



20

GESCHÄFTS- BERICHT

AUSZUG: WIRTSCHAFT & GETRÄNKEMARKT

24



DAS WIRTSCHAFTSJAHR 2024

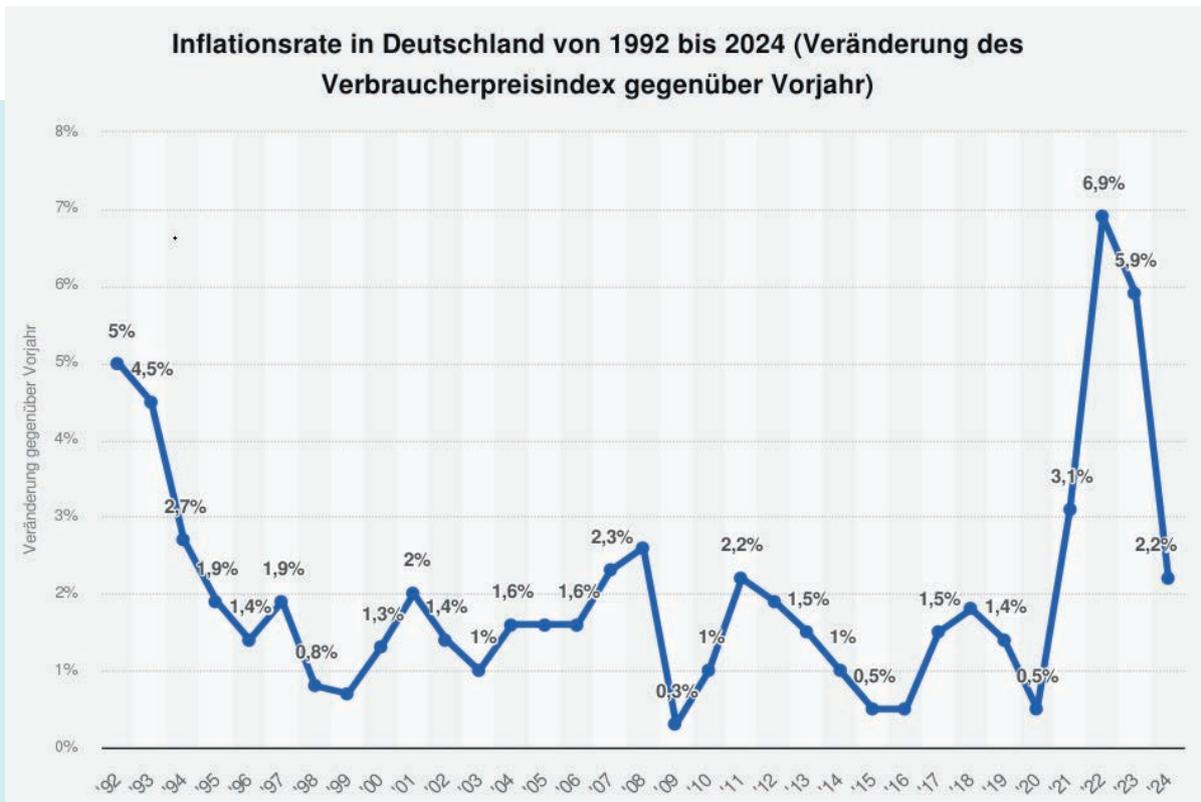
Das Jahr 2024 war erneut geprägt von anhaltenden geopolitischen Konfliktherden, einem auch in Europa stark wahrnehmbaren Wahlkampf um die im November stattfindenden Präsidentschaftswahlen in den USA sowie einer sich verändernden europäischen Sicherheitsarchitektur. Die hierzulande dringend benötigte Planungs- und Investitionssicherheit für Unternehmen blieb – branchenunabhängig – aus. Hohe Energiekosten, ein nach wie vor erhöhtes Zinsniveau und unsichere wirtschaftliche Aussichten belasteten die Wirtschaft. Außerdem sorgte

die über lange Zeit hin instabil wirkende Regierungskoalition für sehr viel Diskussion, Unsicherheit und Missmut. Der Bruch der Koalition zum Jahresende wurde von Vielen als Befreiung und Chance zum Neuanfang gewertet. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) fiel in Deutschland im Jahr 2024 somit faktisch um 0,2 Prozent niedriger aus als im Vorjahr. Kalenderbereinigt betrug der Rückgang der Wirtschaftsleistung ebenfalls 0,2 Prozent. Die deutsche Wirtschaft trat somit auf der Stelle.

VERBRAUCHERPREISE

Die Verbraucherpreise in Deutschland haben sich nach Mitteilung des Statistischen Bundesamtes (Destatis) im Jahresdurchschnitt 2024 um 2,2 Prozent gegenüber 2023 erhöht. Die Inflationsrate fiel damit deutlich geringer aus als in den drei vorangegangenen Jahren. Im Jahresdurchschnitt hatte sie 2023 bei plus 5,9 Prozent, 2022 sogar bei plus 6,9 Prozent und 2021 bei plus 3,1 Prozent gelegen.

Zuvor war im Jahresdurchschnitt eine Steigerung von 2 Prozent selten überschritten worden, zuletzt 2011 mit ebenfalls plus 2,2 Prozent. Im Dezember 2024 lag die Inflationsrate – gemessen als Veränderung des Verbraucherpreisindex (VPI) zum Vorjahresmonat – bei plus 2,6 Prozent. Sie verstärkte sich damit zum Jahresende, nachdem die monatlichen Raten bereits im 4. Quartal 2024 stetig zugelegt hatten.

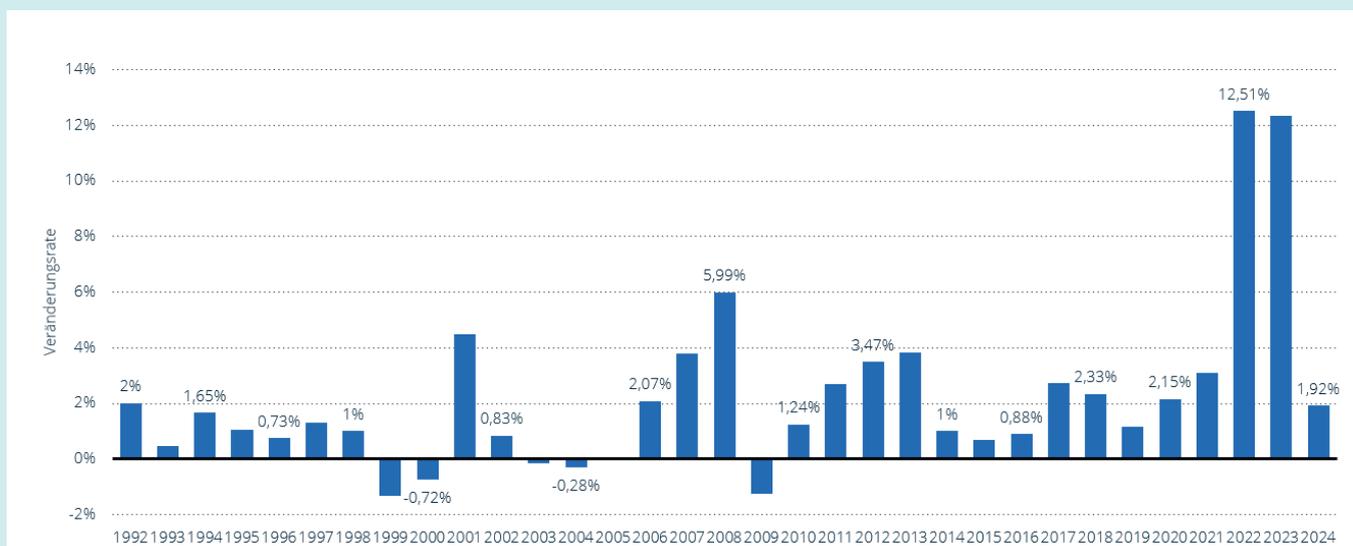


Die Jahresteuersatzrate ohne Berücksichtigung von Energie und Nahrungsmitteln, häufig auch als Kerninflation bezeichnet, lag 2024 bei plus 3,0 Prozent, nach plus 5,1 Prozent im Jahr 2023 und plus 3,8 Prozent im Jahr 2022. Im Vergleich zu den beiden Vorjahren hat sich dieser Wert abgeschwächt, er liegt damit aber weiterhin deutlich über der Gesamtteuerung. Diese Kenngröße verdeutlicht zudem, dass die Teuerung in anderen Güterbereichen im Jahresdurchschnitt 2024 weiterhin hoch war.

Die Preise für Dienstleistungen stiegen 2024 im Vergleich zum Vorjahr mit 3,8 Prozent überdurchschnittlich. Bereits 2023 verteuerten sich Dienstleistungen um 4,4 Prozent deutlich. Im Jahresdurchschnitt 2024 erhöhten sich unter anderem die Preise für Versicherungen (+13,2 Prozent) erheblich.

Unter anderem wurden auch Dienstleistungen sozialer Einrichtungen (+7,8 Prozent) sowie Gaststättendienstleistungen (+6,8 Prozent) in 2024 gegenüber 2023 spürbar teurer. Die Preise für Waren verteuerten sich im Jahresdurchschnitt 2024 gegenüber 2023 um 1,0 Prozent und damit deutlich geringer als die Kosten für Dienstleistungen. Unter den Waren erhöhten sich die Preise für Verbrauchsgüter um 0,9 Prozent. Hierbei standen Preisrückgänge bei der Energie (-3,2 Prozent) Preiserhöhungen bei den Nahrungsmitteln (+1,4 Prozent) gegenüber. Im Bereich der Nahrungsmittel wurden Speisefette und Speiseöle (+10,3 Prozent) oder Zucker, Marmelade, Honig und andere Süßwaren (+6,4 Prozent) für die Verbraucherinnen und Verbraucher 2024 gegenüber 2023 spürbar teurer. Dagegen waren Molkereiprodukte (-2,1 Prozent) und Gemüse (-1,5 Prozent) günstiger. Darüber hinaus stiegen die Preise für alkoholfreie Getränke (+6,4 Prozent) im Jahresdurchschnitt.

ENTWICKLUNG DER VERBRAUCHERPREISE FÜR NAHRUNGSMITTEL UND ALKOHOLFREIE GETRÄNKE IN DEUTSCHLAND IN DEN JAHREN 1992 BIS 2024 (GEGENÜBER DEM VORJAHR)



Quelle: Statistisches Bundesamt; ID 2217

Auch wenn das Schreckgespenst Inflation im Jahr 2024 gebändigt werden konnte, war das vergangene Jahr kein gutes für die deutsche Wirtschaft. Nach 2023 ist sie im vergangenen Jahr erneut in die Rezession gerutscht. Zuletzt gab es zwei Rezessionsjahre in Folge in den Jahren 2002/03.

