

## Wie Corona den chinesischen Getränkemarkt verändert

**Chinas bislang robuster Absatz von Getränken entwickelte sich im 1. Halbjahr 2020 rückläufig. Inzwischen schauen Hersteller aber wieder optimistischer in die Zukunft.**

04.09.2020

**Von Stefanie Schmitt | Beijing**

- ▶ Importe und Konsum von Wein stark rückläufig
- ▶ Rückkehr zur Normalität gibt Anlass zur Hoffnung
- ▶ Konsumenten wollen nicht nur ihren Durst stillen
- ▶ Verkaufsformate ändern sich

Getränkeproduzenten im Reich der Mitte konnten sich bisher über zuverlässige und im Jahresrhythmus steigende Umsatzzahlen freuen. Doch auch für sie gilt: Im Coronajahr ist nichts, wie es war. So gingen die Umsätze der Branche laut Angaben des *China Economic Information Network (CEInet)* im 1. Halbjahr 2020 um 6,4 Prozent gegenüber der Vorjahresperiode zurück. Noch 2019 hatten sie im Vergleich zum Vorjahr mit umgerechnet rund 226 Milliarden US-Dollar (US\$) ein Plus von 5 Prozent verbucht.

### Umsatzentwicklung in Chinas Getränkeindustrie (in Milliarden RMB; Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in Prozent) \*)

Branche	2018	2019	1. Halbjahr 2020	Veränderung
Getränkeindustrie	1.457	1.530	701	-6,4

\*) erfasst werden nur Unternehmen mit einem Mindestjahresumsatz von 20 Millionen RMBQuelle: CEInet

Hersteller reagierten mit einer Drosselung der Produktion, die in den ersten fünf Monaten 2020 bei **Alkoholika** (-16,1 Prozent im Vergleich zur Vorjahresperiode) etwas stärker ausfiel als bei **nicht-alkoholischen Getränken** (-12,6 Prozent). Des Weiteren wurden auch die Investitionen zurückgefahren. Sie verzeichneten in der Getränkeindustrie im 1. Halbjahr 2020 laut nationalem Statistikamt ein Minus von 19,8 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

### Produktion ausgewählter Getränke in China (in Millionen Hektoliter; Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in Prozent) \*)

	2018	2019	Januar bis Mai 2020	Veränderung
Nicht-alkoholische Getränke, darunter	1.660,2	1.776,4	599,9	-12,6
Abgefülltes Wasser	876,9	969,9	323,3	-6,2

## WIE CORONA DEN CHINESISCHEN GETRÄNKEMARKT VERÄNDERT

	2018	2019	Januar bis Mai 2020	Veränderung
Getränke mit Kohlensäure	173,1	184,5	64,0	-4,3
Säfte	163,9	164,4	56,5	-11,3
Alkoholische Getränke, darunter	557,3	559,0	166,3	-16,1
Chinesische hochprozentige Alkoholika (Bai Jiu)	79,2	78,6	28,7	-9,7
Wein (aus Trauben)	5,0	4,5	1,0	-32,0
Bier	372,4	376,5	126,4	-14,2

\*) Unternehmen mit einem Mindestjahresumsatz von 20 Millionen RMBQuelle: National Bureau of Statistics (NBS); Chinacir Consulting; Berechnungen von Germany Trade & Invest

### Importe und Konsum von Wein stark rückläufig

Generell werden Wein und Schnaps in der Volksrepublik traditionell vor allem in Restaurants bei Geschäftsessen oder in Bars im Kreis von Freunden und seltener zu Hause genossen. Da während der **Coronakrise** viele Restaurants geschlossen waren und Geschäftsessen entfielen oder lediglich in kleinerem Rahmen stattfanden, brach der Absatz entsprechend ein.

