

## Pressemappe zur Wirtschaftspressekonferenz ISM, 25.01.2022, Köln



ISM  
30.01. - 02.02.2022  
[www.ism-cologne.com](http://www.ism-cologne.com)

Agenda ISM Wirtschaftspressekonferenz	2 >>
Ausführungen Gerald Böse zur ISM 2022	3 >>
PM 12 "Die ISM ist zurück: 1.085 Aussteller aus 56 Ländern"	8 >>
PM 14 ProSweets 2022 Vorbericht	12 >>
PM 11 "ISM und ProSweets Cologne 2022: Messeduo ist gut gerüstet für den Restart"	16 >>
PM ISM 2022 Zahlenspiegel	19 >>
Presstext Sweets Global Network 2022	23 >>
Presstext Saison Peaks ISM 2022	26 >>
Charts Saison Peaks ISM 2022	28 >>
Statement HDE Stefan Genth 2022	36 >>
Ausführungen Dr. Carsten Bernoth BDSI 2022	40 >>
PM Branchenentwicklung BDSI 2022	47 >>
Schätzung Ausfuhr Süßwaren ISM 2022	52 >>
Schätzung Einfuhr Süßwaren ISM 2022	53 >>
Schätzung Produktion Süßwaren ISM 2022	54 >>
Schätzung Süßwarenindustrie Übersicht ISM 2022	55 >>
Hallenplan ISM 2022	56 >>
Hallenplan ProSweets Cologne 2022	57 >>

## Wirtschaftspressekonferenz

ISM 2022

25.01.2022, 11 Uhr, Großer Sitzungssaal der Koelnmesse GmbH



ISM

30.01. - 02.02.2022

[www.ism-cologne.de](http://www.ism-cologne.de)

### Ausführungen

#### Gerald Böse

Vorsitzender der Geschäftsführung Koelnmesse GmbH

#### Dr. Carsten Bernoth

Hauptgeschäftsführer Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI)

#### Hans Strohmaier

Geschäftsführer Sweets Global Network

#### Stefan Genth

Hauptgeschäftsführer des Handelsverbandes HDE

### Moderation

Peggy Krause

Kommunikationsmanagerin Koelnmesse GmbH

Stand: 21.01.2022

Kürzel: kau

## Ausführungen zur ISM 2022 von Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH

ISM 2022  
25.01.2022, 11 Uhr, Großer Sitzungssaal der Koelnmesse GmbH



ISM  
30.01. - 02.02.2022  
[www.ism-cologne.de](http://www.ism-cologne.de)

Sehr geehrte Damen und Herren,

herzlich willkommen zu unserer Wirtschafts-Pressekonferenz der ISM und ProSweets Cologne 2022. Noch vor zwei Jahren saßen wir hier und sprachen in Zusammenhang mit den anstehenden Messen erstmals über Corona. Dass wir im Jahr darauf auf die größte weltweite Leitmesse für Süßwaren und Snacks verzichten mussten und nun - zwei Jahre später - immer noch massiv betroffen sind, hätte niemand von uns gedacht. Und sicherlich gibt es auch den einen oder anderen, der mit Blick auf die aktuelle weltweite Pandemielage und damit einhergehenden Reise- und Kontaktregelungen Zweifel hat, dass das Konzept für die ISM und ProSweets Cologne 2022 aufgeht.

Bevor ich in die Inhalte der Messen einsteige, lassen Sie mich dazu Folgendes sagen: Wir haben die Entscheidung zur Durchführung der beiden Messen auf Basis der Rückmeldungen einer großen Vielzahl von nationalen wie auch insbesondere internationalen Ausstellern mit viel Bedacht getroffen. Natürlich steht bei uns die Sicherheit und Gesundheit aller Messeteilnehmenden an vorderster Stelle. Unser umfassendes Sicherheits- und Hygienekonzept sorgt für einen geordneten Messeablauf der ISM und ProSweets Cologne und hat sich bereits im Herbst auf einer Vielzahl unserer Messen, u.a. der Anuga mit mehr als 4.600 Ausstellern und 70.000 Besuchern, absolut bewährt.

Die Weltwirtschaft wird auf absehbare Zeit mit Virus-Varianten leben müssen, daher sind wir als internationaler Messeveranstalter bemüht, auch in diesen Zeiten Märkte abzubilden und Angebot und Nachfrage weiterhin zusammenzubringen. Genau hier sehen wir uns in der Verantwortung, unsere Kunden durch entsprechende Formate zu unterstützen und die Messen verantwortungsvoll und sicher durchzuführen.

Daher schauen wir nach dem 50. Jubiläum der ISM 2020 nun sehr gespannt auf den so wichtigen Restart gemeinsam mit der Branche. Die Weltleitmesse für Süßwaren und Snacks erweist sich auch in herausfordernden Zeiten der Pandemie und ökonomischen Entwicklungen wie steigenden Rohstoff- und Energiepreisen, Problemen hinsichtlich globaler Lieferketten und des Warenverkehrs sowie weiterhin anhaltenden Debatten zu Klimaschutz und Nachhaltigkeit als stabiler Marktplatz und Treffpunkt für die Branche. Wir freuen uns daher sehr über das starke Commitment von rund 1.100 (1.085) Ausstellern aus 56 Ländern. Auf 90.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche präsentieren marktführende Unternehmen sowie mittelständische

und kleinere Firmen das internationale Spektrum der Süßwaren- und Snackbranche. Von Schokolade, Zuckerwaren und Feine Backwaren über Knabbererzeugnisse, Trend und Natural Snacks bis hin zu Eiscreme, tiefgekühlte Süßwaren und Frühstückssnacks bietet die ISM wieder zahlreiche Angebotssegmente und greift aktuelle Trends der Branche auf. Mit diesem breiten und repräsentativen Angebot senden wir in schwierigen Zeiten ein positives Signal an die gesamte Messebranche nach vorn zu schauen.

Konzeptionell wird das Spektrum durch eine Neuerung erweitert. Zur ISM 2022 wird es unter dem Titel „Finest Creations - hand- crafted“ erstmals einen Fachhandelsbereich mit Ausrichtung auf das kleinvolumige Geschäft mit Sweets und Snacks geben. Dieser Ausstellungsbereich versammelt handwerklich arbeitende Hersteller von Bean-to-Bar Schokolade, Pralinen, Zuckerwaren, Marzipanartikeln und anderen Köstlichkeiten, deren Besucherzielgruppen Konditoreien, Confisereien, Süßwarenfachgeschäfte und Feinkostgeschäfte sind. Der neue Ausstellungsbereich wird in der Halle 5.2 angesiedelt.

Zudem zeigt sich die Weltleitmesse für Süßwaren und Snacks auch in Pandemiezeiten mit 87 Prozent Auslandsanteil auf einem stabilen internationalen Niveau. Die wichtigsten ausländischen Beteiligungen kommen aus Belgien, Bulgarien, Frankreich, Griechenland, Italien, Niederlande, Polen, Spanien, Türkei und den USA.

Die ISM bleibt eine der wichtigsten Sourcing-Plattformen für Einkäufer. Bereits jetzt zeichnet sich ein guter Registrierungsstand wichtiger Facheinkäufer vor allem aus Europa ab. Einkäufer aus dem asiatischen Raum jedoch, werden wir allerdings in diesem Jahr zur ISM in großer Zahl wie auch auf der Anuga kaum erwarten.

### **ISM mit hybridem Konzept**

Neue Wege geht die Weltleitmesse für Süßwaren und Snacks erstmals mit dem hybriden Konzept der Messe, bei dem die gewohnte Präsenzmesse vor Ort in Köln durch die digitale ISM & ProSweets @home ergänzt wird. Neben den Showrooms der ausstellenden Unternehmen, dem digitalen Pendant zum Messestand, gibt es beispielsweise zielgruppenspezifische Fachbühnen wie die Expert Stage mit wertvollen Informationen und Analysen zu Entwicklungen der Branche, außerdem interessante Start-up Pitches oder Podiumsdiskussionen. Umfassende Networking-Möglichkeiten zu unterschiedlichen Fach- und Interessengebieten bieten sich den Messeeteilnehmenden per Audio, Video- oder Chatkommunikation. Darüber hinaus bietet die digitale Plattform eine Vielzahl neuer Möglichkeiten zur Erhöhung der internationalen Reichweite sowie Beteiligungsmodelle zur Leadgenerierung und Vernetzung.

### **Neuheiten und Trends**

Produktinnovationen und Trends sind wieder ein zentrales Thema auf der ISM. Ein vielseitiges Eventprogramm erwartet die Besucher im Trend Court, der sich in drei Bereiche gliedert. Die **Start-up Area** ist die Anlaufstelle für Innovationen. 18 Unternehmen (2020: 21), die jünger sind als fünf Jahre, stellen in der Start-up Area ihre Ideen und Konzepte vor. Darüber hinaus werden die Top Trends der

Branche kompakt auf einer Fläche präsentiert und Einblicke in die jüngsten Entwicklungen bei Süßwaren und Snacks gewährt. Abgerundet wird der Trend Court durch Vorträge und Diskussionen zu branchenrelevanten Themen auf der **Expert Stage**, die die ISM gemeinsam mit ProSweets Cologne bespielt. Hier finden u.a. täglich Trendvorträge unserer Partner Innova Market Insights und Euromonitor sowie Diskussionsrunden und Präsentationen zu Verpackungstrends und innovativen Zutaten statt.

Auf dem Boulevard ist der New Product Showcase der zentrale Ort für Innovationen und attraktiver Anziehungspunkt für alle teilnehmenden Fachbesucher:innen. Zusätzlich bietet die Neuheitenübersicht der ISM-Website bereits erste interessante Einblicke zu Produktneuheiten der ausstellenden Unternehmen. Mit dem Zukunftskongress „#CONNECT2030 in transition“ richtet die ISM gemeinsam mit der ProSweets Cologne ihren Blick auf die Zukunft der Süßwaren und Snackbranche. Der Kongress richtet sich gleichermaßen an Zulieferer, Hersteller oder den Handel. Im Fokus stehen Themen wie Ressourcenschonung, CO<sub>2</sub>-Reduzierung, Zero Food Waste und Auswirkungen des Klimawandels auf die Verfügbarkeit von Rohstoffen.

Zu den Highlights der ISM gehören die Verleihung des ISM Award für außergewöhnliche Verdienste in der Süßwaren- und Knabberartikelindustrie sowie die Kür der Gewinner des New Product Showcase am 30. Januar 2022. Der ISM Award geht in diesem Jahr an den italienischen Süßwarenhersteller Luigi Zàini.

Meinen Damen und Herren,

Parallel zur ISM findet wieder die ProSweets Cologne, Internationale Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie statt. Sie bietet mit rund 200 (213) Ausstellern aus 21 Ländern ein breitgefächertes Angebotsspektrum aus den Themenbereichen Roh- und Inhaltsstoffe, Süßwarenverpackungen und Verpackungstechnologie, Maschinen und Anlagen für die Süßwarenindustrie, Lebensmittelsicherheit und Qualitätsmanagement. Beide Messen zusammen bilden die gesamte Wertschöpfungskette in der Süßwaren- und Snackproduktion ab, eine weltweit einzigartige Konstellation.

Besonders für die Aussteller der ISM, aber auch für alle anderen Hersteller von Süßwaren und Snacks, bietet die ProSweets Cologne eine konzentrierte Informations- und Orderplattform.

Bei der diesjährigen Ausgabe geht es vor allem um nachhaltige Verpackungen, funktionelle Zutaten sowie flexible und hochautomatisierte Anlagen.

Weniger Kunststoff, mehr erneuerbare Rohstoffe, geringeres Packungsgewicht und Recyclingfähigkeit stehen bei den gezeigten Verpackungslösungen im Fokus. Und auch das Thema Produktinformation erhält auf der internationalen Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie mit der Digitalisierung einen neuen Stellenwert, die am Point of Sale eine immer größere Rolle spielt.

Beim Thema Ingredients geht es vor allem um multisensorische Geschmackserlebnisse. Aussteller präsentieren hier neue Lösungen auf Basis von

Zutaten, die natürlichen Ursprungs sind - von Aromen über färbende Lebensmittel bis hin zu Süßungslösungen.

Seite  
4/5

Weitere umfassende Informationen zu Trends und Entwicklungen bietet die neue Event Zone Ingredients in direkter Anbindung zur ISM in Halle 5.2 sowie die Sonderschau Packaging in Halle 10.1. und die Guided Tours der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG).

Wie die ISM ist auch die ProSweets Cologne nur für Fachbesucher zugänglich.

Bevor ich zum Schluss komme, lassen Sie mich noch ein paar Worte zu unseren Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen verlieren. Noch finden wir aktuell unter besonderen Vorzeichen statt, aber die aktuelle Corona-Schutzverordnung des Landes NRW bietet einen wirklich guten Rahmen, der unter 3G-Bedingungen für geimpfte, getestete und genesene Personen den Zutritt zu beiden Messen ermöglicht. Als weiteren Teil des Konzeptes bieten wir den ausstellenden Unternehmen, Besuchern, Dienstleistern und Medien ausschließlich digitale Tickets an. Der Zugang zum Messegelände erfolgt über „CH3CK“, unser bewährtes Zutrittssystem, welches den 3G-Nachweis mit dem digitalen Ticket praktisch per App verbindet und so einen fließenden Eintritt in das Gelände ermöglicht. Auf dem gesamten Messegelände, in Beratungsgesprächen am Messestand und in Warteschlangen gilt die Maskenpflicht. Zur Verkostung und an Sitzplätzen in der Gastronomie darf der Mundschutz abgenommen werden.

Zu weiteren Maßnahmen gehören zudem Desinfektionsmittelspender an allen wichtigen Stellen des Geländes, Testzentren vor Ort sowie der Einsatz von modernen Lüftungsanlagen. Beide Messen betreiben zudem ein aktives Eingangsmanagement zur Vermeidung von Menschenansammlungen in den Eingängen. Alle Gänge sind mit einer Mindestbreite von 5,00 m z.T. doppelt so breit wie früher, so dass Abstände jederzeit eingehalten werden können. Auf dem Gelände stehen den Teilnehmern zwei Test-Zentren zur Verfügung, die sowohl Antigen-Schnelltests als auch PCR-Tests (z.B. zur Vorlage bei Flugreisen) anbieten.

Meine Damen und Herren,

Die Industrie ist in Vorleistung getreten. Ich appelliere an den Handel national und international, diese Ausstellerpräsenz in herausfordernden Zeiten mit dem Besuch Ihrer Einkäufer wertzuschätzen und zu honorieren. Die ISM ist gemeinsam mit der ProSweets Cologne auch 2022 weltweit die größte und wichtigste Plattform der Süßwarenbranche und steht aktuell im 1. Quartal als Leuchtturm der Messewirtschaft weltweit im Fokus. Mein Dank gilt den ausstellenden Unternehmen, Dienstleistern sowie den unterstützenden Verbänden, ohne die diese Messe nicht möglich wäre.

**Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit.**

Stand: 24.01.2022

Kürzel: kau

Seite  
5/5

Nr. 12 / Januar 2022, Köln  
#ISM

## Die ISM ist zurück: 1.085 Aussteller aus 56 Ländern

**Weltweit größte und wichtigste Messe für Süßwaren und Snacks präsentiert internationale Neuheiten und abwechslungsreiches Eventprogramm**

Nach zwei Jahren Pause meldet sich die ISM 2022 mit 1.085 ausstellenden Unternehmen aus 56 Ländern zurück. Vom 30.01. bis 02.02.2022 präsentiert die Weltleitmesse für Süßwaren und Snacks die gesamte Produktpalette von Schokolade, Zuckerwaren und Feine Backwaren bis hin zu Knabbererzeugnissen, Trend Snacks und Natural Snacks, Eiscreme, tiefgekühlte Süßwaren sowie Frühstückssnacks auf rund 90.000 Quadratmetern in den Kölner Messehallen. Parallel zur ISM findet zudem wieder die ProSweets Cologne, Internationale Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie, mit 213 Ausstellern statt. Beide Messen zusammen bilden die gesamte Wertschöpfungskette in der Süßwaren- und Snackproduktion ab, eine weltweit einzigartige Konstellation.

„Nach zwei Jahren pandemiebedingter Pause freuen wir uns sehr, dass sich auch in herausfordernden Zeiten wie diesen so viele unserer Kunden für eine Teilnahme an der Messe entschieden haben. Für unsere ausstellenden Unternehmen ist das persönliche Aufeinandertreffen mit wichtigen Facheinkäufern sowie die Gewinnung von Neukunden unverzichtbar. Genau hier sehen wir unsere Aufgabe, durch entsprechende Formate zu unterstützen und mit der Durchführung der ISM insbesondere jetzt wichtige Märkte sowie Angebot und Nachfrage zusammenzubringen,“ erklärt Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH.

An der ISM beteiligen sich traditionell sowohl marktführende Unternehmen als auch mittelständische und kleinere Unternehmen. Mit 87 Prozent Auslandsanteil auf Ausstellerseite bewegt sich die Weltleitmesse für Süßwaren und Snacks auf einem stabilen internationalen Niveau. Die wichtigsten ausländischen Beteiligungen kommen aus Belgien, Bulgarien, Frankreich, Griechenland, Italien, Niederlande, Polen, Spanien, Türkei und den USA. Auch auf Einkäuferseite zeichnet sich mit einem guten Registrierungsstand wichtiger Facheinkäufer vor allem aus Europa eine positive Entwicklung ab. Internationale Einkäufer, etwa aus dem asiatischen Raum, werden in diesem Jahr zur ISM kaum erwartet.

