

Notwendiger Austausch

Nicht nur in gesellschaftlicher und politischer Hinsicht ist Miteinander reden und sich über aktuelle, bisweilen auch kontroverse Themen auszutauschen, von enormer Bedeutung. Auch im Wirtschaftsleben sind Information und Kommunikation untereinander – trotz aller Konkurrenz – unerlässlich. Dies beherzigt SWEETS GLOBAL NETWORK e. V. seit seiner Gründung als Verband der Süßwarengroßhändler vor mehr als 100 Jahren in immer wieder unterschiedlicher Weise. Sichtbar und spürbar wurde diese Notwendigkeit in den vergangenen Monaten, nachdem die Kontakteinschränkungen der Pandemie-Zeit wieder weggefallen sind.

Auf Messen, Reisen und Veranstaltungen wurde mir dies immer wieder berichtet, wie wertvoll und motivierend der Meinungsaustausch mit Geschäftspartnern, mit Branchenkollegen und auch mit den Kunden ist. Und dies gilt im Übrigen über die Grenzen hinweg, wie die äußerst schwierige Krisen-Situation der ISM und ProSweets Cologne 2022 im Februar gezeigt hat. Die nachfolgenden internationalen Messen im Frühsommer waren hingegen wieder gut besucht. Es wird immer deutlicher, dass zahlreiche Probleme und Herausforderungen keineswegs hausgemacht sind, sondern firmenübergreifend die gesamte Branche und die Gesellschaft betreffen. Umso bedauerlicher ist es, dass sich die Politik derzeit dem Diskurs fast vollständig verweigert.

Wie gewohnt finden Sie im SG-Directory DER SÜSSWARENMARKT 2023 aktuelle Daten und Fakten zum Süßwarenmarkt in Deutschland, dazu ein umfangreiches Adressenverzeichnis von Firmen der gesamten Wertschöpfungskette. Insgesamt bietet das Verzeichnis rund 700 Adressen von Herstellern, Importeuren, Distributeuren und weiteren Süßwaren Anbietern in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Hinzu kommt eine Fülle von Firmen aus dem Zulieferbereich, von Rohstoff-Lieferanten und Ingredienzien über Maschinenbauer und Verpackungshersteller bis hin zu Logistik und Transport.

Hans Strohmaier

Necessary Exchange

It is not only in the social and political context that speaking with each other and exchanging views on the latest, and at times, highly controversial topics is of enormous importance. Information and communication are also indispensable in business life, despite whatever competition there might be. SWEETS GLOBAL NETWORK e. V. has taken this understanding to heart in a variety of ways since it was founded as a confectionery wholesaler trade association more than 100 years ago. This necessity became obvious and notable again once the contact restrictions of the pandemic were lifted.

At trade fairs, during travel and at various events I have repeatedly been told how valuable the exchange of views is with business partners, colleagues from the industry, and customers. And this also applies beyond borders, as illustrated by the extremely difficult crisis situation the ISM and ProSweets Cologne 2022 events experienced in February. In contrast, the international trade fairs that followed in the early summer were well attended once again. It is becoming increasingly clearer that numerous problems and challenges are in no way “homemade” by individual companies, but are instead affecting companies throughout the entire industry and society at large. This makes the political world’s almost complete silence on the matter at the moment all the more regrettable.

As accustomed, in the SG Directory DER SÜSSWARENMARKT 2023 you will find current data and facts on the confectionery market in Germany, along with an extensive address directory of companies throughout the entire added value chain. All in all, the directory provides some 700 addresses of manufacturers, importers, distributors and other confectionery providers in Germany, Austria and Switzerland. It also features a wide range of companies from the supply side, covering everything from suppliers of raw materials and ingredients to machinery and packaging manufacturers, along with logistics and transport providers.

Hans Strohmaier

Editorial	3	Editorial	3
Inhaltsverzeichnis	4	Table of contents	4
SWEETS GLOBAL NETWORK e. V.	6	SWEETS GLOBAL NETWORK e. V.	6
Goldene Uhr des SG	10	SG Golden Watch	10
SÜSSER STERN	12	SÜSSER STERN	12
ISM – Messe für Süßwaren und Snacks	14	ISM – International Sweets and Snacks Fair	14
ProSweets Cologne	16	ProSweets Cologne	16
Deutsche Ernährungsindustrie	18	German food industry	18
Kennzahlen der Ernährungsindustrie 2021	20	German food industry figures 2021	20
Deutsche Süßwarenindustrie	22	German confectionery industry	22
Produktion Süßwaren 2021	24	Confectionery production 2021	24
Produktion Schokoladenwaren 2021	26	Production chocolate products 2021	26
Produktion Halberzeugnisse 2021	28	Production semi-finished products 2021	28
Produktion Zuckerwaren 2021	30	Production sugar confectionery 2021	30
Produktion Feine Backwaren 2021	32	Production fine pastries and biscuits 2021	32
Knabberartikel 2021	34	Salty snacks 2021	34
Süßwaren-Export 2021	36	Export figures 2021	36
Hauptabnehmerländer 2020/21	37	Main export countries 2021	37
Süßwaren-Import 2021	38	Import figures 2021	38
Hauptlieferländer 2021	39	Main import countries 2021	39
Sozialpolitische Daten 2021	40	Confectionery industry figures 2021	40
IRI Süßwaren 2021	41	IRI monitor 2021	41
IRI Süßwaren 1. Halbjahr 2022	42	IRI monitor first half of 2022	42
Nielsen Süßwaren 2021	43	Nielsen monitor 2021	43
Nielsen Weihnachten 2021 – Ostern 2022	44	Nielsen Christmas 2021 – Easter 2022	44
Nielsen Süßwaren 1. Halbjahr 2022	45	Nielsen monitor first half of 2022	45

DER SÜSSWARENMARKT	47	DER SÜSSWARENMARKT	47
Unternehmensverzeichnis	173	List of companies	173
Personenverzeichnis	185	List of contact persons	185
Produktverzeichnis:		List of products:	
Stichwortverzeichnis	203	Index	203
Warengruppen	209	Product groups	209
Impressum	274	Imprint	274

www.sg-network.org
...überall und jederzeit bestens informiert!

Persönliche Kontakte sind unerlässlich

Auch unter erschwerten Bedingungen konnte SWEETS GLOBAL NETWORK e. V. in den zurückliegenden Monaten seine Vision erfüllen, nämlich Information und Kommunikation für die Süße Branche in Europa aufrechtzuerhalten. Heute zählt der Verband mehr als 300 ordentliche Mitgliedsunternehmen aus zehn Ländern sowie eine große Zahl an Fördermitgliedern aus dem gesamten Spektrum der Wertschöpfungskette. Der Fokus der Verbandsarbeit liegt auf dem deutschsprachigen Raum, aber auch außerhalb davon steigt das Interesse insbesondere in den Nachbarländern wie den Benelux-Staaten, aber auch in Italien und Spanien.

Bei den Veranstaltungen, die einen wesentlichen Teil der Verbandsarbeit ausmachen, ist 2021 der Restart des Internationalen Süßwaren-Kongresses in Berlin durchaus geglückt. Die Anwesenden waren unisono überzeugt, wie enorm wichtig Gespräche und Begegnungen sind. Auch das neue Format der SG-Frühjahrgala in Hamburg erhielt hervorragende Noten von den rund 300 Gästen. Höhepunkt war dabei die Verleihung der 99. Goldenen Uhr des SG an den österreichischen Chocolatier Josef Zotter. Unter guten Vorzeichen stand auch der Internationale Süßwaren-Kongress 2022, in dessen Rahmen weiterhin der Branchenpreis SÜSSER STERN verliehen wird. Dabei werden die besten Süßwarenabteilungen und Fachgeschäfte in Deutschland, Österreich und der Schweiz gesucht.

Die regelmäßigen Treffen der neu geschaffenen Gruppe der SG Young Entrepreneurs sowie die traditionelle Studienreise mit den SG-Classics – diesmal nach Brüssel – wurden 2022 ebenfalls wieder erfolgreich aufgenommen. Zudem erfuhren die vielen Angebote des Club der Confiseries (CdC) in Form von Seminaren, Workshops und dem ISM Fachhandels-Forum sowie die Sommertour eine hervorragende Resonanz. Hier wird neben dem Tag der Schokolade im Oktober auch die geplante Reise zu Kakaobauern in Kolumbien im Februar 2023 ein Highlight darstellen.

Personal Contacts are Indispensable

Despite the difficult conditions, over the past several months the SWEETS GLOBAL NETWORK e. V. has been able to fulfil its vision of maintaining information and communication for the sweets industry in Europe. Today, the association has in excess of 300 full member companies from ten countries, along with a large number of supporting members from the entire range of the value-added chain. The focus of the association's work takes place in German-language territories, but interest beyond these borders is also increasing, especially among neighbouring countries like the Benelux nations, as well as in Italy and Spain.

Among the events the 2021 restart of the International Sweets Business Forum in Berlin was successful and those who did attend were unanimous in their conviction regarding just how important personal meetings actually are. The new format for the SG Spring Celebration in Hamburg received outstanding marks from the approximately 300 guests. The highpoint of the event was the awarding of the 99th SG Golden Watch to the Austrian chocolatier Josef Zotter. The stars also aligned for the 2022 International Sweets Business Forum, where the winners of the SÜSSER STERN award were once again honoured for running the best confectionery departments and specialty shops.

The regular meetings of the newly created SG Young Entrepreneurs group and the traditional study trips with the SG Classics, this time to Brussels, were also successfully included again in the 2022 programme. Additionally, the many features offered by the Club der Confiseries (CdC) in the form of seminars, workshops and the ISM specialty trade sector forum as well as the summer tour of Belcolade in Belgium were received with great appreciation by the participants. The Chocolate Day in October and the planned trip to cocoa farmers in Columbia in February of 2023 are also certain to be special highlights for the CdC members.



