



Nr. 5/2018 – Kurzfassung
5. Juni 2018

– Pressemitteilung –

Spirituosenmarkt mit Chancen und Herausforderungen

- **Spirituosenmarkt 2017: Trend zu Qualität und Craft führt zu stabilen Umsätzen bei stagnierendem Pro-Kopf-Konsum**
- **Konjunktur- und Wirtschaftsentwicklung in Deutschland auf „Sieben-Jahres-Hoch“**
- **Gesundheitspolitik und Verbraucherschutz: nachhaltige Prävention und Aufklärung als Beitrag zu „maßvollem Konsum“**

Bonn (BSI) – Auch aufgrund der wirtschaftlich positiven Entwicklung („Sieben-Jahres-Hoch“) in Deutschland haben sich Spirituosen im Segment der alkoholhaltigen Getränke erneut am deutschen Markt 2017 relativ stabil behaupten können: Mit einem Pro-Kopf-Konsum von 5,4 Liter lag der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen 2017 in Deutschland auf dem Niveau des Vorjahres. Auf dem deutschen Markt wurden 2017 rund 713 Mio. Flaschen à 0,7 Liter (nach vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes) angeboten. Der deutsche Spirituosenmarkt bleibt damit auch weiterhin der größte Markt für Spirituosen innerhalb der Europäischen Union. Auch 2017 kauften 62 Prozent aller Haushalte in Deutschland mindestens einmal Spirituosen ein (Käuferreichweite).

Der Optimismus der Verbraucher/innen steigt auch 2018 weiter an. Sowohl die Konjunktur- als auch die Einkommenserwartung und die Anschaffungsneigung werden weiter zulegen – gemäß den Analysen der GfK-Konsumklimastudie. *„Spirituosen sind eine der umsatzstarken Warengruppen im Lebensmittel-Einzelhandel. Für 2018 könnten sich zudem durch den allgemeinen Trend zu Qualität und Craft sowie durch das Wachstum einzelner Spirituosengattungen zusätzliche Chancen für den Spirituosenmarkt ergeben“*, analysiert BSI-Präsident, Thomas Ernst.

Nach Analysen der Marktforschung Information Resources GmbH stieg der Absatz an Spirituosen im LEH (inklusive Aldi/Lidl/Norma) mit rund 539 Millionen Flaschen à 0,7 Liter um 9 Millionen Flaschen bzw. um 1,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Rund 75 Prozent des Gesamtabsatzes mit Spirituosen wurden auch 2017 über den LEH abgesetzt.



BSI
- Pressestelle -

Urstadtstraße 2
53129 Bonn
Postfach 15 02 23
53041 Bonn

Telefon: +49 228 53994-0
Telefax: +49 228 53994-20

E-Mail: info@bsi-bonn.de

Internet:

www.spirituosen-verband.de

Die unterschiedliche Entwicklung bei den Segmenten für Spirituosen setzte sich im Jahr 2017 fort. Die größten Marktanteile verbuchten mengenmäßig weiterhin „Klare Spirituosen“ (rund 36,9 Prozent), „Liköre“ (rund 35,3 Prozent) und „Weinbrände/Cognac“ (rund 10,1 Prozent). Zu den Gewinnern zählten 2017 – nach Analyse der vorgenannten Marktforschung – u. a.: Gin/Genever, Liköre (u. a. Pfefferminzliköre, Eierliköre, „restliche“ Liköre, Sahneliköre, Cocosliköre), Wodka, Whisk(e)ys, Ouzo, Rum, Weinbrand, Sambuca etc. Das Umsatzvolumen am Spirituosenmarkt betrug 2017 rund 4,3 Milliarden Euro im LEH. Das ist weiterhin gut ein Viertel des Umsatzes aller alkoholhaltigen Getränke (Bier, Wein, Sekt und Spirituosen) im LEH.