Die deutsche Konjunktur wurde im abgelaufenen Jahr gleich von mehreren Seiten ausgebremst. Der angesichts steigender Reallöhne erwartete Konsumboom der

Verbraucher blieb zur Enttäuschung vieler aus, weil die Kaufkraft einbußen während der Vorjahre noch nicht wieder ausgeglichen wurden. Zudem nahm die Sorge um den Arbeitsplatz vieler Deutscher wieder zu, die deshalb nach wie vor oft sparten. So haben im Jahr 2024 die privaten Haushalte in Deutschland rund 11,3 Prozent ihres Einkommens zur Seite gelegt – Gelder, die dem Konsum und damit der wirtschaftlichen Entwicklung nicht zur Verfügung standen.

Auch die Baubranche kämpfte mit einer schwachen Nachfrage, da für viele potenzielle Bauherren der Traum vom Eigenheim wegen der hohen Finanzierungs- und Materialkosten platzte. Den Exporteuren wiederum macht die schwache Nachfrage aus China zu schaffen. Hinzu gesellten sich politische Unsicherheiten - vom russischen Krieg gegen die Ukraine bis hin zu den haushaltspolitischen Turbulenzen in der Bundesregierung und dem Platzen der Ampel-Regierung.

Nach Experteneinschätzung wirkte die ungewisse weltpolitische und innerdeutsche Lage belastend, so dass viele Privathaushalte und Unternehmen in 2024 im großen Maße verunsichert waren. Neben der dringend notwendigen Anpassung von Standortbedingungen sei vor allem auch ein Mentalitätsproblem zu bewältigen, um die Stimmung in der deutschen Wirtschaft wieder zu verbessern.



ARBEITSMARKT

Die Arbeitslosigkeit und Unterbeschäftigung sind 2024 jahresdurchschnittlich aufgrund der schwachen Wirtschaftsentwicklung gestiegen. Auf längere Sicht betrachtet, bewegten sie sich aber nach wie vor auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Die Anstiege beruhten dabei besonders auf der schwachen Wirtschaftsentwicklung mit einer nur geringen Zunahme in der Erwerbstätigkeit und einer rückläufigen Arbeitskräftenachfrage, wodurch es für Arbeitslose schwieriger war, eine neue Stelle zu finden.

Die Zahl der Arbeitslosen in Deutschland erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 178.000 auf insgesamt 2.787.000 Menschen. Die Unterbeschäftigung, die neben der Arbeitslosigkeit auch Arbeitsmarktpolitik und kurzfristige Arbeitsunfähigkeit umfasst, nahm gegenüber 2023 um die Zahl 130.000 auf 3.578.000 Personen zu.

Ferner führte die schwache konjunkturelle Lage zu einer erhöhten Inanspruchnahme von Kurzarbeit.

Damit sicherten Betriebe in größerem Umfang als im Vorjahr ihre Beschäftigung durch konjunkturell bedingte Kurzarbeit. Nach einer ersten Schätzung der Statistik der Bundesagentur für Arbeit betrug die jahresdurchschnittliche Kurzarbeiterzahl (inklusive Saisonkurzarbeitergeld und Transferkurzarbeitergeld) im Jahr 2024 insgesamt rund 320.000, nach 241.000 im Jahr 2023.

Bei einem durchschnittlichen Arbeitsausfall von etwa 28 Prozent hat der Einsatz von Kurzarbeit rechnerisch Arbeitsplätze für rund 90.000 Beschäftigte gesichert und deren (vorübergehende) Arbeitslosigkeit verhindert.

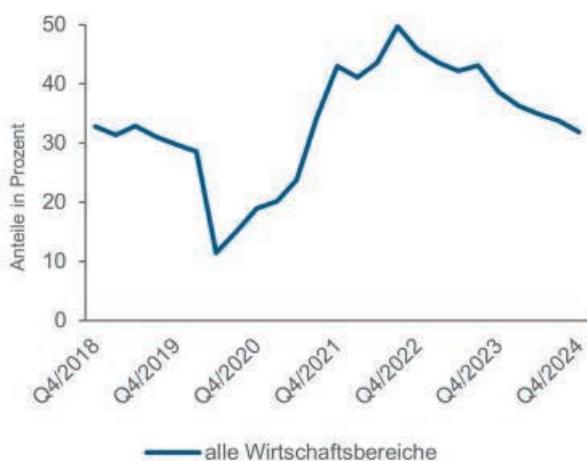
Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten stieg im zurückliegenden Jahr nur leicht an. Im Jahresdurchschnitt um rund 72.000 Erwerbstätige auf insgesamt 46,08 Millionen. Der Jahreswert der sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung hat nach Angaben der Statistik der Bundesagentur für Arbeit von Juni 2023 auf Juni 2024 um 128.000 auf 34,84 Millionen zugenommen. Der Anstieg fällt damit nur halb so hoch aus wie im Vorjahr und geht ausschließlich auf ein Plus bei der Beschäftigung von Ausländern zurück. Zudem hielt das Wachstum in den Dienstleistungsbranchen weiter an, während die konjunkturelle Schwäche insbesondere im Produzierenden Gewerbe zu einem merklichen Rückgang geführt hat.

Auch die geringfügig entlohnte Beschäftigung ist gewachsen. Sie ist im Juni 2024 im Vergleich zum Vorjahresmonat um 78.000 auf 7,68 Millionen gestiegen, wobei der Anstieg ausschließlich auf die geringfügig entlohnte Beschäftigung im Nebenjob zurückgeht.

Die Nachfrage an Arbeitskräften ließ weiter nach. Dieser Trend setzte sich in den letzten zwei Jahren fort. Mit einem jahresdurchschnittlichen Bestand von 694.000 gemeldeten Arbeitsstellen lag die Arbeitskräftenachfrage 2024 um 67.000 Arbeitsplätze niedriger als im Jahr 2023. Auch die Stellenzugänge, die ein besserer Indikator für die aktuelle Einstellungsbereitschaft der Betriebe sind, gingen aufgrund der schwachen Konjunktur weiter zurück. In Summe wurden 2024 mit 1.500.000 Stellen 132.000 weniger gemeldet als 2023 –und damit so wenige wie noch nie in den letzten 25 Jahren.

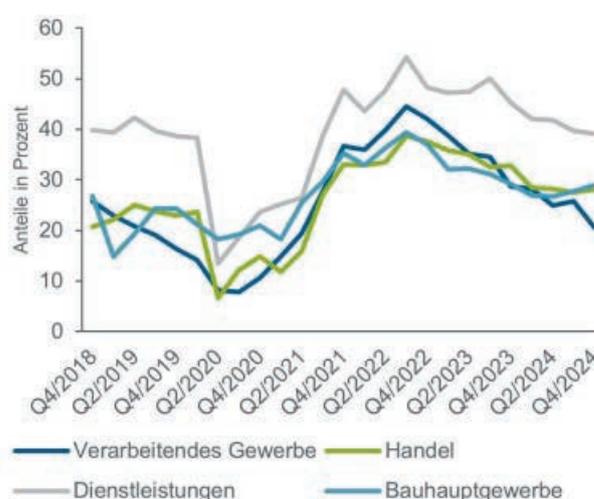
Trotz der Zunahme an Arbeitskräften am Arbeitsmarkt, beklagen im Dienstleistungsbereich Ende 2024 rund 39 Prozent der Unternehmen fehlende Fachkräfte. In einzelnen Teilsegmenten stieg der Fachkräftemangel weiter. Im Großhandel und im Bauhauptgewerbe hat sich der Fachkräftemangel ebenfalls wieder leicht verstärkt. Hier sind 26 Prozent bzw. 29 Prozent der Unternehmen betroffen. So haben Mitte 2024 rund 120 Unternehmen des Getränkefachgroßhandels im Rahmen der alljährlichen Konjunkturumfrage des BV GFGH fast 400 nicht besetzte Stellen, insbesondere in der Lagerlogistik und bei den Berufskraftfahrern, gemeldet. Das Thema der fehlenden und qualifizierten Kraftfahrer war auch 2024 für weite Teile der Branche prägend und umsatzverhindernd.

KfW-ifo-Fachkräftebarometer



Anteile der Unternehmen mit Behinderungen der Geschäftstätigkeit durch Fachkräftemangel. Q4/2024 bedeutet z. B. 4. Quartal 2024, wobei die Befragung jeweils im ersten Monat des Quartals durchgeführt wird, das heißt aktuell im Oktober.

KfW-ifo-Fachkräftebarometer Wirtschaftsbereiche



DER GETRÄNKEMARKT IM ÜBERBLICK

BRAUWIRTSCHAFT

Für die Brauwirtschaft und die mit ihr eng verbundenen Handels- und Vermarktungspartner war trotz aller Hoffnungen, das Jahr 2024 enttäuschend. Das Jahr brachte zahlreiche Unternehmen der Branche an den Rand ihrer Belastbarkeit. Die Absatzentwicklung glich einer Achterbahnfahrt an deren Ende ein sattes Minus von 2,0 Prozent beim Inlandsabsatz stand. Hatte der Bier-Absatz bis Mai 2024 im Inland noch ein Plus von 2,5 Prozent aufgewiesen, drehte der Markt über den Sommer überraschend deutlich ins Minus und bescherte somit das sechste Jahr in Folge einen rückgängigen Absatz. Insgesamt verlor die Branche rund 1,2 Millionen Hektorliter gegenüber dem Vorjahr.

Zu dieser außergewöhnlich volatilen Entwicklung haben die Wetterkapriolen beigetragen, mit Regenperioden im Frühjahr und Sommer. Viele Biergartenbesuche fielen buchstäblich ins Wasser. Betroffen waren auch Events rund um die Fußball-Europameisterschaft, auf die so viele Gastronomen im Vorfeld gehofft hatten. Unabhängig von diesen Einflüssen war die Absatzentwicklung nach Einschätzung des Deutschen Brauer-Bundes (DBB) geprägt von einer negativen Grundtendenz infolge der Ausgabenzurückhaltung der Verbraucher, die insbesondere die Gastronomie zu spüren bekam.

