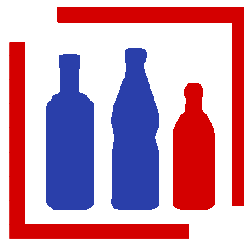


# **Branchenbericht 2009 einschl. 1. Halbjahr 2010 der Getränkeindustrie (AfG)**



**GEWERKSCHAFT NAHRUNG-GENUSS-GASTSTÄTTEN**

## Mineralbrunnen und Herstellung von Erfrischungsgetränken (AfG)

### **Umsatz und Beschäftigtenzahl rückläufig**

**2009** war für die gesamte Branche kein zufriedenstellendes Jahr. Ursächlich dafür waren, dass sich ein richtiger Sommer nicht einstellte und etwaige Sondereinflüsse fehlten. Der anhaltende Konsolidierungsprozess und der bestehende Strukturwandel prägten weiterhin das Bild der Branche. Die positive Umsatzentwicklung der Vorjahre setzte sich in 2009 nicht fort. Der **Umsatz** der Mineralwasserbranche und der Hersteller von Erfrischungsgetränken nahm um 0,9 Prozent auf 6,4 Mrd. EUR ab. Zu der Branche gehören die Erfrischungsgetränke, Wasser sowie Fruchtsäfte und –nektare.

Damit trägt diese Branche knapp 5 Prozent zum Umsatz des gesamten Ernährungsgewerbes bei. Im Ernährungsgewerbe schrumpfte der Umsatz um 4,2 Prozent.

Die Zahl der **Beschäftigten** ging im Vergleich zum Vorjahr um 0,2 Prozent auf 23.181 zurück. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Beschäftigtenzahl nicht in Vollzeitbeschäftigte umgerechnet wird. Im Ernährungsgewerbe nahm die Beschäftigtenzahl um 0,9 Prozent zu.

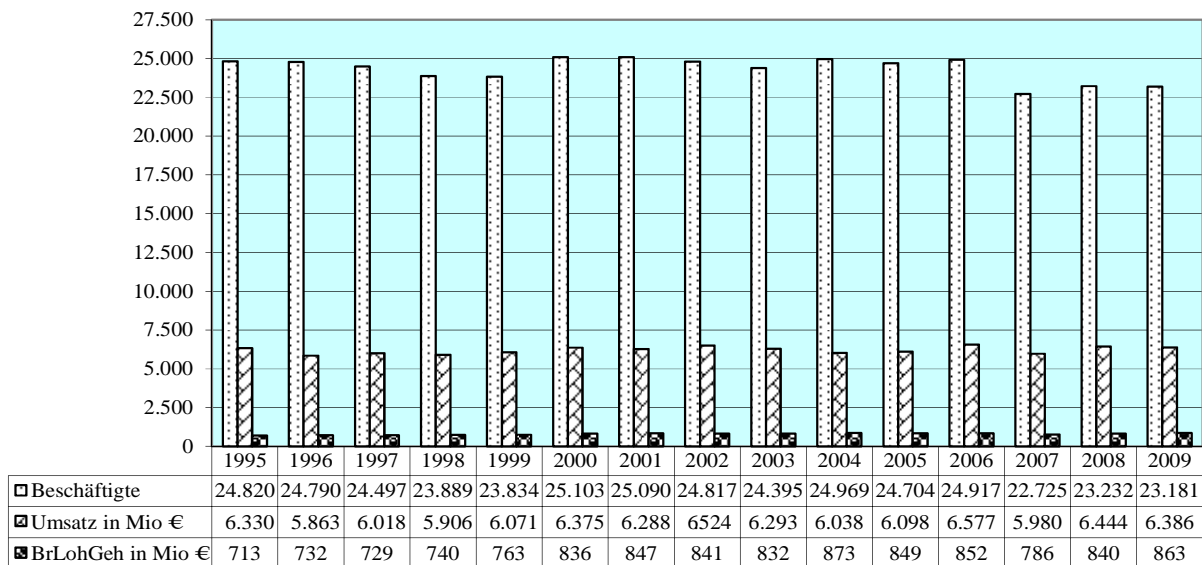
Im **ersten Halbjahr 2010** nahm der Umsatz durch die im Wesentlichen schlechten Witterungsbedingungen um 3,8 Prozent weiter ab. Der Export verzeichnete einen Zuwachs von 6,8 Prozent. Die Zahl der Beschäftigten erhöhte sich leicht um 0,3 Prozent. Im Ernährungsgewerbe stieg im gleichen Zeitraum der Umsatz um 0,3 Prozent und die Zahl der Beschäftigten um 1,4 Prozent.

