



Nr. 6/2022 – Langfassung
8. Juni 2022

– Pressemitteilung –

Spirituosenbranche durch den Angriffskrieg Russlands, die wachsende Inflation und die Nachwirkungen der Corona-Pandemie auch in 2021/2022 stark herausgefordert

- **Spirituosenmarkt 2021: Qualität und Premium im Fokus bei stagnierendem Pro-Kopf-Konsum**
- **Beeinträchtigung der globalen Handelsströme, Lieferketten sowie Rohstofflieferungen belasten die Spirituosenbranche**
- **Gesundheitspolitik und Verbraucher: nachhaltige Aufklärung und Prävention zu „maßvollem Konsum“ zeigt Früchte**

Bonn (BSI) – Trotz Einbruch der Wirtschaftsleistungen und Beeinträchtigung der globalen Lieferketten haben sich Spirituosen im Segment der alkoholhaltigen Getränke am Markt 2021 ausgewogen behaupten können. Während der Spirituosen-Konsum im Jahr 2021 mit rund 719 Millionen Flaschen à 0,7 Liter sowie einem Pro-Kopf-Verbrauch von 5,2 Litern auf Vorjahresniveau lag, konnte der Umsatz sogar leicht zulegen. Dies lässt auf eine Fortführung der Entwicklung hin zu Premiumqualität im Spirituosenmarkt schließen. Die Spirituosen gehörten auch im Jahr 2021 erneut zu den umsatzstarken Warengruppen im Lebensmittel-Einzelhandel. So kauften im Jahr 2021 rund 68,5 Prozent aller Haushalte in Deutschland mindestens einmal Spirituosen ein (Käuferreichweite).

Bezüglich der Verbraucherstimmung zeigte sich gemäß den GfK-Klimastudien-Analysen 2021/Anfang 2022 ein uneinheitliches Bild: Die Anschaffungsneigung und die Einkommenserwartung müssen gegenüber den Vormonaten kontinuierlich Einbußen hinnehmen und die Konjunkturaussichten, die sich seit Anfang 2021 etwas aufgehellt hatten, zeigen sich seit Februar 2022 rückläufig. *„Die zunehmende Sparneigung dürfte ihre Auswirkungen auch im Spirituosenbereich zeigen. Eine seriöse Konsumprognose für 2022 kann daher erst abgegeben werden, wenn absehbar ist, wie sich die Inflation und die weiteren Entwicklungen aufgrund des unsäglichen Krieges Russlands gegen die Ukraine entwickeln. Hinzu kommen noch die Unwägbarkeiten zur weiteren Entwicklung der Corona-Pandemie. Vor dem Hintergrund dieser unsicheren Gesamtsituation für viele Unternehmen und Berufstätige erhoffen wir uns von der Politik verlässliche Rahmenbedingungen, um die Funktionsfähigkeit der Lieferketten und entsprechende Versorgungssicherheit in Deutschland zu unterstützen – allerdings auch wettbewerbsrechtliche Rahmenbedingungen – in denen die Freiräume erhalten werden, die für eine positive und nachhaltige Wertschöpfung unbedingt vonnöten sind“*, so BSI-Präsident Thomas Ernst.



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

Entwicklungen im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH) im Jahr 2021

Nach Analysen der Marktforschung Information Resources GmbH stieg der Absatz an Spirituosen im LEH (inklusive Aldi/Lidl/Norma) im Jahr 2021 um 0,1 Prozent auf rund 580 Millionen Flaschen à 0,7 Liter. Rund 75 Prozent des Gesamtabsatzes mit Spirituosen wurden 2021 über den Lebensmittel-Einzelhandel abgesetzt.