Die ISM bietet auch in diesem Jahr wieder zahlreiche Angebotssegmente und greift aktuelle Trends der Branche auf. Neben den traditionellen Produktgruppen Süßwaren und Knabberartikel, die von Schokoladenerzeugnissen und Zuckerwaren bis hin zu Eiscreme reichen, zeigt die Leitmesse der Branche erneut Segmente, die rund um die Themen Snacking, To-Go-Angebote, Frühstück sowie Genussprodukte angesiedelt



ISM  
30.01. - 02.02.2022  
[www.ism-cologne.de](http://www.ism-cologne.de)

Ihr Kontakt bei Rückfragen:  
Peggy Krause  
Telefon  
+49 221 821-2076  
E-Mail  
[p.krause@koelnmesse.de](mailto:p.krause@koelnmesse.de)

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Postfach 21 07 60  
50532 Köln  
Deutschland  
Telefon +49 221 821-0  
Telefax +49 221 821-2574  
[info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Geschäftsführung:  
Gerald Böse (Vorsitzender)  
Oliver Frese  
Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrats:  
Oberbürgermeisterin Henriette  
Reker

Sitz der Gesellschaft und  
Gerichtsstand: Köln  
Amtsgericht Köln, HRB 952

sind.

Seite

2/4

Als konzeptionelle Neuerung wird es auf der ISM 2022 unter dem Titel „Finest Creations - hand- crafted“ erstmals einen Fachhandelsbereich mit Ausrichtung auf das kleinvolumige Geschäft mit Sweets und Snacks geben. Dieser Ausstellungsbereich versammelt handwerkliche Betriebe, deren Besucherzielgruppe Konditoreien, Confiserien und Süßwarenfachgeschäfte sind. Der neue Ausstellungsbereich wird in der Halle 5.2 angesiedelt.

### **ISM mit hybridem Konzept**

Neue Wege geht die Weltleitmesse für Süßwaren und Snacks erstmals mit dem hybriden Konzept der Messe, bei dem die gewohnte Präsenzmesse vor Ort in Köln durch die digitale ISM & ProSweets @home ergänzt wird. Neben den Showrooms der ausstellenden Unternehmen, dem digitalen Pendant zum Messestand, gibt es beispielsweise zielgruppenspezifische Fachbühnen wie die Expert Stage mit wertvollen Informationen und Analysen zu Entwicklungen der Branche, außerdem interessante Start-up Pitches oder Podiumsdiskussionen. Umfassende Networking-Möglichkeiten zu unterschiedlichen Fach- und Interessengebieten bieten sich den Messteilnehmenden per Audio, Video- oder Chatkommunikation. Darüber hinaus bietet die digitale Plattform eine Vielzahl neuer Möglichkeiten zur Erhöhung der internationalen Reichweite sowie Beteiligungsmodelle zur Leadgenerierung und Vernetzung. Die Plattform steht den Ausstellern und Besuchern vom 01.02. bis 02.02.2022 zur Verfügung. Alle Beiträge sind anschließend on demand bis zum 30. April 2022 verfügbar.

### **Neuheiten und Trends**

Produktinnovationen und Trends sind wieder ein zentrales Thema auf der ISM. Neben einem vielseitigem Eventprogramm auf der Expert Stage in der Halle 5.2 ist der New Product Showcase auf dem Boulevard der zentrale Ort für Innovationen und attraktiver Anziehungspunkt für alle teilnehmenden Fachbesucher:innen. Im Trend Court in der Halle 5.2 stellen zudem 18 Unternehmen, die jünger sind als fünf Jahre, in der Start-up Area ihre Ideen und Konzepte vor. Auch das [Neuheitentool](#) der ISM-Website bietet bereits erste interessante Einblicke zu Produktneuheiten der ausstellenden Unternehmen. Mit dem Zukunftskongress „#CONNECT2030 in transition“ richtet die ISM gemeinsam mit der ProSweets Cologne ihren Blick auf die Zukunft der Süßwaren und Snackbranche. Der Kongress richtet sich gleichermaßen an Zulieferer, Hersteller oder den Handel. Im Fokus stehen Themen wie Ressourcenschonung, CO2-Reduzierung, Zero Food Waste und Auswirkungen des Klimawandels auf die Verfügbarkeit von Rohstoffen.

### **Preisgekrönte Momente**

Zu den Highlights der ISM gehören die Verleihung des ISM Award für außergewöhnliche Verdienste in der Süßwaren- und Knabberartikelindustrie sowie die Kür der Gewinner des New Product Showcase am 30. Januar 2022.

Parallel zur ISM findet wieder die ProSweets Cologne, Internationale Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie statt. Sie bietet ein breitgefächertes Angebotsspektrum aus den Themenbereichen Roh- und andere Inhaltsstoffe, Süßwarenverpackungen und Verpackungstechnologie, Maschinen und Anlagen für die

Süßwarenindustrie, Lebensmittelsicherheit und Qualitätsmanagement. Beide Messen zusammen bilden die gesamte Wertschöpfungskette in der Süßwaren- und Snackproduktion ab, eine weltweit einzigartige Konstellation.

Seite  
3/4

Veranstalter der ISM sind die Koelnmesse und - als ideeller Träger - der Arbeitskreis Internationale Süßwaren-Messe - AISM.

**Koelnmesse - Branchen-Messen für die Ernährungs-Industrie:** Die Koelnmesse ist international führend in der Durchführung von Ernährungsmessen. Veranstaltungen wie die Anuga und die ISM sind fest etablierte weltweite Leitmesse am Standort Köln. Mit der Anuga HORIZON startet 2022 in Köln ein zusätzliches Eventformat für die Innovationen der Foodbranche. Darüber hinaus präsentiert die Koelnmesse in wichtigen Märkten rund um die Welt, z. B. in Brasilien, China, Indien, Japan, Kolumbien, Thailand und den Vereinigten Arabischen Emiraten, zahlreiche Foodmessen mit unterschiedlichen branchenspezifischen Schwerpunkten und Inhalten. Mit diesen globalen Aktivitäten bietet die Koelnmesse ihren Kunden maßgeschneiderte Events und regionale Leitmesse in unterschiedlichen Märkten, die ein nachhaltiges internationales Business garantieren. Im Bereich Ernährungstechnologie ist die Koelnmesse mit ihren weltweiten Leitmesse Anuga FoodTec und ProSweets Cologne sowie ihrem globalen Netzwerk mit weiteren Veranstaltungen ebenfalls bestens aufgestellt.

Weitere Infos: <https://www.ism-cologne.de/die-messe/messen-der-branche/>

**Die nächsten Veranstaltungen:**

ISM - Die weltweit größte Messe für Süßwaren und Snacks, Köln 30.01. - 02.02.2022

ANUFOOD Brazil - International Trade Show Exclusively for the Food and Beverage Sector, São Paulo 12.04. - 14.04.2022

Wine & Gourmet Japan - Internationale Fachmesse und Konferenz für Wein, Bier, Spirituosen, Gourmet Lebensmittel und Bar, Tokio 13.04. - 15.04.2022

**Anmerkung für die Redaktion:**

Fotomaterial der ISM finden Sie in unserer Bilddatenbank unter

[www.ism-cologne.de/bilddatenbank](http://www.ism-cologne.de/bilddatenbank).

Presseinformationen finden Sie unter [www.ism-cologne.de/presseinformation](http://www.ism-cologne.de/presseinformation)

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

**ISM im Social Web:**

<https://www.facebook.com/cologne.ism/>

<https://www.linkedin.com/showcase/ism-cologne>

**Ihr Kontakt bei Rückfragen:**

Peggy Krause

Kommunikationsmanagerin

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Deutschland

Telefon: +49 221 821-2076  
p.krause@koelnmesse.de  
www.koelnmesse.de

Seite  
4/4

Sie erhalten diese Nachricht als Bezieher der Pressemitteilungen der Koelnmesse.  
Falls Sie auf unseren Service verzichten möchten, antworten Sie bitte auf diese Mail  
mit dem Betreff "unsubscribe".

Nr. 14 / Januar 2022, Köln  
#prosweetscologne

## ProSweets Cologne 2022: Mit den Top-Trends der Branche und umfassenden Sicherheitsmaßnahmen zurück in Köln

### Branche setzt auf effiziente und nachhaltige Süßwarenproduktion sowie Automatisierung und Digitalisierung

Die ProSweets Cologne, die internationale Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie, kommt vom 30. Januar bis 2. Februar 2022 zurück in die Kölner Messehallen. Die Messe versammelt Anbieter von Rohstoffen und Zutaten, Verpackungen, Verpackungsmaschinen sowie Maschinen und Anlagen für die Süßwaren- und Snackherstellung. In diesem Jahr stehen die Trendthemen Nachhaltigkeit, Technologisierung und Automatisierung im Fokus. Die Messe findet parallel zur ISM - die weltweit größte Messe für Süßwaren und Snacks - statt. Damit wird die gesamte Wertschöpfungskette der Branche abgebildet. Eine strikte Fachbesucherkontrolle und weitreichende Hygienemaßnahmen ermöglichen einen sicheren Messeablauf. Digitale Angebote ergänzen das physische Messegeschehen und sorgen für ein 360-Grad-Erlebnis.

Im Vergleich zu ihren vergangenen Ausgaben findet die ProSweets Cologne 2022 pandemiebedingt im kleineren Rahmen statt: Rund 200 Ausstellende aus 23 Ländern präsentieren auf knapp 7500 Quadratmetern ihr neuestes Produkt-Portfolio. Die Messe bietet ein umfangreiches Vortrags- und Eventprogramm, das alle Bereiche der Zulieferbranche umfasst.

### Nachhaltigkeit bleibt Top-Thema

Auch in diesem Jahr steht die ProSweets ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit. Von ressourcenschonenden Lebensmittelverpackungen bis zu transparenten Nachverfolgungen von Produktlebensgeschichten steuert die Süßwaren- und Snackbranche in eine Zukunft, die den nachhaltigen Umgang mit der Natur und klimafreundliche Ansätze miteinbezieht. Dabei spielt der Einsatz neuester Technologie und Künstlicher Intelligenz (KI) eine entscheidende Rolle.

### Packaging: nachhaltige Impulse mit neuen Materialien und Digitalisierung

Auf der Special Show PACKAGING stehen die Themen Nachhaltigkeit und Klimaschutz im Fokus. Unsere Partner pacoon GmbH, Sustainable Packaging Institute (SPI) und Falkenstein Projektmanagement GmbH präsentieren die neuesten Innovationen in der Verpackungsindustrie, wie ressourcenschonende, abfallvermeidende Materialien oder digitale Wasserzeichen auf Lebensmittelverpackungen.

Die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft (DLG) bietet gemeinsam mit der



ProSweets Cologne  
30.01. - 02.02.2022  
www.prowsweets.de

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Peggy Krause

Telefon

+49 221 821-2076

E-Mail

p.krause@koelnmesse.de

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Postfach 21 07 60  
50532 Köln  
Deutschland  
Telefon +49 221 821-0  
Telefax +49 221 821-2574  
info@koelnmesse.de  
www.koelnmesse.de

Geschäftsführung:  
Gerald Böse (Vorsitzender)  
Oliver Frese  
Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrats:  
Oberbürgermeisterin Henriette  
Reker

Sitz der Gesellschaft und  
Gerichtsstand: Köln  
Amtsgericht Köln, HRB 952

Koelnmesse Guided Tours zum Thema Nachhaltigkeit bei Verpackungskonzepten an. Unter anderem werden die Sonderschau PACKAGING sowie Messestände ausgewählter Unternehmen besucht. Auch auf der gemeinsamen „Expert Stage“ der ISM und ProSweets Cologne referieren die DLG, das SPI und die Pacoon GmbH zu nachhaltigen Lösungen für die Verpackungsindustrie. Ausgewählte Vorträge werden aufgezeichnet und auf der digitalen Plattform ISM & ProSweets @home live übertragen.

### **Ingredients: Plant based, „Tech to Table“ und 100% natürlich**

Auf der Event Zone INGREDIENTS präsentiert unser Partner Innova Market Insights aus den Niederlanden diese und weitere Trends im Bereich Ingredients. Pflanzenbasierte Alternativen bleiben ein wichtiger Faktor in der Lebensmittelindustrie: Der „Plant based“-Sektor ist nicht mehr nur eine Alternative, er ist ein Nährboden für Innovationen. Verbraucher Apps und KI ermöglichen personalisierte Ernährungsmodelle. Zusätzlich wird die Notwendigkeit einer transparenten Kommunikation bei der Lebensmittelherstellung erkannt, um Vertrauen seitens des Verbrauchers zu schaffen und eine Produktlebensgeschichte aufzuzeigen, die genauen Prüfungen standhält.

Ein weiteres großes Trend-Thema sind multisensorische Geschmackserlebnisse. Viele ausstellende Unternehmen konzentrieren sich immer häufiger auf neue, gesunde Lösungen in der Zusammensetzung von Lebensmitteln. Dabei werden vor allem Zutaten bevorzugt, die natürlichen Ursprungs sind - von natürlichen Aromen überfärbende Lebensmittel bis hin zu Süßungsmitteln.

### **Die Süßwarenherstellung der Zukunft: intelligent und automatisiert**

Für eine effiziente und nachhaltige Süßwarenproduktion setzt die Branche weiterhin auf Automatisierung und Digitalisierung. Um Süßigkeiten in immer kürzeren Abständen auf den Markt zu bringen, werden Maschinen benötigt, die mit modernsten Technologien schnelle Formatwechsel ermöglichen und für eine hohe Leistung auf engstem Raum sorgen.

### **Sicherer Messebesuch mit CH3CK und #B-SAFE4business**

Die aktuelle Corona-Schutzverordnung des Landes NRW bietet einen guten Rahmen, der mit der 3G-Regel für geimpfte, getestete und genesene Personen den Zutritt mit einem amtlichen Ausweisdokument (mit Lichtbild, Name und Geburtsdatum) zur ProSweets Cologne und ISM ermöglicht. Beide Messen bieten ausschließlich digitale Tickets für alle Messeteilnehmenden an.

Mit dem CH3CK-Zutrittssystem, das den 3G-Nachweis mit dem digitalen Ticket praktisch in einer App verbindet, ermöglicht die Koelnmesse allen Besucherinnen und Besuchern einen fließenden und kontaktlosen Eintritt in die Messen. Auf dem gesamten Messegelände gilt eine strikte Maskenpflicht. An Sitzplätzen in der Gastronomie dürfen Masken abgenommen werden.

Mit dem Hygiene- und Sicherheitskonzept #B-SAFE4business sorgt die Koelnmesse für weitgehende Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen. Das Konzept umfasst Maßnahmen wie die Bereitstellung von Desinfektionsmittelspendern an allen wichtigen Stellen des Geländes, die regelmäßige Reinigung und Desinfektion von Sanitäranlagen und anderen Kontaktflächen sowie den Einsatz moderner Lüftungsanlagen. Die Messegastronomie ist für alle Messteilnehmenden unter 3G-Bedingungen geöffnet. Für Restaurantbesuche in der Stadt gelten die 2G+ Regeln, wobei Personen mit einer Booster-Impfung keinen zusätzlichen Test benötigen.

Seite  
3/4

### **360-Grad-Erlebnis**

Mit der neuen Plattform ISM & ProSweets @home ermöglicht die Koelnmesse allen Branchenakteuren, Messeinhalte im Livestream mitzuerleben und Geschäftskontakte auch digital zu knüpfen. Vor allem Fachleute, die nicht nach Köln reisen können, profitieren von der Möglichkeit, virtuell am Messegesehen teilzunehmen. Damit gehen die ISM und ProSweets erstmals mit einem 360-Grad-Erlebnis an den Start. **Die digitale Plattform ISM und ProSweets @home startet am 01.02. und bleibt bis zum 30.04.2022 aktiv.**

**Koelnmesse - Branchen-Messen für die Ernährungstechnologie-Industrie:** Die Koelnmesse ist international führend in der Veranstaltung von Messen im Bereich der Verarbeitung von Nahrungsmitteln und Getränken. Die Anuga FoodTec und die ProSweets Cologne sind etabliert als weltweite Leitmessen am Standort Köln. Darüber hinaus präsentiert die Koelnmesse in wichtigen Märkten rund um die Welt, z. B. in Indien, Italien und Kolumbien, weitere FoodTec-Messen mit unterschiedlichen Schwerpunkten und Inhalten. Mit diesen globalen Aktivitäten bietet die Koelnmesse ihren Kunden maßgeschneiderte Events und regionale Leitmessen in verschiedenen Märkten, die ein nachhaltiges internationales Business garantieren. Im Bereich Ernährung ist die Koelnmesse mit ihren weltweiten Leitmessen Anuga und ISM sowie ihrem globalen Netzwerk mit weiteren Veranstaltungen ebenfalls bestens aufgestellt.