### **Änderungen durch das Destatis**

In 2007 wurde erneut vom Deutschen Statistischen Bundesamt (Destatis) eine Umstellung des Erfassungskreises der Betriebe (Abschneidegrenze der erfassten Einheiten) vorgenommen. Das Destatis erfasst aus Gründen der Vergleichbarkeit in der EU und wegen einer Entlastung des Mittelstandes nicht mehr Betriebe von Unternehmen ab 10 Beschäftigte sondern es werden die Betriebe von Unternehmen nur noch ab 50 Beschäftigten erfasst. Die Schaubilder enthalten die Daten aus der geänderten, neuen Erfassung, weil diese die Grundlage für die weiteren Jahre darstellt.

Besonders wird die Umstellung an der Anzahl der erfassten Betriebe deutlich. In der AfG Branche wurden z. B. in 2006 221 Betriebe erfasst, in 2007 ging diese Zahl auf 134 zurück. Dies ist ein Rückgang von ca. 40 %. Im Ernährungsgewerbe dagegen belief sich der Rückgang der erfassten Betriebe auf 55 %. Diese veränderte Abschneidegrenze der Betriebeanzahl hat natürlicherweise Auswirkungen auf weitere Kennzahlen wie z. B. die Höhe des Umsatzes, der Beschäftigtenzahl, die Bruttolohn- und –gehaltssumme, Umsatzproduktivität.

In 2008 fand eine weitere Anpassung der Statistiken der Wirtschaftszweige (WZ) 2003 des StBA an die EU statt. Die Wirtschaftszweige, Ausgabe 2008 (WZ 2008) bauen jetzt rechtsverbindlich auf der statistischen Systematik der Wirtschaftszweige der EU (NACE Rev. 2) auf, die ihrerseits auf der internationalen Systematik der WZ (ISIC Rev. 4) der Vereinten Nationen basiert. Einige WZ erhielten eine neue Zuordnung von Unterklassen. Bei der Getränkewirtschaft WZ 11.07 hat sich die Zuordnung von der WZ 2003 zur WZ 2008 nicht geändert.



Quelle: Destatis, ab 1997, 2002 und 2007 jeweils erweiterter Berichtskreis, WZ 2008

**Verbraucher-  
verhalten**

Das Umsatzwachstum entwickelt sich sehr stark saison- und witterungsabhängig. Der langfristige Trend wird jedoch hauptsächlich von der Gesundheitseinstellung und vom Gesundheitsverhalten der Verbraucher bestimmt. Die Jahresvergleiche von 1995 an zeigen, dass der **Umsatz** in 1996 mit 5,9 Mrd. EUR am niedrigsten lag und in 2006 mit 6,6 Mrd. EUR ein hohes Niveau erreichte. (Siehe auch Statistikeffekt) Das Niveau von 2006 wurde umsatzmäßig bisher nicht überschritten. Mengenmäßig war 2008 mit 21.388 Mio. Liter das bisher erfolgreichste Jahr.

**Nachfragemacht  
der LEH**

Seit einiger Zeit spielt die Nachfragemacht des LEH in dieser Branche eine zunehmende Rolle. Die Handelsmarken nehmen zu und häufig wurden auch verschiedene Wässer (z. B. Markenartikel) als Aktionsware angeboten, die dem Hersteller kaum ausreichende Deckungsbeiträge ließen. Ebenso engagieren sich Discounter stärker in diesem Markt. Sie gewinnen Marktanteile, wobei alle anderen Vertriebswege wie Verbrauchermärkte oder Abholmärkte deutlich verlieren. Der Marktanteil der Discounter stieg im Jahresvergleich von 50,7 Prozent auf 53,6 Prozent der im Handel verkauften AfG-Getränke an (2007). Damit wurde und wird der Preisdruck auf die Hersteller weiter verstärkt. „Für die überregionalen Hersteller wird die Luft dünner. Ein massives Brunnensterben ist zu befürchten.“ (LZ 14, 3. April 2009)

