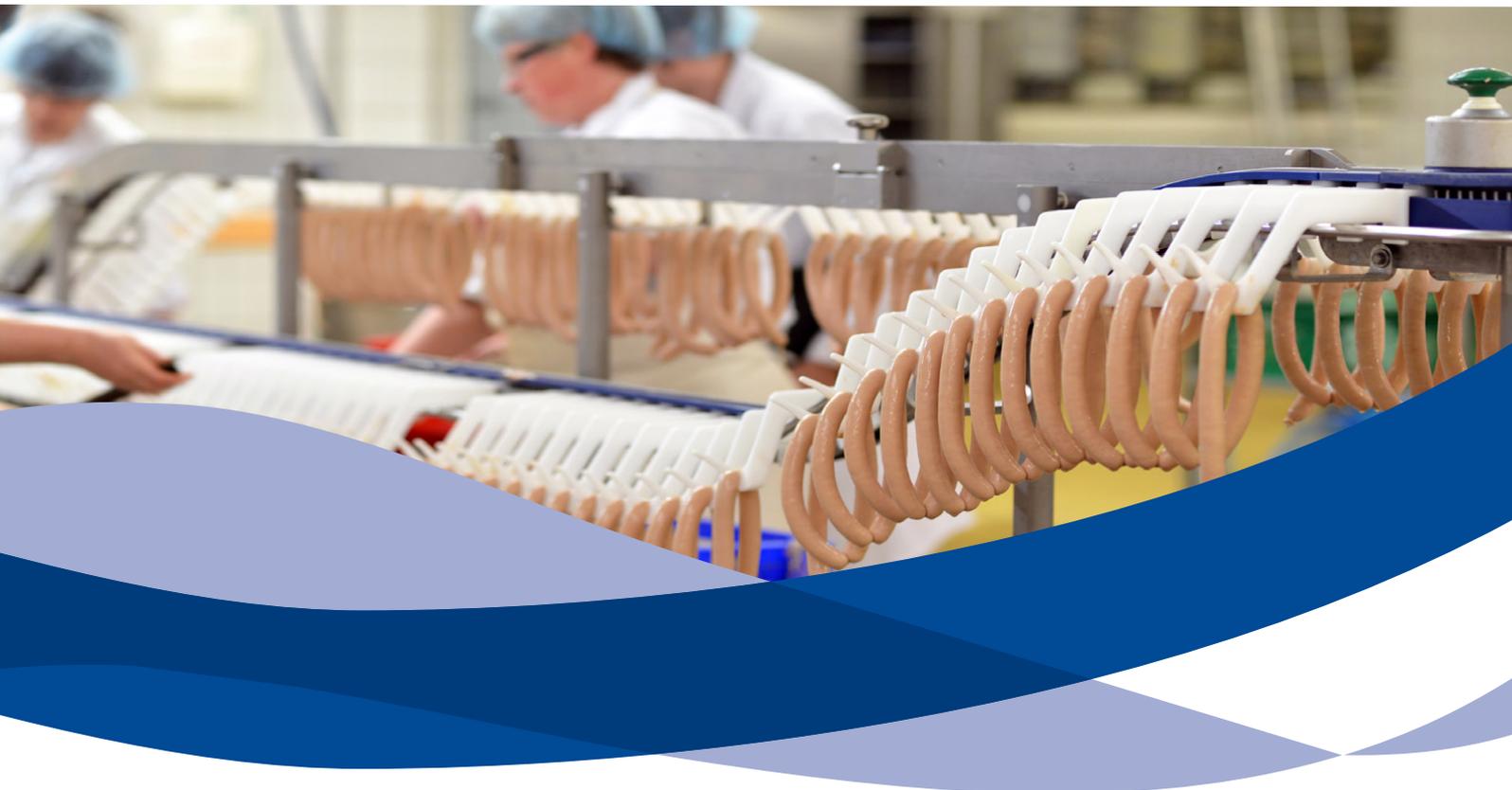


Konjunkturbericht der Ernährungsindustrie 01 | 2013

Die Ernährungsindustrie ist mit 555.000 Beschäftigten der viertgrößte Industriezweig in Deutschland und ein Garant für Stabilität und Beschäftigung. Die konjunkturelle Entwicklung der zu 95% klein und mittelständisch geprägten Branche zeigte sich im vierten Quartal 2012 stabil, zu Jahresbeginn 2013 nahm das Wachstum leicht an Fahrt auf. Trotz insgesamt unwägbarer gesamtwirtschaftlicher Prognosen bleiben die Lebensmittelhersteller zuversichtlich. Höchste Qualität, Sicherheit, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung zeichnen die moderne Lebensmittelproduktion aus. Die Ernährungsindustrie sorgt täglich für das Wohl von 82 Mio. Verbrauchern in Deutschland; mit einem Exportanteil von 32% schätzen darüber hinaus Kunden weltweit die Qualität deutscher Produkte.

Inhalt

- | | |
|---|---------|
| 1 Gesamtwirtschaftliche Lage | Seite 2 |
| 2 Konjunkturelle Entwicklung der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2012 und 1. Quartal 2013 | Seite 4 |
| 3 Die BVE präsentiert:
ANG-Arbeitspanel 2013 | Seite 7 |
| 4 Situationsbericht aus den Branchen | Seite 9 |



1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Die Aussichten für ein auflebendes Wirtschaftswachstum verbesserten sich im Frühjahr 2013. Weltweit stiegen die Industrieproduktion und der Außenhandel, die Nachfrage des privaten Sektors bewies sich als robust und an den Finanzmärkten zeugte die neue Dynamik von verbesserten Rahmenbedingungen und wiedergewonnenem Vertrauen. Wichtigster Grund für diese positive Entwicklung ist die zunehmende Entspannung bei den größten Risiken für die Weltkonjunktur: dem Auseinanderbrechen der Eurozone und dem Scheitern der US-Fiskalpolitik. Der Weg zur konjunkturellen Erholung bleibt jedoch beschwerlich, die strukturellen Reformen und fiskalische Konsolidierung in den Krisenländern müssen über die kurze Frist hinaus fortgesetzt werden. Unter diesen Bedingungen prognostiziert der IWF ein Weltwirtschaftswachstum von +3,3% in 2013, mit wesentlich stärkeren Zuwächsen in den Schwellenländern.

