

Interview



Klaus Reingen, Hauptgeschäftsführer Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI), über Trends, Chancen und Herausforderungen im Süßwarenbereich anlässlich der ISM 2017 in Köln.

Was werden die Trends 2017 aus Ihrer Sicht im Süßwarenbereich sein?

Klaus Reingen: Zu den Trends im Süßwarenmarkt zählt die Neuentdeckung der so genannten Klassiker, also seit vielen Jahren oder Jahrzehnten bestehenden Traditionsprodukten, häufig hergestellt nach Originalrezepturen. Auch das Spiel mit Gegensätzen liegt im Trend: Kombinationen von süß/salzig oder süß/sauer erfreuen sich ebenso wie Kombinationen verschiedener Produkte wie etwa Schokolade und Keks oder Speiseeis und Kuchenstückchen zunehmender Beliebtheit. Eine große Vielzahl von Süßwaren und Knabberartikeln ist in verschiedensten Portionsgrößen erhältlich. Im Trend liegen 2017 vor allem kleinstückige Verpackungen, einzeln verpackte Produkte für den Genuss unterwegs, aber auch wiederverschließbare Verpackungen. Der Einsatz nachhaltiger Rohstoffe in Süßwaren und Knabberartikeln wird von der Branche intensiv vorangetrieben und wird auch künftig nicht an Bedeutung verlieren.

Street Food, Produkte, die nur aus drei Rohstoffen hergestellt werden, das Thema Früchte, ausgefeilte Technologien wie die Co-Extrusions-Technologie, die ein besonderes Genusserlebnis verspricht und das Thema gesunde Ernährung – inwieweit beeinflussen diese Strömungen neue, innovative Konzepte im Süßwarenregal?

Klaus Reingen: Vielfalt liegt im Trend und die Unternehmen der deutschen Süßwarenindustrie bieten für jeden Geschmack und Verbraucherwunsch das passende Produkt an. Mit neuen Technologien personalisierte Produkte wie zum Beispiel

Pralinen mit aufgedrucktem Vornamen oder Firmenlogo, Müslis und Schokolade nach persönlich zusammengestellter Rezeptur oder Produkte aus dem 3D-Drucker erfreuen sich immer größerer Verbraucherbeliebtheit.

Auf der diesjährigen ISM wurde zudem eine Vielzahl an neuen Produkten vor allem für den Genuss unterwegs vorgestellt, häufig in wiederverschließbaren Verpackungen. Hierzu zählen etwa Nuss-Fruchtmischungen, die sich in Deutschland durch die Kombination aus süß- und salzigen Geschmacksrichtungen einer großen Beliebtheit erfreuen. Die gesundheitlich positiven Aspekte des Nussverzehr tragen zur guten öffentlichen Wahrnehmung der Produkte und ihrer Beliebtheit beim Verbraucher bei.

Wird sich der Trend Veggie und Vegan im Süßwarenregal 2017 weiter fortsetzen?

Klaus Reingen: Ja, passgenaue Produkte für individuelle Verbraucherbedürfnisse bleiben im Trend. Hierzu gehören neben Produkten, die für vegetarische oder vegane Ernährung geeignet sind, auch zuckerfreie/zuckerreduzierte beziehungsweise fettreduzierte Süßwaren. Immer mehr Firmen bieten auch sogenannte Halal-Süßwaren an, also hergestellt nach muslimischen Traditionen. Die Verbraucher finden somit ein sehr breites Angebot an unterschiedlichsten Produkten, so dass sie ihre Ernährung nach ihren individuellen Wünschen gestalten können. Bei allen Bemühungen um neue Rezepturen und Produkte gilt aber auch weiterhin, dass letztendlich die Verbraucher entscheiden, ob eine Produktinnovation Erfolg hat, denn sie werden nur das kaufen, was ihnen auch schmeckt.

Mit welchen Themen und Herausforderungen wird sich 2017 die Süßwarenbranche auseinandersetzen müssen?

Klaus Reingen: Die Süßwarenbranche sieht im Jahr 2017 Chancen, aber auch Herausforderungen. Positiv bewertet die Branche die Beschäftigungssituation und die insgesamt gute Konsumstimmung in Deutschland. Die größten Herausforderungen stellen für die Hersteller weiterhin die volatile Situation auf wichtigen Rohstoffmärkten, die starke Handelskonzentration und weiter zunehmende bürokratische Anforderungen für die Unternehmen dar.

Sorge bereitet der Branche aber auch die zunehmende Unsicherheit im Export. Das Geschäft mit Großbritannien ist durch den Brexit mit großen Unsicherheiten behaftet. Rund fünf Prozent der in Deutschland produzierten Süßwaren mit einem Exportumsatz von rund 770 Millionen Euro wurden 2016 in das Vereinigte Königreich exportiert. In den USA, dem für die

deutsche Süßwarenindustrie wichtigsten Drittlands-Markt, ist eine Tendenz zum Protektionismus der heimischen Unternehmen festzustellen. Die Branche erwartet, dass die Herausforderungen für die exportierenden Unternehmen durch bürokratische Hemmnisse und starke Währungsschwankungen im Jahr 2017 weiter zunehmen werden.