

Der aktuelle Mineralwassermarkt zwischen Wachstum und Schrumpfung



In Deutschland wird immer mehr Mineralwasser getrunken. 200 Brunnenbetriebe, die unmittelbar an der Quelle natürliches Mineralwasser produzieren, agieren in diesem Wachstumsmarkt. Die meisten sind klein- und mittelständisch und vermarkten ihr Wasser regional. Daneben existieren Großunternehmen, die deutschlandweit und international aufgestellt sind. Aktuelle Deutschlandkarten zeigen neben den rund 820 amtlich zugelassenen Quellen und den Standorten der Brunnenbetriebe die zehn größten deutschen Mineralwasserunternehmen mit ihren unterschiedlichen räumlichen Standortstrukturen.
Von Volker Bode und Christian Hanewinkel

Mit zunehmenden Temperaturen steigt in den Sommermonaten der Mineralwasserkonsum stark an. Neben dieser saisonalen Nachfrage wird Mineralwasser als Lifestyle-Produkt auch zu anderen Jahreszeiten immer beliebter. So ist der Pro-Kopf-Verbrauch in Deutschland in den letzten zwei Jahrzehnten stetig gewachsen und lag 2015 mit 143 Litern deutlich vor Erfrischungsgetränken und Bier (**Grafik 1**). Der Mineralwasserabsatz betrug 2015 11,1 Milliarden Liter (**Grafik 2**), und nach Ossendorf verkaufte allein der Handel 290 Millionen Liter mehr als im Vorjahr (Ossendorf 2016, S. 44). Der Umsatz an Wasser belief sich dabei auf rund 30 Prozent am Gesamtumsatz an allen alkoholfreien Getränken, die 2015 im Lebensmitteleinzelhandel, in Drogerie- und Getränkeabholmärkten verkauft wurden (**Grafik 3**).

Die Preise pro Liter variieren zwischen 12 Cent für „Discounterwasser“ und mehr als einem Euro für „Premiumwasser mit Bioqualität“. Neben dem Sprudel mit klassischem Kohlensäuregehalt, wird natürliches Mineralwasser unter der Produktbezeichnung „Medium“, „Stilles Wasser“ und Mineralwasser mit Aroma vermarktet (**Glossar**). Seit einigen Jahren ist ein deutlicher Trend hin zu Medium und Stilem Wasser zu beobachten. So hat das Segment Medium mit einem Marktanteil von 43,4 Prozent inzwischen sogar den Sprudel von Platz eins verdrängt (**Grafik 2**).

Produktion direkt an der Quelle

Natürliches Mineralwasser stammt aus unterirdischen Wasservorkommen, die vor Verunreinigungen geschützt sein müssen. Es wird in seiner ursprünglichen Reinheit direkt an der Quelle bzw. am Brunnen abgefüllt und ist das einzige Lebensmittel in Deutschland, das amtlich anerkannt werden muss. Damit unterscheidet sich das natürliche Mineralwasser von Quellwasser, Tafelwasser und Heilwasser (kein Lebensmittel, sondern Arzneimittel). Mineralwasser muss eine Reihe von Kriterien hinsichtlich seiner Herkunft und Zusammensetzung erfüllen. So sind die Hersteller verpflichtet, die Mineralien, Spurenelemente oder sonstige Bestandteile auf der Flasche bzw. auf der Verpackung zu kennzeichnen.

Die Anerkennung von Mineralwasserquellen erfolgt in den zuständigen Behörden der einzelnen Bundesländer. In der aktuellen Liste der in Deutschland amtlich anerkannten natürlichen Mineralwässer aus Deutschland gibt es derzeit 820 genehmigte Quellen, registriert mit Namen und Ort der Quelle sowie der entsprechenden Handelsmarke (BVL 2015, eigene Recherchen; **Karte 3**).