Die Wachstumsperspektiven für Deutschland schätzen Unternehmen und Verbraucher zunehmend positiv ein. Das Frühjahrsgutachten der deutschen Forschungsinstitute prognos-

tiziert für 2013 einen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von +0,8%, damit läge das Wirtschaftswachstum geringfügig über dem Vorjahresergebnis von +0,7%. Eine deutlich höhere Wachstumsdynamik wird erst für 2014 erwartet. Positiv beeinflusst wird die deutsche Konjunktur durch die hohe internationale Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und gute Geschäftsaussichten in wachstumsstarken Schwellenländern sowie günstige Finanzierungsbedingungen und eine stabile Arbeitsmarktlage. Die Arbeitslosenquote soll 2013 weiter auf 6,7% sinken. Neben guten Einkommensaussichten fördert auch der sinkende Inflationsdruck den privaten Konsum. Der prognostizierte Verbraucherpreisanstieg liegt mit +1,7% in 2013 erneut unter Vorjahresniveau. Schließlich wird für 2013 ein Wachstum der privaten Konsumausgaben von +0,8% erwartet.

Der wirtschaftliche Wachstumsoptimismus knüpft sich dabei eng an die fortzusetzende Minimierung prävalenter Konjunkturrisiken, darüber hinaus müssen auch die Rahmenbedingungen für den Erhalt der deutschen Wettbewerbsfähigkeit mittelfristig gesichert werden.

Bruttoinlandsprodukt – Veränderung in Prozent nach Ländergruppe

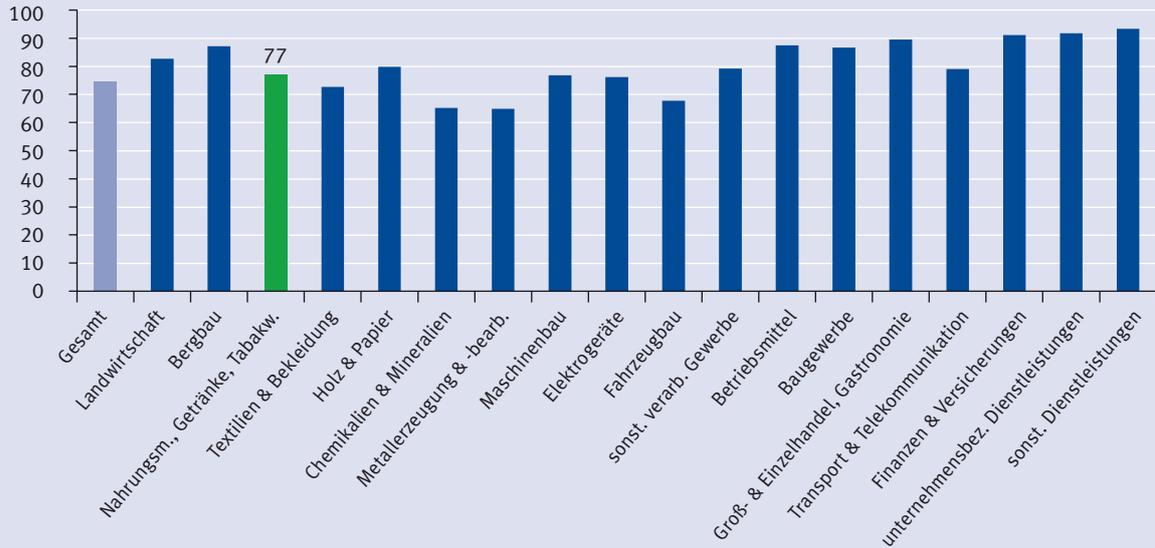
	Durchschnitt 1995-2004	2010	2011	2012	2013	Veränderung zur IWF-Pronose Oktober 2012*	2014	2018
Welt	3,6	5,2	4,0	3,2	3,3	-0,3	4,0	4,5
Industrieländer	2,8	3,0	1,6	1,2	1,2	-0,3	2,2	2,5
EU	2,6	2,0	1,6	-0,2	0,0	-0,5	1,3	2,0
Entwicklungs- und Schwellenländer	4,9	7,6	6,4	5,1	5,3	-0,3	5,7	6,2

Quelle: IWF

*in Prozentpunkten

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Inländischer Wertschöpfungsanteil am deutschen Bruttoexport nach Wirtschaftszweigen
2009, in %



Mit der Produktion hochwertiger Qualitätslebensmittel ist die deutsche Ernährungsindustrie eng in eine zunehmend integrierte globale Wertschöpfungskette eingebunden. Deutschland ist weltweit drittgrößter Exporteur und Importeur von Lebensmitteln. Der überwiegende Wertschöpfungsanteil am deutschen Lebensmittelexport wird dabei im Inland erwirtschaftet.

Inländischer Wertschöpfungsanteil am Bruttoexport von Nahrungsmitteln, Getränken u. Tabakwaren
2009, in %



2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2012 und im 1. Quartal 2013: Umsatz, Export, Produktion

Umsatz der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro

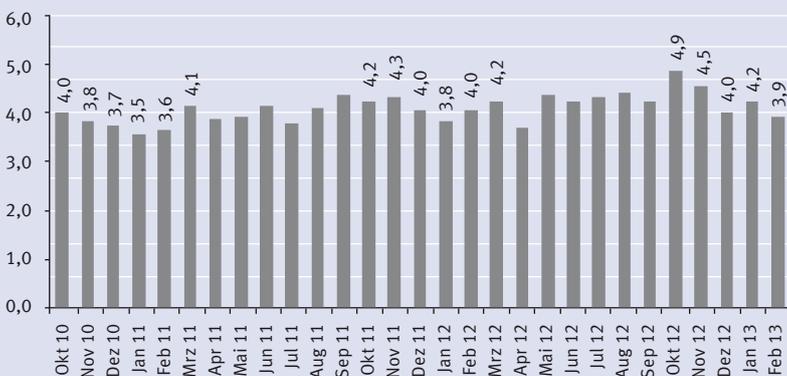


Die Ernährungsindustrie verzeichnete im vierten Quartal 2012 und ersten Quartal 2013 eine gedämpft positive Umsatzentwicklung. In einem schwierigen Geschäftsumfeld aus steigenden Produktionskosten und zunehmendem Wettbewerbsdruck sowie den Herausforderungen der wachsenden Internationalisierung hat sich die Branche als stabil und wettbewerbsfähig bewiesen.

