

Klare Absage an Mehrweg

GEBINDE. „Die Zukunft gehört Einweg“ – so lautet das deutliche Fazit einer aktuellen Studie der CIS-Beratung. Vor allem der Getränkedose bescheinigt die Studie noch viel Potenzial. Unter- such wurden aktuelle Trends bei Bierverpackungen.

„Für Handel und Brauereien sind Einweggetränkverpackungen künftig die bessere Alternative für den bundesweiten Verkauf – sowohl unter ökonomischen als auch unter ökologischen Gesichtspunkten“, so ein Resümee der Studienautoren. Dabei verspreche insbesondere die Getränkedose ein wachsendes Zusatzgeschäft und sei gleichzeitig das umweltfreundlichste Einweggebilde. Dagegen würden die Umweltvorteile von Mehrweg zunehmend schwinden. Grund dafür seien jüngste Marktentwicklungen, aber auch die neue EU-Verpackungsgrößenverordnung

zeigen und konkrete Handlungsempfehlungen für die Branche zu erarbeiten“, erklären die Autoren der Studie, Robert und Pierre Sauer von der CIS OHG. „Diese Empfehlungen sollen den Unternehmen dabei helfen, ihre Verpackungsstrategie an den künftigen Marktanforderungen auszurichten.“

Mehrweg-Getränkverpackungen seien prinzipiell sehr umweltfreundlich – vorausgesetzt, sie erreichten eine bestimmte Umlaufzahl, also eine bestimmte Häufigkeit der Wiederverwendung, und würden nicht über weite

aber die Recyclingraten bei Einweggetränkverpackungen durch die Befandung gestiegen sind.“

Unter den Einwegverpackungen – Glas, PET, Metall – hätten Getränkedosen aus Aluminium und Stahl ökologisch am besten abgeschnitten. Bei einer Betrachtung der Gesamtumweltbelastung der unterschiedlichen Verpackungen in ihrem Lebenszyklus – von der Herstellung über den Transport bis hin zu Recycling und Bierproduktion – erreichten Getränkedosen die besten Werte.

Um Verluste einerseits im Mehrweg auszugleichen und andererseits ein ertragreiches Zusatzgeschäft zu generieren, hätten sich in den vergangenen Jahren immer mehr Händler und Abfüller für die Dose entschieden. Die Getränkedose habe daher seit 2006 das größte Wachstum im gesamten Bierkernmarkt verzeichnet. ■ les

Neuer Vertrieb für Sagatiba

SAGATIBA. Seit 1. Juni wird der Premium-Cachaça Sagatiba von der Bonner Firma Seven-Spirits vertrieben. Sie folgt damit Brand Support, die bislang mit dem Vertrieb betraut war. Ziel ist es, die nationale Marktbedeutung auszubauen.

Haupintention des Vertriebswechsels sei gewesen, die Verfügbarkeit der Marke Sagatiba auf dem deutschen Markt auszubauen „und die Wahrnehmung der Marke zu verbessern“, wie Sagatiba-Marketingmanager Stefano Di Dio erläutert. Insofern sei die neue Partnerschaft „eine Evolution der Marke“, die global immer weiter wachse. Auch Seven Spirits-Geschäftsführer Dirk Verpoorten sieht große Synergien in der gemeinsamen Arbeit mit dem Premium-Cachaça. ■ les

Sagatiba wurde 2003 in Brasilien gegründet und Mitte 2004 auf dem europäischen Markt eingeführt. Insgesamt wird die Marke in drei verschiedenen Varianten angeboten, die exklusivste ist der Sagatiba Preciosa, der nur in limitierter Menge und nummerierter Flasche zu haben ist.

Seven Spirits vertreibt neben der neuen Marke auch zahlreiche andere, hochwertige Spirituosen wie Angostura Rum oder Cognac Hine. ■ les

CHRISTINEN

Gehring gibt Leitung ab

Herbert Dörfer (Foto) ist ab sofort alleiniger Geschäftsführer der Unternehmensgruppe Gehring-Bunte (Christine Brunnen). Wie schon länger geplant, haben sich nun die beiden Inhaber Dr. Paul Gehring und Werner Gehring aus der operativen Geschäftsführung zurückgezogen und die alleinige Führungsverantwortung für ihr Markenartikelunternehmen an den gebürtigen Franken übergeben.