**AB JETZT
GANZJÄHRIG JOY
FÜR ALLE!**

MASSIVES UNTERSTÜTZUNGSPAKET ZUR DAUERLISTUNG:

- Ca. 500 Mio. geplante Brutto-Kontakte
- TV, Online und OOH Plakate
- Ca. 11 Mio. Brutto-Media-Invest

FERRERO
Es ist uns ein Genuss.

Der Kontakt und die Kommunikation laufen über die Publikationen des Verbands mit dem SG-Magazin mit Fokus auf Marketing und Vertrieb der Fertigprodukte und der Zeitschrift sweets processing für den gesamten Zulieferbereich. Das SG-Directory, das erstmals 1974 als SG-Fachkalender erschienen ist, ergänzt dies als zuverlässige Datenbank für die Süßwarenindustrie und die Zulieferbranche.

Neben Trends, Firmenporträts, Produktvorstellungen und Messen stehen beim SG-Magazin die Themen Marketing, Vertrieb und Verpackung sowie der Handel im Fokus der Berichterstattung, während sweets processing die Bereiche Ingredients, Produktions- und Verpackungstechnologie sowie IT/Logistik abdeckt. Darüber hinaus bringt die Confiserie-Welt im Rahmen des CdC Interessantes aus dem Süßwaren- und Schokoladen-Fachhandel.

Weiterhin hat SWEETS GLOBAL NETWORK eine wichtige Position im Arbeitskreis Internationale Süßwarenmesse (AISM) und im Arbeitskreis ProSweets Cologne inne. Durch die Tätigkeit im AISM ist der Verband fest in das Geschehen rund um die weltweit größte Süßwarenmesse in Köln und deren „süßen“ Satellitenmessen im Ausland eingebunden. Auch die parallel zur ISM stattfindende ProSweets Cologne begleitet der Verband als Mitglied des Arbeitskreises sehr aktiv.

Contact and communication are conducted through the association's publications with SG Magazine, focussing on marketing and distribution of the finished products, and the sweets processing magazine for the entire supplier sector. The SG-Directory supplements this effort as a reliable database for the confectionery and supplier industries.

Along with trends, company portraits, product presentations and trade fairs, the SG Magazine's reporting focuses on the themes of marketing, sales, packaging and trade, while "sweets processing" covers the topics of ingredients, production and packaging technology and IT/logistics. Beyond this, "Confiserie Welt" ('Confectionery World') from the CdC publishes interesting news from the specialist chocolate industry.

And the SWEETS GLOBAL NETWORK continues to hold an important position in the International Confectionery Fair Working Group (AISM) and in the ProSweets Cologne working group. The association's activity in the AISM puts it at the centre of everything related to the world's largest confectionery trade fair in Cologne and the ISM's "sweet" satellite trade fairs abroad. And as a member of the working group, the association also accompanies the ProSweets Cologne event which runs simultaneously with the ISM.

SWEETS GLOBAL NETWORK e. V.

Aufsichtsrat • Supervisory Board

Dr. Uwe Lebens, Genuport Trade (Vorsitzender)
Claus Cersovsky, Rübezahl Schokoladen
Andreas Nickenig
Ulrich Zuenelli, Loacker

Vorstand • Board of Directors

Hans Strohmaier (Vorsitzender)
Dr. Gotthard Kirchner, Froneri Ice Cream Deutschland (stellvertretender Vorsitzender)
Hans-Jürgen Riegel, Mitgesellschafter Haribo (stellvertretender Vorsitzender)
Dr. Alwin Scholze, Dr. Scholze Confiserie (stellvertretender Vorsitzender)
Thomas Luger, Confiserie Burg Lauenstein
Jörg Steffens, Steffens & Böge Handels KG
Richard Müller, Wawi (Gast als Sprecher der Young Entrepreneurs)

Ehrenvorsitzender • Honorary Chairmen

Dr. Udo Gyllensvärd, Lekkerland



Mein kleiner Glücksmoment.
UNENDLICH ZARTSCHMELZEND.

Wann immer, wo immer Sie LINDOR genießen – es ist ein magischer Moment. Wenn die feine Chokoladenhülle bricht, verführt die unendlich zartschmelzende Füllung Ihre Sinne und trägt Sie sanft davon – ein Moment puren Chokoladenglücks. LINDOR. Mein kleiner Glücksmoment – kreierte von den Lindt Maitres Chocolatiers. Liebe und Leidenschaft für Chocolate seit 1845.

Würdigung von Persönlichkeiten der Süßen Branche

Eine große Tradition hat die Verleihung der „Goldenen Uhr des SG“. Sie ist die renommierteste Auszeichnung für die Süßwarenwirtschaft in den deutschsprachigen Ländern. Der Branchenpreis wird von SWEETS GLOBAL NETWORK im Rahmen des SG-Neujahrsempfangs jeweils an zwei Preisträger vergeben. Mit der Auszeichnung würdigt der internationale Süßwarenhandelsverband Menschen, die sich besonders um die Süßwarenwirtschaft im In- und Ausland verdient gemacht haben. Zu den Preisträgern zählen Manager und Unternehmer aus Industrie und Handel, insbesondere aus dem Süßwaren-Großhandel, sowie aus dem Importsektor, aber auch Politiker und Prominente, die der Süßen Branche verbunden sind.

Award honours confectionery sector achievements

The SG Golden Watch is the most prestigious award presented in the German as well in the Austrian and Swiss confectionery businesses. The valuable watch is handed over to award holder at a special ceremony held during the elegant SG New Year Reception in Munich. Each year two candidates are honoured. The prize recognises outstanding contributions made towards developing and promoting the confectionery business, at home and abroad. The list of winners since 1972 features executives, entrepreneurs from industry and trade, especially wholesalers, as well as importers. Additionally, on rare occasions, politicians and prominent personalities, joined with the confectionery business, have also received the SG Golden Watch.

Bisherige Preisträger • Previous winners

1972 Alfred Klotzbücher, Friedrich Linne, Heinz Mielert
 1973 Karl-Heinz Elbracht, Rudi Wiemann
 1974 Dr. Eduard Kern, Kurt Altstädt
 1975 Josef Ertl (Bundesminister)
 1976 Heinz Thormann, Heiner Ernst
 1977 Gotthard Borisch, Gottfried Schwank
 1978 Helmut Balluff, Alfons A. Jakob
 1979 Dr. Hans Riegel
 1980 H. J. Klußmann, Werner Veil
 1981 Magda Render, Hans Riegelein
 1982 Jörg Schindler, Theo Werdin
 1983 Hartmuth Eklöh, Otto Pahnke
 1984 Gustav Hamester, Lothar Kempermann
 1985 D. Ebert, T. Schmidt, W.
 1986 Reinhold Martin, Guntram Peiser
 1987 Dr. Hans Imhoff, Hermann Bahlsen
 1988 Ignaz Kiechle (Bundesminister)
 1989 Petra Schürmann, Dr. Hermann Bühlbecker
 1990 Norbert Burger, Dr. Bernd Monheim
 1991 Horst Giesen, Richard Lindermaier, Heinz Sprenger
 1992 Leiman-Schlüssel, Hans-Gerd Fächtenkort
 1993 Klaus Oberwelland, Hermann Ottmüller
 1994 Bernd Koslicki, Rudolf Hoinkis
 1995 Bärbel Viader, Bernd Michael Kloster

1996 Antje Stickel, Wilhelm Niedergöcker
 1997 Stefan Pfander, Horst Schluckwerder
 1998 H. Maucher, Dr. Udo Gyllensvärd, G. Stoll
 1999 Dr. Andreas Most, Hasso G. Nauck
 2000 Heinz Gries, Florian Klasen
 2001 Karl-Heinz Funke (Bundesminister)
 2002 Herbert Mederer, Walter Hirschler
 2003 Klaus J. Jacobs, Willibert Krüger
 2004 August-Wilhelm Kamerichs, Ernst Tanner
 2005 Dr. Hartmut Quendt, Felix Richterich
 2006 Thomas Gottschalk
 2007 Dr. Werner Wolf, Familien Loacker und Zuenelli
 2008 Otto Lithardt, Hans Strohmaier
 2009 Walter Gaubatz, Dr. Dietmar Kendziur
 2010 Doreen Lofthouse, Helmut Meyer
 2011 Adolf Schlünder, Familie Cersovsky
 2012 Carl-Jürgen Brandt, Wolfgang Geile
 2013 Harm Humburg, Familie Trockels
 2014 Dr. Carl Manner, Reinhard Dittmar
 2015 Alfred T. Ritter, Bertrand Jacobberger
 2016 Werner M. Bahlsen, Holger Strait
 2017 Dr. Horst Hoeck, Tobias Bachmüller, Bastian Fassin
 2018 Dr. Uwe Lebens, Andreas Land
 2019 Dr. Walter Müller, Patrick Poirrier
 2020 Gerald Böse
 2022 Josef Zotter

RK
Rübezahl
 Schokoladen

RIEGELEIN
 CONFISERIE



SUN
Rice

chocri
 Von Hand für Dich gemacht

Friedel

Gubor
 FEINSTE ART SCHOKOLADE

Eichetti
 Confect Spezialitäten

SÜSSER STERN würdigt Süßwarenpräsentation

Bereits zum zwölften Mal hat SWEETS GLOBAL NETWORK 2022 den Branchenpreis SÜSSER STERN verliehen. Mit der Auszeichnung in Gold und Silber werden herausragende Leistungen im Verkauf und in der Präsentation von Süßwaren prämiert. Ausgezeichnet werden die Unternehmen aus dem Handel in sieben Kategorien: Süßwarenfachgeschäfte, Süßwarenfachhandel, Supermärkte (Regiemärkte) und Supermärkte (selbstständige Kaufleute) – jeweils bis 2.500 Quadratmeter und über 2.500 Quadratmeter – sowie auch Online-Shops (Süßwaren). Seit dem Jahr 2010 sind die Marktleiter bzw. Geschäftsführer und Inhaber im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels, der Kaufhäuser sowie des Fachhandels aufgerufen, sich an dem Wettbewerb zu beteiligen. Bewerben können sich Händler in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Die Gewinner werden zum Internationalen Süßwaren-Kongress in Berlin eingeladen, auf dem auch die Preisverleihung stattfindet. Dort können sie den Fachvorträgen folgen und zudem wertvolle Kontakte zu Verantwortlichen in der Süßen Branche knüpfen.