Im vierten Quartal 2012 erwirtschaftete die Ernährungsindustrie einen Umsatz von 44,9 Mrd. Euro, davon 13,4 Mrd. Euro im Ausland. Das entspricht einer Umsatzsteigerung von +4,9% und einem Exportwachstum von +6,4% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Diese Entwicklung war vorrangig preisbedingt, real stieg der Branchenumsatz nur um +0,8%. Damit hat die schwache Umsatzentwicklung im Dezember 2012 die positive Entwicklung aus den beiden Vormonaten fast ausgeglichen. Die kalenderbereinigte Produktionsleistung der Branche konnte nach dem Rückgang im zweiten und dritten Quartal 2012 von Oktober bis Dezember wieder zulegen, der Anstieg betrug +1,1%. Der Produktionsindex für die Nahrungsmittelproduktion erhöhte sich um +1,3%, in der Getränkeproduktion sank er leicht um -0,3%.

Exporte der Ernährungsindustrie

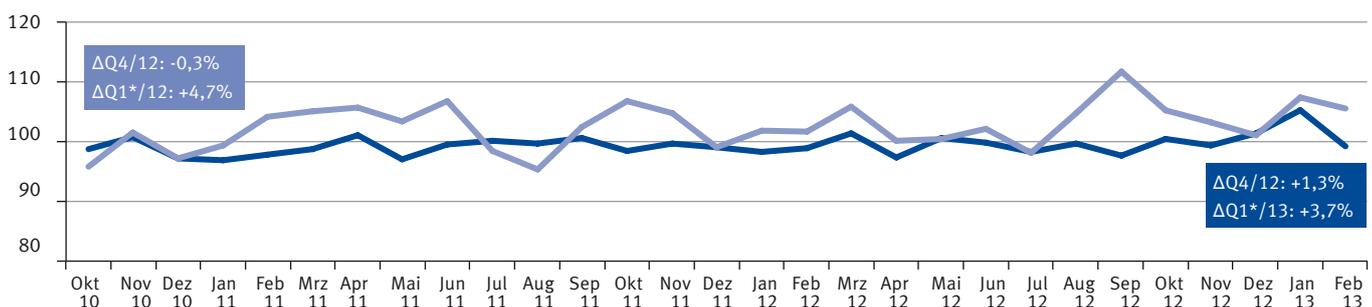
in Mrd. Euro



Im Januar und Februar 2013 nahm die konjunkturelle Entwicklung der Branche weiter an Fahrt auf. Der Branchenumsatz erreichte 27,8 Mrd. Euro, die Lebensmittelexporte betragen 8,1 Mrd. Euro. Im Vorjahresvergleich ergab sich ein Umsatzplus von +6,4% und ein Exportwachstum von +3,0%. Preisbereinigt stieg der Branchenumsatz damit zu Jahresanfang um +2,9%. Positiv entwickelte sich auch die Produktionsleistung der Branche, bereinigt um arbeitstäglige und saisonale Trendkomponenten betrug der Zuwachs hier zwischen Januar und Februar 2013 sogar +3,8%. Der Produktionsindex für die Nahrungsmittelproduktion stieg um +3,7% und in der Getränkeproduktion um +4,7%.

Entwicklung des Produktionsindex der Ernährungsindustrie

Vergleich Q4/2012 u. Q1*/2013



*Q1=Januar und Februar

Quelle: Statistisches Bundesamt

— Index für die Nahrungsmittelproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2010=100

— Index für die Getränkeproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2010=100

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2012 und 1. Quartal 2013:

Preisentwicklung

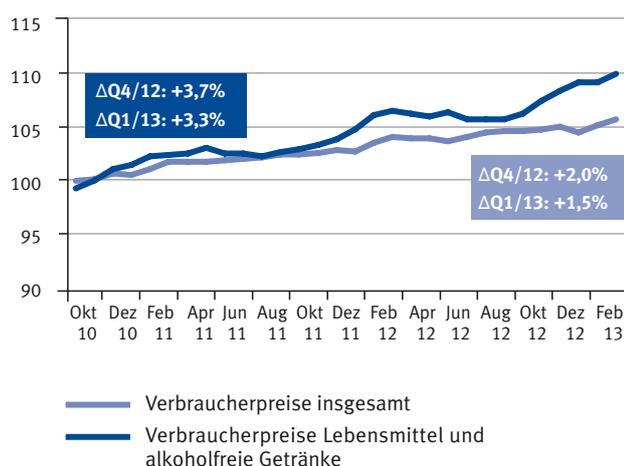
Entwicklung Verkaufspreise in der Ernährungsindustrie

Vergleich: Q4/12 u. Q1/13 (Indizes; 2005=100)



Entwicklung Verbraucherpreisindex

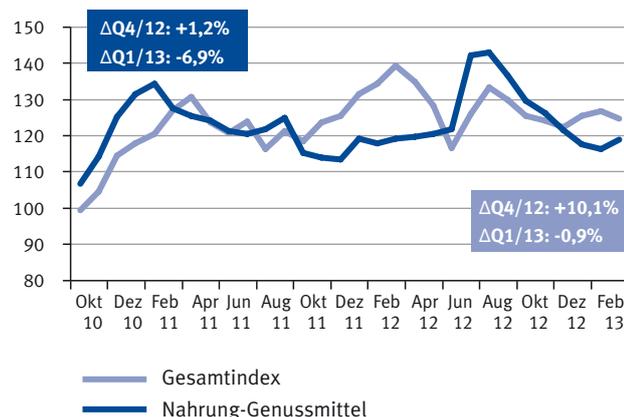
Vergleich: Q4/12 u. Q1/13 (Indizes; 2010=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung Rohstoffpreise

HWWI-Index (2010=100; Euro-Basis; Monatsdurchschnitte)



2012 verteuerten sich die Lebensmittel für die Konsumenten um +3,4%, langfristig liegt die Teuerungsrate bei Lebensmitteln damit weiter deutlich unter dem Anstieg der allgemeinen Lebenshaltungskosten. Nachdem die Verbraucherpreise zum Jahresende leicht angezogen waren, ließ der Inflationsdruck bereits im ersten Quartal 2013 deutlich nach. Der steigende Kostenaufwand für die Lebensmittelproduktion – besonders die Teuerung bei Agrarrohstoff- und Energiepreisen – drückt hingegen weiter auf die Erträge der Unternehmen.