Weitere Infos: <https://www.prosweets.de/die-messe/branchen-messen>

### **Die nächsten Veranstaltungen:**

ProSweets Cologne - Die internationale Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie, Köln 30.01. - 02.02.2022

Anuga FoodTec - Internationale Zuliefermesse für die Lebensmittel- und Getränkeindustrie, Köln 26.04. - 29.04.2022

Cibus Tec - Exhibition & Conference on Food & Beverage Technologies Trends, Parma 25.10. - 26.10.2022

### **Anmerkung für die Redaktion:**

Fotomaterial der ProSweets Cologne finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter [www.prosweets.de](http://www.prosweets.de) im Bereich „News“ oder unter [www.prosweets.de/bilddatenbank](http://www.prosweets.de/bilddatenbank)

Presseinformationen finden Sie unter [www.prosweets.de/presseinformation](http://www.prosweets.de/presseinformation)

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

**ProSweets im Social Web:**

<https://de.linkedin.com/showcase/pro-sweets-cologne>

<https://www.facebook.com/prosweetscologne>

Seite

4/4

**Ihr Kontakt bei Rückfragen:**

Peggy Krause

Kommunikationsmanagerin

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Deutschland

Telefon: +49 221 821-2076

[p.krause@koelnmesse.de](mailto:p.krause@koelnmesse.de)

[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Sie erhalten diese Nachricht als Bezieher der Pressemitteilungen der Koelnmesse.  
Falls Sie auf unseren Service verzichten möchten, antworten Sie bitte auf diese Mail  
mit dem Betreff "unsubscribe".

Nr. 11 / Januar 2022, Köln  
#ISM #prosweetscologne

## ISM und ProSweets Cologne 2022: Messeduo ist gut gerüstet für den Restart

**Sicheres Messeerlebnis durch bewährtes Hygienekonzept #B-SAFE4business**

In zwei Wochen startet das Messedoppel ISM und ProSweets Cologne auf dem Kölner Messegelände nach zwei Jahren pandemiebedingter Pause wieder durch. Als international führende Branchenevents für die Süßwaren- und Snackindustrie sind beide Veranstaltungen unverzichtbare Termine für alle relevanten Marktteilnehmer, denn nur hier wird die gesamte Wertschöpfungskette von aktuellen Trends und Produktinnovationen bis hin zu Verpackungslösungen, Produktionstechnologien und neusten Zutaten und Rohstoffen erlebbar. Für die umfassende Sicherheit aller Messeteilnehmenden sorgen das bewährte Hygienekonzept #B-Safe4Business sowie das 3-G-Konzept CH3CK, die den Zutritt im Rahmen von Covid für alle Messeteilnehmenden optimal regeln. Die neue Coronaschutzverordnung des Landes Nordrhein-Westfalen, gültig vom 13. Januar bis 9. Februar, beinhaltet zudem einige wesentliche Neuerungen für das Messegeschäft und erlaubt weiterhin Fachmessen wie die ISM und die ProSweets Cologne. Beide Messen finden vom 30. Januar bis 2. Februar 2022 statt und sind ausschließlich für das internationale Fachpublikum zugänglich.

„Beide Messen leben von der Vielfalt. Der Zuspruch einer Vielzahl nationaler und internationaler Unternehmen zu beiden Messen stimmt uns sehr optimistisch, dass uns der Restart gelingt. Herzstück einer jeden Messe ist natürlich der persönliche Kontakt. Damit die ISM sowie die ProSweets Cologne für alle Messeteilnehmenden ein erfolgreiches und sicheres Messeerlebnis werden, berücksichtigen wir alle erdenklichen Parameter und Maßnahmen mit unserem bewährten Sicherheits- und Hygienekonzept #B-SAFE4business und stimmen uns regelmäßig mit den verantwortlichen Behörden dazu ab. Die Sicherheit und Gesundheit unserer ausstellenden Unternehmen, des Fachpublikums und auch unsere eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat dabei höchste Priorität“, betont Oliver Frese, Geschäftsführer der Koelnmesse GmbH.

Die aktuelle Corona-Schutzverordnung des Landes NRW bietet einen guten Rahmen, der mit der 3G-Regel für geimpfte, getestete und genesene Personen den Zutritt mit einem amtlichen Ausweisdokument (mit Lichtbild, Name und Geburtsdatum) zu beiden Messen ermöglicht. Als weiteren Teil des Konzeptes bieten die ISM und ProSweets Cologne den ausstellenden Unternehmen, Besuchern, Dienstleistern und Medien ausschließlich digitale Tickets an. Der Zugang zum Messegelände erfolgt über „CH3CK“, ein bereits bewährtes Zutrittssystem, welches den 3G-Nachweis mit dem digitalen Ticket praktisch per App verbindet und so einen fließenden Eintritt in das Gelände ermöglicht. Auf dem gesamten Messegelände, in Beratungsgesprächen am



ISM  
30.01. - 02.02.2022  
[www.ism-cologne.de](http://www.ism-cologne.de)

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Peggy Krause

Telefon

+49 221 821-2076

E-Mail

[p.krause@koelnmesse.de](mailto:p.krause@koelnmesse.de)

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Postfach 21 07 60  
50532 Köln  
Deutschland  
Telefon +49 221 821-0  
Telefax +49 221 821-2574  
[info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Oliver Frese

Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrats:  
Oberbürgermeisterin Henriette  
Reker

Sitz der Gesellschaft und  
Gerichtsstand: Köln  
Amtsgericht Köln, HRB 952

Messestand und in Warteschlangen auf dem Gelände sowie im Freien gilt die Maskenpflicht. Zur Verköstigung und an Sitzplätzen in der Gastronomie darf der Mundschutz abgenommen werden.

Seite  
2/3

Zu weiteren Maßnahmen gehören zudem Desinfektionsmittelpender an allen wichtigen Stellen des Geländes, die regelmäßige Reinigung und Desinfektion von Sanitäreinrichtungen und anderen Kontaktflächen sowie der Einsatz von modernen Lüftungsanlagen. Die Messegastonomie wird für alle Messteilnehmenden ebenfalls weiterhin unter 3G-Bedingungen geöffnet. Dies gilt ebenso für nicht-touristische Übernachtungen, die unter 3G-Bedingungen möglich sind. Personen ohne Immunisierung benötigen hierfür einen gültigen Test. Für Restaurantbesuche in der Stadt gelten die 2G+ Regeln, wobei Personen mit einer Boosterimpfung keinen zusätzlichen Test benötigen.

Grundsätzlich können ausstellende Unternehmen sowie Fachbesucher:innen von Messen aus dem Ausland nach Deutschland einreisen. Weitere Informationen dazu: <https://www.auma.de/de/ausstellen/recht/einreisebestimmungen>

**Koelnmesse - Branchen-Messen für die Ernährungs-Industrie:** Die Koelnmesse ist international führend in der Durchführung von Ernährungsmessen. Veranstaltungen wie die Anuga und die ISM sind fest etablierte weltweite Leitmessen am Standort Köln. Mit der Anuga HORIZON startet 2022 in Köln ein zusätzliches Eventformat für die Innovationen der Foodbranche. Darüber hinaus präsentiert die Koelnmesse in wichtigen Märkten rund um die Welt, z. B. in Brasilien, China, Indien, Japan, Kolumbien, Thailand und den Vereinigten Arabischen Emiraten, zahlreiche Foodmessen mit unterschiedlichen branchenspezifischen Schwerpunkten und Inhalten. Mit diesen globalen Aktivitäten bietet die Koelnmesse ihren Kunden maßgeschneiderte Events und regionale Leitmessen in unterschiedlichen Märkten, die ein nachhaltiges internationales Business garantieren. Im Bereich Ernährungstechnologie ist die Koelnmesse mit ihren weltweiten Leitmessen Anuga FoodTec und ProSweets Cologne sowie ihrem globalen Netzwerk mit weiteren Veranstaltungen ebenfalls bestens aufgestellt.

Weitere Infos: <https://www.ism-cologne.de/die-messe/messen-der-branche/>

#### **Die nächsten Veranstaltungen:**

ISM - Die weltweit größte Messe für Süßwaren und Snacks, Köln 30.01. - 02.02.2022

ANUFOOD Brazil - International Trade Show Exclusively for the Food and Beverage Sector, São Paulo 12.04. - 14.04.2022

Wine & Gourmet Japan - Internationale Fachmesse und Konferenz für Wein, Bier, Spirituosen, Gourmet Lebensmittel und Bar, Tokio 13.04. - 15.04.2022

#### **Anmerkung für die Redaktion:**

Fotomaterial der ISM finden Sie in unserer Bilddatenbank unter [www.ism-cologne.de/bilddatenbank](http://www.ism-cologne.de/bilddatenbank).

Presseinformationen finden Sie unter [www.ism-cologne.de/presseinformation](http://www.ism-cologne.de/presseinformation)

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

**ISM im Social Web:**

<https://www.facebook.com/cologne.ism/>  
<https://www.linkedin.com/showcase/ism-cologne>

Seite

3/3

**Ihr Kontakt bei Rückfragen:**

Peggy Krause  
Kommunikationsmanagerin

Koelnmesse GmbH  
Messeplatz 1  
50679 Köln  
Deutschland  
Telefon: +49 221 821-2076  
[p.krause@koelnmesse.de](mailto:p.krause@koelnmesse.de)  
[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Sie erhalten diese Nachricht als Bezieher der Pressemitteilungen der Koelnmesse.  
Falls Sie auf unseren Service verzichten möchten, antworten Sie bitte auf diese Mail  
mit dem Betreff "unsubscribe".

Kau / Januar 2022, Köln

## ISM 2022: 1.085 ausstellende Unternehmen aus 56 Ländern

**Auslandsanteil: 87 Prozent**

**Die größten Länderbeteiligungen kommen aus Belgien, Italien, Spanien, der Türkei, den Niederlanden, Polen, Frankreich, Bulgarien, Dänemark und den USA.**

Zur 51. ISM, der weltweit größten Messe für Süßwaren und Snacks, stellen **1.085 Unternehmen (Vorveranstaltung: 1.776) aus 56 (VV: 76) Ländern** aus. Der Auslandsanteil beträgt **87 Prozent**. Belegt ist eine Bruttoausstellungsfläche von **90.000m<sup>2</sup>** in den Hallen 3, 4, 5, 10 und 11.1 und 11.2 der Koelnmesse.

Die ISM 2022 in Zahlen (Stand: 24. Januar 2022):

### In- und Auslandsbeteiligung

	Aussteller
Inlandsbeteiligung	134
Auslandsbeteiligung	951
Gesamt	1.085

Die ausstellenden Unternehmen der ISM 2022 kommen aus 59 Ländern, der Auslandsanteil beträgt 87 Prozent.

### Beteiligung nach Ländern

Land	ausstellende Unternehmen
Ägypten	4
Argentinien	3
Belgien	145
Brasilien	19
Bulgarien	41
Dänemark	27
Deutschland	134



ISM  
30.01.-02.02.2022  
[www.ism-cologne.de](http://www.ism-cologne.de)

Ihr Kontakt bei Rückfragen:

Peggy Krause

Telefon

+49 221 821-2076

Telefax

+49 221 821-3544

E-Mail

[p.krause@koelnmesse.de](mailto:p.krause@koelnmesse.de)

Koelnmesse GmbH

Messeplatz 1

50679 Köln

Postfach 21 07 60

50532 Köln

Deutschland

Telefon +49 221 821-0

Telefax +49 221 821-2574

[info@koelnmesse.de](mailto:info@koelnmesse.de)

[www.koelnmesse.de](http://www.koelnmesse.de)

Geschäftsführung:

Gerald Böse (Vorsitzender)

Katharina C. Hamma

Herbert Marner

Vorsitzende des Aufsichtsrats

Oberbürgermeisterin

Henriette Reker

Sitz der Gesellschaft und

Gerichtsstand: Köln

Amtsgericht Köln, HRB 952

Ecuador	2
Estland	3
Finnland	3
Frankreich	63
Griechenland	12
Grossbritannien	12
Guatemala	1
Hong Kong	1
Indien	3
Iran	2
Italien	112
Japan	1
Kanada	2
Kasachstan	1
Kolumbien	5
Kosovo	2
Kroatien	4
Lettland	4
Litauen	12
Malta	2
Marokko	2
Mexiko	4
Niederlande	57
Nordmazedonien	8
Norwegen	3
Österreich	19
Pakistan	5
Polen	71
Portugal	4
Republik Moldau	2
Rumänien	6
Russische Foed.	9
Saudi-Arabien	5
Schweden	12
Schweiz	15
Serbien	2
Singapur	1
Slowakische Republik	4
Slowenien	4
Spanien	91
Sri Lanka	1
Thailand	2
Tschechische R.	14

Tunesien	2
Türkei	77
Ukraine	16
Ungarn	6
USA	22
Ver.Arab.Emir.	2
<b>Ausländische Beteiligung</b>	<b>951</b>
<b>Bundesrepublik Deutschland</b>	<b>134</b>
<b>Gesamt</b>	<b>1.085</b>

Seite  
3/4

### 3. Trendthemen der ISM 2022\*

	Aussteller mit diesen Produkten
Halal	220 (2020: 489)
Koscher	173 (2020: 480)
Bio	163 (2020: 425)
Fair gehandelt	115 (2020: 289)
Zuckerfrei	182 (2020: 466)
Allergiefreundlich	85 (2020: 303)
Funktional	90 (2020: 274)
Handwerkliche Produktion	92 (2020: 345)
Handelsmarken	306 (2020: 928)
Limitierte Ausgabe	66 (2020: 232)
Impulsverpackungen	84 (2020: 249)
Vegetarisch	139 (2020: 506)
Vegan	216 (2020: 496)

\* Diese Zahlen sind nicht mit der Zahl der ausstellenden Unternehmen gleichzusetzen, da Unternehmen aufgrund ihres Angebotsspektrums mehrere Trendthemen angegeben haben.

Seite  
4/4

**Anmerkung für die Redaktion:**

Fotomaterial der ISM finden Sie in unserer Bilddatenbank im Internet unter [www.ism-cologne.de](http://www.ism-cologne.de) im Bereich „Presse“.

Presseinformationen finden Sie unter [www.ism-cologne.de/Presseinformation](http://www.ism-cologne.de/Presseinformation)

Bei Abdruck Belegexemplar erbeten.

## **Saisontermine sind für das Süßwarengeschäft in Europa enorm wichtig**

---

Ein sehr bedeutendes Thema jedes Jahr auf der ISM sind die saisonalen Produkte und Neuheiten für die Süßwarenbranche.

Deshalb beleuchtet eine Studie die Saisonverläufe von Süßwaren und Snacks in 18 europäischen Ländern.

Die detaillierten Ergebnisse und einige Charts der Studie, die NielsenIQ im Auftrag von SWEETS GLOBAL NETWORK durchgeführt hat, finden Sie zusätzlich in der ausführlichen Pressemitteilung.

### **Weihnachtssaison in Deutschland am umsatzstärksten**

In Deutschland haben die traditionellen Saisontermine zu Weihnachten und Ostern und zunehmend auch an Halloween eine enorm große Bedeutung für die Verkäufe von Süßwaren und Snacks. Das Interesse an bestimmten Saisonartikeln wie Schokoladenweihnachtsmännern, Adventskalender oder Schokoladeneier und Osterhasen ist auch während der zurückliegenden Krisenzeiten im deutschen Handel nicht gesunken. Im Gegenteil, die Marktforscher von NielsenIQ hatten dem Weihnachtsgeschäft 2020 und dem Ostergeschäft 2021 beträchtliche Umsatzsteigerungen bescheinigt. Auch das Weihnachtsgeschäft 2021 im gesamten Lebensmittelbereich ist nach Umfragen im deutschen Handel ganz zufriedenstellend verlaufen.

Welche Rolle aber spielen diese oder andere Saisonhöhepunkte beim Süßwarenkonsum in den verschiedenen europäischen Ländern? Dazu haben die Marktforscher von NielsenIQ die Umsätze mit Süßwaren und Snacks auf Zwölf-Monats-Basis in 18 europäischen Ländern (AT, BE, CH, DE, DK, ES, FR, GB, GR, IT, NL, NO, PL, PT, SE, RO, RU, TR) untersucht. Die Daten beziehen sich auf den Zeitraum vom 8. November 2020 bis 7. November 2021. In diesem Zeitraum wurden Süßwaren und Snacks im Gesamtwert von 76,57 Mrd. Euro verkauft. Aufgeteilt jeweils auf eine Vier-Wochen-Periode, ergibt sich ein Verkaufswert der süßen Produkte von durchschnittlich 5,89 Mrd. Euro. Deutlich über diesem Schnitt liegen die Umsätze

insgesamt vor allem in den Monaten November mit 7,425 Mrd. Euro und im Dezember mit 7,37 Mrd. Euro. Dies bedeutet einen Mehrumsatz von über 25 Prozent gegenüber dem Jahresmittel. Übrigens: Die schwächste Absatzphase für Süßwaren und Snacks waren die vier Sommer-Wochen von Mitte Juli bis Mitte August 2021 mit 4,964 Mrd. Euro, also rund 16 Prozent weniger als im jährlichen Durchschnitt.

