

Branchenbericht 2007

der

Getränkeindustrie (AfG)



GEWERKSCHAFT NAHRUNG-GENUSS-GASTSTÄTTEN

Mineralbrunnen und Herstellung von Erfrischungsgetränken

Umsatz und Beschäftigtenzahl sinkt

2007 war für die gesamte Branche ein durchwachsenes Jahr. Ein richtiger Sommer stellte sich nicht ein und der Sondereinfluss in 2006 durch die Fußballweltmeisterschaft fehlte. Des Weiteren prägten der anhaltende Konsolidierungsprozess und der Strukturwandel das Bild der Branche. Mit einem Umsatzminus von 3,9 % konnte sich die starke Umsatzentwicklung des Vorjahres nicht fortsetzen. Der **Umsatz** der Mineralbrunnenbranche und der Hersteller von Erfrischungsgetränken fiel auf 6,0 Mrd. EUR. Zu der Branche gehören die Erfrischungsgetränke, Wässer sowie Fruchtsäfte und –nektare. Damit trägt diese Branche knapp 5 % zum Umsatz des gesamten Ernährungsgewerbes bei. Im Ernährungsgewerbe dagegen stieg der Umsatz um 6,7 %.

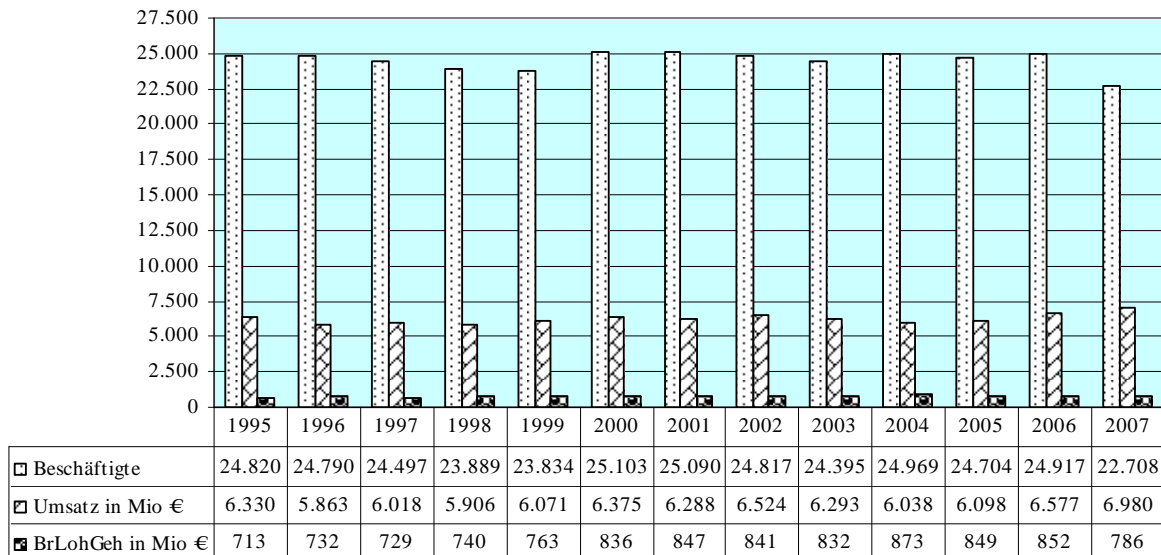
Die Zahl der **Beschäftigten** ging um 0,1 % im Vergleich zum Vorjahr auf 22.708 zurück. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Beschäftigtenzahl nicht in Vollzeitbeschäftigte umgerechnet wird. Im Ernährungsgewerbe nahm die Beschäftigtenzahl um 0,4 % ab.

Von 1995 bis 2006 blieb die Beschäftigtenzahl nahezu unverändert.