**Preisdruck hält an**

Der Preisdruck durch den LEH kann dazu führen, dass der Absatz und der Umsatz (Preis x Menge) von einander abweichen können, d. h. der Absatz also die Tonnage bspw. durchaus zunehmen, wenn die Kapazitäten es erlauben, wobei hingegen der Umsatz sinken kann. (siehe 2006 und 2008)

Von den hohen Absatzmengen und von den Zuwächsen in den vergangenen Jahren profitierten vorrangig die Discounter. „Weniger als 20 Cent kostet bei ihnen

üblicherweise eine 1,5 Liter Plastikflasche. Zum Vergleich: Der Durchschnittspreis für die klassische 0,7 Liter Mehrweg Glasflasche der kleinen und mittleren Brunnen lag bei 31 Cent.“ (Welt am Sonntag, 22.3.2009)

### **Absatzstruktur**

Die **Absatzlage** in 2003 war aufgrund des heißen Sommers mehr als gut. Dennoch wurde in 2004 der **gesamte Absatz von alkoholfreien Getränken** weiter um 1,2 Prozent auf 20.157,6 Mio. Liter und in 2005 um 0,2 Prozent auf 20.205 Mio. Liter gesteigert. In 2006 wurde ein mengenmäßiger Zuwachs von 5,0 Prozent erreicht. Der Absatz kletterte auf 21.222 Mio. Liter. In 2007 wurde dieser positive Trend gestoppt. Der Absatz sank um 0,8 Prozent auf 21.049,2 Mio. Liter. 2008 konnte ein mengenmäßiger Zuwachs von 1,6 Prozent auf 21.388,2 Mio. Liter erreicht und in 2009 musste wieder ein Rückgang von 0,6 Prozent registriert werden. Der Absatz erreichte ein Niveau von 21.254,4 Mio. Liter. In 2008 wurde bisher der stärkste Absatz erzielt.

Der Absatz von **Mineral- und Heilwässer** nahm in 2005 leicht um 0,3 Prozent auf 10.477,8 Mio. Liter ab, stieg aber in 2006 um 6,0 Prozent auf 11.106,5 Mio. Liter und sank in 2007 wieder auf 11.049,9 Mio. Liter. 2008 konnte ein Anstieg um 2,5 Prozent auf 11.323 Mio. Liter erreicht werden. 2009 sank der Absatz um 0,7 Prozent auf 11.244 Mio. Liter. Volumenmäßig bleibt das traditionelle kohlenensäurehaltige Mineralwasser Nummer eins bei den Verbrauchern. In 2008 wurde bisher der stärkste Absatz erzielt.

Hohe Zuwächse verzeichneten in 2006 die **Erfrischungsgetränke (ohne Wässer)** mit 4,0 Prozent und stiegen auf 10.115 Mio. Liter. In 2007 nahmen die Erfrischungsgetränke um 1,1 Prozent auf 9.999 Mio. Liter ab. 2008 konnte wieder ein kleiner Zuwachs von 0,7 Prozent erreicht werden. Der Absatz stieg auf 10.065 Mio. Liter. 2009 ging es auch bei dieser Getränkegruppe abwärts. Es wurde ein Minus von 0,5 Prozent erreicht. Das Absatzvolumen sank auf 10.011 Mio. Liter.

Wie schon in den Vorjahren konnten sich die Fruchtschorlen sowie die neuen Segmente, z.B. aromatisierte Wasser (Kirsch-, Apfel-, Kiwi- oder Traubengeschmack) Wasser mit Fruchtsaft, Wellness Getränke, ACE, Teegetränke gut behaupten. Umsatzmäßig verzeichneten die Energydrinks mit 22,7 Prozent, die Schorlen mit 22,5 Prozent, Fruchtnektare mit 18,2 Prozent und die Cola Getränke mit 10,6 Prozent sehr hohe Zuwächse. Die höchsten Zuwächse erzielten Diätische Erfrischungsgetränke mit 83,9 % und stiegen auf 116,9 Mio. €. An den gesamten Erfrischungsgetränken einschl. Wässer ist dies allerdings nur ein Anteil von knapp 2 Prozent. Die größten Umsatzeinbrüche wurden bei den Sportgetränken mit 19,4 Prozent und den Fruchtsaftgetränken mit 10,2 Prozent registriert.

