



Nr. 8/2019 – Kurzfassung
4. Juni 2019

– Pressemitteilung –

Spirituosenmarkt – stabiles wirtschaftliches Umfeld

- **Spirituosenmarkt 2018: anhaltender Trend zu Premium und Qualität – stabiler Pro-Kopf-Konsum**
- **Außenhandel: weiterhin auf gutem Niveau**
- **Gesundheitspolitik und Verbraucherschutz: nachhaltige Aufklärung und Prävention zu „maßvollem Konsum“ (www.massvoll-genießen.de)**

Bonn (BSI) – Auch aufgrund der weiterhin stabilen wirtschaftlichen Entwicklung und positiven Verbraucherstimmung konnten sich Spirituosen im Segment der alkoholhaltigen Getränke am deutschen Markt 2018 stabil behaupten. Mit einem Pro-Kopf-Konsum von 5,4 Liter lag der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen 2018 in Deutschland auf dem Niveau des Vorjahres. Auf dem deutschen Markt wurden 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 im Jahr 2018 kauften rund 61 Prozent aller Haushalte in Deutschland mindestens einmal Spirituosen ein (Käuferreichweite).

„Die Stimmung der Verbraucher/innen sowie die Einkaufserwartung bleiben relativ stabil. Hieraus erwachsen auch die Chancen für den Spirituosenmarkt: Erneut konnten im Jahr 2018 mehrere Spirituosengattungen ein deutliches Wachstum erzielen. Auch in 2019 wird weiterhin ein Trend zu starken deutschen Spirituosenmarken, zu Importprodukten sowie Craft-Spirits und generell zu Qualität erwartet“, analysiert BSI-Präsident Thomas Ernst.

Nach Analysen der Marktforschung Information Resources GmbH stieg der Absatz an Spirituosen im LEH (inklusive Aldi/Lidl/Norma) um 0,2 Millionen Flaschen bzw. um 0,03 Prozent auf rund 541 Millionen Flaschen à 0,7 Liter gegenüber dem Vorjahr. Rund 75 Prozent des Gesamtabsatzes mit Spirituosen wurden 2018 über den Lebensmittel-Einzelhandel 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

Im Jahr 2018 setzte sich gleichwohl eine unterschiedliche Entwicklung bei den Segmenten für Spirituosen fort. Die größten Marktanteile verbuchten mengenmäßig weiterhin „Klare Spirituosen“ (rund 38,1 Prozent), „Liköre“ (rund 34,9 Prozent) und „Weinbrände/Cognac“ (rund 9,5 Prozent). Zu den Gewinnern zählten 2018 – nach Analyse der vorgenannten Marktforschung – u. a.: Gin/Genever, Liköre (u. a. Pfefferminzliköre, „restliche“ Liköre, Cocosliköre), Wodka, Doppelkorn, Ouzo, Aquavit, Whisk(e)ys, Brandy, Grappa, Raki etc. Das Umsatzvolumen am Spirituosenmarkt betrug 2018 rund 4,4 Milliarden Euro im LEH. Das ist gut ein Viertel des Umsatzes aller alkoholhaltigen Getränke (Bier, Wein, Sekt und Spirituosen) im LEH.

Die Spirituosenimporte umfassten im Jahr 2018 rund 461 Millionen Flaschen à 0,7 Liter (-2,7 Prozent) – nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes. Dieses entspricht einer Abnahme um 13 Millionen Flaschen im Vorjahresvergleich. Im Zeitraum der letzten zehn Jahre stiegen die Importe um rund 46 Millionen Flaschen bzw. um 11,1 Prozent. Bezogen auf den Gesamtmarkt an Spirituosen entfallen auf Importspirituosen – nach Angaben der Marktforschung GfK Consumer Panels & Services – aktuell rund 41 Prozent des Spirituosenangebots in Deutschland (ohne Doppelzählungen, die die Zahlen des Statistischen Bundesamtes enthalten). Wichtigste Importländer waren 2018: Großbritannien, die USA, Italien, Frankreich, Griechenland, Spanien, die Niederlande, Irland, Russland, Swasiland, Mexiko und Jamaika.

Die Spirituosenexporte betrugen im Jahr 2018 – nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes – rund 286 Millionen Flaschen à 0,7 Liter. Dieses entspricht einer Abnahme im entsprechenden Vorjahresvergleich um 6 Millionen Flaschen bzw. um 2,1 Prozent und einer Erhöhung in den letzten zehn Jahren um 84 Millionen Flaschen bzw. um 41,6 Prozent. Zu den wichtigsten Ausfuhrländern zählten 2018 u. a.: die Niederlande, Großbritannien, Belgien, die USA, Spanien, Frankreich, Italien, Österreich, Dänemark, die Tschechische Republik, die Schweiz und Ungarn.

Das Gesamtmarktangebot (Produktion + Import – Export) verringerte sich – nach vorläufigen Angaben des Statistischen Bundesamtes und Schätzungen des BSI – im Jahr 2018 (im entsprechenden Vorjahresvergleich) leicht um 2 Millionen Flaschen à 0,7 Liter bzw. um 0,3 Prozent (ohne spirituosenhaltige Mischgetränke).

