

Konjunkturbericht der Ernährungsindustrie 01 | 2012

Die Ernährungsindustrie ist mit 550.000 Beschäftigten in 5.960 Betrieben der viertgrößte Industriezweig in Deutschland und ein stabiler Arbeitgeber. 2011 wurden in der überwiegend klein- und mittelständisch geprägten Branche fast 8.000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Im Zentrum der Lebensmittelkette ist die Ernährungsindustrie durch die Produktion sicherer, hochwertiger und preiswerter Lebensmittel ein unverzichtbarer Bestandteil der deutschen Volkswirtschaft und Partner in der internationalen Arbeitsteilung. Sie sichert verlässlich die Lebensmittelversorgung von rund 100 Millionen Menschen jeden Tag.

Inhalt

1 Gesamtwirtschaftliche Lage	Seite 2
2 Konjunkturelle Entwicklung der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2011 und 1. Quartal 2012	Seite 3
3 Situationsbericht aus den Branchen	Seite 7



1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Die Weltwirtschaft hat nach dem Einbruch in 2009 einen positiven Wachstumskurs eingeschlagen, der auch längerfristig anhält. 2011 und 2012 zeichnet sich eine konjunkturelle Erholungsphase auf den globalen Märkten ab, die Risiken für die Weltkonjunktur haben sich deutlich abgeschwächt. Der IWF prognostiziert ab 2013 wieder deutlich stärkere Expansionstendenzen in der Wirtschaft. Die EU bleibt in ihrer konjunkturellen Entwicklung nach wie vor hinter den Industrieländern zurück, hingegen befinden sich die Entwicklungs- und Schwellenländer weiterhin auf einem stabilen Wachstumskurs.

Deutschland kann auf zwei wachstumsstarke Jahre zurückblicken, das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) wuchs 2010 um 3,7% und 2011 um 3,0%. Im letzten Halbjahr wurde deutlich, dass sich dieser Trend – der deutlich über der eigentlichen Potenzialwachstumsrate von 1,2% liegt – nicht fortsetzen kann. Das Frühjahrsgutachten der deutschen Forschungsinstitute vom April 2012 geht für 2012 von einem gedämpften BIP-Wachstum von 0,9% und für 2013 von 2,0% aus. Treiber für den Konjunkturoptimismus sind Anstrengungen hinsichtlich einer nachhaltigen Wirtschafts- und Finanzpolitik, das niedrige Zinsniveau, die für den Export günstigen Wechselkurse sowie die gute Arbeitsmarktlage und Einkommensperspektiven. Die Arbeitslosenquote soll laut Prognose 2013 um knapp 1 Prozentpunkt auf 6,2% weiter sinken, für die privaten Konsumausgaben wird in 2012 ein Anstieg von 0,9% und in 2013 von 1,3% erwartet. Der zuletzt erhöhte Anstieg der Verbraucherpreise wird sich in 2012 verstetigen, für 2013 wird mit einem leichten Rückgang um 0,1 Prozentpunkte gerechnet. Das Wirtschaftswachstum bleibt – trotz abgeschwächter Dynamik – positiv und stabil, in Deutschland wie auch global. Über dieser erfreulichen Entwicklung dürfen aber die Risiken nicht vergessen werden, die eine Verringerung der Anstrengungen zur dauerhaften Lösung der Schulden- und Vertrauenskrise in der Eurozone mit sich bringen würde.

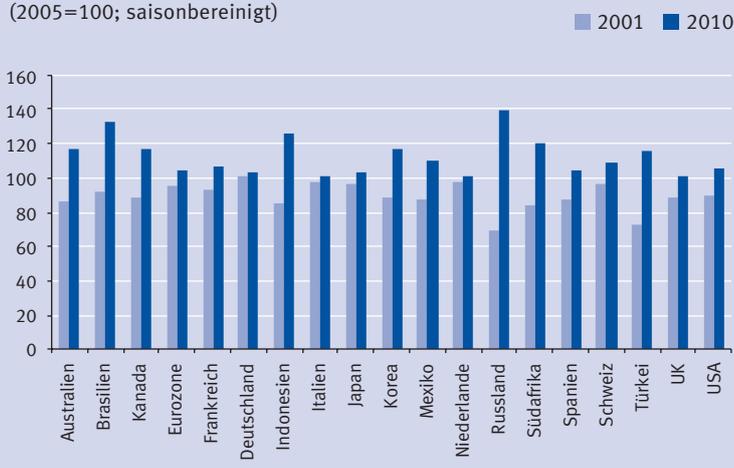
BIP- Veränderung in Prozent nach Ländergruppe

	2009	2010	2011	2012	2013	2017
Welt	-0,6	5,3	3,9	3,5	4,1	4,7
Industrieländer	-3,6	3,2	1,6	1,4	2,0	2,7
EU	-4,2	2,0	1,6	0,03	1,3	2,1
Entwicklungs- und Schwellenländer	2,8	7,5	6,2	5,7	6,0	6,3

