

Marktanalyse: «Erstmals wieder Absätze wie vor Corona»

Analyse du marché: «Pour la première fois, des ventes comparables à celles d'avant le coronavirus»



Pascal
Homberger,
DIGITAL-
DRINK AG

Der Aufschwung aus dem ersten Quartal setzt sich weiter fort. Erstmals seit dem Beginn der Pandemie erreicht der Gesamtabsatz einen Stand wie noch im Jahr 2019. Gastronomie, At Work und Heimlieferdienste legen weiter zu und Feste und Events verzeichnen erste Erfolge. So vermag die absatzstärkste Kategorie der Mineralwasser erstmalig wieder Volumen auf Vor-Corona-Niveau auszuweisen.

La croissance du premier trimestre se poursuit. Pour la première fois depuis le début de la pandémie, le total des ventes atteint un niveau comparable à celui de 2019. Les domaines de la restauration, At Work et des services de livraison à domicile continuent d'augmenter et les fêtes et événements enregistrent leurs premiers succès. Pour la première fois, la meilleure catégorie de vente d'eaux minérales parvient à afficher, de nouveau, des volumes comparables à ceux d'avant le coronavirus.

Gesamtabsatz pro Monat

Kategorien: Wasser, AfG mit / ohne CO₂, Säfte, funktionale Getränke & Bier | Mengen in (Millionen) Liter

Ventes totales par mois

Catégories : eau minérale, boisson sans alcool avec / sans CO₂, jus, boissons fonctionnelles & bières | quantité en (millions de litres)

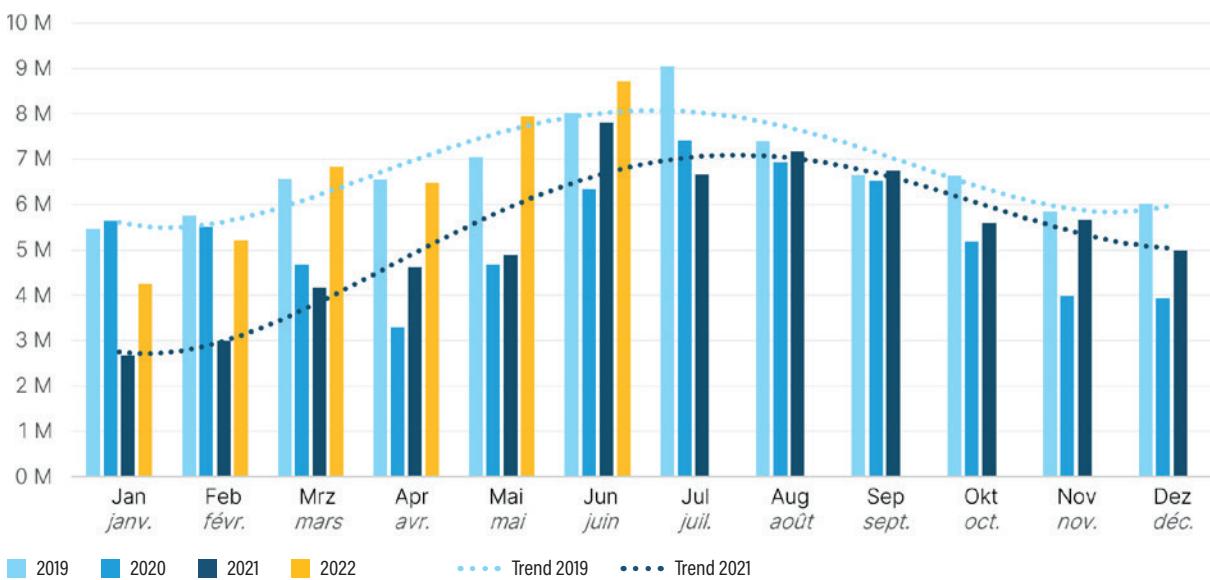
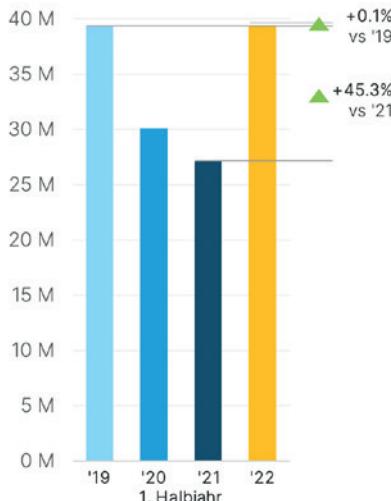


Abbildung 1: Der positive Trend aus dem ersten Quartal setzt sich weiter fort.
Figure 1: La tendance positive du premier trimestre se poursuit.