Die gesamte Spirituosenbranche inklusive Importeure hatte 2018 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 2018 bei rund 5,4 Liter Fertigware (Quelle: vorläufige Zahl des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V.) und belief sich damit auf Vorjahresniveau.

Im internationalen Vergleich des Pro-Kopf-Konsums mit Spirituosen belegte Deutschland im Jahr 2016 (Zahlen für die Kalenderjahre 2017/2018 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 2018 131,2 Liter pro Kopf und stieg damit im entsprechenden Vorjahresvergleich leicht um 0,2 Liter bzw. um 0,2 Prozent.

In Bezug auf das gesamte Aufkommen 2018 der spezifischen Verbrauchsteuern für alkoholhaltige Getränke (Bier, Wein, Sekt, Spirituosen und spirituosenhaltige Mischgetränke sowie Zwischenerzeugnisse) in Höhe von 3.185,7 Millionen Euro (2017: 3.144,3 Millionen Euro) entfiel auf die Branntweinsteuer ein Anteil von 66,9 Prozent – wohingegen der Pro-Kopf-Konsum an Spirituosen – bezogen auf alle alkoholhaltigen Getränke 2018 – bei nur rund 4,1 Prozent lag. Die Branntweinsteuer betrug 2018 2.132,7 Millionen Euro und stieg damit im entsprechenden Vorjahresvergleich um 39,1 Millionen Euro bzw. um 1,9 Prozent.

Die Mitarbeiter- und Betriebsstruktur in der Spirituosenbranche ist seit Jahrzehnten durch Konzentration gekennzeichnet. Im Jahr 2018 ergab sich in der Spirituosenbranche in Betrieben mit 20 und mehr Beschäftigten eine Abnahme auf 2.894 Mitarbeiter (-59 Mitarbeiter/-2,0 Prozent), die in 52 Betrieben (+3 Betrieb/+6,1 Prozent) beschäftigt waren (Quelle: Angaben des Statistischen Bundesamtes).

Die deutsche Wirtschaft befindet sich nach der längsten Aufschwungsphase der Nachkriegszeit vor wichtigen wirtschaftspolitischen Weichenstellungen. Diese begründet der Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung mit der ungewissen Zukunft der globalen Wirtschaftsordnung und dem demografischen Wandel der deutschen Wirtschaft. Er prognostiziert für 2019 eine Steigerung des Bruttoinlandsproduktes um 1,5 Prozent.

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 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.

Bezogen auf die aktuelle Veröffentlichung der Drogenbeauftragten der Bundesregierung, Marlene Mortler, zum rückläufigen Konsum alkoholhaltiger Getränke bei Jugendlichen – insbesondere aufgrund Zunahme präventiver Maßnahmen zur Aufklärung über den verantwortungsvollen Konsum alkoholhaltiger Getränke in den letzten Jahren – hält Angelika Wiesgen-Pick, Geschäftsführerin des BSI, u. a. Folgendes fest: *„Auch im Jahr 2019 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. 293 Workshops mit insgesamt rund 7.610 Teilnehmern wurden seit Initiativen-Start durchgeführt. Über das Online-Training wurden rund 75.100 Eltern erreicht (Stand: Dezember 2018).
- 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 171.600 Mitarbeiter in Gastronomie, Handel und Tankstellen registriert bzw. geschult. Über den „SchuJu“-Aufbaukurs (WBT II) haben bereits rund 6.950 Mitarbeiter/innen diesen freiwillig absolviert und mit Zertifikat bestanden (Stand: Dezember 2018).
- 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 2019: rund 4,4 Millionen Broschüren sowie 45.000 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 2019: rund 495.000 Faltblätter). Seit 2012 wird ebenfalls die Broschüre „Verantwortung von Anfang an! – Das Fetale Alkoholsyndrom“ herausgegeben. Diese Broschüre wird bis Jahresende 2019 225.000 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 2019 unter Schirmherrschaft des Landes Niedersachsen.

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-geniessen.de“ hinterlegt und im 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-geniessen.de“ als deutsche „Responsible Drinking Message“ verankert. Diese wird von einer Vielzahl der Mitgliedsfirmen in der Werbung präsentiert (Ende 2018: rund 92 Prozent).

Der BSI begrüßt auch die Information des Bundesministeriums für Gesundheit (BMG) gemeinsam mit der Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung (BZgA) vom Mai 2019 dahingehend, dass die Zahl der Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die regelmäßig Alkohol trinken, erneut im Jahr 2018 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 – mit pflegen und unterstützen: Genuss, aber auch Eigenverantwortung gehören dabei zusammen.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

(Die Presseerklärung Nr. 8/2019 finden Sie auch im Internet unter: <http://www.spirituosen-verband.de/presse/pressemitteilungen/>)

Zeichen: 13.229

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***