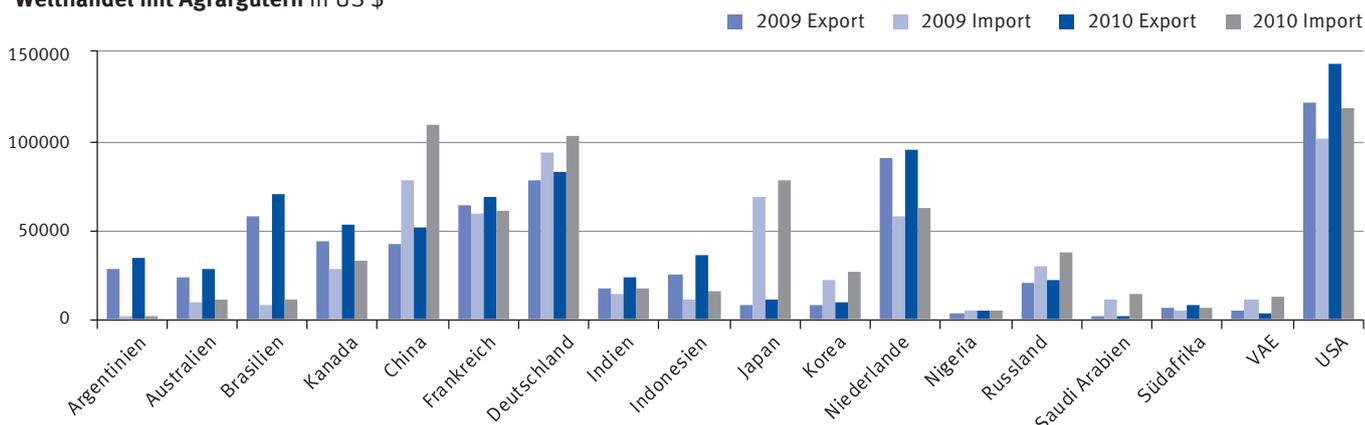
Ein robustes Wirtschaftswachstum begünstigt die Einkommensverhältnisse privater Haushalte, deren Konsumausgaben stiegen in den vergangenen 10 Jahren besonders deutlich in den wachstumsstarken Ländern wie Brasilien, Indonesien, Korea, Mexiko, Russland, Südafrika und der Türkei – auch Australien, Kanada und die USA entwickelten sich sehr positiv. Agrargüterimporte wachsen besonders in Asien, Russland und den USA; Zielmärkte für deutsche Agrarexporte finden sich somit auch zunehmend außerhalb der EU. Deutschland behauptet sich als drittstärkste Exportnation für Agrargüter auf dem Weltmarkt.

Konsumausgaben privater Haushalte

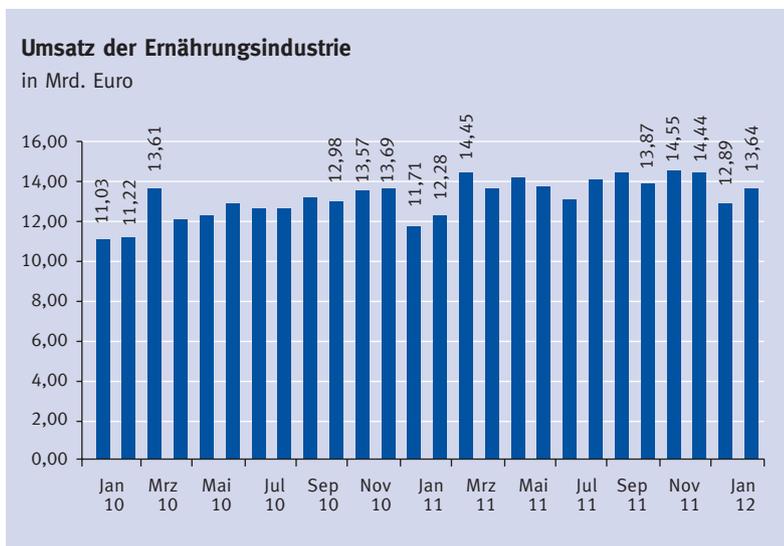
(2005=100; saisonbereinigt)



Welthandel mit Agrargütern in US \$



2 | Konjunkturelle Entwicklung der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2011 und 1. Quartal 2012