Wo die Brunnen noch sprudeln

In den letzten anderthalb Jahrzehnten ist die Mineralwasserbranche durch Schrumpfungs- und Konzentrationsprozesse gekennzeichnet. So ist die Zahl der Mineralwasserunternehmen mit 20 und mehr Beschäftigten seit 2002 um fast 20 Prozent gesunken – von 174 auf 141 Unternehmen im Jahr 2015 (**Grafik 2**). Die Ursachen dafür sind vielfältig – ein Hauptgrund ist der anhaltende Preisdruck der Discounter. Gerade für kleinere Betriebe wird es dadurch immer schwieriger, wirtschaftlich zu arbeiten und notwendige Investitionen zu refinanzieren. Dazu zählen beispielsweise die kostspieligen Abfüllanlagen für die immer beliebter werdenden PET-Flaschen (Polyethylenterephthalat).

Aktuell gibt es noch 200 Brunnenbetriebe, die Mineralwasser produzieren (**Karte 2**). Sie befinden sich in 192 der insgesamt 258 Gemeinden, die über die 822 amtlich anerkannten Mineralwasserquellen verfügen (eigene Recherchen, **Karte 3**). Somit gibt es inzwischen 66 Gemeinden, in denen sich zwar Quellen befinden, aber keine Mineralwasser produzierenden Betriebe: Neben zahlreichen geschlossenen Betrieben nutzen einige Betriebe das Mineralwasser ausschließlich als Trinkwasser, zum Bierbrauen oder zur Fruchtsaftgetränkeherstellung (**Glossar**).

Die Größen der Branche

Neben vielen kleinen Betrieben mit lokalem oder regionalem Absatzgebiet sind am deutschen Markt auch Großunternehmen überregional bzw. bundesweit aktiv. Zu ihnen gehören teilweise mehrere Brunnenbetriebe. Die zehn größten Mineralwasserunternehmen in Deutschland (**Karte 1**) besitzen einen Marktanteil von gut 60 Prozent am Mineralwasserabsatz. Sie zeichnen sich durch sehr unterschiedliche Marktstrategien aus.

Das mit Abstand größte Unternehmen, die Mitteldeutsche Erfrischungsgetränke GmbH in Weißenfels, produziert nur für den „konzerninternen“ Absatz (gehört der Schwarz-Gruppe mit Lidl und Kaufland), und zwar mit fünf bundesweit verteilten Mineralbrunnenbetrieben. Eine andere Strategie verfolgt die Firma Gerolsteiner, die von einem Standort aus ganz Deutschland als Absatzmarkt bedient. Damit liegen sie beim Absatz auf Position fünf und beim Umsatz an dritter Stelle. Die Zweit- und Drittgrößten der Branche produzieren an verteilten Standorten hauptsächlich für andere Handelsfirmen sogenannte Handelsmarken und besitzen nur einen geringeren Anteil an Eigenmarken.

Zwei weitere Unternehmen mit jeweils ausländischer Konzernmutter (Nestlé Waters Deutschland und Danone Waters) verkaufen in Deutschland fast ausschließlich importiertes Mineralwasser und sind damit sehr erfolgreich. Die restlichen vier verfügen über starke regionale Eigenmarken und haben ihre Größe durch Zukauf oder Neugründung weiterer Brunnenbetriebe mit Eigenmarken erreicht.

Die Top 10 der Branche erzielen ihren Umsatz aber nicht nur mit Mineralwasser, sondern auch mit Süß- und Erfrischungsgetränken. Gerade bei den drei Größten liegt der Anteil des Mineralwasserabsatzes nur bei gut 40 Prozent des jeweiligen Gesamtabsatzes.

Neben den teilweise gravierenden Veränderungen in den letzten Jahrzehnten gibt es in der Mineralwasserbranche ganz aktuell einen neuen Trend: die Einführung eines Bio-Labels (Krost 2016). Mit dem „Premiumwasser in Bioqualität“ sollen im höheren Preissegment neue Käuferschichten gewonnen und Umsätze gesteigert werden.

Glossar

Mineralwassersorten

Zu den **Mineralwassersorten** zählen der „Sprudel“ mit klassischem (hohen) Kohlensäuregehalt mit mehr als 4,5 g CO₂/Liter, Mineralwasser „medium“ bis zu 4,5 g CO₂/Liter sowie das „stille“ Mineralwasser ohne Kohlensäure (StBA 2016a).