Im vierten Quartal 2012 stieg der HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel um +10,1% im Vergleich zum Vorjahr. Hier wirkte noch die witterungs- und erntebedingte Angebotsknappheit auf dem Weltmarkt im Sommer nach. Dank guter Ernteaussichten ging der HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel im ersten Quartal 2013 dann um -0,9% leicht zurück. Die Kurse für wichtige Agrarrohstoffe notieren damit weiter auf hohem Niveau und die Branche betrachtet die Entwicklungen am Weltmarkt mit Sorge.

Die Erzeuger- und Ausfuhrpreise für die Lebensmittelhersteller stiegen im vierten Quartal 2012 stärker als im Jahresdurchschnitt. So erhöhten sich die Verkaufspreise im Inland um +4,1% und im Export um +3,8% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Im ersten Quartal 2013 nahm der Preisauftrieb im Inland mit +3,7% leicht und im Export mit +2,2% (Januar und Februar) deutlicher ab. Trotz positiver und stabiler Kauflaune der Verbraucher konnten gegenüber dem Lebensmitteleinzelhandel Preisadjustierungen nur in begrenztem Maße erreicht werden. So verteuerte sich der Verbraucherpreisindex für Lebensmittel im vierten Quartal 2012 um +3,7% und im ersten Quartal 2013 nur noch um +3,3%. Bei einzelnen Produktgruppen wie Speisefette- und öle, Kaffee, Tee und Kakao, Molkereiprodukten und Eiern sowie Bier war der Preistrend in den letzten 6 Monaten zeitweise rückläufig.

Verbraucherpreissteigerungen nach Produktgruppen*	Q4/12: Veränderung Vorjahreszeitraum	Q1/13: Veränderung Vorjahreszeitraum
Brot und Getreideerzeugnisse	3,3%	2,8%
Fleisch, Fleischwaren	6,1%	5,8%
Fisch, Fischwaren	5,0%	3,5%
Molkereiprodukte und Eier	-0,9%	1,6%
Speisefette und -öle	-5,7%	-1,9%
Obst	8,3%	8,2%
Gemüse und Kartoffeln	9,2%	3,5%
Zucker, Marmelade, Konfitüre, Honig, Sirup	2,9%	2,3%
Kaffee, Tee, Kakao	-0,2%	-2,7%
Mineralwasser, Säfte, Limonaden	2,0%	2,3%
Spirituosen	1,1%	1,2%
Wein	2,2%	2,0%
Bier	1,0%	-0,1%

*Indexveränderung

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2012 und 1. Quartal 2013:

Geschäftsklima

Als wichtiger Indikator für die Stimmungslage der Lebensmittelhersteller dient der Ifo-Geschäftsklimaindex. Dieser fasst die aktuelle Geschäftslage und die zukünftigen Erwartungen an die Geschäftslage zusammen. Die Auswertung zeigt bei der Beurteilung der aktuellen Geschäftslage stärkere Schwankungen als bei den Geschäftserwartungen. In der langen Frist bleibt das Geschäftsklima in der Ernährungsindustrie stabil.

Im vierten Quartal 2012 und ersten Quartal 2013 wurde das Geschäftsklima in der Ernährungsindustrie überwiegend positiv eingeschätzt, der Vorjahresvergleich zeigt hier keine wesentlichen Veränderungen. Dabei lagen die Geschäftserwartungen tendenziell unter Vorjahresniveau während die aktuelle Geschäftslage von den Unternehmen stets besser eingeschätzt wurde als noch 12 Monate zuvor. Hinzu kamen die üblichen saisonalen und kalenderbedingten Effekte. Besonders durch die gute Stimmung der Unternehmen im Februar und März 2013 konnten das Stimmungstief des Frühsommers 2012 und saisonale Schwankungen ausgeglichen werden, der Trend der letzten 24 Monate zeigt somit wieder leicht nach oben.

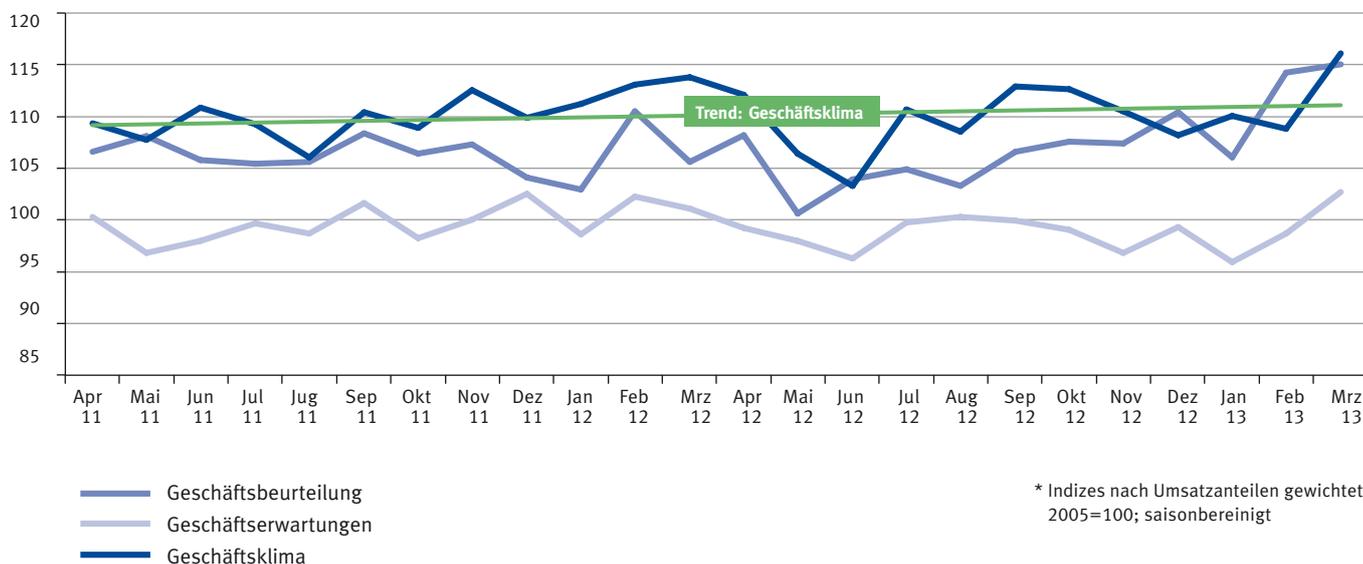
Im Verarbeitenden Gewerbe war das Geschäftsklima am Jahresende hingegen deutlich eingebrochen, was durch eine überaus positive Stimmungslage zu Beginn 2013 kompensiert wurde. Solch starke Stimmungsschwankungen im Verarbeitenden Gewerbe haben jedoch kaum Einfluss auf das Geschäftsklima in der Ernährungsindustrie. Dass sich die zuversichtliche Stimmung der Unternehmen langfristig fortsetzt, zeugt von der hohen Stabilität der Branche.