### **Weihnachten und Ostern als Höhepunkte in vielen Ländern**

Der Vergleich der Umsatzentwicklung während des Jahres zeigt im Blick auf die einzelnen Märkte beträchtliche Unterschiede. So ist die Weihnachtssaison unter den umsatzstärksten Top-6-Ländern in Deutschland am wichtigsten: Hier liegen die Verkäufe von Süßwaren und Snacks um 47 Prozent über dem Niveau des normalen Jahresverlaufs. In Russland erzielen die Händler mit Süßwaren und Snacks vor Weihnachten Verkaufszuwächse von 41 Prozent im Vergleich zum Jahresverlauf, gefolgt von Spanien und Frankreich (+ 40%), Italien (+ 37%) und Großbritannien (+ 17%).

Im Blick auf das Ostergeschäft zeigt sich die größte Bedeutung in Italien mit einem um 41 Prozent höheren Level gegenüber dem Jahresdurchschnitt. Mit weitem Abstand folgt Deutschland (+ 21%) vor Großbritannien (+ 17%), Frankreich und Russland (je + 11%) sowie Spanien (+ 1%). Bezieht man alle 18 Länder mit ein, dann haben Portugal (+51%) und Österreich (+ 48%) vor Weihnachten ähnlich hohe Peaks wie Deutschland, während Belgien und die Niederlande keine ausgeprägt höheren Verkäufe an Weihnachten und Ostern ausweisen. Eine Besonderheit weist die Türkei mit einem Plus von 12 Prozent im Vergleich zum durchschnittlichen Jahresverlauf zum Ende des Ramadans auf. Die Verkäufe von Bonbons erhöhen sich in der Türkei in diesen Wochen sogar um 145 Prozent.

### **Schokoladenwaren haben die höchsten Peaks**

Im Hinblick auf die Süßwaren-Kategorien zeigt sich, dass die Schokoladenwaren zu beiden Saisonterminen – sowohl zu Weihnachten als auch an Ostern - die höchsten Ausschläge aufweisen. Aber auch für Seeds & Nuts bringt Weihnachten ein deutlich zusätzliches Geschäft, während bei den Sweet Biscuits der Auftakt für die Herbst- und Wintersaison wesentlich früher beginnt. Zuckerwaren profitieren offensichtlich am meisten von Halloween und erreichen in den Wochen zuvor auch deutliche Umsatzzuwächse. Einzig die Verkäufe der Salzigen Snacks haben 2021 eine weitgehend gleichbleibende Verkaufskurve während der gesamten zwölf Monate verzeichnet. In dieser Kategorie steigen die Verkäufe erfahrungsgemäß saisonal sehr stark im Umfeld von sportlichen Großereignissen, wie etwa der Fußball-WM.

## **Süßwarenimporte leicht im Plus**

Die mengenmäßigen Importe von Süßwaren aus allen Ländern nach Deutschland sind um 1,6 Prozent gestiegen, der Wert hinkt allerdings mit + 0,8 Prozent hinterher. Mit der Einfuhr von 1,638 Mio. Tonnen (+ 1,6 %) im Wert von 5,747 Mrd. Euro (+ 0,6 %) wurde laut Schätzung des BDSI damit ein neues Allzeithoch erzielt. Besonders stark stiegen in 2021 die Einfuhren von Feinen Backwaren (+ 5,2 %) und Knabberartikeln (+ 3,3 %). Wertmäßig erhöhten sich die Importe von Feinen Backwaren um 9,3 Prozent auf 930 Mio. Euro. Bei den Knabberartikeln gab es ein Plus von 5,5 Prozent auf 605 Mio. Euro.

Zu den Verlierern in 2021 zählen hingegen die Schokoladenprodukte. Es wurden 301.000 Tonnen (- 4,4 %) Schokoladenprodukte im Wert von 1,503 Mrd. Euro (- 4,6 %) importiert. Auch 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 2021 basieren.).

Fazit: Erstens: Auch in Corona-Zeiten funktioniert das internationale Geschäft weitgehend. Zweitens: Die schwierige Preisentwicklung bei den importierten Süßwaren spiegelt den harten Wettbewerb in Deutschland wider.

Ich danke Ihnen und freue mich, Sie alle ab Sonntag in den Hallen der Koelnmesse zu einer dieses Mal sicherlich etwas außergewöhnlichen ISM wieder begrüßen zu dürfen.

Quelle: Sweets Global Network e.V., München

Ansprechpartner: Hans Strohmaier, [h.strohmaier@sg-network.org](mailto:h.strohmaier@sg-network.org)

## **Die Bedeutung der verschiedenen Saisonanlässe für das Süßwarengeschäft in Europa**

---

### **Weihnachtssaison in Deutschland am umsatzstärksten**

In Deutschland haben die traditionellen Saisontermine zu Weihnachten und Ostern und langsam zunehmend auch an Halloween eine enorm große Bedeutung für die Verkäufe von Süßwaren und Snacks. Das Interesse an bestimmten Saisonartikeln wie Schokoladenweihnachtsmännern, Adventskalender oder Schokoladeneier und Osterhasen ist auch während der zurückliegenden Krisenzeiten im deutschen Handel nicht gesunken. Im Gegenteil, die Marktforscher von NielsenIQ hatten dem Weihnachtsgeschäft 2020 und dem Ostergeschäft 2021 beträchtliche Umsatzsteigerungen bescheinigt. Auch das Weihnachtsgeschäft 2021 im gesamten Lebensmittelbereich ist nach Umfragen im deutschen Handel ganz zufriedenstellend verlaufen.

Welche Rolle aber spielen die Saisonhöhepunkte beim Süßwarenkonsum in den verschiedenen europäischen Ländern? Dazu haben die Marktforscher von NielsenIQ die Umsätze mit Süßwaren und Snacks auf Zwölf-Monats-Basis in 18 europäischen Ländern (AT, BE, CH, DE, DK, ES, FR, GB, GR, IT, NL, NO, PL, PT, SE, RO, RU, TR) untersucht. Die Daten beziehen sich auf den Zeitraum vom 8. November 2020 bis 7. November 2021. In diesem Zeitraum wurden Süßwaren und Snacks im Gesamtwert von 76,57 Mrd. Euro verkauft. Aufgeteilt jeweils auf eine Vier-Wochen-Periode, ergibt dies einen Verkaufswert der süßen Produkte von durchschnittlich 5,89 Mrd. Euro. Deutlich über diesem Schnitt liegen die Umsätze insgesamt vor allem in den Monaten November mit 7,425 Mrd. Euro und im Dezember mit 7,37 Mrd. Euro. Dies bedeutet einen Mehrumsatz von über 25 Prozent gegenüber dem Jahresmittel. Übrigens: Die schwächste Absatzphase für Süßwaren und Snacks waren die vier Sommer-Wochen von Mitte Juli bis Mitte August 2021 mit 4,964 Mrd. Euro, also rund 16 Prozent weniger als im jährlichen Durchschnitt. (Siehe zusätzliche Charts!)

### **Weihnachten und Ostern als Höhepunkte in vielen Ländern**

Der Vergleich der Umsatzentwicklung während des Jahres zeigt im Blick auf die einzelnen Märkte beträchtliche Unterschiede. So ist die Weihnachtssaison unter den umsatzstärksten Top-6-Ländern in Deutschland am wichtigsten: Hier liegen die Verkäufe von Süßwaren und Snacks um 47 Prozent über dem Niveau des normalen Jahresverlaufs. In Russland erzielen die Händler mit Süßwaren und Snacks vor Weihnachten Verkaufszuwächse von 41 Prozent im Vergleich zum Jahresverlauf, gefolgt von Spanien und Frankreich (+ 40%) und Italien (+ 37%),

während Großbritannien (+ 17%) unter den TOP-6-Ländern die schwächste Weihnachtssaison aufweist.

### **Italien mit dem stärksten Ostergeschäft**

Im Blick auf das Ostergeschäft zeigt sich die größte Bedeutung in Italien mit einem um 41 Prozent höheren Level gegenüber dem Jahresdurchschnitt. Allerdings liegen die Süßwarenverkäufe in Italien in den Sommermonaten Juni, Juli und August fast 30% unter dem durchschnittlichen Jahresverlauf. Mit weitem Abstand beim Ostergeschäft folgt Deutschland (+ 21%) vor Großbritannien (+ 17%), Frankreich und Russland (je + 11%), während es in Spanien (+ 1%) so gut wie keine Bedeutung hat.

Bezieht man alle 18 Länder mit ein, dann haben Portugal (+51%) und Österreich (+ 48%) vor Weihnachten ähnlich hohe Peaks wie Deutschland, während Belgien und die Niederlande keine ausgeprägt höheren Verkäufe an Weihnachten und Ostern ausweisen. Eine Besonderheit weist die Türkei mit einem Plus von 12 Prozent im Vergleich zum durchschnittlichen Jahresverlauf zum Ende des Ramadans auf. Die Verkäufe von Bonbons erhöhen sich in der Türkei in diesen Wochen sogar um 145 Prozent.

### **Schokoladenwaren haben die höchsten Peaks**

Im Hinblick auf die Süßwaren-Kategorien zeigt sich, dass die Schokoladenwaren zu beiden Saisonterminen – sowohl zu Weihnachten als auch an Ostern - die höchsten positiven Ausschläge aufweisen. Besonders wichtig sind neue Schokoladenprodukte für das Ostergeschäft. Mit Ausnahme von Russland kurbeln die neuen Osterprodukte in Italien (+ 400%), Schweiz, Großbritannien Deutschland und Frankreich (jeweils ein Plus von über 250%) das Saisongeschäft kräftig an. Aber auch für Seeds & Nuts bringt Weihnachten ein deutlich zusätzliches Geschäft, während bei den Sweet Biscuits der Auftakt für die Herbst- und Wintersaison wesentlich früher beginnt. Zuckerwaren profitieren offensichtlich am meisten von Halloween und erreichen in den Wochen zuvor auch deutliche Umsatzzuwächse. Einzig die Verkäufe der Salzigen Snacks haben 2021 eine weitgehend gleichbleibende Verkaufskurve während der gesamten zwölf Monate verzeichnet. In dieser Kategorie steigen die Verkäufe erfahrungsgemäß saisonal sehr stark im Umfeld von sportlichen Großereignissen, wie etwa der Fußball-WM.

### **Große Unterschiede beim Promotion-Anteil und der Preisdifferenz**

Der Promotion-Anteil von Süßwaren und Snacks ist im Dezember mit einem Anteil von insgesamt 32 Prozent aller Verkäufe am höchsten. Allerdings weichen die Promotion-Preise von den regulären Preisen im Regal im Schnitt nur um 4 Prozent ab. Ein anderes Bild in den vier Wochen von Mitte Juli bis Mitte August. Während hier nur 23 Prozent aller Süßwaren und Snacks über Promotions und zusätzliche Sonderplatzierungen verkauft werden, ist die Differenz zwischen Promotion- und Normalpreis mit rund 25 Prozent weitaus größer.

Quelle: Sweets Global Network e.V., München

Ansprechpartner: Hans Strohmaier, [h.strohmaier@sg-network.org](mailto:h.strohmaier@sg-network.org)



# European Strategic Planner

Seasonality in Confectionery & Snacks  
Ruth Schlicker  
December 2021



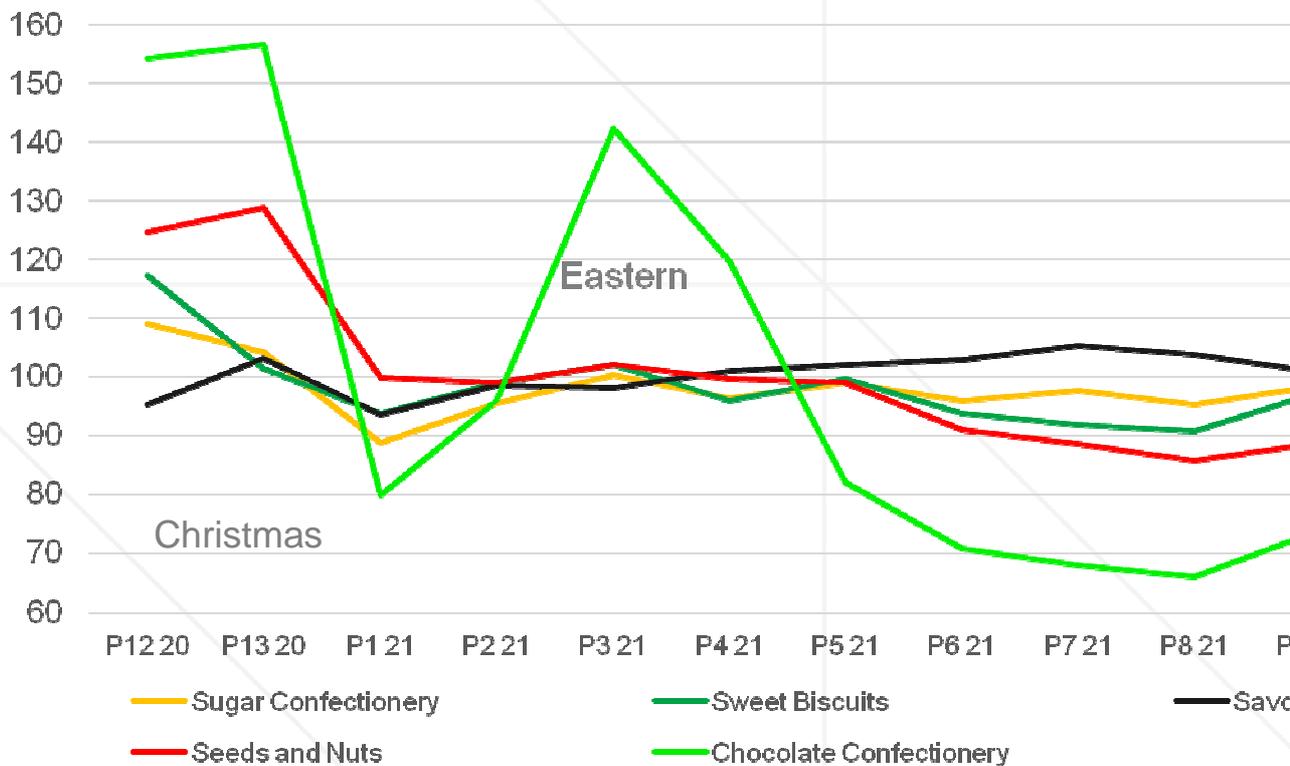
© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.





## Christmas is the most important season for Chocolate but also for Seeds & Nuts and Sweet Biscuits

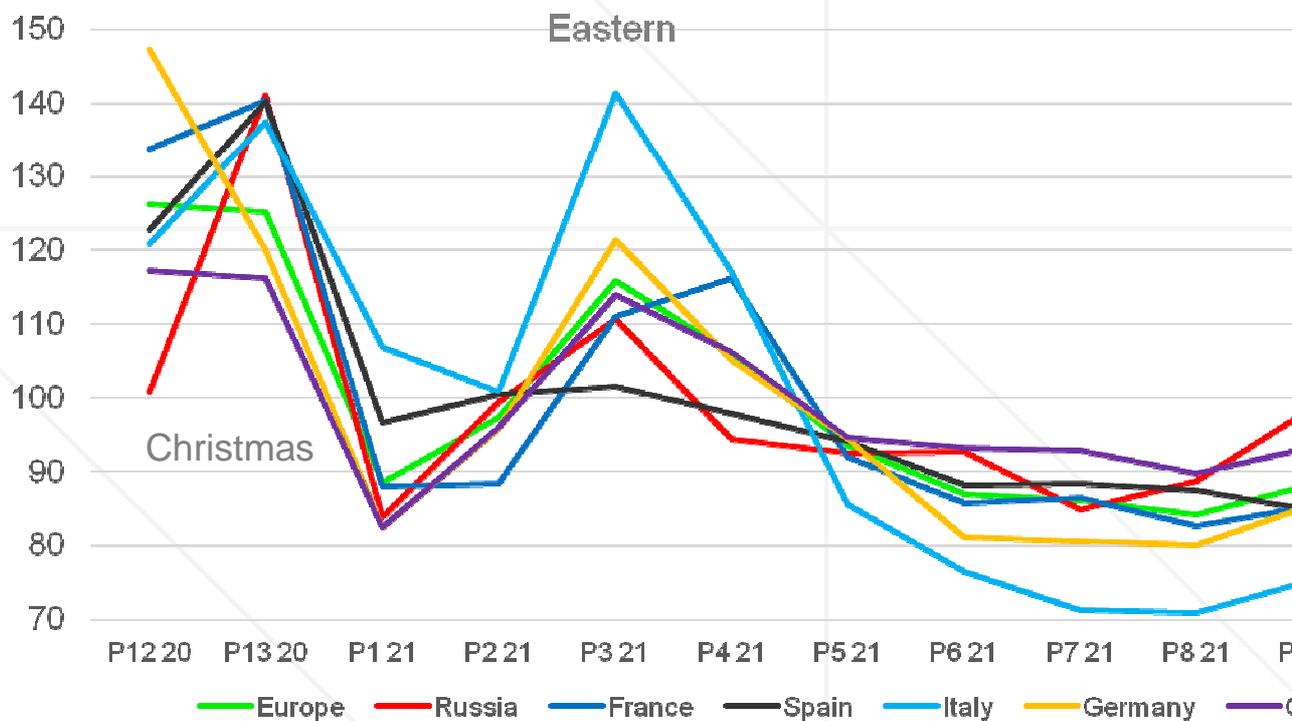
Europe 18 Countries – Value Sales Index (Average per year = 100)





