



Internationale Süßwarenmesse ISM 2020

Ausführungen von Dr. Uwe Lebens,
Aufsichtsrat des internationalen Süßwarenhandelsverbandes
SWEETS GLOBAL NETWORK e.V. und stellvertretender Vorsitzender
des Arbeitskreises Internationale Süßwarenmesse (AISM)

Meine sehr geehrten Damen und Herren,
ich darf Sie zur Pressekonferenz der 50. ISM als Aufsichtsratsvorsitzender des
internationalen Süßwarenhandelsverbandes SWEETS GLOBAL NETWORK (SG) und
als stellvertretender Vorsitzender des AISM begrüßen – dies zum 30. Mal

Im Mittelpunkt meiner Ausführungen steht dieses Jahr eine Studie in fünf europäischen
Ländern, die sich mit den Verzehr- und Einkaufspräferenzen der Konsumenten sowie
den Herausforderungen durch die Diskussionen um gesundheitliche Themen befasst.
Die detaillierten Ergebnisse der Studie, die POSpulse durchgeführt hat, finden Sie in der
ausführlichen Pressemitteilung von SWEETS GLOBAL NETWORK.

Verbraucher in Europa stehen Süßwaren als Genussmittel positiv gegenüber

Die im Dezember 2019 in den fünf Ländern Dänemark, Deutschland, Großbritannien,
Frankreich und in Spanien erhobene Studie über die Verzehr- und Einkaufspräferenzen
belegt diese eindeutige Aussage.

Das Marktforschungsunternehmen POSpulse hat im Auftrag von SWEETS GLOBAL
NETWORK in diesen fünf Ländern mit jeweils über 500 Personen als eine In-App-
Umfrage durchführen lassen. Damit repräsentiert die gesamte Umfrage, die eine jeweils
vergleichbare Alters- und Geschlechtsgruppen Verteilung aufweist, rund 60 Prozent der
Verbraucher bzw. 70 Prozent des Europäischen BIP.

Drei Ergebnisse aus dieser Studie:

- **Süßwaren stehen durchweg hoch in der Gunst der Verbraucher**
- **„Nutriscore“ oder „Ampel“ haben in Deutschland geringen Einfluss auf die Kaufentscheidung**
- **Süßwaren werden überwiegend im Supermarkt gekauft**

Der Aussage „Süßwaren sind ein Genussmittel, das in Maßen genossen, gut tut!“ stimmen die Konsumenten in Deutschland (83 Prozent), Großbritannien (79 Prozent), Spanien (74 Prozent), Dänemark (62 Prozent) und Frankreich (61 Prozent) überwiegend zu. Lediglich 11 Prozent lehnen in Deutschland diese Aussage ab.

„NutriScore“ oder „Ampel“ werden in den 5 Ländern unterschiedlich bewertet

Größere Unterschiede gibt es bei der Frage, ob die Konsumenten schon mal von „NutriScore“ bzw. der „Ampel“ gehört haben? Während in Frankreich 70 Prozent der Befragten den „NutriScore“ oder die „Ampel“ kennen, sind es in Deutschland immerhin 65 Prozent. Anders ist die Situation in Großbritannien (38 Prozent) und Spanien (32 Prozent), wo deutlich weniger Konsumenten Kenntnis von der viel diskutierten Kennzeichnung haben. Mit nur 16 Prozent Bejahung scheinen „NutriScore“ und „Ampel“ in Dänemark sogar ziemlich unbekannt zu sein. Deutliche Unterschiede zwischen den Ländern gibt es auch bei der Meinung, ob ein negativer NutriScore bzw. eine rote Ampel den Süßwareneinkauf beeinflussen würde. Fast zwei Drittel der Deutschen verneinen dies: 52 Prozent der Deutschen sagen: „Wahrscheinlich nicht“ und für 11 Prozent hat dies gar kein Gewicht. In Spanien indes antworten 66 Prozent der Befragten mit „Ja“, in Frankreich bejahen diese Frage 58 Prozent der Umfrageteilnehmer, in Dänemark 53 Prozent und in Großbritannien 46 Prozent.