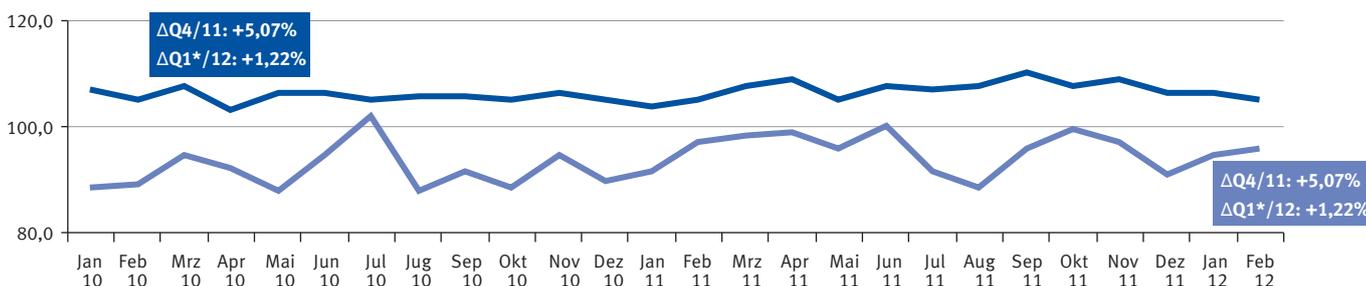


Die Ernährungsindustrie hat sich auch in den zurückliegenden, gesamtwirtschaftlich konjunkturschwachen, zwei Quartalen als stabiler Industriezweig bewiesen. Im letzten Quartal 2011 erwirtschaftete die Branche 42,86 Mrd. Euro, darunter 12,22 Mrd. Euro im Ausland. Die Umsatzsteigerung von 6,5% und das Exportwachstum von 5,9% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum bildeten einen erfolgreichen Jahresabschluss 2011. Der Preisauftrieb bei den Erzeuger- und Ausfuhrpreisen wirkte sich zum Jahresende noch einmal spürbar auf das reale Umsatzwachstum aus, dieses betrug im vierten Quartal 2011 noch 1,2%. Den Einfluss saisonaler oder Kalendereffekte zeigen die arbeits-täglichen- und saisonbereinigten Produktionsindizes der Ernährungsindustrie. Hier wird deutlich, dass gerade der Oktober und November 2011 zu den wachstumsstarken Monaten gehörten. Der Index für die Nahrungsmittelproduktion stieg im vierten Quartal um 1,8%, in der Getränkeproduktion um 5,1%.

2012 begann für die Branche erfreulich positiv, jedoch schwächte sich die Wachstumsdynamik um die Jahreswende herum leicht ab. Im ersten Quartal 2012 (hier: Januar und Februar) wurde ein Branchenumsatz von 26,53 Mrd. Euro und Lebensmittelexporte von 7,54 Mrd. Euro verzeichnet. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stiegen der Umsatz um 10,6% und die Exporte um 6,4%. Dank geringerer Preissteigerungen zum Jahresanfang betrug das reale Umsatzwachstum in der Ernährungsindustrie im ersten Quartal 2012 6,5%. Hier spielten jedoch saisonale und Kalendereffekte eine wesentliche Rolle, ebenso ist auch die sehr kalte Witterung im Februar 2012 zu beachten. Der Anstieg der Produktionsindizes fiel nach Bereinigung arbeitstäglicher und saisonaler Trendkomponenten zu Beginn 2012 auch gedämpfter aus. Der Index für die Nahrungsmittelproduktion stieg leicht um 0,8%, in der Getränkeindustrie um 1,2%.

Entwicklung der Produktionsindizes der Ernährungsindustrie

Vergleich Q4/11 u. Q1*/12



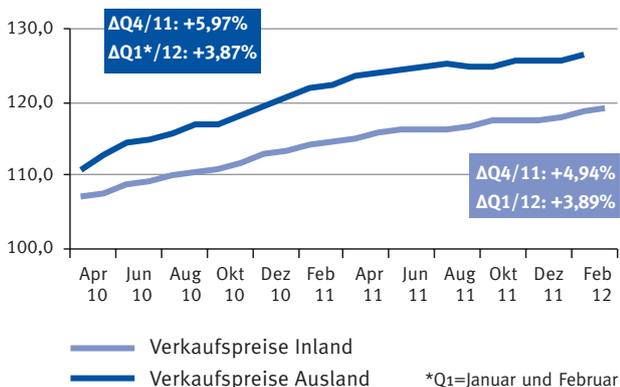
*Q1=Januar und Februar

— Index für die Nahrungsmittelproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2005=100
— Index für die Getränkeproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2005=100

2 | Konjunkturelle Entwicklung der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2011 und 1. Quartal 2012

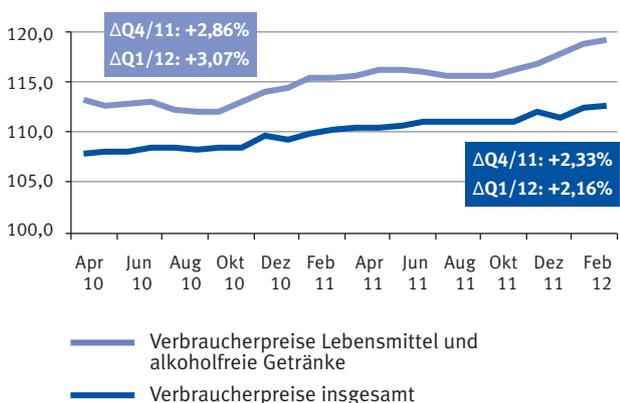
Entwicklung Verkaufspreise in der Ernährungsindustrie

Vergleich: Q4/11 u. Q1/12 (Indizes; 2005=100)



Entwicklung Verbraucherpreisindex

Vergleich: Q4/11 u. Q1/12 (2005=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung Rohstoffpreise

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



Die deutliche Diskrepanz zwischen nominalem und realem Wachstum in der Ernährungsindustrie deutet bereits auf die schwierige Ertragslage der Branche hin. Der beachtliche Kostendruck beruht vor allem auf den hohen Agrarrohstoffpreisen, Transport- und Energiekosten. Zwar hat der Preisanstieg bei den Agrarrohstoffen in den vergangenen zwei Quartalen abgenommen, jedoch bleiben die Preise auf hohem Niveau.