Die größten Marktanteile verbuchten mengenmäßig weiterhin „Klare Spirituosen“ (rund 37,2 Prozent), „Liköre“ (rund 36,1 Prozent) und „Rum“ (rund 9,5 Prozent). Zu den Gewinnern zählten 2021 u. a.: Liköre (u. a. Sahneliköre, „restliche“ Liköre, Fruchtlüköre, Cocosliköre, Bitterliköre), Rum, Gin/Genever, Whisk(e)ys, Wodka, Brandy, Amaretto und Sambuca. Das Umsatzvolumen im Lebensmittel-Einzelhandel betrug 2021 rund 5,1 Milliarden Euro (Vorjahr: 4,8 Milliarden Euro). Das ist gut ein Viertel des Umsatzes aller alkoholhaltigen Getränke (Bier, Wein, Sekt und Spirituosen) im LEH.

Entwicklung des Außenhandels mit Spirituosen im Jahr 2021

Die Spirituosenimporte umfassten nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes im Jahr 2021 rund 455 Millionen Flaschen à 0,7 Liter (+8,9 Prozent). Dies entspricht einer Zunahme um 37 Millionen Flaschen zum Vorjahr. Innerhalb der letzten zehn Jahre stiegen die Importe um 1,3 Prozent bzw. um rund 6 Millionen Flaschen. Aktuell entfallen damit gemäß GfK SE rund 42 Prozent des deutschen Gesamtmarktes auf Importspirituosen. Wichtigste Importländer waren 2021: Großbritannien, Italien, die USA, Frankreich, die Niederlande, Griechenland, Spanien, Russland, Irland, Polen, Schweden und Österreich.

Spirituosenimporte ¹⁾²⁾	
Jahr	Flaschen (0,7 l)
2010	429 Mio.
2011	449 Mio.
2012	455 Mio.
2013	453 Mio.
2014	438 Mio.
2015	434 Mio.
2016	464 Mio.
2017	474 Mio.
2018	471 Mio.
2019	457 Mio.
2020	418 Mio.
2021 ³⁾	455 Mio.

- 1) Die Zahlen des Statistischen Bundesamtes enthalten auch einen relativ hohen Anteil an Doppelzählungen.
- 2) Der BSI geht nach internen Schätzungen von **hohen Doppelzählungen aufgrund von Bulk-Waren-Lieferungen** in Höhe von über 110 Mio. Flaschen à 0,7 Liter aus.
- 3) Vorläufige Zahl

Die Spirituosenexporte betragen im Jahr 2021 – nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes – rund 295 Millionen Flaschen à 0,7 Liter. Dieses entspricht einer Zunahme im entsprechenden Vorjahresvergleich um 55 Millionen Flaschen bzw. um 22,9 Prozent und einer Erhöhung in den letzten zehn Jahren um 39 Millionen Flaschen bzw. um 15,2 Prozent. Zu den wichtigsten Ausfuhrländern zählten 2021 u. a.: die Niederlande, die USA, Belgien, Spanien, Frankreich, Österreich, die Republik Côte d'Ivoire, Dänemark, Luxemburg, Polen, die Volksrepublik China und Italien.

Spirituosenexporte	
Jahr	Flaschen (0,7 l)
2010	240 Mio.
2011	256 Mio.
2012	273 Mio.
2013	281 Mio.
2014	266 Mio.
2015	264 Mio.
2016	283 Mio.
2017	292 Mio.
2018	288 Mio.
2019	279 Mio.
2020	240 Mio.
2021 ¹⁾	295 Mio.

- 1) Vorläufige Zahl

Entwicklung des Spirituosen-Gesamtmarktangebots

Das Gesamtmarktangebot (Produktion + Import – Export) erhöhte sich – nach vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes und Schätzungen des BSI – im Jahr 2021 (im entsprechenden Vorjahresvergleich) um 8 Millionen Flaschen à 0,7 Liter bzw. um 1,1 Prozent (ohne spirituosenhaltige Mischgetränke).