Änderungen durch das StBA

In 2007 wurde erneut vom StBA eine Umstellung des Erfassungskreises der Betriebe (Abschneidegrenze der erfassten Einheiten) vorgenommen. Das Statistische Bundesamt erfasst aus Gründen der Vergleichbarkeit in der EU und wegen einer Entlastung des Mittelstandes nicht mehr Betriebe von Unternehmen ab 20 Beschäftigte sondern es werden die Betriebe von Unternehmen nur noch ab 50 Beschäftigten erfaßt. Von daher sind die Zeitreihen nur bedingt vergleichbar. Um eine kurzfristige Vergleichbarkeit herzustellen, hat das StBA für 2006 die Daten ebenfalls nach der neuen Erfassungsmethode ermittelt. Im nachfolgenden Text sind die Daten von 2006 umgerechnet worden, so dass 2007 annähernd mit 2006 vergleichbar ist. Die Schaubilder enthalten die Daten aus der geänderten, neuen Erfassung, weil diese die Grundlage für die weiteren Jahre darstellt. Für 2007 sind die Daten vorläufig.

Besonders macht sich die Umstellung an der Anzahl der erfassten Betriebe deutlich. In der AfG Branche wurden 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 Betriebsanzahl hat natürlicherweise Auswirkungen auf weitere Kennzahlen wie z. B. die Höhe des Umsatzes, der Beschäftigtenzahl, Bruttolohn- und –gehaltssumme.



Quelle: Stat. Bundesamt, ab 1997, 2002 und 2007 jeweils erweiterter Berichtskreis

Verbraucher- verhalten

Das Umsatzwachstum entwickelt sich sehr stark saison- und witterungsabhängig. Sein langfristiger Trend wird jedoch hauptsächlich von der Gesundheitseinstellung und vom -verhalten der Verbraucher geprägt. 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.

Nachfragemacht der LEH

Seit einiger Zeit spielt die Nachfragemacht des LEH in dieser Branche eine zunehmende Rolle. Häufig wurden verschiedene Wässer als Aktionsware angeboten, die dem Hersteller kaum ausreichende Deckungsbeiträge ließen. Auch die Discounter engagieren sich 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 % auf 53,6 % der im Handel verkauften AfG-Menge an (2007). Damit wurde und wird der Preisdruck auf die Hersteller weiter verstärkt.

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. durch aus zunehmen kann, wenn die Kapazitäten es erlauben, obwohl der Umsatz trotzdem sinken kann.

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 % auf 20.157,6 Mio. Liter und in 2005 um 0,2 % auf 20.204,7 Mio. Liter gesteigert. In 2006 wurde ein mengenmäßiger Zuwachs von 5,0 % erreicht. Der Absatz kletterte auf 21.221,7 Liter.

Der Absatz von Mineral- und Heilwasser nahm in 2005 leicht um 0,3 % auf

10.477,8 Mio. Liter ab, stieg aber in 2006 um 6,0 % auf 11.106,5 Liter. Volumenmäßig blieb das traditionelle kohlenensäurehaltige Mineralwasser Nummer eins. Hohe Zuwächse verzeichneten auch die Erfrischungsgetränke (ohne Wässer) mit 4,0 % und stiegen auf 10.115,2 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 %, die Schorlen mit 22,5 %, Fruchtnektare mit 18,2 % und die Cola Getränke mit 10,6 % 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 %. Die größten Umsatzeinbrüche wurden bei den Sportgetränken mit 19,4 % und den Fruchtsaftgetränken mit 10,2 % registriert.

