so zeigt sich:

- **Mehrweg-Glasflaschen** sind mit einem Anteil von 65,5 % (2006: 65,2 %, 2005: 66,3 %, 2004: 68,2 %) die dominierende Verpackung der MövE-Packmittel. Die unterschiedliche Entwicklung der Verpackungssysteme zeigt sich an der Bedeutung der Getränkegruppen. So wächst der Anteil von Bier an den Mehrweg-Gebinden aus Glas auf 55,5 % (2006: 52,9 %, 2005: 49,0 %, 2004: 44,4 %), während der Anteil von Mineralwasser auf 33,1 % sinkt (2006: 35,3 %, 2005: 37,1 %, 2004: 39,5 %).

- **Mehrweg-Kunststoffflaschen** gewinnen an Bedeutung und sind mit 28,2 % (2006: 27,7 %, 2005: 27,0 %; 2004: 25,0 %) die zweitgrößte Gruppe der MövE-Verpackungen. Erfrischungsgetränke beanspruchen etwas mehr als die Hälfte, der Rest geht an Mineralwasser.
- **Getränkekarton** hat einen Anteil von 5,7 % (2006: 6,5 %, 2005: 6,1 %, 2004: 6,3 %), der sich auf die Erfrischungsgetränke (95,5 % gegenüber 2006. 96,1 %, 2005: 95,2 % und 2004: 94,6 %) konzentriert (vgl. auch Seite 29).
- **Standbodenbeutel** haben wie in den Vorjahren einen Anteil von 0,5 % und werden zu 100 % bei Erfrischungsgetränken eingesetzt.
- **Bier-Mehrweg-Fässer** haben mit einem Anteil von 0,1 % nur eine Randbedeutung.

**Abbildung 4: Struktur der MövE-Verpackungen 2007**



**Tabelle 8: Anteil der MövE-Packmittel nach Getränkesegmenten 2007**

Getränkeart	relevante Füllmenge	Mehrweg-Glasflaschen	Mehrweg-Kunststoffflaschen	Mehrweg-Fässer bis 10 l	Getränkekarton	Standbeutel / Schlauchbeutel
Bier	36,4%	55,5%		100,0%		
Mineralwasser	35,9%	33,1%	49,3%		4,5%	
Erfrischungsgetränke	27,7%	11,4%	50,7%		95,5%	100,0%
Alk. Mischgetränke	0,0%	0,0%				
Alle Getränke	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

#### 4.4 Struktur der Einweg-Packmittel

Vgl. Tabelle 10 und Tabelle 11.

- Der **Getränkekarton** verliert nach moderaten Verlusten im Vorjahr 2007 massiv Marktanteile. Er erreicht nur noch einen Anteil von 6,4 % (dagegen 2006: 8,7 %, 2005: 10,5 % und 2004: 13,5 %) und bleibt weiterhin die zweitwichtigste Einweg-Verpackung.
- Neben ihm ist die Bedeutung der zweiten ökologisch vorteilhaften Einweg-Verpackung, des **Standbodenbeutels**, mit einem Anteil von 0,5 % gering.<sup>10</sup>
- Der Rückgang von **Einweg-Glasverpackungen** hält an. Sie haben 2007 nur noch einen Anteil von 1,2 % an allen Einweg-Packmitteln erzielt (2006: 1,5 %, 2005: 1,7 %, 2004: 2,7 %).
- Das dominierende Packmittel bei Einweg ist die **Kunststoffflasche**. Sie erreicht 2007 einen Anteil von 87,3 % und ist damit um 2,6 %-Punkte gewachsen (2006: 84,7 %, 2005: 81,7 %, 2004: 75,5 %). Die Ursache ist ein anhaltender Substitutionsprozess von den anderen Packmitteln zu Kunststoffflaschen. 2007

<sup>10</sup> Schlauchbeutel spielen bei den relevanten Getränke-segmenten keine Rolle.

wurden besonders Flüssigkeitskarton zu Gunsten von Einweg-Kunststoffflaschen substituiert.

