

SPERRFRIST 31.3.2017, 15.00 UHR

Medienmitteilung

Information und Wahlfreiheit – Start Mineralwasser-Kampagne

2016 bewegte sich der Mineralwasser-Gesamtmarkt mit 964'100'000 Liter praktisch auf Vorjahresniveau (2015: 964'900'000 Liter). Dies entspricht einem Pro-Kopf-Konsum der Schweizer Bevölkerung von 114 Litern (-0,9%). Der Gesamtverkauf von Erfrischungsgetränken nahm im Vergleich zu 2015 um 3,5% von 603'400'000 Liter auf 582'300'000 Liter ab. Der Pro-Kopf-Verbrauch sank dementsprechend mehr als 4% auf 69 Liter.

Die Branche bewegt sich in einem wirtschaftlich schwierigen Umfeld. Erschwerend gestalten sich auch die politischen Rahmenbedingungen. Die Forderungen nach Sondersteuern auf gesüssten Getränken oder auf Zucker lehnt der SMS entschieden ab.

Mineralwasser-Gesamtmarkt auf Vorjahresniveau

Im Kalenderjahr 2016 bewegte sich der Mineralwasser-Gesamtmarkt mit 964'100'000 Liter praktisch auf Vorjahresniveau (2015: 964'900'000 Liter). Der Inlandausstoss nahm um 3,1% von 578'800'000 Liter auf 560'700'000 Liter ab. Die Exporte verringerten sich von 7'900'000 Liter auf 6'100'000 Liter, was einem Minus von 22,8% entspricht. Die Importe nahmen von 394'000'000 Liter um 3,9% auf 409'500'000 Liter zu. 99,1% dieser Importe stammten laut eidgenössischer Zollstatistik aus Italien (46,7%), Frankreich (44,0%) und Deutschland (8,4%).

Der provisorisch berechnete Pro-Kopf-Konsum beläuft sich 2016 auf rund 114 Liter (2015: 115 Liter). Damit bleibt das natürliche Mineralwasser das beliebteste kalte Getränk in der Schweiz.

Erfrischungsgetränke-Konsum rückläufig

Der Gesamtverkauf von Erfrischungsgetränken nahm im Vergleich zu 2015 um 3,5% von 603'400'000 Liter auf 582'300'000 Liter ab. Die Inlandproduktion verringerte sich um 3,3% von 505'800'000 Liter auf 489'000'000 Liter. Hingegen nahmen die Exporte von 35'300'000 Liter auf 38'700'000 Liter zu, was einem Plus von 9,6% entspricht. Die Importe gingen im gleichen Zeitraum von 132'900'000 Liter um 0,7% auf 132'000'000 Liter zurück und machten 2016 22,7% der gesamten Erfrischungsgetränkeverkäufe aus. Die Importe stammten gemäss Zollstatistik aus Deutschland (33,2%), Italien (27,5%), Frankreich (13,1%), Tschechische Republik (6,6%), Portugal (4,0%), Polen (3,7%), Österreich (3,6%) sowie anderen Ländern.

Der provisorisch berechnete Pro-Kopf-Konsum 2016 beträgt rund 69 Liter und liegt somit mehr als 4% unter dem Vorjahresniveau. Seit 2007 hat sich der Pro-Kopf-Konsum von Erfrischungsgetränken in der Schweiz um beinahe 13% reduziert.

Wirtschaftliches Umfeld bleibt angespannt

Das wirtschaftliche Umfeld bleibt für die Getränke-Branche angespannt. Es ist eine Tatsache, dass der Konsum sowohl von natürlichem Mineralwasser als auch von Erfrischungsgetränken unter Druck ist.

Die Euroschwäche und die damit einhergehende Zunahme des Einkaufstourismus und der Parallelimporte führen dazu, dass die Getränkeproduzenten gleichzeitig innovativ aber auch hoch-effizient arbeiten müssen, um überleben zu können.

Der Margendruck aus dem Detailhandel, das Ausbleiben der Touristen aus dem europäischen Raum aufgrund des schwachen Euros und der rückläufige Konsum in der Gastronomie sind weitere Herausforderungen, die es zu bewältigen gilt.

Namentlich der wirtschaftliche Druck auf die Gastronomie zeitigt direkte Auswirkungen auf den Verkauf von natürlichem Mineralwasser und Erfrischungsgetränken: Bei den Getränkebestellungen im Restaurant belegen nach der Sparte Heissgetränke (31%) das natürliche Mineralwasser (23%) und die Erfrischungsgetränke (13%) die Spitzenplätze auf der Beliebtheitsskala. Diese Werte werden auch durch eine von GastroSuisse im November 2016 veröffentlichten Umfrage bestätigt. Diese repräsentative Studie kam zudem zum Schluss, dass 5,5% aller «Getränke-Fälle» in der Gastronomie auf Leitungswasser entfallen.

«natürlich-anders.ch» – Kampagne für natürliches Mineralwasser

In diesem Zusammenhang ist es den SMS-Mitgliedern ein grosses Bedürfnis, auf die Unterschiede zwischen Leitungswasser und natürlichem Mineralwasser hinzuweisen. So herrscht bisweilen der Irrglaube vor, dass Leitungswasser, welches mit Kohlensäure angereichert und/oder durch eine eigene Anlage «aufbereitet/gefilitert» wird, zu einem Mineralwasser wird. Dem ist ganz klar nicht so, denn ein natürliches Mineralwasser muss von Gesetzes wegen am Ort der Quelle unbehandelt in verschliessbare Behältnisse abgefüllt werden. Dies, damit die Naturbelassenheit des natürlichen Mineralwassers bis zur Konsumentin, zum Konsumenten garantiert werden kann.