Spirituosenangebot auf dem deutschen Markt ¹⁾	
Jahr	Flaschen (0,7 l)
2010	695 ²⁾ (715) ³⁾ Mio.
2011	698 ²⁾ (711) ³⁾ Mio.
2012	703 ²⁾ (718) ³⁾ Mio.
2013	693 ²⁾ (705) ³⁾ Mio.
2014	678 ²⁾ (691) ³⁾ Mio.
2015	695 ²⁾ (707) ³⁾ Mio.
2016	715 ²⁾ (727) ³⁾ Mio.
2017	715 ²⁾ (728) ³⁾ Mio.
2018	731 ²⁾ (753) ³⁾ Mio.
2019	705 ²⁾ (732) ³⁾ Mio.
2020	711 ²⁾ (739) ³⁾ Mio.
2021 ⁴⁾	719 ²⁾ (748) ³⁾ Mio.

- 1) Der BSI geht nach internen Schätzungen von **hohen Doppelzählungen aufgrund von Bulk-Waren-Lieferungen** in Höhe von über 110 Mio. Flaschen à 0,7 Liter aus.
- 2) Die Zahlen des Statistischen Bundesamtes enthalten auch einen relativ hohen Anteil an Doppelzählungen.
- 3) Inklusive spirituosenhaltiger Mischgetränke
- 4) Vorläufige Zahlen

Die gesamte Spirituosenbranche inklusive Importeure hatte 2021 eine leicht steigende Umsatzentwicklung mit geschätzten rund 4,75 Milliarden Euro – darin enthalten sind rund 2,1 Milliarden Euro an Alkoholsteuern für Spirituosen.

Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen

Der Konsum pro Kopf von Spirituosen lag im Jahr 2021 bei rund 5,2 Liter Fertigware (Quelle: vorläufige Zahl des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V.) und lag damit auf Vorjahresniveau.

Im internationalen Vergleich des Spirituosen-Pro-Kopf-Konsums belegte Deutschland im Jahr 2020 (Zahlen für das Kalenderjahr 2021 lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor) **Platz 48** – unter anderem hinter Südkorea, Belarus, Lettland, Estland, Bulgarien (Quelle: Analysen der Marktforschung „the IWSR and the IWSR Magazine [the Source for Wine & Spirits Analysis], London/Großbritannien).

Der Pro-Kopf-Verbrauch aller alkoholhaltigen Getränke (Bier, Wein, Sekt und Spirituosen) betrug 120,8 Liter im Jahr 2021 und sank damit zum entsprechenden Vorjahresvergleich um 3,1 Liter bzw. um 2,5 Prozent.

Pro-Kopf-Verbrauch an Spirituosen	
Jahr	Gesamtdeutschland (in Liter)
1991	7,5
2000	5,8
2001	5,8
2002	5,9
2003	5,9
2004	5,8
2005	5,7
2006	5,7
2007	5,6
2008	5,5
2009	5,4
2010	5,4
2011 ¹⁾	5,5
2012	5,5
2013	5,5
2014	5,4
2015	5,4
2016	5,4
2017	5,4
2018	5,4
2019	5,3
2020	5,2
2021 ²⁾	5,2

¹⁾ Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011 des Statistischen Bundesamtes

²⁾ Vorläufige Zahl

Verbrauchssteuern auf Spirituosen und alkoholhaltige Getränke 2021

Bei den Verbrauchssteuern für alkoholhaltige Getränke (Bier, Wein, Sekt, Spirituosen und spirituosenhaltige Mischgetränke sowie Zwischenerzeugnisse) in Höhe von 3.031,1 Millionen Euro (2020: 3.085,1 Millionen Euro) entfiel auf die Spirituosen ein Anteil von 68,9 Prozent. Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen entsprach im selben Zeitraum einem Anteil von lediglich 4,3 Prozent.