Die Kapazitätsauslastung und den Personalbestand bewerteten die Lebensmittelhersteller in den letzten zwei Quartalen mehrheitlich positiv, besonders hinsichtlich ihrer Kapazitätsauslastung zeigten sich die Lebensmittelhersteller deutlich zufriedener als noch im Vorjahr. Zudem nahmen die Produktionsbehinderungen nach Einschätzung der Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr leicht ab.

Der Export ist der Wachstumstreiber für die Ernährungsindustrie, mittlerweile setzt die Branche jeden dritten Euro im Ausland um. Die mehrheitlich positiven Erwartungen der Lebensmittelhersteller an das Exportgeschäft geben daher ein positives Signal für die Branchenkonjunktur. Dies spiegelt sich auch in den Ergebnissen des PwC-BVE- Exportbarometers Dezember 2012 wider, wonach die befragten Exportleiter der Ernährungsindustrie die Geschäftslage im Ausland deutlich positiv bewerteten. Die Lage auf dem EU-Binnenmarkt bleibt für die Lebensmittelexporteure konjunkturbedingt angespannt, das Exportgeschäft im außereuropäischen Ausland wird daher immer weiter ausgebaut. Die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen am internationalen Markt hat nach eigenen Einschätzungen in den letzten drei Jahren zugenommen, der größte Wettbewerbsdruck im Exportgeschäft geht dabei von den Mitbewerbern aus Deutschland aus. Der Ifo-Geschäftsklimaindex belegt diese Einschätzung der Unternehmen. Besonders die Wettbewerbsposition der Lebensmittelexporteure in den Auslandsmärkten außerhalb der EU wurde in den letzten beiden Quartalen mehrheitlich positiv und besser als im Vorjahr eingeschätzt.

Entwicklung des Geschäftsklimas in der Ernährungsindustrie

Q4/2012 und Q1/2013 im Vergleich*

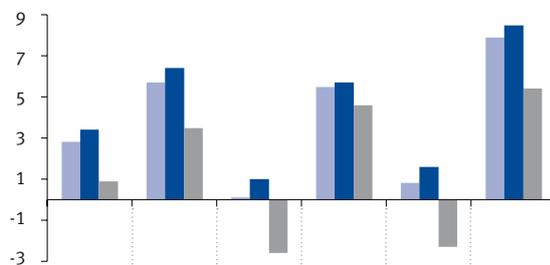


2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2012 und 1. Quartal 2013:

Konsumklima

Consumer Index: Sortimentsentwicklung

Q4/12 u. Q1/13, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



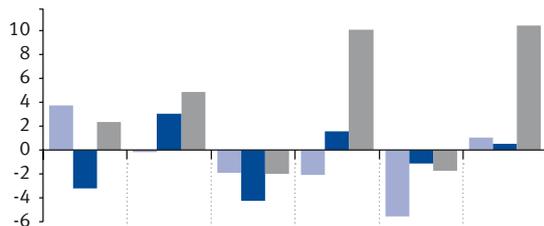
	Okt 12	Nov 12	Dez 12	Jan 13	Feb 13	Mrz 13
Food + Getränke	2,8	5,7	0,1	5,5	0,8	7,9
Food	3,4	6,4	1,0	5,7	1,6	8,5
Getränke	0,9	3,5	-2,6	4,6	-2,3	5,4

Die Konsumlaune der deutschen Verbraucher zeigte sich auch in den letzten beiden Quartalen überaus positiv. Gute Einkommenserwartungen, hohe Kaufneigung und stabile Preise fördern die Nachfrage nach Konsumgütern maßgeblich. Im vierten Quartal 2012 lag das Konsumklima im Durchschnitt sogar um +9,8% über dem Vorjahreswert, im Folgequartal waren es immerhin noch +3,5%.

Der Consumer-Index der GfK gibt Einblick in die Entwicklung der einzelnen Produktsegmente bei Lebensmitteln und Getränken im Einzelhandel in den vergangenen 6 Monaten. Hier zeigte sich segmentübergreifend eine durchgehend positive Umsatzentwicklung.

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Getränke

Q4/12 u. Q1/13, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



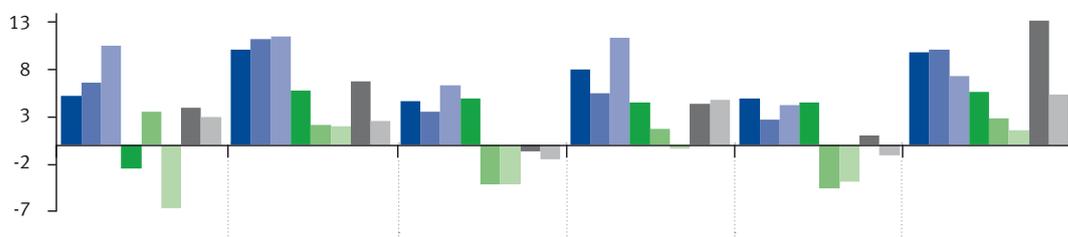
	Okt 12	Nov 12	Dez 12	Jan 13	Feb 13	Mrz 13
Heißgetränke	3,7	-0,2	-1,9	-2,1	-5,6	1,0
Alkoholfreie Getränke	-3,2	3,0	-4,3	1,6	-1,1	0,5
Alkoholhaltige Getränke	2,3	4,9	-2,0	10,1	-1,7	10,4

Witterungs- und kalenderbedingt ergaben sich jedoch besonders im Getränkesortiment zum Teil deutliche Schwankungen. Kauffreudig zeigten sich die Konsumenten natürlich vor den Feiertagen, im November belebte die Weihnachtszeit und im März das frühe Osterfest den Lebensmittelumsatz im Handel. Ein Großteil des Umsatzwachstums bleibt nach wie vor durch Einzelhandelspreiserhöhungen begründet.

