

Internationale Süßwarenmesse 2013

Ausführungen von Stefan Genth,
Handelsverband Deutschland – HDE e.V.

Handel 2012:

Süßwarenumsatz gestiegen

„Zufrieden“. So lautet das Urteil des Handels zum Süßwarenumsatz im Jahr 2012. Im Vergleich zum Vorjahr wurden Umsatzzuwächse von 2,5 Prozent erzielt. Das zeigen die Trendzahlen, die **der Handelsverband Deutschland (HDE)**, **der Verband des Deutschen Nahrungsmittelgroßhandels (VDN)** und **der Mittelstandsverbund (ZGV)** ermittelt haben.

Der Handel blickt damit insgesamt auf ein gutes Jahr zurück, das in allen Süßwaren-Sortimentsbereichen Umsatzzuwächse brachte.

Die Branche unter der Lupe

Betrachtet man die Umsatzentwicklung nach Vertriebstypen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels, ergibt sich für das Jahr 2012 ein recht einheitliches Bild, obwohl aufgrund der Vielfalt der Branchen und Betriebstypen im Handel zwangsläufig die Bedeutung der Süßwarensortimente unterschiedlich zu beurteilen ist. So haben beispielsweise die auf Nahversorgung orientierte Handelskonzepte eher ein auf den Sofortverzehr ausgerichtetes Sortiment und sind den Launen des Wetters mehr ausgesetzt als dies beispielsweise der Discounter mit eher familiengerechtem Sortiment ist. Über alle Betriebstypen hinweg konnte allerdings der Umsatz gesteigert werden.

Ein etwas differenzierteres Bild zeigt sich auf Sortimentsebene, da eine Produktgruppe deutlich herausragte: Knabberartikel konnten ein erneutes deutliches Umsatzplus von 8 Prozent verzeichnen, was aufgrund der bereits guten Vorjahre von besonderer Bedeutung ist. Alle anderen Segmente konnten ebenfalls positiv abschließen, wenn auch auf einem gemäßigten Niveau.

Ergebnisse, Analysen, Trends

Beispiel Sondereffekte durch Großereignisse und Witterungseinflüsse:

Das Jahr 2012 war in Deutschland geprägt durch zwei Sportereignisse. Neben Olympia konnte die Fußball-Europameisterschaft eine deutliche Impulskraft erzielen, was sich insbesondere auf den Konsum von Chips und anderen salzigen Snacks auswirkte. Die Witterungsverhältnisse sorgten dagegen im vergangenen Jahr nicht für Verschiebungen des Jahresumsatzverlaufes. Allenfalls der Eiskonsum konnte durch einen

normalen Sommer 2012 die Vorjahresverluste eines kalten Sommers mit einem deutlichen Plus wieder ausgleichen.

Saisongeschäft zufriedenstellend

Das im Süßwarenbereich besonders wichtige Saisongeschäft an Ostern und Weihnachten konnte im vergangenen Jahr ebenfalls zufrieden stellen. Zunächst aber bleibt festzustellen, dass es einen besonderen Trend gibt: Kunden kaufen immer später ein. Insbesondere die letzten Wochen und Tage vor dem Fest sind für den Abverkauf besonders wichtig. Für das Ostergeschäft war in diesem Zusammenhang bedeutend, dass die Feiertage am Monatsanfang lagen und hier die Verbraucher das Gehalt bereits auf dem Konto haben.

Das Weihnachtsgeschäft lief ebenfalls dem Trend des späten Einkaufs folgend zunächst ruhig an. Für einige vorweihnachtliche Artikel wie Gebäck ist jedoch die Nachfrage auch bereits im September und Oktober relevant. Viele Händler haben sich darauf eingestellt. In den letzten Dezemberwochen gewann das Geschäft dann erwartungsgemäß an Fahrt und konnte über dem Vorjahresniveau abgeschlossen werden.

Aktionsgeschäft weiterhin wesentlicher Umsatzträger

Das Aktionsgeschäft hat über die vergangenen 10 Jahre stetig zugenommen. Auch das vergangene Jahr hat keine Ausnahme gemacht und diesen Trend wieder einmal bestätigt. Durch besondere Präsentation der Produkte durch attraktiv gestaltete Displays wird die notwendige Aufmerksamkeit erreicht, die zu entsprechenden Spontankäufen anregt. Insgesamt wurde der Promotionsumsatz wie in den Vorjahren auch im vergangenen Jahr wieder in allen Betriebstypen deutlich gesteigert.

Beispiel Innovationen:

Wie bereits erwähnt, haben salzige Knabberartikel im vergangenen Jahr sehr positiv abgeschnitten. Doch neben der Fußball-EM haben hier auch neue Produkteinführungen bei Kartoffelchips den Umsatz angekurbelt. Neue und ausgefallene Geschmacksrichtungen und Marken zeigen, dass es sich lohnen kann, Innovationen auf den Markt zu bringen. Hier ist die Industrie weiterhin aufgerufen, neue Ideen vorzustellen und auf dem Markt zu platzieren.

Preisentwicklung und Wettbewerb

Auch das vergangene Jahr war wieder geprägt von Preisanstiegen im Einkauf. Der Handel musste diese an seine Kunden zumindest teilweise

weitergeben. Der bekannt intensive Wettbewerb in der Branche zeigte erneut, dass die Regulierung der Marktkräfte funktioniert.

Fazit 2012

Als Fazit für das Süßwarengeschäft aus Sicht des Handels lässt sich für das vergangene Jahr feststellen, dass das Süßwaren-Sortiment nach einem insgesamt zufriedenstellenden Jahr 2011 auch im Jahr 2012 einen positiven Verlauf nahm. Trotz der unvermeidlichen Negativschlagzeilen der Eurokrise haben sich die Verbraucher ihre positive Grundstimmung bewahrt und das sehr durch Impulskäufe geprägte Süßwarengeschäft angekurbelt. Die Sportereignisse haben ihren Anteil dazu beigetragen.

Ausblick 2013

Bleibt es bei der positiven Einstellung der Kunden, wird dies zur Stabilisierung der Umsätze beitragen. Generell ist das Süßwarengeschäft allerdings eher wetterabhängig als konjunkturabhängig, und so bleibt abzuwarten, wie sich ein Jahr 2013 entwickelt, dass zudem ohne herausragende Sportereignisse auskommen muss.

Doch das kommende Jahr könnte auch aus anderem Grund anspruchsvoll werden. Anhaltende Preissteigerungen im Einkauf, ausgelöst durch die Rohstoffsituation aber auch durch steigende Energie- und Transportkosten könnten hier entscheidend sein. Im Hinblick auf die Einkaufspreise erwarten die Einzelhändler daher weiterhin deutlich höhere Preisschwankungen. Diese können sich auf die Verbraucherabgabepreise auswirken, so dass künftig auch der Verbraucher Preisschwankungen feststellen wird.