

KONJUNKTURBERICHT DER ERNÄHRUNGSINDUSTRIE 02 | 2023



Foto: © PhotoStock-Israel / Alamy

In der Ernährungsindustrie erwirtschaften knapp 6.000 Betriebe einen jährlichen Umsatz von 218,5 Mrd. Euro. Mit über 638.000 Beschäftigten ist diese Branche der viertgrößte Industriezweig Deutschlands. Die Branche besteht zu über 90 Prozent aus kleinen und mittelständischen Betrieben und ist ein wichtiger Stabilitäts-, Wohlstands- und Beschäftigungsfaktor in allen Regionen Deutschlands.

Täglich überzeugt sie 84 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland mit bezahlbaren Lebensmitteln, die sich durch höchste Qualität, Sicherheit, Tradition, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung auszeichnen. Dank eines Exportanteils von ca. 35 Prozent können Menschen weltweit Lebensmittel „Made in Germany“ genießen.

Sowohl das zweite als auch dritte Quartal 2023 waren auf der Nachfrageseite von einem gedämpften Konsumverhalten der Konsumenten, bedingt durch Inflation und sinkende Reallöhne, geprägt. Auf der Angebotsseite erschwerten den Lebensmittelherstellern vermehrte Bürokratie und sich verschlechternde Standortfaktoren die internationale Wettbewerbssituation. Der Ausblick in die Zukunft bleibt daher tendenziell pessimistisch, was ebenfalls negative Auswirkungen auf die Investitionsentscheidungen der Lebensmittelhersteller hat.

Im zweiten Quartal 2023 konnte die Ernährungsindustrie noch ein leichtes preisbereinigtes Umsatzplus im Vergleich zum Vorjahreszeitraum erreichen, wobei lediglich das Auslandsgeschäft Zuwächse erzielen konnte. Im dritten Quartal sank der reale Umsatz sowohl im Inland als auch im Ausland, wobei der Export einen stärkeren Rückgang aufzeigte.

Inhalt

1. Gesamtwirtschaftliche Lage	2
2. Exkurs: Investitionslage in der deutschen Ernährungsindustrie	4
3. Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2023	
• Umsatz, Export und Produktionsindizes	8
• Nachhaltigkeit und Preisentwicklung	10
• Geschäftsklima	13
4. Arbeitsmarkt	14
5. Situationsberichte aus den Branchen	17

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Nachdem die Weltwirtschaft im Jahr 2023 nach Angaben des *Internationalen Währungsfonds (IWF)* um 3,1 Prozent gewachsen ist, sieht der *World Economic Outlook* (Januar 2024) für das Jahr 2024 ein Wachstum von ebenfalls plus 3,1 Prozent und für das Jahr 2025 von plus 3,0 Prozent vor. Damit korrigiert der *IWF* seine Prognose gegenüber Oktober 2023 um 0,2 Prozentpunkte für 2024 nach oben. Die Industrieländer sollen im Jahre 2024 ein Wachstum von durchschnittlich 1,5 Prozent erzielen, was eine Erhöhung der Prognose gegenüber Oktober 2023 von plus 0,1 Prozentpunkten entspricht. Die Eurozone soll dabei um 0,9 Prozent in 2024 wachsen und um 1,7 Prozent in 2025. Von allen vorgestellten Regionen der Welt wird der Eurozone hierbei das geringste Wachstum prognostiziert. Unter den Industrieländern wird Deutschland mit plus 0,5 Prozent das geringste Wachstum zugesagt.

Der etwas zurückgehende Preisdruck hat dazu geführt, dass die globale Inflationsprognose für 2024 bei 5,8 Prozent liegt, was der Prognose von Oktober 2023 gleichkommt. Im kommenden Jahr soll diese dann bei 4,4 Prozent liegen. Für die Industrienationen rechnet der *IWF* in diesem Jahr mit einer Inflationsrate von 2,6 Prozent und 2,0 Prozent im Jahr 2025. Insgesamt geht die Inflation nun etwas schneller zurück als zuvor erwartet. Der *IWF* schreibt in seinem Bericht, dass dies auf günstige Entwicklungen auf der Angebotsseite und eine straffere Geldpolitik der Zentralbanken zurückzuführen ist, was die Inflationserwartungen auf einem festen Niveau gehalten hat. Gleichzeitig dürften die hohen Zinssätze zur Inflationsbekämpfung und die Rücknahme der fiskalischen Unterstützung angesichts der hohen Verschuldung das Wachstum im Jahr 2024 belasten.



Foto: © TippaPatt/Shutterstock

Konjunkturelle Lage in Deutschland

2023 sank das Bruttoinlandsprodukt laut dem *Statistischen Bundesamt* preisbereinigt um 0,3 Prozent. In der *ifo Konjunkturprognose* vom Sommer 2023 (Stand: Dezember 2024) geht das Institut davon aus, dass die deutsche Wirtschaft 2024 um 0,9 Prozent wachsen wird. Im kommenden Jahr sehen die Forscher dagegen ein Wachstum von 1,3 Prozent. Der Export wird dabei im Jahr 2024 mit 1,3 Prozent nur leicht ansteigen. Für 2024 prognostiziert das *ifo Institut* ein Wachstum beim Export von 4,3 Prozent. Die Importe sollen im Jahre 2024 um 0,9 Prozent steigen und im darauffolgenden Jahr um 4,3 Prozent zulegen.

Die Inflation wird laut *ifo Konjunkturprognose* im laufenden Jahr bei 2,2 Prozent liegen und sich im darauffolgenden Jahr auf 1,8 Prozent unter die Marke von 2 Prozent abschwächen. Etwas höher soll dabei die Kerninflation mit 2,9 Prozent respektive 2,2 Prozent liegen. Die Bruttoanlageinvestitionen sollen im laufenden Jahr 0,2 Prozent unter dem Vorjahr liegen und erst 2025 mit 1,6 Prozent wieder ansteigen. Die Arbeitslosenquote soll im laufenden Jahr gegenüber dem Vorjahr von 5,7 Prozent auf 5,9 Prozent ansteigen und im kommenden Jahr wieder auf 5,6 Prozent sinken.

Bruttoinlandsprodukt – Veränderung in Prozent nach Ländergruppen

LÄNDERGRUPPE	DURCHSCHNITT		2021	2022	2023	PROGNOSEN		VERÄNDERUNG zur IWF-Prognose Oktober 2023
	2001–2010	2011–2020				2024	2025	2024
Welt	3,9	2,7	6,1	3,4	3,1	3,1	3,0	+0,2
Industrieländer	1,7	1,2	5,2	2,7	1,6	1,5	1,8	+0,1
Eurozone	1,2	0,6	5,3	3,5	0,5	0,9	1,7	-0,3
Entwicklungs- und Schwellenländer	6,2	4,0	6,8	4,0	4,1	4,1	4,2	-0,1

Quelle: IWF, World Economic Outlook Januar 2024

2 | Exkurs

Investitionslage in der deutschen Ernährungsindustrie

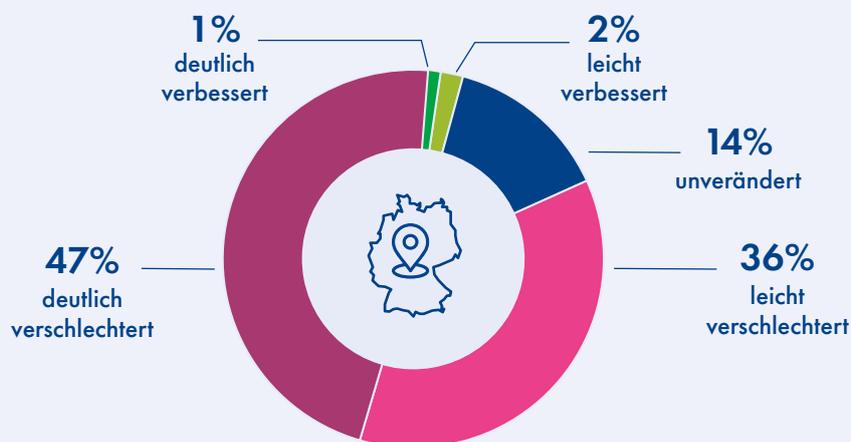
Investitionen werden in der Ernährungsindustrie zukünftig ein entscheidender Faktor für international konkurrenzfähige, hochqualitative und erschwingliche Produkte sein. Darüber hinaus können auch Nachhaltigkeitsziele sowie die Reduktion von CO₂-Treibhausgasen nur durch zukunftssträchtige Investitionen erreicht werden. Damit die Ernährungsindustrie ausreichend investieren kann, sind politische Rahmenbedingungen und konkurrenzfähige Standortfaktoren unabdingbar.

Bei den regelmäßig erhobenen Investitionsumfragen des *ifo-Instituts* gaben die Unternehmen der Ernährungsindustrie im November 2023 an, dass sie für das Jahr 2023 mehrheitlich von einer Reduktion der Investitionen ausgehen. Während die Unternehmen der Nahrungs- und Futtermittelindustrie im März 2023 noch mehrheitlich von Investitionsausweitungen ausgingen, zeigt nun der aktuelle Saldo von minus 9,4 Punkten im November 2023, dass viele Unternehmen diese Einschätzung revidiert haben. Gleiches lässt sich auch für die Getränkeindustrie feststellen, wobei hier auch die Umfrage im März 2023 schon deutlich negativ war. Die beiden letzten Indexwerte lagen bei minus 11,3 (März/2023) sowie minus 10,2 (Nov./2023) und zeigen hier jeweils eine deutliche Reduktion der Investitionsvorhaben in der Getränkeindustrie.