Die zunehmende Qualitätsorientierung der Verbraucher führt aber auch zu einer steigenden Kauf- und Zahlungsbereitschaft im Premiumsegment, bei Mehrwert-Handelsmarken sowie bei saisonal typischen oder stärker nachgefragten Produkten.

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Food

Q4/12 u. Q1/13, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 12	Nov 12	Dez 12	Jan 13	Feb 13	Mrz 13
Frischeprodukte	5,3	10,1	4,7	8,0	4,9	9,8
Fleisch/Wurstwaren	6,6	11,3	3,5	5,5	2,7	10,2
Obst/Gemüse	10,5	11,5	6,3	11,4	4,3	7,3
Brot/Backwaren	-2,4	5,8	5,0	4,5	4,6	5,6
Molkereiprodukte, gelbe Linie	3,5	2,2	-4,2	1,8	-4,5	2,8
Molkereiprodukte, weiße Linie	-6,7	2,0	-4,1	-0,3	-3,9	1,6
Süßwaren	4,0	6,8	-0,7	4,4	1,0	13,2
Sonstige Nahrungsmittel	3,0	2,6	-1,5	4,8	-1,1	5,4

3 | Die BVE präsentiert: ANG-Arbeitspanel 2013



Die stabile Beschäftigungssituation in der Ernährungsindustrie ist ein wichtiger Konjunkturindikator. Mit 555.000 Beschäftigten ist die Branche der viertgrößte deutsche Industriezweig und bietet sichere Arbeitsplätze sowie vielfältige Beschäftigungsmöglichkeiten in allen Regionen Deutschlands. 2012 stieg die Zahl der Beschäftigten in der Lebensmittelproduktion um 5.000 Stellen. Die Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V. (ANG) gibt aktuelle Einblicke in die Ernährungsindustrie als Arbeitgeber.

Attraktiv und viel zu bieten –

Die Ernährungsindustrie als Arbeitgeber:

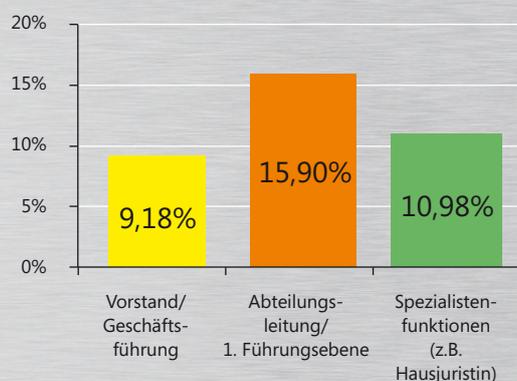
Das aktuelle ANG-Arbeits-Panel bestätigt die deutsche Ernährungsindustrie als attraktiven und verlässlichen Arbeitgeber, in Produktion und Verwaltung gleichermaßen. Die Verteilung unserer Beschäftigten stellt sich wie folgt dar: Über 70% der Beschäftigten arbeiten in Produktion, Logistik, Lager und rund 30% in Verwaltung und Management. Zwei Drittel der Beschäftigten sind männlich, rund ein Drittel weiblich.

Das ANG-Arbeits-Panel weist bei den sozialpolitisch organisierten Arbeitgebern einen Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter von 98% auf, mit einer Vollzeitquote von 90%. Die geringfügige Beschäftigung ist folglich kein Geschäftsmodell in der Ernährungsindustrie, sondern ein Angebot. Wer bei uns als sog. „Minijobber“ arbeitet, tut dies gezielt und bewusst. Zusätzlich ist bei den in den ANG-Mitgliedsverbänden organisierten Unternehmen die Quote der befristeten Arbeitsverhältnisse mit knapp 8% gering. Diese Punkte sind erwähnenswert in Zeiten, in denen stabile Beschäftigungsformen Hochkonjunktur haben.

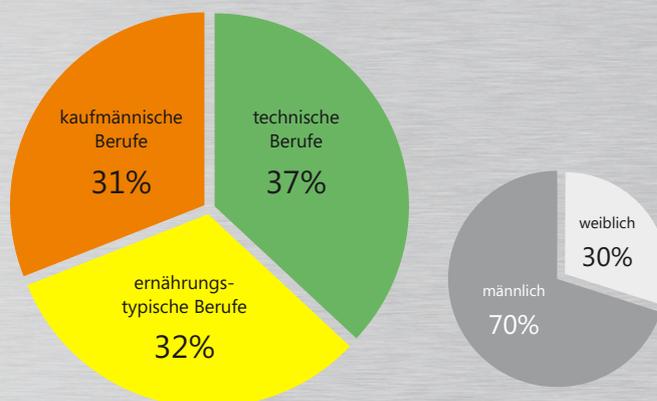
Der Einsatz von Zeitarbeitnehmer ist in der Ernährungsindustrie trotz vielfachem Saisongeschäft weiterhin auf einem niedrigen Niveau mit knapp 4% (vergleichbar zum Vorjahr). Hohe Arbeitsplatzsicherheit und moderne, zeitgemäße Betriebskultur prägen auch bei der Vereinbarkeit von Familie und Beruf die Branche. Der ANG wurden zahlreiche Best Practice Beispiele genannt und der Anteil von Frauen in Verantwortungspositionen liegt bei rund 36% – in unmittelbaren Führungspositionen bei immerhin über 25%.