Die Spirituosenimporte umfassten im Jahr 2017 rund 471 Millionen Flaschen à 0,7 Liter (+1,5 Prozent) – nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes. Dieses entspricht einer Zunahme um 7 Millionen Flaschen im Vorjahresvergleich. Im Zeitraum der letzten zehn Jahre stiegen die Importe um 78 Millionen Flaschen bzw. um 19,8 Prozent. Bezogen auf den Gesamtmarkt an Spirituosen entfallen auf Importspirituosen – nach Angaben der Marktforschung GfK SE – aktuell rund 40 Prozent des Spirituosenangebots in Deutschland (ohne Doppelzählungen, die die Zahlen des Statistischen Bundesamtes enthalten). Wichtigste Importländer waren 2017: Großbritannien, die USA, Italien, Frankreich, Griechenland, die Niederlande, Spanien, Irland, Jamaika, Mexiko, Russland und Schweden.

Die Spirituosenexporte betrugen im Jahr 2017 – nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes – rund 291 Millionen Flaschen à 0,7 Liter. Dieses entspricht einer Zunahme im entsprechenden Vorjahresvergleich um 8 Millionen Flaschen bzw. um 2,8 Prozent und einer Erhöhung in den letzten zehn Jahren um 86 Millionen Flaschen bzw. um 42,0 Prozent. Zu den wichtigsten Ausfuhrländern zählten 2017 u. a.: die Niederlande, Großbritannien, die USA, Belgien, Frankreich, Spanien, Österreich, Dänemark, die Schweiz, die Tschechische Republik, Lettland und Italien.

Das Gesamtmarktangebot (Produktion + Import – Export) verringerte sich – nach vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes und Schätzungen des BSI – im Jahr 2017 (im entsprechenden Vorjahresvergleich) um 2 Millionen Flaschen à 0,7 Liter (ohne spirituosenhaltige Mischgetränke) bzw. um 0,3 Prozent.

Die gesamte Spirituosenbranche inklusive Importeure hatte 2017 eine stabile Umsatzentwicklung mit geschätzten rund 4,6 Milliarden Euro – darin sind rund 2,1 Milliarden Euro an Branntweinsteuern enthalten.

Der Konsum pro Kopf an Spirituosen lag im Jahr 2017 bei rund 5,4 Liter Fertigware (Quelle: vorläufige Zahl des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität e. V., München) und stagnierte damit auf Vorjahresniveau.

Im internationalen Vergleich des Pro-Kopf-Konsums mit Spirituosen belegte Deutschland im Jahr 2016 (Zahlen für das Kalenderjahr 2017 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor) Platz 51 – unter anderem hinter Südkorea, Russland, Estland, den Nördlichen Emiraten, Bulgarien etc. – gemäß den Analysen von „the IWSR and the IWSR Magazine (the Source for Wine & Spirits Analysis)“, London/Großbritannien.

Der Verbrauch pro Kopf aller alkoholhaltigen Getränke (Bier, Wein, Sekt und Spirituosen) betrug im Jahr 2017 131,1 Liter pro Kopf und sank damit im entsprechenden Vorjahresvergleich um 3,2 Liter bzw. um 2,4 Prozent.

In Bezug auf das gesamte Aufkommen 2017 der spezifischen Verbrauchsteuern für alkoholhaltige Getränke (Bier, Wein, Sekt, Spirituosen und spirituosenhaltige Mischgetränke sowie Zwischenerzeugnisse) in Höhe von 3.144,3 Millionen Euro (2016: 3.165,1 Millionen Euro) entfiel auf die Branntweinsteuer ein Anteil von 66,6 Prozent – wohingegen der Pro-Kopf-Konsum an Spirituosen – bezogen auf alle alkoholhaltigen Getränke 2017 – bei nur rund 4,1 Prozent lag. Die Branntweinsteuer betrug 2017 2.093,6 Millionen Euro und stieg damit im entsprechenden Vorjahresvergleich 23,4 Millionen Euro bzw. um 1,1 Prozent.

Die Mitarbeiter- und Betriebsstruktur in der Spirituosenbranche ist seit Jahrzehnten durch Konzentration gekennzeichnet. Im Jahr 2017 ergab sich in der Spirituosenbranche in Betrieben mit 20 und mehr Beschäftigten eine Abnahme auf 2.953 Mitarbeiter (-56 Mitarbeiter/-1,9 Prozent), die in 49 Betrieben (+1 Betrieb/+2,1 Prozent) beschäftigt waren (Quelle: Angaben des Statistischen Bundesamtes).