ABSATZENTWICKLUNG DER BRAUWIRTSCHAFT IN DEN LETZTEN 10 JAHREN



Quelle: Statistisches Bundesamt, DBB (2025)

DIE ZAHL DER BRAUEREIEN IN DEUTSCHLAND SINKT – ERSTMALS SEIT JAHRZEHNTE

Laut den vorläufigen Zahlen des Statistischen Bundesamts sank in den vergangenen fünf Jahren erstmals seit Jahrzehnten die Anzahl der Brauereien in Deutschland um 93 Unternehmen auf 1.459 Betriebe. Damit hat sich der jahrelang laufende Trend umgekehrt, der vor allem auf Craft-Bier und die davon erzeugte Gründerwelle zurückzuführen war.

Der Rückgang trifft aber auch viele Traditionshäuser: „Bei den Betriebsaufgaben sehen wir etwa gleich viele Gründer wie alte Familienbetriebe“, beschrieb DBB-Präsident Christian Weber die Entwicklung. Zudem seien Gründungen, welche die Lücken füllen könnten, inzwischen sehr viel seltener geworden. „Existenzgründern fehlt – wie der ganzen Wirtschaft – die Planungssicherheit.“

In absoluten Zahlen trifft der Rückgang der vergangenen Jahre das Bundesland Bayern mit 50 geschlossenen Braustätten am stärksten. Allerdings hat der Freistaat mit weiterhin 598 aktiven Brauereien die meisten in Deutschland. Der Rückgang von acht Prozent ist im Verhältnis höher als der bundesweite Wert von sechs Prozent. Dahinter folgen Nordrhein-Westfalen, wo es 24 Brauereien weniger gibt, und Hessen mit einem Minus von 14 Brauereien. Angesichts einer niedrigeren Zahl an Brauereien sind die relativen Rückgänge dort mit 15 und 16 Prozent aber sehr viel höher.

Die Liste von Ursachen für die negative Entwicklung ist lang: Erst kam die Corona-, dann die Energiepreiskrise. Da ist gerade bei kleineren Betrieben viel Kapital abgeflossen. Jetzt kommt noch die allgemeine Konsumzurückhaltung hinzu. Gegenüber den großen Lebensmittelkonzernen können Brauereien die Preise, die sie eigentlich nehmen müssten, kaum durchsetzen. Das ergibt für manche Betriebe dann eine Falle, aus der sie nicht mehr herauskommen. Irgendwann ist die Kapitaldecke so dünn geworden und die Reserven aufgebraucht, dass eine unternehmensbedeutsame Entscheidung getroffen werden muss. Das bedeutet leider immer häufiger, den Betrieb nach drei, vier oder sogar sieben Generationen zu schließen.

Hinzu kommt, dass bei vielen Brauereien in den kommenden Jahren und Jahrzehnten große Investitionen anstehen, um bis spätestens 2045 klimaneutral zu sein. „Wer eine Brauerei von Gas auf Strom umstellt, muss seine Anlagen zu 80 Prozent neu aufbauen, wobei manche der benötigten neuen Technologien noch gar nicht entwickelt sind“, so Weber. „Dieser Aspekt spielt für viele Betriebe schon jetzt eine große Rolle bei der Frage, wie sie sich zukünftig aufstellen. Ob die Stromkosten planbar sind und wie sie sich entwickeln, wird in den kommenden Jahren zur Schicksalsfrage für die ganze deutsche Brauereilandschaft“, betont er.

DEUTSCHE BRAUWITSCHAFT IN ZAHLEN

	Einheit	2017 ^{z11}	2018 ^{z11}	2019 ^{z11}	2020 ^{z11}	2021 ^{z11}	2022 ^{z11}	2023 ^{z11}	2023 ^{z22}	2024 ^{z22}
Betriebene Braustätten	Anzahl	1.500	1.542	1.552	1.536	1.521	1.521	1.511 ^b	1.511 ^b	1.459 ^a
Bierabsatz	1.000 hl	93.547	94.008	92.195	87.168	85.318	87.703	83.762 ^b	83.762 ^b	82.567 ^a
Bierausstoß	1.000 hl	93.013	93.652	91.610	87.027	85.378	87.811	84.782 ^b	84.782 ^b	83.925 ^a
davon Alkoholfrei	1.000 hl	6.244	6.800	6.668	6.628	6.614	6.691	6.654 ^b	6.654 ^b	6.938 ^a
Bierausfuhr	1.000 hl	15.779	15.853	15.988	15.331	15.875	15.050	14.434 ^b	14.434 ^b	14.426 ^a
Biereinfuhr	1.000 hl	6.779	7.200	7.347	6.895	6.529	6.585	5.635 ^b	5.635 ^b	5.583 ^a
Pro-Kopf-Verbrauch^c	Liter	98,0	99,0	96,8	92,4	89,4	91,9	88,0	89,3	88,0 ^a
davon Alkoholfrei ^c	Liter	7,6	8,2	8,0	8,0	7,9	7,9	7,9	8,0	8,3 ^a
Beschäftigte (Betriebe mit mehr als 20 Beschäftigten)	Anzahl	27.233	27.561	28.133	27.295	27.242	27.916	27.524	27.524	27.303
Umsatz (Betriebe mit mehr als 20 Beschäftigten)	Mio. €	7.843	8.296	8.347	7.612	7.553	8.430	8.931	8.931	9.008
Biersteuer	Mio. €	664	655	617	566	584	600	580	580	558

a: Vorläufiger Wert

b: nachkorrigiert

c: Vergleich verschiedener Jahre nicht möglich, weil Bevölkerungsentwicklung überwiegt

Stand: 14. April 2025

z11: Bevölkerung aus Zensus 2011; z22: Bevölkerung aus Zensus 2022

Quellen: Statistisches Bundesamt, Getränke-Info GfR/Christiane Hohmann, eigene Berechnungen





MINERALWASSER

ABSATZ GESTIEGEN MINERALWASSER GENIESST HOHES VERTRAUEN

Die Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland schätzen die hohe Qualität von natürlichem Mineralwasser. Laut aktuellen Branchendaten des Verbands Deutscher Mineralbrunnen (VDM) ist 2024 der Absatz von Mineralwasser und Heilwasser um 1,9 Prozent gestiegen. Die deutschen Mineralbrunnen haben insgesamt 9,9 Milliarden Liter Mineral- und Heilwasser abgesetzt – rund 200 Millionen Liter mehr als im Vorjahr. „Mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von 125,6 Litern ist Mineralwasser einer der wichtigsten Flüssigkeitslieferanten der Menschen in Deutschland“, sagt Jürgen Reichle, Geschäftsführer des VDM. Der Gesamtabsatz der Mineralbrunnenbranche, bezogen auf Mineralwasser, Heilwasser und Mineralbrunnen-Erfrischungsgetränke ist 2024 um 1,5 Prozent auf insgesamt 13 Milliarden Liter angestiegen. Mit einem Plus von 16,7 Prozent, hat sich im Jahr 2024 insbesondere der Absatz von Mineralwasser mit Aroma sehr positiv entwickelt.

Die Bilanz: 95 Prozent der Menschen in Deutschland trinken Mineralwasser – und tun dies immer häufiger. Sie schätzen die hohe Qualität, die regionale Vielfalt und den erfrischenden Geschmack des ursprünglich reinen Naturprodukts. „Die deutschen Mineralbrunnen konnten den überdurchschnittlichen Absatzeinbruch in einem zu nassen und zu kalten Juni ausgleichen und 2024 insgesamt mit einem Absatzplus abschließen“, erklärt der Experte.

Diese hohe Akzeptanz spiegelt sich erfreulicherweise auch im Getränkehandel wieder, wenngleich das Mineralwasser-Umsatzwachstum in allen LEH-Kanälen (bis auf SM klein) größer ist als im Getränkefachmarkt. Hier bleibt der Fachmarkt hinter der Branche.

Markets	Umsatz (in Mio)	Umsatz (in Mio)	%-Ver. Umsatz vs VJ	%-Ver. Umsatz vs VJ	Absatz (GESAMT) (in Mio) *	Absatz (GESAMT) (in Mio)	%-Ver. Absatz (GESAMT) vs VJ	%-Ver. Absatz (GESAMT) vs VJ
	YTD VJ bis 31/12/23	YTD bis 29/12/24	YTD VJ bis 31/12/23	YTD bis 29/12/24	YTD VJ bis 31/12/23	YTD bis 29/12/24	YTD VJ bis 31/12/23	YTD bis 29/12/24
LEH+DM+C&C+GAM+TS Scan	4.854.1	5.265.3	4.0	8.5	11.698.6	11.975.7	-3.8	2.4
VM gross	840.4	901.8	4.6	7.3	1.922.7	1.996.6	-3.1	3.8
VM klein	1.146.1	1.260.5	6.8	10.0	2.332.6	2.420.8	-1.7	3.8
SM gross	232.3	247.8	2.9	6.7	476.9	478.4	-7.4	0.3
SM klein	22.7	23.2	-3.8	2.2	43.4	41.9	-11.7	-3.6
Discounter ALN	704.5	796.9	0.9	13.1	3.163.2	3.264.9	-4.4	3.2
Discounter kooperierend	440.0	469.7	8.0	6.8	1.314.1	1.320.5	-5.0	0.5
Drogeriemaerkte	52.7	60.8	24.5	15.5	46.7	51.8	14.7	11.0
GAM	1.264.1	1.347.4	2.3	6.6	2.122.2	2.168.9	-4.6	1.7
Tankstellen Scanning	64.7	68.6	11.2	6.0	30.1	30.8	6.1	2.4

Für 2025 prognostiziert der VDM aufgrund dieser Erfahrungen und Entwicklungen ein positives Jahr. Dennoch wird sich die Getränke- und Mineralbrunnenbranche weiterhin in einem schwierigen Umfeld mit hohem Kostendruck und fragiler Investitionssicherheit behaupten müssen.

Natürliches Mineralwasser ist bei vielen Menschen fest in den Alltag integriert und Bestandteil einer ausgewogenen Ernährung. Besonders stilles Mineralwasser wird bei immer mehr Verbraucherinnen und Verbrauchern beliebt. Der natürliche Durstlöcher ohne CO₂ verzeichnet ein überdurchschnittliches Wachstumsplus von 7 Prozent

und kommt damit auf einen Marktanteil von rund 25 Prozent. Unangefochten an der Spitze der bevorzugten Durstlöcher ist Mineralwasser mit Kohlensäure, das bei 3 von 4 Menschen in Deutschland auf der Einkaufsliste steht (39,5 Prozent Marktanteil mit wenig CO₂ und 32,8 Prozent mit viel CO₂).