Untersucht wurde zudem die Ausbildungssituation: Die Verteilung der Auszubildenden auf die abgefragten Bereiche ernährungstypisch, technisch und kaufmännisch zeigt eine nahezu gleichmäßige Verteilung, wobei die technischen Berufe führend sind. Dies kann als Indikator für die anhaltende technische Optimierung der Produktion gesehen werden. Mit einem Anteil von erst 30% an weiblichen Auszubildenden wird deutlich, dass hier noch Potentiale ausgeschöpft werden können und angesichts der sinkenden Schülerzahlen auch müssen, denn: „Der Lehrstellenmarkt hat sich von einem Angebots- zu einem Nachfragemarkt gedreht“, so Raimund Becker, Vorstand der Bundesagentur für Arbeit.

Frauen in Verantwortungspositionen



Ausbildungssituation



4 | Situationsberichte aus den Branchen

Die Ernährungsindustrie ist ebenso vielfältig wie die Produkte, die sie herstellt. In rund 30 Branchen sind Kompetenz und Leidenschaft für Lebensmittel vereint. Sie versorgen täglich 82 Millionen Menschen in Deutschland mit hochwertigen und sicheren Lebensmitteln, Kunden weltweit schätzen die Qualität deutscher Produkte. Dabei nehmen in jeder Branche unterschiedliche Faktoren Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung. Die Situationsberichte aus einzelnen Branchen geben dazu einen Überblick.

Fleischwarenindustrie

Der Pro-Kopf-Verzehr von Fleisch und Wurstwaren war in den zurückliegenden Jahren bemerkenswert stabil. Vor dem Hintergrund gestiegener Preise und einer zu kühlen und regnerischen Grillsaison sind die Einkaufsmengen 2012 nun seit langem erstmals gesunken. Mit 59,5 Kilogramm lag der Fleischverzehr (inklusive des Verzehrs von Fleisch- und Wurstwaren) nach vorläufigen Berechnungen der Agrarmarkt Informations-Gesellschaft (AMI) um 2,1 Kilogramm unter dem Vorjahreswert.

Die vorläufigen Produktionszahlen der deutschen Fleischwarenindustrie für 2012 zeigen einen leichten Produktionsrückgang der wesentlichen Produktgruppen um -1,9% auf 1.474.925 Tonnen (2011: 1.503.155 Tonnen) im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig stieg der durchschnittliche Preis für Wurstwaren aufgrund der hohen Energie- und Rohstoffkosten um +5,2%. Der deutlichste Preisaufschlag erfolgte im zurückliegenden Jahr mit +6,1% bei Rohwürsten, hier sank die Produktion entsprechend mit -2,7% auf 440.179 Tonnen (2011: 452.422 Tonnen) am deutlichsten. Bei der Brühwurst, die über den größten Marktanteil verfügt, sank die Produktionsmenge nur sehr leicht um -1,3% auf 868.858 Tonnen (2011: 880.700 Tonnen).

Wesentliche Warengruppen wie roher oder gekochter Schinken finden sich in den Zahlen des Statistischen Bundesamtes nicht wieder, auch sind Produktbereiche wie Fertiggerichte, Suppen oder Teigwaren nicht erfasst, die sich für viele Unternehmen der Fleischwarenindustrie in den zurückliegenden Jahren zu wichtigen Märkten entwickelt haben.

Trotz der gesunkenen Erzeugung und der sehr hohen Erzeugerpreise bei allen Tierarten ist die Ausfuhr auch 2012 weiter gestiegen, wenn auch weniger stark als im Vorjahr. Insgesamt wurden Fleisch und Fleischwaren im Wert von 9,7 Mrd. Euro exportiert.

Bundesverband der Deutschen Fleischwarenindustrie e.V.

www.bvdf.de



Süßwarenindustrie

Laut Nielsen-Süßwarenmonitor wuchs in den ersten beiden Monaten des Jahres 2013 der Umsatz mit Süßwaren am deutschen Inlandsmarkt auf 1,96 Mrd. Euro. Dies bedeutet ein Anstieg von +3,9% gegenüber den Zahlen des entsprechenden Vorjahreszeitraums. Der Absatz erhöhte sich ebenfalls um +1,6% und stieg auf 267.551 Tonnen.

Das Marktforschungsunternehmen SymphonyIRI Group ermittelte im Gegensatz zu Nielsen einen Rückgang des Absatzes in Höhe von -3,1% und eine Stagnation beim Umsatz mit Süßwaren.

Beide Marktforschungsinstitute weisen einen in Relation zum Absatz stärker gestiegenen Umsatz aus. Grund dafür sind die gestiegenen Rohstoffpreise. Für die Süßwarenindustrie haben sich die Kosten für wichtige Rohstoffe deutlich erhöht. Dies gilt insbesondere für Zucker, Glukose und Weizenmehl, aber auch für Energiekosten.

Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.

www.bdsi.de



4 | Situationsberichte aus den Branchen

Fruchtsaft-Industrie

Die deutsche Fruchtsaft-Industrie hat im Jahr 2012 einen Umsatz von 3,9 Mrd. Euro erwirtschaftet, dies sind Die deutsche Fruchtsaft-Industrie hat im Jahr 2012 einen Umsatz von 3,9 Mrd. Euro erwirtschaftet, dies sind knapp +2% mehr als im Vorjahr. Dieser wurde von 176 Firmen erwirtschaftet, die Menge ging jedoch aufgrund notwendiger Preissteigerungen zurück. Der Fruchtsaftkonsum ist seit einigen Jahren rückläufig und liegt für das Jahr 2012 bei 33,15 Liter pro Kopf. Dies ist bedingt durch den relativ hohen Rohwarenanteil im fertigen Produkt und Rohwarensteigerungen bei nahezu allen Früchten.

Die Branche ist geprägt durch eine starke Konzentration, 12 Firmen erwirtschafteten rund 83 % der Umsätze. Die bestehenden Überkapazitäten in der Abfüllung tragen zu einem zusätzlichen Preisdruck bei, zudem verändert sich das Verbraucherverhalten stärker in Richtung minderfruchthaltige Getränke mit Kohlensäure. Dem gegenüber steht ein Trend zu höherwertigen Direktsäften, die rund 20 % Marktanteil besitzen. Die notwendige Konsolidierung geht auf hohem Niveau weiter. Im April schlossen sich der größte- und zweitgrößte europäische Fruchtsafthersteller zu einer neuen großen Einheit zusammen.

