

# Edle Tropfen

Die Menschen werden in Zukunft kaum mehr Spirituosen konsumieren. Allerdings gibt es einen Trend zu höherwertigen Erzeugnissen. Der LEH bleibt der mit Abstand wichtigste Absatzkanal.

**Tobias Dünnebacke**

>> »Spirituosen sind eine der umsatzstärksten Warengruppen im Lebensmittel-Einzelhandel (LEH). Für 2018 könnten sich zudem durch den allgemeinen Trend zu Qualität und Craft sowie durch das Wachstum einzelner Spirituosengattungen zusätzliche Chancen ergeben«, analysiert Thomas Ernst, Präsident vom Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure (BSI) die aktuelle Lage bei den hochprozentigen Alkoholla. Durchschnittlich gab jeder Bundesbürger 2017 im Lebensmittel-Einzelhandel und in Drogeriemärkten 50,75 Euro für Wodka, Rum, Likör und Co. aus (Nielsen). Das Umsatzvolumen am Spirituosenmarkt betrug 2017 rund 4,3 Milliarden Euro im LEH, der mit einem Anteil von 75 Prozent neben dem Fachhandel und der Gastronomie wichtigster Vertriebskanal bleibt. Zwar stagniert der Pro-Kopf-Konsum von Spirituosen bei rund 54 Liter je Bundesbürger und Jahr, allerdings sichert die zunehmende Qualitätsorientierung der Verbraucher weiteres Wachstumspotenzial.

# 5,4

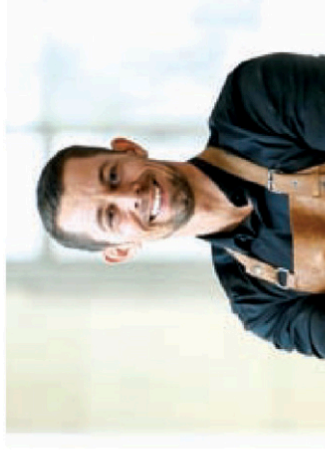
**Liter:** Bei diesem Wert stagniert der Pro-Kopf-Konsum seit Jahren.

## DER MEDIALE GIN-HYPE SCHLÄGT SICH NICHT IN DEN ZAHLEN NIEDER

Die größten Marktanteile verbuchten mengenmäßig weiterhin »Klare Spirituosen« (rund 36,9 Prozent), »Liköre« (rund 35,3 Prozent) und »Weinbrände/Cognac« (rund 10,1 Prozent). Zu den Gewinnern zählten 2017 unter anderem Liköre wie Pfaffenminz- und Eierlikör, Wodka, Whisk(e)y, Ouzo, Rum, Weinbrand und Sambuca. Die großen Verlierer sind Brandy, Branntwein-Verschnitt



Foto: Deutsche Spirituosen Manufaktur, Tim Müller



## „Mit unseren Innovationen wollen wir den Markt revolutionieren.“

Tim Müller, Geschäftsführer Deutsche Spirituosen Manufaktur

wurde. Auch der Siegeszug des Schwarzwälder Dry Gin Monkey 47, der jetzt zum Weltkonzern Pernod Ricard gehört und weltweit zur internationalen Premium-Marke ausgebaut werden soll, befeuert die Gingeisterung.

## SPRINT DER CRAFT-TREND AUF DIE SPIRITUOSENBRANCHE ÜBER?

Ob, wie von BSI-Präsident Thomas Ernst prognostiziert, der Craft-Trend auf die Spirituosenbranche überspringt, bleibt abzuwarten. Allerdings gibt es erste Tendenzen, insbesondere in der Start-up-Szene, die das Handwerkliche bei der Herstellung in den Vordergrund rückt. Exemplarisch hierfür steht die »Deutsche Spirituosen Manufaktur« in Berlin. Das Start-up entwickelt und produziert Premium Spirituo-

sen in kleinen Batches auf Basis natürlicher Rohstoffe und in »100 Prozent Handarbeit«. So sollen Liebhaber und Connoisseurs »mit einzigartigen Geisten und Bränden ganz neue Geruchs- und Geschmackswelten« geboten werden. Im Oktober 2018 sollen die ersten 30 Destillate auf den Markt kommen. Grundlage aller Kreationen sind handverlesene, hochwertige Rohstoffe von kleinen landwirtschaftlichen Betrieben aus der Region und aus aller Welt. »In dem wir Bekanntes und Bewährtes perfektionieren, vor allem aber mit unseren Innovationen, mit Spirituosen, die es so noch nicht gab, wollen wir den Markt revolutionieren«, gibt sich Tim Müller, Geschäftsführer der Manufaktur, selbstbewusst. Auf der Homepage des Start-up läuft bereits der Countdown.