Nach einer Studie (LZ Nr. 13, 30. März 2007) sehen 81 Prozent der Verbraucher eine klare Verbindung zwischen Ernährung und ihrer Gesundheit. Alkoholfreie Getränke insbesondere Mineralwässer haben bei den Verbrauchern einen hohen Stellenwert erhalten. Hierbei ist es wichtig, dass die Verbraucher mit ihrem Getränkekonsum eine Verbindung zu Gesundheit, Genuss und Convenience herstellen können.

**Branchendaten Mineralwassermarkt 2009**

	<b>2009</b>	<b>2008</b>	<b>Verä. in VH</b>
Betriebe	209	211	- 0,9
Absatz gesamt	12,90 Mio. hl	13,10 Mio. hl	- 1,5
Absatz Mineral- und Heilwasser	9,55 Mio. hl	9,66 Mio. hl	- 1,0
Absatz Mineralbrunnen Erfrischungsgetränke	3,35 Mio. hl	3,45 Mio. hl	- 2,9
Pro-Kopf-Verbrauch	172,0 l	173,8 l	- 1,0
Import Mineralwasser	1,4 Mio. hl	1,34 Mio. hl	4,4
Export Mineralwasser	0,215 Mio. hl	0,183 Mio. hl	17,4

Quelle: Destatis, LZ 12, 26. März 2010 (Achtung: Unterschiede in den Zusammenfassungen zu den Daten vom DBB)

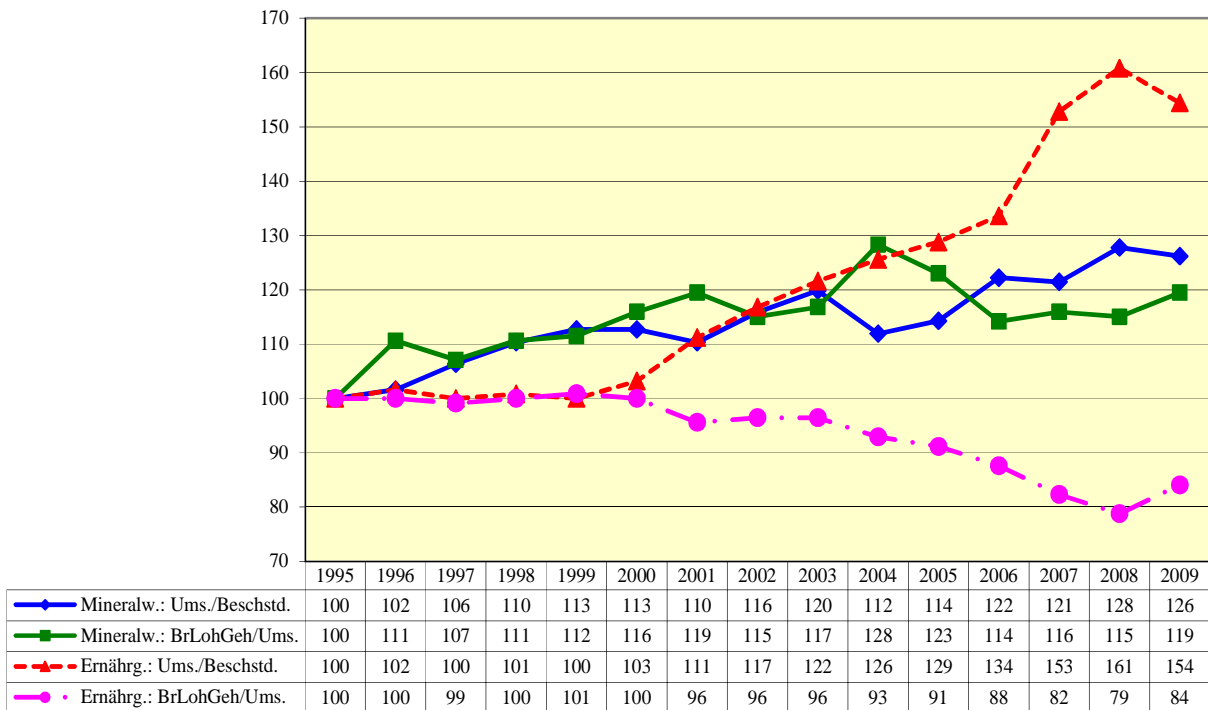
**Pro-Kopf-  
Verbrauch  
scheint  
unbegrenzt**