Eine aktuelle Umfrage der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) unter 160 Unternehmen (Zeitraum: 27.11.2023 bis 08.01.2024) über alle Teilbranchen hinweg ging der Frage nach der Investitionslage und den Standortbedingungen vertieft nach: Die Attraktivität von Deutschland als Wirtschaftsstandort nimmt demnach rapide ab. Nur 3 Prozent gaben an, dass sich für ihr Unternehmen der Standort Deutschland in den letzten fünf Jahren verbessert hat. Für 83 Prozent haben sich die Standortfaktoren leicht oder sogar deutlich verschlechtert.

Der Standort Deutschland hat sich in den letzten 5 Jahren für unser Unternehmen ...

n=157

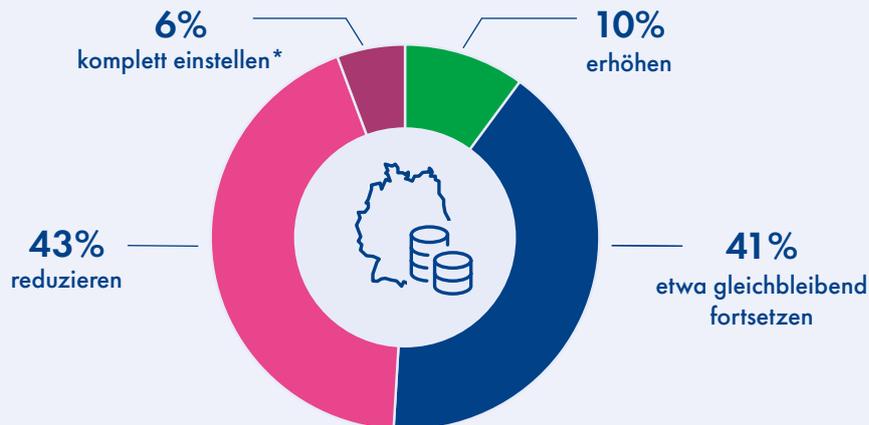


Quelle: Statistisches Bundesamt

Diese Entwicklung hat spürbare Auswirkungen auf die Investitionspläne der Unternehmen: Nur 10 Prozent planen, ihre Investitionen in Deutschland zu erhöhen, während 43 Prozent diese reduzieren und 6 Prozent eine vollständige Einstellung der Investitionen am deutschen Standort in Betracht ziehen.

Wir werden in den nächsten zwei bis drei Jahren unsere Investitionen am Standort Deutschland im Vergleich zu den Vorjahren (real) ...

n=159



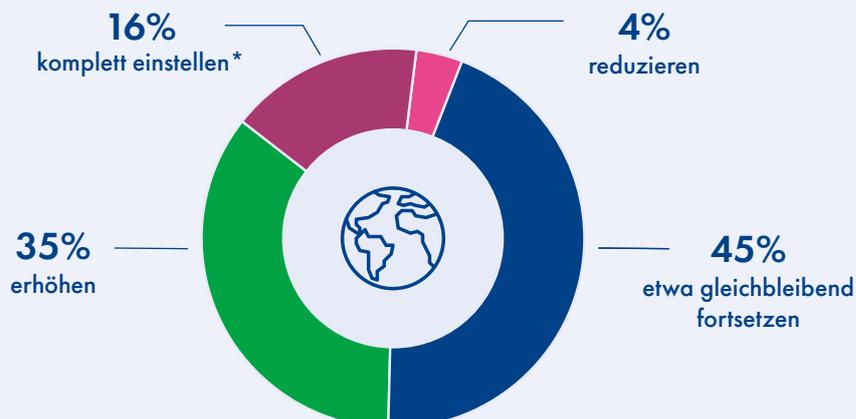
* auf unbestimmte Zeit

Quelle: Statistisches Bundesamt

Bei den Auslandsinvestitionen geben sich die Befragten der Ernährungsindustrie wiederum deutlich optimistischer: 35 Prozent der Befragten aus der Ernährungsindustrie beabsichtigen, ihre Investitionen im Ausland in den nächsten zwei bis drei Jahren zu steigern. Demgegenüber stehen 16 Prozent, die eine Reduzierung planen, und 4 Prozent, die eine komplette Einstellung erwägen. So fokussieren sich die Lebensmittelhersteller in Deutschland weniger auf Kapazitätserweiterungen und mehr auf Rationalisierungen sowie Umstrukturierungen – ein klares Zeichen für den Rückgang am Standort.

Wir werden in den nächsten zwei bis drei Jahren unsere Investitionen im Ausland im Vergleich zu den Vorjahren (real) ...

n=128



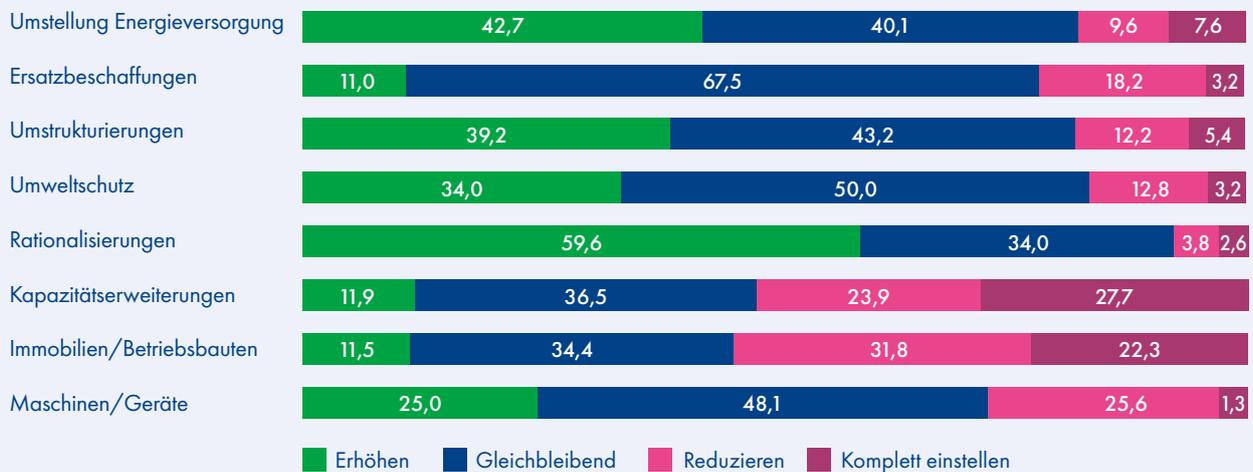
* auf unbestimmte Zeit

Quelle: Statistisches Bundesamt

Nichtsdestotrotz investiert die gesamte deutsche Industrie zunehmend in den Klimaschutz, wie das Statistische Bundesamt in seinen aktuellsten Daten mitteilt: Gut 4,15 Mrd. Euro wandten Unternehmen des Produzierenden Gewerbes (ohne Baugewerbe) im Jahr 2021 für Anlagen zur Vermeidung von Emissionen oder zu einer schonenderen Nutzung von Ressourcen auf. Damit sind die Investitionen in diesem Bereich binnen zehn Jahren um insgesamt 74,3 Prozent gestiegen. Auch die Ernährungsindustrie hat die hohe Bedeutung und Relevanz von der Transformation der Energieversorgung sowie die Wichtigkeit von Umweltschutz längst erkannt und leistet ihren Beitrag: Laut BVE-Umfrage wollen knapp 43 Prozent der Befragten ihre Investitionen in den nächsten zwei bis drei Jahren im Bereich „Transformation der Energieversorgung“ erhöhen, nur 17 Prozent wollen hier ihre Investitionen reduzieren oder einstellen (Rest gleichbleibend). Beim Umweltschutz wollen 34 Prozent ihre Investitionen erhöhen und nur 15 Prozent reduzieren oder einstellen.

Welche Entwicklung erwarten Sie in den nächsten 2 bis 3 Jahren in Ihrem Unternehmen bei folgenden Investitionsparametern?

in Prozent; n=159



Quelle: Statistisches Bundesamt

Ebenso zeigen die kürzlich veröffentlichten Zahlen des Statistischen Bundesamtes für das Jahr 2022, dass insgesamt weniger investiert wurde als in den Vorjahren. Zwar konnten die Gesamtinvestitionen von 2012 bis 2019 nominal zulegen, jedoch sanken diese von 2020 bis 2022 wieder deutlich und befinden sich im Jahr 2022 wieder auf dem Niveau von 2015.