Dörfer hatte letztes Jahr zu dem Gütersloher Unternehmen gewechselt, nachdem er zuvor Geschäftsführer von Vilsa war. ■ les

»IM VERGLEICH SCHNEIDET EINWEG ÖKOLOGISCH BESSER AB ALS NICHT FUNKTIONIERENDES MEHRWEG«

STUDIE „DIE ZUKUNFT DES GEBINDEMARKTES“, CIS OHG

vom April 2009: „Eine weitere gesetzliche Unterstützung des Mehrwegsystems ist daher kaum zu erwarten.“

Zu diesen Erkenntnissen kommt die jüngste Studie des Burgauer Beratungsunternehmens CIS OHG mit dem Titel „Die Zukunft des Gebindemarktes“, die vor wenigen Tagen veröffentlicht wurde. Auf der Grundlage einer umfassenden Analyse neuer Marktdaten sowie der Erhebung und Auswertung weiterer empirischer Daten untersucht die Studie Trends bei der Vermarktung von Bier in den verschiedenen Vertriebsstufen.

Berücksichtigt wurden dabei nach Angaben der Studien-Verantwortlichen wirtschaftliche, logistische, ökologische und politische Faktoren. „Unser Ziel war es, mit Hilfe dieser Analyse Trends aufzu-

Strecken transportiert. Genau diese Voraussetzungen würden aber immer häufiger aufgrund der Gebindevielfalt nicht mehr erfüllt.

Doch gerade in einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld würden sich immer mehr Brauer vor der Notwendigkeit sehen, ihre Verpackungen weiter zu individualisieren, um ihre Marken vom Wettbewerb zu differenzieren. Die Aufhebung der Beschränkungen bei den Verpackungsgrößen durch die EU seit April dieses Jahres werde den Trend weiter verstärken.

„Im nationalen Vergleich schneidet ein Einwegsystem ökologisch besser ab als ein nicht funktionierendes Mehrwegsystem“, so das Fazit der Autoren. „Ein wichtiger Faktor ist dabei, dass in den vergangenen Jahren die Mehrwegquote kontinuierlich gesunken,

EIN BIZZL SONNENVERWÖHNTER!

bizzl Summer Kiss: Citrus-fruchtig ... erfrischend für Ihren Umsatz

- Die neue faszinierende Genusskomposition aus Orangen, Grapefruits, Limetten und Mandarinen.
- Mit dem besonderen Citrus-Geschmack ausgesuchter Früchte und prickelndem Mineralwasser.
- In der 1,0 l-PET-Mehrwegflasche sowie 0,75 l-PET-Einwegflasche.
- Mit einem starken Kommunikationspaket – für Ihr Umsatzplus.

Ordern Sie jetzt den Geschmack des Sommers!

NEU!

Summer kiss

bizzl

MARKT-TRENDS

DICKES PLUS IM APRIL

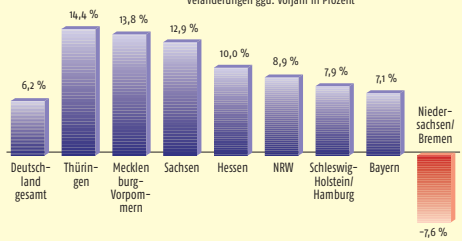
Die Bier-Absatzstatistik für April 2009 fällt insgesamt positiv aus. Fast alle Bundesländer melden deutliche Absatzzuwächse.

Die Bierabsätze im April 2009 sind in Deutschland um 6,2 Prozent (+ 575.000 hl) gegenüber dem Vorjahreszeitraum gestiegen. Lediglich Niedersachsen/Bremen verzeichnet ein Absatzminus von 7,6 Prozent gegenüber dem April 2008 (-80.000 hl). Alle anderen Bundesländer liegen im Plus.

Prozentual die größten Absatzzuwächse gab es mit 14,4 Prozent in Thüringen (+44.000 hl), Mecklenburg-Vorpommern (+13,8 Prozent, +34.000 hl) sowie in Sachsen (+12,9 Prozent, +100.000 hl). Von der Menge her am meisten dazu gewonnen haben Nordrhein-Westfalen (+194.000 hl) und Bayern (+142.000 hl). Schleswig-Holstein/Hamburg und Baden-Württemberg melden je ein Plus von 32.000 hl. Die übrigen Bundesländer schnitten wie folgt ab: Hessen (+10,0 Prozent, +29.000 hl), Rheinland-Pfalz/Saarland (+ 3,8 Prozent, +26.000 hl), Berlin/Brandenburg (+5,7 Prozent, +21.000 hl), Sachsen-Anhalt (+0,5 Prozent, + 1.400 hl). om

BIERMARKT 2009

Absatz April 2009
Veränderungen ggü. Vorjahr in Prozent



Hassia
MINERALQUELLEN

Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG · Giebener Straße 18-30 · 61118 Bad Vilbel
Telefon 06101/403-0 · Fax 06101/7140 · E-Mail: info@hassia.com · www.hassia.com