Dies wirkte sich auch auf die Einfuhren von Wein massiv aus, die im 1. Halbjahr 2020 wert- und mengenmäßig um etwa ein Drittel zurückgingen. Ähnliches gilt für den **Konsum von Importbier**. Im Gegensatz zu **Bier** ist Deutschlands Stellung als Weinlieferland allerdings von geringer Bedeutung. Der mengenmäßige Anteil betrug 2019 nur 0,7 Prozent (wertmäßiger Anteil: 0,9 Prozent). Deutlich schmerzhafter waren die Verluste für die Hauptlieferländer Australien (mengenmäßig: 24,1 Prozent; wertmäßig: 35,4 Prozent), Frankreich (23,8 Prozent und 28,7 Prozent) und Chile (25,1 Prozent und 14,1 Prozent).

### Chinas mengenmäßige Einfuhren von Wein nach Lieferländern (in Millionen Liter; Veränderung gegenüber der Vorjahresperiode in Prozent) \*)

	2016	2017	2018	2019	1. Halbjahr 2020	Veränderung
Gesamt	634,9	745,4	683,9	610,0	213,8	-32,0
Australien	104,1	143,1	164,2	146,9	53,6	-27,3
Frankreich	195,1	230,0	179,4	145,4	47,5	-31,8
Chile	145,6	130,2	167,2	153,3	44,6	-51,9

## WIE CORONA DEN CHINESISCHEN GETRÄNKEMARKT VERÄNDERT

	2016	2017	2018	2019	1. Halbjahr 2020	Veränderung
Spanien	93,2	133,7	69,6	64,8	21,2	-33,1
Argentinien	5,6	5,0	5,2	12,6	17,8	673,9
Italien	32,2	37,3	36,1	37,3	13,0	-32,3
Portugal	7,3	9,6	8,1	7,5	2,7	-33,9
Deutschland	4,3	4,7	5,2	4,2	1,5	-28,6

\*) HS-Position 2204Quelle: China Customs; GTAI-Berechnungen

Für Australien kommt erschwerend hinzu, dass China Ende August 2020 ein Anti-Dumping-Verfahren gegen australische Weinimporte gestartet hat. Dieses wird allgemein als Retourkutsche für die gescheiterte Übernahme von *Lion Dairy & Drinks* durch den chinesischen Molkereeriesen *Mengniu* interpretiert. Generell ist das Verhältnis zwischen beiden Staaten angespannt, seit Australien eine unabhängige internationale Untersuchung zum Ursprung des Coronavirus gefordert hat.

### Chinas wertmäßige Importe von Wein nach Lieferländern (in Millionen US\$; Veränderung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in Prozent) \*)

	2016	2017	2018	2019	1. Halbjahr 2020	Veränderung
Gesamt	2.364,4	2.797,5	2.850,0	2.444,7	831,7	-35,7
Australien	571,2	727,7	780,9	866,4	317,5	-23,5
Frankreich	997,4	1.103,8	1.068,0	702,6	218,7	-39,3
Chile	268,0	328,7	376,2	346,0	109,0	-43,8
Italien	132,9	161,8	168,8	156,4	56,1	-30,2
Spanien	159,1	193,9	169,4	145,2	49,9	-31,4
Argentinien	23,5	22,2	26,2	27,2	13,7	20,2
USA	59,7	81,8	75,8	38,6	10,9	-46,0

## WIE CORONA DEN CHINESISCHEN GETRÄNKEMARKT VERÄNDERT

	2016	2017	2018	2019	1. Halbjahr 2020	Veränderung
Deutschland	17,8	21,1	26,0	22,3	8,0	-27,9

\*) HS-Position 2204Quelle: China Customs; International Trade Centre (ITC); GTAI-Berechnungen

### Rückkehr zur Normalität gibt Anlass zur Hoffnung

*„Wir sehen wieder ein Licht am Ende des Tunnels, nachdem wir von Februar bis Juni 2020 quasi kein Geschäft mehr hatten.“*

So lautet die Bilanz des deutschen Vertreters eines privaten Saftherstellers. Mittlerweile geben sich die meisten Firmen wieder optimistisch. „Sonst würden wir nicht mehr weitermachen können. Aber falls es nochmals zu einem harten Lockdown wie in der ersten Jahreshälfte kommen sollte, dann weiß ich nicht, ob wir als Firma überleben, zumal wir nicht mit staatlichen Finanzspritzen rechnen können.“