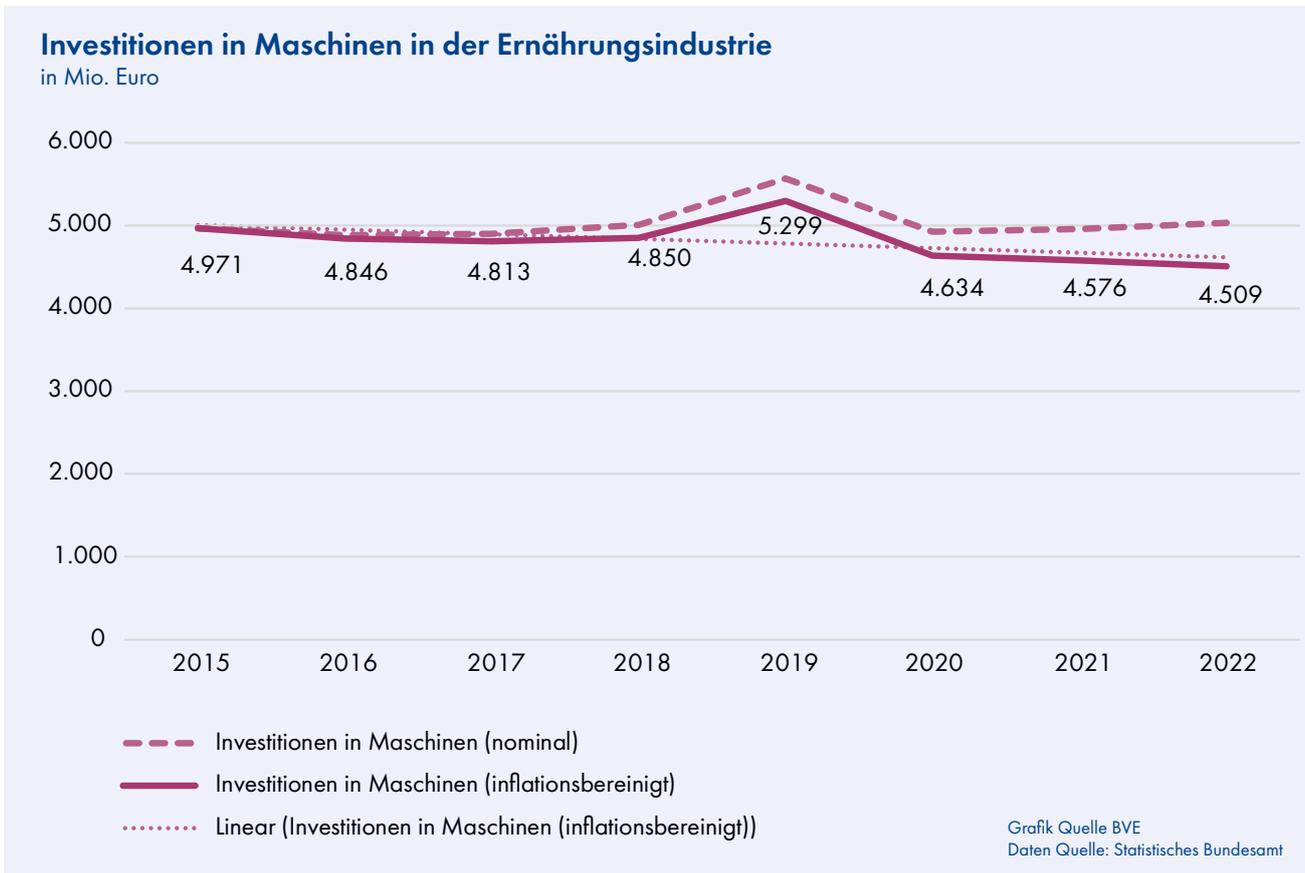
Investitionen in der Ernährungsindustrie

in Mio. Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt

Bedenken muss man hierbei allerdings, dass die Inflation seitdem stark gestiegen ist und es sich noch nicht um preisbereinigte Zahlen handelt. Nimmt man beispielsweise die Teuerungsrate von Maschinen (Erzeugerpreise) laut Statistischem Bundesamt und bereinigt die Entwicklung der Investitionen mit der Preisentwicklung in jedem Jahr, so wird deutlich, dass die Investitionen in Maschinen noch stärker rückläufig sind.



Diese befinden sich im Jahr 2022 ungefähr auf demselben Stand wie 2014. Da die Kosten von Betriebsbauten und Grundstücken ebenfalls stark gestiegen sind, werden auch die Gesamtinvestitionen preisbereinigt teils deutlich unter den Vorjahren liegen. So zeigt auch die aktuelle Umfrage der BVE, dass eine leichte Mehrheit der befragten Unternehmen plant, Investitionen in Maschinen zu reduzieren.

Zusammenfassend lässt sich festhalten: Es braucht in den nächsten Jahren ein hohes Maß an Investitionen, um zukünftig sowohl international konkurrenzfähige, hochqualitative und erschwingliche Produkte herzustellen als auch die hochgesteckten Nachhaltigkeitsziele zu erreichen. Dafür benötigt die Ernährungsindustrie gute und international wettbewerbsfähige Standortfaktoren sowie wirtschaftspolitische Planungssicherheit. Jedoch nimmt nach Einschätzung der befragten Lebensmittelhersteller die Standortqualität rapide ab und die Unzufriedenheit ist groß. Dementsprechend lässt sich ein deutlicher Trend der Investitionszurückhaltung bis hin zur Verlagerung von Produktionen in das Ausland erkennen.

3 | Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. Quartal 2023 und 3. Quartal 2023

Umsatz, Export und Produktionsindizes

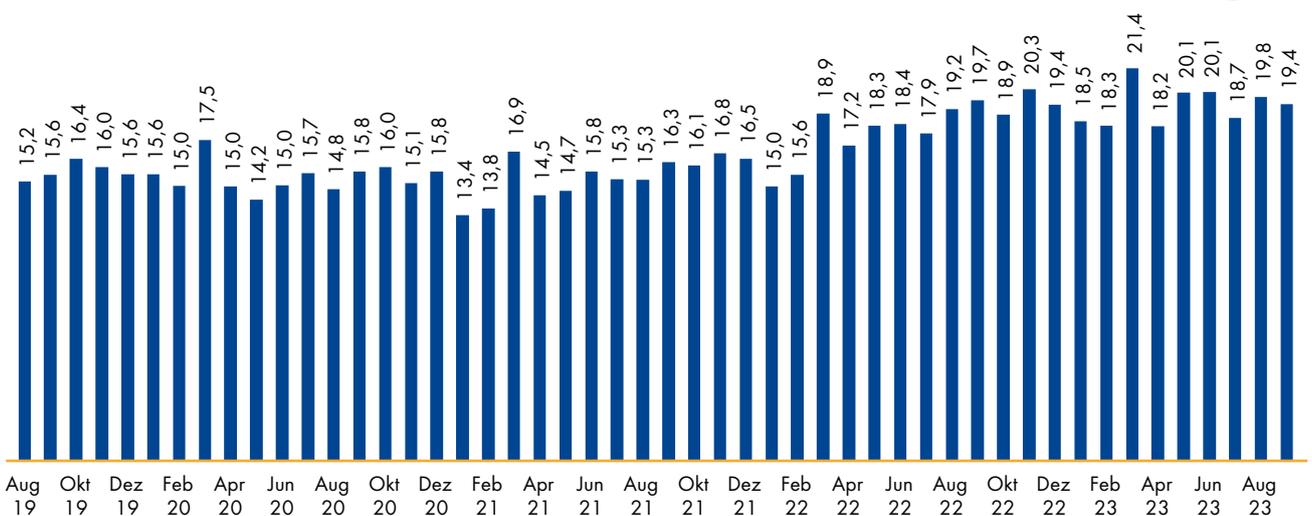
Im Laufe des Jahres 2023 stand die deutsche Ernährungsindustrie weiter vor großen Herausforderungen. Während der Kostendruck bei Agrarrohstoffen nur bedingt nachließ, belasteten weiterhin zunehmende Bürokratie, fehlende langfristige Planungssicherheit sowie ein gedämpftes Konsumverhalten die Lebensmittelhersteller.

Im zweiten Quartal 2023 stieg der preisbereinigte Umsatz noch leicht um 0,4 Prozent. Während das Auslandsgeschäft mit 1,7 Prozent wuchs, musste das Inlandsgeschäft ein Minus von 0,4 Prozent in Kauf nehmen. Die Nahrungsmittel- und Getränkehersteller verzeichneten im zweiten Quartal mit minus 2,6 Prozent eine sinkende Produktionsleistung im Vorjahresvergleich. Dabei sank ausschließlich der Produktionsindex für Nahrungsmittel (minus 3,1 Prozent), während der Produktionsindex der Getränkehersteller noch ein leichtes Plus erzielen konnte (plus 0,1 Prozent). Nominal konnte sowohl das Inlandsgeschäft mit plus 9,2 Prozent und 37,7 Milliarden Euro als auch das Exportgeschäft mit plus 7,2 Prozent und 20,7 Milliarden Euro im Vergleich zum Vorjahr ein deutliches, preisbedingtes, nominales Plus vorweisen. Der Umsatz für das zweite Quartal 2023 betrug somit 58,4 Milliarden Euro.

Im dritten Quartal 2023 beschleunigte sich der wirtschaftliche Abschwung in der deutschen Ernährungsindustrie und erfasste nun auch deutlich das Auslandsgeschäft, welches ein Minus von 1,9 Prozent aufweist, während das Inlandsgeschäft um 1,1 Prozent zurückging. Der preisbereinigte Gesamtumsatz sank somit um 1,4 Prozent. Die Nahrungsmittel- und Getränkehersteller verzeichneten im dritten Quartal mit minus 3,1 Prozent eine deutlich sinkende Produktionsleistung im Vorjahresvergleich. Die Produktion von Nahrungsmitteln sank dabei um 2,8 Prozent, während die Getränkehersteller ihre Produktion mit minus 4,7 Prozent noch deutlicher reduzierten. Das Inlandsgeschäft konnte mit plus 4,7 Prozent und 38,0 Milliarden Euro zumindest nominal ein Plus erzielen, während das Exportgeschäft 19,9 Milliarden Euro und minus 2,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal auch seit langer Zeit nominal gesunken ist. Der gesamte Umsatz für das dritte Quartal 2023 betrug somit 58,0 Mrd. Euro.

