



Nr. 8/2024
16. Mai 2024

– Pressemitteilung –

Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e. V. (BSI) führt seine Mitgliederversammlung 2024 am 16. Mai 2024 in Köln durch

Köln/Bonn (BSI) – Im öffentlichen Teil der BSI-Mitgliederversammlung am 16. Mai 2024 in Köln referierten Experten mit Fachbeiträgen zu dem Themenbereich „Wirtschaft + Spirituosenmarkt – wie wir die Epoche der Krisen überleben?!“.

Zum Themenkomplex „Recht und Strategie erfahrener Interessenvertretung“ analysierte **Dr. Axel Kallmayer**, Rechtsanwalt, Kapellmann und Partner Rechtsanwälte mbB, Mönchengladbach, wie folgt: *„Die Spirituosenbranche steht vor großen Herausforderungen durch den Gesetzgeber und sich änderndes Konsumentenverhalten – sachliche Zusammenarbeit im Verband ist für sie daher wichtiger denn je.“*

Zu den Entwicklungen am Spirituosenmarkt im Kalenderjahr 2023 sowie die Trends am Spirituosenmarkt 2024 präsentierte **Andreas Heim**, Senior Client Executive, Customer Success, NielsenIQ (Germany) GmbH in Frankfurt am Main, die neuesten Zahlen und Daten und resümierte: *„Wie viele FMCG Kategorien stehen auch Spirituosen vor herausfordernden Zeiten. Zunehmende Kaufzurückhaltung auf der einen Seite und steigende Kosten auf der anderen machen es der Spirituosenindustrie nicht einfach, Wachstum zu generieren. Dies wird auch im Bereich der Innovationen sichtbar, der Druck steigt, sich im Markt zu (re)präsentieren, was zu einem spürbaren Schub an Neuprodukten führt. Dabei spielen vermehrt auch alkoholreduzierte und alkoholfreie Produkte eine bedeutendere Rolle, wenngleich (noch) auf verhältnismäßig niedrigem Niveau. Aber sie treffen den aktuellen Zeitgeist mit dem Wunsch, gerade der jüngeren Konsumenten weniger und bewusster Spirituosen zu konsumieren.“*

Anschließend ging **Univ.-Prof. Dr. Martin Fassnacht**, Direktor des Lehrstuhls für Strategie und Marketing, WHU – Otto Beisheim School of Management, Düsseldorf, in seinem Vortrag „Sturmwarnung: Überlebensstrategien für Ihr Unternehmen in der aktuellen Zeit“ auf Folgendes ein: *„Der Wettbewerb auf Absatzmärkten wird immer härter, so sinken die Absatzmengen oft. Für den Unternehmenserfolg sind ein professionelles Preis - und Markenmanagement alternativlos.“*

„Zwischen Erschöpfung und Aufbruchs-Sehnsucht – Aktuelle Kultur-Trends und Verbrauchersehnsüchte – Erkenntnisse aus dem Deutschland Psychogramm“ war der Titel der Analyse von **Thomas Ebenfeld**, Managing Director, concept m reserach + consulting, Köln/Berlin, mit folgendem Ergebnis: *„Unsere Kultur wird aktuell zugleich bestimmt von zwei großen Themen: auf der einen Seite ‚Übersättigung und Overload‘ und auf der anderen Seite die ‚Suche nach Sinn‘ und dem ‚Finden von Momenten und Dingen‘, die einen authentisch berühren. Das bedeutet: In unserer paradoxen Kultur braucht es neue Lösungen, die Vieles zugleich schaffen müssen. ‚Halt und Geborgenheit‘ wird gesucht, der auch Entwicklungsperspektiven ermöglicht; Absicherungswünsche treffen auf Streben nach Selbstwirksamkeit – und digitale und analoge Strukturen müssen ein neues Zusammenspiel finden für eine nachhaltig erfolgreiche Zukunft.“*

Dem öffentlichen Teil der Mitgliederversammlung des BSI vorangegangen war eine interne Sitzung, in welcher neben Neuwahlen des Präsidiums (vgl. auch Presse „BSI Aktuell“ Nr. 7/2024) Verbandsfragen zu den Entwicklungen in Deutschland, der EU und international sowie zu den verschiedenen aktuellen Themen des BSI sowie zu den Aktivitäten im Rahmen des „Arbeitskreises Alkohol und Verantwortung“ des BSI präsentiert und diskutiert wurden (www.massvoll-genießen.de).