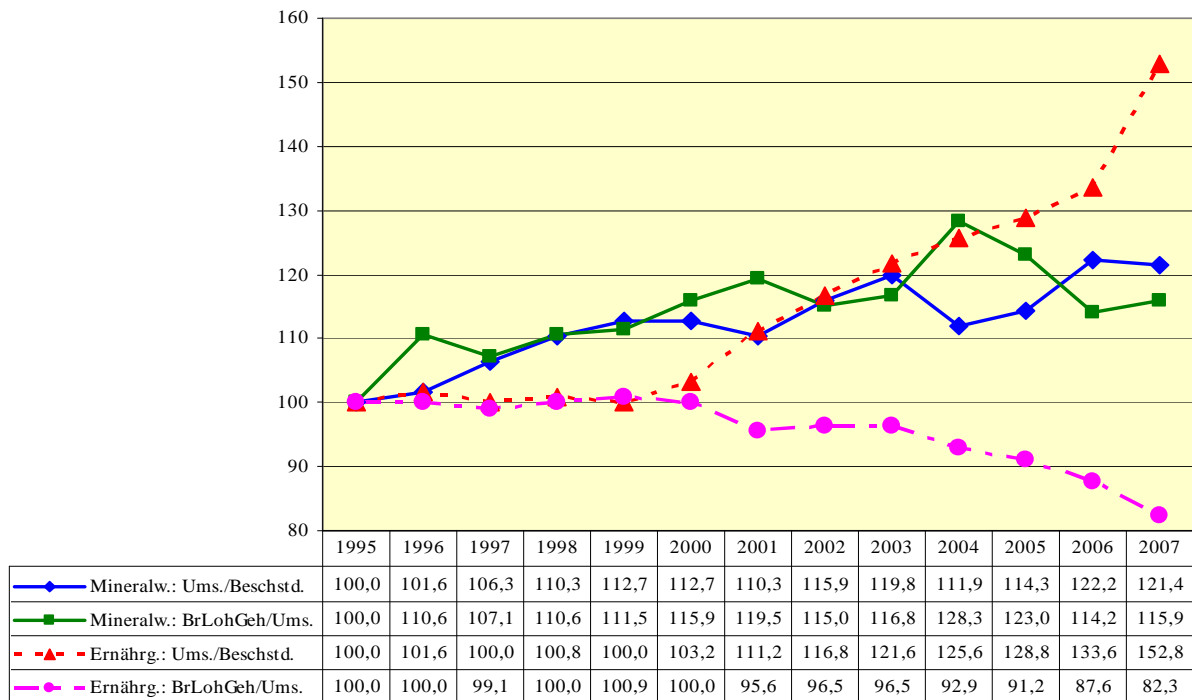
Nach einer Studie (LZ Nr. 13, 30. März 2007) sehen 81 % der Verbraucher eine klare Verbindung zwischen Ernährung und ihrer Gesundheit. Wichtig hierbei ist, dass die Verbraucher mit ihrem Konsum eine Verbindung zu Gesundheit, Genuss und Convenience herstellen können.

***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 297,1 Liter (+ 3,0 % zum Vorjahr) pro Kopf geschluckt. Im Zeitraum von 1991 bis 2006 stieg demnach der Pro-Kopf-Verbrauch um gut 40 %. 2007 wurde dieser Trend gebrochen. Der Pro-Kopf-Verbrauch sank auf 294,3 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 Heilwässer erreichte 139,8 Liter (+3,9%). Damit wurde das bisherige Spitzenergebnis von 2003 mit einem Wert von 135 Liter überschritten.

Die gesamten Erfrischungsgetränke erreichten in 2006 einen Pro-Kopf-Verbrauch von 117,1 Liter (+ 3,1%), die Fruchtsäfte und Nektare 39,8 Liter (-0,5%) und der gesamte Getränkeverbrauch (z.B. Bier, Wässer, Kaffee, Tee, Milch) erreichte einen Wert von 755 Liter (+ 1,8% zum Vorjahr).



Quelle: Stat. Bundesamt, ab 1997, 2002 und 2007 jeweils erweiterter Berichtskreis

Umsatz pro Beschäftigtenstunde nimmt zu

Von 1995 bis 2007 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 auf 153 EUR. Im Ernährungsgewerbe lag diese Kennziffer in 2007 bei 191 EUR pro Beschäftigtenstunde.