- **Getränkedosen** liegen mit 4,1 % (2006: 3,9 %, 2005: 5,0 %, 2004: 7,1 %) an dritter Stelle der Einweg-Verpackungen deutlich vor den Einweg-Glasverpackungen. Sie verzeichnen erstmals wieder einen Anstieg.

Die Substitutionsprozesse zwischen den Packmitteln sind nur auf der Ebene der einzelnen Getränkearten nachvollziehbar.

### **Bier:**

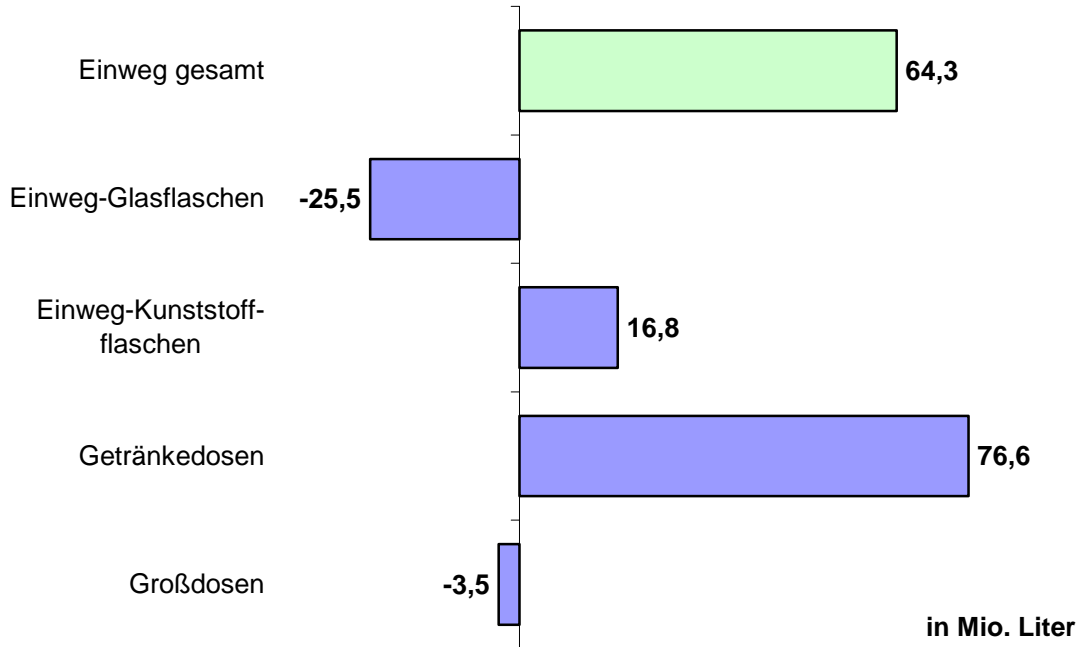
Es stellt sich bei Bier inzwischen ein leichter Abwärtstrend bei Mehrweg heraus. So ist 2007 der Verbrauch von Einweg mit +6,6 % deutlich angestiegen, während der Gesamtmarkt um 1,5 % schrumpft. Somit steigt der Einweg-Anteil von 12,9 % in 2006 auf 14,0 % in 2007.

- Der Marktanteil von **Einweg-Glas** an Einweg-Gebinden ist gegenüber dem Vorjahr von 17,7 % auf 14,1 % deutlich zurückgegangen. Der Wachstumseffekt der Jahres 2006 war offensichtlich auf die Fußballweltmeisterschaft zurückzuführen.
- **Einweg-Kunststoffflaschen** konnten 2007 zwar in der Abfüllmenge um 3,5 % ggü. dem Vorjahr zulegen, verloren trotzdem geringfügig Marktanteile an Einweg-Gebinden und erreichen nun 47,4 % (ggü. 2006 48,9 %).
- **Getränkedosen** haben 2007 mit +27,0 % deutlich ihre Absatzmenge und damit auch ihre Position bei den Einweg-Verpackungen verbessern können: Sie erreichen nunmehr einen Anteil von 34,8 % (2006: 29,2 %, 2005: 37,7 %, 2004: 47,6 % und 2002: 84,3 %).
- **Großdosen** spielen am Biermarkt mit 3,7 % der Einweg-Verpackungen eine bescheidene Rolle und haben in ihrer Marktbedeutung im Vergleich zum Vorjahr um 0,6 %-Punkte verloren.