Der **Pro-Kopf-Verbrauch von alkoholfreien Getränken** nahm mit wenigen Ausnahmen kontinuierlich zu. 1991 trank noch jeder Einwohner 203 Liter pro Jahr. 2003 erreichte der Pro-Kopf-Verbrauch ein Volumen von 291 Liter (Supersommer) und in 2005 nur „noch“ 288,1 Liter. In 2006 wurden 297,4 Liter (+ 3,0 Prozent zum Vorjahr) pro Kopf geschluckt. Auch in 2007 kletterte der Pro-Kopf-Verbrauch weiter und zwar auf 298,2 Liter. Die Absatzzahlen für 2008 ergaben einen leichten Rückgang von 1,2 Prozent auf 294,5 l pro Kopf. Auch 2009 ergeben die vorläufigen Zahlen einen weiteren Rückgang von 1,1 Prozent auf 291,4 Liter. Ob dies nur ein Unterbrechen des Trends war, bleibt abzuwarten. Lt. Experten scheint eine Sättigung noch nicht in Sicht zu sein!

Der **Pro-Kopf-Verbrauch von Mineral- und Heilwässern** war in den beiden vergangenen Jahren rückläufig und erreichte in 2009 137,4 Liter und in 2008 138,1 Liter. In 2007 wurde bisher ein Spitzenergebnis von 143,1 Liter pro Kopf erzielt.

Die **gesamten Erfrischungsgetränke** umfassten in 2007 einen Pro-Kopf-Verbrauch von 116,5 Liter und in 2008 von 116,9 Liter. 2009 wurde nach vorläufigen Berechnungen das bisher höchste Verbrauchsniveau von 117,0 Liter pro Kopf erreicht.

Der **gesamte Getränkeverbrauch** (z.B. Bier, Wässer, Kaffee, Tee, Milch) lag 2006 bei 756,1 Liter pro Kopf (+ 1,8 Prozent). In 2007 sank der pro Kopf Verbrauch leicht um 0,2 Prozent auf 754,4 Liter und in 2008 blieb er nahezu mit 755,5 Liter gleich. Für 2009 ist mit einem leichten Rückgang zu rechnen. (Quelle: Wafg Stand 4/2010)



Quelle: Destatis, ab 1997, 2002 und 2007 jeweils erweiterter Berichtskreis, WZ 2008

**Umsatz pro Beschäftigtenstunde nimmt zu**

Von 1995 bis 2009 erhöhte sich der **Umsatz pro Beschäftigtenstunde** (Hilfsgröße für die Arbeitsproduktivität, wenn die Preise stabil bleiben) im Rahmen gewisser witterungsbedingter Schwankungen von 126 EUR pro Beschäftigtenstunde in 1995 auf 159 EUR in 2009. Im Ernährungsgewerbe lag diese Kennziffer in 1995 bei 125 EUR und in 2009 bei 193 EUR pro Beschäftigtenstunde.

**Preissteigerung**

Die **Verbraucherpreise für Mineralwasser, Limonaden, Frucht- und Gemüsesäfte** stiegen in 2007 im Vergleich zum Vorjahr um 4,1 Prozent und in 2008 um 4,9 Prozent. In 2009 nahm der Index um 1,3 Prozent ab.

Der Preisindex für **Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke** sank in 2004 um 0,3 Prozent, stieg in 2007 um 3,8 Prozent und in 2008 um 6,0 Prozent an. In 2009 wurde ein Rückgang von 1,2 Prozent registriert.

Der **Index für die gesamte private Lebenshaltung** nahm in 2006 um 1,6 Prozent, in 2007 um 2,3 Prozent und in 2008 um 2,6 Prozent zu. In 2009 stieg der Preisindex um 0,4 Prozent. (Quelle: Stat. Jahrbuch 2010, S. 517)

**Bruttolohn- und -gehaltssumme am Umsatz**

Die **Bruttolohn- und -gehaltssumme in v.H. des Umsatzes** lag 1995 bei 11,3 Prozent, 2004 bei 14,5 Prozent, 2008 bei 13,0 Prozent und im Jahr 2009 bei 13,5 Prozent. Der Anstieg im Jahresvergleich hängt mit dem gesunkenen Umsatz zusammen. Im Ernährungsgewerbe erreichte diese Kennziffer in 2008 8,9 Prozent und in 2009 9,5 Prozent.