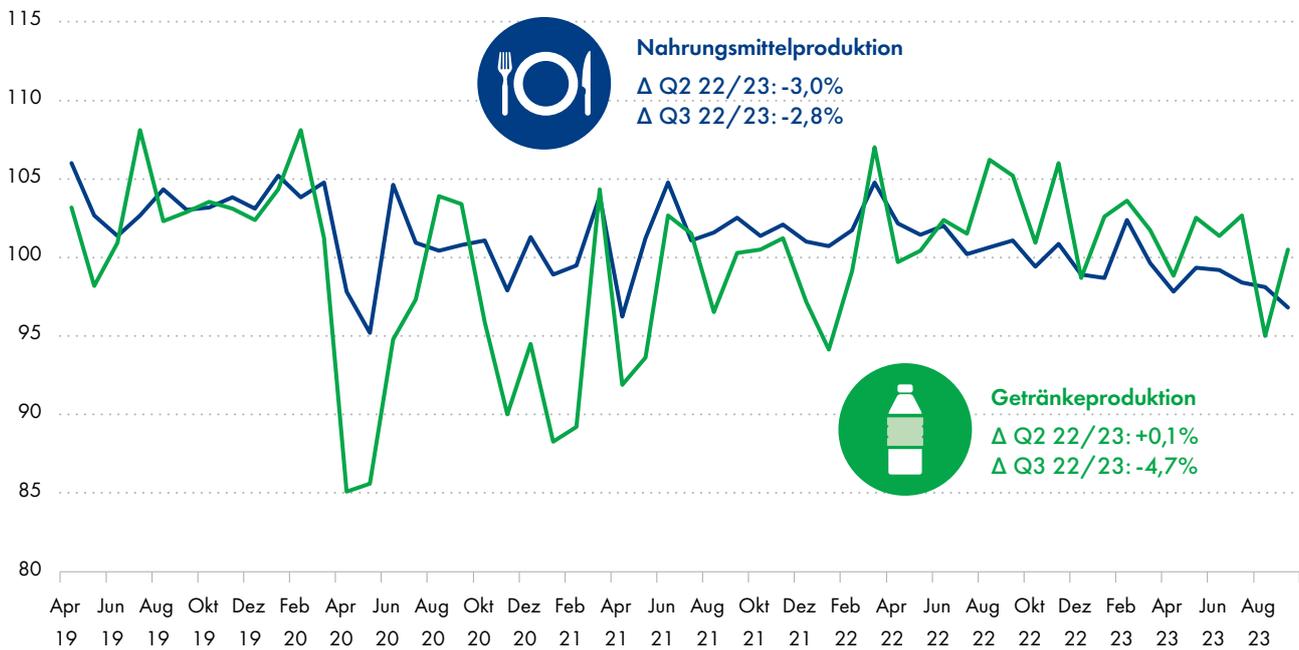
Umsatz der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung der Produktionsindizes der Ernährungsindustrie



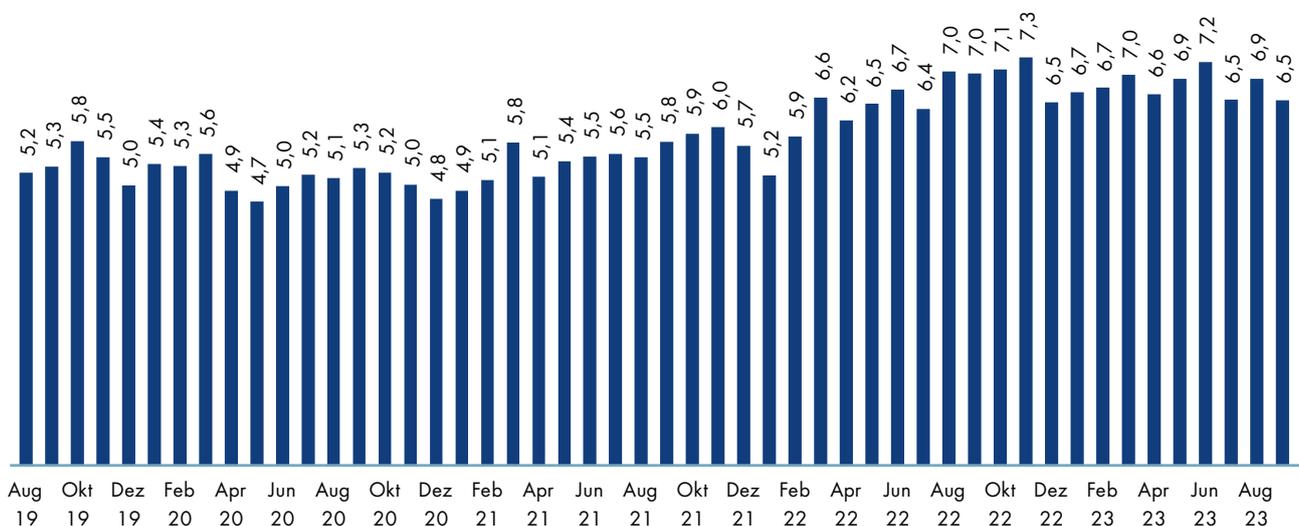
Index arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2015=100

Quelle: Statistisches Bundesamt

Der um Saison- und Kalendereffekte bereinigte Produktionsindex in der Ernährungsindustrie sank im zweiten Quartal 2023 um insgesamt 3,5 Prozent. In der Nahrungsmittelindustrie verlor der Index 3,0 Prozent während der Index in der Getränkeindustrie um 0,1 Prozent zulegen konnte. Im dritten Quartal 2023 sank die Produktion der gesamten Ernährungsindustrie erneut um 2,5 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Dabei teilte sich dieser wie folgt auf: In der Nahrungsmittelproduktion sank er um 2,8 Prozent und in der Getränkeindustrie um 4,7 Prozent.

Exporte der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt

Nachhaltigkeit, Preisentwicklung bei Verbrauchern sowie Erzeugern

Steigende Anforderungen an die Produktion und ein harter Wettbewerb sorgen in der mittelständisch geprägten Lebensmittelproduktion traditionell seit langem für qualitativ hochwertige Produkte. Das verlangt der Ernährungsindustrie ständige Anpassungen und auch Kosten ab. Um dem Wunsch nach mehr Nachhaltigkeit und Individualität bei gleichzeitig bestmöglicher Qualität nachzukommen, muss dem Kundenanspruch auch eine angemessene Zahlungsbereitschaft gegenüberstehen. Das Thema Nachhaltigkeit rückt insbesondere auch durch immer weitere politische Vorgaben in den Fokus der Ernährungswirtschaft und sorgt für weiteren Kostendruck bei den Unternehmen. Gleichzeitig zeigen Untersuchungen des *Marktforschungsinstitutes GfK* sowie eine aktuelle Studie der BVE in Zusammenarbeit mit *EbnerStolz* (2024), dass sich die Ernährungswirtschaft mit der Herausforderung konfrontiert sieht, dass sich die Verbraucher zwar mehrheitlich ein größeres Verantwortungsbewusstsein sowie Engagement der Ernährungswirtschaft beim Thema Nachhaltigkeit wünschen, jedoch ihre Zahlungsbereitschaft dafür (gerade in Zeiten höherer Inflation) begrenzt bzw. sogar teilweise rückläufig ist.¹ Ebenso legen die Untersuchungen von *BVE/EbnerStolz* (2024) dar, dass aus Sicht der Ernährungsindustrie die Haupttreiber beim Thema Nachhaltigkeit – neben der persönlichen Motivation der Unternehmerinnen und Unternehmer – vordergründig Politik, NGOs und Jugendorganisationen sowie Medien sind und erst dann der Konsument genannt wird. Dabei wird durchgängig seitens der Branche das große Durcheinander an Stakeholder-Forderungen ohne einheitliche Definition und Handreichung beklagt.²

Im zweiten und dritten Quartal 2023 nahm die Dynamik der Verbraucherpreisinflation etwas ab. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum nahmen die allgemeinen Lebenshaltungskosten zwischen April und Juni 2023 um 6,5 Prozent und zwischen Juli und September 2023 um 5,6 Prozent zu. Dies ist hauptsächlich dem starken Basiseffekt geschuldet, denn im dritten Quartal 2022 erreichte die Inflationsrate mit mehr als 8 Prozent ihren Höhepunkt. Währenddessen erhöhten sich die Verbraucherpreise für Lebensmittel und alkoholfreie Getränke im zweiten Quartal 2023 um 14,9 Prozent sowie im dritten Quartal 2023 um 9,2 Prozent. Für die verschiedenen Lebensmittelgruppen können stets angebots- und saisonbedingte Preisschwankungen auftreten.

Im betrachteten Zeitraum stiegen Verkaufspreise der Lebensmittelhersteller im In- und Ausland ebenfalls mit abnehmender Dynamik an. Im Inland stiegen die Preise im zweiten Quartal 2023 um 9,7 Prozent und um 5,9 Prozent im dritten Quartal 2023 gegenüber dem Vorjahr. Die Verkaufspreise im Ausland erhöhten sich um 5,4 Prozent im zweiten Quartal 2023 und sanken erstmalig seit längerer Zeit um 0,3 Prozent im dritten Quartal 2023.

Die schwankende Entwicklung der Agrarrohstoffpreise ist bedingt durch die Angebots- und Nachfrageentwicklung am Weltmarkt und wird durch Faktoren wie Ernte, Witterung oder Lagerbestände beeinflusst. In einigen Teilbranchen kommt es so immer wieder zu Marktvolatilitäten. Der *FAO Food Price Index* ist ein Nahrungsmittel-Preisindex der Ernährungs- und Landwirtschaftsorganisation der Vereinten Nationen. Er erfasst die Entwicklung der Weltmarktpreise von 55 Agrarrohstoffen und Nahrungsmitteln. Die nationalen Erzeugerpreise landwirtschaftlicher Produkte sind ebenfalls ein bedeutender Indikator für die Preisentwicklungen von Agrarrohstoffen in Deutschland. Nachdem die Preise auf den Agrarrohstoffmärkten 2021 und 2022 stark gestiegen waren, haben die Preise 2023 nachgegeben, verbleiben aber auf hohem Niveau im Vergleich zum „Vorkrisenniveau“ (2019). Der *FAO Food Price Index* für Nahrungs- und Genussmittel sank im zweiten Quartal um 20,5 Prozent, stand aber trotz alledem noch gut 30 Prozent über dem Vorkrisenniveau des zweiten Quartals 2019. Dies unterstreicht die nun dauerhaft erhöhten Preise bei Agrarrohstoffen. Im dritten Quartal 2023 sank der *FAO Food Price Index* um lediglich 2 Prozent gegenüber dem dritten Quartal 2022 und steht damit 29,6 Prozent über dem Niveau von 2019. Insbesondere der Subindex für Zucker verteuerte sich im dritten Quartal 2023 deutlich.

