

## **Pressemitteilung**

### **NielsenIQ-Analyse für SWEETS GLOBAL NETWORK zeigt: Europäischer Süßwaren- und Snackmarkt trotz Preissteigerungen**

Seit vielen Monaten erhitzen die steigenden Preise insbesondere in Deutschland die Gemüter. Um ein umfassenderes Bild von Inflation und Preissteigerungen in ganz Europa zu erhalten, zeigt NielsenIQ in einer exklusiven Studie für SWEETS GLOBAL NETWORK die Entwicklung in sämtlichen europäischen Ländern (ausgenommen der Türkei) auf.

#### **Rekordausgaben für Süßwaren und Snacks in Europa**

Den Marktforschern zufolge haben die Konsumenten in allen europäischen Ländern von November 2022 bis November 2023 für Süßwaren und Snacks insgesamt 99 Mrd. Euro ausgegeben – das sind 12 Mrd. Euro bzw. 13,6 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Bemerkenswert ist, dass mehr als 10 Prozent aller Ausgaben für Fast Moving Consumer Goods (FMCG) in Höhe von 971 Mrd. Euro auf Süßwaren und Snacks entfallen. Die Branche ist damit ein Schlüsselsegment im FMCG-Bereich und stellt für den Handel in Europa eine der bedeutendsten Kategorien dar.

#### **Süßwaren und Snacks bleiben konjunkturunabhängig**

Während die Preise für alle FMCG-Produkte in Europa um 12 Prozent stiegen, liegen Süßwaren und Snacks mit 12,8 Prozent (Preis per KG) leicht über dem Schnitt, doch trotz der starken Preissteigerung ist der Absatz nicht gesunken. Im Gegenteil: Das Verkaufsvolumen hat leicht um 0,7 Prozent auf 10,1 Mio. Tonnen zugelegt. Einmal mehr bewahrheitet sich, dass die Kategorien Süßwaren und Snacks weitgehend konjunkturunabhängig sind.

#### **Starke Preissteigerungen in Polen und Osteuropa**

Die Preise stiegen in allen Ländern mit Ausnahme von Russland zweistellig an. Spitzenreiter bei den Preisanstiegen sind laut den Marktforschern Polen mit 19 Prozent und die restlichen osteuropäischen Länder mit 20,7 Prozent. Auch Großbritannien liegt

mit einem Preisanstieg von 14,2 Prozent über dem europäischen Durchschnitt, während die Preiserhöhungen in Russland mit 9,9 Prozent, in den restlichen westlichen Ländern (+ 10,0 %) und in Frankreich (+ 10,7 %) unter dem europäischen Durchschnitt lagen. Deutschland landet bei 12,9 Prozent.

### **Mengenwachstum trotz Preisanstieg**

Die mengenmäßigen Verkäufe stiegen trotz Preisanstieg dennoch in fast allen untersuchten Ländern an, vor allem in Russland (+ 4,4 %), Spanien (+ 2,9 %), Italien und Polen (beide + 1,9 %). Mengenverluste gab es lediglich in Deutschland (- 2,0 %), Schweden (- 2,1 %) und in den restlichen osteuropäischen Ländern (- 0,3 %). Europaweit lag der Durchschnitt bei einem Plus von 0,7 Prozent.

### **Segmente und ihre Entwicklung**

Beim Blick auf die verschiedenen Segmente stechen die Chips und Snackspezialitäten hervor. Die verkaufte Menge wuchs europaweit um 2,3 Prozent, obwohl sich die Preise um 16 Prozent erhöhten. Die zweithöchste Preissteigerung mit 15,4 Prozent verzeichnet das Segment Süßgebäck. Auch in der Menge konnte Süßgebäck dennoch mit 0,7 Prozent leicht zulegen. Tafelschokoladen und Riegel verteuerten sich um 11,1 Prozent, während die Menge leicht um 0,6 Prozent stieg.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der NielsenIQ-Studie, dass sich der europäische Süßwaren- und Snackmarkt trotz der anhaltenden Diskussionen über steigende Preise, Inflation und herausfordernder wirtschaftlicher Rahmenbedingungen als widerstandsfähig erweist.

Weitere Details zu den Entwicklungen in den einzelnen Ländern und Segmenten finden Sie in der beigelegten Präsentation von NielsenIQ.

### **Importzahlen 2023: Mengenverluste und starke Zuwächse beim Wert**

Die Entwicklung der Süßwarenimporte nach Deutschland lief im vergangenen Jahr in etwa konform mit der Tendenz im gesamten Markt: Einer Reduzierung der Liefermenge um 2,8 Prozent auf 1,625 (2022: 1,670) Mio. Tonnen stand eine Wertsteigerung um 13,3 Prozent auf insgesamt 7,21 (2022: 6,36) Mrd. Euro gegenüber. Mit einem Mengenplus warteten lediglich die Kakao- und Schokoladenhalberzeugnisse (+ 4,9 %) und Kakaohaltige Lebensmittelzubereitungen (+ 10,5 %) auf, allerdings auf niedrigem Niveau. Diese Zahlen sind Hochrechnungen des Bundesverbands der Deutschen

Süßwarenindustrie e.V. (BDSI) auf Basis der Zahlen, die vom Statistischen Bundesamt in den ersten drei Quartalen erhoben wurden.

Im Einzelnen weisen die Zuckerwaren die höchste Preissteigerungsrate auf, deren Importmenge 16,8 Prozent auf 144.000 Tonnen zurückging. Der Wert der Zuckerwarenlieferungen nach Deutschland stieg dagegen um 11,9 Prozent auf 735 Mio. Euro. Die Schokoladenwaren als größte Kategorie verzeichneten eine Mengenreduzierung um 3,0 Prozent auf 295.000 Tonnen – bei einem Wertzuwachs um 12,5 Prozent auf 1,92 Mrd. Euro. Im Segment Feine Backwaren waren die Einfuhren lediglich um 1,8 Prozent unter dem Niveau von 2022 (290.000 t), wobei der Wert sich um 15,0 Prozent auf 1,14 Mrd. Euro verbesserte.

Die wichtigsten Lieferländer von Süßwaren und Snacks nach Deutschland sind nach wie vor die Niederlande, Polen, Belgien, Italien, Schweiz, Österreich, Frankreich und Spanien.

München, 23. Januar 2024

Ansprechpartner:

Joachim Eckert, 089 / 45 76 90 88 10, [j.eckert@sg-network.org](mailto:j.eckert@sg-network.org)

Über SWEETS GLOBAL NETWORK:

Der internationale Süßwarenhandelsverband SWEETS GLOBAL NETWORK e. V. ist mit über 300 Mitgliedsunternehmen aus zehn Ländern das etablierte Netzwerk und die führende Kommunikationsplattform für alle Süßwarenexperten im deutschsprachigen Raum (D-A-CH) und darüber hinaus. Ein Großteil aller Unternehmen, die mit Süßwaren handeln bzw. Süßwaren herstellen (Süßwarengroßhändler, Süßwarenfachhändler, Importeure, Agenturen und Hersteller), profitieren aufgrund Ihrer Mitgliedschaft von den hochwertigen Leistungen und exklusiven Einladungen zu den Veranstaltungen des Verbandes. Dazu kommen rund 50 Fördermitglieder aus der Süßwaren-Zulieferindustrie.