MARKTINFORMATIONEN



Gesamtentwicklung erstes Halbjahr
Kategorien: Wasser, AfG mit / ohne CO₂, Säfte, funktionale Getränke & Bier | Mengen in (Millionen) Liter

Evolution globale au premier trimestre
Catégories : eau minérale, boisson sans alcool avec / sans CO₂, jus, boissons fonctionnelles & bières | quantité en (millions de litres)

Abbildung 2: Das erste halbe Jahr erreicht einen Gesamtabsatz wie 2019.
Figure 2 : Le premier trimestre atteint un total des ventes comparable à 2019.

Die erfreulich positive Absatzentwicklung aus dem ersten Quartal setzt sich weiter fort. Im Mai wurde ein beeindruckender Index von 113%, im Juni von 109 % gegenüber den monatlichen Absätzen vor Corona aus dem Jahr 2019 erreicht (s. Abb. 1). Auch in den verbleibenden Sommermonaten dürften aufgrund des bisher schönen Wetters sowie der diversen Veranstaltungen und Festivals ähnliche Resultate erwartet werden.

Wie bereits in unserer letzten Marktanalyse erwartet, führen diese positiven Trends dazu, dass der Totalabsatz des ersten Halbjahrs erstmals seit 28 (!) Monaten mit +0,1% wieder auf Volumen aus 2019 aufschliesst (s. Abb. 2). Gegenüber Vorjahr wird ein Wachstum von über 45% verzeichnet.

Gastronomie weiter im Aufwind, grosses Potenzial der Events

Die bereits im ersten Quartal beobachtete Erholung der Gastronomie nahm im weiteren Verlauf sogar noch etwas stärker zu. So liegt das totale über diesen Kanal abgesetzte Volumen per Ende Juni mehr als doppelt so hoch wie im Vorjahr, bei +112%. Mit lediglich noch -3% liegen die Mengen beinahe bei ursprünglichen Werten vor Corona (s. Abb. 3).

La croissance à la fois positive et réjouissante du premier trimestre se poursuit. Un index impressionnant a été atteint aux mois de mai et juin de respectivement 113 % et 109 % par rapport aux ventes des mois de 2019, précédant le coronavirus (voir figure 1). Compte tenu du beau temps enregistré jusque-là ainsi que des divers événements et festivals prévus, on s'attend à des résultats similaires pour les mois d'été restants.

Comme prévu dans notre dernière analyse de marché, ces tendances positives conduisent à ce que, avec +0,1%, le total des ventes du premier semestre parvient, pour la première fois depuis 28 mois (!), à rattraper les volumes de 2019 (voir figure 2). Une croissance de 45 % est enregistrée par rapport à l'année précédente.

La restauration toujours en plein essor, fort potentiel événementiel

La reprise dans la restauration, déjà observée au premier trimestre, s'est même encore renforcée depuis. Le total des volumes vendus par ce canal se situe, fin juin, à +112 %, donc à plus du double du niveau de l'année précédente. Avec seulement encore -3 %, les quantités se situent presque à leurs valeurs d'avant le coronavirus (voir figure 3).

**MIX DIR
PINKE**
Lebensfreude

Lass Dich vom fruchtigen Geschmack unseres Raspberry & Rhubarb Tonics inspirieren.



FEVER-TREE
MIX WITH THE BEST





Die Getränkeabholmärkte verzeichnen mit +18 % nach wie vor einen deutlich höheren Absatz als noch 2019. Ganz zu den positiven Werten während des Vorjahres vermögen sie jedoch nicht mehr aufzuschliessen und verlieren verglichen dazu -10 %. Auch die Heimlieferdienste verlieren im Vergleich zu den Resultaten nach dem ersten Quartal etwas an Fahrt. Dennoch erreichen sie sowohl zum Vorjahr als auch zu vor drei Jahren einen jeweils positiven Index.

Der Getränkekonsument im At-Work-Bereich scheint sich aufgrund der reduzierten Home-Office-Einsätze weiter zu stabilisieren. So liegt dieser analog zu den Werten nach dem ersten Quartal bei +25 % gegenüber Vorjahr. Der Verlust zu 2019 liegt erstmalig seit Ausbruch der Pandemie mit -8.6 % im einstelligen Prozent-

Avec +18 %, les magasins de boissons en libre-service continuent d'enregistrer des ventes nettement plus élevées qu'elles ne l'étaient encore avant 2019. En les comparant aux valeurs positives de l'année précédente, elles ne parviennent cependant plus à rattraper leur retard et affichent une perte de -10 %. Les livraisons à domicile perdent elles aussi de la vitesse, si on compare les résultats obtenus après le premier trimestre. Pourtant, elles obtiennent un index positif, autant par rapport à l'année précédente que par rapport à il y a trois ans.