Im Durchschnitt trinken die Menschen in Deutschland mindestens eine halbe Flasche Mineralwasser (0,35 Liter) pro Tag und decken damit rund ein Viertel ihres täglichen Flüssigkeitsbedarfs.

VORLÄUFIGE BRANCHENDATEN 2024

Jahr		2024	VÄ	2023
Absatz Branche gesamt:		13.041,0 Mio. l	1,5 %	12.854,2 Mio. l
Absatz Mineral- und Heilwasser:		9.935,4 Mio. l	1,9 %	9.748,3 Mio. l
Absatz Wassersorten:				
• Mineralwasser mit CO ₂	(32,8 %)	3.262,8 Mio. l	0,0 %	3.262,5 Mio. l
• Mineralwasser wenig CO ₂	(39,5 %)	3.928,9 Mio. l	- 0,2 %	3.937,1 Mio. l
• Mineralwasser ohne CO ₂	(24,9 %)	2.473,9 Mio. l	7,0 %	2.311,6 Mio. l
• Mineralwasser mit Aroma	(2,0 %)	198,7 Mio. l	16,7 %	170,3 Mio. l
• Heilwasser	(0,7 %)	71,1 Mio. l	6,6 %	66,7 Mio. l
Absatz Mineralbrunnen-Erfrischungsgetränke:		3.105,6 Mio. l	0,0 %	3.105,9 Mio. l
Pro-Kopf-Verbrauch:		162,2 l		161,1 l
• Mineral- und Heilwasser		125,6 l		124,3 l
• Mineralbrunnen-Erfrischungsgetränke		36,7 l		36,8 l
Anteile Verpackungen:				
• Glas-Mehrweg		20,4 %		20,3 %
• PET-Mehrweg		14,6 %		14,6 %
• PETCYCLE/Rücklauf		5,1 %		5,1 %
• PET-Einweg		59,5 %		59,8 %
• Sonstige		0,4 %		0,2 %
Import Mineralwasser:		1.071,6 Mio. l*	- 1,3 %	1.085,3 Mio. l
Export Mineralwasser:		421,2 Mio. l*	5,4 %	399,7 Mio. l



FRUCHTSAFT

RÜCKGANG BEI FRUCHTSAFT UND FRUCHTNEKTAR GERINGER ALS ERWARTET

Die seit mehr als drei Jahren verstärkt unter Druck stehenden Verbräuche bei Fruchtsaft und Fruchtnektaren sind in 2024 geringer gesunken als erwartet. Dennoch fiel der Pro-Kopf-Verbrauch der Konsumenten nach Angaben des Verbandes der deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V. (VdF) von 26 Liter auf 24 Liter. Der Konsum von 100%-Fruchtsäften sank zwar um 2,5 Liter, konnte jedoch teilweise durch den Anstieg von Nektaren um 0,5 Liter pro Kopf kompensiert werden.

Besonders gebeutelt wurde der Orangensaft, der um 2,6 Liter zurückging. Eine Konsumzunahme vermeldeten Zitrusnektare, Traubensaft, Grapefruitsaft und Gemüsesäfte. Einer der Gründe für die Absatzzurückgänge sind die

gestiegenen Rohwarenkosten, welche die Branche seit Jahren in Atem halten. Ein Beispiel dafür: Der Preis für eine Tonne Orangensaftkonzentrat hat in den vergangenen zwei Jahren eine Preissteigerung von 2.000 \$ auf 7.000 \$ erlebt. Dieser Sprung ist hauptsächlich auf die Orangenkrankheit „Greenig“ zurückzuführen, die durch ein Bakterium hervorgerufen wird und zum Absterben ganzer Plantagen führt. Durch pflanzenbauliche und anbautechnische Maßnahmen wird versucht, dieser Entwicklung entgegenzuwirken. Zum anderen führten Spätfröste bei Äpfeln und Rhabarber zu einer niedrigeren Ernte. Auch bei Ananas sind Knappheiten zu verzeichnen. Die derzeitigen Zölle von 12,2 Prozent auf Orangensaft aus den Mercosur-Staaten verschärfen die Verteuerung zusätzlich.

VERFÜGBARKEIT VON ANANAS UND ORANGEN EINGESCHRÄNKT

Seit mehreren Monaten ist die gelbe Tropenfrucht nur schwer verfügbar. Besonders betroffen sind die Hauptlieferländer Thailand und Costa Rica. In Mittelamerika haben die Klimaphänomene „La Niña und El Niño“ zu ausbleibenden Regenfällen geführt, wodurch die **Ananas** kleiner ausfällt und weniger Ware für den Frischmarkt zur Verfügung steht. Gleichzeitig spitzt sich die Situation auf dem Weltmarkt weiter zu: Direktsaft, der überwiegend aus Costa Rica stammt, ist durch die gestiegenen Beschaffungskosten deutlich teurer geworden.

Gleichzeitig sorgt die anhaltend unzureichende Wasser-

versorgung in Thailand, dem weltweit bedeutendsten Lieferland für Konzentrate, für ein rückläufiges Angebot. Viele Verarbeitungsbetriebe können daher derzeit nicht im vollen Umfang produzieren. Das hat spürbare Folgen für die Fruchtsaftindustrie in Deutschland und erhöht den Druck auf die Hersteller. Die ohnehin angespannte Marktlage verschärft sich weiter – und kann sich auf die Verfügbarkeit und die Preise im Handel auswirken.

Orangensaft-Krise verschärft sich – Aktuelle Ernteprognose aus Brasilien zeigt eine Zuspitzung der kritischen Marktsituation.

Die aktuellen Prognosen aus Brasilien, dem weltweit größten Produzenten von Orangensaft und mit 80 Prozent Weltmarktanteil auch der wichtigste EU-Lieferant, deuten auf einen erheblichen Rückgang der Orangenernte für die Jahre 2024 und 2025 hin. Mit einem geschätzten Rückgang von rund 25 Prozent im Vergleich zum Jahr 2023 prognostiziert der VdF die schlechteste Ernte seit 36 Jahren.

„Der kontinuierliche Rückgang der brasilianischen Orangeproduktion in den vergangenen Jahren hat die Lagerbestände auf null sinken lassen und die Verfügbarkeit von Orangensaftkonzentrat massiv eingeschränkt“, erklärt Klaus Heitlinger, Geschäftsführer des Verbandes der

deutschen Fruchtsaft-Industrie e. V. (VdF) die Situation. Die Mitte 2024 vom Fundecitrus, dem Gesamtverband der brasilianischen Citruswirtschaft, prognostizierte Menge für die Saison 2024/2025 stellt nochmals einen erheblichen Rückgang von rund 25 Prozent gegenüber der letzten Ernte dar, die ebenfalls bereits unterdurchschnittlich abgeschlossen wurde. Laut VdF ergeben im Vergleich zur jährlichen Produktion von 7 Milliarden Litern Orangensaft die 25 Prozent einen Rückgang von rund 1,7 Milliarden Litern. Das bedeutet, dass pro EU-Bürger etwa vier Liter Orangensaft weniger zur Verfügung stehen. Zum Vergleich: Der Pro-Kopf-Verbrauch des Getränks in Deutschland lag im Jahr 2023 bei 6,8 Litern.



Quelle: USDA, Rabobank 2024

Diese Entwicklung hat direkte Auswirkungen auf den deutschen Markt: Die Verfügbarkeit von Orangensaftkonzentrat bleibt kritisch und wird voraussichtlich zu weiteren Kostensteigerungen führen. An den Rohstoffbörsen wird Orangensaft derzeit mit einem Aufpreis von bis zu 150 Prozent gegenüber Anfang 2022 gehandelt. Eine

Seit Jahren ist der brasilianische Citrusgürtel vom El Niño-Phänomen betroffen. In der aktuellen Saison führte die Kombination aus hohen Temperaturen und einem starken Wassermangel während der entscheidenden Blütezeit zu einer wesentlich geringeren Fruchtbildung. Insgesamt sind die Ernten seit 2020 rückläufig und liegen unter dem 10-Jahres-Schnitt.

Hinzu kommt das Citrus Greening, eine Krankheit, die zum Absterben der Bäume und damit zur Vernichtung ganzer Orangenplantagen führt. Bereits 40 bis 80 Prozent der Orangenbäume im brasilianischen Citrusgürtel sind befallen. Gleichzeitig ist die weltweite Nachfrage nach Orangensaft unverändert hoch. Die geringere Ernte bei gleichbleibender Nachfrage führt zu einem starken Anstieg der Rohstoffpreise.

Entspannung der Situation ist in den nächsten Jahren nicht zu erwarten. An der Gesamtsituation wird sich kurzfristig nichts ändern, da der notwendige Umbau der brasilianischen Citruswirtschaft Zeit und erhebliche finanzielle Investitionen erfordert.

HISTORISCHE VERKAUFSPREISE FÜR MOSTÄPFEL

Aus einem Bericht des VdF geht hervor, dass die Mostobsternte im Jahr 2024 für die Erzeuger preislich sehr zufriedenstellend war. Aufgrund einer europaweit geringen Apfelernte wurde das heimische Streu- und Mostobst zu Höchstpreisen verarbeitet. Für 100 Kg Mostäpfel wurden frei Silo durchschnittlich 28,00 Euro bezahlt.

Die europaweit niedrige Mostobsternte traf auf weitgehend geräumte Lagerbestände von Apfelsaft, die daher gezahlte Höchstpreise hervorriefen. Dies gilt sowohl für den Direktsaft, der in Deutschland am Markt vorherrschend ist, als auch für das Apfelsaftkonzentrat. Dieses

lag nach Angaben von verschiedenen Marktportalen bei rund 2,60 Euro – ein historischer Wert.

Für Bio-Äpfel wurden sogar durchschnittlich 40,00 EUR/100kg frei Silo bezahlt. Die hohen Apfelpreise reihen sich in die gestiegenen Rohwarenpreise der letzten Jahre ein. So befindet sich Orangensaftkonzentrat ebenfalls auf einem historischen Höchststand. Auch schwarze Johannisbeeren und Kirschen als rote Früchte bewegen sich in hohen Preisregionen. Der Apfel rundet nun mit Höchstwerten die Preissteigerungen bei Früchten ab.