Steueraufkommen der verschiedenen alkoholhaltigen Getränken		
Getränkeart	Steuereinnahmen 2021 (in Mio. Euro)	Pro-Kopf-Verbrauch 2020 ¹⁾ (in Liter)
Bier	584,4	91,7
Wein	0,0	20,7
Sekt	340,6	3,2
Spirituosen	2.089,0 ²⁾	5,2
Spirituosenhaltige Mischgetränke	-5,3 ³⁾	4)
Zwischen-erzeugnisse	22,4	4)
Summe	3.031,1	120,8

¹⁾ Vorläufige Zahlen

²⁾ Aufgrund der im Jahr 2020 vorgezogenen Steuereinnahmen für 2021 müsste der offizielle Ausweis im Jahr 2021 in Höhe von 2.089 Mio. Euro um rund 100 Mio. Euro (Sonderzahlungen aus 2020) erhöht werden, um den tatsächlichen Marktverhältnissen gerecht zu werden.

³⁾ Bei der Alkopopsteuer kam eine Sonderbewegung 2020 von rund 11 Mio. Euro zum Tragen, die 2021 überwiegend revidiert wird.

⁴⁾ Der Pro-Kopf-Verbrauch wird vom ifo Institut nicht separat veröffentlicht.

Struktur der Spirituosenbranche

Die Mitarbeiter- und Betriebsstruktur in der Spirituosenbranche ist seit Jahrzehnten in einem anhaltenden Konzentrationsprozess. Im Jahr 2021 ergab sich in der Spirituosenbranche in Betrieben mit 20 und mehr Beschäftigten eine Zunahme auf 3.133 Mitarbeiter (+231 Mitarbeiter/+8,0 Prozent), die in 53 Betrieben (+2 Betriebe/+3,9 Prozent) beschäftigt waren (Quelle: Angaben des Statistischen Bundesamtes).

Ausblick

Der Bestürzung ausrufende Krieg Russlands gegen die Ukraine hat seit Februar 2022 in Europa und weltweit zu starken Wirtschaftsreaktionen einhergehend mit einer signifikanten Beeinträchtigung der globalen Handelsströme, Lieferketten und Rohstofflieferungen geführt. Hinzu kommen nach wie vor die unplanbaren Auswirkungen der Corona-Pandemie. Von einer Normalisierung der wirtschaftlichen Lage kann somit für das Jahr 2022 nicht die Rede sein. Im Gegenteil werden der Russland-Ukraine-Krieg und die damit einhergehenden enormen Preissteigerungen für Rohstoffe, Glas, Papier und Logistik Deutschland und auch die Spirituosenbranche begleiten. *„Die Sorge vor einer neuen Corona-Welle, signifikant steigende Liefer- und Rohstoffpreise aufgrund des Russland-Ukraine-Kriegs – insbesondere für die Energieversorgung – werden die Spirituosenbranche nachhaltig beschäftigen“*, so Angelika Wiesgen-Pick, Geschäftsführerin des BSI.

Vor dem Hintergrund dieses alarmierenden Szenarios erwartet die Spirituosenbranche von der Politik verlässliche Rahmenbedingungen, um die Funktionsfähigkeit der Lieferketten und entsprechende Versorgungssicherheit in Deutschland zu unterstützen – allerdings auch wettbewerbsrechtliche Rahmenbedingungen – in denen die Freiräume erhalten werden, die für eine positive und nachhaltige Wertschöpfung unbedingt vonnöten sind.

Prävention und Aufklärung als wichtiger Beitrag zu „maßvollem Konsum“

Auch im Jahr 2021 übernimmt der BSI 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 – von 2020 bis 2021 unter Schirmherrschaft der bisherigen Drogenbeauftragten der Bundesregierung Daniela Ludwig.