Im vierten Quartal 2011 sank der HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel um 1%, im ersten Quartal nochmals um 9,4% – jeweils im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Nichtsdestotrotz liegen die Rohstoffpreise rund 24,4% über dem Durchschnitt der vergangenen 5 Jahre. Auch die Prognosen der Europäischen Kommission gehen mittelfristig von einer Stabilisierung der Agrarrohstoffkosten auf hohem Niveau aus. Der Aufwärtstrend bei den Erzeuger- und Ausführpreisen für die Lebensmittelhersteller schwächte sich in den letzten zwei Quartalen nur leicht ab. Im vierten Quartal 2011 stiegen die Verkaufspreise im Inland um 4,9% und im Export um 6% im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Zu Jahresbeginn 2012 fiel die Entwicklung erneut gedämpfter aus. Im ersten Quartal 2012 erhöhten sich die Verkaufspreise im Inland um 3,9% und im Export um 3,9% (hier: Januar und Februar). Der Kostenanstieg in der Ernährungsindustrie hat sich im vergangenen halben Jahr auf hohem Niveau leicht abgeschwächt, der Ertragsdruck in der Branche bleibt damit bestehen. Preisanpassungen werden nicht in ausreichendem Maße umgesetzt, so verteuerte sich der Verbraucherpreisindex für Lebensmittel im letzten Quartal 2011 um 2,9% und im ersten Quartal 2012 um 3,1%. Ein weiterer Preisauftrieb ist dabei nicht absehbar. Bei einzelnen Produktgruppen wie Obst, Gemüse, Kartoffeln und Bier war der Preistrend in den letzten 6 Monaten sogar rückläufig.

Verbraucherpreissteigerungen nach Produktgruppen*	Q4/11: Veränderung Vorjahreszeitraum	Q1/12: Veränderung Vorjahreszeitraum
Brot und Getreideerzeugnisse	4,33%	4,40%
Fleisch, Fleischwaren	4,60%	5,75%
Fisch, Fischwaren	3,85%	4,41%
Molkereiprodukte und Eier	4,88%	3,65%
Speisefette und -öle	14,26%	8,20%
Obst	0,03%	-1,85%
Gemüse und Kartoffeln	-9,03%	-3,92%
Zucker, Marmelade, Konfitüre, Honig, Sirup	2,65%	3,91%
Kaffee, Tee, Kakao	11,65%	9,06%
Mineralwasser, Säfte, Limonaden	3,83%	3,23%
Wein	3,50%	3,22%
Spirituosen	1,07%	1,38%
Bier	-0,86%	0,40%

*Indexveränderung

2 | Konjunkturelle Entwicklung der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2011 und 1. Quartal 2012

Als Indikator für die konjunkturelle Lage der Branche gilt auch die Einschätzung der Unternehmen zum Geschäftsklima. Das Geschäftsklima für die Ernährungsindustrie ermittelt sich aus den Umfrageergebnissen des Ifo-Geschäftsklimaindex und fasst die aktuelle Geschäftslage sowie die zukünftigen Erwartungen an die Geschäftslage zusammen. Die detaillierte Auswertung macht deutlich, dass die Geschäftserwartungen dabei geringeren Schwankungen ausgesetzt sind als die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage. Insgesamt hatten sich die Schwankungen des Geschäftsklimas 2011 im Vergleich zum Vorjahr spürbar abgeschwächt. Abgesehen von einigen saisonalen Schwankungen zeigt sich das Geschäftsklima in der Ernährungsindustrie robust, der Trend ist sogar leicht positiv.

Betrachtet man die vergangenen zwei Quartale wird ein deutlicher Einbruch bei den drei Stimmungsmessern im Dezember 2011 und Januar 2012 sichtbar. Ursächlich dafür sind auch saisonale und Kalendereffekte, wie die ähnliche Entwicklung im Vorjahr verdeutlicht. Insgesamt lässt sich jedoch feststellen, dass das Geschäftsklima im letzten Quartal 2011 und ersten Quartal 2012 von den Unternehmen mehrheitlich positiv beurteilt wurde. Dabei fiel die Bewertung zu Jahresbeginn 2012 sogar noch besser aus als in den vorangegangenen 3 Monaten. Verglichen mit dem Vorjahreszeitraum fiel das Geschäftsklima in der Ernährungsindustrie über alle Stimmungsindikatoren hinweg jedoch deutlich gedämpfter aus.