WEIN

In Deutschland wurde im Jahr 2024 erneut weniger Wein konsumiert. Die Menge des eingekauften Weins sank um 4 Prozent und der damit erzielte Umsatz um 5 Prozent. Deutsche Weine waren mit einem Minus von 5 Prozent beim Absatz und 6 Prozent beim Umsatz stärker betroffen als aus dem Ausland importierte Weine. Die Gründe dafür sieht das DWI insbesondere im demographischen Wandel, in den veränderten Konsumgewohnheiten der Verbraucher sowie in dem konjunkturbedingt kostenbewussten Einkaufsverhalten der Konsumenten.

Der Durchschnittspreis sowohl internationaler als auch deutscher Weine ist erstmals seit 2010 wieder leicht gesunken, jeweils um 0,04 Euro/l, so das DWI. Da die internationalen Weine mit 3,72 Euro/l etwas günstiger gewesen sind als die aus dem eigenen Land (4,47 Euro/l), ist eine etwas stärkere Nachfrage der Weine aus dem Ausland zu verzeichnen. In 2024 haben rund 4 Prozent der Haushalte weniger Wein eingekauft. In der Konsequenz sanken die Marktanteile der deutschen Weine im Vergleich zum Vorjahr um jeweils einen Prozentpunkt im Absatz auf 41 Prozent und im Umsatz auf 45 Prozent. Von den ausländischen Herkünften haben die italienischen Weine mit unveränderten 18 Prozent Absatzanteil den höchsten Marktanteil, gefolgt von Weinen aus Spanien mit 14 Prozent (- 1 Prozentpunkt) und Frankreich mit 11 Prozent (+ 1 Prozentpunkt).

IN DER DIREKTVERMARKTUNG MUSSTEN DIE WINZER DIE GERINGSTEN EINBUSSEN HINNEHMEN, AUSSERDEM BLIEB DER EXPORT STABIL.

Die Analyse zeigt, dass deutsche Weingüter im Jahr 2024 einen Absatzrückgang von 6,6 Prozent und einen Umsatzverlust von 3,6 Prozent verzeichneten. Lediglich der Export blieb stabil, während alle anderen Vertriebswege Rückgänge hinnehmen mussten. Besonders betroffen waren die Gastronomie, der Onlinehandel, Airlines und der Duty-Free-Bereich, während die Direktvermarktung die geringsten Einbußen verzeichnete.

Trotz einer Erlössteigerung von 3,2 Prozent konnte der Umsatzrückgang nur teilweise ausgeglichen werden, so dass das Umsatzniveau auf den Wert von 2021 sank. Der Absatz der Weingüter betrug in 2024 nur noch 88 Prozent des Niveaus von 2021. Der durchschnittliche Erlös der Weingüter lag 2024 bei 7,20 € pro Liter bzw. 5,40 € pro 0,75-Liter-Flasche und stieg im Vergleich zum Vorjahr an. Während die Erlösentwicklung in der Direktvermarktung und im Export stabil blieb, fiel sie in der Gastronomie und im Fachhandel deutlich schwächer aus.

Mit einem Umsatzanteil von 46 Prozent bleibt die Direktvermarktung der wichtigste Vertriebsweg der Weingüter. Hier sank der Absatz um 4 Prozent, doch dank eines Erlösanstiegs von 3,4 Prozent blieb der Umsatz mit minus 0,7 Prozent nahezu stabil. Der Fachhandel, mit einem Umsatzanteil von 21 Prozent, verzeichnete ein Absatzminus von 5 Prozent. Der Absatzrückgang schwächte sich im Vergleich zum Vorjahr ab. Durch einen Erlösanstieg von 1,6 Prozent lag der Umsatzrückgang hier bei moderaten 3,5 Prozent. Die Gastronomie als dritt wichtigster Absatzweg war mit einem Absatzrückgang von 9 Prozent und einem Umsatzminus von 7,7 Prozent besonders betroffen.



SEKTMARKT

Der deutsche Sektmarkt hat sich im Jahr 2024 stabil entwickelt. Die Sekthersteller verkauften knapp 246 Millionen 0,75-Liter-Flaschen und damit 0,5 Prozent mehr als im Vorjahr, so die Zahlen des Verbands der Deutscher Sektellereien.

Kleinere und mittelständische Hersteller mit einer Jahresproduktion von weniger als fünf Millionen Flaschen verzeichneten allerdings einen Absatzrückgang von 1,3

Prozent, so der Verband weiter. Rosé-Sekte erreichten einen Marktanteil von mehr als 16 Prozent. Bei den Geschmacksrichtungen dominierten trockene Sekte mit einem Anteil von 56 Prozent, gefolgt von halbtrockenen Sekten mit 31 Prozent. Deutlich gestiegen ist die Nachfrage nach alkoholfreien Schaumweinen – die Hersteller verkauften in 2024 19,9 Millionen Flaschen. Dies entspricht nach Angaben des Verbands einem Plus von 9,4 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.



SPIRITUOSENMARKT

Für das Jahr 2024 fällt die Bilanz des Bundesverbandes der Deutschen-Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V. (BSI) verhalten aus: Denn bis Ende 2024 / Anfang 2025 war auch der Spirituosenmarkt geprägt durch verschiedene politische Faktoren wie Wirtschaftskrise, Trump-Wahl und Regierungswechsel in Deutschland. Die wirtschaftlichen Entwicklungen in Deutschland sind weiterhin groß: Inflation, überbordende Bürokratie, Fachkräftemangel, hohe Energiekosten etc. haben erhebliche Auswirkungen auf die gesamte Wirtschaft einschließlich der Spirituosenbranche und die Konsumentinnen und Konsumenten.

Für den Spirituosenmarkt brachte das Jahr 2024 kein einheitliches Bild. Auch wenn Spirituosen erneut zu den umsatzstarken Warengruppen im Lebensmittel-Einzelhandel gehören, zeigt sich ein mengenmäßiger Rückgang im Lebensmittel-Einzelhandel inklusive Discounter und Cash & Carry (ca. 2,4 Prozent – gemäß Marktforschung NielsenIQ [Germany] GmbH) verbunden mit einem Umsatzminus von 1,3 Prozent. Auch die Distributionskanäle Gastronomie, Fachhandel etc. (rund 20 Prozent) zeigten sich im vergangenen Jahr leicht rückläufig: Der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen ging um 0,1 Liter bzw. um 2,0 Prozent auf 5,0 Liter zurück. Auf dem deutschen Markt wurden 2024 rund 680 Millionen Flaschen à 0,7 Liter angeboten.

Der deutsche Spirituosenmarkt bleibt damit weiterhin der größte innerhalb der EU (ca. 8 Prozent).

Die Unsicherheiten am Markt und die Schwierigkeit langfristiger Analysen zeigen sich auch anhand der Daten zur Käuferreichweite und Verbraucherstimmung. So kauften im Jahr 2024 rund 63 Prozent aller Haushalte in Deutschland mindestens einmal im Jahr Spirituosen ein. Die Reichweitenverluste zum Vorjahr beziehen sich nach Angaben der YouGov CP Germany GmbH über alle Haushalte hinweg mit einem Schwerpunkt auf jüngere Haushalte. Die Marktforschungsinstitute analysierten auch für die Verbraucherstimmung im März 2025 ein uneinheitliches Bild: Auf der einen Seite eine leichte Belebung der Einkommenserwartung und auf der anderen Seite eine weiterhin verhaltene Anschaffungsneigung. Damit muss die Konjunkturerwartung einen kleinen Rückgang hinnehmen.

Der Konsum pro Kopf von Spirituosen lag 2024 bei rund 5,0 Liter Fertigware und verringerte sich damit um 0,1 Liter bzw. um 2,0 Prozent.

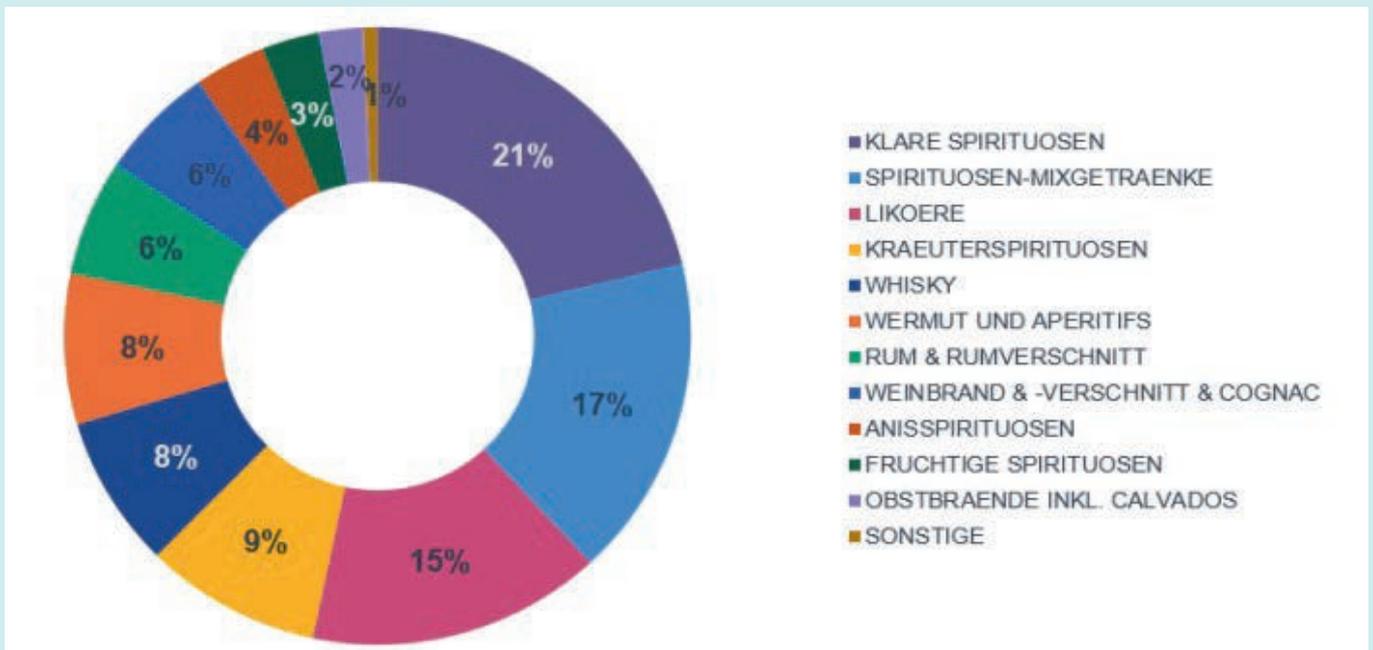
Im internationalen Vergleich des Spirituosen-Pro-Kopf-Konsums belegte Deutschland im Jahr 2023 Platz 57 – unter anderem hinter Südkorea, Belarus, Estland, Lettland und Bulgarien.