Preissteigerung

Die Verbraucherpreise stiegen in 2006 im Vergleich zum Vorjahr um 2,4 %. In 2005 blieben die Preise annähernd stabil.

Bruttolohn- und -gehaltssumme am Umsatz

Die **Bruttolohn- und -gehaltssumme in v.H. des Umsatzes** lag 1995 bei 11,3 und im Jahr 2007 bei 13,1 %. Im Ernährungsgewerbe lag diese Kennziffer in 2007 bei 9,3 %.

***Anhaltende
Strukturprobleme***

Wie vielen Branchen des Ernährungsgewerbes so hat auch die Branche Mineralwasser und Herstellung von Erfrischungsgetränken mit Strukturproblemen zu tun. Positiv dabei ist, dass 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. Allerdings sind die negativen Faktoren gravierend. 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. Auch in 2007 wird aller Voraussicht nach diese Entwicklung nicht einfacher.

Die 30 größten Getränkehersteller in Deutschland 2006

		Total in Mio. hl	
		2006	2005
1.	Coca-Cola GmbH (ohne Apollinaris)	34,000	33,000
2.	Hansa-Heemann	18,000*	17,000
3.	Inbev (Becks, Diebels, Gilde und Spaten-Gruppe)	17,500	17,300
4.	Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke GmbH und Co. KG	16,500*	15,000
5.	Bitburger Brauereigruppe	15,134	14,809
6.	Radeberger-Gruppe KG (Radeberger, Jever, DAB, Stuttgarter Hofbräu u. Selters)	14,350	17,300
7.	Riha Richard Hartinger Getr. GmbH & Co: Handels KG	11,747	10,563
8.	Nestlé Waters Deutschland	9,680	9,900
9.	Brau Holding International (Paulaner, Kulmbacher, Fürstenberg Hoepfner und 43 % Karlsberg-Brauerei)	8,491	8,144
10.	Hassia-Gruppe (Elisabethenquelle, Lichtenauer, Thüringer Waldquell, Margon Glashäger, Rapp's)	8,390	8,640
11.	Emig GmbH & Co.KG	8,030	8,050
12.	Oettinger Brauerei GmbH	7,888*	7,825*
13.	Franken-Brunnen GmbH & Co.KG	7,800	6,510
14.	Altmühltaler/Baruther Brunnen	7,500*	7,000*
15.	Stute Nahrungsmittel GmbH & Co.KG	7,000*	6,700*
16.	Aqua Montana	6,850	5,700
17.	Pepsi Cola Deutschland	6,300	5,179
18.	Carlsberg Deutschland (inkl. Holsten, Lübzer, Feldschlösschen)	6,000	6,050
19.	Rheinfels-Quelle H. Hövelmann GmbH & Co.KG (inkl. Sinalco)	5,965	5,901
20.	Krombacher Brauerei	5,708	5,560
21.	Danone Waters Deutschland	5,410	5,020
22.	Karlsberg Verbund (inkl. Gesundbrunnen Bad Rilchingen u. Tucano)	4,897	5,080
23.	Warsteiner Gruppe	4,600	4,500
24.	Vilsa Brunnen	4,580	4,450
25.	Rhönsprudel (inkl. Alsfelder und Herborner Brauerei)	4,541	3,781
26.	Krings Fruchtsaft AG ¹	4,210	4,830
27.	Mineralbrunnen Überkingen-Teinach AG	4,007	4,160
28.	Carolinen-Brunnen (inkl. Gänsefurt Schlossbrunnen)	3,980	3,650
29.	Harthof Fruchtsaft ¹	3,780	3,270
30.	Eckes-Granini Deutschland	3,640	3,240

*geschätzt, k.A.: keine Angabe, ¹ Refresco-Gruppe

Quelle: Dr. Kai Kelch, aus: LZ 27, 6. Juli 2007