## Italy with the strongest Easter Season in Europe, Great Britain Christmas Season the weakest amongst t

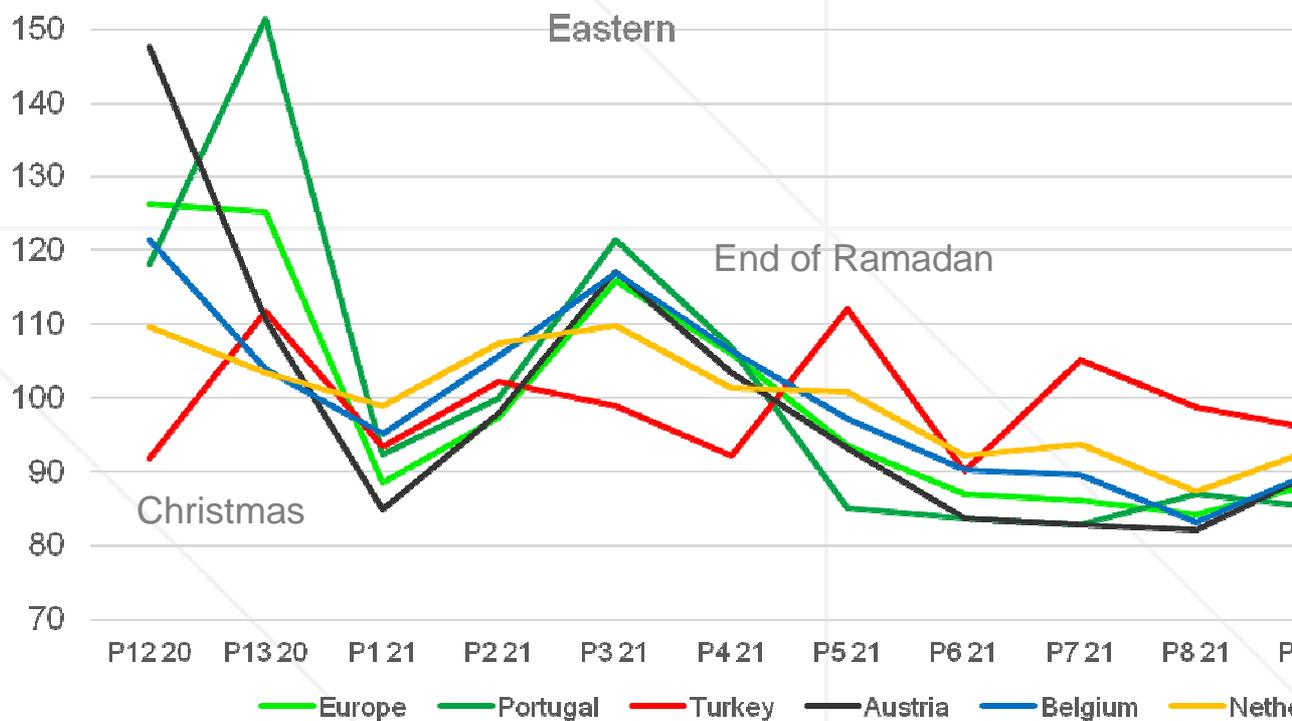
Confectionery incl. Snacks: Value Sales Index (Average per year = 100)





## Turkey with highest peak at the end of Ramadan Belgium and Netherlands have a not so distinctive season

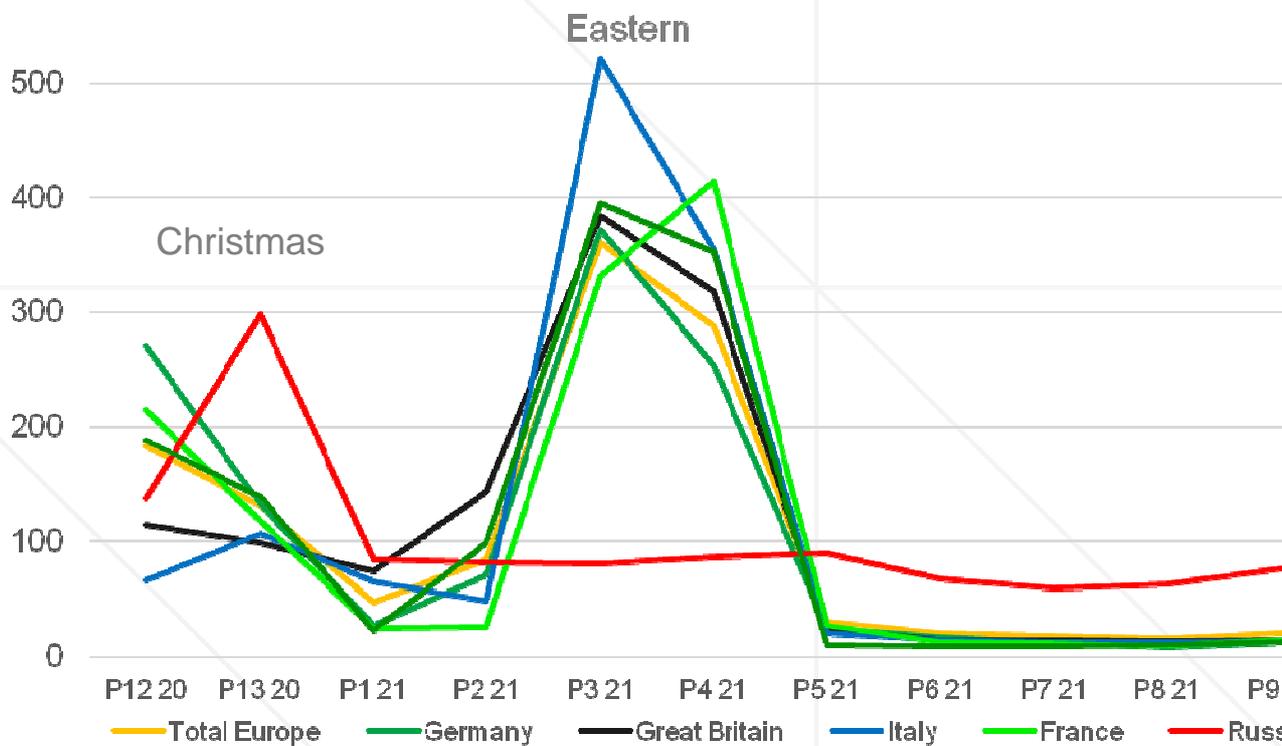
Confectionery incl. Snacks: Value Sales Index (Average per year = 100)





## **Chocolate Novelties: Eastern is the Season for the category** **Russia, smaller season around Christmas.**

Europe 18 Countries – Value Sales Index (Average per year = 100)

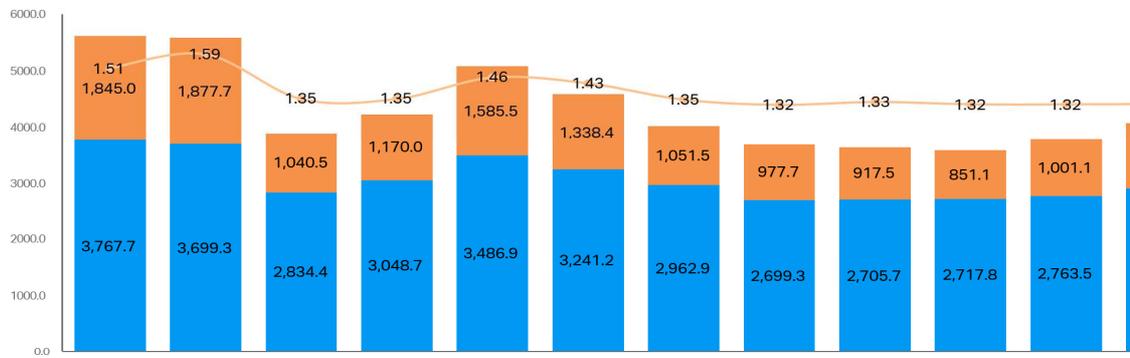




# Increasing promotions support Confectionery and Snacks sales during

## Sales under Promotion

CONF. & SNACKS - Total EU ScanCov (AT/BE/CH/DE/DK/ES/FR/GB/GR/IT/NL/NO/PL/PT/SE/RO/RU/TR) bycntry - 13 Latest 4 Weeks - Week Ending 07/11/21



Promotion Price Units (in EUR)	
1.50	1.61
1.22	1.24
1.44	1.36
1.21	1.19
1.21	1.15
1.18	

Avg. Non Promotion Price Units (in EUR)	
1.60	1.66
1.47	1.47
1.57	1.54
1.46	1.43
1.45	1.44
1.44	

4W06/12/20 4W03/01/21 4W31/01/21 4W28/02/21 4W28/03/21 4W23/04/21 4W23/05/21 4W20/06/21 4W18/07/21 4W15/08/21 4W12/09/21 4W10/07/21

■ Sales Value - Non Promotion (in M EUR) ■ Any Promotion Sales Value (in M EUR) — Price per Item (in EUR)

Country : International Category : Str. Plnr (18 Countries)





## 18 Countries included:

- **Austria:** Total Food+Drug AT (HD incl.)
- **Belgium** Total Food+Drug BE (HD incl.)
- **Denmark:** Total DK (Food+Convenience) (HD incl.)
- **France:** Total FR (Food + eDrive + Proxi) (HD incl)
- **Germany:** Total Food+Drug+C&C DE (HD incl.)
- **Greece:** Total Greece (Food+ISL+C&C) (HD incl.)
- **Great Britain:** Total Food+Drug+Liquor+convenience GB (HD incl.)
- **Italy:** Total Food+Drug IT (HD incl.)
- **Netherlands:** Total NL (Food+Drug+Liquor+Petrol+eCom.)
- **Norway:** Total NO (Food+Petrol & Kiosk) (HD excl.)
- **Portugal:** Total Food+Trad Drug PT (HD incl.)
- **Poland:** Total PL Food (HD incl.)
- **Romania:** Total RO (Food+convenience+petrol) (HD Excl)
- **Russia:** Total RU (Food) (HD incl.)
- **Sweden:** Total SE (Food+Drug+Convenience) (HD excl)
- **Switzerland:** Total CH (Food) (HD excl.)
- **Spain:** Total Food+Drug+eCom. ES (HD incl.)
- **Turkey:** Total Food TR (HD Excl.)

## **Internationale Süßwarenmesse 2022**

Statement von Stefan Genth,

Hauptgeschäftsführer Handelsverband Deutschland – HDE e.V.

und Mitglied des AISM

## **Handel: Weiteres schwieriges Jahr bei Süßwaren und Knabberartikeln**

Die Pandemie begleitete das vergangene Jahr erneut auch im Süßwaren-Einzelhandel und erschwerte die jährliche Erhebung der Trendzahlen, die der **Handelsverband Deutschland (HDE)** gemeinsam mit dem **MITTELSTANDSVERBUND** ermittelt.

Nach einem zufriedenstellenden Vorkrisenjahr 2019 und einem bereits von der Pandemie geprägten vorvergangenem Jahr 2020 mit Verzerrungen des Geschäftes mit Süßwaren, ist auch das vergangene Jahr 2021 mit ungewöhnlichen Eigenheiten zu Ende gegangen. Erneute Lockdowns bei vielen Fachgeschäften führten zu weiteren Verlusten. Allerdings konnten die in der Erhebung dominierenden Unternehmen im filialisierten Lebensmittelhandel an das bereits gute Vorjahr 2020 anknüpfen und verzeichneten auch 2021 ein Umsatzplus. Insgesamt macht das Süßwarensortiment weiterhin einen Anteil von ca. 10 Prozent am gesamten Umsatz mit Lebensmitteln aus. Durch die ungewöhnlichen Umstände kann jedoch nur eine sehr ungefähre Trendaussage gemacht werden.

Für den nicht vom Lockdown betroffenen Handel kann festgestellt werden, dass eine erneut starke Nachfrage zu weiteren Umsatzsteigerungen geführt hat. Die von Geschäftsschließungen betroffenen Unternehmen, Kaufhäuser und kleinere Shops, aber auch Tankstellen und Duty-Free-Geschäfte hatten dagegen mit Umsatzverlusten zu kämpfen.

## **Die Branche unter der Lupe**

Betrachtet man einzelne Sortimente, ergibt sich ein ebenfalls differenziertes Bild. So wurden Bonbons – insbesondere Hustenbonbons, Kaubonbons sowie Kaugummis deutlich weniger nachgefragt – was wohl auch anlassbezogene Gründe hatte. Deutlich zulegen konnten dagegen Knabberartikel und Pralinen sowie Schokoladenartikel. Auch die Biowarengruppen in allen Segmenten sowie Sport- und Energieriegel konnten wieder Zuwächse verzeichnen.

## **Herstellermarken gewinnen, Aktionsgeschäft steigt**

Nach Berichten der Unternehmen haben Verbraucher wieder deutlich mehr Interesse an Markenprodukten. Insbesondere bei Schokoladen und Pralinen bewiesen sie wieder Markenaffinität. Damit zeigt sich in Zeiten der Pandemie, dass sich Verbraucher wieder mehr den Premiumprodukten zuwenden. Die Anzahl der Artikel im Süßwarenssegment insgesamt erhöhte sich dabei nur leicht.

Das Aktionsgeschäft beim Abverkauf der Süßwaren hat eine besondere Bedeutung. Aufgrund der Charakteristik der Süßwaren als „Impulsartikel“ sind Sonderplatzierungen für den Abverkauf wichtig und unverzichtbar. Im Durchschnitt liegt das Aktionsgeschäft im abgelaufenen Jahr zwar noch leicht unter dem Vorkrisenjahr 2019, konnte aber gegenüber 2020 wieder aufholen.

## **Ergebnisse und Analysen**

Das Ostergeschäft konnte im Vergleich zum eher schwachen Jahr 2020 wieder deutlich zulegen, die Abverkäufe der Süßwaren-Saisonartikel im Lebensmitteleinzelhandel waren zufriedenstellend und unterbrachen den Trend der ansonsten eher abnehmenden Bedeutung des Ostergeschäftes in früheren Jahren. Möglicherweise hatte der gescheiterte Versuch der Durchsetzung einer Osterruhe seitens der Bundesregierung seinen Anteil an den steigenden Abverkäufen.

Das Weihnachtsgeschäft verlief ebenfalls erfolgreich und konnte im Vergleich zum Vorjahr zulegen. Bereits der Start des Verkaufes von „Herbstgebäck“ zeigte

die gute Entwicklung. Wohl auch durch die Absage vieler Weihnachtsmärkte konnte der Verkauf von Lebkuchen, Weihnachtsfiguren und sonstigen Saisonartikeln während der Vorweihnachtswochen gesteigert werden.

### **Trends**

Fast schon traditionell steht das wachsende Ernährungs- und Nachhaltigkeitsbewusstsein bei den Verbrauchern hoch im Kurs. Bio-Artikel, vegane und faire Produkte stehen zunehmend in der Gunst der immer bewusster einkaufenden Konsumenten. Ein weiterer Trend scheint sich in der gesteigerten Nachfrage nach Produkten zu zeigen, die in Social Media-Kanälen beworben werden.

Weniger positiv erwies sich der Trend zu steigenden Rohstoffpreisen und vor allem den sich abzeichnenden Herausforderungen in der Supply Chain. Lieferausfälle wegen Logistikengpässen und auch wegen Engpässen bei Folien und Verpackungen belasteten zum Jahresende bereits den Abverkauf.

### **Ausblick**

Das Jahr 2022 wird aller Voraussicht nach weitere Herausforderungen mit sich bringen. Die Lieferkettenprobleme werden den Handel zunächst weiter beschäftigen, wenngleich grundsätzlich die Lieferfähigkeit bestehen bleibt. Knappe Rohstoffe könnten zudem die Produktionsmengen beschränken. Besonders in der ersten Jahreshälfte rechnen die Handelsunternehmen mit möglichen Problemen in einzelnen Segmenten.

Ansonsten werden positive Trends fortgeschrieben, begonnene Entwicklungen verstetigen sich und ermöglichen gute Geschäfte im Süßwarenssegment. Dabei wird Nachhaltigkeit ein relevantes Thema bleiben und intensiver bearbeitet. Gesundes Snacking, Bio-Produkte, vegane Artikel und die Optimierung von Rezepturen, Inhaltsstoffen und Verpackungen in allen Sortimenten werden an Bedeutung zunehmen.

Das Saisongeschäft wird auch weiterhin seine Bedeutung verteidigen. Spannend wird die Entwicklung im Hinblick auf die ansonsten umsatzsteigernden

Sportereignisse. Die olympischen Winterspiele in diesen Tagen versprechen noch kaum umsatzsteigernde Momente, auch wegen der zeitlichen Verschiebung in China. Die Fußball-Weltmeisterschaft fällt hingegen in diesem Jahr mit dem Weihnachtsgeschäft zusammen, was für die Logistik und die Zweitplatzierungen in den Märkten herausfordernd sein wird. Zeit und Ort der Spiele stehen zudem unter den Vorbehalt der Begeisterungsfähigkeit der Verbraucher.

Die Erwartungen des Handels an das Süßwarengeschäft 2022 bleiben dennoch insgesamt vorsichtig optimistisch. Es wird mit leichten Umsatzsteigerungen gerechnet.