Die nachfolgende Grafik zeigt die mengenmäßige Veränderung für die einzelnen Packmittel. Dabei wird deutlich, dass Einweg-Kunststoffflaschen mehr als der Gesamtmarkt und zu Lasten der Getränkedosen gewachsen sind.



**Abbildung 5: Veränderungen der Einweg-Packmittel Bier 2007 ggü. 2006 in Mio. l**



#### Mineralwasser:

Der Einweg-Anteil am Verbrauch von Mineralwasser erreicht 2007 mit 53,1 % Marktanteil einen neuen Höchststand (2006: 47,4 %). Die Ursachen des rasanten Wachstums des Einweg-Verbrauchs sind:

- Zuwachs des Mineralwassersektors insgesamt,
- das deutlich stärkere Wachstum von Mineralwasser ohne CO<sub>2</sub>, bei dem Einweg-Kunststoffflaschen schon immer ein herausragende Bedeutung hatten, und
- die Substitution von Mehrweg-Gebinden (vor allem bei Wasser mit CO<sub>2</sub>).

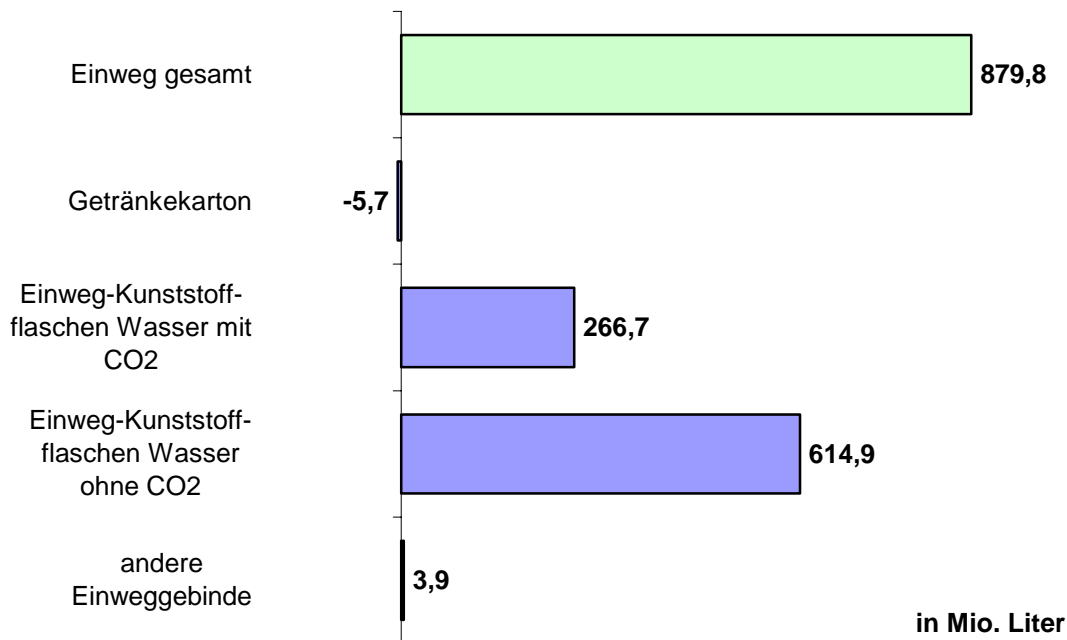
Dieser Prozess wurde 2004 durch die massive Listung niedrigpreisiger Angebote von Mineralwasser bei Discountern eingeleitet und setzte in den Folgejahren fort. Der Siegeszug der „Billigwässer“ in PET hat inzwischen auch alle anderen Vertriebschienen erreicht und erklärt damit das anhaltende Wachstum. Der Verbrauch in Einweg wuchs gegenüber 2006 um 14,3 % (ggü. 2004 um 77,3%) bei einem Gesamtwachstum von 2,0 %.