Brunnenbetriebe

Brunnenbetriebe sind Betriebe, die Mineralwasser fördern, produzieren und vertreiben. Dazu zählen beispielsweise auch Brauereien, die Mineralwasserquellen besitzen und ihr eigenes Mineralwasser verkaufen. Keine Brunnenbetriebe sind Betriebe, die zwar Mineralwasser fördern, aber kein natürliches Mineralwasser vertreiben. Dazu gehören z.B. Betriebe, die Mineralwasser ausschließlich zur Herstellung von anderen Lebensmitteln wie Trinkwasser, Erfrischungsgetränke, Säfte, Babynahrung oder Bier nutzen. Diese Betriebe (mit eigenen amtlich anerkannten Mineralwasserquellen) sind in der **Karte 2** nicht dargestellt.

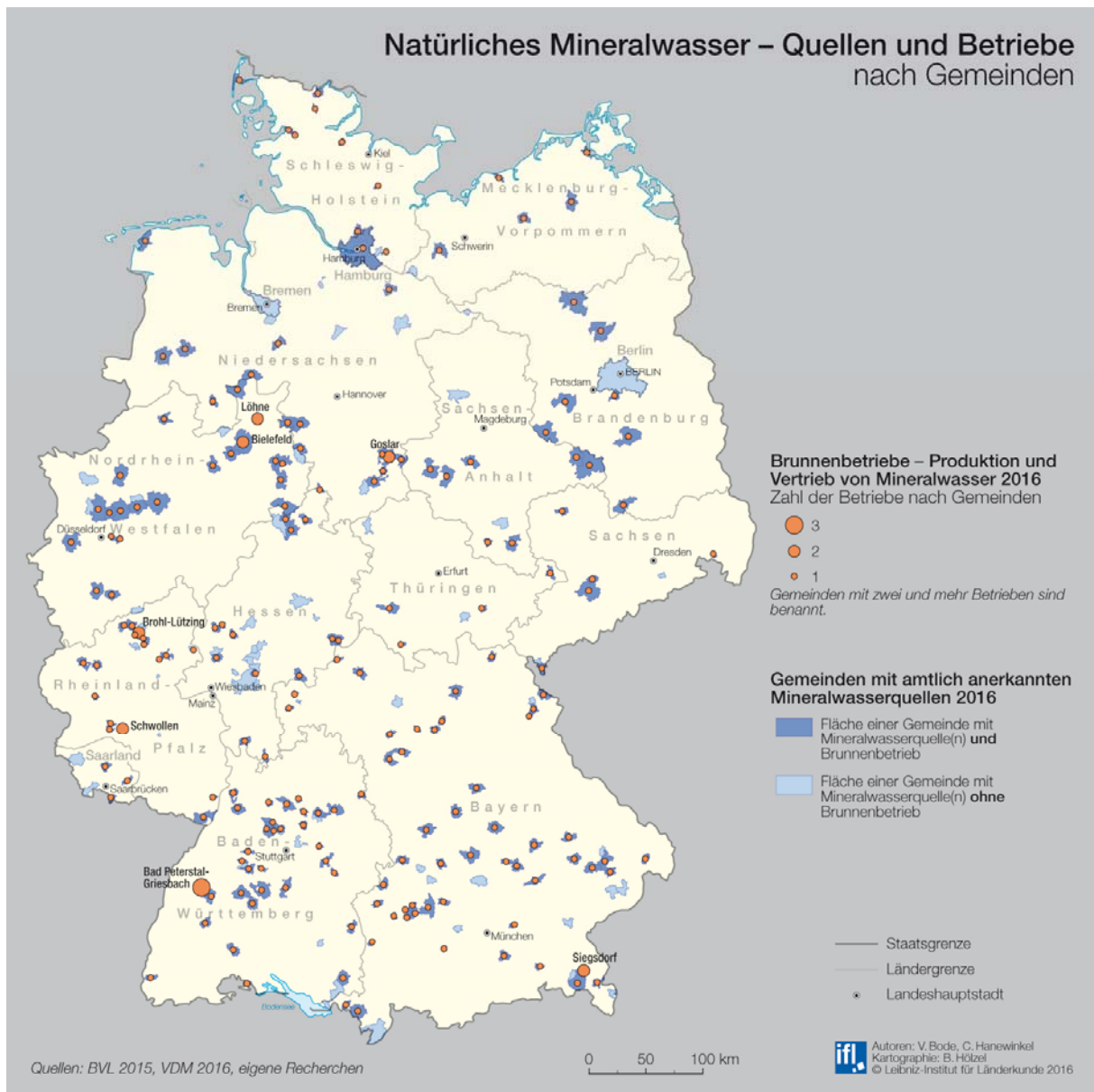
Mineralwasserunternehmen

In der amtlichen Statistik werden als **Mineralwasserunternehmen** die Unternehmen mit Sitz in Deutschland ausgewiesen, die natürliches Mineralwasser mit klassischem Kohlensäuregehalt (Meldenummer 110711301) sowie mit wenig oder ohne Kohlensäure (Meldenummer 110711302) produzieren und zudem im Allgemeinen 20 und mehr Beschäftigte aufweisen (StBA 2016a). „Zur Grundgesamtheit gehören grundsätzlich alle im Inland gelegenen [Mineralwasser] produzierenden **Betriebe** des Verarbeitenden Gewerbes ..., die einem Unternehmen mit im Allgemeinen 20 oder mehr Beschäftigten und wirtschaftlichem Schwerpunkt im Verarbeitenden Gewerbe ... angehören“ (StBA 2016a, S. 1: Einführung).