Auswahlkriterien für die Jury sind insbesondere die Gestaltung des Sortiments, die Regalpräsentation, die Berücksichtigung aktueller Trends am POS sowie saisonaler Aktionen, Kreativität und Warenverfügbarkeit. Wichtig sind zudem die Beratungskompetenz der Mitarbeiter, der Gesamteindruck der Verkaufsfläche sowie der Umsatz und die wirtschaftliche Entwicklung.

Die Jury mit Experten aus Industrie und Handel setzte sich 2022 wie folgt zusammen: Günter Bauer (finishing dutch retail design), Ute Dondorf (Lindt & Sprüngli), Robert Druschke (Storck), Markus Geiger (Kaufland), Martin Gümmer (Galeria Karstadt Kaufhof), Detlef Jütten (Ferrero), Dr. Gordon Kaup (Haribo), Hans-Jürgen Steffen (Edeka Hesseering), Patrick G. Weber (arko | Eilles | Hussel), Karl Westing (Intersnack), Ulrike Zanker (Rewe Group).

SÜSSER STERN honours confectionery presentation

The 2022 SWEETS GLOBAL NETWORK'S SÜSSER STERN awards represent the twelfth time this award ceremony has been held, honouring outstanding achievements in the sale and presentation of confectionery with Gold and Silver awards to specialist and retail confectionery stores in five categories: confectionery specialist stores, confectionery divisions, supermarkets (director market) and supermarkets (independent merchants) – each up to 2,500 m² and confectionery divisions in supermarkets over 2,500 m² – and also Online-Shops (confectionery). Since 2010, store managers, managing directors or store owners from the food products retail sector, department stores and specialist stores from Germany, Austria and Switzerland have been invited to participate in the competition.

The winners receive an invitation to the International SweetsBusinessForum in Berlin where the award ceremony is held. Here they can view the specialist presentations and lectures held at the forum and also network with the decision-makers in the confectionery industry.

The criteria for the jury's decisions focus in particular on the design of the product range and the shelf presentation, the consideration of current POS trends and seasonal actions, creativity and product availability. Other important factors include the consulting expertise and competence of the employees, the overall impression of the sales space, sales and the economic development of the selling point.

The 2022 jury was comprised of the following experts from the confectionery industry and retail: Günter Bauer (finishing dutch retail design), Ute Dondorf (Lindt & Sprüngli), Robert Druschke (Storck), Markus Geiger (Kaufland), Martin Gümmer (Galeria Karstadt Kaufhof), Detlef Jütten (Ferrero), Dr. Gordon Kaup (Haribo), Hans-Jürgen Steffen (Edeka Hesseering), Patrick G. Weber (arko | Eilles | Hussel), Karl Westing (Intersnack), Ulrike Zanker (Rewe Group).

Süß-sauer-veganer-Grill-Grusel-Gaming-Fan, anyone?

Sei was du willst. Unsere Fruchtgummis sind es auch: Vom Ernährungsguru über Spezialitätenfans bis zum Alltagsgenießer – wir sind für alle da, die auch bei den kleinsten Sweets den richtig großen Spaß lieben.

Let the fun win.



Bewährungsprobe für die Weltleitmesse

Seit der Premiere im Jahr 1971 hat die Internationale Süßwarenmesse in Köln – mit wenigen Rückschritten – eine kontinuierliche Aufwärtsentwicklung verzeichnet und im Jubiläumsjahr 2020 eine rekordverdächtige Messe mit 1.774 Ausstellern aus 76 Ländern und rund 37.000 Besuchern aus 146 Ländern erlebt. Danach störte die Corona-Pandemie das Messegeschehen weltweit, wobei auch die Weltleitmesse für Süßwaren und Snacks nicht verschont blieb. Nach dem Ausfall 2021 glückte ein Jahr darauf der Restart nur teilweise. So fällten die Organisatoren, die Koelnmesse GmbH und der Arbeitskreis ISM, den Entschluss, die ISM 2023 einmalig auf den Termin vom 23. bis 25. April zu verlegen.

Die Resonanz auf die Entscheidung ist weitgehend positiv; so verbuchte die Fachmesse nach Bekanntgabe des neuen Termins Anmeldungen aus 56 Ländern sowie einen Flächenzuwachs im Vergleich zu 2022. Zudem haben über 30 Gemeinschaftsstände ihre Teilnahme bestätigt, darunter Beteiligungen aus Belgien, Frankreich, Großbritannien, Hong Kong, Italien, Niederlande, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien, Türkei, Ukraine, USA. Auch Gruppen aus China, Lettland, Litauen und Taiwan, die 2022 nicht dabei waren, sind wieder mit an Bord.

Inhaltlich werden weiterhin die Themen Nachhaltigkeit, gesundes und genussvolles Snacken sowie Qualität bei Süßwaren und Snacks im Vordergrund stehen. Hierauf wird auch das geplante Eventprogramm der ISM mit der Expert Stage und Trendvorträgen einzahlen. Fachbesucher, die sich für Frucht- und Gemüsesnacks, Functional Riegel, Produkte ohne Zusatzstoffe und Raw Products sowie neue Produktideen interessieren, finden eine große Vielfalt in der Trend Snacks Area sowie der Start-up Area in der Halle 5.2. Hier wird die Area „Finest Creations – hand-crafted“ auch 2023 wiederum eine Fülle von Anbietern mit Ausrichtung auf das kleinvolumige Geschäft von Süßwaren und Snacks bieten.

www.ism-cologne.de

A Test for the World's Leading Confectionery Trade Fair

Since its premiere in 1971, with only a few setbacks, the ISM international confectionery trade fair in Cologne has demonstrated continuous positive development, culminating in its anniversary year of 2020 with a record-setting trade fair hosting 1,774 exhibitors from 76 countries and some 37,000 visitors from 146 countries. Following this peak, the Corona pandemic abruptly affected the trade fair situation throughout the world. After the event's cancellation in 2021, its restart in 2022 was only partially successful. In light of this, the event's organisers, Koelnmesse GmbH and the ISM working group, decided to move the ISM 2023 event for once to the late spring, hosting it from April 23rd to 25th.

The response to this decision has been largely positive. Following the announcement of the new dates, the trade fair has received registrations from 56 countries and every continent. Over 30 jointly hosted exhibition stands have confirmed their participation, coming from countries including Belgium, France, Great Britain, Hong Kong, Italy, the Netherlands, Austria, Poland, Sweden, Switzerland, Spain, Turkey, Ukraine and the USA. Groups from China, Latvia, Lithuania and Taiwan that stayed away in 2022 are set to return.

The 2023 event will continue to focus front-&-centre on the topics of sustainability, healthy and enjoyable snacking, and confectionery and snack quality, with the ISM's planned event programme featuring the Expert Stage and trend presentations. Industry visitors interested in fruit and vegetable snacks, functional bars, products free from additives, raw products with natural ingredients and new product ideas will find a great deal of variety in the Trend Snacks area and the Start-Up area in Hall 5.2. This is also where the 2023 "Finest Creations – Hand-Crafted" area, following its successful premiere in 2022, will once again host a bounty of providers focused on small-volume confectionery and snacks business.

www.ism-cologne.com

Iss doch mal 'ne gute Sache.

Wir setzen uns seit 30 Jahren für nachhaltigen Kakaoanbau ein.



100% ZERTIFIZIERT NACHHALTIGER KAKAOBEZUG

Ritter SPORT

MARZIPAN

QUADRATISCH. PRAKTISCH. GUT. #entdeckedasgut

Zuliefermesse mit besonderem Datum

Die ProSweets Cologne 2023 in Köln wird auf jeden Fall außergewöhnlich sein. Durch die Parallelität mit der ISM ergibt sich der spätere Termin im April, der unmittelbar vor der interpack in Düsseldorf liegt. Nach sechs Jahren Pause hat diese Messe bei den Maschinenbauern und Verpackungsmaschinenherstellern absolut Vorrang, sodass die Messe-Verantwortlichen für die ProSweets im nächsten Jahr eine einmalige Hallenordnung vorgesehen haben. Der Fokus liegt eindeutig auf den Bereichen Rohstoffe und Ingredienzien sowie Verpackungsmaterialien; die Messtände der Anbieter aus dem Zulieferspektrum werden dabei in die ISM mit integriert.

So findet eine noch engere Verzahnung mit ISM durch Etablierung der neuen Event Zone Ingredients mit Vortragsbühne in Halle 5.2 statt. Demnach wird der Bereich zukünftig mehr als Inspirationsquelle für neue Konzepte und Produktideen gestaltet. Dies wird sowohl Rohstoffe, Zutaten als auch Halbfertigprodukte umfassen. Hier werden auch die aktuellen wichtigen Trends in punkto Ernährung, Süßwaren und Snacks in wichtigen Teilen der Wertschöpfungskette dargestellt – abgestimmt auch mit den weiteren Sonderbereichen der ISM wie die Area Newcomer oder die Area New Snacks.

Auch nachhaltige Verpackungslösungen dürften eine gewisse Rolle spielen. Themen wie das Vermeiden und Reduzieren von Lebensmittelverlusten in der Produktion, Rohstoffknappheit und Beschaffung sowie die Reduzierung von Verpackungsmaterialien werden von hoher Relevanz auf der Kölner Zuliefermesse 2023 sein.

www.prosweets.de

Supplier Trade Fair with a Special Date

The 2023 ProSweets trade fair in Cologne is certain to be unusual, since it is set to run simultaneously with the ISM at a later date than originally scheduled in April, directly prior to the interpack fair in Dusseldorf. Following a six-year break, this fair is the top priority among machinery and packaging machinery manufacturers. As such, the event's decision-makers in Cologne have planned a unique hall arrangement for ProSweets next year in which the focus will clearly be on the segments of raw materials, ingredients and packaging materials. The exhibition stands from providers coming from the supplier spectrum will be integrated into the ISM.