- Der anhaltende Rückgang des Verbrauchs in **Getränkedosen** 2007 (-11,2 % gegenüber 2006) zeigt, dass dieses Packmittel trotz der Freistellung von der Bepfan-

dung am Markt nur eine sehr begrenzte Alternative darstellt und nur in besonderen Marktsegmenten (Mineralwasser ohne CO<sub>2</sub>, Quellwasser, Wasser für Babynahrung) vorkommt.

- **Einweg-Glasflaschen** verlieren auch bei Mineralwasser stetig an Bedeutung, so dass ihr Marktanteil an Einweg-Gebinden unter 0,2 % liegt.
- **Einweg-Kunststoffflaschen** sind das einzige Einweg-Packmittel mit steigenden Verbrauchsanteilen. Sie sind mit 99,2 % das beherrschende Einweg-Packmittel. Die nachfolgende Grafik zeigt u. a. die Verteilung des Wachstums von Einweg-Kunststoffflaschen auf die beiden Teilsegmente mit und ohne CO<sub>2</sub>. Im Unterschied zum Vorjahr ist 2007 Mineralwasser ohne CO<sub>2</sub> das wichtigere Wachstumssegment.

**Abbildung 6: Veränderungen der Einweg-Packmittel Mineralwasser 2007 ggü. 2006**



#### **Erfrischungsgetränke:**

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 CO<sub>2</sub> am Verbrauch ist. Für Limonaden und Sportgetränke ist die Bedeutung gering, für Fruchtsaftgetränke und Eistee groß.

Tabelle 9 zeigt, wie hoch der Anteil der verschiedenen Getränke-segmente an den einzelnen Einweg-Packmittel ist.

**Tabelle 9: Anteile der Einweg-Packmittel nach Teilsegmenten der Erfrischungsgetränke 2007**

Segment	Summe Einweg	ökologisch vorteilhaft		sonstige Einweg				
		Getränkkarton	Standbeutel / Schlauchbeutel	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosens	Becher	Bag-in-Box
<b>Erfrischungsgetränke - Anteil der Packmittel an allen Einweg -</b>	<b>100,00%</b>	<b>12,75%</b>	<b>1,11%</b>	<b>0,35%</b>	<b>81,78%</b>	<b>3,70%</b>	<b>0,03%</b>	<b>0,01%</b>
<b>Erfrischungsgetränke</b>	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Limonaden	54,44%	0,53%	3,79%	47,37%	62,49%	79,27%	100,00%	
Fruchtsaftgetränke	29,52%	27,22%	94,43%	40,43%	30,17%	0,24%		100,00%
Eistee	12,06%	67,61%	0,54%	11,29%	4,12%	0,63%		
Sportgetränke	3,39%	0,06%	1,25%	0,75%	3,21%	19,86%		
Sonstige Getränke	0,59%	4,58%		0,16%				
Kaffeegetränke								

Die Veränderung der Gebindestruktur wird durch die unterschiedliche Mengenentwicklung der einzelnen Segmente gegenüber dem Vorjahr geprägt. Der Einweg-Verbrauch von Limonaden ist weiterhin stark angewachsen (+28 %). Fruchtsaftgetränke sind erneut sprunghaft angestiegen (+37 %), was auf das massive Wachstum von Near-Water-Produkten und Wasser-plus-Produkten, aber auch den immer noch steigendem Verbrauch von Schorleerzeugnisse zurückzuführen ist. Der Konsum von Eistee in Einweg-Verpackungen sank erstmals (-7 %). Bei Sportgetränken ging der Verbrauch auch 2007 deutlich zurück (-12 %). Kaffeegetränke werden ab 2007 nur noch als Milchmischgetränke angeboten so dass der Verbrauch bei Erfrischungsgetränken nicht mehr erfasst wird.