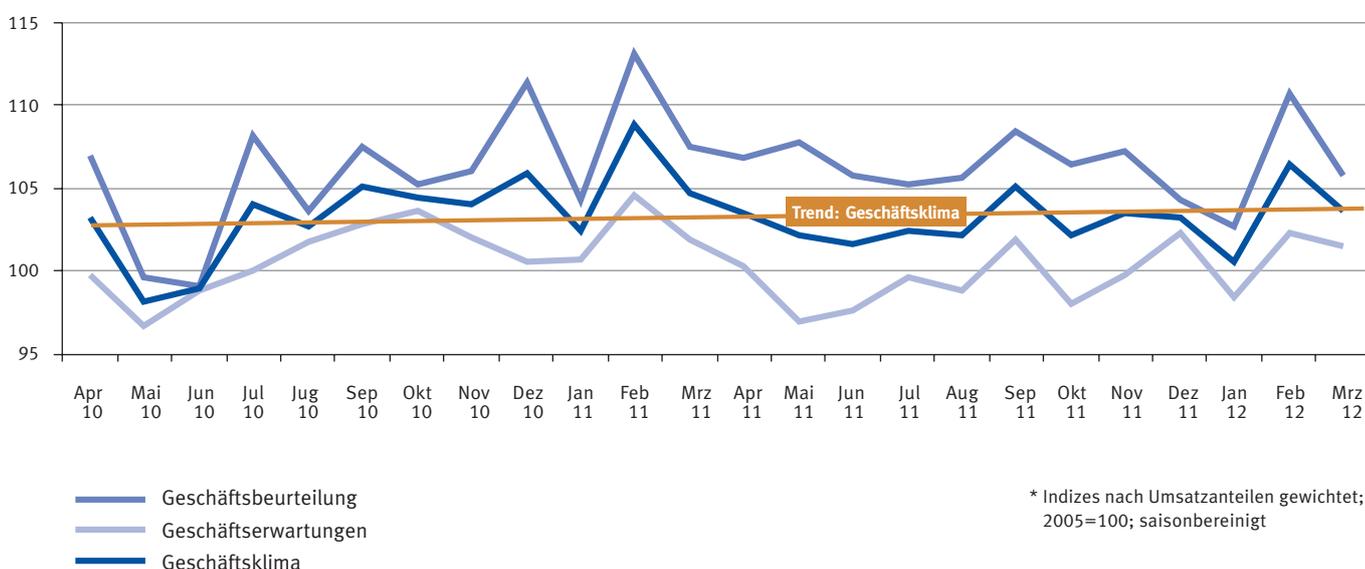
Auffällig ist die deutlich positivere Beurteilung der Unternehmen hinsichtlich des Personalbestands zum Ende des letzten Quartals 2011 und ersten Quartals 2012 im Vergleich zum Vorjahr. Lag die Kapazitätsauslastung der Unternehmen in den vergangenen zwei Quartalen auch leicht über den Vorjahreswerten, so wurden zu Beginn des ersten Quartals 2012 vermehrt Produktionsbehinderungen beklagt. Ausschlaggebend waren hier vor allem ein erhöhter Arbeitskräftemangel und Finanzierungsengpässe.

Das Exportgeschäft ist bei einem stagnierenden Umsatzwachstum auf dem Inlandsmarkt der Wachstumstreiber für die Ernährungsindustrie, die Beurteilung der Geschäfte im Ausland seitens der Unternehmen ist daher besonders wichtig. Sowohl im letzten Quartal 2011 als auch dem ersten Quartal 2012 fiel die Beurteilung der Auslandsaufträge positiver aus als im Vorjahreszeitraum, genauso blieben die Erwartungen an das Exportgeschäft mehrheitlich positiv. Dies entspricht auch den Ergebnissen des PwC-BVE-Exportbarometers Dezember 2011, wonach die befragten Exportleiter der Ernährungsindustrie die Entwicklungen im Auslandsgeschäft zwar weniger dynamisch aber weiterhin positiv einschätzten.

Die Beurteilung der Wettbewerbssituation auf dem Inlandsmarkt blieb in beiden Zeiträumen im Vergleich zum Vorjahr nahezu unverändert. Wurde die Lage auf den Auslandsmärkten innerhalb wie außerhalb der EU zu Beginn des letzten Quartals 2011 noch schlechter als im Vorjahr beurteilt, so hellte sich die Stimmung zu Beginn des ersten Quartals 2012 wieder deutlich auf und schloss an die positiven Vorjahreswerte an.