This will create an even closer interweaving with the ISM via the establishment of the new zone's Ingredients event with a presentation stage in Hall 5.2. Accordingly, this area will serve in the future more as a source of inspiration for new concepts and product ideas encompassing raw materials, ingredients and also semi-finished products. The latest important trends related to nutrition, confectionery and snacks in important parts of the value-added chain will also be presented here in coordination with the other special areas at the ISM, such as the Newcomer area or the New Snacks area.

Sustainable packaging solutions also seem likely to play a certain role. Sustainability approaches in production are particularly gaining in importance. As a result, topics such as avoiding and reducing food product losses in production, raw materials scarcity, acquisition and the reduction of packaging materials will all be of great relevance at the trade fair.

www.prosweets.com

Termine ISM und ProSweets Cologne Scheduled dates ISM and ProSweets Cologne

ISM 2023
ProSweets Cologne 2023

23. – 25. April 2023
23. – 25. April 2023

Fruchtgummi Neuheiten



Ernährungsindustrie vor großen Herausforderungen

Die Ernährungsindustrie in Deutschland hat sich im Krisenjahr 2021 und auch in der ersten Jahreshälfte 2022 als stabilisierender Faktor bewährt. Doch die politischen und wirtschaftlichen Entwicklungen in Folge der Corona-Pandemie und des Ukraine-Kriegs machen der gesamten Branche schwer zu schaffen. Im Jahr 2021 ist die Zahl der Betriebe von 6.163 im Jahr 2020 nur leicht auf 6.152 zurückgegangen, während die Zahl der Beschäftigten 614.036 zum Jahresende 2020 um 4 Prozent auf 638.831 Personen zwölf Monate später stieg.

Insgesamt lag die nominale Umsatzentwicklung der deutschen Lebensmittelhersteller 2021 laut BVE mit 186,3 Mrd. Euro leicht über dem Niveau von 2020. Der Auslandsanteil erhöhte sich dabei von 33,2 Prozent auf 35,2 Prozent zum Ende 2021. Dies geht aus dem Jahresbericht der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) hervor.

Im Verlauf des Jahres 2022 haben allerdings die katastrophalen Entwicklungen in der Welt-politik und dem Welthandel die Unternehmen äußerst hart getroffen. Die BVE warnt, dass viele Existenzen in der nach wie mittelständisch geprägten Food-Branche gefährdet sind. Der Branchenverband forderte dahingehend von der Politik die Erweiterung und Verlängerung der Unternehmensbeihilfen und weitere Kostendämpfungsmaßnahmen. „Aufgrund der explodierenden Energiekosten stehen viele deutsche Nahrungsmittelerzeuger mit dem Rücken zu Wand. Sie sind auf umfangreiche Entlastungen angewiesen, um überhaupt weiter produzieren zu können“, betonte Peter Feller, stellvertretender BVE-Hauptgeschäftsführer, in einem dramatischen Appell an die Bundesregierung. Entsprechendes gelte auch für die Verlängerung des Spitzenausgleichs für energieintensive Unternehmen sowie das Aussetzen der Erhöhung des CO₂-Preises im Rahmen des Brennstoffemissionshandels in 2023. Diese Maßnahmen seien unerlässlich, um die deutsche Ernährungsindustrie bei den Energiekosten zu entlasten.

Quelle: BVE

The Nutrition Industry Faces Great Challenges

While Germany's nutrition industry demonstrated its status as a stabilising factor in the crisis year of 2021 and during the first half of 2022, the political and economic developments following in the wake of the Corona pandemic and the war in Ukraine are putting a heavy burden on the entire industry now. The number of related operations only fell slightly in 2021 from 6,163 in 2020 to 6,152, while the 614,036 employees in the industry at the end of 2020 had grown by 4 percent up to 638,831 twelve months later.

All in all, according to the Federation of German Food and Drink Industries (BVE), the nominal revenue development of German food product manufacturers in 2021 of 186.3 billion Euros was slightly higher than the level of 2020. The foreign business share increased in this regard from 33.2 percent up to 35.2 percent by the end of 2021, according to the BVE's annual report.

However, the catastrophic global political and economic developments of 2022 have hit companies particularly hard. The BVE is warning that the continued existence of many companies in the food product industry, which is characterised largely by mid-sized companies, is under threat. The trade association is therefore demanding that government policymakers expand and extend subsidies to businesses and undertake further measures to reduce costs. In a dramatic appeal to the German government, the BVE Deputy Chief Executive Officer Peter Feller emphasised, "Many German food product producers have their backs against the wall now as a result of the exploding energy costs. They depend on extensive relief in order to be able to continue production at all." The same goes correspondingly for the tax cap for companies using high quantities of energy and for the waiver for increasing the CO₂ price within the context of the fuel emissions trade in 2023. These measures are crucial for providing energy cost relief to the German nutrition industry.

Source: BVE



MAKE
EVERYDAY
A LITTLE
PINK!



Hafer-
gebäcke

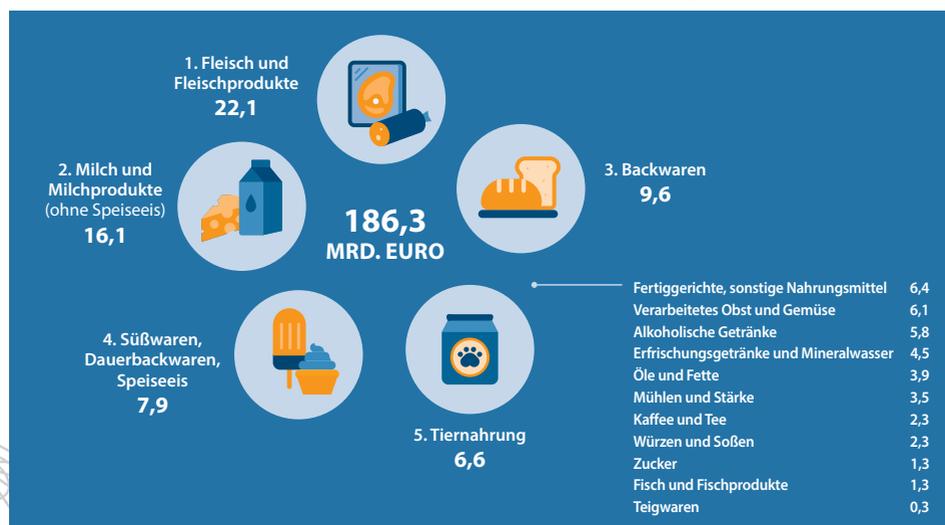


Kennzahlen der Ernährungsindustrie 2021

	2021	2020
Umsatz nominal	186,3 Mrd. € (+ 0,5%)	185,3 Mrd. € (±0,0%)
davon Inland	120,5 Mrd. € (- 2,7%)	123,9 Mrd. € (+0,7%)
davon Ausland*	65,8 Mrd. € (+ 7,0%)	61,5 Mrd. € (- 1,3%)
• EU	48,4 Mrd. € (+ 11,5%)	43,4 Mrd. € (- 1,1%)
• nicht EU	17,4 Mrd. € (- 3,9%)	18,1 Mrd. € (- 1,6%)
Reale Umsatzentwicklung	- 1,7%	- 0,8%
Auslandsanteil am Umsatz	35,3%	33,2%
Betriebe	6.152 (- 0,2%)	6.163 (+0,7%)
Beschäftigte	638.831 (+ 4,0%)	614.063 (- 0,8%)
Verbraucherpreise gesamt	+ 3,1%	+ 0,5%
davon Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	+ 3,1%	+ 2,3%
Verkaufspreise der Ernährungsindustrie		
Inland	+ 2,0%	+ 1,2%
Export	+ 2,9%	+ 0,1%