Dans le domaine At Work, la consommation de boissons semble à nouveau se stabiliser, en raison de la réduction du télétravail. Avec +25 % par rapport à l'année précédente, elle se situe à des valeurs comparables à celles du premier trimestre. Par contre, la perte par rapport à 2019 se situe, avec -8.6 %, pour la première fois depuis le début de la

Entwicklung Gesamtabsatz nach Vertriebskanal
Mengen in (Millionen) Liter

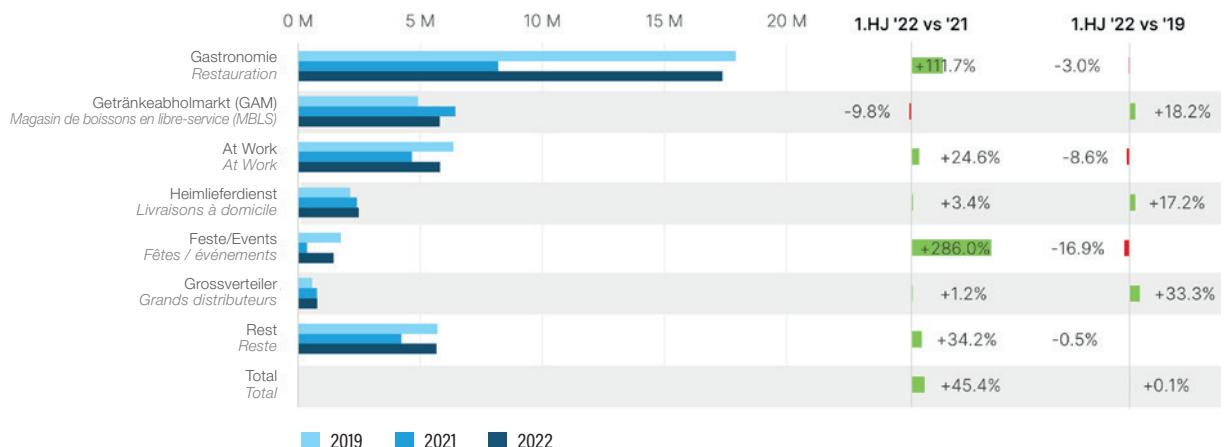


Abbildung 3: Gastronomie nur noch marginaler Verlust zu 2019.
Figure 3 : Par rapport à 2019, la perte dans la restauration n'est plus que marginale.

MARKTINFORMATIONEN

Entwicklung Gesamtabsatz nach Kategorie
Mengen in (Millionen) Liter

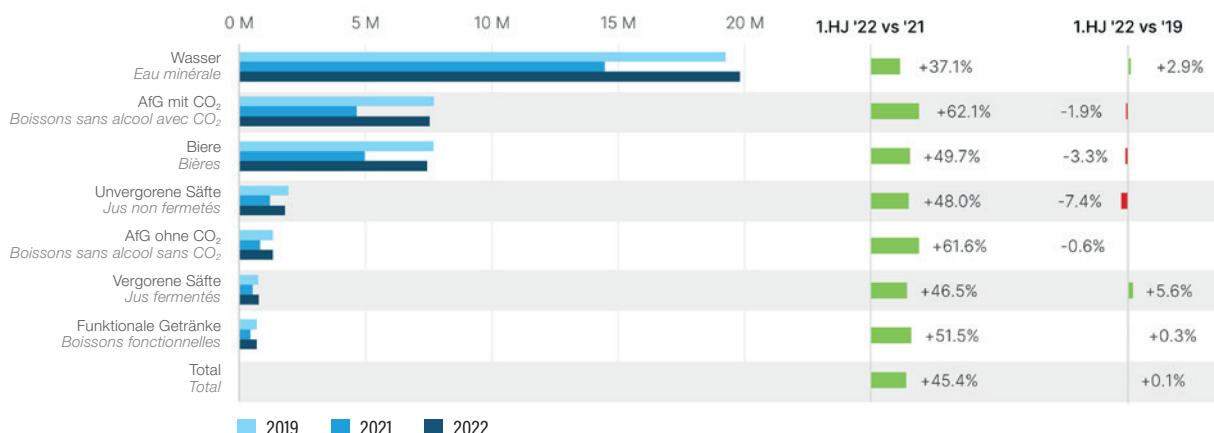


Abbildung 4: Positive Entwicklung aller Kategorien; Wasser bereits über Vor-Corona-Niveau.