Vor diesem Hintergrund lanciert der SMS mit heutigem Datum die Kampagne «natürlich-anders.ch». www.natürlich-anders.ch soll der Bevölkerung auf sympathische Weise die positiven Eigenschaften und den Mehrwert des natürlichen Mineralwassers vermitteln. In einem Quiz kann das Mineralwasserwissen getestet werden. Bei erfolgreicher Auslosung winkt der Siegerin, dem Sieger ein Jahresbedarf an natürlichem Mineralwasser.

Politische Herausforderung Sondersteuer

In den meisten Kantonen der lateinischen Schweiz laufen zurzeit politische Vorstösse für eine obligatorische Zahnversicherung. Wie diese Versicherung finanziert werden soll, ist vielfach noch offen.

Im Kanton Waadt erarbeitete die Waadtländer Regierung einen Gegenvorschlag mit einem neuen Finanzierungsmodell: einerseits die Besteuerung von gesüssten Getränken bis zu 30 Rappen pro Liter und andererseits einen Lohnabzug im Umfang von 0,06 Prozent.

Gar eine Steuer auf alle zuckerhaltigen Lebensmittel will der Kanton Neuenburg mit einer Standesinitiative auf Bundesebene einführen. Die Einnahmen sollen in die Prävention von Diabetes und Übergewicht fliessen.

Der SMS lehnt diese Ansinnen aus folgenden Gründen ab:

- Eine Besteuerung einzelner Lebensmittel kommt einer Stigmatisierung gleich und ist ein zu simpler Ansatz. Karies, Übergewicht oder Diabetes haben viele Ursachen. Im Bereich der Prävention braucht es daher ein gesamtheitliches Vorgehen und nicht Sondersteuern unter dem Deckmantel der Prävention.
- Gemäss dem repräsentativen gfs.bern-Monitor Ernährung und Bewegung 2016 lehnen 70% der Schweizer Bevölkerung eine Steuer auf Zucker, Salz oder Fett ab.
- Die Wirksamkeit einer solchen Steuer ist nicht erwiesen und könnte zu unerwünschten Ausweichreaktionen führen. Das gilt nicht nur im Hinblick auf das Ernährungsverhalten, sondern auch auf den Einkaufstourismus.
- Kein Zusammenhang: Die Zahl der übergewichtigen Personen in der Schweiz ist gemäss Bundesamt für Gesundheit in den letzten Jahren stark gestiegen. Zeitgleich ist aber der Konsum von Erfrischungsgetränken rückläufig.
- Tatsache ist, dass Erfrischungsgetränke in Europa weniger als 3% der durchschnittlichen täglichen Kalorienzufuhr ausmachen.
- Es hat sich immer wieder gezeigt, dass solche diskriminierenden Vorstösse nicht nur die finanzielle Last der Konsumenten erhöhen, sondern vor allem auch einkommensschwächere Haushalte belasten, ohne die öffentliche Gesundheit zu verbessern oder die Übergewichtsraten zu reduzieren.

Information und Wahlfreiheit

Die Mitglieder des SMS bieten eine breite Auswahl an kalorienreduzierten bzw. kalorienfreien Getränken an. Sie stehen für qualitativ hochstehende sowie sichere Produkte ein. Sie deklarieren offen und transparent den Energiegehalt ihrer Getränke. Sie sprechen sich gegen eine Bevormundung des Konsumenten aus und setzen vielmehr auf Eigenverantwortung und Aufklärung. Der Konsument soll die Wahlfreiheit haben.

Die Getränkeproduzenten nehmen mit ihrem Engagement u.a. im Breitensport proaktiv an der Förderung eines aktiven und gesunden Lebensstils teil. Tatsache ist auch, dass es an sich keine «guten» oder «schlechten» Lebensmittel und Getränke gibt, sondern nur eine gute oder schlechte Ernährungsweise bzw. einen mehr oder weniger gesunden Lebensstil insgesamt.

Weitere Auskünfte:

Christiane Zwahlen
Leiterin Kommunikation
Verband Schweizerischer Mineralquellen
und Soft-Drink-Produzenten (SMS)
044 221 21 84
christiane.zwahlen@getraenke.ch
www.mineralwasser.swiss
www.erfrischungsgetranke.swiss
www.natuerlichanders.ch

Twitter:

@MineralwasserCH
@Info_IGEG

Verband Schweizerischer Mineralquellen und Soft-Drink-Produzenten

Der SMS ist die Branchenorganisation der Mineralwasser- und Erfrischungsgetränkewirtschaft. Dem Verband gehören 16 Unternehmen an, welche sich für rund 84 Prozent der Mineralwasser- und rund 97 Prozent der Erfrischungsgetränkproduktion in der Schweiz verantwortlich zeigen. Rund 20'000 Arbeitsplätze sind in der Schweiz direkt und indirekt mit ihr verbunden.

SMS-Mitglieder:

*Allegra Passugger Mineralquellen AG
Aproz Sources Minérales SA
Coca-Cola HBC Schweiz AG
Coca-Cola Schweiz GmbH
Evian-Volvic Suisse SA
Feldschlösschen Getränke AG
Goba AG, Mineralquelle und Manufaktur
Mineralquellen Adalboden AG*

*Mineralquelle Bad Knutwil AG
Mineralquelle Eptingen AG
Mineralquelle Zurzach AG
Nestlé Waters (Suisse) SA
PepsiCo
Ramseier Suisse AG
Red Bull AG
Rivella AG*