Nachhaltigkeitsstudie
BVE/EbnerStolz 2024



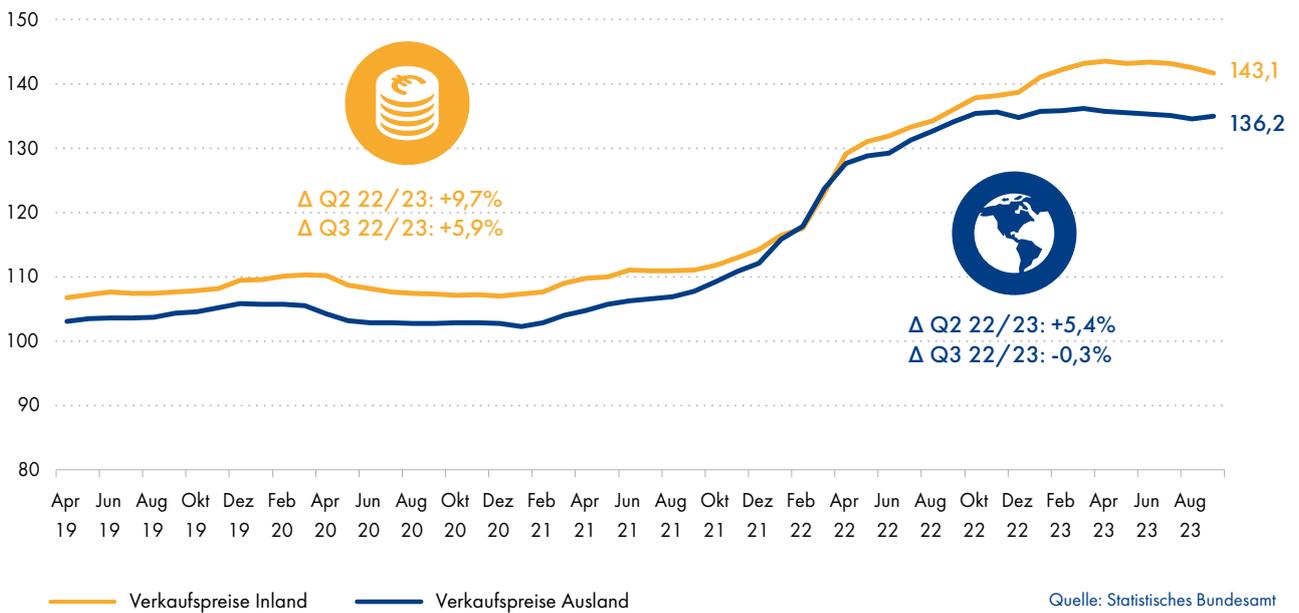
1 <https://www.gfk.com/de/presse/sorge-um-inflation-bremst-nachhaltigen-konsum>

2 <https://www.bve-online.de/presse/infotehk/publikationen-jahresbericht/bve-ebner-stolz-nachhaltigkeit-2024>

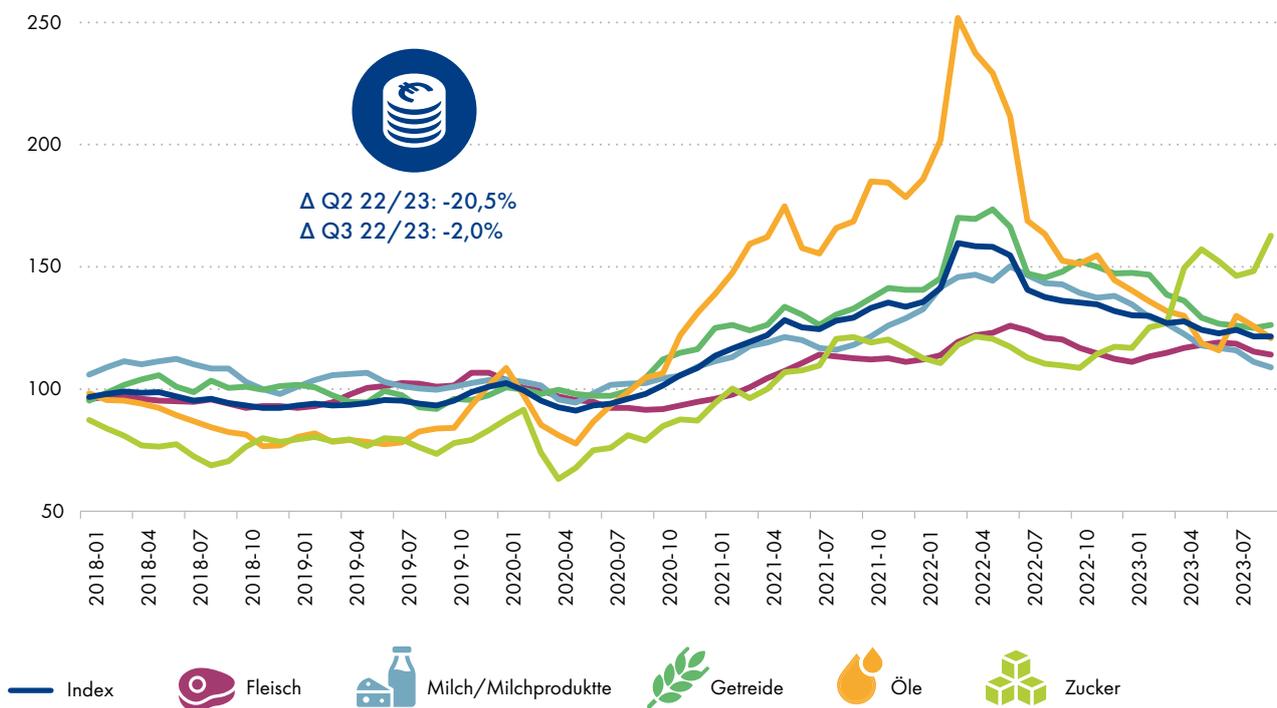
Die Erzeugerpreise landwirtschaftlicher Produkte sanken im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,3 Prozent im zweiten Quartal und um 2,8 Prozent im dritten Quartal 2023. Innerhalb der landwirtschaftlichen Produktkategorien stiegen die Preise für tierische Erzeugnisse dabei mit 1,8 Prozent im zweiten Quartal und sanken um 7,9 im dritten Quartal 2023. Die pflanzlichen Erzeugnisse sanken im zweiten Quartal um 5,6 Prozent und stiegen im dritten Quartal 2023 um 5,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum an. Im genannten Zeitraum stiegen insbesondere die Preise von Speisekartoffeln mit plus 50,7 Prozent respektive 80,7 Prozent sowie Eier mit 28,5 Prozent beziehungsweise 26,5 Prozent stark an. Besonders stark sanken die Preise für Futterweizen mit minus 40,8 Prozent im zweiten Quartal 2023 und minus 34,7 Prozent im dritten Quartal 2023.

Entwicklung Verkaufspreise Ernährungsindustrie

2020=100

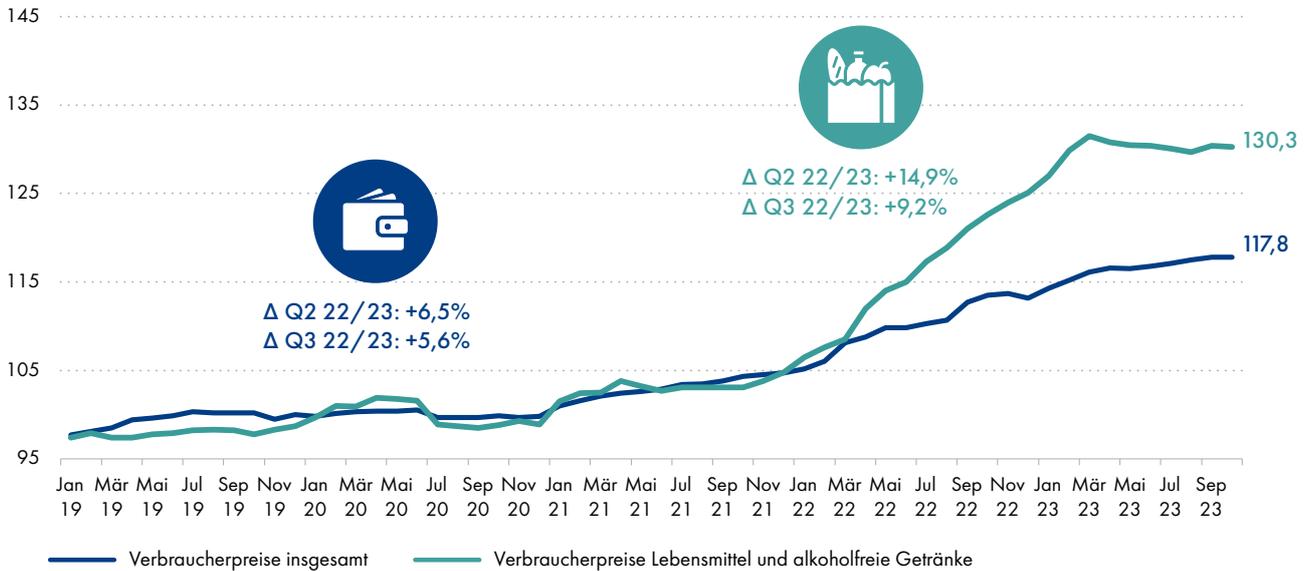


Globale Entwicklung des Food Price Index mit Subkategorien



Entwicklung Verbraucherpreisindex

2020=100



Quelle: Statistisches Bundesamt

Verbraucherpreissteigerungen nach Produktgruppen (Indexveränderung)

