

PRESSE-INFORMATION



EHI Retail Institute: „Getränkedose für Handel kostengünstiger als Mehrweg-Flasche“

Laut einer aktuellen Studie des EHI Retail Institute verursacht die Getränkedose im Groß- und Einzelhandel geringere Kosten als die Mehrweg-Flasche. Zu den Pluspunkten der unzerbrechlichen Verpackung gehören nicht nur ihre Volumenvorteile, sondern auch das einfachere Handling – vor allem beim weniger aufwändigen Sortieren des Leerguts. Das ergab der Prozesskostenvergleich der EHI-Studie 2009.

Düsseldorf, 13. August 2009. Dass Getränkedosen stapelbar und aufgrund ihrer Form besonders platzsparend zu lagern und zu transportieren sind, liegt auf der Hand. Was die Volumen- und Handlingvorteile der Verpackung für den Handel und seine Kosten bedeuten, hat BCME Deutschland, der Verband der europäischen Getränkedosenhersteller, jetzt vom EHI Retail Institute Köln aktuell ermitteln lassen. Der direkte Vergleich der Supply Chain-Kosten von Sixpacks mit Bier in Getränkedosen (in einer 0,33- und einer 0,5 Liter-Variante) beziehungsweise Mehrweg-Flaschen (in der handelsüblichen 0,33 Liter-Größe) ergab: „Sowohl im Großhandel als auch im Einzelhandel liegen die Kostenvorteile klar auf Seiten der Getränkedose“¹, sagt Thomas Kempcke, Leiter Forschungsbereich Logistik beim EHI.

Im Getränke-Fachgroßhandel liegen die Prozesskosten laut EHI-Studie – würde man die üblichen Mehrwegflaschen durch eine gleich große Getränkedose ersetzen – bei der Distribution der Mehrweg-Flasche um 98 Prozent über der 0,5- und sogar um 139 Prozent über der 0,33 Liter-Getränkedose. Im Einzelhandel liegen die Prozesskosten der Mehrweg-

¹ Vergleich der Kosten für Sixpacks mit fiktivem Bier-Artikel bei einer gleich großen Absatzmenge am POS, um die durch die Verpackung selbst beziehungsweise das von ihr beeinflusste Distributionssystem verursachten Kosten herauszuarbeiten.

DIE DOSE – ALLES IST DRIN!

Eine Initiative der BCME - Beverage Can Makers Europe

PRESSE-INFORMATION



Flasche um 19,3 Prozent (0,5 Liter-Dose) beziehungsweise 19,8 Prozent (0,33 Liter-Dose) über der Wettbewerberverpackung².

Auch beim Vergleich der Gesamt-Prozesskosten für die Distribution, inklusive der Verpackungskosten für die Abfüller, kann sich die Einweg-Verpackung gegenüber der Mehrweg-Konkurrenz durchsetzen – „sofern man Umlaufzahlen für Mehrwegflaschen zugrunde legt, die unter den von den untersuchten Betrieben angegebenen 20 Umläufen liegen“, sagt Thomas Kempcke. Für die de facto deutlich niedrigere Zahl an Umläufen sorgt heute vor allem die zunehmende Vielfalt an Mehrweg-Flaschengebinden, der einen immer höheren händischen Sortieraufwand zur Folge hat. „Legt man bei der Berechnung nicht 20, sondern fünf Umläufe für die Mehrweg-Flasche zugrunde, kippt der ursprüngliche Vorteil von Mehrweggebinden auch bei den Verpackungskosten zugunsten der Getränkedose³“, resümiert der EHI-Experte.

Wie Groß- und Einzelhandel von der Getränkedose profitieren

Bei den Transportkosten, dem nach Abfüller- und Einzelhandelskosten drittgrößten Kostenfaktor innerhalb der Supply Chain, liegt die Getränkedose ebenfalls vorn – dank der Volumenvorteile der Verpackung. Schließlich stehen auf einer Original-Palette im Euroformat mehr als doppelt so viele Dosen (0,33l) wie Mehrweggebinde, nämlich 99 Trays mit jeweils 24 Dosen gegenüber 40 Kästen mit jeweils 24 Flaschen.