SPIRITUOSENMARKT

MARKTFORSCHUNGSINSTITUTE BERICHTEN ÜBER FOLGENDE ENTWICKLUNG:

In 2024 erfreuten sich weiße und dunkle Spirituosen hoher Beliebtheit und wurden von jedem zweiten Erwachsenen in Deutschland konsumiert. Sie decken damit über 50 Prozent des Marktes ab. Dies spiegelt ihre lange Tradition auf dem deutschen Markt wider.

Allerdings kauften 53 Prozent der Deutschen laut Mintels Spirituosen Markt Report keine Spirituosen, was einem deutlichen Anstieg gegenüber 2022 entspricht; damals lag der Anteil bei 40 Prozent. Mit Blick auf die Zukunft werden Unternehmen vor allem durch die alternde Bevölkerung Deutschlands vor Herausforderungen stehen, da die Hauptkonsumenten von Spirituosen zwischen 16 und 34 Jahre alt sind.



Bei den Umsätzen bringt 2024 in Summe ein leichtes Plus von 0,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr, dies wird vor allem von einem starken Wachstum bei den Spirituosen Mixgetränken sowie den Aperitifs und Wermut getragen, die gegenüber dem Vorjahr um 17,7 Prozent bzw. 9,6 Prozent

wachsen konnten. Wie bereits im Vorjahr sind die Mixgetränke auch 2024 wieder Gewinner und Treiber der Kategorie. „Klarer“ Verlierer im Umsatz sind die klaren Spirituosen die fast 70 Millionen Euro im Umsatz nachgeben, das entspricht 6,5 Prozent gegenüber Vorjahr.

ABSATZENTWICKLUNG LEH UND DM

Products	LEH+DM		
	Umsatz (in Mio)	Abs. Ver. Umsatz (in Mio) vs VJ	%-Ver. Umsatz vs VJ
Summe	4,963.5	23.4	0.5
KLARE SPIRITUOSEN	999.2	-69.5	-6.5
LIKOERE	710.7	-2.4	-0.3
WHISKY	631.7	2.1	0.3
KRAEUTERSPIRITUOSEN	517.5	2.3	0.4
SPIRITUOSEN-MIXGETRAENKE	507.9	76.5	17.7
WERMUT UND APERITIFS	383.0	33.6	9.6
RUM & RUMVERSCHNITT	374.8	-9.9	-2.6
WEINBRAND & -VERSCHNITT & COGNAC	289.2	-10.3	-3.5
ANISSPIRITUOSEN	193.6	12.7	7.0
FRUCHTIGE SPIRITUOSEN	153.4	-10.0	-6.1
OBSTBRAENDE INKL. CALVADOS	152.5	-1.3	-0.9
SONSTIGE	49.9	-0.2	-0.5

Products	LEH+DM		
	Absatz (GESAMT) (in Mio) *	Abs. Ver. Absatz (GESAMT) (in Mio) vs VJ	%-Ver. Absatz (GESAMT) vs VJ
Summe	403.7	0.8	0.2
KLARE SPIRITUOSEN	85.9	-5.8	-6.4
SPIRITUOSEN-MIXGETRAENKE	68.0	9.2	15.6
LIKOERE	61.4	-2.0	-3.1
KRAEUTERSPIRITUOSEN	36.7	0.0	0.1
WHISKY	32.1	-0.3	-0.8
WERMUT UND APERITIFS	31.8	2.5	8.4
RUM & RUMVERSCHNITT	24.6	-1.0	-3.7
WEINBRAND & -VERSCHNITT & COGNAC	24.2	-1.5	-5.7
ANISSPIRITUOSEN	14.8	0.7	5.0
FRUCHTIGE SPIRITUOSEN	12.0	-1.0	-7.6
OBSTBRAENDE INKL. CALVADOS	9.2	-0.2	-1.8
SONSTIGE	2.9	0.0	0.6

PROGNOSE

Der Trend zur Reduzierung des Alkoholkonsums wird weiter anhalten. Viele Verbraucherinnen und Verbraucher schauen vermehrt auf die eigene Gesundheit und verbinden damit auch einen moderaten Alkoholkonsum oder den kompletten Verzicht auf Alkohol. Dies ist und bleibt eine Herausforderung für den Absatz in dieser Kategorie. Neuartige, alkoholfreie und mit funktionalen Inhaltsstoffen angereicherte Spirituosen können eine vielversprechende Möglichkeit bieten, den Absatz und Umsatz

am Spirituosen Markt wieder anzukurbeln. Dennoch bleibt die traditionelle Konsumgruppe bestehen und reagiert weiterhin positiv auf Premium-Angebote, die den Genussfaktor von Spirituosen unterstreichen.

Trotz Preiserhöhungen wird erwartet, dass das wertmäßige Wachstum im deutschen Spirituosenmarkt bis 2028 im unteren, einstelligen Bereich bleibt.



ERFRISCHUNGSGETRÄNKE

DER MARKT AN ALKOHOLFREIEN ERFRISCHUNGSGETRÄNKEN IST LEICHT RÜCKKLÄUFIG – SPEZI WEITER AUF ERFOLGSKURS

Der Gesamtmarkt für alkoholfreie Erfrischungsgetränke schrumpfte im vergangenen Jahr leicht. Laut Circana-Daten sank der Absatz von Saft, Mineralwasser, Schorlen, Cola und Co. um knapp ein Prozent. Die größten Mengeneinbußen entfielen auf Fruchtsäfte, deren Absatz um 12,3 Prozent zurückging. Während das Geschäft mit Markenprodukten im Jahr 2024 hauchdünn stabil blieb, verloren Handelsmarken rund 2,4 Prozent Absatz. Die größten Einbußen gab es hier bei Fassbrause, Saft und Sportgetränken. Im Markengeschäft zählten Sportgetränke hingegen zu den Gewinnern – neben stillem Mineralwasser sowie Tafel- und Heilwasser.

In den ersten vier Monaten des laufenden Jahres stieg der Absatz von Erfrischungsgetränken um 0,8 Prozent. Dieses leichte Wachstum resultiert nahezu ausschließlich aus der Wassersparte, in der alle Unterkategorien zulegen konnten, während Eistee, Saft und Fruchtsaftgetränke Mengen verloren.

Zu den Wachstumstreibern innerhalb der Branche der Süßgetränke gehören zuckerfreie Produkte. Laut den Marktforschern von Circana erreichten die Zero-Getränke im Lebensmitteleinzelhandel ein Absatzplus von 3,7 Pro-

zent und legten beim Umsatz sogar um fast 14 Prozent zu. Die Light-Getränke verloren hingegen 3,8 Prozent beim Absatz, konnten aber einen Umsatzanstieg von ebenfalls 3,8 Prozent verzeichnen. Auch bei Coca-Cola trugen zuckerreduzierte Produkte zum Wachstum bei. Laut dem Unternehmen sei 2024 mehr als jede dritte Coke eine Coca-Cola Zero oder Coca-Cola Light gewesen.

Zero-Varianten gibt es mittlerweile auch beim alkoholfreien Trendgetränk schlechthin: Spezi. Bei dem Cola-Limo-Mix ist derzeit noch kein Ende der Wachstumsdynamik in Sicht. Dabei ist Spezi, das erstmals in den 1950er-Jahren von der Augsburger Brauerei Riegele als Fertiggetränk auf den Markt gebracht wurde, nicht nur beim älteren Publikum mit Hang zur Nostalgie beliebt. Auch viele junge Menschen greifen zu dem süßen Mix, der in der Glasflasche, PET-Flasche und Dose erhältlich ist. Allen voran profitiert Paulaner von dem Hype: Die Münchner Brauereigruppe steigerte den Absatz im vergangenen Jahr schätzungsweise auf mehr als 200 Millionen Liter und dürfte damit sogar den Platzhirsch Coca-Cola mit Mezzo Mix überholt haben.

Hinweis: Bei Redaktionsschluss des Geschäftsberichts lagen die aktuellen Zahlen der Wirtschaftsvereinigung alkoholfreie Getränke (wafg) für das Geschäftsjahr 2024 noch nicht vor.

WIRTSCHAFTLICHE LAGE DES GETRÄNKEFACHGROSSHANDELS



UMSATZENTWICKLUNG IM GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL

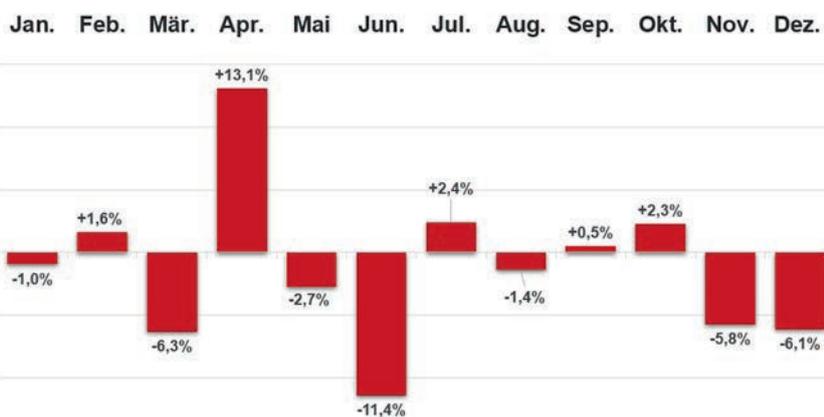
Zum Start ins Jahr 2024 haben sich viele Unternehmen des Getränkefachgroßhandels einen Schwung in der Umsatzentwicklung gewünscht. Zur Enttäuschung vieler Betriebe lag der Umsatz in den ersten drei Monaten jedoch weiterhin im Minus. Der Monat April wusste dann mit einem Umsatzplus von 16,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu überzeugen. Allerdings gilt es dabei zu bedenken, dass im April 2023 ein Umsatzminus von 16 Prozent zu Buche stand. Das relativiert den erfreulichen Ausschlag in der Umsatzstatistik. In den folgenden Monaten des Jahres

konnte an den guten April nicht angeknüpft werden. Alle Monate schlossen mit einer negativen Umsatzentwicklung im Vergleich zum Vorjahr ab, wobei mit einem Minus von 11,4 Prozent der Monat Juni besonders unter den Erwartungen blieb.

Insgesamt verzeichnete die Branche im Jahr 2024 ein Umsatzminus von 1,54 Prozent und lag damit nach 2023 zum zweiten Mal in Folge im Minus.