- Der **Getränkkarton** stellt mit 12,7 % (2006: 16,9 %, 2005: 19,6 %, 2004: 24,7 %) immer noch die zweitwichtigste Gruppe der Einweg-Verpackungen dar; aber er verliert weiter deutlich Marktanteile. Eine herausragende Rolle spielt er bei den Sonstigen Getränken (Sojamilch) mit knapp unter 100 % und bei Eistee, wo er knapp



drei Viertel des Einweg-Marktes beherrscht. Die Abfüllung bei Fruchtsaftgetränken sinkt beständig, so dass sich der Anteil der 10 % Marke nähert. Fruchtsaftgetränke und Eistee stellen zusammen einen Anteil von 94,8 % (2006: 95,2 %) des Verbrauchs von Getränkekarton. Genau umgekehrt ist es bei Sportgetränken und Limonaden, wo die CO<sub>2</sub>-freien Varianten nur geringfügige Marktbedeutung haben und der Getränkekarton daher als Verpackungsalternative kaum zum Tragen kommt.

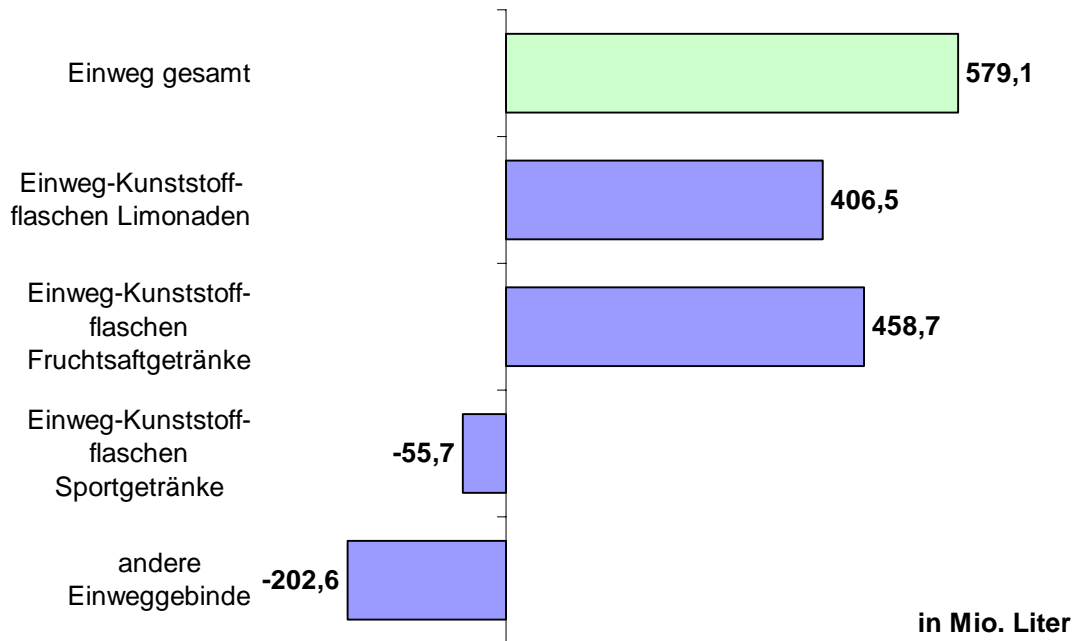
- Der **Standbodenbeutel** ist eine Besonderheit der Erfrischungsgetränke. Das Haupteinsatzgebiet sind die Fruchtsaftgetränke mit einem Anteil von 94,4 %. Innerhalb dieses Segments liegt sein Marktanteil bei 3,5 %.
- Auch bei den Erfrischungsgetränken hat **Einweg-Glas** mit 0,4 % kaum noch eine Bedeutung. Glas verlor in allen Getränkesegmenten bis auf Limonaden.
- **Einweg-Kunststoffflaschen** erreichen insgesamt einen Anteil von 81,8 % (2006: 77,1 %, 2005: 74,2 %, 2004: 67,0 %). Bei den Limonaden wird mit 93,9 % der größte Anteil erzielt, gefolgt von Fruchtsaftgetränken mit 83,6 % und den Sportgetränken mit 77,6 %. In diesen Segmenten sind die Einweg-Kunststoffflaschen das wichtigste Einweg-Packmittel. Anders bei Eistee, hier beträgt der Anteil nur 28,0 %. Zuwächse des Verbrauchs von Einweg-Kunststoffflaschen gegenüber 2006 sind bei Limonaden mit 54,6 % und bei Fruchtsaftgetränken bei 27,3 % zu verzeichnen. Bei Eistee wuchs der Verbrauch von Einweg-Kunststoffflaschen mit 4,9 % nur noch gering. Deutliche Rückgänge sind erneut bei Sportgetränken (-9,0 %) zu vermerken. Ähnlich wie bei Mineralwassern wird in den Wachstumssegmenten die Expansion der Einweg-Kunststoffflaschen zum Großteil durch die Marktzuwächse der B- und C-Marken <sup>11</sup> nicht mehr nur im Discounter sondern auch in anderen Vertriebschienen getragen.
- **Getränkedosen** konnten erstmals wieder einen allerdings bescheidenen Zuwachs bei den Erfrischungsgetränken verzeichnen. Trotz dieses Wachstums schrumpfte der Marktanteil 2007 um 0,1 %-Punkte auf 3,7 %. Gegenüber dem Vorjahr stagnierte der Verbrauch bei sehr gegensätzlichen Einzelentwicklungen auf niedrigem Niveau: Bei Fruchtsaftgetränken (+40,0 %) und Sportgetränken (+25,9 %) sind deutliche Zuwächse, bei Eistee (-48,3 %) und v. a. bei Kaffeegetränken (-91,2 %) sind deutliche Verluste im Dosenverbrauch zu verzeichnen.