Tatsächlich kommt mit dem Wiederanziehen der Wirtschaft und der Rückkehr zu mehr Normalität im Alltag auch die Nachfrage zurück. So berichtete *China Daily* im August 2020 über neue Investitionspläne von *Swire Coca-Cola* in China. Das Tochterunternehmen *Swire Pacific* betreibt dort bereits 18 Abfüllereien. Während der Krise wurden zuckerfreie Limonaden in Mini-Verpackungen von 0,2 Litern kräftig verkauft. Für die Zukunft sieht die Firma insbesondere für zuckerarme Getränkevarianten Wachstumspotenzial.

### Konsumenten wollen nicht nur ihren Durst stillen

Generell hat die Coronakrise bestimmte Tendenzen im Markt verstärkt. Wichtigste Wachstumstreiber im Markt für Softdrinks sind beispielsweise schon seit Längerem qualitativ hochwertige, gesunde und funktionale Getränke. Mit anderen Worten: Gefragt sind Produkte, die gesünder, fitter und schöner machen, oder es zumindest versprechen. Diesem schon seit Jahren zu beobachtenden Trend hat die Coronakrise zusätzlichen Antrieb verliehen, indem die Aufmerksamkeit der Konsumenten verstärkt auf Produkte des Alltagslebens gelenkt wurde. Viele Unternehmen gehen deshalb dazu über, ihre Produkte entsprechend zu bewerben.

### Verkaufsformate ändern sich

Vor allem auf Hotels und Gaststätten spezialisierte Lieferanten verzeichneten enorme Einbrüche. Für sie ist die Situation auch weiterhin weit von jeglicher Normalität entfernt. Besser ging es Unternehmen, die ihre Nachfragerückgänge über Lieferdienste direkt zum Kunden abfangen konnten – selbst, wenn die in der Regel kostenlosen Lieferdienste auf die Margen drücken. Von der Krise profitieren konnte vor allem der Einzelhandel mit Lebensmitteln, darunter *Hema (Alibaba)*. Die Warenhauskette lieferte schon vor der Krise einen Großteil ihrer Produkte aus und war deshalb logistisch besser aufgestellt als kleine Läden, die sich auf das Offline-Geschäft konzentrierten.

Dagegen konnten Milch- und Fruchteees sowie frische Säfte, wie sie etwa gerne in Shoppingmalls konsumiert werden, kaum noch unter die Menschen gebracht werden. Einige Anbieter solcher Produkte sahen deshalb nur den Ausweg, ihre Erzeugnisse so zu verpacken, dass auch sie ausgeliefert werden konnten.

## WIE CORONA DEN CHINESISCHEN GETRÄNKEMARKT VERÄNDERT

Tatsächlich entstanden hier unverhofft neue Chancen. Denn vor der Krise hatten im Einzelhandel lediglich Softdrinks beziehungsweise Säfte in der Preisspanne zwischen 3 Renminbi Yuan (RMB) und 8 RMB (rund 0,43 US\$ bis 1,15 US\$) die Chance, ins Sortiment aufgenommen zu werden. Da Kunden während der Krise aber nur ungern auf den geliebten Milchtee verzichten wollten, waren sie bereit, dafür in der Online-Shoppingmall gerne 20 RMB (etwa 2,90 US\$) und mehr auszugeben. Das lernte auch der Einzelhandel und öffnete sich teilweise für gehobene Preissegmente.

Nach Ansicht der Branche dürfte sich der generelle Trend zur Premiumisierung im Getränkebereich fortsetzen. Chinesische Verbraucher wollen nicht einfach nur ihren Durst stillen, sondern werden zunehmend wählerisch – und geben für entsprechende Produkte dann auch gerne mehr aus.

### Mehr zu:

China  
Nahrungsmittel, Getränke  
Branchen

## Kontakt

Christina Otte

Wirtschaftsexpertin

 +49 228 24 993 323

 [Ihre Frage an uns](#)

---

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2021 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.