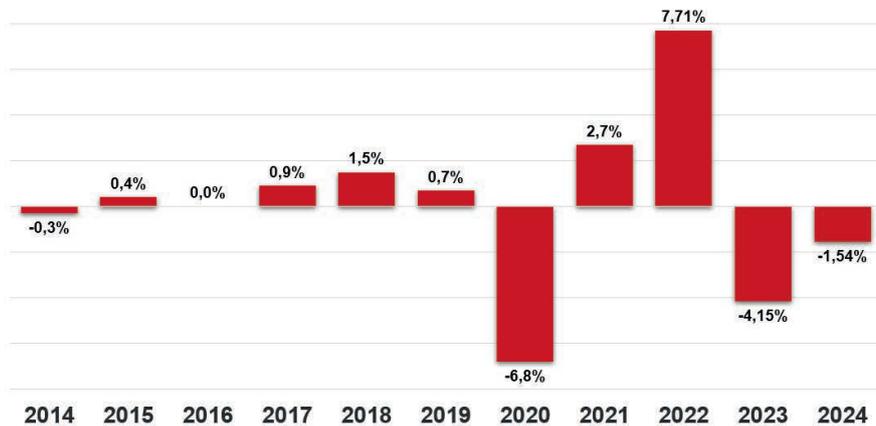
UMSATZENTWICKLUNG IM GETRÄNKEFACHGROSSHANDEL

Reale Umsatzentwicklung GFGH 2024
im Vergleich zu 2023



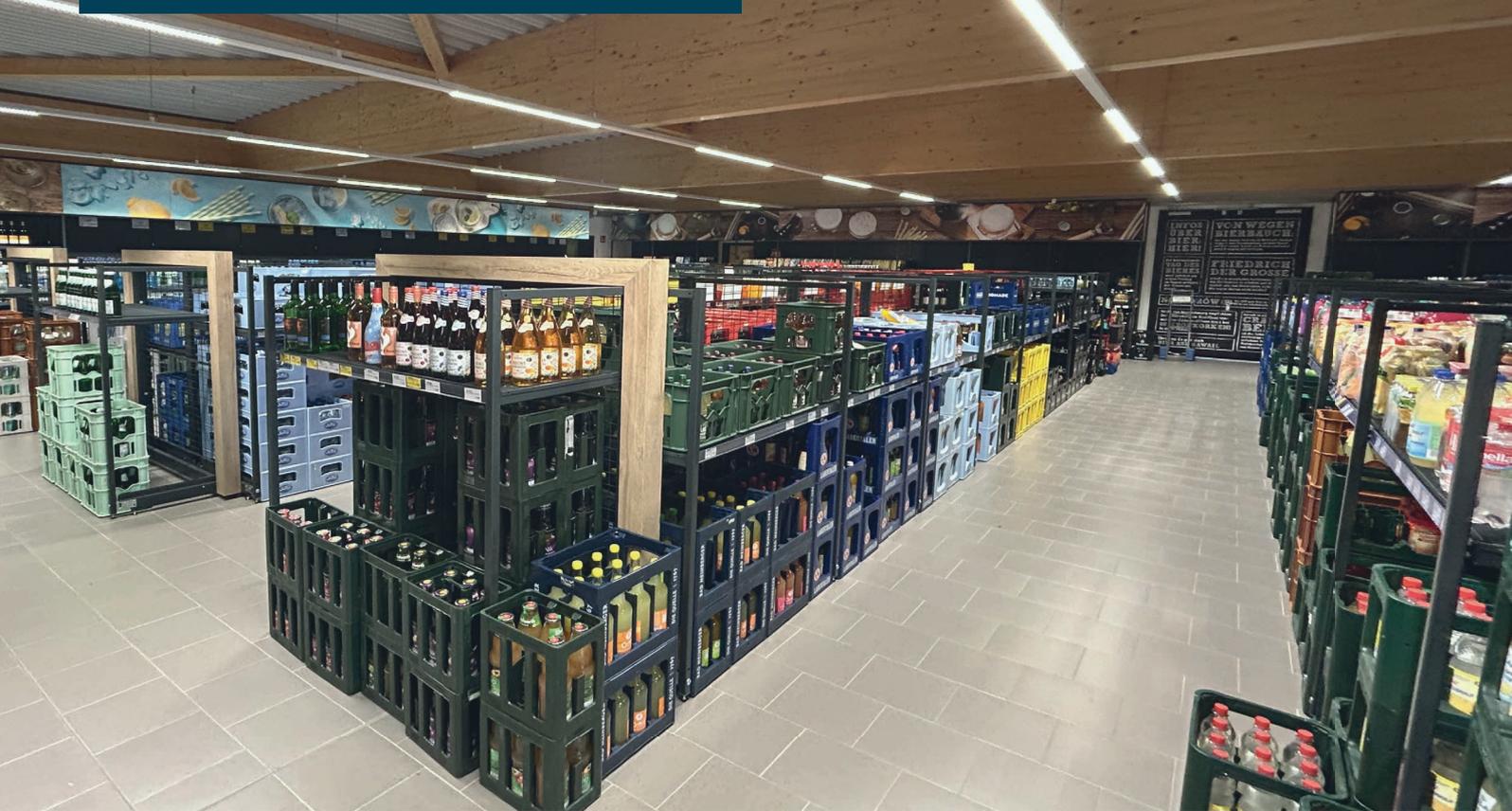
Quelle: Statistisches Bundesamt - März 2025

Reale Umsatzentwicklung GFGH 2014-2024
im Vergleich zu Vorjahren



Quelle: Statistisches Bundesamt (März 2025)

GETRÄNKEEINZELHANDEL



WIRTSCHAFTLICHE LAGE

Der Wettbewerbsdruck im Getränkemarkt hat auch 2024 nicht nachgelassen. Preisaggressive Angebotsplatzierungen seitens der großen Vermarkter im Lebensmittel-einzelhandel sowie strategische Expansionspläne der zur EDEKA-Gruppe gehörenden Trinkgut-Getränkemarktkette über die bislang angestammte Heimat der EDEKA-Region Rhein-Ruhr hinaus haben den Druck auf den mittelständisch geprägten Getränkemarkt erhöht.

Erfreulich für die Branche ist, dass der Gesamtmarkt für Getränke in 2024 Umsatz- sowie absatzseitig gewachsen

ist. Gewinner sind hier die Drogeriemärkte die durch ein erweitertes Angebot und ein sich veränderndes Einkaufsverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher insbesondere im urbanen Umfeld sowohl im Absatz als auch im Umsatz jeweils rund 20 Prozent zulegen konnten. Auf der Seite der Gewinner stehen auch die Verbrauchermärkte, während der Umsatzzuwachs von rund 1,8 Prozent im Getränkemarkt ausschließlich preisgetrieben ist. Demgegenüber stehen 0,7 Prozent Absatzverlust im Vergleich zum Vorjahr.

Markets	Umsatz (in Mio)		% -Ver. Umsatz vs VJ		Absatz (GESAMT) (in Mio) *		% -Ver. Absatz (GESAMT) vs VJ	
	YTD VJ bis 31/12/23	YTD bis 29/12/24	YTD VJ bis 31/12/23	YTD bis 29/12/24	YTD VJ bis 31/12/23	YTD bis 29/12/24	YTD VJ bis 31/12/23	YTD bis 29/12/24
LEH+DM+C&C+GAM+TS Scan	26.624.0	28.162.6	8.2	5.8	27.711.2	28.175.9	-2.5	1.7
VM gross	4.719.1	4.890.9	5.8	3.6	4.657.3	4.693.2	-3.4	0.8
VM klein	6.141.8	6.580.1	7.4	7.1	5.467.0	5.603.0	-1.6	2.5
SM gross	1.506.1	1.550.3	2.6	2.9	1.233.5	1.206.7	-6.9	-2.2
SM klein	164.4	163.0	-1.3	-0.8	120.7	114.9	-10.3	-4.7
Discounter ALN	4.313.5	4.910.1	10.9	13.8	7.332.5	7.780.1	0.4	5.8
Discounter kooperierend	3.058.4	3.200.3	11.6	4.6	3.558.2	3.536.6	-2.5	-0.6
Drogeriemärkte	300.4	362.8	17.0	20.8	124.9	148.9	11.4	19.2
GAM	4.912.2	5.000.0	0.7	1.8	4.369.0	4.338.2	-6.1	-0.7
Tankstellen Scanning	803.8	807.3	7.3	0.4	190.9	184.5	1.0	-3.4

WIRTSCHAFTLICHE LAGE

Bemerkenswert ist auch, dass die Umsatz- und Absatzbedeutung der Discounter im zurückliegenden Jahr erheblich zugenommen hat. Bei der Umsatzbedeutung liegen diese mit 17,4 Prozent zwischenzeitlich gleichauf mit den

großen Verbrauchermärkten und nur noch 0,4 Prozentpunkte hinter dem Getränkefachmarkt, die in 2024 um 0,4 Prozent an Umsatzbedeutung zulegen konnten.

Markets	Umsatzbedeutung - Market	Absatzbedeutung* (GESAMT) - Market	%-Ver. Umsatz vs VJ	%-Ver. Absatz (GESAMT) vs VJ
LEH+DM+C&C+GAM+TS Scan	100.0	100.0	5.8	1.7
VM gross	17.4	16.7	3.6	0.8
VM klein	23.4	19.9	7.1	2.5
SM gross	5.5	4.3	2.9	-2.2
SM klein	0.6	0.4	-0.8	-4.7
Discounter ALN	17.4	27.5	13.8	5.8
Discounter kooperierend	11.4	12.6	4.6	-0.6
Drogeriemaerkte	1.3	0.5	20.8	19.2
GAM	17.8	15.4	1.8	-0.7
Tankstellen Scanning	2.9	0.7	0.4	-3.4
C&C	2.5	2.1	-0.9	-10.3

Deutlich wird auch, dass dieser Zuwachs insbesondere auf ein verändertes Einkaufsverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher in der Kategorie Bier zurückzuführen ist.

In dieser Gattung legen die Discounter besonders zu, während der klassische LEH und Getränkefachmarkt Verluste hinnehmen müssen.

