



Köln, 18. April 2023

## **Internationale Süßwarenmesse 2023**

Ausführungen von Dr. Ludwig Veltmann,  
Hauptgeschäftsführer DER MITTELSTANDSVERBUND – ZGV e.V. und  
Mitglied des AISM

Sehr verehrte Damen, sehr geehrte Herren,

die internationale Süßwarenmesse erfreut sich im Handel einer ungebrochenen Wertschätzung. Diese findet ihren Ausdruck in dem angekündigten Besuch großer Einkaufsdelegationen aus all jenen namhaften Handelsunternehmen, die ihren Kund:innen Süßwaren anbieten. Klassische Markenprodukte stehen hierbei ebenso im Fokus des Interesses wie neue Trend- und gesundheitsorientierte Artikel.

Allen positiven Vorankündigungen jedoch zum Trotz versucht der Bundeslandwirtschafts- und Ernährungsminister, Cem Özdemir, aktuell einmal wieder, durch eine Politik des Verbotens entsprechender Werbung die Selbstverantwortung in Frage zu stellen und Bürger schlicht zu entmündigen. Selbstverständlich sollte für jeden Konsumenten beim Einkauf erkennbar sein, wieviel Zucker, Fett oder Salz ein Lebensmittel oder eine Süß- bzw. Knabberware enthält.

Wäre es aber nicht einer freiheitlichen Gesellschaft weit zuträglicher, statt eines Verbots von vermeintlich schädlicher Werbung, bei dem Verstöße ja auch noch mühsam verfolgt und sanktioniert werden müssten, sich für ein Aufklärungs- und Anreizsystem für gesunde Ernährung und vor allen Dingen mehr Bewegung stark zu

machen. Könnte es nicht die bessere grüne Mission sein, statt stereotypem Verkünden von Verboten gute Kenntnisse und Lust auf gute Ernährung in Kitas, Schulen und weiterführenden Lehreinrichtungen voranzubringen? Wer würde sich mit welcher anderen politischen Einfärbung auch immer dem nicht anschließen?

Denn wer Adipositas bei Kindern bekämpfen möchte, muss sich um Verbraucherbildung – besonders an den Schulen – kümmern, ausreichend Sport- und Bewegungsangebote machen, sowie bei Schul- und Kindertagesstättenverpflegung gesündere und ausgewogenere Kost anbieten und vor allem die Eltern einbeziehen. Werbeverbote sind kein wirkungsvoller oder erfolgsversprechender Weg. Der Einzelhandel bietet ein breites Sortiment aller Waren an. Damit können alle Kundinnen und Kunden selbst wählen, wie sie sich ernähren möchten und was sie wie oft essen wollen. Ein entscheidender Schlüssel zu gesunder Ernährung für die Kinder liegt in den meisten Fällen in den heimischen vier Wänden und in der eigenen Küche. So mühsam und schwer das im Einzelfall für viele sein mag: Ohne die Eltern und ihre Verantwortung für die Ernährung der Kinder geht es nicht. Und Ernährung und Bewegung gehören zusammen. Wenn Minister Özdemir hier echte Erfolge erzielen will, müssen dickere Bretter als ein schlichtes und nicht erfolgsversprechendes Werbeverbot gebohrt werden.

Aktuell ist die Politik besonders gefordert, die Nachteile abzuwenden, die dem Handel durch nach wie vor sehr schwierige Rahmenbedingungen entstanden sind und weiter entstehen. Die Coronazeit und die vielfältig ausgefallenen Anlässe im Freizeit-, Sport- und Kulturbereich stecken vielen Händler:innen noch in den Knochen. Und natürlich sind sie nicht ohne Einfluss auf das Süßwarengeschäft. Aktuell ist es die anhaltend hohe Inflation, die bei den Kund:innen Konsumzurückhaltung und eine Verlagerung ihres Einkaufs in das Preiseinstiegssegment auslöst.

Das ihrige zum zurückhaltenden Konsum haben zu Beginn des Winters die durch den russischen Angriff auf die Ukraine verursachten hohen Gas- und Strompreise beigetragen. Die Maßnahmen der Bundesregierung wie die Strom- und Gaspreisbremse haben spürbar geholfen, das Schlimmste zu verhindern.

Insgesamt halten viele Kundinnen und Kunden aber ihr Geld eher zusammen und es ist nicht absehbar, ob und wann die Ausgabebereitschaft früherer Jahre wieder erreicht werden wird.

Für den Handel erfreulich ist, dass sich die Eigenmarken bei der Süßware besser behaupten konnten als die Herstellermarken. Und dies, obwohl sich dieses Sortiment bis 2021 zunehmend vom Preiseinstiegssegment in das Premiumsegment verlagert hat. Eine leichte Verschiebung in die andere Richtung gibt es erst wieder seit letztem Jahr durch den Inflationseffekt.

Vielen Dank.

**Ansprechpartnerin:**

**Juliane Wehr-Ibold**

Leiterin Kommunikation und Digitalisierung

Telefon: +49(0) 30/59 00 99 661

Mobil: +49(0) 151/24226582

E-Mail: [j.wehr-ibold@mittelstandsverbund.de](mailto:j.wehr-ibold@mittelstandsverbund.de)