* vorläufige Schätzung

Anteile der Branchen am Gesamtumsatz der Ernährungsindustrie 2021

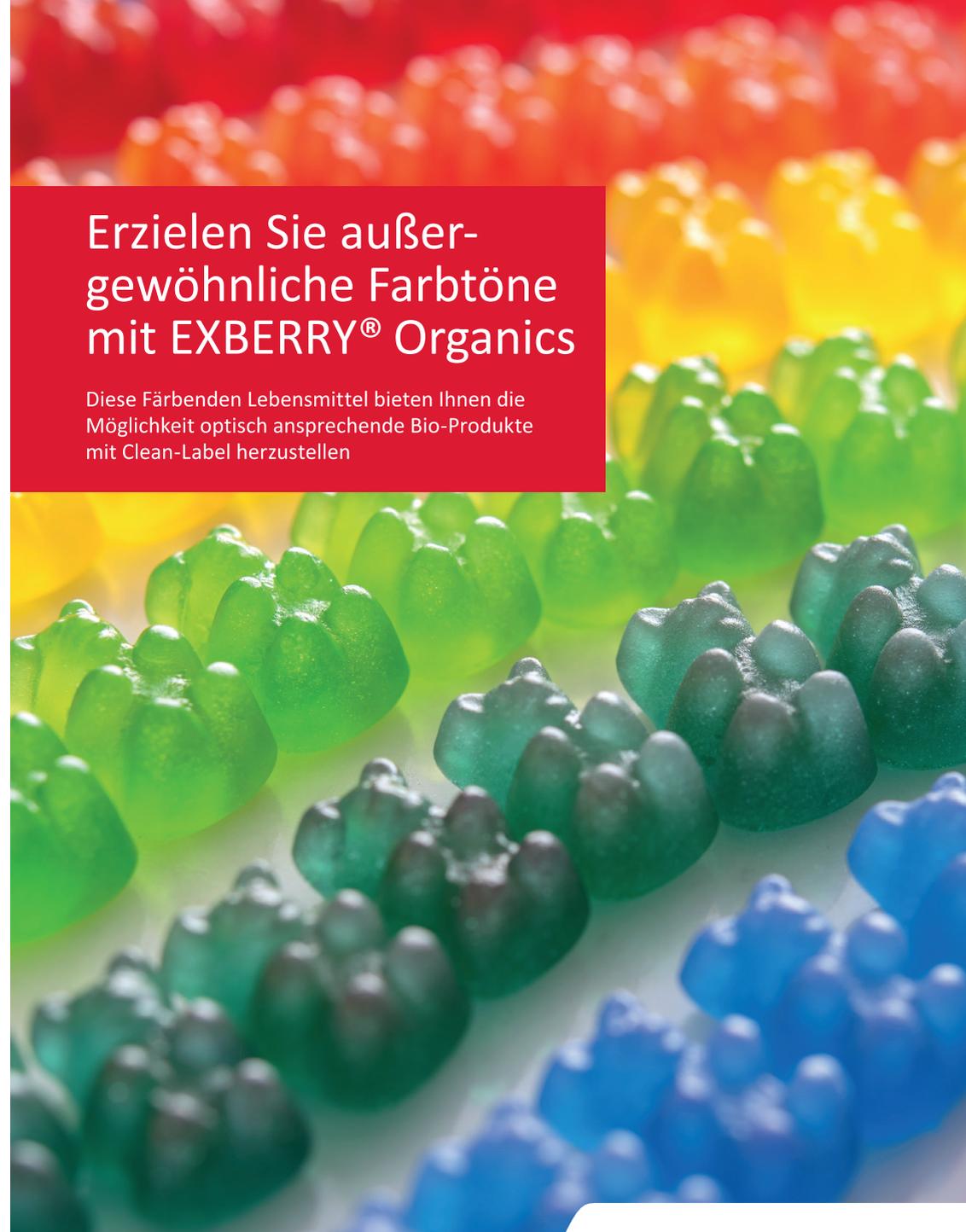


Angaben in Prozent

Quelle: Statistisches Bundesamt, BVE, ANG

Erzielen Sie außergewöhnliche Farbtöne mit EXBERRY® Organics

Diese Färbenden Lebensmittel bieten Ihnen die Möglichkeit optisch ansprechende Bio-Produkte mit Clean-Label herzustellen



Hersteller sind von Kostenexplosion stark betroffen

Die Marktentwicklung im Jahr 2021 stand für die deutsche Süßwarenindustrie noch unter einigermaßen guten Vorzeichen. Doch die Lage hat sich im Laufe des Jahres 2022 extrem verändert. „Die Situation in den Betrieben ist dramatisch und Fairness in der gesamten Lieferkette dringend erforderlich“, appellierte der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI) an Politik und Geschäftspartner. Energie, Agrarrohstoffe, Verpackungen und Transport/Logistik haben sich massiv verteuert, heißt es weiter. So hatten sich die Börsenpreise für Strom und Gas im August 2022 im Vergleich zum Vorjahresmonat verzehnfacht und die Beschaffungspreise für viele Rohstoffe mehr als verdoppelt.

Die Belastungen treffen die überwiegend mittelständischen Hersteller der Süßwarenbranche immer häufiger in existenzbedrohendem Maße. „Den Unternehmen werden durch die Kostenexplosion die Liquidität und der Ertrag entzogen, die für Arbeitsplatzsicherung und notwendige Investitionen unverzichtbar sind. Daher muss die Politik alle Maßnahmen ergreifen, um die Märkte für Energie- und Agrarrohstoffe zu entlasten“, so der BDSI.

Vor diesen Tatsachen treten die positiven Marktzahlen des Jahres 2021 und des ersten Halbjahres 2022 beim Export in den Hintergrund. Die Produktion hatte sich 2021 um 2,5 Prozent auf 3,9 Mio. Tonnen im Wert von 13,1 Mrd. Euro (+ 2,5 %) erhöht, wobei hier auch die Ausfuhren einen wesentlichen Beitrag zur positiven Entwicklung leisteten. In den ersten sechs Monaten machten sich die Preiserhöhungen bei den Exporten bemerkbar: Einem leichten Zuwachs der Menge um 1,8 Prozent auf 1,12 Mio. Tonnen steht eine Steigerung des Werts um 8,4 Prozent auf 4,475 Mrd. Euro gegenüber. Deutlich stiegen die Ausfuhren von Zuckerwaren, Schokoladewaren, Schokoladenhalberzeugnissen und Feine Backwaren. Bei den Exporten in Drittländer kam es zu einem sehr guten Wachstum in den USA und Großbritannien.

Quelle: BDSI

Manufacturers Hit Hard by Cost Explosion

Market development for the German confectionery industry in 2021 progressed under relatively good conditions, but the situation has radically changed over the course of 2022. “The situation for the operations is dramatic, and fairness is urgently needed in the entire supply chain,” asserted the Association of the German Confectionery Industry (BDSI) in its appeal to the political world and business partners. The statement goes on to say that energy, agricultural raw materials, packaging, and transport/logistics have become massively more expensive, with exchange prices for electricity and gas increasing in August of 2022 ten times over the same month in the previous year, while procurement prices for many raw materials have more than doubled.

The burdens threaten the survival of the predominantly medium-sized German confectionary manufacturers. The BDSI comments, “The cost explosions are eliminating the liquidity and earnings that are indispensable for job security and the necessary investments. So policymakers must implement every measure they can to provide relief for energy and agricultural raw materials and actively reduce costs.”

In light of these facts, the positive market figures for exports in 2021 and the first half of 2022 revert into the background. Production increased in 2021 by 2.5 percent up to 3.9 million tonnes at a value of 13.1 billion Euros (+ 2.5 %), with exports also contributing significantly to the positive development here. Price increases became noticeable in the first six months of this year, with mild growth in volume by 1.8 percent up to 1.12 million tonnes facing a value increase of 8.4 percent up to 4.475 billion Euros. Exports of sweets, chocolate goods, chocolate half-finished products and fine baked goods increased significantly. Value-related export growth occurred within the EU, particularly in France, Italy and Spain. There was very good third-country export growth in the USA and Great Britain.

Source: BDSI

DEAL ADVISORY

Überzeugen Sie sich von unseren fundierten Solutions im Bereich M&A Strategy und Transaction Advisory. Als unabhängiger und innovativer Lösungsanbieter stehen wir Ihnen bei allen Fragestellungen kompetent zur Seite – egal ob Sell Side, Buy Side, Debt oder Capital Markets Advisory oder in den Bereichen Transaction, Valuation und Restructuring.

Was uns auszeichnet:

-  Langjähriges Mitglied im Sweets Global Network e.V.
-  7 Fachartikel der Süßwarenbranche in 2021/22
-  Jährliche M&A-Marktuntersuchungen und Berichterstattungen in der Süßwarenbranche
-  3 dedizierte Branchenspezialisten
-  Namhafte Referenzen im Food- und Beveragesektor



Cereola

Gutes naschen

Produktion von Süßwaren gesamt 2021 (Veränderung zum Vorjahr in %)

Menge in 1.000 t

Süßwaren gesamt	3.926,0	+2,5%
Schokoladewaren	1.179,7	+3,5%
Kakao- und Schokoladenhalberz.	536,8	+11,0%
Kakaohaltige Lebensmittelzuber.	39,3	-6,5%
Zuckerwaren	622,7	+8,2%
Feine Backwaren	751,4	-2,7%
Knabberartikel	365,4	-2,8%
Speiseeis	383,7	-4,3%
Rohmassen	47,1	+14,4%

Wert in Euro

Süßwaren gesamt	13.108,7 Mio.	+2,5%
Schokoladewaren	5.884,9 Mio.	+6,0%
Kakao- und Schokoladenhalberz.	625,2 Mio.	+0,2%
Kakaohaltige Lebensmittelzuber.	96,0 Mio.	-3,3%
Zuckerwaren	1.602,2 Mio.	+3,3%
Feine Backwaren	2.222,8 Mio.	-1,2%
Knabberartikel	1.652,9 Mio.	-3,4%
Speiseeis	874,9 Mio.	+2,3%
Rohmassen	149,8 Mio.	+3,5%

Ohne Kakaohaltige Brotaufstriche.

Redaktionelle Pressenutzung frei - jede andere kommerzielle Nutzung ist untersagt.

Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.



Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.



Produktion von Schokolade und Schokoladewaren 2021

(Veränderung zum Vorjahr in %)

Menge in 1.000 t

Kategorie	Menge (1.000 t)	Veränderung (%)
Gesamt	1.179,7	+3,5%
Gefüllte Tafeln und Riegel	371,2	+3,0%
Ungefüllte Tafeln und Riegel	359,9	+7,8%
Pralinen, alkoholhaltig	36,0	+3,3%
Pralinen, nicht alkoholhaltig	134,6	+6,9%
Andere gefüllte Schokoladenerz.	71,6	+3,6%
Andere ungefüllte Schokoladenerz.	99,8	-12,6%
Kakaohaltige Zuckerwaren	78,7	+0,5%
Weißer Schokolade	27,8	+18,2%

Wert in Euro

Kategorie	Wert (Mio. Euro)	Veränderung (%)
Gesamt	5.884,9	+6,0%
Gefüllte Tafeln und Riegel	1.081,7 Mio.	+6,7%
Ungefüllte Tafeln und Riegel	1.912,0 Mio.	+8,5%
Pralinen, alkoholhaltig	240,6 Mio.	+11,5%
Pralinen, nicht alkoholhaltig	959,7 Mio.	+10,8%
Andere gefüllte Schokoladenerz.	522,6 Mio.	+6,0%
Andere ungefüllte Schokoladenerz.	729,7 Mio.	-6,7%
Kakaohaltige Zuckerwaren	321,6 Mio.	+2,0%
Weißer Schokolade	117,0 Mio.	+12,6%



Redaktionelle Pressenutzung frei - jede andere kommerzielle Nutzung ist untersagt.
Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Fotos: Thomas Greffeuille, masa44 - Shutterstock



clean label by nature



Das Original

KALIFORNISCHE ROSINEN

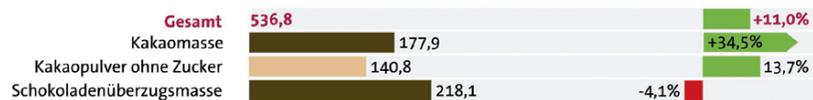
naturbelassen sonnengetrocknet
einzigartig karamellig
ohne Zusatzstoffe

Muster sowie NEUE Vertriebs-
und Produkt-Konzepte anfordern:
info@californiaraisins.de

Produktion von Kakao- u. Schokoladenhalberzeugnissen 2021

(Veränderung zum Vorjahr in %)

Menge in 1.000 t



Wert in Euro



Redaktionelle Pressenutzung frei - jede andere kommerzielle Nutzung ist untersagt.
Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.