Branchenpressekonferenz  
25.01.2022

Bundesverband der Deutschen  
Süßwarenindustrie e.V.

Schumannstraße 4–6, 53113 Bonn  
Postfach 19 01 28, 53037 Bonn  
Telefon: 0228 26007-0  
Telefax: 0228 26007-89

bdsi@bdsi.de  
www.bdsi.de

Ausführungen von

**Dr. Carsten Bernoth**

Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands der Deutschen  
Süßwarenindustrie e.V. (BDSI)

**Süßwarenindustrie blickt auf schwieriges Jahr 2021 zurück –  
stark steigende Rohstoffpreise, Lieferengpässe und  
Coronavirus-Krise setzen Branche zu**

Guten Morgen, meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich darf Sie heute früh als Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes der Deutschen Süßwarenindustrie – BDSI – begrüßen und möchte Ihnen über die aktuelle Situation der Süßwarenindustrie berichten.

Dabei stütze ich mich auf die vorhandenen Daten des Statistischen Bundesamtes sowie auf Schätzungen, die der BDSI für das Gesamtjahr 2021 im Bereich der Produktion und des Exports vorgenommen hat. Auch die Ergebnisse der einschlägigen Marktforschungsinstitute sind in unsere Beurteilung mit eingeflossen.

**Kompetenz in Süßwaren seit 1877**

Unser Verband, der BDSI, blickt für die Branche mit ihren genussbringenden Produkten auf ein **insgesamt schwieriges Jahr 2021** zurück.

Die **Produktionsmenge** lag knapp über Vorjahresniveau (+1,3 %), der Umsatz stieg um +2,2 %. Die statistische Datenlage verstellt allerdings den Blick auf die wirtschaftlich deutlich angespannte Situation in der Branche. Die teils dramatische Steigerung von Rohstoffpreisen und auch der Kosten für Energie, Logistik und Verpackungsmaterialien machen den über 200 industriellen Herstellern von Süßwaren und Knabberartikeln in Deutschland neben den Auswirkungen der Corona-Pandemie besonders zu schaffen.

Derzeit erleben die Unternehmen an allen Stellen **enorme Kostensteigerungen**. Dies betrifft die **Kosten für Rohstoffe, Verpackungen, Logistik, Energie, aber auch für Arbeitsschutz und Personal**. Diese Belastungen sind in dieser Form bislang einmalig.

**Der Markt für wichtige Rohstoffe ist leergefegt, langjährig bestehende Lieferketten funktionieren nicht mehr**. Besonders zu spüren bekommen die Hersteller deutliche Preiserhöhungen und teilweise auch Lieferschwierigkeiten beim Einkauf wichtiger agrarischer Rohstoffe wie Weizen, Soja und Zucker, aber auch bei Verpackungsmaterialien.

Der **Weizenpreis** kletterte am Warenterminmarkt binnen eines Jahres um 50 % auf ein neues Allzeithoch. Auch die **Kosten für Milchpulver, Zucker, Sonnenblumen- oder Sojaöl sind stark gestiegen**. Verursacht wurden diese Bewegungen unter anderem durch niedrigere Ernteerträge, geringere Importe aus Drittländern, aber auch einen Anstieg der Nachfrage in Asien.

Ebenfalls deutlich gestiegen sind die **Kosten bei der Beschaffung von Verpackungsmaterialien und in den Bereichen Logistik und Energie**. So hat sich der Strompreis für Industriekunden innerhalb eines Jahres verdoppelt. Am Terminmarkt der Energiebörse EEX kostet eine Megawattstunde (MWh) Strom knapp 70 €. Getrieben wird der Preis vom ebenfalls steilen Anstieg des CO<sub>2</sub>-Preises. Seit Anfang 2022 beträgt er 30 € pro Tonne Kohlendioxid.

Zudem gibt es in der internationalen Logistik weiterhin **unzureichende Frachtkapazitäten auf der Straße und der Schiene wie auch auf Containerschiffen**. Container sind für den Transport von Waren rund um den Globus Mangelware. Als Folge der Corona-Pandemie und eines zeitweise brachliegenden Welthandels haben viele Firmen ihre Kapazitäten und Bestände abgebaut. Nun treffen diese verkleinerten Produktionskapazitäten auf eine sprunghaft steigende Nachfrage. Kostete der Transport eines Standard-40-Fuß-Containers von Shanghai nach Rotterdam im Dezember 2020 noch rund 2.000 US-Dollar, lagen die Frachtraten ein Jahr später (Dezember 2021) bei fast 10.000 US-Dollar (World Container Index).

**Die Belastungsgrenze ist erreicht. Die Politik ist jetzt gefordert, insbesondere mittelständische Unternehmen vor weiteren kostspieligen und bürokratischen Belastungen zu schützen.** Ansonsten droht mittelfristig der Verlust der sich bislang als robust erwiesenen mittelständischen Wirtschaftsstruktur in Deutschland.

**Bei den Herstellern von Süßwaren und Knabberartikeln wächst zudem die Sorge vor Personalengpässen in der Produktion:** Durch die sich schnell ausbreitende Omikron-Variante drohen steigende Krankenstände und Quarantäne-Ausfälle. In Einzelfällen gibt es schon jetzt vorübergehende Lieferengpässe durch Corona-Ausbrüche. Für unsere Branche können wir sagen: Die Hersteller und ihre Beschäftigten unternehmen alle organisatorischen und finanziellen Anstrengungen, um während der Krise weiterhin lieferfähig zu bleiben.

### **Zunehmender Mangel an Fachkräften**

Die Süßwarenindustrie ist in allen Regionen Deutschlands ein bedeutender und stabiler Arbeitgeber und leistet gerade im ländlichen Raum einen wichtigen Beitrag für Wohlstand und Beschäftigung. Die deutsche Süßwarenindustrie beschäftigte als **viertgrößte Branche in der Ernährungsindustrie** im Jahr 2021 **rund 50.000 Mitarbeiter**. Zu den zentralen Herausforderungen für fast alle Unternehmen gehört die Rekrutierung von Fachkräften, insbesondere in der Produktion, aber auch in den Arbeitsfeldern Logistik und Vertrieb. Auch die Suche nach Saisonarbeitskräften gestaltet sich für viele Unternehmen immer

schwieriger. In vielen Regionen herrscht Vollbeschäftigung und **Fachkräfte sind kaum zu bekommen.**

### **Konjunktorentwicklung der deutschen Süßwarenindustrie 2021**

Nach Schätzungen des BDSI stieg die **Produktion** der in Deutschland hergestellten Süßwaren und Knabberartikel im Jahr 2021 leicht auf 3,9 Mio. t (+1,3 %). Wertmäßig entwickelte sich die Produktion mit rund 13,1 Mrd. € ebenfalls positiv (+2,2 %). Den Schätzungen des BDSI liegen die amtlichen Zahlen des Statistischen Bundesamtes und die Marktdaten der einschlägigen Marktforschungsinstitute zugrunde.

Das **Inlandsangebot** (= Produktion + Einfuhr - Ausfuhr) lag im Jahr 2021 mengenmäßig bei knapp 2,7 Mio. t (-0,2 %), der Inlandsumsatz bei schätzungsweise 9,2 Mrd. € (+2,1 %).

### **Erholung des wichtigen Exportgeschäfts mit Süßwaren trotz Brexit**

Das für die deutsche Süßwarenindustrie so wichtige Exportgeschäft mit Süßwaren und Knabberartikeln konnte sich im Jahresverlauf 2021 trotz der globalen Coronavirus-Krise und weiterer Unwägbarkeiten im Welthandel, wie die Folgen des Brexits, erholen. **Insgesamt wurden schätzungsweise 2,3 Mio. t Süßwaren und Knabberartikel exportiert.** Dies bedeutet gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs von +3,4 %. Der **Exportumsatz** stieg im Jahr 2021 um +4,2 % auf rund 8,9 Mrd. € und erreicht damit das Niveau von 2019 vor der Coronazeit. Im Jahr 2020 hatte die deutsche Süßwarenindustrie aufgrund der Corona-Pandemie Rückgänge von 3,3 % im Exportgeschäft verzeichnet.

Deutlich abgenommen hat 2021 hingegen die Bedeutung des Vereinigten Königreiches als Exportmarkt. **Das Exportgeschäft mit Großbritannien ist 2021 in der Menge um -3,7% und im Wert um -6,0% gesunken.**

Mit einem Exportanteil in der Menge von über 50 % geht mehr als jede zweite Tonne deutscher Süßwaren in den Export. Rund 80 % aller Süßwarenausfuhren werden in die Mitgliedstaaten der Europäischen Union geliefert, doch steigt der Export in Drittstaaten seit Jahren kontinuierlich an.

### **Sorge vor weiterer Zersplitterung des Binnenmarktes**

Durch den Brexit hat der europäische Binnenmarkt rund 67 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher verloren. Zu dieser Schwächung kommt hinzu, dass die Mitgliedstaaten etwa bei der Nährwertkennzeichnung, der Umwelt- bzw. Recyclingkennzeichnung eigene Wege beschreiten. Dies führt zu enormen Belastungen der Unternehmen, müssen sie doch im schlimmsten Fall für jeden Mitgliedstaat eine eigene Verpackung vorhalten. Dies wurde zuletzt beim Nutri-Score deutlich. In Italien ist derzeit ein Verfahren gegen ein Produkt anhängig, welches europaweit vertrieben wird und den Nutri-Score trägt. **Wir als mittelständische Branche fordern, dass hier die europäische Politik wieder einheitliche Rahmenbedingungen für die Unternehmen schafft und die nationale Politik den europäischen Binnenmarkt ernst nimmt.** Sonst droht eine Marktberreinigung zulasten kleinerer und mittelständischer Unternehmen über die nationalen Gesetzgebungen.

Ich komme nun zum Ausblick auf die **Trends 2022**

Die Süßwarenindustrie gehört zu den besonders innovativen Branchen und wird auch im Jahr 2022 eine Vielzahl von Produktneuheiten auf den Markt bringen. Bereits heute gibt es neben den klassischen, traditionellen Produkten, die seit Jahren erfolgreich am Markt sind, eine Reihe von Varianten mit reduziertem Zucker-, Fett- bzw. Salzgehalt, vegane, gluten- und laktosefreie Erzeugnisse sowie weitere innovative Produkte.

Im Trend liegen Anfang 2022 Produkte mit **natürlichen Zutaten** wie Nüssen, getrockneten Beeren oder Sesam. Viele Hersteller setzen dabei auf **pflanzliche Proteinquellen**. Immer mehr Produkte beinhalten etwa Hafer, Kürbiskerne, Sonnenblumenkerne, Soja, Linsen- oder Erbsenproteine. Auch **Produkte mit verringertem Zuckergehalt** gehören wie schon in den Vorjahren zu den Produkttrends. Bei den Salzigen Snacks liegen weiterhin insbesondere **Nüsse, Nuss- sowie Nuss-Fruchtmischungen** im Trend. Immer mehr Marken im Knabber-Regal greifen verbraucherrelevante Aspekte wie Natürlichkeit und Convenience in ihrem Sortiment auf. In der Regel werden Nüsse und Hülsenfrüchte zum sofortigen Verzehr aufbereitet, d. h. geröstet und gesalzen/gewürzt. Aber auch ungesalzene und gebackene Produkte werden nachgefragt.

Zu den gesamtgesellschaftlichen Trends gehören **Nachhaltigkeit und Klimaschutz**, wozu auch die deutsche Süßwarenindustrie ihren Beitrag leistet. **Die Nachhaltigkeitsanstrengungen der Branche sind nicht nur bei neuen Rezepturen, dem Einsatz zertifizierter Rohstoffe und den Herstellungsprozessen, sondern auch im Bereich Verpackungen zu beobachten.** Viele Unternehmen testen vermehrt alternative Verpackungsmöglichkeiten oder erhöhen den Rezyklatanteil in ihren Sekundärverpackungen.

#### **Starkes Engagement der deutschen Süßwarenindustrie für Nachhaltigkeit**

Der Einsatz von nach Nachhaltigkeitsstandards zertifizierten Rohstoffen in Süßwaren und Knabberartikeln wird von der deutschen Süßwarenindustrie seit vielen Jahren intensiv vorangetrieben. Dies gilt insbesondere für Kakao, den wichtigsten Rohstoff der Schokolade. Die Zertifizierung ist dabei ein wichtiger Baustein für die Entwicklung eines nachhaltigeren Kakaosektors. **Im Jahr 2020 erreichte der Anteil an zertifiziertem Kakao 77 %.** Bei der ersten Erhebung des BDSI für das Jahr 2011 lag dieser Anteil bei nur ca. 3 %. Die Süßwarenindustrie ist somit auf einem sehr guten Weg.

Dies gilt auch für das in der Süßwarenproduktion eingesetzte Palmöl bzw. Palmkernöl. **94 % des in der deutschen Süßwarenindustrie verwendeten Palmöls ist bereits heute zertifiziert.** Damit nimmt die deutsche Süßwarenindustrie eine führende Rolle ein.

Weiterhin engagiert sich der BDSI intensiv im „**Forum Nachhaltiger Kakao**“, einer 2012 gegründeten Gemeinschaftsinitiative. Neben Mitgliedern aus der Schokoladen- und Süßwarenindustrie sowie des Lebensmittelhandels setzen sich in dieser Organisation u. a. auch die Bundesregierung und standardsetzende Vereinigungen wie Fairtrade und die Rainforest Alliance sowie Vertreter der Zivilgesellschaft ein. Auch in der Multistakeholder-Initiative „Forum Nachhaltiges Palmöl“ gehört der BDSI zu den engagierten Mitgliedern.

### **Entwicklung bei den einzelnen Produktgruppen**

Die konjunkturelle Entwicklung bei den einzelnen Produktgruppen – also Schokoladewaren, Bonbons und Zuckerwaren, Feine Backwaren und Knabberartikel – möchte ich aus Zeitgründen hier nicht im Einzelnen aufführen. Sie finden jedoch ausführliche Informationen hierzu sowohl in der Pressemitteilung des BDSI als auch in unseren Grafiken. Die Koelnmesse hat alle Informationen der heutigen Pressekonferenz in einer Pressemappe zusammengefasst.

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.



BDSI

Bundesverband der Deutschen  
Süßwarenindustrie e.V.

Schumannstraße 4–6, 53113 Bonn  
Postfach 19 01 28, 53037 Bonn  
Telefon: 0228 26007-0  
Telefax: 0228 26007-89

bdsi@bdsi.de  
www.bdsi.de

## Pressemitteilung

Süßwarenindustrie blickt auf  
schwieriges Jahr 2021 zurück –  
stark steigende Rohstoffpreise,  
Lieferengpässe und Coronavirus-Krise  
setzen Branche zu

Der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI) blickt für die Branche mit ihren genussbringenden Produkten im Jahr 2021 auf eine weitgehend stabile Entwicklung bei Absatz und Umsatz zurück. Die Produktionsmenge lag knapp über Vorjahresniveau (+1,3 %), der Umsatz stieg um +2,2 %. Die statistische Datenlage verstellt allerdings den Blick auf die wirtschaftlich deutlich angespannte Situation in der Branche. Die teils dramatische Steigerung von Rohstoffpreisen und auch der Kosten für Energie, Logistik und Verpackungsmaterialien machen den über 200 industriellen Herstellern von Süßwaren und Knabberartikeln in Deutschland neben den Auswirkungen der Corona-Pandemie besonders zu schaffen.

### **Teure Rohstoffe, Corona-Pandemie und beschädigte Lieferketten machen der deutschen Süßwarenindustrie stark zu schaffen**

Derzeit erleben die Unternehmen an allen Stellen enorme Kostensteigerungen. Dies betrifft die Kosten für Rohstoffe, Verpackungen, Logistik, Energie, aber auch für Arbeitsschutz und Personal. Diese Belastungen sind in dieser Form bislang einmalig.

„Der Markt für wichtige Rohstoffe ist leergefegt, langjährig bestehende Lieferketten funktionieren nicht mehr. Dies kann auch Folgen für das bevorstehende Ostergeschäft haben, etwa dass nicht alle beliebten Produkte wie Schoko-Hasen wie geplant produziert werden können, weil wichtige Rohstoffe, Verpackungsmaterialien oder Frachtkapazitäten nicht ausreichend verfügbar sind“, erläutert Dr. Carsten Bernoth, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI). „Besonders zu spüren bekommen die Hersteller deutliche Preiserhöhungen und teilweise auch Lieferschwierigkeiten beim Einkauf wichtiger agrarischer Rohstoffe wie Weizen, Soja und Zucker, aber auch bei Verpackungsmaterialien.“

Der Weizenpreis kletterte am Warenterminmarkt binnen eines Jahres um 50 % auf ein neues Allzeithoch. Auch die Kosten für Milchpulver, Zucker, Sonnenblumen- oder Sojaöl sind stark gestiegen. Verursacht wurden diese Bewegungen unter anderem durch niedrigere Ernteerträge, geringere Importe aus Drittländern, aber auch einen Anstieg der Nachfrage in Asien.