Markets	Umsatzbedeutung - Market	Absatzbedeutung* (GESAMT) - Market	%-Ver. Umsatz vs VJ	%-Ver. Absatz (GESAMT) vs VJ
LEH+DM+C&C+GAM+TS Scan	100.0	100.0	5.8	1.7
VM gross	17.4	16.7	3.6	0.8
VM klein	23.4	19.9	7.1	2.5
SM gross	5.5	4.3	2.9	-2.2
SM klein	0.6	0.4	-0.8	-4.7
Discounter ALN	17.4	27.5	13.8	5.8
Discounter kooperierend	11.4	12.6	4.6	-0.6
Drogeriemaerkte	1.3	0.5	20.8	19.2
GAM	17.8	15.4	1.8	-0.7
Tankstellen Scanning	2.9	0.7	0.4	-3.4
C&C	2.5	2.1	-0.9	-10.3

GETRÄNKEEINZELHANDEL STEIGERT UMSATZ

Die 23 operativ tätigen VDGE-Mitglieder, die dem Verband des Deutschen Getränke-Einzelhandels (VDGE) angeschlossen sind, erzielten nach Verbandsangaben im Jahr 2024 einen Gesamtumsatz in Höhe von 2,88 Milliarden Euro. Damit haben sie trotz einer leicht reduzierten Marktanzahl (minus 14 Objekte) das Umsatz-Ergebnis des Vorjahres nominal um 1,9 Prozent gesteigert. Diese Umsatzsteigerung ist angesichts der schwierigen Gesamtmarktentwicklung einerseits erfreulich, andererseits aber zu einem gewissen Teil preisgetrieben.

Im Branchenvergleich weist NielsenIQ für den Bereich „GAM“ mit plus 1,8 Prozent ein minimal niedrigeres Umsatzwachstum gegenüber der VDGE-Entwicklung aus. Die Marktforscher von YouGov Shopper Intelligence (ehemals Consumer Panel Services und bis 2023 Teil der GfK-Gruppe) vermelden hingegen für die Getränkefachmärkte ein Umsatzminus von 4,1 Prozent bei Kaltgetränken im Jahr 2024. Laut Michael Schwaer, Account Director bei YouGov, haben die Getränkefachmärkte damit etwas besser abgeschnitten als der gesamte Fachhandel.

Dieser hat das Jahr exklusive Internet bei den Fast Moving Consumer Goods (FMCG) mit einem Minus von 5,8 Prozent abgeschlossen. Bei genauerer Betrachtung ist die Performance der nicht filialisierten Getränkefachmärkte mit einem signifikanten Minus von 17 Prozent wie in den Vorjahren deutlich schlechter als die der filialisierten Getränkefachmärkte. Letztere konnten ihren Umsatz 2024 laut YouGov um 1,7 Prozent steigern.

„Das Problem bleibt auch im Gesamtjahr die rückläufige Käuferzahl in den Getränkefachmärkten, insbesondere bei den nicht filialisierten. Während die filialisierten Märkte die Käuferverluste noch über Frequenz- und Ausgabensteigerungen kompensieren können, schaffen dies die nicht filialisierten nicht“, analysiert Schwaer.

Gemäß einer Meldung von KfW Research aus dem November 2024 dürfte die private Kaufkraft im Jahr 2025 wegen eines nachlassenden Lohnwachstums mit einem geringeren Tempo steigen als im Jahr 2024. Zudem entfallende Beschäftigungsaufbau als Konjunkturstütze.

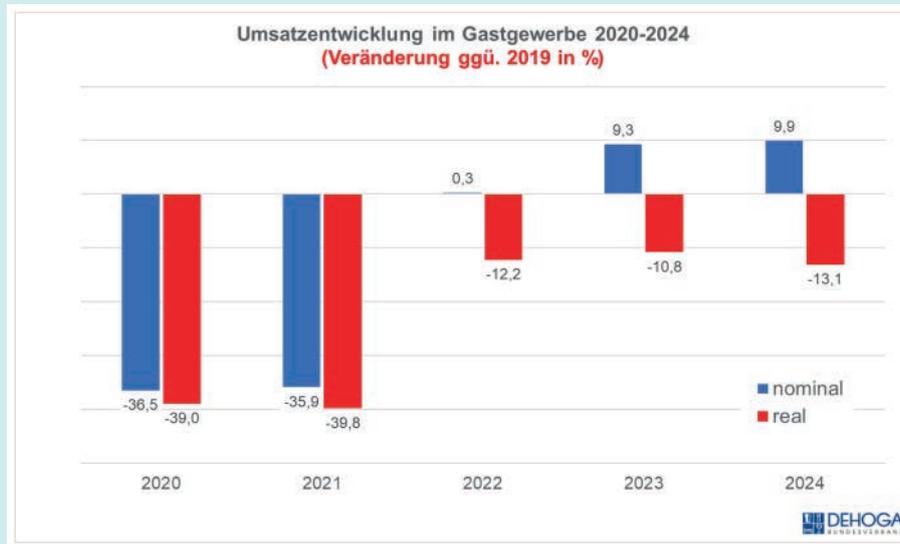


UMSATZ IM GASTGEWERBE

Der Umsatz im Gastgewerbe ist 2024 das fünfte Jahr in Folge real gesunken, so die Zahlen des Statistischen Bundesamtes. Demnach setzten die Gastronomen und Hoteliers im vergangenen Jahr real 2,6 Prozent weniger um als

2023 (nominal plus 0,6 Prozent). Gegenüber dem Vor-Corona-Jahr 2019 sank der Umsatz sogar um real 13,1 Prozent (nominal plus 9,9 Prozent).

GASTGEWERBE VERLIERT 2024 ABERMALS ZWEISTELLIG AN UMSATZ



Dabei sank der Umsatz in der Gastronomie in 2024 real um 3,8 Prozent (nominal minus 0,5 Prozent) gegenüber 2023, während die Beherbergungsbranche im Jahr 2024 gegenüber 2023 „nur“ ein reales Umsatzminus von 0,4 Prozent verkraften musste.

Dehoga-Präsident Guido Zöllick sagt: „Die wirtschaftliche Lage in der Branche bleibt angespannt. Die Betriebe leiden unter weiter steigenden Kosten und der Mehrwertsteuererhöhung für Speisen in der Gastronomie“.

Die überdurchschnittlichen hohen Verluste in der Gastronomie sind nach Einschätzung von Zöllick auf eine spürbare Preissensibilität und zunehmende Konsumzurückhaltung der Gäste zurückzuführen.

Aus Sicht des Getränkefachgroßhandels ist insbesondere die Entwicklung in der speise- und getränkegeprägten Gastronomie besorgniserregend. Während die speisegeprägte Gastronomie real 14,3 Prozent verlor (nominal plus 10,8 Prozent) musste die getränkegeprägte Gastronomie ein reales Umsatzminus von 34,1 Prozent (nominal minus 13,2 Prozent) verkraften.

Betriebsart	Jahr 2024		Jahr 2023	
	nominal	real	nominal	real
Hotellerie (Hotels, Hotels garnis, Gasthöfe, Pensionen)	16,4%	-4,1%	13,3%	-4,1%
Beherbergungsgewerbe insgesamt	15,6%	-4,9%	12,8%	-4,6%
speisengeprägte Gastronomie	10,8%	-14,3%	12,5%	-9,8%
getränkegeprägte Gastronomie	-13,2%	-34,1%	-11,1%	-33,4%
Gaststättengewerbe	8,5%	-16,2%	10,2%	-12,1%
Caterer und sonstige Verpflegungsdienst- leistungen	13,5%	-12,0%	9,6%	-11,7%
Gastgewerbe	9,9%	-13,1%	9,3%	-10,8%

Quelle: Statistisches Bundesamt (Originalwerte inkl. Rückkorrektur / DEHOGA)

ENTWICKLUNG IM AUSSER-HAUS-MARKT

ENTWICKLUNG DER BELIEFERUNGSZAHLEN IM AUSSER-HAUS-MARKT IM JAHR 2024

Die Anzahl der vom Getränkefachgroßhandel belieferten Betriebe im Außer-Haus-Markt verzeichnete im Jahr 2024 eine insgesamt erfreuliche Entwicklung. Nahezu durchgängig zeigen sich im Vergleich zum jeweiligen Vorjahresmonat positive Wachstumsraten – mit Ausnahme des März, in dem ein leichter Rückgang von minus 1,4 Prozent

zu beobachten war. Besonders dynamisch entwickelten sich die Monate Februar (plus 5,1 Prozent), April (plus 5,4 Prozent) und Juli (plus 5,1 Prozent), was auf eine stabile Marktnachfrage sowie auf eine gute Geschäftslage im gastronomischen Bereich schließen lässt.

Ein differenzierter Blick auf die verschiedenen Betriebsformen des Außer-Haus-Marktes offenbart weitere Erkenntnisse. Über nahezu den gesamten Zeitraum von November 2023 bis Dezember 2024 lässt sich eine leicht steigende oder gleichbleibende Entwicklung in allen drei betrachteten Betriebsschwerpunkten Beherbergung, gastronomischer Schwerpunkt auf Getränke sowie auf Speisen erkennen – lediglich das vierte Quartal verliert. Besonders stark war der Zuwachs bei Betrieben mit Getränkefokus, die im Frühjahr 2024 einen merklichen Anstieg verzeichneten (z. B. Mai: 107,9 Punkte; Juni: 108,1 Punkte). Auch gastronomische Betriebe mit Speisenschwerpunkt legten zu und erreichten im September mit 109,6 Punkten einen Höchstwert. Trotz gewisser saisonaler Schwankungen bleibt das Segment Beherbergung im Jahresverlauf relativ stabil und zeigt gegen Jahresende wieder eine leichte Aufwärtstendenz. Insgesamt haben sich alle drei Betriebsformen im Jahr 2024 positiv gegenüber 2023 entwickelt.

In Summe lässt sich festhalten: Die positive Entwicklung der Belieferungszahlen im laufenden Jahr 2024 unterstreicht die Relevanz und Stabilität des Außer-Haus-Marktes als bedeutender Absatzkanal für den Getränkefachgroßhandel. Die steigende Zahl beliefeter Objekte zeugt von einer anhaltenden Nachfrage und bietet Anlass zu vorsichtigem Optimismus für die kommenden Monate.





BUNDESVERBAND DES DEUTSCHEN
GETRÄNKEFACHGROSSHANDELS E.V.

HERAUSGEBER

Bundesverband des Deutschen
Getränkefachgroßhandels e.V.
Monschauer Straße 7
40549 Düsseldorf

Telefon: +49 211 683938
Telefax: +49 211 683602
info@bv-gfgh.de
www.bv-gfgh.de

Dirk Reinsberg
Geschäftsführender Vorstand

Veröffentlichungen, auch auszugsweise sowie
Weitergabe an Dritte nur mit Genehmigung des
Bundesverbandes.