Stärken Sie Ihr Geschäft mit unseren Lösungen:

Mit unseren nachhaltigen und konzeptionell durchdachten Verpackungslösungen glänzt Ihre Marke am POS. Lassen Sie sich inspirieren!

Setzen Sie ein Zeichen im Handel, wir beraten Sie gerne!



IHRE SÜSSWAREN PERFEKT IN SZENE GESETZT

- ▶ Faltschachteln
- ▶ Formverpackungen
- ▶ Runddosen
- ▶ Promotion- und Saisonverpackungen
- ▶ POS Displays



**MAGIC
IN THE MAKING**

Tel: +32 14 40 36 40 | sales@vangenechten.com | www.vangenechten.com

Produktion von Zuckerwaren 2021

(Veränderung zum Vorjahr in %)

Menge in 1.000 t

	Menge (1.000 t)	Veränderung (%)
Gesamt	622,7	+8,2%
Dragées ohne Schokodragées	39,1	+4,9%
Gummibonbons u. Gelee-Erzeugn.	391,2	+12,8%
Husten- Kräuterbonbons	11,0	-25,6%
Hartkaramellen, auch gefüllt	44,6	-5,0%
Weichkaramellen	64,8	+9,0%
Komprimare	12,2	0,0%
Andere Zuckerw., auch Marzipanw.	59,9	+3,5%

Wert in Euro

	Wert (Mio. Euro)	Veränderung (%)
Gesamt	1.602,2 Mio.	+3,3%
Dragées ohne Schokodragées	93,9 Mio.	+13,5%
Gummibonbons u. Gelee-Erzeugn.	841,6 Mio.	+6,1%
Husten- Kräuterbonbons	35,0 Mio.	-23,8%
Hartkaramellen, auch gefüllt	136,6 Mio.	-1,8%
Weichkaramellen	174,1 Mio.	-1,8%
Komprimare	90,5 Mio.	+0,1%
Andere Zuckerw., auch Marzipanw.	230,5 Mio.	+3,7%



Redaktionelle Pressennutzung frei - jede andere kommerzielle Nutzung ist untersagt.
Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Ganz nach Ihrem Geschmack.

DACHSER Food Logistics



Europaweit vernetzt.

Von ultrafrisch bis ambient bietet DACHSER Food Logistics branchen-individuelle Logistiklösungen für jeden Bedarf. Durch unsere Mitgliedschaft im European Food Network profitieren Sie von einer flächendeckenden Präsenz in 34 Ländern Europas. Wir bieten Ihnen standardisierte, temperaturgeführte Transportdienstleistungen im plusgradigen Bereich für alle Sendungsgrößen.

Als Partner für Ihre gesamte Supply Chain stehen wir Ihnen auch im Bereich Contract Logistics mit einem umfassenden Serviceangebot zur Seite.

DACHSER SE • Regional Head Office
foodlogistics@dachser.com
european-foodnetwork.com

dachser.de

Produktion von Feinen Backwaren 2021

(Veränderung zum Vorjahr in %)

Menge in 1.000 t

Kategorie	Menge (1.000 t)	Veränderung (%)
Gesamt	751,4	-2,7%
Knäckebrötchen	46,0	-8,2%
Zwieback, geröstetes Brot u.ä.	14,6	-11,0%
Leb-, Honigkuchen	84,5	-2,3%
Kakaoh. Kekse u. ähnl. Kleingebäck	285,3	-1,9%
Kekse u. ähnl. Kleingebäck, gefüllt	201,5	-6,6%
Waffeln unter 10% Wassergeh.	119,5	+6,4%

Wert in Euro

Kategorie	Wert (Mio. Euro)	Veränderung (%)
Gesamt	2.222,8 Mio.	-1,2%
Knäckebrötchen	138,7 Mio.	-7,3%
Zwieback, geröstetes Brot u.ä.	40,6 Mio.	-7,0%
Leb-, Honigkuchen	250,5 Mio.	-2,6%
Kakaoh. Kekse u. ähnl. Kleingebäck	760,4 Mio.	0,0%
Kekse u. ähnl. Kleingebäck, gefüllt	613,7 Mio.	-4,1%
Waffeln unter 10% Wassergeh.	418,9 Mio.	+5,0%



Redaktionelle Pressenutzung frei - jede andere kommerzielle Nutzung ist untersagt.
Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Verpackungsideen

für eine bessere Zukunft!

Unsere Verpackungen schützen Ihr Produkt und die Umwelt!



ZIRBS
VERPACKUNGEN

www.zirbs-verpackungen.de

Sprechen Sie uns an – wir freuen uns auf neue Herausforderungen!



**Alles auf einen Blick:
Vom Hersteller bis zur
Vermarktung am POS**
All at a glance:
From manufacturers to
marketing at the POS

top aktuell.
up-to-date.

Produktion von Knabberartikeln 2021

(Veränderung zum Vorjahr in %)

Menge in 1.000 t

Kategorie	Menge (1.000 t)	Veränderung (%)
Gesamt	365,4	-2,8%
Kartoffelchips und -sticks	119,3	-5,8%
Nußmischungen	134,2	-6,3%
Kekse u. ä. Kleingebäck, nicht gesüßt	37,2	-0,8%
Extrudierte oder expandierte Erzeugn.	74,7	+8,9%

Wert in Euro

Kategorie	Wert (Mio. Euro)	Veränderung (%)
Gesamt	1.652,9 Mio.	-3,4%
Kartoffelchips und -sticks	429,8 Mio.	-3,6%
Nußmischungen	823,3 Mio.	-7,0%
Kekse u. ä. Kleingebäck, nicht gesüßt	111,6 Mio.	+2,7%
Extrudierte oder expandierte Erzeugn.	279,3 Mio.	+6,8%



Redaktionelle Pressennutzung frei - jede andere kommerzielle Nutzung ist untersagt.
Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.



**Auch
als
App!**



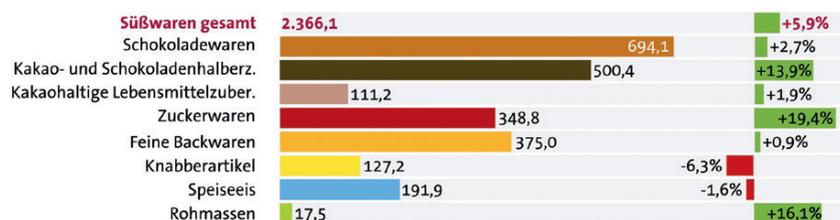
SG SWEETS GLOBAL NETWORK
info@sg-network.org

www.sg-network.org

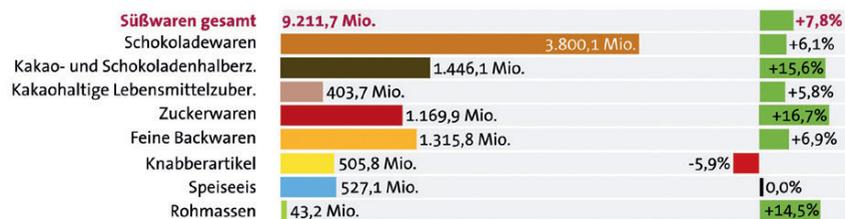
Ausfuhr von Süßwaren gesamt 2021

(Veränderung zum Vorjahr in %)

Menge in 1.000 t



Wert in Euro



Redaktionelle Pressenutzung frei - jede andere kommerzielle Nutzung ist untersagt.

Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

07-2022

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Hauptabnehmerländer von Süßwaren

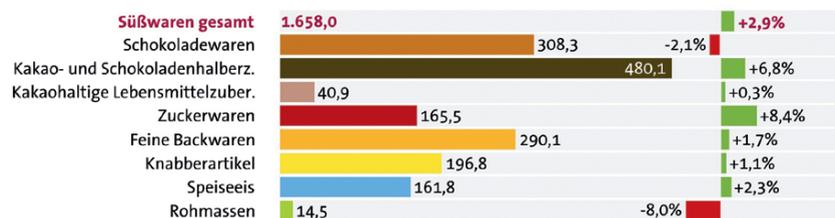
	2020		2021		Veränd. in %	
	Menge in Tonnen	Wert in 1.000 Euro	Menge in Tonnen	Wert in 1.000 Euro	Menge	Wert
Ausfuhr von Süßwaren gesamt	2.233.948	8.548.708	2.366.120	9.211.714	5,9	7,8
Ausfuhr in EU gesamt	1.632.582	5.944.229	1.731.087	6.425.447	6,0	8,1
Frankreich	239.425	913.277	233.931	921.233	-2,3	0,9
Polen	188.751	705.863	208.943	792.221	10,7	12,2
Niederlande	230.421	710.423	234.128	754.396	1,6	6,2
Österreich	155.092	644.620	162.752	682.201	4,9	5,8
Belgien	169.006	565.460	200.882	666.304	18,9	17,8
Italien	142.806	515.447	154.792	557.414	8,4	8,1
Spanien	78.889	268.505	88.501	306.228	12,2	14,0
Tschechische Republik	60.451	229.071	60.311	242.264	-0,2	5,8
Rumänien	55.610	194.027	58.244	209.870	4,7	8,2
Schweden	48.265	187.458	50.149	204.409	5,1	9,0
Dänemark	45.497	198.242	43.418	189.618	-4,6	-4,4
Ungarn	41.799	142.399	45.495	158.558	8,8	11,3
Portugal	26.800	95.816	28.026	100.711	4,6	5,1
Kroatien	23.576	90.709	24.288	96.144	3,0	6,0
Slowakei	23.503	83.665	25.178	92.065	7,1	10,0
Bulgarien	17.466	70.571	17.968	81.475	2,9	15,5
Griechenland	18.237	58.738	20.872	71.967	14,4	22,5
Finnland	19.079	72.557	17.668	69.657	-7,4	-4,0
Irland	13.631	55.395	15.827	66.288	16,1	19,7
Slowenien	12.940	52.248	13.869	58.247	7,2	11,5
Litauen	9.522	33.681	11.840	41.414	24,3	23,0
Luxemburg	3.949	23.345	4.253	23.077	7,7	-1,1
Lettland	2.632	10.821	3.988	16.470	51,5	52,2
Estland	2.061	9.752	2.193	10.273	6,4	5,3
Zypern	2.471	8.488	2.209	8.719	-10,6	2,7
Malta	703	3.651	762	4.224	8,4	15,7
Ausfuhr in Drittländer gesamt	601.366	2.604.479	635.033	2.786.267	5,6	7,0
Vereinigtes Königreich	185.543	757.822	177.578	705.357	-4,3	-6,9
USA	105.585	415.161	123.435	484.350	16,9	16,7
Schweiz	59.105	311.263	63.025	336.679	6,6	8,2
Russische Föderation	49.779	209.849	53.737	229.398	8,0	9,3
Australien	19.714	108.779	18.540	104.366	-6,0	-4,1
Kanada	16.675	73.857	17.703	87.501	6,2	18,5
Ukraine	11.021	43.636	13.504	57.689	22,5	32,2
Türkei	9.701	36.148	14.050	52.914	44,8	46,4
Republik Korea	16.983	64.423	12.924	49.495	-23,9	-23,2