**Anhaltende  
Struktur-  
probleme**

Wie vielen anderen Branchen des Ernährungsgewerbes so hat auch die Branche Mineralwasser und Herstellung von Erfrischungsgetränken mit Strukturproblemen zu kämpfen. Preis- und Umverteilungskämpfe prägten weiterhin das Bild.

Positiv für die Branche insgesamt ist, dass sehr wahrscheinlich der Pro-Kopf-Verbrauch an alkoholfreien Getränken eine Sättigung insbesondere aus Gesundheitsgründen noch nicht erreicht hat und die Branche innovative Produkte (insbesondere mit gesundheitlichem Zusatznutzen) auf den Markt bringt. „Nirgends auf der Welt gibt es so viele unterschiedliche Mineralwässer wie in Deutschland. Sie unterscheiden sich im Kohlensäuregehalt, im Härtegrad und in den enthaltenen Mineralstoffen. Fast 500 Marken haben die derzeit 180 aktiven Brunnen im Angebot.“ (Welt am Sonntag vom 22.3.2009) Mit 137 Litern pro Kopf bleibt der Mineralwasserkonsum der Spitzenreiter unter den alkoholfreien Getränken. (LZ 2, 15. Jan. 2010)

Negativ auf den Strukturwandel sind vor allem folgende Einflüsse: Die anhaltende Vermarktung von Mineralwässern durch die Discounter und durch den Ausbau von Handelsmarken geraten viele Hersteller weiter unter Ertragsdruck und Anpassungszwänge. Kapazitäten müssen an veränderte Nachfragebedingungen (PET) angepasst werden und neue Abfüllanlagen erfordern enorme Finanzmittel, die viele kleine Abfüller nicht aufbringen können. Handelsunternehmen wie z. B. Lidl übernahmen die Mitteldeutschen Erfrischungsgetränke, andere wie z. B. der Bochumer Quellenhof meldeten Anfang des Jahres Insolvenz an. Getränkeabholmärkte als wichtiger Absatzmarkt für kleine und mittelgroße Brunnen brechen weg oder werden von Brauereien übernommen.

Der Getränkemarkt formiert sich weiter. Bspw. schlossen sich vier große Getränkefachhändler zur Get N Fachmarkt GmbH & Co. KG (Ahlers, Geins, Schloss-Quell Mellis und Waldhoff) zusammen. „Damit ist Get N mit einem Umsatz von über einer Mrd. EUR die mit Abstand größte industrieunabhängige Gruppe in Deutschland geworden.“ (LZ vom 25.9.2009)

**TOP 40 Erfrischungsgetränke-Hersteller 2010**  
(Inlandsabsatz in Mio. Liter)

Rang	Unternehmen	2009	2008
1	CCE AG (ohne Apollinaris und Bonaqa)	3.050,0	3.100,0
2	MEG, Leißing	1.025,0*	950,0 *
3	Altmühltaler/Baruther, Treuchtlingen	850,0*	625,0 *
4	Pepsi Co Deutschland	760,0*	690,0 *
5	Hansa-Heemann Mineralbrunnen	760,0	728,0
6	Stute, Paderborn	243,0*	240,0*
7	Hassia-Gruppe, Bad Vilbel	242,0	235,0
8	Danone Waters Deutschland	212,0*	208,0*
9	Riha, Rinteln	194,0	224,8
10	Refresco-Gruppe (Kriings, Hardthof) Mönchengladbach	191,0	200,0
11	Emig, Hamburg	188,5	207,0
12	SDI, Ertstadt	178,0	196,0
13	Pfanner, Lauterbach (Österreich)	148,7	150,2
14	Rheinfels-Quelle (Sinalco) H. Hövelmann	147,0	157,0
15	Franken-Brunnen inkl. Romina	144,0	172,0
16	Brauerei Oettinger	140,0 *	140,0*
17	Adelholzener Alpenquell	121,9	133,6
18	Hochwald Sprudel, Schwollen	109,1	87,5
19	Carolinen-Brunnen(inkl. Güstrower) Bielefeld	104,5*	117,0*
20	RöhnSprudel, Ebersburg Weyhers	104,4*	140,3
21	Schweppes (Kombacher)	74,8	72,0
22	Germete Heil- und Mineralquellen, Warburg	72,8	67,0
23	Red Bull Deutschland	70,0	59,6
24	Bad Harzburger Mineralbrunnen	53,7	45,6
25	Mineralbrunnen AG (ohne Güstrower) Bad Überkingen	52,8*	57,4
26	Förstina-Sprudel Mineral- und Heilquelle	52,0	56,7
27	Vivaris, Haselünne	49,6	50,4
28	Brunnen-Union (Aqua-Römer Freyersbacher Schwarzwaldquellen)	46,0	46,0
29	Elro Gruppe	44,0*	40,0*
30	Vilsa Brunnen (inkl. Bad Pyrmont)	42,6*	44,5
31	Weyher Husumer, Weyhe-Dreye	35,5*	39,0*
32	Gerolsteiner	35,2	45,3
33	Christinen + Teutoburger Brunnen, Bielefeld	34,0*	38,0*
34	Bad Brambacher Mineralquellen, Bad Brambach	27,6	30,9
35	Niederrhein Gold, Moers	27,5	26,0
36	Griesbacher Mineralbrunnen Winkels	27,5	24,7
37	Valensina, Garching	26,0	25,0
38	Salvus Mineralbrunnen, Emsdetten	20,2	28,6
39	Hans Döhle, Weyhe	19,7*	20,5
40	Odenwald Quelle, Heppenheim	16,9	18,6
	<b>Gesamt TOP 40</b>	<b>9.741,9</b>	<b>9.537,2</b>