Kompetenz in Süßwaren seit 1877

Ebenfalls deutlich gestiegen sind die Kosten bei der Beschaffung von Verpackungsmaterialien und in den Bereichen Logistik und Energie. So hat sich der Strompreis für Industriekunden innerhalb eines Jahres verdoppelt. Am Terminmarkt der Energiebörse EEX kostet eine Megawattstunde (MWh) Strom knapp 70 €. Getrieben wird der Preis vom ebenfalls steilen Anstieg des CO<sub>2</sub>-Preises. Seit Anfang 2022 beträgt er 30 € pro Tonne Kohlendioxid.

Zudem gibt es in der internationalen Logistik weiterhin unzureichende Frachtkapazitäten auf der Straße und der Schiene wie auch auf Containerschiffen. Container sind für den Transport von Waren rund um den Globus Mangelware. Als Folge der Corona-Pandemie und eines zeitweise brachliegenden Welthandels haben viele Firmen ihre Kapazitäten und Bestände abgebaut. Nun treffen diese verkleinerten Produktionskapazitäten auf eine sprunghaft steigende Nachfrage. Kostete der Transport eines Standard-40-Fuß-Containers von Shanghai nach Rotterdam im Dezember 2020 noch rund 2.000 US-Dollar, lagen die Frachtraten ein Jahr später (Dezember 2021) bei fast 10.000 US-Dollar (World Container Index).

„Die Belastungsgrenze ist erreicht. Die Politik ist jetzt gefordert, insbesondere mittelständische Unternehmen vor weiteren kostspieligen und bürokratischen Belastungen zu schützen. Ansonsten droht mittelfristig der Verlust der sich bislang als robust erwiesenen mittelständischen Wirtschaftsstruktur in Deutschland“, so Dr. Carsten Bernoth weiter.

Bei den Herstellern von Süßwaren und Knabberartikeln wächst zudem die Sorge vor Personalengpässen in der Produktion: Durch die sich schnell ausbreitende Omikron-Variante drohen steigende Krankenstände und Quarantäne-Ausfälle. In Einzelfällen gibt es schon jetzt vorübergehende Lieferengpässe durch Corona-Ausbrüche. „Für unsere Branche können wir sagen: Die Hersteller und ihre Beschäftigten unternehmen alle organisatorischen und finanziellen Anstrengungen, um während der Krise weiterhin lieferfähig zu bleiben“, erläutert Dr. Carsten Bernoth.

### **Zunehmender Mangel an Fachkräften**

Die Süßwarenindustrie ist in allen Regionen Deutschlands ein bedeutender und stabiler Arbeitgeber und leistet gerade im ländlichen Raum einen wichtigen Beitrag für Wohlstand und Beschäftigung. Die deutsche Süßwarenindustrie beschäftigte als viertgrößte Branche in der Ernährungsindustrie im Jahr 2021 rund 50.000 Mitarbeiter. Zu den zentralen Herausforderungen für fast alle Unternehmen gehört die Rekrutierung von Fachkräften, insbesondere in der Produktion, aber auch in den Arbeitsfeldern Logistik und Vertrieb. Auch die Suche nach Saisonarbeitskräften gestaltet sich für viele Unternehmen immer schwieriger. In vielen Regionen herrscht Vollbeschäftigung und Fachkräfte sind kaum zu bekommen.

### **Konjunktorentwicklung der deutschen Süßwarenindustrie 2021**

Nach Schätzungen des BDSI stieg die **Produktion** der in Deutschland hergestellten Süßwaren und Knabberartikel im Jahr 2021 leicht auf 3,9 Mio. t (+1,3 %). Wertmäßig entwickelte sich die Produktion mit rund 13,1 Mrd. € ebenfalls positiv (+2,2 %). Den Schätzungen des BDSI liegen die amtlichen Zahlen des Statistischen Bundesamtes und die Marktdaten der einschlägigen Marktforschungsinstitute zugrunde.

Das **Inlandsangebot** (= Produktion + Einfuhr - Ausfuhr) lag im Jahr 2021 mengenmäßig bei knapp 2,7 Mio. t (-0,2 %), der Inlandsumsatz bei schätzungsweise 9,2 Mrd. € (+2,1 %).

### **Erholung des wichtigen Exportgeschäfts mit Süßwaren trotz Brexit**

Das für die deutsche Süßwarenindustrie so wichtige **Exportgeschäft** mit Süßwaren und Knabberartikeln konnte sich im Jahresverlauf 2021 trotz der globalen Coronavirus-Krise und weiterer Unwägbarkeiten im Welthandel, wie die Folgen des Brexits, erholen. Insgesamt wurden schätzungsweise 2,3 Mio. t Süßwaren und Knabberartikel exportiert. Dies bedeutet gegenüber dem Vorjahr einen Zuwachs von +3,4 %. Der Exportumsatz stieg im Jahr 2021 um +4,2 % auf rund 8,9 Mrd. € und erreicht damit das Niveau von 2019 vor der Coronazeit. Im Jahr 2020 hatte die deutsche Süßwarenindustrie aufgrund der Corona-Pandemie Rückgänge von 3,3 % im Exportgeschäft verzeichnet.

Deutlich abgenommen hat 2021 hingegen die Bedeutung des Vereinigten Königreiches als Exportmarkt. Das Exportgeschäft mit Großbritannien ist 2021 in der Menge um -3,7 % und im Wert um -6,0 % gesunken.

Mit einem Exportanteil in der Menge von über 50 % geht mehr als jede zweite Tonne deutscher Süßwaren in den Export. Rund 80 % aller Süßwarenausfuhren werden in die Mitgliedstaaten der Europäischen Union geliefert, doch steigt der Export in Drittstaaten seit Jahren kontinuierlich an.

### **Sorge vor weiterer Zersplitterung des Binnenmarktes**

Durch den Brexit hat der europäische Binnenmarkt rund 67 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher verloren. Zu dieser Schwächung kommt hinzu, dass die Mitgliedstaaten etwa bei der Nährwertkennzeichnung, der Umwelt- bzw. Recyclingkennzeichnung eigene Wege beschreiten. Dies führt zu enormen Belastungen der Unternehmen, müssen sie doch im schlimmsten Fall für jeden Mitgliedstaat eine eigene Verpackung vorhalten. Dies wurde zuletzt beim Nutri-Score deutlich. In Italien ist derzeit ein Verfahren gegen ein Produkt anhängig, welches europaweit vertrieben wird und den Nutri-Score trägt. „Wir als mittelständische Branche fordern, dass hier die europäische Politik wieder einheitliche Rahmenbedingungen für die Unternehmen schafft und die nationale Politik den europäischen Binnenmarkt ernst nimmt. Sonst droht eine Marktberreinigung zulasten kleinerer und mittelständischer Unternehmen über die nationalen Gesetzgebungen“, so Dr. Carsten Bernoth.

### **Innovationen 2022 – leckere Produkte für die kleinen Freuden im Alltag**

Die Süßwarenindustrie gehört zu den besonders innovativen Branchen und wird auch im Jahr 2022 eine Vielzahl von Produktneuheiten auf den Markt bringen. Bereits heute gibt es neben den klassischen, traditionellen Produkten, die seit Jahren erfolgreich am Markt sind, eine Reihe von Varianten mit reduziertem Zucker-, Fett- bzw. Salzgehalt, vegane, gluten- und laktosefreie Erzeugnisse sowie weitere innovative Produkte.

Im Trend liegen Anfang 2022 Produkte mit natürlichen Zutaten wie Nüssen, getrockneten Beeren oder Sesam. Viele Hersteller setzen dabei auf pflanzliche Proteinquellen. Immer mehr Produkte beinhalten etwa Hafer, Kürbiskerne, Sonnenblumenkerne, Soja, Linsen- oder Erbsenproteine. Auch Produkte mit verringertem Zuckergehalt gehören wie schon in den Vorjahren zu den Produkttrends. Bei den Salzigen Snacks liegen weiterhin insbesondere Nüsse, Nuss- sowie Nuss-Frucht-Mischungen im Trend. Immer mehr Marken im Knabber-Regal greifen verbraucherrelevante Aspekte wie Natürlichkeit und Convenience in ihrem Sortiment auf. In der Regel werden Nüsse und Hülsenfrüchte zum sofortigen Verzehr aufbereitet, d. h. geröstet und gesalzen/gewürzt. Aber auch ungesalzene und gebackene Produkte werden nachgefragt.

Zu den gesamtgesellschaftlichen Trends gehören Nachhaltigkeit und Klimaschutz, wozu auch die deutsche Süßwarenindustrie ihren Beitrag leistet. Die Nachhaltigkeitsanstrengungen der Branche sind nicht nur bei neuen Rezepturen, dem Einsatz zertifizierter Rohstoffe und den Herstellungsprozessen, sondern auch im Bereich Verpackungen zu beobachten. Viele Unternehmen testen vermehrt alternative Verpackungsmöglichkeiten oder erhöhen den Rezyklatanteil in ihren Sekundärverpackungen.

### **Starkes Engagement der deutschen Süßwarenindustrie für Nachhaltigkeit**

Der Einsatz von nach Nachhaltigkeitsstandards zertifizierten Rohstoffen in Süßwaren und Knabberartikeln wird von der deutschen Süßwarenindustrie seit vielen Jahren intensiv vorangetrieben. Dies gilt insbesondere für Kakao, den wichtigsten Rohstoff der Schokolade. Die Zertifizierung ist dabei ein bedeutender Baustein für die Entwicklung eines nachhaltigeren Kakaosektors. Im Jahr 2020 erreichte der Anteil an zertifiziertem Kakao 77 %. Bei der ersten Erhebung des BDSI für das Jahr 2011 lag dieser Anteil bei nur ca. 3 %. Die Süßwarenindustrie ist somit auf einem sehr guten Weg.

Dies gilt auch für das in der Süßwarenproduktion eingesetzte Palmöl bzw. Palmkernöl. 94 % des in der deutschen Süßwarenindustrie verwendeten Palmöls ist bereits heute zertifiziert. Damit nimmt die deutsche Süßwarenindustrie eine führende Rolle ein.

Weiterhin engagiert sich der BDSI intensiv im „Forum Nachhaltiger Kakao“, einer 2012 gegründeten Gemeinschaftsinitiative. Neben Mitgliedern aus der Schokoladen- und Süßwarenindustrie sowie des Lebensmittelhandels setzen sich in dieser Organisation u. a. auch die Bundesregierung und standardsetzende Vereinigungen wie Fairtrade und die Rainforest Alliance sowie Vertreter der Zivilgesellschaft ein. Auch in der Multistakeholder-Initiative „Forum Nachhaltiges Palmöl“ gehört der BDSI zu den engagierten Mitgliedern.

### **Entwicklung bei den einzelnen Produktgruppen**

#### **Schokoladewaren**

Die mengenmäßige **Produktion von Schokoladewaren** entwickelte sich nach Schätzungen des BDSI im Jahr 2021 positiv. Insgesamt wurden in Deutschland ca. 1,2 Mio. t Schokoladewaren produziert (+2,7 %). Der Produktionswert stieg um etwa +5,4 % auf rund 5,9 Mrd. €.

Der **Export von Schokoladewaren** entwickelte sich 2021 in der Menge (+0,2 %), wie auch im Wert positiv (+2,3 %).

#### **Feine Backwaren**

Die Hersteller von Feinen Backwaren verzeichneten 2021 keine zufriedenstellende Entwicklung. In der Menge sank die **Produktion von Feinen Backwaren** auf Basis der Schätzungen des BDSI um -4,1 %. Insgesamt wurden etwa 740.000 t Feine Backwaren produziert. Wertmäßig sank die **Produktion** um -1,3 % auf rund 2,2 Mrd. €.

Auch die **Exporte** verzeichneten 2021 bei den Feinen Backwaren einen Rückgang von -0,4 % in der Menge. Der Exportwert hingegen stieg um +3,0 %.

### **Bonbons und Zuckerwaren**

Die Hersteller von Zuckerwaren verzeichneten 2021 eine positive Entwicklung. Die mengenmäßige **Produktion** stieg im Vergleich zu 2020 um schätzungsweise 4,0 % auf 598.000 t, im Wert um +2,2 % auf ca. 1,6 Mrd. €.

Die Entwicklung der **Exporte** war 2021 bei den Bonbons und Zuckerwaren mit einem Zuwachs von +8,3 % in der Menge und +7,3 % im Wert ebenfalls positiv.

### **Knabberartikel**

Die Hersteller von Knabberartikeln verzeichneten 2021 leichte Rückgänge. Die **Produktionsmenge** sank nach Schätzungen des BDSI um -1,0 % auf rund 372.000 t. Im Wert sank die Produktion um -0,1 % auf etwa 1,7 Mrd. €.

Die **Exporte** entwickelten sich 2021 bei den Knabberartikeln ebenfalls negativ, sie sanken gegenüber dem Vorjahr um -5,7 % in der Menge und -4,8 % im Wert.

Ansprechpartner:

Solveig Schneider, Tel.: 0228 26007-23, solveig.schneider@bdsi.de

Dr. Torben Erbrath, Tel.: 0228 26007-82, torben.erbrath@bdsi.de

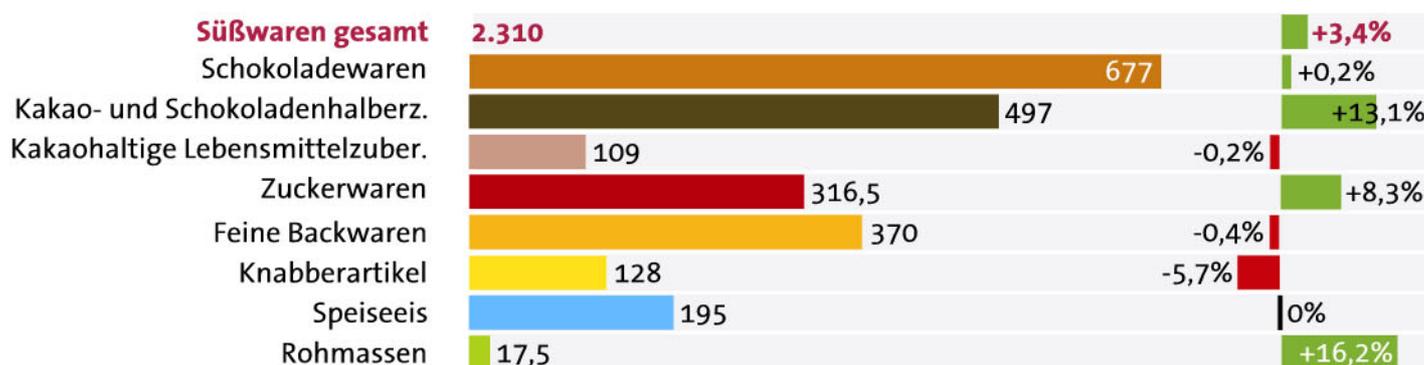
Bonn, 25.01.2022

*Der Branchenverband: Der BDSI vertritt die wirtschaftlichen Interessen von über 200 meist mittelständischen deutschen Süßwarenunternehmen. Er ist sowohl Wirtschafts- als auch Arbeitgeberverband. Die deutsche Süßwarenindustrie ist mit einem Anteil von etwa 10 % am Umsatz die viertgrößte Branche der deutschen Ernährungsindustrie. Ihr besonderes Kennzeichen ist ihre starke Exportorientierung. Die deutschen Süßwarenhersteller beschäftigen rund 50.000 Mitarbeiter.*

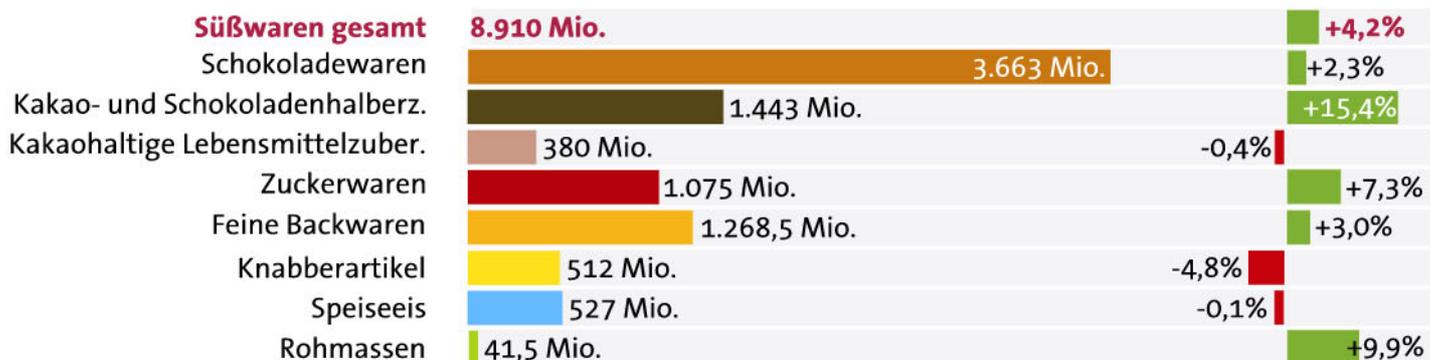
# Ausfuhr von Süßwaren gesamt 2021

(Schätzung für 2021 - Veränderung zum Vorjahr in %)