Da die deutsche Wirtschaft sich in einem kräftigen Aufschwung befindet, erwartet der Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung Zuwachsraten des Bruttoinlandsprodukts von 2,2 Prozent im Jahr 2018.

Für die Spirituosenindustrie als Branche mit hochwertigem, kulturellem, traditionellem und genussorientiertem Angebot sind die Verbraucherstimmung und ihre Nachfrage von besonderem Stellenwert: Die Hersteller und Importeure von Spirituosen begrüßen, dass sich die Spirituosen im Segment der alkoholhaltigen Getränke weiterhin stabil behaupten konnten. In einer Zeit immer individueller werdender Verbraucherwünsche stellen sich die Hersteller und Importeure von Spirituosen auf die Bedürfnisse der Konsumenten/innen ein: Eine umfassende Markenpflege, ein umfassendes Markenbewusstsein und die Bereitschaft zu weiteren Investitionen werden auch in Zukunft die Garanten für den unternehmerischen Erfolg bleiben.

Im Zusammenhang mit den Veröffentlichungen der Drogenbeauftragten der Bundesregierung, Marlene Mortler, dahingehend, dass sich präventive Maßnahmen zur Aufklärung über den verantwortungsvollen Konsum alkoholhaltiger Getränke – insbesondere bezüglich Jugendlichen – in den letzten Jahren als positiv erweisen, hält Angelika Wiesgen-Pick, Geschäftsführerin des BSI, fest: *„Auch im Jahr 2018 übernimmt der BSI in diesem Zusammenhang aktiv Verantwortung für den verantwortungsvollen Konsum von alkoholhaltigen Getränken. Der ‚Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung‘ des BSI setzt bereits seit 2005 auf eigene Präventions- und Aufklärungsmaßnahmen, um den verantwortungsvollen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken zu fördern. Da deren Evaluierungen durchweg positive Ergebnisse zeigen, werden diese Initiativen nachhaltig fortgesetzt“.* Bekannte Beispiele hierfür sind:

- Die im Jahr 2005 ins Leben gerufene Eltern-Präventionsinitiative „Klartext reden!“ (www.klartext-reden.de) – zur Unterstützung der Alkoholprävention in Familien – wendet sich mit Eltern-Workshops, Broschüren, Internetauftritt und Online-Training an die Eltern als wichtige Vorbilder. 274 Workshops mit insgesamt rund 7.380 Teilnehmern wurden seit Initiativen-Start durchgeführt. Über das Online-Training wurden rund 71.800 Eltern erreicht (Stand: Dezember 2017).
- Die Prävention „Schulungsinitiative Jugendschutz (SchuJu)“ (www.schu-ju.de) motiviert Mitarbeiter/innen in Gastronomie, Handel und Tankstellen für die praktische Umsetzung des Jugendschutzes. Seit Start der Initiative wurden rund 164.715 Mitarbeiter in Gastronomie, Handel und Tankstellen registriert bzw. geschult. Über den „SchuJu“-Aufbaukurs (WBT II) haben bereits rund 6.100 Mitarbeiter/innen diesen freiwillig absolviert und mit Zertifikat bestanden (Stand: Dezember 2017).

- Die Broschüre „Verantwortung von Anfang an! – Leitfaden für den Verzicht auf alkoholhaltige Getränke in Schwangerschaft und Stillzeit“ richtet sich an schwangere und stillende Frauen und wird über gynäkologische Praxen und Hebammen verteilt – bis Jahresende 2018: rund 4 Millionen Broschüren sowie 44.500 Informations-Pakete (Plakate und Broschüren) – neben dem im Februar 2018 relaunchten Internetauftritt www.verantwortung-von-anfang-an.de. Seit 2012 wird überdies eine weitere Prävention im Rahmen der Maßnahme „Verantwortung von Anfang an!“ zum Thema „Was Mädchen über alkoholhaltige Getränke in der Schwangerschaft wissen sollten“ veröffentlicht (Verteilung bis Jahresende 2018: rund 410.000 Faltblätter). Seit 2012 wird ebenfalls die Broschüre „Verantwortung von Anfang an! – Das Fetale Alkoholsyndrom“ herausgegeben. Diese Broschüre wird bis Jahresende 2018 180.000 Mal in deutscher Sprache und 12.000 Mal in englischer Sprache verteilt.
- Die Präventionsbroschüre „Hinsehen, Zuhören, Ansprechen! – Alkohol am Arbeitsplatz – Ein Leitfaden für die kollegiale Hilfe“ bietet Hilfestellung am Arbeitsplatz und wird nachhaltig nachgefragt.
- Die Präventionsinitiative „DON'T DRINK AND DRIVE“/„WER FÄHRT, BLEIBT NÜCHTERN“ (www.ddad.de), die der BSI/„Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung“ zusammen mit den Wirtschaftsverbänden der Bier-, Wein- und Sektbranche durchführt, richtet sich an junge Fahrer/innen von 18 bis 25 Jahren. Sie steht im Jahr 2018 unter Schirmherrschaft des Landes Schleswig-Holstein.