<sup>11</sup>

B-Marken: Im niedrigeren Preissegment liegende Zweitmarke eines Herstellers. C-Marke oder Niedrigpreismarke: Marken mit einem als niedrig empfundenen Qualitätsniveau, deren Hauptzielgruppe preisorientierte Käufer sind; Quelle: [www.wirtschaftslexikon24.net](http://www.wirtschaftslexikon24.net)

- Die nachfolgende Grafik zeigt, dass die Veränderungen bei den Einwegpackmittel sich fast ausschließlich durch Einweg-Kunststoffflaschen ergeben.

**Abbildung 7: Veränderungen der Einweg-Packmittel Erfrischungsgetränke 2007 ggü. 2006**



#### **Alkohohaltige Mischgetränke:**

Die Marktverluste der alkoholhaltigen Mischgetränke (-49,1 %) wirken sich sehr stark auf die Packmittelstruktur aus. 2007 wird die Struktur praktisch von den verbliebenen Mengen der „Alcopops“ bestimmt.

Mit 76,9 % (2006: 68,2 %) wird der Großteil der alkoholhaltigen Mischgetränke in Einweg-Packmittel abgefüllt. Der Marktverluste gingen vorwiegend zu Lasten Einweg-Glas, das 2007 nur noch einen Marktanteil von 17,3 % der Einweg-Packmittel erreicht (2006: 46,1 %) Im Vordergrund stehen trotz Mengenstagnation mit 82,7 % Getränkedosen (2006: 53,9 %).<sup>12</sup>.

<sup>12</sup> Die Angaben 2006 mussten korrigiert werden. Die im Vorjahresbericht ausgewiesenen Kunststoffflaschen sind tatsächlich den Einweg-Glasflaschen zuzurechnen.