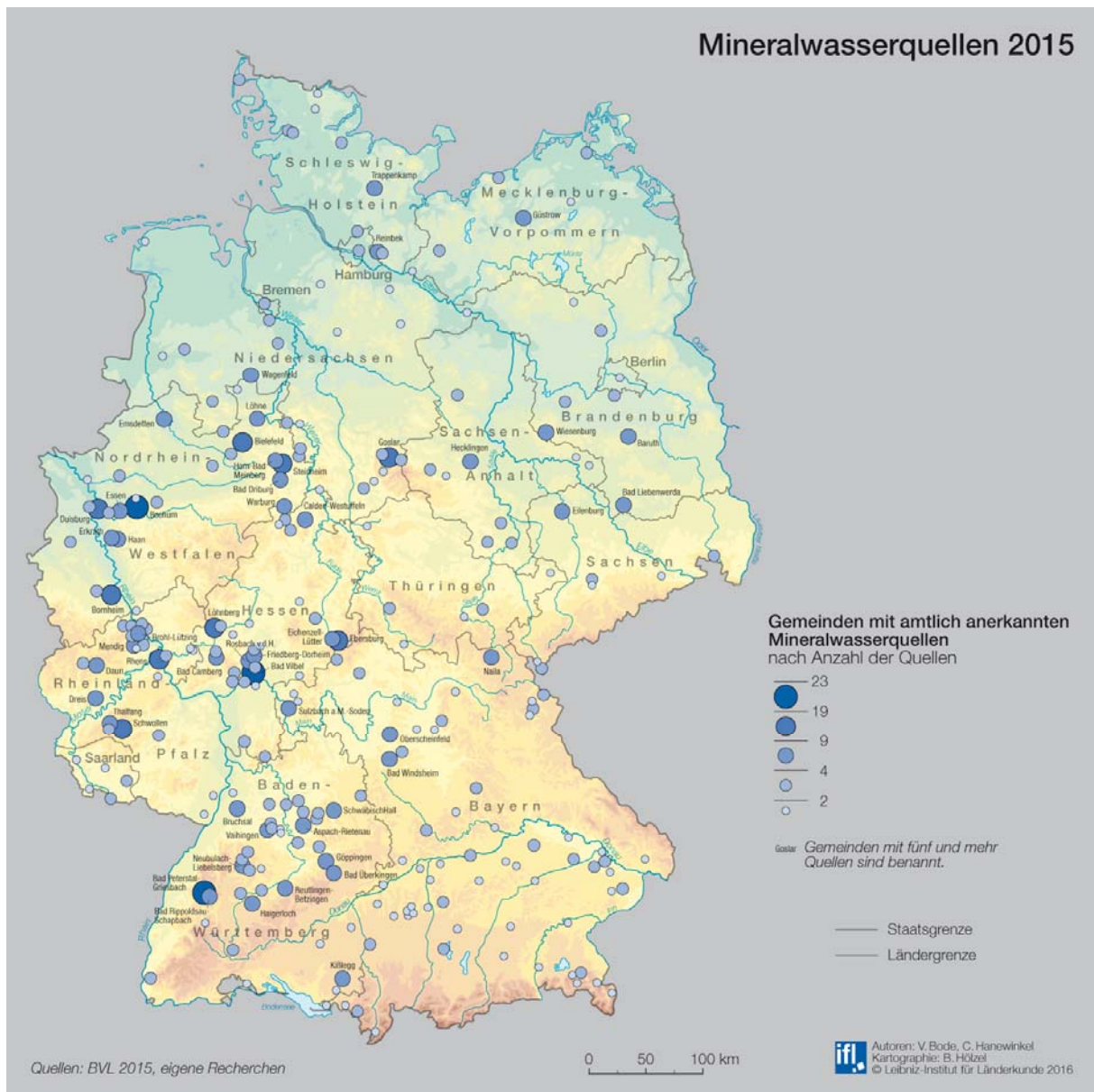
Karte 1



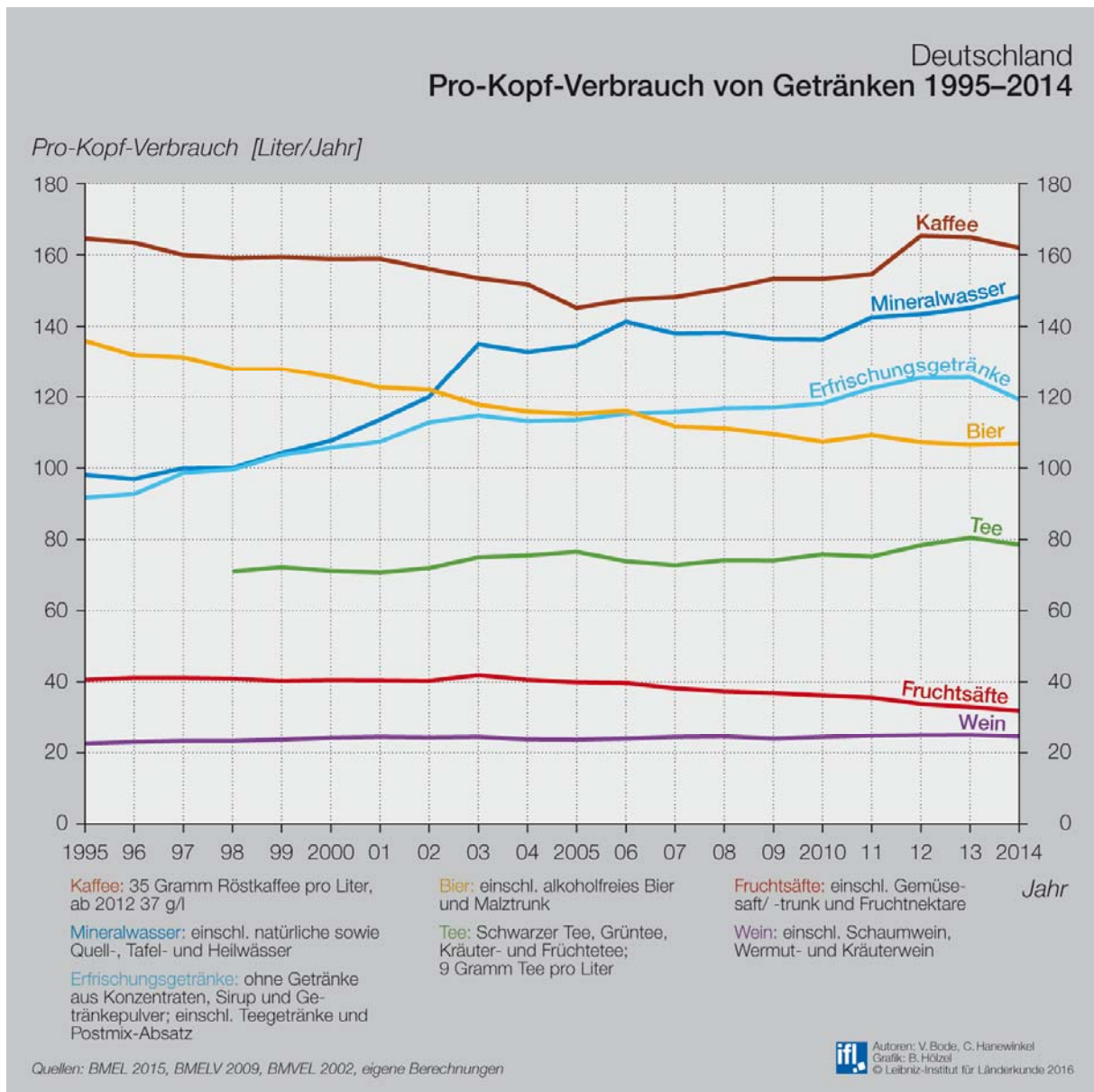
Karte 2



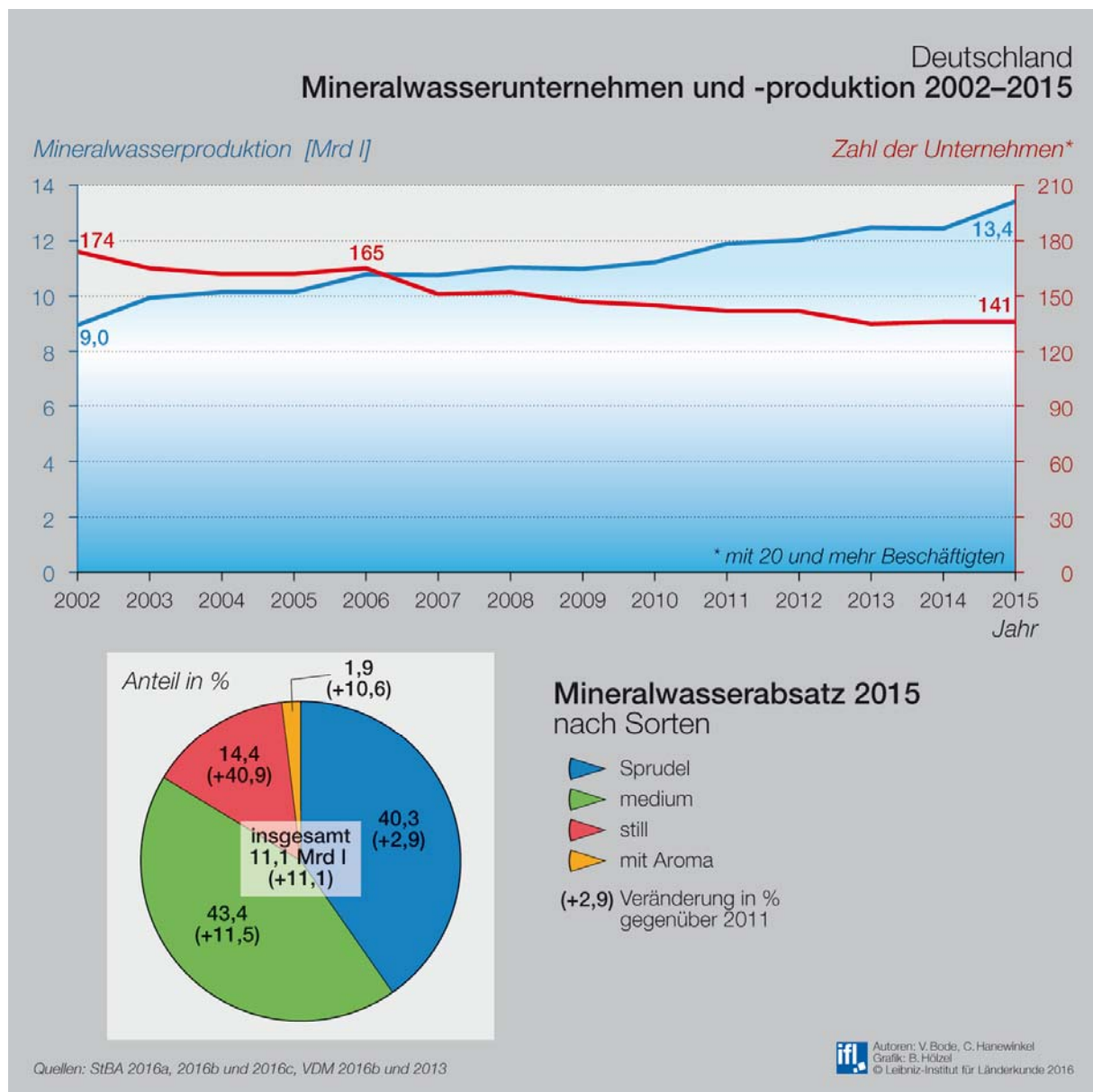
Karte 3