\* geschätzt, Quelle: Dr. Kai Kelch, aus: LZ net, Juni 2010

## Saft-Ranking 2008

### Die größten Fruchtsaft- und Fruchtnektar-Hersteller in Deutschland

Rang	Anbieter	Absatz 2008 Mio. Liter		Verä. Inland in v.H. zu 2007	Umsatz 2008 Mio. EURO	Verä. zu Inland in v.H.
		Gesamt	Inland			
1	Riha Richard Hartner <sup>1)</sup>	570,0	306,7	7,8	182,1	12,3
2	Emig	445,0	258,1	0,0	205,0	2,0
3	Eckes-Granine <sup>2)</sup>	383,0	383,0	0,5	311,0	3,0
4	Hardthof <sup>3)</sup>	266,4	168,8	34,0	84,6	36,5
5	Stute	250,0 *	200,0	0,0	105,0 *	0,0
6	Niederrhein Gold	249,9 *	149,9 *	7,1	66,3	9,8
7	Valensina <sup>4)</sup>	248,0 *	186,0 *	- 3,7	148,8 *	2,9
8	Krings <sup>3)</sup>	199,6	158,4	20,0	103,2	22,9
9	Punica (PepsiCo)	155,0	155,0	4,0	155,0 *	3,3
10	Albi <sup>5)</sup>	152,0 *	148,0 *	9,6	100,0	5,3
11	Elro Gruppe <sup>6)</sup>	125,0 *	115,0	6,8	61,0	4,1
12	Tucano Vertriebsges. <sup>7)</sup>	75,4	75,4	- 0,8	83,1	15,4
13	Becker`s Bester Neu`s Vertriebsges.	47,0 *	42,0 *	- 6,7	44,7 *	- 2,8
14	Kumpf <sup>8)</sup>	40,6	40,6	12,8	22,0	7,3
15	Jacoby	31,9	23,8	7,2	17,5	10,8
16	Hans Döhle	29,3	29,3	-12,5	15,7	8,3
17	Pfanner	27,7	27,7	3,4	16,2	3,8
18	Schlör Bodensee	24,0	24,0	2,1	16,8	8,4
19	Rapp`s	18,7	18,7	- 1,6	14,4	2,9
20	Bauer	17,9	17,5	-27,1	16,5	- 8,3
21	Haus Rabenhorst O. Lauffs	7,8	6,4	- 9,9	15,8	-27,9

\* geschätzt

1) Naturella, Wesergold , Wesergarten, Getränkeindustrie Dodow

2) nur deutsche Produktion

3) Refresco

4) inkl. Sportfit Kyhro Fruchthof GmbH Wolfra und FSP ab 2007

5) inkl. Multi 12

6) Elmenhofter Rothaer + Rottaler

7) inkl. Lindavia, Klindworth und Niehoff

8) inkl. Halbware saisonbedingt

Quelle: Dr. Kai Kelch, aus: LZ 18, 30.4.2009