Thomas Ernst, Präsident des BSI, wies in seiner Einleitungsrede darauf hin, dass eine Jury aus Experten „Krisenmodus“ zum Wort des Jahres 2023 gewählt hat. Denn der Ausnahmezustand sei in Deutschland zum Dauerzustand geworden: Fachkräftemangel, Inflation, Energiepreise, Rohstoffverteuerung sowie Bürokratie fordern die Spirituosenbranche in Deutschland. Der deutsche Spirituosenmarkt ist ein ernst zu nehmender Wirtschaftsfaktor mit einem Umsatz von rund 5 Milliarden Euro. Die Spirituosen gehören auch weiterhin zu den umsatzstarken Warengruppen im Lebensmittel-Einzelhandel.

Umso mehr ist es für die Teilnehmer der Mitgliederversammlung des BSI wichtig, nähere Informationen zu einzelnen Strategien und Entwicklungen im Spirituosenmarkt, im Lebensmittel-Einzelhandel, in der Gastronomie, beim Konsumenten, aber auch für die Unternehmen und den Verband zu erfahren.

Thomas Ernst betonte des Weiteren, dass neben der Entwicklung einer echten Genusskultur und der Qualitäts- und Brennerkunst als auch der weiteren Innovation und Vielfalt der Spirituosenwelt – insbesondere die Pflege und Förderung des verantwortungsvollen Konsums mit alkoholhaltigen Getränken – eine besondere Relevanz habe, der sich alle gesellschaftlichen Gruppen stellen müssen.

Der BSI habe mit diesem Ziel den „**Arbeitskreis Alkohol und Verantwortung**“ im Jahr 2005 auf Wunsch seiner Mitgliedsfirmen ins Leben gerufen. Dieser initiiere und unterstütze Präventions- und Verbraucherinformations-Maßnahmen, die von unterschiedlichen unabhängigen wissenschaftlichen Experten nachhaltig ausgebaut und evaluiert werden und mit denen über den vernünftigen und verantwortungsvollen Konsum von alkoholhaltigen Getränken informiert wird.

„Alkoholhaltige Getränke“, so Präsident Ernst weiter, „sind traditionell in unseren Kulturkreisen tragende Säulen einer gelebten Genuss- und Traditionskultur.“ Diese Kultur will der BSI – in einer auf Selbstbestimmung aufbauenden Gesellschaft – weiter mit pflegen und unterstützen – denn: Genuss und Eigenverantwortung im Konsum gehören immer zusammen.

Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten.

(Die Presseerklärung Nr. 8/2024 finden Sie auch im Internet unter:
<http://www.spirituosen-verband.de/presse/pressemitteilungen>)

Zeichen: 5.582

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



v.l.n.r.: Andreas Heim, Senior Client Executive, Customer Success, NielsenIQ (Germany) GmbH, Nicole Ehlen, Managing Director Germany & Northern Europe, Beam Suntory Deutschland GmbH, Thomas Ebenfeld, Managing Director, concept m reserach + consulting, Univ.-Prof. Dr. Martin Fassnacht, Direktor des Lehrstuhls für Strategie und Marketing, WHU – Otto Beisheim School of Management, Angelika Wiesgen-Pick, Geschäftsführerin, BSI e. V., Thomas Ernst, Präsident des BSI e. V., Dr. Carolina Paulsen, Referentin für Rechtsfragen, BSI e. V.