Grafik 1

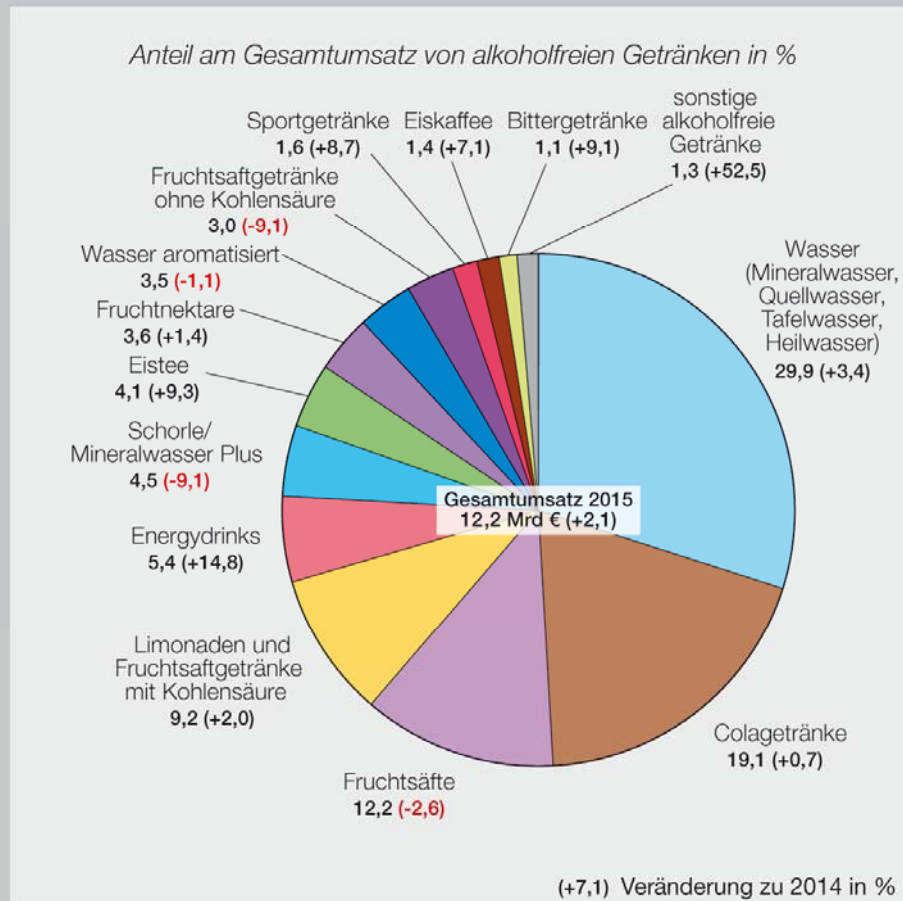


Grafik 1



Grafik 1

Deutschland Umsatz von alkoholfreien Getränken im Lebensmitteleinzelhandel, in Drogerie- und Getränkeabholmärkten 2015



Quelle: Nielsen in LZ 2016

ifl Autoren: V. Bode, C. Hanewinkel
Grafik: B. Hölzel
© Leibniz-Institut für Länderkunde 2016

Quellen

BMEL (Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft) (Hrsg.) (2015): Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2015. Münster-Hiltrup.