Figure 4 : Evolution positive de toutes les catégories ; Eaux minérales déjà au-dessus du niveau d'avant le coronavirus.

bereich. Sollte die nächste Infektionswelle ohne weitere Home-Office-Empfehlung bewältigt werden können, ist eine weitere Erholung dieses Absatzkanals bis hin zu ursprünglichen Resultaten bis Ende Jahr durchaus realistisch.

Erfreuliche Aussichten stehen auch den Festen und Events bevor. Bereits per Ende Juni konnte der Verlust gegenüber 2019 von -43 % per Ende Q1 auf nun noch -17 % reduziert werden. Das grosse Angebot an noch ausstehenden Veranstaltungen und Festivals in den laufenden Sommermonaten erfordert zwar einen Sondereffort vieler Getränkegrossisten, bietet aber auch eine grossartige Chance, vergangene Verluste etwas zu kompensieren.

Mineralwasser über Vor-Corona-Niveau

Die Absätze der verschiedenen Getränkekategorien im Vergleich zum Vorjahr zeigen wie bereits Ende Q1 ein durchwegs positives Bild. Besonders erfreulich sind hierbei jedoch die erstmalig wieder höheren Volumen gegenüber 2019. So erreicht die mit Abstand stärkste Absatzkategorie der Mineralwässer eine Steigerung von beinahe 3 % (s. Abb. 4). Wenn auch auf bescheidenem Niveau, so legen die vergorenen Säfte gar um über 5 % zu.

Auch die gewichtigen Kategorien der Süßgetränke (AfG mit CO₂) und Biere entwickeln sich im Vergleich zum Vorjahr weiter positiv und vermögen die Verluste zu vor drei Jahren mit -2 % bzw. -3 % beinahe aufzuholen.

Noch offen ist, wie sich die aktuelle Wirtschaftslage sowie die vielfältigen Preiserhöhungen auf den Getränkekonsum auswirken werden. Sollte es jedoch gelingen, die nächste Coronawelle ohne drastische Einschränkungen zu bewältigen und in der Gastrobranche griffige Massnahmen zu finden, um die negativen Konsequenzen des Fachkräftemangels einzudämmen, so hat der unabhängige Getränkehandel das Potenzial, gar noch bessere Resultate als 2019 zu erzielen.

Evolution du total des ventes selon les catégories
Quantités en (millions) de litres



pandémie, dans des pourcentages à un chiffre. Si la prochaine vague d'infection arrive à être surmontée sans une nouvelle recommandation imposant le télétravail, la poursuite du rétablissement de ce canal de vente avec un retour aux résultats d'origine, d'ici la fin de l'année, semble tout à fait réaliste.

Les fêtes et les événements, quant à eux, nous réservent a priori de belles perspectives. La perte de -43 % à la fin du premier trimestre par rapport à 2019 avait déjà été ramenée, fin juin, à désormais seulement -17 %. Le large éventail d'événements et de festivals encore prévus pour les mois d'été nécessite un effort particulier de la part de nombreux grossistes en boissons, mais il offre aussi une excellente opportunité de compenser un peu les pertes passées.

Les eaux minérales ont dépassé le niveau d'avant le coronavirus

Les ventes des différentes catégories de boissons affichent, comme c'était déjà le cas à la fin du premier trimestre, une tendance entièrement positive par rapport à l'année précédente. Les premiers volumes dépassant à nouveau ceux de 2019 sont, à cet effet, particulièrement réjouissants. La catégorie de loin la meilleure des ventes d'eaux minérales affiche ainsi une augmentation de presque 3 % (voir figure 4). Evoluant à un niveau plus modeste, les jus fermentés augmentent eux de plus de 5 %.

Les catégories importantes des boissons sucrées (boissons sans alcool avec CO₂) et bières connaissent, elles aussi, à nouveau une évolution positive par rapport à l'année précédente ; avec -2 % resp. -3 %, elles parviennent presque à rattraper les pertes enregistrées il y a trois ans.

L'impact de la situation économique actuelle et de la diversité des augmentations de prix sur la consommation de boissons reste encore incertain. Si la prochaine vague de coronavirus peut être surmontée sans des restrictions drastiques, et si des mesures efficaces sont trouvées dans la branche de la restauration pour endiguer les conséquences négatives de la pénurie de main d'œuvre spécialisée, le commerce indépendant des boissons dispose en fait même du potentiel suffisant pour obtenir des résultats supérieurs à ceux de 2019.