



Nr. 8/2020
29. Oktober 2020

– Pressemitteilung –

19. Spirituosen-Forum des BSI

„Auswirkungen der Covid 19-Pandemie auf die Wirtschaft, den Vertrieb und die Digitalisierung“

Bonn (BSI) – Der Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI) führte am 29. Oktober 2020 sein 19. Spirituosen-Forum zum Themenbereich „Auswirkungen der Covid 19-Pandemie auf die Wirtschaft, den Vertrieb und die Digitalisierung“ in Form eines Web-Seminars mit rund 100 Teilnehmern durch.

Studienautor und Foodexperte **Dr. Werner Motyka**, Partner, Munich Strategy GmbH & Co. KG, München, informierte zum Gesamtthemenkomplex insbesondere über „Food & Packaging beyond Corona – Langfristige Auswirkungen von COVID-19 auf sechs zentrale Handlungsfelder der Nahrungsmittel- und Verpackungsindustrie“. Er analysierte u. a. Folgendes: *„Systemrelevanz ist keine Überlebensgarantie. Trotz vergleichsweise guter Ausgangsbedingungen gilt auch für die Nahrungsmittel- und Verpackungsindustrie: Es gibt kein Zurück zum Modus ‚vor Corona‘!“*

Univ.-Prof. Dr. Martin Fassnacht, Inhaber des Lehrstuhls für Strategie und Marketing, akademischer Direktor des WHU MBA-Programms, WHU – Otto Beisheim School of Management, Düsseldorf, analysierte in seinem Vortrag „Die neue Realität im Vertrieb aufgrund der Corona-Krise“ u. a. Folgendes: *„Eine eigene Online-Direktverkaufsstrategie im Kontext einer übergeordneten Omnichannel-Vertriebsstrategie ist wichtiger denn je.“* Denn: *„Im Rahmen von Social Media werden bisherige Kommunikationsinstrumente stärker mit Vertriebsaktivitäten verschmelzen und so wird Social Media zu einem wichtigen Vertriebskanal für Hersteller.“*

Zu dem „Einfluss von Covid-19 auf den deutschen Spirituosenmarkt“ referierte **Dr. Rebecca Hertl**, Manager Analytic Consulting, The Nielsen Company (Germany) GmbH, Frankfurt/Main, u. a. mit folgenden Aussagen: *„Die Spirituose hat im Off-Trade im LEH+DM seit Jahresbeginn eine veränderte Performance als im Vorjahr erzielt. Andererseits mussten die Cash-and-Carry-Märkte deutliche Einbrüche hinnehmen, hauptsächlich getrieben durch pandemiebedingte Verluste in der Hotellerie und Gastronomie.“*

In der Analyse „Getränkekonsum der digitalen User und digitales Marketing in der Zukunft“ beleuchtete **Siamac Alexander Rahnavard**, Managing Partner und Gründer, Echte Liebe – Agentur für digitale Kommunikation GmbH, Köln, die Vorlieben der digitalen User rund um alkoholhaltige Getränke und Spirituosen und bot spannende Einblicke in das Konsumverhalten: *„Der Nutzer konsumiert digital – Wie kann ich als Anbieter meine Kommunikation so gestalten, sodass ich den Konsumenten erreiche – zeitgemäß – im richtigen Kanal! Es Bedarf einer Neubetrachtung des Verbrauchers. Annahmen zur Zielgruppe müssen verifizierten Informationen weichen. Und Marketing sollte Teil der Unternehmensstrategie werden – auch während Corona!“*

Thomas Ernst, Präsident des BSI, fasste die Analysen der verschiedenen Referentinnen und Referenten dahingehend zusammen, dass die Phasen des „Corona-Lockdowns“, des Exits und der Roadmap für die mögliche Rückkehr zur „neuen Normalität“ die deutsche Wirtschaft, aber auch die Spirituosenbranche nachhaltig fordern werden – insbesondere auch aufgrund der stark rückläufigen Nachfrage nach Spirituosen im Gastronomie-, Duty Free-, Tourismus- und Event-Bereich (ca. 20 Prozent Distribution im Jahresdurchschnitt, die voraussichtlich bis Jahresende 2020 nicht ausgeglichen werden können). Umso erfreulicher ist es, dass die Nachfrage im Lebensmittel-Einzelhandel nach Spirituosen in den letzten Monaten – gemäß den bekannten Marktforschungsinstituten – leicht steigend waren. Eine seriöse Konsumprognose für die Entwicklung am Spirituosenmarkt bis Ende 2020 könne erst dann abgegeben werden, wenn absehbar ist, wie sich die Corona-Schutzmaßnahmen in Deutschland weiter und mit welchen Konsequenzen entwickeln. Er hoffe jedoch auf eine leichte Belebung des Spirituosenengeschäftes in der Weihnachtszeit.

„Unabhängig davon werden auch weiterhin umfassende Präventions- und Informationsmaßnahmen über den ‚Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung‘ des BSI durchgeführt, um über den verantwortungsvollen Umgang mit alkoholhaltigen Getränken aufzuklären und Endkonsumenten/innen gerne zu informieren – zum Beispiel auch über die Zusammensetzung der Spirituosenprodukte (vgl. www.massvoll- geniessen.de), die neue Prävention am digitalen Arbeitsplatz, die wichtige Elternaufklärung und die Einhaltung des Jugendschutzes etc.“, so Angelika Wiesgen-Pick, Geschäftsführerin des BSI.

Denn: Eigenverantwortung durch Aufklärung und Information zu stärken, ist nachweislich zielführender als weitere Reglementierungen.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

(Die Presseerklärung Nr. 8/2020 finden Sie auch im Internet unter:
<http://www.spirituosen-verband.de/presse/pressemitteilungen/>)

Zeichen: 4.598

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