Gemeinsam mit dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. – ZAW – (www.zaw.de) haben die Unternehmen der Alkoholwirtschaft die vom Deutschen Werberat konsequent überwachten „Freiwilligen Verhaltensregeln über die kommerzielle Kommunikation für alkoholhaltige Getränke“ erstellt und im April 2009 umfassend aktualisiert und implementiert.

Im Rahmen seiner Selbstverpflichtungen hat der BSI folgende Maßnahmen initiiert:

- Selbstregulierung gegen „Flatrate“- oder „All-you-can-drink“-Partys,
- Selbstregulierung bezüglich „Naming and Packaging“,
- Selbstregulierung gegen Präsentation von Models in der Werbung, die jünger als 25 Jahre sind,
- Selbstregulierung bezüglich „Responsible Drinking Message“,
- Selbstregulierung bezüglich 70/30-Regel bei der Werbung,
- Selbstregulierung bezüglich Jugendschutz im Online-Handel.

Seit April 2009 hat der BSI die Verbraucherwebsite „www.massvoll-genieessen.de“ hinterlegt und seit März 2013 aktualisiert, auf der die Konsumenten/innen alle relevanten Informationen zu Vorteilen und Gefahren des Konsums von alkoholhaltigen Getränken finden, um als mündige/n Bürger/in eigenverantwortliche Entscheidungen zu treffen und verantwortungsvoll mit alkoholhaltigen Getränken umgehen zu können. Der BSI hat zeitgleich die Wort-Bild-Marke „Massvoll-genieessen.de“ als deutsche „Responsible Drinking Message“ verankert. Diese wird von einer Vielzahl der Mitgliedsfirmen in der Werbung präsentiert (Ende 2017: rund drei viertel).

Der BSI begrüßt auch die Information des Bundesministeriums für Gesundheit (BMG) gemeinsam mit der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) vom Mai 2017 dahingehend, dass die Zahl der Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die regelmäßig Alkohol trinken, erneut im Jahr 2016 weiter zurückgegangen ist. Er möchte mit den vorgenannten Präventionsmaßnahmen des „Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung“ auch zukünftig – nachhaltig ausbauend – seinen diesbezüglichen Beitrag leisten.

Alle Maßnahmen zur Prävention und Selbstregulierung sind dabei auch Teil eines europaweit angelegten Konzepts der Hersteller und Importeure von Spirituosen.

In unseren Lebenskreisen sind alkoholhaltige Getränke von Alters her unverzichtbare Elemente einer gelebten Genuss- und Traditionskultur. Der BSI will diese Kultur – in einer auf Selbstbestimmung aufbauenden Gesellschaft – mitpflegen und unterstützen: Genuss, aber auch Eigenverantwortung gehören dabei zusammen.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

(Die Presseerklärung Nr. 5/2018 finden Sie auch im Internet unter: <http://www.spirituosen-verband.de/presse/pressemitteilungen/>)

Zeichen: 13.076

Fragen beantwortet Ihnen gerne:

BSI-Geschäftsstelle

Angelika Wiesgen-Pick,

Geschäftsführerin

Urstadtstraße 2, 53129 Bonn

Telefon: 0228 53994-0, Telefax: 0228 53994-20

E-Mail: info@bsi-bonn.de

Internet: www.spirituosen-verband.de