Produktgruppen	Q2/23: Veränderung Vorjahreszeitraum	Q3/23: Veränderung Vorjahreszeitraum
Brot und Getreideerzeugnisse	+19,7%	+14,0%
Fleisch, Fleischwaren	+7,5%	+5,4%
Fisch und Meeresfrüchte	+19,1%	+11,7%
Molkereiprodukte und Eier	+25,4%	+7,2%
Speiseöle und -fette	-5,6%	-13,7%
Obst	+7,2%	+8,0%
Gemüse und Kartoffeln	+16,5%	+12,1%
Zucker, Marmelade, Konfitüre, Honig, Sirup	+19,0%	+17,0%
Kaffee, Tee, Kakao	+5,2%	+1,9%
Mineralwasser, Säfte, Limonaden	+15,1%	+13,4%
Spirituosen	+8,2%	+7,8%
Wein	+9,7%	+8,3%
Bier	+14,4%	+11,4%

Quelle: Statistisches Bundesamt

Geschäftsklima

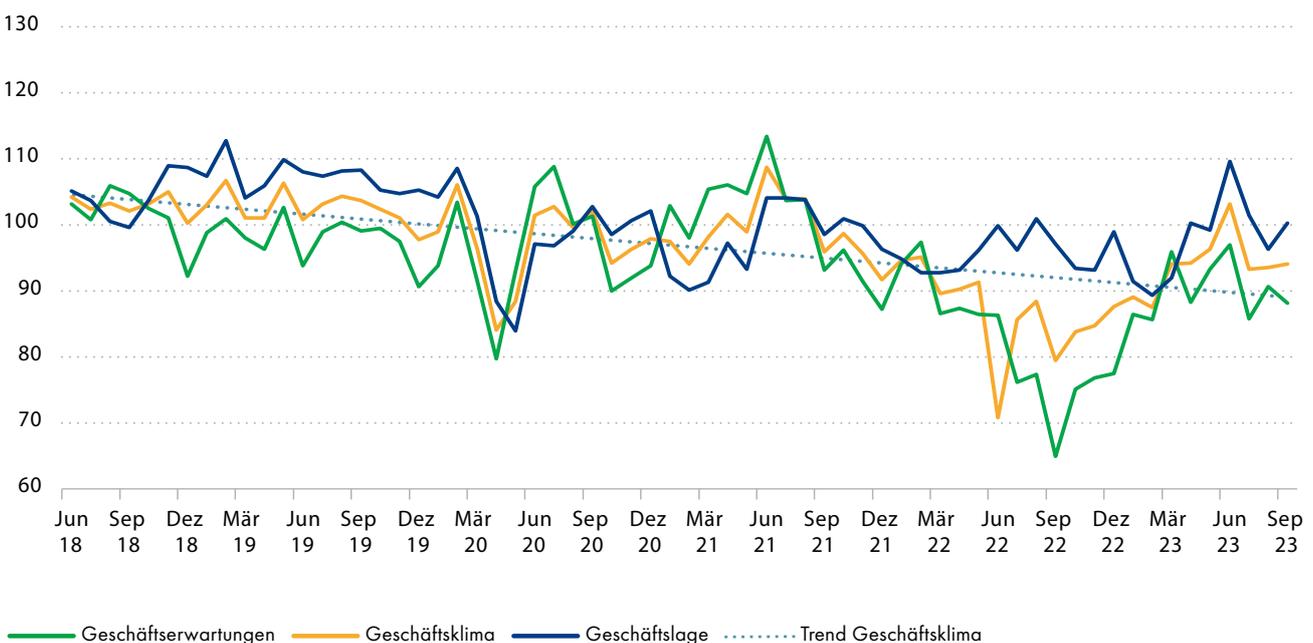
Die konjunkturelle Entwicklung der Ernährungsindustrie ist geprägt durch Angebots- und Nachfrageschwankungen entlang der Wertschöpfungskette, aktuelle Markttrends, Kalender- und Saisoneffekte, aber auch politische oder regulatorische Rahmenbedingungen. Um die verschiedenen Einflussfaktoren auf die Branche zusammenzuführen, hat sich das ifo-Geschäftsklima als etablierter Indikator bewährt. In dem Index werden die aktuelle Geschäftslage sowie die Erwartungen an die zukünftige Geschäftslage der nächsten sechs Monate für das Stimmungsbild zusammengefasst. Verschiedene Faktoren zur Beurteilung der Lage und Erwartungen beispielsweise zur Nachfrage, Preiseentwicklung, Produktion und Beschäftigungslage sowie zum Export werden berücksichtigt. Insgesamt ergibt sich dadurch ein repräsentatives Bild über die Stimmungslage innerhalb der Branche. Seit Ende des Jahres 2022 konnte sich der ifo-Geschäftsklimaindex von seinem Allzeittief erholen. Dabei stabilisierte sich der ifo-Geschäftsklimaindex im zweiten und dritten Quartal 2023 leicht unter der neutralen Marke von 100. Dabei zeigte sich eine Diskrepanz zwischen der Beurteilung der derzeitigen Lage sowie der Einschätzung der zukünftigen Lage.

Der ifo-Geschäftsklimaindex für die Ernährungsindustrie konnte sich im zweiten Quartal 2023 deutlich verbessern. Der Durchschnittswert für das Geschäftsklima für dieses Quartal lag bei 97,8 Punkten, während die Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate mit einem Durchschnittswert von 88,2 Punkten deutlich unter der neutralen Marke von 100 Punkten lagen, fiel die Bewertung der Geschäftslage mit durchschnittlich 103,0 Punkten deutlich positiver aus.

Im Laufe des dritten Quartals musste ifo-Geschäftsklimaindex für die Ernährungsindustrie wiederum leichte Verluste hinnehmen. Der Durchschnittswert für dieses Quartal lag bei 93,7 Punkten. Dabei lagen Geschäftserwartungen mit 89,3 Punkten immer noch deutlich unter der neutralen Marke von 100. Die Geschäftslage wurde mit 99,3 Punkten abermals deutlich besser bewertet und lag somit nah am neutralen Bereich.

Entwicklung des Geschäftsklimas in der Ernährungsindustrie

2015 = 100



Quellen: ifo Institut, BVE

4 | Arbeitsmarkt

Arbeitsmarkt in Zahlen

Als viertgrößter Industriezweig Deutschlands bringt die Ernährungsindustrie nicht nur Wohlstand in alle Regionen Deutschlands, sondern bietet als wichtiger Arbeitgeber vielfältige Beschäftigungs- und Karrierechancen. Damit ist die Beschäftigungssituation ein bedeutender Indikator für die Konjunktur und das Wachstum der Branche.

Beschäftigungsentwicklung

Bezieht man Kleinbetriebe und Start-Ups in die Betrachtung mit ein, so waren im Juni 2023 709.843 Beschäftigte in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie sozialversicherungspflichtig angestellt und arbeiteten dort in der Produktion, in der Logistik oder Verwaltung. Laut aktuellen Zahlen der Bundesagentur für Arbeit (BA) sank die Zahl der Beschäftigten um 1,4 Prozent. Zusätzlich zu den für die Industrie typischen kaufmännischen und technischen Berufsbildern arbeiten mehr als ein Drittel der Beschäftigten in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie in ernährungstypischen Berufen. In diesen branchenspezifischen Berufszweigen sank die Anzahl der Beschäftigten im Vergleich zum Vorjahresmonat um 1,7 Prozent.

Ausbildungsentwicklung

Die Rekrutierung von neuen Auszubildenden bleibt nach wie vor herausfordernd. Der Rückgang der Auszubildendenzahlen setzt sich zum Stichtag 30. Juni 2023 fort. Zu diesem Zeitpunkt waren 21.084 Auszubildende in der Branche beschäftigt, was einem Rückgang von 8,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. In den ernährungstypischen Berufen verzeichnet die Branche einen Rückgang der Auszubildendenzahlen um 8,8 Prozent.

Vakanzen

Die Unternehmen in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie stehen durch den Fachkräftemangel weiterhin vor erheblichen Herausforderungen. So gestaltet sich die Besetzung offener Stellen für die Unternehmen der Branche nach wie vor schwierig. Nach einem Höchststand im September sank die Vakanzzeit im Dezember auf 208 Tage. Im Vorjahresvergleich entspricht dies einem Anstieg von 3,5 Prozent. In Arbeitstagen ausgedrückt bedeutet dies, dass Unternehmen im Durchschnitt etwa ein Jahr einplanen müssen, um eine offene Stelle zu besetzen. Diese Tendenz wirkt sich auch negativ auf die Schaffung neuer Stellen aus. So sank die Anzahl der offenen Arbeitsstellen im Vergleich zum Vorjahr um 1,4 Prozent.

Ausblick

Wenngleich sich offene Stellen im Vergleich zu den Vormonaten etwas schneller besetzen lassen, muss die Politik jetzt die richtigen Signale setzen, um den Standort Deutschland attraktiver zu machen. Mit anhaltendem Fachkräftemangel, überbordender Bürokratie und zu hohen Produktionskosten sind wir auf Dauer nicht wettbewerbsfähig. Auch die kontinuierlich sinkenden Ausbildungszahlen sind ein Alarmsignal und verdeutlichen den dringenden Bedarf einer Bildungs- und Nachwuchsförderungsinitiative.

ANG-/AFC-Studie HR Trends 2023

Personal finden und binden bleibt in Zeiten des Fach- und Arbeitskräftemangels für die Personalverantwortlichen der Ernährungs- und Genussmittelindustrie die größte Herausforderung. Die Personalpolitik wird daher vielseitiger und nachhaltiger. Unternehmen übernehmen gesellschaftliche Verantwortung, machen sich zunehmend für soziale Nachhaltigkeit stark und werden digitaler und flexibler in ihren Arbeitsmodellen. Das wirkt sich nicht nur positiv auf die Rekrutierung von Mitarbeitenden und die Arbeitgeberattraktivität aus, sondern fördert die Zufriedenheit und Motivation der Mitarbeitenden. Dies sind zentrale Aussagen der neuen Studie „HR Trends 2023 in der Food and Consumption Value Chain“, die die Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss (ANG) und die AFC Personalberatung zum elften Mal in Folge durchgeführt haben.