Entwicklung Geschäftsklima der Ernährungsindustrie

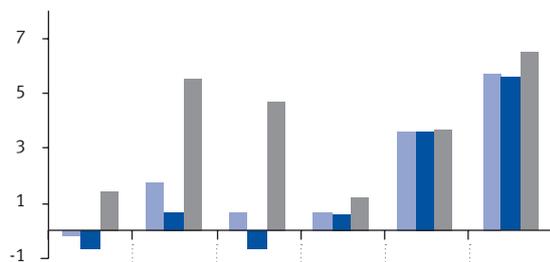
Vergleich: Q4/2011 und Q1/2012*



2 | Konjunkturelle Entwicklung der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2011 und 1. Quartal 2012

Consumer Index: Sortimentsentwicklung

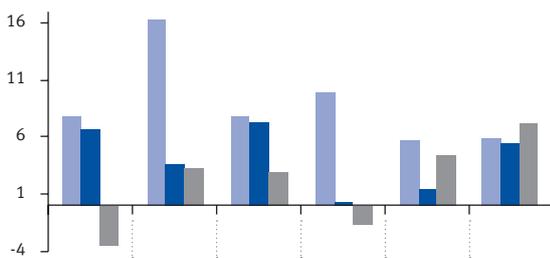
Q4/11 u. Q1/12, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 11	Nov 11	Dez 11	Jan 12	Feb 12	Mrz 12
Food + Getränke	-0,2	1,8	0,7	0,7	3,6	5,7
Food	-0,7	0,7	-0,7	0,6	3,6	5,5
Getränke	1,4	5,5	4,7	1,2	3,7	6,4

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Getränke

Q4/11 u. Q1/12, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 11	Nov 11	Dez 11	Jan 12	Feb 12	Mrz 12
Heißgetränke	7,8	16,2	7,7	9,9	5,6	5,9
Alkoholfreie Getränke	6,6	3,5	7,3	0,3	1,5	5,4
Alkohohlhaltige Getränke	-3,4	3,3	2,9	-1,6	4,3	7,2

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Food

Q4/11 u. Q1/12, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 11	Nov 11	Dez 11	Jan 12	Feb 12	Mrz 12
Frischeprodukte	1,3	0,3	-1,9	0,8	3,0	3,1
Fleisch/Wurstwaren	2,7	3,6	1,1	4,7	6,1	7,8
Obst/Gemüse	-8,1	-4,5	-6,0	-2,6	-0,5	1,7
Brot/Backwaren	0,9	0,9	-2,7	0,5	5,5	-2,2
Molkereiprodukte, gelbe Linie	1,4	3,7	0,6	3,2	4,9	3,6
Molkereiprodukte, weiße Linie	-0,2	-0,8	0,6	-0,7	1,6	1,5
Süßwaren	-1,4	-0,9	-0,7	1,1	3,9	17,2
Sonstige Nahrungsmittel	0,1	2,2	0,9	-0,3	5,0	5,3

Die Stimmung bei den Verbrauchern blieb in den letzten zwei Quartalen durchweg positiv. Verhaltene aber optimistische Konjunkturerwartungen sowie die stabil hohen Einkommenserwartungen und Anschaffungsneigung der deutschen Konsumenten wirken sich positiv auf das Konsumklima aus. Im letzten Quartal 2011 lag das Konsumklima im Durchschnitt gut 4,5% über dem Vorjahreswert, im ersten Quartal 2012 waren es immerhin noch 1,2%.

Der Consumer-Index der GfK zeigt die Entwicklung der einzelnen Produktsegmente bei Lebensmitteln und Getränken im Lebensmitteleinzelhandel und Fachhandel in den vergangenen 6 Monaten. Besonders der Umsatz mit Getränken konnte hier gesteigert werden. Überdurchschnittlich gut fiel die Umsatzentwicklung bei Lebensmitteln und Getränken im Februar und März 2012 aus.

In den einzelnen Produktsegmenten gewannen über alle Monate hinweg Fleisch und Wurstwaren sowie Molkereiprodukte der gelben Linie. Die erheblichen Umsatzeinbußen bei Obst und Gemüse waren erst mit dem Jahreswechsel wieder rückläufig. Im Getränkesegment konnten vor allem die Heißgetränke konstant einen deutlichen Zuwachs verbuchen. Auch die Umsätze mit alkoholfreien Getränken entwickelten sich durchweg positiv. Dabei bleibt das Umsatzwachstum weiterhin preisbedingt. Das Mengenwachstum ist bereits längerfristig rückläufig, so stiegen im Lebensmitteleinzelhandel die Umsätze bei schnelllebigem Konsumgütern zwischen 2006 und 2011 um 6,1%, gleichzeitig sanken die Absatzmengen um 2%, im Food-Segment um 3%.

3 | 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 100 Mio. Menschen mit qualitativ hochwertigen und sicheren Mitteln zum Leben. Dabei nehmen in jeder Branche unterschiedliche Faktoren Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung. Die Situationsberichte aus einzelnen Branchen geben dazu einen Überblick.