Von diesen Volumenvorteilen profitieren der Groß- und Einzelhandel. „Beim Vollgut-Handling machen sich auf beiden Stufen des Handels die Volumenvorteile und das einfachere Handling der Getränkedosen bemerkbar. Die bei Mehrweg um das Siebenfache im Getränkegroßhandel und im Einzelhandel um das 1,5-fache höheren Kosten beim Umgang mit Leergut sind vor allem auf die Sortiervorgänge zurückzuführen“, sagt Thomas Kempcke. Auf das Sortieren entfallen wegen des großen händischen Aufwands fast zwei Drittel der Leergut-Kosten – Tendenz steigend. „Das Sortieren von Mehrweggebinden wird aufgrund der wachsenden Vielfalt immer aufwändiger, teurer und ineffizienter. Bei

² Variante Transport auf Misch-Palette / Platzierung Sixpack im Regal.

³ Gilt für Vergleich zwischen 0,33 Liter-Dose und 0,33 Liter Mehrweg-Flasche.

PRESSE-INFORMATION



Getränkedosen ist das nicht der Fall“, sagt Uwe Stoffels, Sprecher von BCME Deutschland. Das weniger aufwändige Voll- und Leergut-Handling bei Getränkedosen beschert dem Handel deutliche Kostenvorteile: „Die Getränkedose ist unter den Annahmen im Vergleich zur Mehrweg-Flasche die preisgünstigere Verpackung“, weiß Thomas Kempcke.

Die Dose: umweltfreundlicher und günstiger als gedacht

„Das Ergebnis der Studie wird den Aufwärtstrend der Getränkedose in Deutschland beschleunigen. Denn die Kostenvorteile für den Handel sind neben den Vorteilen bei Logistik und Umweltschutz – die Dose ist die einzige vollständig recycelbare Verpackung – ein wesentliches Argument für die häufigere Verwendung der Getränkedose“, sagt BCME-Sprecher Welf Jung. Für ihn steht fest: „Die Dose macht Boden gut, sobald bei Getränkeverpackungen statt der veralteten ideologischen Debatte wieder eine faktenorientierte Diskussion geführt wird, zu der die aktuelle EHI Studie beiträgt. Sie zeigt: Die Getränkedose ist viel besser als ihr Ruf – sowohl unter Umwelt- als auch unter finanziellen Gesichtspunkten.“

Die Getränkedose: Umweltfreundliche Verpackung und wertvoller Rohstoff

Getränkedosen sind vollständig wieder verwertbar. Die Verwendung recycelten Getränkedosen-Materials spart im Vergleich zur Produktion mit Neumaterial bis zu 95 Prozent Energie – und reduziert so den CO₂-Ausstoß um bis zu 95 Prozent.

Über BCME:

BCME – BEVERAGE CAN MAKERS EUROPE – ist die europäische Vereinigung der drei Getränkedosenhersteller Ball Packaging Europe, Crown Bevcan Europe & Middle East und Rexam Beverage Can Europe & Asia. Der Verband versteht sich als Bindeglied zwischen Industrie, Handel und Verbrauchern. Die Zielsetzung der 2008 gegründeten Initiative „DIE DOSE – ALLES IST DRINK!“ ist die Förderung und die kommunikative Unterstützung der Getränkedose in Europa.

PRESSE-INFORMATION

BCME Press Office - Deutschland:

HERING SCHUPPENER
Unternehmensberatung für Kommunikation GmbH
Kreuzstraße 60
40210 Düsseldorf

Volker Böcking

Telefon: +49-211-430 79-10
Fax: +49-211-430 79-59
E-Mail: vboecking@heringschuppener.com

Silke Lenz

Telefon: +49-211-430 79-18
Fax: +49-211-430 79-59
E-Mail: slenz@heringschuppener.com