## Menge in 1.000 t



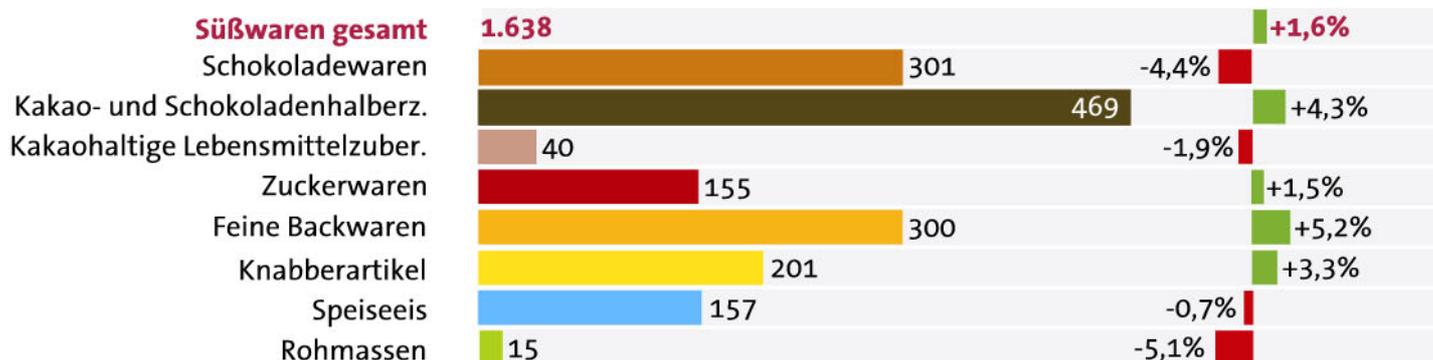
## Wert in Euro



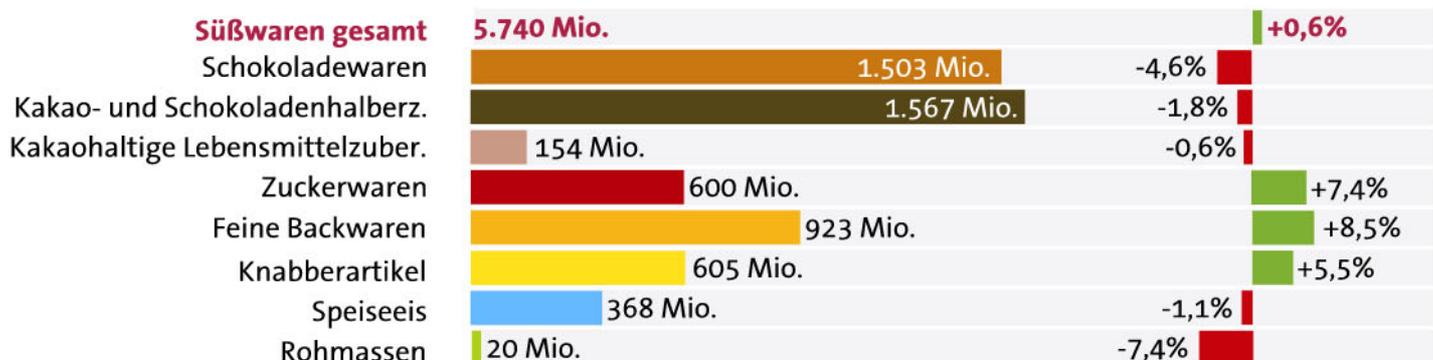
# Einfuhr von Süßwaren gesamt 2021

(Schätzung für 2021 - Veränderung zum Vorjahr in %)

## Menge in 1.000 t



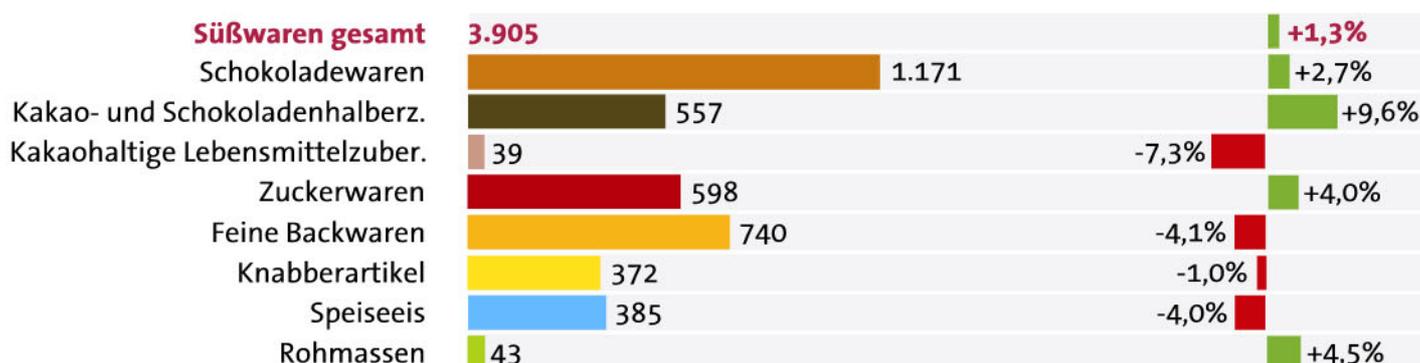
## Wert in Euro



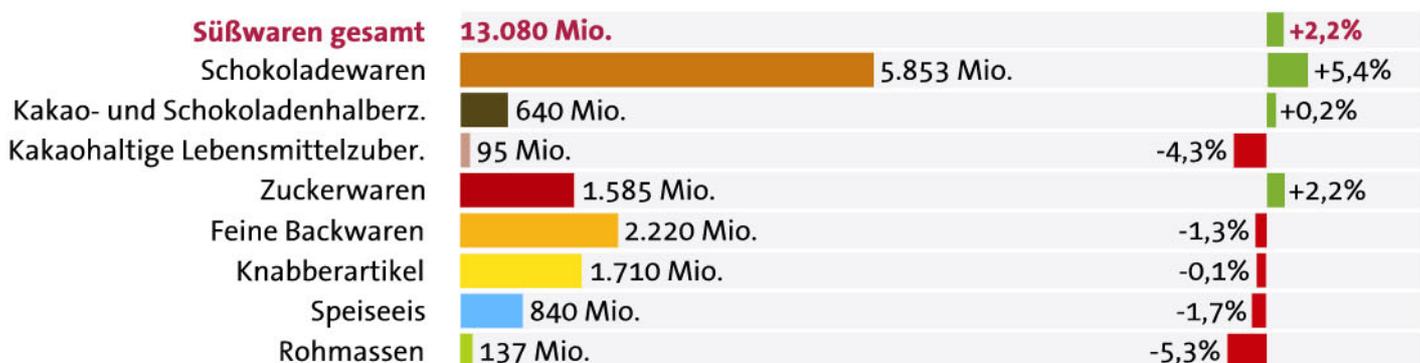
# Produktion von Süßwaren gesamt 2021

(Schätzung für 2021 - Veränderung zum Vorjahr in %)

## Menge in 1.000 t



## Wert in Euro





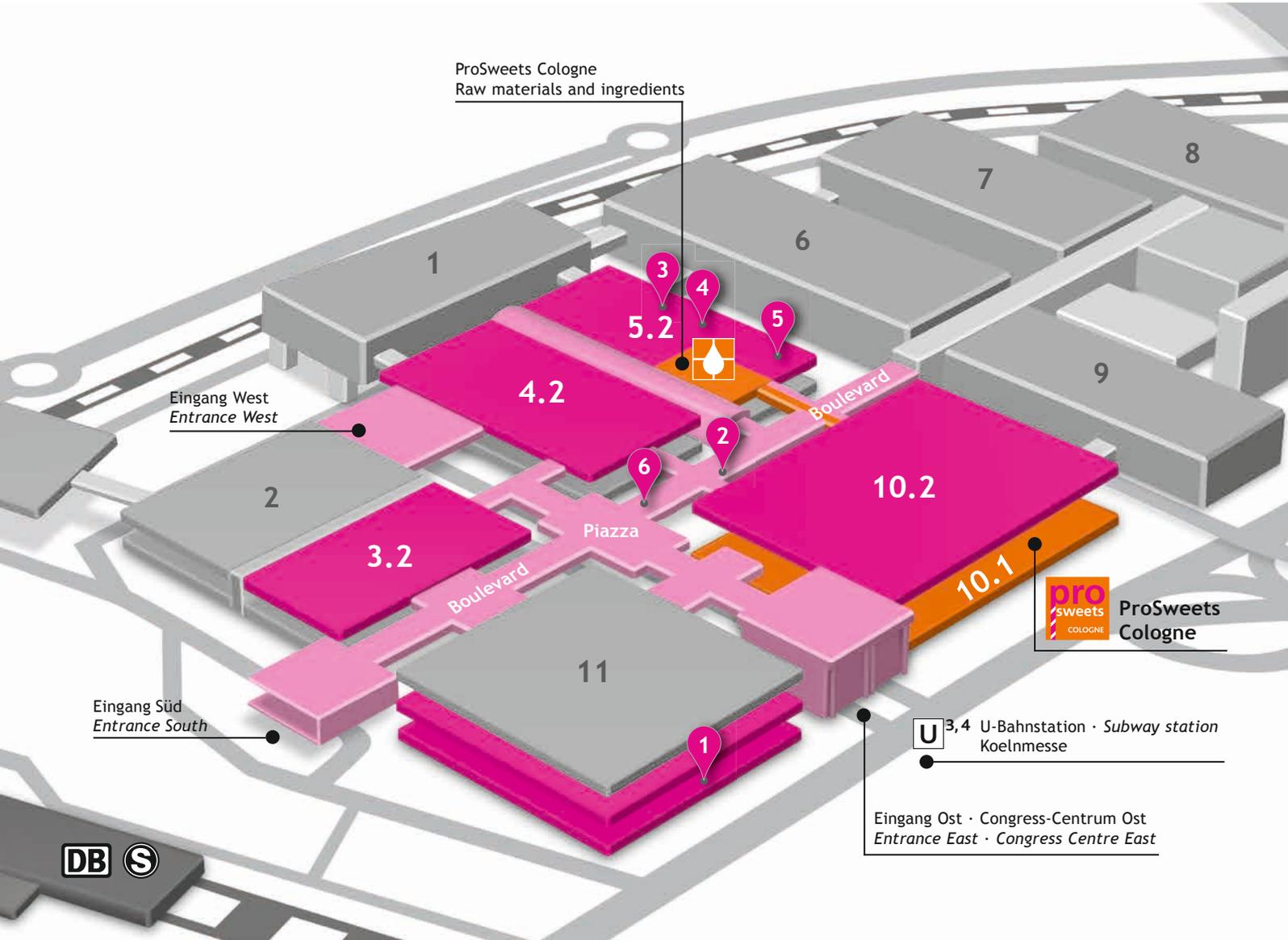
## Süßwarenindustrie auf einen Blick Schätzung für 2021

<b>Produktion Inland</b>	
<b>3.905.000 t (+1,3%)</b>	<b>13,1 Mrd. EUR (+2,2%)</b>
<b>davon Exporte gesamt:</b>	
<b>2.310.000 t (+3,4%)</b>	<b>8,9 Mrd. EUR (+4,2%)</b>
<b>Exportquote</b>	
<b>51% (Menge)</b>	<b>60% (Wert)</b>
<b>Importe gesamt:</b>	
<b>1.638.000 t (+1,6%)</b>	<b>5,7 Mrd. EUR (+0,6%)</b>
<b>Importquote</b>	
<b>40% (Menge)</b>	<b>43% (Wert)</b>
<b>Inlandsangebot *</b>	
<b>2.715.000 t (-0,2%)</b>	<b>9,2 Mrd. EUR (+2,1%)</b>
<b>Beschäftigte</b>	
<b>ca. 50.000</b>	

**Redaktionelle Pressennutzung frei - jede andere kommerzielle Nutzung ist untersagt.**

**Süßwaren: Schokolade und Schokoladewaren, Kakao- und Schokoladenhalberzeugnisse, Kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen, Zuckerwaren, Feine Backwaren, Knabberartikel, Speiseeis, Kaugummi und Rohmassen. Produktion und Inlandsangebot ohne kakaohaltige Brotaufstriche.**

**\* Das Inlandsangebot wird ohne Halberzeugnisse und Rohmassen errechnet.**



**ISM**  
Die weltweit größte Messe für Süßwaren und Snacks  
*The world's largest trade fair for sweets and snacks*

**ProSweets Cologne**  
Die internationale Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie  
*The international supplier fair for the sweets and snacks industry*

## Sonderflächen · Special Areas:

1 Newcomer Area

3 Trend Court  
› Start-up Area  
› Sweet Trends  
› Expert Stage

5 Snacks  
Trend and Natural Snacks

2 New Product Showcase

4 Finest Creations  
*Hand-Crafted*

6 Halal Market



www.prosweets.de · www.prosweets.com

# KÖLN · COLOGNE, 30.01.-02.02.2022 HALLENBELEGUNG · HALL ALLOCATION

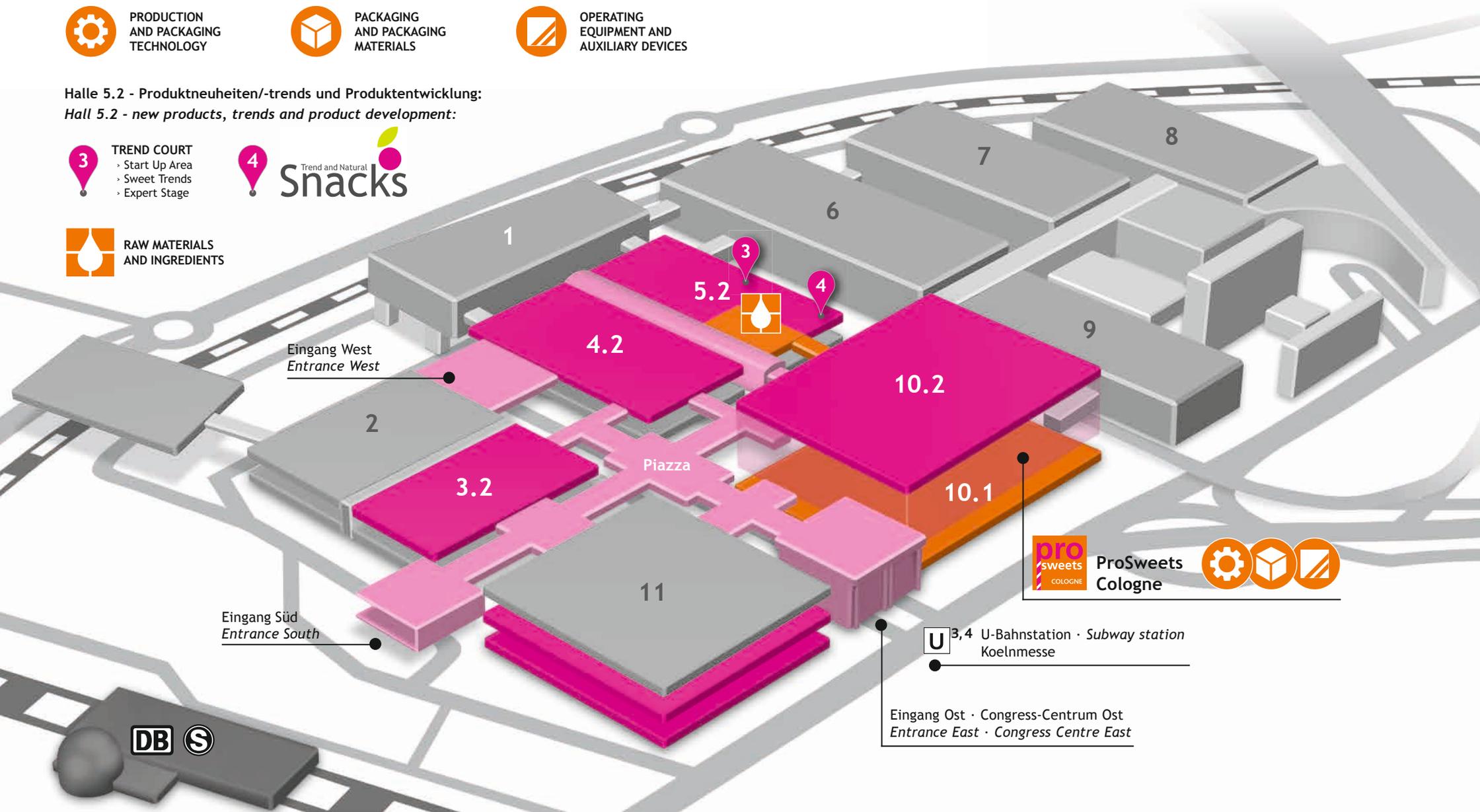
-  **ProSweets Cologne**  
Die internationale Zuliefermesse für die Süßwaren- und Snackindustrie  
*The international supplier fair for the sweets and snacks industry*
-  **ISM**  
Die weltweit größte Messe für Süßwaren und Snacks  
*The world's largest trade fair for sweets and snacks*



Halle 5.2 - Produktneuheiten/-trends und Produktentwicklung:  
*Hall 5.2 - new products, trends and product development:*



**TREND COURT**  
› Start Up Area  
› Sweet Trends  
› Expert Stage



**U** 3,4 U-Bahnstation · Subway station  
Koelnmesse

Eingang Ost · Congress-Centrum Ost  
*Entrance East · Congress Centre East*