Tabelle 11: Unterteilung der Getränkearten im Einweg-Bereich 2007 in %

Segment	Summe Einweg	ökologisch vorteilhaft		sonstige Einweg bis 3,0 Liter						sonstige Einweg > 3,0 Liter		
		Getränkemarkt	Standbeutel / Schlauchbeutel	Einweg-Glasflaschen	Einweg-Kunststoffflaschen	Getränkedosen	Becher	Bag-in-Box	sonstige Einweg-Packmittel	Größflaschen/Kanister	Bag-in-Box	Großdosen
<b>Bier</b>	<b>100,00%</b>			<b>14,11%</b>	<b>47,44%</b>	<b>34,78%</b>						<b>3,67%</b>
<b>Wasser</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,64%</b>		<b>0,19%</b>	<b>99,16%</b>	<b>0,01%</b>	<b>0,00%</b>					<b>0,00%</b>
Wasser mit CO <sub>2</sub>	100,00%			0,23%	99,76%	0,01%						
Wasser ohne CO <sub>2</sub>	100,00%			0,10%	97,72%		0,01%					0,01%
<b>Erfrischungsgetränke</b>	<b>100,00%</b>	<b>12,75%</b>	<b>1,11%</b>	<b>0,35%</b>	<b>81,78%</b>	<b>3,70%</b>	<b>0,03%</b>					<b>0,28%</b>
Limonaden	100,00%	0,12%	0,08%	0,30%	93,87%	5,39%	0,05%					0,19%
Fruchtsaftgetränke	100,00%	11,76%	3,54%	0,48%	83,58%	0,03%						0,58%
Eistee	100,00%	71,47%	0,05%	0,32%	27,96%	0,19%						
Sportgetränke	100,00%	0,23%	0,41%	0,08%	77,58%	21,71%						
Sonstige Getränke	100,00%	99,91%		0,09%								
Kaffegetränke												
<b>Alk. Mischgetränke</b>	<b>100,00%</b>			<b>17,30%</b>		<b>82,70%</b>						
<b>Summe</b>	<b>100,00%</b>	<b>6,43%</b>	<b>0,53%</b>	<b>1,19%</b>	<b>87,33%</b>	<b>4,11%</b>	<b>0,01%</b>					<b>0,24%</b>









## **5 Vergleich nach alter Definition**

Die beiden folgenden Tabellen zeigen, wie sich die Packmittelstruktur nach der alten Segmentdefinition darstellt.

Die Daten für 2006 wurden gegenüber dem letzten Bericht geringfügig korrigiert. Im Ergebnis ändert sich der 2006er Mehrweg-Anteil gesamt von 50,49 % auf 50,64 %.

Für die einzelnen Getränkesegmente ergeben sich für 2006 folgende Korrekturen:

- Bier steigt von 86,89 % auf 87,05 %.
- Wasser bleibt unverändert bei 52,64 %.
- Erfrischungsgetränke mit CO<sub>2</sub> steigt auf 47,73 % (2006 alt: 47,46 %).
- Getränke ohne CO<sub>2</sub> steigt marginal auf 14,02 % (2006 alt: 14,00 %).
- Wein bleibt unverändert bei 17,50 %.



Tabelle 14: Verbrauch in Mio. Liter, 2003 bis 2007 nach alter Verpackv

Getränke-segment	Jahre	Füll-menge Gesamt	Anteil Füll-menge	Mehrweg			Einweg											
				Mehrweg gesamt	Mehrweg Glas-flaschen	Mehrweg-Kunststoff-flaschen	Einweg gesamt	Einweg-Glas-flaschen	Getränke-dosen	Groß-dosen	Getränke-karton	Bag-in-Box	Stand-beutel	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 (k)	7.499,9	20,3%	6.528,8	6.528,8		971,1	171,6	283,5	41,5						474,5		
	2007	7.383,5	19,9%	6.348,0	6.348,0		1.035,5	146,1	360,1	38,0						491,3		
	2003	11.943,4	33,3%	8.716,2	8.716,2	2.042,7	3.227,2	40,7	4,4	74,3						3.107,8		
	2004	12.247,8	34,3%	8.279,8	8.279,8	5.795,2	2.484,6	34,6	0,9	73,1						3.859,1	0,2	
2005	12.369,7	34,8%	7.538,1	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	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	13.253,0	35,7%	6.218,8	6.218,8	3.786,5	2.432,3	7.034,2	13,2	0,4	45,3	0,2				6.974,9	0,2		
Erfrischungs-getränke mit CO <sub>2</sub>	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 (k)	8.795,6	23,8%	4.198,4	1.420,3	2.776,1	4.597,2	15,2	261,1							4.321,0		
	2007	9.106,8	24,5%	3.817,0	1.229,2	2.587,8	5.289,8	17,0	276,8							4.995,9		
	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					770,4	23,1	
	2004	6.085,2	17,0%	1.294,8	1.232,3	22,5	4.830,4	303,1	6,6	3.517,4	23,1					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					1.292,3	1,8		
2006 (k)	6.015,9	16,3%	843,4	797,0	46,4	5.172,5	139,0	3,1	3.104,0	19,9					1.802,8	2,4		
2007	5.777,9	15,6%	748,1	701,5	46,6	5.029,8	117,4	2,4	2.628,6	16,5					2.178,7	2,4		
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 (k)	1.608,6	4,4%	281,4	281,4		1.327,2	1.213,6		99,7	13,8							
	2007	1.589,9	4,3%	260,0	260,0		1.329,9	1.236,3		78,8	14,9							
	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 (k)	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	37.111,1	100,0%	17.392,0	12.325,3	5.066,7	19.719,1	1.530,0	639,7	38,0	2.752,7	31,6				83,7	14.640,8	2,6	

