

Internationale Süßwarenmesse 2012

Statement von Stefan Genth, Handelsverband Deutschland

Es gilt das gesprochene Wort

Handel 2011: Süßwarenumsatz leicht gestiegen

Insgesamt zufrieden. So lautet das Urteil des Handels zum Süßwarenumsatz im Jahr 2011. Im Vergleich zum Vorjahr wurden leichte Umsatzzuwächse von 0,5 Prozent erzielt. Der Anteil des Süßwarengeschäfts am gesamten Lebensmittelumsatz ist im gleichen Zeitraum leicht gestiegen auf über 9 Prozent. 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 zufriedenstellendes Jahr zurück, das allerdings aufgrund der Unregelmäßigkeiten des Wetters dennoch einige Besonderheiten geboten hat.

Die Branche unter der Lupe

Betrachtet man die Umsatzentwicklung nach Vertriebstypen des Handels, ergibt sich für das Jahr 2011 ein recht einheitliches Bild. Zwar ist aufgrund der Vielfalt der Branchen und Betriebstypen des Handels zwangsläufig die Bedeutung der Süßwarensortimente unterschiedlich zu beurteilen. So haben beispielsweise Convenience-orientierte Nahversorger 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, zumindest aber stand eine schwarze Null im Ergebnis.

Ein eher differenziertes Bild zeigt sich auf Sortimentsebene. Vor allem bei Knabberartikeln erwies sich ein gutes Umsatzplus aufgrund der bereits guten

Vorjahre als herausragend. Ein leichtes Minus zeigte sich bei Eis. Bei Feinen Backwaren und Zuckerwaren ergab sich ein stabiles Umsatzniveau.

Ergebnisse, Analysen, Trends

Beispiel Sondereffekte durch Großereignisse und Witterungseinflüsse:

Das Jahr 2011 war in Deutschland geprägt durch die Damen-Fußball-WM sowie einem ungewöhnlichen Wetterverlauf.

Während die Damen-WM jedoch nicht die gleiche Impulskraft erzielen konnte, wie die Fußball-WM der Männer, sorgten die Witterungsverhältnisse für Verschiebungen des Jahresumsatzverlaufes. Es ist bekannt, dass die Konjunktur des Süßwarenbereichs dem Wetterbericht folgt. So war das Frühjahr 2011 ungewöhnlich warm, der Sommer relativ kühl, der Herbst dagegen wieder warm und trocken. Auch der Winteranfang hielt noch nicht mit den erwarteten kalten Temperaturen mit. Die Auswirkungen des Wetterverlaufs zeigen, dass Schokoladenartikel, bei heißen Temperaturen eher weniger nachgefragt, im kühlen Sommer 2011 ungewöhnlich häufig über die Ladentheke gingen. Eis wurde dagegen weniger nachgefragt. Angesichts des bereits schlechten Verlaufs des Vorjahressommers hielten sich die Verluste bei Eis jedoch in engen Grenzen.

Besondere Auswirkungen hatte das Wetter auch auf das wichtige Saisongeschäft an Ostern und Weihnachten. Zunächst aber bleibt festzustellen, dass Kunden immer später einkaufen. Insbesondere die letzten Wochen und Tage vor dem Fest sind für den Abverkauf besonders wichtig. Sind diese letzten Tage nun durch ungewöhnliches Wetter gekennzeichnet, kann dies durchaus den Erfolg oder Misserfolg ausmachen.

So verlief auch das Weihnachtsgeschäft von Beginn an ungewöhnlich. Zwar folgt der Kauf von Weihnachtssüßigkeiten auch dem Trend des späteren Einkaufs. Für einige vorweihnachtliche Artikel wie beispielsweise Gebäck ist jedoch die Nachfrage auch bereits im September und Oktober relevant. Viele Händler haben sich darauf eingestellt. Der vergleichsweise warme und trockene Herbst machte allerdings vielen Verbrauchern weniger Lust auf Süßes, als dies in den Jahren zuvor der Fall war. Dennoch konnten die Umsatzverluste durch die letzten Dezemberwochen kompensiert werden, so dass die meisten Händler mit dem Weihnachtsgeschäft insgesamt zufrieden waren.

Aktionsgeschäft weiterhin wesentlicher Umsatzträger

In der vergangenen Dekade hat das Aktionsgeschäft stetig zugenommen. Das vergangene Jahr hat diesen Trend wieder einmal bestätigt. Durch besondere Positionierung und entsprechende Sichtbarkeit erwecken die besonders attraktiv gestalteten Displays die notwendige Aufmerksamkeit, die zu entsprechenden Spontankäufen anregt. Insgesamt konnte der Promotionsumsatz wie in den Vorjahren auch in 2011 in allen Betriebstypen deutlich gesteigert werden.

Preisentwicklung und Wettbewerb

Das vergangene Jahr war erneut geprägt von Preisanstiegen im Einkauf, die der Handel auch an seine Kunden weitergeben musste; dies konnte allerdings wie in den Vorjahren nicht in vollem Umfang geschehen. Die Preiserhöhungen konnten nur etwa zur Hälfte weitergegeben werden. Der bekannt intensive Wettbewerb in der Branche zeigt, dass die Regulierung der Marktkräfte funktioniert.

Ausblick

Die Erwartungen des Handels für das kommende Jahr sind uneinheitlich und können insgesamt mit „verhalten“ beschrieben werden. Auch wenn das Süßwarengeschäft eher wetterabhängig als konjunkturabhängig ist, so wird von vielen Händlern dennoch die Stimmungslage der Verbraucher in den Jahresplanungen berücksichtigt. Bleibt es bei der positiven Grundstimmung, wird dies zur Stabilisierung der Umsätze beitragen. Es spricht einiges dafür, dass das Jahr 2012 an diesen Trend anknüpft.

Im Verlauf des Sommers könnten die Olympischen Spiele in London zur besten Sendezeit sowie die Fußball-EM in Polen und der Ukraine für wichtige Impulse im Bereich der Knabberartikel sorgen.

Das Jahr 2012 insgesamt könnte anspruchsvoll werden. Anhaltende Preissteigerungen im Einkauf, ausgelöst durch die Rohstoffsituation könnten hier entscheidend sein. Im Hinblick auf die Einkaufspreise erwarten die Einzelhändler daher weiterhin deutlich höhere Preisschwankungen. Diese können sich auch auf die Verbraucherabgabepreise auswirken, so dass künftig auch der Verbraucher Preisschwankungen feststellen wird.