BMELV (Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz) (2009): Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2009. Bremerhaven.

BMVEL (Bundesministeriums für Verbraucherschutz, Ernährung und Landwirtschaft) (Hrsg.) (2002): Statistisches Jahrbuch über Ernährung, Landwirtschaft und Forsten 2002. Münster-Hiltrup.

BVL (Bundesamt für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit) (Hrsg.) (2015): Listen der in der Bundesrepublik Deutschland amtlich anerkannten natürlichen Mineralwässer. Stand: 30.01.2015. Braunschweig.

EU-Kommission (Europäische Kommission) (Hrsg.) (2015): List of Natural Mineral Waters Recognised by Member States. Last update: 18 September 2015. URL: http://ec.europa.eu/food/safety/docs/labelling-nutrition_mineral-waters_20150827_list.pdf

Getränkegroßhandel (2016): Special Mineralwasser: Wieder eine leichte Brise. In: Getränkegroßhandel 5/2016, S. 34-38.

Krost, Heidrun (2016): Glasklar: Deutsche Markenwässer gehen auf Distanz zum Billig-Mainstream. In: LZ 14, S. 37-38.

LZ (Lebensmittelzeitung) (Hrsg.) (2016): Erfrischendes Plus: Umsatzentwicklung in LEH, DM und GAM. In: LZ, S. 44.

NGG (Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten) (Hrsg.) (2014): Branchenbericht 2014 der alkoholfreien Getränkeindustrie (AfG). Hamburg.

Ossendorf, Petra (2016): Wasser läuft. In: LZ 2016, S. 44.

StBA (Statistisches Bundesamt) (Hrsg.) (2016a): Produzierendes Gewerbe. Produktion des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden. Fachserie 4, Reihe 4.1.1. Auszug für die Jahre 1995-2015. Wiesbaden.

StBA (Statistisches Bundesamt) (Hrsg.) (2016b): Beschäftigung, Umsatz und Energieversorgung der Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden. Fachserie 4, Reihe 4.1.1. Auszug für die Jahre 2002-2015. Wiesbaden.

StBA (Statistisches Bundesamt) (Hrsg.) (2016c): Mineralwasserproduzenten für die Jahre 2009 – 2015 [Sonderauswertung aus Produzierendes Gewerbe. Produktion des Verarbeitenden Gewerbes sowie des Bergbaus und der Gewinnung von Steinen und Erden]. Wiesbaden.

VDM (Verband Deutscher Mineralbrunnen) (Hrsg.) (2016a): Brunnenfinder. URL: <http://www.vdm-bonn.de/der-vdm/mineralbrunnen/brunnensuche.html>
Abrufdatum: 29.04.2016.

VDM (Verband Deutscher Mineralbrunnen) (Hrsg.) (2016b): Branchendaten 2015.

VDM (Verband Deutscher Mineralbrunnen) (Hrsg.) (2013): Branchendaten 2012.

Bildnachweis

Mineralwasserflaschen; J. Rohland, © IfL

Zitierweise

Bode, Volker u. Christian Hanewinkel (2016): Der aktuelle Mineralwassermarkt zwischen Wachstum und Konzentration. In: Nationalatlas aktuell 10 (07.2016) 5 [20.07.2016]. Leipzig: Leibniz-Institut für Länderkunde (IfL).

URL: http://aktuell.nationalatlas.de/Mineralwasser.5_07-2016.0.html

Autoren



Dipl.-Geogr. Volker Bode

Leibniz-Institut für Länderkunde
Schongauerstraße 9
04328 Leipzig

Tel: (0341) 600 55 143
E-Mail: V_Bode@ifl-leipzig.de



Dipl.-Geogr. Christian Hanewinkel

Leibniz-Institut für Länderkunde
Schongauerstraße 9
04328 Leipzig

Tel: (0341) 600 55 150
E-Mail: C_Hanewinkel@ifl-leipzig.de