Folgende Präventionsinitiativen des „Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung“ des BSI werden nachhaltig seit Jahren und erfolgreich evaluiert durchgeführt:

- die Eltern-Präventionsinitiative „Klartext reden!“ (www.klartext-reden.de) zur Unterstützung der Alkoholprävention in Familien; über www.klartext-elterntraining.de können sich Eltern auch im Rahmen eines Online-Trainings Rat einholen;
- die Prävention „Schulungsinitiative Jugendschutz“ (www.schu-ju.de) zur Stärkung des Jugendschutzes bei der Abgabe von alkoholhaltigen Getränken, die in Kooperation mit mittlerweile 24 Partnern bundesweit vernetzt ist;

- in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Onlinehandel e. V. wird seit September 2019 Online-Händlern ein Web Based Training (WBT) zum Thema „Jugendschutz im Online-Handel mit Spirituosen“ angeboten (www.onlinehandel-wbt.de);
- die Schwangerschafts-Präventionsinitiative „Verantwortung von Anfang an!“ zur bundesweiten Aufklärung in der Schwangerschaft und Stillzeit – die insbesondere die beiden wichtigen Zielgruppen angeht: Schwangere sowie Mädchen/junge Frauen; ein begleitender Internetauftritt der Initiative ist seit Ende 2010 (Relaunch: Februar 2018 mit Aufklärungsvideo) unter www.verantwortung-von-anfang-an.de online;
- die neue Präventionsbroschüre seit 2021 „Alkohol am Arbeitsplatz – nüchtern betrachtet! – Ein Leitfaden für die Selbstbeobachtung und kollegiale Hilfe“ (auch im Home-/Mobile-Office) sowie
- die Verkehrssicherheits-Initiative „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.

Die Maßnahmen verstehen besonders den Aspekt des Jugendschutzes als zentrales Präventionsziel. Daher begrüßt der BSI auch in diesem Zusammenhang die Veröffentlichungen des Bundesministeriums für Gesundheit (BMG) gemeinsam mit der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) zum rückläufigen Konsum alkoholhaltiger Getränke bei Jugendlichen – aufgrund von Aufklärungsmaßnahmen – in den vergangenen Jahren. Er wird mit den vorgenannten Präventionsmaßnahmen des „Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung“ auch zukünftig – nachhaltig ausbauend – seinen diesbezüglichen Beitrag leisten.

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 September 2015 hat der ZAW gemeinsam mit dem Deutschen Werberat spezielle Erläuterungen zu den Verhaltensregeln für Alkoholwerbung veröffentlicht („Social Media-Leitlinien“).

Im Rahmen seiner Selbstverpflichtungen hat der BSI folgende Maßnahmen zusätzlich 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,
- Selbstregulierung bezüglich Alter von Influencern in Sozialen Medien.

Seit April 2009 hat der BSI die Verbraucherwebsite „www.massvoll-genieessen.de“ hinterlegt, auf der die Konsumenten/innen alle relevanten Informationen zu Vorteilen und Gefahren des Konsums von alkoholhaltigen Getränken stets aktualisiert finden, um als mündige/n Bürger/in eigenverantwortliche Entscheidungen zu treffen und verantwortungsvoll mit alkoholhaltigen Getränken umgehen zu können (Relaunch inklusive Datenbank mit Informationen über Spirituosengattungen: 2020/2021).

„Der Relaunch des Webportals mit der Datenbank ist eine neue Selbstregulierung der vom BSI zugesagten Transparenz, mit der die Spirituosenbranche die Konsumentinnen und Konsumenten über die Welt ihrer Spirituosengattungen aufklären will“, sagt Angelika Wiesgen-Pick, Geschäftsführerin des BSI. *„Das ist ein guter Anfang; der BSI wird in den nächsten Jahren diese Informationen zudem weiter umfassend ausarbeiten“,* so Angelika Wiesgen-Pick weiter.

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 – mit pflegen und unterstützen: Genuss, aber auch Eigenverantwortung gehören dabei zusammen.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

(Die Presseerklärung Nr. 6/2022 finden Sie auch im Internet unter: <http://www.spirituosen-verband.de/presse/pressemitteilungen/>)

Zeichen: 16.283

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