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

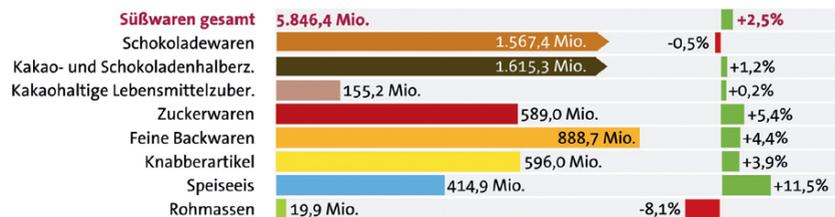
Einfuhr von Süßwaren gesamt 2021

(Veränderung zum Vorjahr in %)

Menge in 1.000 t



Wert in Euro



Redaktionelle Pressenutzung frei - jede andere kommerzielle Nutzung ist untersagt.
Quelle: BDSI auf der Grundlage der Zahlen des Statistischen Bundesamtes.

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Hauptlieferländer von Süßwaren

	2020		2021		Veränd. in %	
	Menge in Tonnen	Wert in 1.000 Euro	Menge in Tonnen	Wert in 1.000 Euro	Menge	Wert
Einfuhr von Süßwaren gesamt	1.611.634	5.704.215	1.658.008	5.846.438	2,9	2,5
Einfuhr aus EU gesamt	1.350.167	4.569.430	1.384.786	4.738.160	2,6	3,7
Niederlande	389.576	1.318.572	364.939	1.220.119	-6,3	-7,5
Polen	228.052	841.222	249.801	907.136	9,5	7,8
Belgien	254.742	806.997	258.015	829.638	1,3	2,8
Italien	88.022	336.164	101.712	408.346	15,6	21,5
Frankreich	105.691	327.846	106.663	332.024	0,9	1,3
Österreich	89.056	253.494	89.577	261.181	0,6	3,0
Spanien	45.992	119.855	51.224	149.691	11,4	24,9
Dänemark	17.451	76.447	17.328	83.619	-0,7	9,4
Schweden	22.569	67.003	24.231	78.414	7,4	17,0
Luxemburg	14.617	72.587	13.066	66.371	-10,6	-8,6
Ungarn	19.807	55.389	21.554	58.689	8,8	6,0
Kroatien	5.629	41.790	7.431	55.861	32,0	33,7
Tschechische Republik	11.403	48.755	12.333	50.471	8,2	3,5
Bulgarien	10.948	40.362	11.313	42.962	3,3	6,4
Irland	6.887	29.249	7.317	34.211	6,2	17,0
Slowakei	4.076	23.263	7.085	30.030	73,8	29,1
Griechenland	4.178	20.435	5.947	29.224	42,3	43,0
Litauen	10.713	26.090	11.704	28.061	9,3	7,6
Rumänien	5.069	19.556	5.588	21.476	10,2	9,8
Slowenien	7.979	20.819	7.962	19.985	-0,2	-4,0
Finnland	3.543	13.236	3.572	14.641	0,8	10,6
Portugal	2.175	5.829	4.317	10.556	98,5	81,1
Lettland	1.913	4.106	1.850	4.675	-3,3	13,9
Estland	41	272	168	648	309,8	138,2
Zypern	37	89	87	114	135,1	28,1
Malta	1	3	2	17	100,0	466,7
Einfuhr aus Drittländern gesamt	261.467	1.134.785	273.222	1.108.278	4,5	-2,3
Schweiz	68.918	429.093	62.284	370.962	-9,6	-13,5
Vereinigtes Königreich	31.713	146.488	28.511	111.329	-10,1	-24,0
Türkei	32.091	99.263	32.788	102.373	2,2	3,1
Côte d'Ivoire	13.075	27.892	26.755	88.667	104,6	217,9
Ghana	21.878	85.958	24.208	78.368	10,6	-8,8
Indonesien	9.876	45.013	14.293	59.184	44,7	31,5
Volksrepublik China	7.307	30.390	7.795	37.276	6,7	22,7
Russische Föderation	12.615	36.591	11.756	35.158	-6,8	-3,9
Ukraine	9.947	20.776	11.356	24.997	14,2	20,3

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Sozialpolitische Daten der Süßwarenindustrie (Betriebe ab 20 Beschäftigte)

	2021	Veränd. in %
Umsatz (1.000 Euro)	14.454.771	1,5
Beschäftigte im Durchschnitt	54.216	-0,9
Lohn- und Gehaltssumme (1.000 Euro)	2.065.483	-0,9
Lohn- und Gehaltssumme je Beschäftigten in Euro	38.097	1,8
Umsatz je Beschäftigten in Euro	266.614	2,4
Umsatz je Euro Lohn und Gehalt	7,00	0,6
Betriebe im Durchschnitt	257	-1,9

Quelle: Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V.

Anmerkung: inklusive „andere Dauerbackwaren“.

Die Umsatzzahl enthält auch Handelsumsätze der produzierenden Unternehmen.

IRI Süßwarenmonitor: Absatz / Umsatz / Veränderungsraten Januar-Dezember 2020 vs. 2021, Basis: Deutschland (LEH + DM + HD + Tankstellen)

	Absatz in Tonnen		Umsatz in Mio. Euro		VAE. % VJ
	2020	2021	2020	2021	2021
SÜSSWARE (ex Kaug., ex Saison)	1.914.152,9	1.958.124	14.480,0	15.297,3	5,6
Schokwaren ex Saison	598.734	619.292	6.000,5	6.447,3	7,4
Tafelschokolade 1)	202.309	201.906	1.749,9	1.794,7	2,6
100g - Segment	13.124	134.393	1.637	1.204,6	4,4
Großtafel	59.453	57.190	460,6	463,2	0,6
Kleintafel	11.641	10.323	135,5	126,8	-6,4
Pralinen 1)	135.667	146.200	1.766,9	1.969,1	11,4
Pralinenspezialitäten	105.889	115.466	1.273,6	1.426,4	12,0
Alkoholpralinen	16.961	16.502	206,4	215,5	4,4
Pralinenmischungen	12.816	14.232	287,0	327,2	14,0
Riegel 1)	193.480	202.484	1.766,8	1.895,7	7,3
Small Bites 1)	55.283	56.399	460,0	509,3	10,7
Überraschungen 1)	5.346	5.595	192,6	210	9,5
Sonstige Schokwaren*	6.649	6.708	64,2	67,5	5,0
Salzige Snacks 3)	481.437	485.829	3.943,5	4.068,5	3,2
Süßgebäck & Kuchen	474.489,5	479.820,0	2.573,2	2.707,4	5,2
Süßgebäck 3)	290.088,7	283.032,7	1.657,0	1.770	3,2
Kuchen/Torte 2)	184.208	196.787,3	916,2	937,4	8,9
Zuckerwaren Gesamt	359.870	373.183	1.982,8	2.074,2	5,7
Fruchtgummi/SZ/Laktifiz 4)	239.206	254.316	1.007,0	1.143,3	10,7
Bonbons 4)	57.601	54.849	552,8	530,5	-4,0
Kaubonbons 4)	29.917	29.186	180,6	188,3	4,2
Sonst. Zuckerware 4)	33.145	34.680	222,3	241,1	8,5
Schaumküsse	13.501	13.462	84,1	87,9	4,5
Puffreis	7.505	8.165	48,1	52,1	8,2
Gelee Scho kolliert	7.826	8.378	36,8	41,5	12,7
Lutscher	2.330	2.782	27,7	34,0	22,9
Brause	1.982	1.903	25,6	25,6	0,1
Schokoladen Saison 4)	2020	2021	2020	2021	
Ostern (KW 8-19/2020 KW 6-17/2021)	34.287	35.144	492,7	566,2	14,9
Weihnachten (Sept20-Dez 20 / Sept21-Dez 21)	4.185,2	45.753	692,8	775,0	11,9
Kaugummi 4)	2020	2021	2020	2021	
Verk. Tsd Stueck	3.14.102	293.124	455,1	435,7	-4,3

* Sonstige Schokwaren Definition: Mezerkügelchen, Katzenzungen, Nougat, Pasteten, Eisbonfekt, Schokololies
 1) InfoScan (LEH+200qm + Harddiscounter + DM + Tankstellen)
 2) InfoScan (LEH+200qm + Harddiscounter + DM + Tankstellen)
 3) InfoScan (LEH+200qm + Harddiscounter + DM)
 4) InfoScan (LEH+200qm + Harddiscounter + DM + Tankstellen)
 © 2022 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.