Brauwirtschaft

Die deutsche Brauwirtschaft blickt relativ zufrieden auf 2011 zurück. Wenngleich ein schlechter Sommer Absatzeinbrüche mit sich brachte, konnte letztendlich doch noch ein relativ stabiles Geschäftsergebnis verzeichnet werden. Wenngleich der Gesamtbeerabsatz mit 98,2 Mio. hl ein kleines Minus von 0,2% aufwies, konnte der Nominalumsatz leicht gesteigert werden. 2012 sehen die deutschen Brauer verhalten optimistisch entgegen. So kann ein guter Sommer im Zusammenhang mit den Olympischen Spielen und der Fußball-Europameisterschaft einen positiven, wenngleich kurzfristigen Einfluss auf die Verkaufszahlen der Branche ausüben. Es ist davon auszugehen, dass die Branche mit ihren derzeit 1.341 Braustätten und gut 25.000 Beschäftigten (Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten) ihr Angebotsportfolio um weitere Bierspezialitäten und andere Getränkealternativen auf alkoholfreier Malzbasis erweitern wird. Die Entwicklung des Bierexports wird dem langfristigen Trend folgen und leicht gegenüber dem Vorjahresanteil von 16,1 % (15,36 Mio. hl) am Gesamtausstoß steigen. Zu schaffen machen den Unternehmen die nach wie vor hohen Produktionskosten und insbesondere die Rohstoffpreise für Braugerste bzw. Malz, bei zum Teil unbefriedigender Qualität, sowie das weiterhin niedrige Preisniveau im Handel.

Deutscher Brauer-Bund e.V.

www.brauer-bund.de

Die deutschen Brauer
Deutscher Brauer-Bund e.V.



Eier- und Geflügelwirtschaft

Die Bedeutung der im Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft (ZDG) organisierten Eier- und Geflügelwirtschaft für den Gesamtsektor der tierischen Erzeugung in Deutschland stieg in den vergangenen Jahren an. Der Produktionswert der Eierzeugung belief sich 2011 auf 829 Mio. Euro, der Produktionswert der Geflügelerzeugung brachte es auf 2.167 Mio. Euro (jeweils in Herstellungspreisen). Der Anteil der Eier- und Geflügelbranche an der gesamten tierischen Erzeugung stieg damit von 9% im Jahr 2005 auf 13% im Jahr 2011. Im Jahr 2011 betrug die Bruttoeigenerzeugung von Geflügelfleisch 1,660 Millionen Tonnen. Gegenüber 2010 stellt dies einen Zuwachs von 2,5% dar und markiert einen Rekordwert. Die Gesamteierzeugung 2011 belief sich daneben auf etwa 12,5 Mrd. Stück, das war ein Zuwachs von gut 20%. Hier sind allerdings Sondereinflüsse durch die umfangreiche Umrüstungsphase nach dem Ende der klassischen Käfighaltung in Deutschland zu beachten. Die Eierzeugung nähert sich nun wieder dem Level von 2008 (vor der Umrüstung). Am Geflügelsektor wurden 2011 nach vorläufigen Angaben fast 760.000 t Geflügelfleisch exportiert, hauptsächlich verbleiben die Ausfuhren in der EU. Gleichzeitig blieb das Importvolumen hoch (660.000 t). Die Eierwirtschaft bleibt mit einem Selbstversorgungsgrad von unter 70% auf Importe angewiesen.

Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft e.V.

www.zdg-online.de



ZDG

Zentralverband der Deutschen
Geflügelwirtschaft e.V.

3 | Situationsberichte aus den Branchen

Fleischwarenindustrie

Die Unternehmen der deutschen Fleischwarenindustrie blicken auf ein sehr schwieriges Jahr 2011 zurück. Empfindliche Steigerungen der Kosten nahezu aller Rohstoffe, insbesondere für Schweinefleisch, konnten angesichts der angespannten Wettbewerbssituation im Einzelhandel nur schwer und verzögert an die Abnehmer weitergegeben werden. Die Ertragslage ist deshalb trotz insgesamt leicht steigender Produktionsmenge nicht befriedigend. Auch die im zurückliegenden Jahr voraussichtlich gestiegenen Umsätze der deutschen Fleischwarenindustrie sind ein Indiz eines gestiegenen Preisniveaus. Ersten Zahlen zufolge reagierten die Verbraucher auf die gestiegenen Verkaufspreise und ließen die Einkaufsmenge bei Fleischwaren um 0,7 % leicht geringer ausfallen als im Vorjahr. Insgesamt kann die mittelständisch geprägte Fleischwarenindustrie mit der seit vielen Jahren stabilen Nachfrage der Verbraucher nach Wurst und Schinken jedoch zufrieden sein. Die Zahl der rund 60.000 Beschäftigten der Branche nahm 2011 leicht zu.

Bundesverband der Deutschen Fleischwarenindustrie e.V.

www.bvdf.de



Getreidemühlen

Die 261 deutschen Getreidemühlen mit einer Jahresvermahlung von über 500 t haben im Wirtschaftsjahr 2010/11 8,0 Mio. t Weizen und Roggen vermahlen und mit rund 6.000 Beschäftigten einen Umsatz von 2,5 Mrd. Euro erwirtschaftet. Es sind 6,5 Mio. t Mahlerzeugnisse und rund 1,5 Mio. t Getreidekleien und Futtermehle hergestellt worden. 650.000 t Weizen- und Roggenmehl im Wert von 191 Mio. Euro sind exportiert worden, 85 % davon in die Länder der Europäischen Union. Die Mühlen beziehen ihre wichtigsten Rohstoffe, Weizen und Roggen, fast ausschließlich aus Deutschland, im WJ 2010/11 lag dieser Anteil bei 94 %. Sie vermahlen nahezu ein Drittel der deutschen Brotgetreideernte. Dabei schwankt die Qualität des Getreides in den vergangenen Jahren besonders stark, die Rohstoffbeschaffung ist deutlich aufwendiger geworden, es erfordert große Sorgfalt geeignete Partien auszuwählen, um die hohen Anforderungen der Kunden zu erfüllen. Die Rohstoffkosten haben sich deutlich verteuert: die Großhandelspreise für Weizen liegen zum Jahreswechsel 2011/12 rund 60 und für Roggen rund 120% über dem Niveau von vor zwei Jahren. Die Mühlenabgabepreise für Mehl haben sich im selben Zeitraum um lediglich knapp 40%, die Verbraucherpreise für Mehl um weniger als 10 % erhöht.