**Tabelle 15: In % des mengenmäßigen Verbrauchs, 2003 bis 2007 nach alter Verpacky**

Getränke-segment	Jahre	Füll-menge Gesamt	Anteil Füll-menge	Mehrweg			Einweg										
				Mehrweg gesamt	Mehrweg Glas-flaschen	Mehrweg-Kunststoff-flaschen	Einweg gesamt	Einweg-Glas-flaschen	Getränke-dosen	Groß-dosen	Getränke-karton	Bag-in-Box	Stand-beutel	Einweg-Kunststoff-flaschen	Kunst-stoff-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 (k)	7.499,9	20,3%	87,05%	87,05%		12,95%	2,29%	3,78%	0,55%						6,33%	
	2007	7.383,5	19,9%	85,98%	85,98%		14,02%	1,98%	4,88%	0,51%						6,65%	
	2003	11.943,4	33,3%	72,98%	72,98%	17,10%	27,02%	0,34%	0,04%		0,62%					26,02%	0,00%
	2004	12.247,8	34,3%	67,60%	67,60%	20,29%	32,40%	0,28%	0,01%		0,60%					31,51%	0,00%
2005	12.369,7	34,8%	60,94%	60,94%	21,09%	39,06%	0,06%	0,01%		0,48%					38,51%	0,00%	
2006	12.995,6	35,2%	52,64%	52,64%	33,30%	47,36%	0,07%	0,00%		0,39%			0,00%		46,89%	0,00%	
2007	13.253,0	35,7%	46,92%	46,92%	28,57%	53,08%	0,10%	0,00%		0,34%					52,63%	0,00%	
Erfrischungs-getränke mit CO <sub>2</sub>	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 (k)	8.795,6	23,8%	47,73%	16,15%	31,58%	52,27%	0,17%	2,97%							49,13%	
	2007	9.106,8	24,5%	41,91%	13,50%	28,42%	58,09%	0,19%	3,04%							54,86%	
	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 (k)	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	5.777,9	15,6%	12,95%	12,14%	0,81%	87,05%	2,03%	0,04%	45,49%	0,29%	1,45%				37,71%	0,04%	
Wein	2003	1.625,3	4,5%	24,62%	24,62%		75,38%	68,25%									
	2004	1.648,1	4,6%	20,04%	20,04%		79,96%	71,97%									
	2005	1.584,6	4,5%	19,03%	19,03%		80,97%	73,37%									
	2006 (k)	1.608,6	4,4%	17,50%	17,50%		82,50%	75,45%									
	2007	1.589,9	4,3%	16,36%	16,36%		83,64%	77,76%									
	2003	35.818,6	100,0%	63,60%	50,04%	13,56%	36,40%	5,18%	2,59%	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%	9,41%	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%	9,76%	0,08%	0,28%				27,97%	0,01%	
2006 (k)	36.915,6	100,0%	50,64%	36,18%	14,46%	49,36%	4,20%	1,49%	8,82%	0,09%	0,27%				34,38%	0,01%	
2007	37.111,1	100,0%	46,86%	33,21%	13,65%	53,14%	4,12%	1,72%	7,42%	0,09%	0,23%				39,45%	0,01%	