Eine Besonderheit ist der starke Bezug zur heimischen Rohware. Im Jahr 2012 wurden rund 900.000 Tonnen heimischer Früchte- und Gemüsearten verarbeitet. Dieser Trend hat sich in den letzten Jahren verstärkt und wird auch aufgrund einer besseren Wettbewerbsfähigkeit heimischer Rohware weiter anhalten. Zudem neigt ein gewisser Teil der Verbraucher zu Produkten aus Deutschland.

Verband der deutschen Fruchtsaft-Industrie e.V.

www.fruchtsaft.org



VdF
Verband der
deutschen
Fruchtsaft-Industrie e.V.

Milchindustrie

Der Milchmarkt in Deutschland und der EU hat sich zu Beginn von 2013 fest entwickelt. Nachdem die Preise für Milchprodukte im ersten Quartal von 2013 zunächst auf dem Niveau von Ende 2012 weitgehend unverändert geblieben waren, vollzog sich im April ein kräftiger Preisanstieg bei den meisten Milchprodukten. Ungewöhnlicher Weise haben die Preise angezogen, während sich das Angebot seinem saisonalen Höhepunkt näherte, der üblicherweise in den Mai fällt.

Nach einem weiteren Anstieg des Milchaufkommens in Deutschland im Jahr 2012 hat sich das Angebot im ersten Quartal von 2013 verhalten entwickelt. Aufgrund des langanhaltenden Winters und der unterdurchschnittlichen Silagequalitäten aus dem Vorjahr blieb die Milchanlieferung hinter den Erwartungen zurück. In anderen EU-Ländern sind im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in vielen Fällen noch stärkere Rückgänge eingetreten. Das Angebot war auch deshalb eingeschränkt, weil in 2012 die Bestände an Milchprodukten weiter abgebaut worden sind. Die Molkereien hatten außerdem Mühe, alle bestehenden Kontrakte termingerecht zu erfüllen, da die Anlieferung seit Mitte 2012 kontinuierlich unter den ursprünglichen Erwartungen liegt.

Während die Nachfrage auf dem Binnenmarkt weitgehend stagniert, ist am Weltmarkt von einer weiter steigenden Nachfrage auszugehen. Aufgrund des begrenzten Angebots konnten die Milchexporte der EU auf den Weltmarkt in den ersten Monaten von 2013 im Gegensatz zur Entwicklung im Vorjahr nicht weiter gesteigert werden. Entgegen dem allgemeinen Trend sind die Käseausfuhren aber kräftig gestiegen. Das sinkende Angebot ist nicht auf die EU beschränkt. In anderen wichtigen Exportländern wie Ozeanien und Südamerika ist das Angebot im ersten Quartal des laufenden Jahres unter das Vorjahresniveau gesunken. Diese Entwicklung hat einen Anstieg der Weltmarktpreise nach sich gezogen. (Quelle: ZMB)

MIV – Milchindustrie-Verband

www.milchindustrie.de



4 | Situationsberichte aus den Branchen

Spirituosen-Industrie

Deutschland war auch im Jahr 2012 mit rund 698 Mio. abgesetzten Flaschen à 0,7 Liter innerhalb der EU der größte Spirituosenmarkt.

Die Käuferreichweite lag erneut bei ca. 68%, d. h. dass 68% aller Haushalte in Deutschland kauften mindestens einmal im Jahr eine Spirituose ein. Der Pro-Kopf-Konsum stagnierte mit 5,4 Litern pro Kopf auf dem Niveau der Jahre 2011 und 2010.

Im Trend lagen weiterhin markenorientierte klassische Spirituosen, Importprodukte sowie nationale und regionale Traditions-Spezialitäten. Die größten Marktanteile verbuchten 2012 weiterhin klare Spirituosen, Liköre und Weinbrände/Cognac.

Die Spirituosenausfuhren stiegen im Jahr 2012 auf rund 273 Mio. Flaschen à 0,7 Liter. Davon gingen rund 56,1% in die EU. Zu den wichtigsten Exportländern deutscher Spirituosen zählten: USA, Großbritannien, Niederlande, Frankreich, Belgien, Österreich, Schweiz, Russland, Spanien und Ungarn (mengenmäßiger Exportanteil rund 67%).

2012 waren in der Spirituosenbranche 3.168 Mitarbeiter (+87 Mitarbeiter bzw. +2,8% im Vergleich zu 2011) in 49 Betrieben – wie im Vorjahr – beschäftigt.

Spirituosen bleiben im Trend und die Unternehmen haben sich auf ein immer individueller werdendes Verbraucherverhalten eingestellt. Für die Hersteller sind Aufklärung und Eigenverantwortung wichtiger als weitere staatliche Reglementierungen. Spirituosen sind ein bedeutender Umsatzträger für den Handel sowie die Gastronomie und bieten dem Verbraucher Qualität und Genuss. Sie bleiben eine attraktive Kategorie mit stabiler Wertschöpfung für alle Distributionsschienen

Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V.

www.spirituosen-verband.de



BUNDESVERBAND DER
DEUTSCHEN SPIRITUOSEN-INDUSTRIE
UND -IMPORTEURE e. V.



Die BVE - Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. ist der wirtschaftspolitische Spitzenverband der Fachverbände und Unternehmen der Ernährungsindustrie in Deutschland. Die BVE vertritt die branchenübergreifenden Interessen der Lebensmittelhersteller in Berlin und Brüssel. Branchenspezifische Aufgaben werden in den Fachverbänden bearbeitet.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Christoph Minhoff
Hauptgeschäftsführer
Bundesvereinigung der
Deutschen Ernährungsindustrie (BVE)
Telefon: (030) 200 786 135
E-Mail: cminhoff@bve-online.de

Stefanie Lehmann
Referentin Wirtschaftspolitik
Bundesvereinigung der
Deutschen Ernährungsindustrie (BVE)
Telefon: (030) 200 786 143
E-Mail: slehmann@bve-online.de

www.bve-online.de