Bei der Mitarbeiterbindung setzt die Mehrheit der Unternehmen auf die betriebliche Altersvorsorge und flexible Arbeitsmodelle mit klaren Regelungen zu mehrheitlicher Präsenz im Unternehmen. Dabei bleibt mobiles Arbeiten in der Branche zwar ein zunehmender Trend, aber auch ein Privileg, denn in 52 Prozent der Unternehmen ermöglichen die betrieblichen Abläufe nicht einmal für jeden vierten Mitarbeitenden mobiles Arbeiten. Beim Erhalt der Beschäftigungsfähigkeit spielt die Weiterbildung für die Unternehmen die wichtigste Rolle. Das größte Potenzial wird hier auf Ebene der Fach- und Führungskräfte gesehen. Im Fokus stehen dabei die Bereiche mit dem größten Personalmangel, Technik und Produktion.

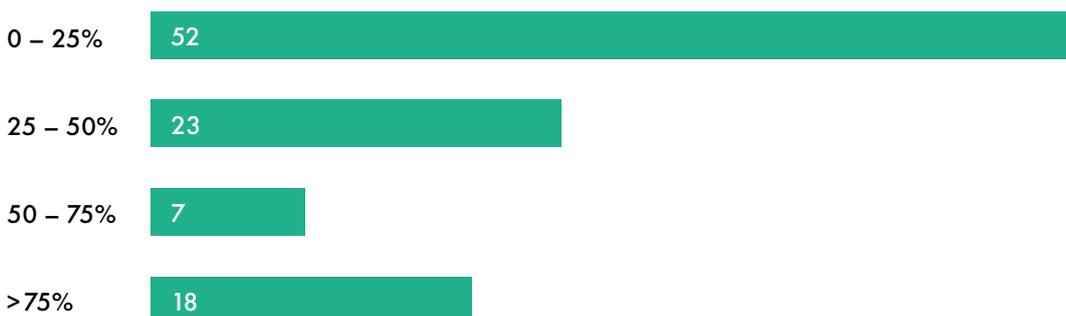
Die Ergebnisse der diesjährigen HR-Studie zeigen zudem, dass Weiterbildung hauptsächlich orts- und zeitflexibel mithilfe digitaler Medien stattfindet oder durch kostenintensive, individuelle Coachingaktivitäten. Eine zeitgemäße Arbeitswelt im Betrieb erfordert zudem mehr Bewegung in der Personalpolitik. Führungs- und Managementkompetenzen müssen sich anpassen und stärker gestalten.

Unter dem Vorzeichen des harten Wettbewerbs um Mitarbeitende ist es nicht verwunderlich, dass die HR-Abteilungen bei der Rekrutierung neue Wege gehen und auf einen vielseitigen Instrumentenmix setzen. Das mobile Recruiting wurde im letzten Jahr noch kaum genutzt, erzielt heute aber bereits 67 Prozent. Ebenso nutzen dreimal mehr Unternehmen die frühzeitige Kooperation mit Schulen und bieten Praktika ab der 7. Klasse an, um den Nachwuchs für sich zu gewinnen. Denn auf ihre Homepage allein können sich die Unternehmen nicht mehr verlassen. Sie greifen zunehmend auf internationale Jobbörsen und Personalberatungen zurück. Ein aktives Werben um neues Personal ist mittlerweile also unerlässlich.

Im Rahmen der Studie „HR Trends 2023 in der Food and Consumption Value Chain“ hat die AFC Personalberatung GmbH in exklusiver Zusammenarbeit mit der Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V. 465 Unternehmen entlang der Food and Consumption Value Chain befragt, wie sie sich auf die Herausforderungen im Bereich Human Resources einstellen. Die Befragung wurde online durchgeführt. Dabei kamen sowohl mittelständische als auch Großunternehmen aus der Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft, dem Lebensmitteleinzelhandel sowie dem Maschinen- und Anlagenbau zu Wort.

Wie groß ist der Anteil Ihrer Belegschaft, für die die betrieblichen Abläufe mobiles Arbeiten gestattet?

2023, in Prozent, n=465



Quelle: ANG, AFC HR-Trendstudie 2022

Wie hoch ist die Präsenzpflcht für Mitarbeitende, die mobiles Arbeiten nutzen können?

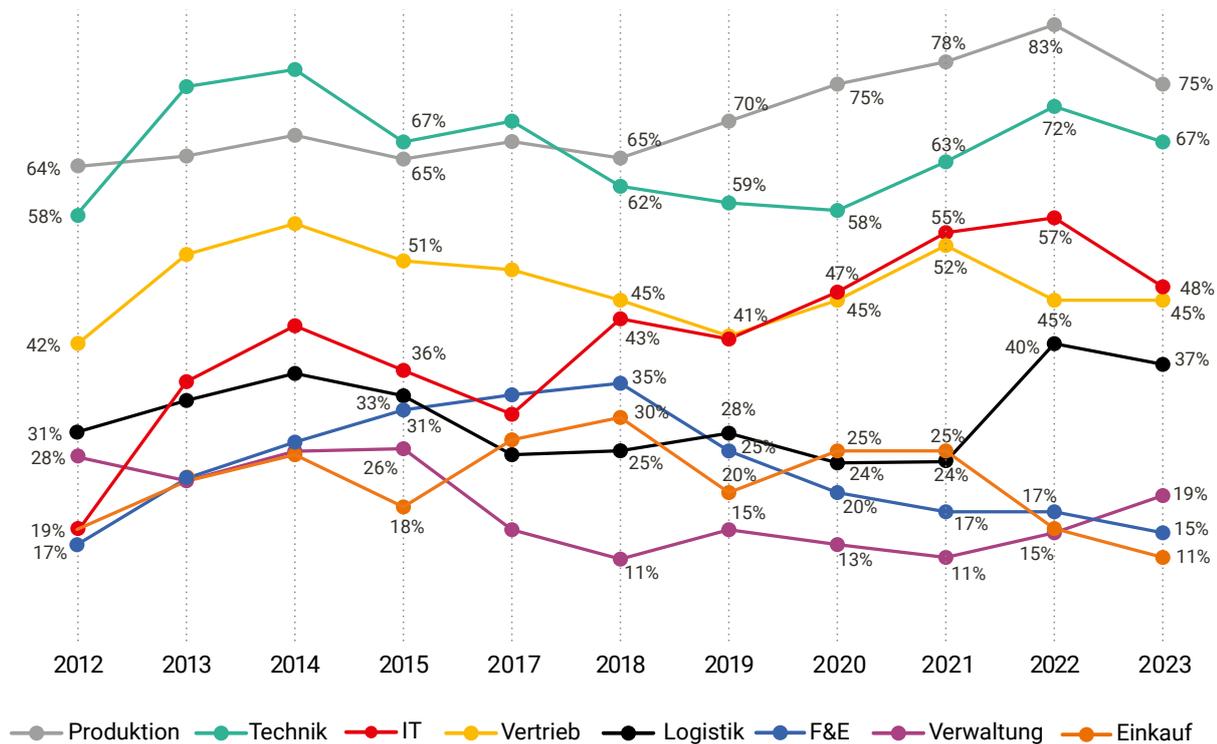
2023, in Prozent, n=465



Quelle: ANG, AFC HR-Trendstudie 2022

Wie hoch ist die Präsenzpflcht für Mitarbeitende, die mobiles Arbeiten nutzen können?

2023, in Prozent, n=465



Quelle: ANG, AFC HR-Trendstudie 2022

5 | Situationsberichte in 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 84 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 den einzelnen Branchen liefern daher einen guten Überblick über die derzeitige Lage.

Deutscher Brauer-Bund e.V.

2023 war erneut ein problematisches Jahr für die deutsche Brauwirtschaft. Nachdem der Biermarkt in Deutschland wegen der Corona-Krise in den Jahren 2020 und 2021 massiv eingebrochen war, hatte sich der Absatz 2022 wieder erholt mit einem Zuwachs im Inland um 4 Prozent. Die Brauereien hofften auf ein Ende der Durststrecke, doch das ist weiterhin nicht in Sicht. Der Bierabsatz ist im Jahr 2023 gegenüber dem Vorjahr insgesamt um 4,5 Prozent oder 394,2 Millionen Liter gesunken, so das Statistische Bundesamt. Die Konsumzurückhaltung der Verbraucher in Handel und Gastronomie schlägt auch auf die Brauereien voll durch und auch im Inlandstourismus hinterlässt die Konsumflaute Spuren. Mit einem Minus von 2,9 Prozent lag der Bierabsatz bereits im 1. Halbjahr unter den Erwartungen und auch das dritte und vierte Quartal im Jahr 2023 konnten diesen Trend nicht aufhalten.

Für die 1.500 überwiegend handwerklichen und mittelständischen Brauereien in Deutschland war 2023 erneut ein extrem forderndes Jahr. Die explodierenden Kosten seit Beginn der Pandemie machen den Betrieben weiter zu schaffen, zumal sie die Kostensteigerungen nur zu einem kleinen Teil über Preiserhöhungen an den Lebensmittelhandel und die Gastronomie weitergeben können.