Süßwaren werden überwiegend im Supermarkt gekauft

Beim Kauf der Süßwaren sind sich die Befragten aller Nationen einig: Die süßen Produkte werden vor allem im Supermarkt gekauft. In allen Ländern geben über 80 Prozent der Konsumenten bei der Frage nach den zwei präferierten Einkaufsstätten die Supermärkte an, ausgenommen Dänemark mit 68 Prozent. Während in Deutschland die Discounter mit 70 Prozent an zweiter Stelle liegen und dies auch in Dänemark (42 Prozent) und Großbritannien (31 Prozent) eine gewichtige Rolle spielen, hat dieser Vertriebskanal in Frankreich und Spanien mit jeweils 11 Prozent weitaus weniger Bedeutung. In diesen beiden Ländern kaufen die Konsumenten ihre Süßigkeiten deutlich häufiger in Fachgeschäften und Kaufhäusern (Frankreich 40 Prozent, Spanien 42 Prozent). In Großbritannien sticht zudem die Kategorie „Tankstellenshops“ mit 16 Prozent heraus. Spitzenreiter bei den Online-Verkäufen ist Großbritannien und Dänemark mit je 12 Prozent der Befragten, die diesen Kanal nutzen, gefolgt von Frankreich (9 Prozent), Spanien und Deutschland (je 6 Prozent).

Die Antworten zu weiteren Fragen „Wie oft werden Süßwaren eingekauft?“ „Wie oft werden sie verzehrt?“ „Wo informieren sich die Verbraucher über Süßwaren?“ finden Sie in der ausführlichen Pressemitteilung zu dieser Studie in der Pressemappe.

Damit zu den Importen von Süßwaren:

Süßwarenimporte weiter im Plus

Im siebten Jahr in Folge steigen die Importe von Süßwaren aus allen Ländern nach Deutschland. Mit der Einfuhr von 1,613 Mio. Tonnen (+ 3,9 Prozent) im Wert von 5,667 Mrd. Euro (+ 5,3 Prozent) wurde laut Schätzung des BDSI ein neuer Rekordwert erzielt. Besonders stark stiegen in 2019 die Einfuhren von Schokoladewaren. Es wurden 324.000 Tonnen (+ 6,9 Prozent) Schokoladenprodukte im Wert von 1,675 Mrd. (+ 7,9 Prozent) importiert. Lediglich das Segment Speiseeis verzeichnet mengenmäßig mit – 1,3 Prozent einen leichten Rückgang. (Diese Zahlen sind Schätzungen des Bundesverbands der Deutschen Süßwarenindustrie BDSI, die auf den vom Statistischen Bundesamt erhobenen Zahlen in den ersten 3 Quartalen 2019 basieren.). Insgesamt haben sich die Importe von Süßwaren aus aller Welt nach Deutschland in den vergangenen 25 Jahren von 580.000 Tonnen im Jahr 1994 auf 1,613 Mio. Tonnen fast verdreifacht.

Süßwaren im Impuls- und Tankstellenbereich

Nach einer längeren Durststrecke sind die Süßwarenverkäufe im Impuls- und Tankstellenbereich wieder leicht gestiegen. Der Umsatz mit Süßwaren im gesamten Impulsbereich (Tankstellen, Kioske, Bäckereien etc.) erhöhte sich laut Nielsen in den ersten zehn Monaten (Januar – Oktober) 2019 um 2,7 Prozent auf 237 Mio. Euro. Mengenmäßig war das Plus mit 1,2 Prozent etwas geringer.

Ich danke Ihnen und freue mich, Sie alle ab Sonntag in den Hallen der Koelnmesse zur 50. Jubiläums-Messe wiederzusehen.

Quelle: Sweets Global Network e.V., München

Ansprechpartner: Hans Strohmaier, h.strohmaier@sg-network.org