IRI Süßwarenmonitor: Absatz / Umsatz / Veränderungenraten
Januar-Juni 2021 vs. 2022, Basis: Deutschland (LEH + DM + HD + Tankstellen)

	Absatz in Tonnen		Umsatz in Mio. Euro		VAE: % VJ
	2021	2022	2021	2022	
SÜSSWARE (ex Kaug., ex Saison)	949.922	941.180	7.379,9	7.292,2	-0,9
Schoko waren ex Saison	287.585	278.971	2.985,0	2.894,5	-3,0
Tafelschokolade 1)	96.452	90.802	866,1	813,4	-5,9
100g - Segment	63.189	60.016	576,4	553,3	-4,0
Groistafel	28.578	26.688	231,7	214,9	-7,2
Kleintafel	4.705	4.098	58,1	50,2	-13,6
Pralinen 1)	62.965	61.897	840,0	820,2	-2,4
Pralinenspezialitäten	49.996	49.031	612,8	599,2	-2,2
Alkoholpralinen	6.789	6.623	85,3	84,6	-0,8
Pralinenmischungen	6.180	6.244	141,9	136,4	-3,9
Riegel 1)	95.898	96.870	900,7	920,6	2,2
Small Bites 1)	26.443	24.538	237,4	215,0	-9,4
Überraschungen 1)	3.002	2.535	16,7	98,1	-15,2
Sonstige Schoko waren *	2.825	2.329	25,2	22,2	-11,6
Salzige Snacks 3)	238.179	229.950	2.039,2	1.975,9	-3,1
Süßgebäck & Kuchen	241.881,8	248.330,7	1.356,6	1.397,7	3,0
Süßgebäck 3)	143.489,9	143.441,5	882,0	881,0	2,2
Kuchen/Torte 2)	98.391,9	104.889,2	494,6	516,7	4,5
Zuckerwaren Gesamt	182.276	183.928	999,1	1.024,2	2,5
Fruchtgummi/SZ/Laktifiz 4)	25.842	26.438	546,4	559,6	2,4
Bonbons 4)	24.643	24.887	238,5	253,9	6,5
Kaubonbons 4)	13.317	13.765	86,3	91,9	6,4
Sonst. Zuckerware 4)	18.475	16.838	127,9	118,8	-7,1
Schaumküsse	6.919	6.744	45,4	43,7	-3,7
Puffreis	4.955	4.049	31,4	27,0	-13,9
Gelee Schokoliert	4.086	3.675	19,9	17,4	-12,9
Lutscher	1.454	1.272	17,2	16,4	-4,8
Brause	1.061	1.098	14,0	14,3	2,3
Schokoladen Saison 4)	2022	2021	2022	2021	
Ostern (KW6-17/2021TKW8-19/2022)	35.349	37.499	575,2	570,8	-0,8
Weihnachten (Sept20-Jan 21/ Sept12-Jan 22)	42.073	46.437	700,3	782,6	11,8
Kaugummi 4)	138.081	147.028	205,7	221,4	7,6



© 2022 Information Resources Inc. (IRI). Confidential and Proprietary.

Süßwaren im Zeitverlauf - Umsatzentwicklung

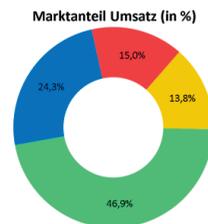
How do long / medium / short term sales evolve?
LEH+DM - Umsatz (in EUR) - Letztes aufgelaufenes Jahr (YTD) - Woche bis 02/01/22

	Umsatz (in 1000 Mio. EUR)	%-Entw. Letzte 52 Wochen vs Vorjahr	%-Entw. Letzte 24-Wochenzeiträume vs Vorjahr	%-Entw. Letzte 12 Wochen vs Vorjahr	%-Entw. Letzte 4 Wochen vs Vorjahr
SÜSSWAREN	15,7	3,4	3,2	2,1	5,3
GEBAECK	2,2	0,8	-0,3	0,2	3,7
SALZIGE SNACKS	3,8	4,6	0,6	-2,7	-2,6
SCHOKOLADENWAREN	7,4	4,3	5,3	4,3	9,2
ZUCKERWAREN	2,3	1,1	4,1	3,5	4,5

Land: Germany Warengruppe: M131SR04 - SUESSWAREN
Vergleich mit Vorjahr

Süßwaren - Warenklassen

Wie bedeutend sind die Produkte/Segmente und wie entwickeln sie sich? (Top)
SÜSSWAREN - LEH+DM - Letztes aufgelaufenes Jahr (YTD) - Woche bis 02/01/22
Grenzwert für Sonstie 0.5 %

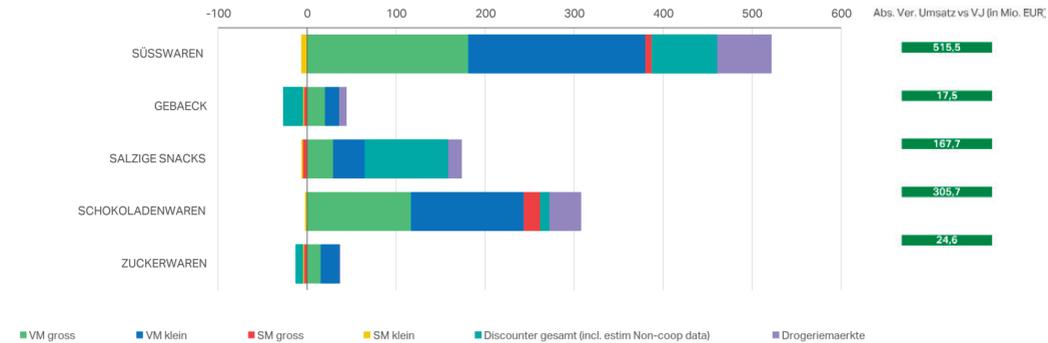


	Umsatz (in Mio. EUR)	Abs. Ver. Umsatz vs VJ (in Mio. EUR)	%-Ver. Umsatz vs VJ (in %)
Summe	15692,1	515,5	3,4
SCHOKOLADENWAREN	7361,3	305,7	4,3
SALZIGE SNACKS	3815,3	167,7	4,6
ZUCKERWAREN	2346,6	24,6	1,1
GEBAECK	2168,9	17,5	0,8

Land: Germany Warengruppe: M131SR04 - SUESSWAREN
Vergleich mit Vorjahr Woche bis 03/01/21

Warenklassenentwicklung nach Vertriebschienen

Wie entwickeln sich die Produkte in verschiedenen Märkten?
Abs. Ver. Umsatz vs VJ (in Mio. EUR) - Letztes aufgelaufenes Jahr (YTD) - Woche bis 02/01/22



Basis für Marktanteil: SÜSSWAREN
Referenzmarkt: LEH+DM Land: Germany Warengruppe: M131SR04 - SUESSWAREN
Vergleich mit Vorjahr Woche bis 03/01/21

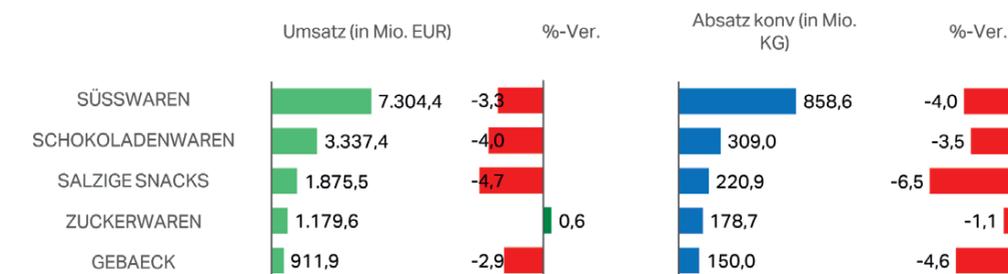
Weihnachten 2021

Weihnachtsartikel - cw 35-51 2021



Entwicklung der Warenklassen 1. Halbjahr 2021

Wie ist die Umsatz- und Absatzentwicklung von Produkten über 2 Zeiträume?
LEH+DM - Letztes aufgelaufenes Jahr (YTD) - Woche bis 03/07/22



Land: Germany Warengruppe: M131SR04 - SUESSWAREN
Vergleich mit Vorjahr Woche bis 04/07/21

Ostern 2022

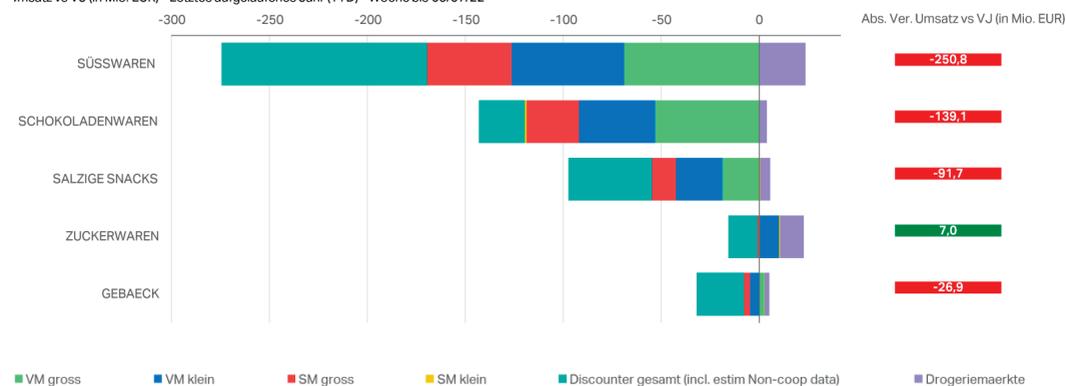
Osterartikel - cw 3-15 2022



Entwicklung der Vertriebslinien 1. Halbjahr 2021

*keine sich die Produkte in verschiedenen Märkten?

Umsatz vs VJ (in Mio. EUR) - Letztes aufgelaufenes Jahr (YTD) - Woche bis 03/07/22



LEH+DM+Impuls+Tank.+KWH - YTD - Berichtsperiode bis
KW 26/2022 - MA basierend auf Süßwaren
© Nielsen