Nach Einschätzung des Brauer-Bundes wird es noch Jahre dauern, bis die Brauereien mit Blick auf Kostendruck und Konjunktur auf eine Erholung hoffen können, zumal die geopolitischen Risiken für die Wirtschaft in letzter Zeit nicht kleiner geworden sind. Gleichwohl ist festzustellen, dass sich die Brauereien in den vergangenen drei Jahren insgesamt als widerstandsfähig erwiesen haben und sich viele Betriebe trotz der anhaltenden Krisen insgesamt erfolgreich auf dem Markt behaupten konnten. Ein Erfolgsfaktor der Brauwirtschaft ist ihre Innovationskraft, die sich auch im wachsenden Segment der alkoholfreien Biere spiegelt. Hier ist Deutschland mit mehr als 600 nach dem Reinheitsgebot gebrauten alkoholfreien Marken und einem Marktanteil von mehr als 7 Prozent an der Weltspitze.

www.brauer-bund.de



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

Das Jahr 2023 brachte am deutschen Spirituosenmarkt erneut Unsicherheit mit sich aufgrund der Inflation, der hohen Energiepreise, Rohstoffkostenverteuerungen, des Kostendrucks und des Fachkräftemangels. Spirituosen gehörten im Jahr 2023 erneut zu den umsatzstarken Warengruppen im LEH (Distribution rund 76 Prozent) – jedoch mit leicht rückläufiger mengenmäßiger Nachfrage. Die Stabilität des Spirituosenkonsums lag 2023 bei rund 724 Mio. Flaschen à 0,7 Liter und ist insbesondere erneut auf die positive Nachfrage in den weiteren Distributionskanälen wie Gastronomie, Fachhandel etc. zurückzuführen (rund 24 Prozent). Der Pro-Kopf-Konsum war leicht rückläufig im Vorjahresvergleich. Auch wenn die Spirituosen sich noch relativ stabil zeigt, gehen die Nachwehen der Pandemie, der Energiekrise und der Inflation auf Herstellerseite einher mit einer deutlich eingeschränkten Planungssicherheit. Dabei sind die Möglichkeiten nachhaltiger Entscheidungen in Bezug auf Investitionen, Innovationen und Arbeitsplatzhaltung für die Unternehmen deutlich erschwert. Die Schwierigkeit langfristiger Analysen zeigt sich auch anhand der Daten zur Käuferreichweite und zur Verbraucherstimmung. So kauften im Jahr 2023 rund 69 Prozent aller Haushalte in Deutschland mindestens einmal im Jahr Spirituosen ein (Käuferreichweite). Dabei gibt es Reichweitenverluste zum Vorjahr – nach Angaben der GfK über alle Haushalte hinweg – mit einem Schwerpunkt bei jüngeren Haushalten. Auch für die Verbraucherstimmung analysierte die GfK weiterhin ein uneinheitliches Bild. Die Konjunkturerwartung muss weiterhin leichte Rückschläge hinnehmen.

www.spirituosen-verband.de



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

Bundesverband Deutscher Wurst- & Schinkenproduzenten e. V.

Während der hohe Konsolidierungsdruck in der Schlachtbranche zu Betriebsschließungen, Verkäufen und Abwanderung aus Deutschland geführt hat, war die Situation auch für die nachgelagerte mittelständische Verarbeitungsindustrie schwierig. Die Branche hat in den zurückliegenden Monaten unter massiven Kostensteigerungen gelitten. Durch die deutlich gesunkenen Schlachtzahlen war der Preis für Verarbeitungsfleisch auf einem historischen Hoch und belastete die Erträge.

Parallel zu den Rohstoffkosten stiegen die Preise in nahezu allen Bereichen wie für Energie, Maut oder Kraftstoff kontinuierlich an, was die energieintensive Produktion von Wurst- und Schinkenprodukten zusätzlich verteuerte. Das Verbot der Leiharbeit in der Fleischwirtschaft spitzt den bestehenden Mitarbeitermangel empfindlich zu und schränkt die Produktionsleistung und die internationale Wettbewerbsfähigkeit mancher Unternehmen ein. Verbraucherpolitische Entscheidungen wie die Haltungskennzeichnung oder eine Herkunftskennzeichnung bedeuten nicht nur auf der Seite der staatlichen Überwachung erheblichen Aufwand für Dokumentations- und Kontrolltätigkeiten, sondern auch für die Unternehmen einen weiteren deutlichen Zuwachs der Belastungen durch Bürokratie.

Anders als im Bereich Schweinefleisch, das im Gegensatz zu Rindfleisch und Geflügel erneut einen deutlichen Nachfragerückgang verzeichnen musste, war die Nachfrage des Verbrauchers nach Wurstwaren und Schinken im Berichtszeitraum stabil.

www.wurstproduzenten.de



Bundesverband Deutscher
Wurst- & Schinkenproduzenten e. V.

Verband der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft VGMS

Im VGMS sind rund 500 Unternehmen organisiert, von mittelständischen, familiengeführten Unternehmen bis hin zu großen internationalen Konzernen. In den Betrieben werden rund 15 Millionen Tonnen landwirtschaftlicher Rohstoffe verarbeitet, unter anderem Weizen, Roggen, Hafer, Hartweizen, Mais, Reis und Stärkekartoffeln. Mit ihren rund 15.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwirtschaften die VGMS-Branchen einen Umsatz von etwa 7,5 Milliarden Euro.

In Deutschland verarbeiten die neun Unternehmen der Stärkewirtschaft knapp vier Millionen Tonnen Weizen, Mais, Kartoffeln und Erbsen. Der deutliche Rückgang der Verarbeitung im Jahr 2022 resultiert im Wesentlichen aus der geringeren Verarbeitung im Bereich Kartoffelstärke. Auf eingeschränkter Anbaufläche wurde im Jahr 2022 aufgrund der ausgedehnten Sommertrockenheit deutlich weniger geerntet. Insgesamt stellen die Unternehmen 1.841.000 Tonnen Stärke und Stärkederivate her. Davon gehen 47 Prozent oder 865.300 Tonnen in den Non-Foodbereich, vor allem in die Papier- und Wellpappeherstellung sowie die Pharmaindustrie. 53 Prozent und damit knapp eine Millionen Tonnen werden im Lebensmittelsektor verwendet: zur Herstellung von Süß- und Backwaren, Milch- und Fertigprodukten und vielem mehr. Neben Stärkeprodukten stellen die Unternehmen hochwertiges pflanzliches Protein her, das für die Proteinversorgung von Mensch und Tier eingesetzt wird.

176 Mühlen vermahlen im Wirtschaftsjahr 2022/23 insgesamt 9 Millionen Tonnen Getreide: Weizen, Roggen, Dinkel und Hartweizen. Der Markt für Weizenmehl ist nach schwankender Nachfrage in den Jahren der Corona-Pandemie und den Verwerfungen, die der Krieg in Europa verursacht hat, auf sein langjähriges Niveau zurückgekehrt: Die Mehlmühlen in Deutschland haben im vergangenen Wirtschaftsjahr mit 7.650.000 Tonnen Weizen 2,8 Prozent weniger Weizen als im Vorjahr vermahlen und insgesamt rund 6,1 Millionen Tonnen Weichweizenmehl hergestellt. Die Roggenvermahlung hat in den letzten fünf Jahren rund 100.000 Tonnen verloren. Für die deutsche Brotkultur keine erfreuliche Entwicklung, spielt der Roggen doch eine besondere Rolle für die deutsche Brotvielfalt. Im letzten Jahr wurden 676.500 Tonnen und damit 6,8 Prozent weniger Roggen als im Vorjahr vermahlen und rund 557.500 Tonnen Roggenmehl hergestellt. Zusätzlich wurden 312.500 Tonnen Dinkel (-6,6 Prozent) und 434.500 Tonnen Hartweizen (-6,0 Prozent) vermahlen.

Haferflocken, Müsli und Porridge erfreuen sich weiter großer Beliebtheit, ebenso Drinks auf Haferbasis. Die Hafermühlen haben im Jahr 2022 rund 675.000 Tonnen Hafer verarbeitet, Tendenz weiter steigend.

Der durch die Corona-Pandemie gestiegene Absatz traditioneller Cerealien kehrt aktuell auf Vorkrisenniveau zurück. Sie bleiben weiterhin eine beliebte, schnell zubereitete und ballaststoffreiche Frühstücksoption. Dafür bieten die Hersteller eine breite Palette an Getreideprodukten für jeden Geschmack. Parallel dazu haben die Unternehmen in den letzten Jahren den Zuckergehalt reduziert. Insbesondere in der Kategorie der Cerealien mit Kinderoptik wurden deutliche Erfolge erzielt: von 2016 auf 2022 sank der Zuckergehalt um durchschnittlich 38,5 Prozent.

Auch Nudeln stehen weiter in der Gunst der Verbraucher: 9,8 Kilo sind in Deutschland im Wirtschaftsjahr 2022/23 pro Kopf verzehrt worden, noch einmal 100 Gramm mehr als im Jahr zuvor. Und das, obwohl die Teigwarenpreise deutlich angezogen haben. Profiteur vom Nudelhunger sind jedoch fast ausschließlich italienische Pasta-Produzenten, die ihren Export nach Deutschland um gut 30.000 auf nahezu 406.000 Tonnen steigern konnten. Die deutsche Produktion ist hingegen erstmals leicht rückläufig: sie nahm um 1,3 Prozent auf 419.400 Tonnen ab.

www.vgms.de

VGMS

Verband der Getreide-, Mühlen- und Stärkewirtschaft VGMS e.V.

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

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Stefanie Sabet

Geschäftsführerin, Leiterin Büro Brüssel
Bundesvereinigung der
Deutschen Ernährungsindustrie e. V.
Telefon: +49 30 – 200 786 143
E-Mail: sabet@ernaehrungsindustrie.de

Marcel Winter

Referent Wirtschaftspolitik
Bundesvereinigung der
Deutschen Ernährungsindustrie e. V.
Telefon: +49 30 200786154
E-Mail: winter@ernaehrungsindustrie.de