Verband Deutscher Mühlen e.V.

www.muehlen.org



Herstellung kulinarischer Lebensmittel

Mit rund 120 Unternehmen und schätzungsweise 12.000 Beschäftigten bieten die Hersteller kulinarischer Lebensmittel von Antipasti bis Zwiebelsuppe das gesamte ABC im Bereich Feinkost, Suppen, Essig und Senf bis hin zu Desserts an. Die Branche verzeichnet ein stetiges Wachstum; insbesondere der Großverbraucherbereich profitiert von steigenden Beschäftigungszahlen in der Gesamtwirtschaft. Allerdings kennt auch die Entwicklung auf den Rohstoffmärkten nur eine Richtung: aufwärts! Seit Januar 2012 ziehen die Preise bei den meisten pflanzlichen Ölen wieder an, ebenso bei Tomaten, Pilzen, Karotten und Sellerie. Dramatisch verläuft die Preiskurve seit Monaten bei Zucker und aktuell bei Eiprodukten, letzteres bedingt durch das zum 1. Januar 2012 EU-weit in Kraft getretene Verbot für Eier aus Käfighaltung. Die Abnehmermärkte sind deutlich unterversorgt. Auch die Preise für Rind- und Schweinefleisch steigen, dies infolge weltweit wachsender Nachfrage. Für Hering verläuft die Preisentwicklung – nach einer Preisexplosion in der zweiten Jahreshälfte 2011 – ebenfalls weiter steigend. Die insgesamt stark gestiegenen Rohstoff- und Erzeugerpreise konnten aufgrund des hohen Wettbewerbsdrucks in der Branche nur zum Teil an die Verbraucher weitergegeben werden.

Verband der Hersteller kulinarischer Lebensmittel e.V.

www.kulinaria.org

*Verband der Hersteller
kulinarischer Lebensmittel e.V.*

Feinkost · Suppen · Essig · Senf · Desserts



3 | Situationsberichte aus den Branchen

Milchindustrie

Der Milchmarkt in 2011 war sehr zufriedenstellend für die deutschen Milcherzeuger. Erstmals in der deutschen Geschichte wurden mehr als 30 Mrd. kg Milch auf deutschen Höfen produziert. Dementsprechend stiegen auch die Verarbeitungsmengen in den deutschen Molkereien. Mehr als die Hälfte der Milch fließt in die Käseproduktion, womit auch hier ein Produktions- und Absatzrekord erreicht wurde. Der durchschnittliche Milchpreis stieg auf knapp 35 cent/kg, was die Produktion zusätzlich anreizte. Die Umsätze der deutschen Milchverarbeitungsunternehmen stieg in 2011 auf 23,23 Mrd. Euro und damit um 13% gegenüber dem Vorjahr. Offenbar sind deutsche Milchprodukte auch im Jahr 2011 im Ausland stark gefragt gewesen. Das ohnehin schon sehr gute Ergebnis im Export von 1 Mrd. kg Käse aus dem Jahr 2010 konnte im zurückliegenden Jahr auf Datenbasis des Statistischen Bundesamtes noch um vier Prozent gesteigert werden. Zwar haben die Exporte in Drittländer insbesondere unter den Schwierigkeiten mit Russland gelitten, dieses Defizit konnte jedoch durch Exporte in die EU-Staaten ausgeglichen werden. Insbesondere die Ausfuhrmengen an Schnittkäse und halbfestem Schnittkäse nach Russland sind im vergangenen Jahr um 30 % auf 50.000 t gesunken. Auch im Pulverbereich konnten die Exportmengen zum Teil verbessert werden. Magermilchpulver wurde mit 290.000 t um 30 % mehr, Joghurt und Buttermilchpulver sogar um 36 % mehr exportiert werden. Bei letzterem sind die Mengen mit knapp 18.000 t allerdings noch recht gering. Bei Vollmilchpulver hingegen müssen 23 % Verlust gegenüber dem Vorjahr hingenommen werden. Die Exporte von Milchmischgetränken in Drittländer konnten zwar um rund 15 % gesteigert werden, das Gesamtergebnis bleibt aber auf dem Niveau von 2010. Schwächer dagegen fielen z.B. die Exporte von Butter aus. Aufgrund der relativ hohen Preise war deutsche Butter in Drittländern 40 % weniger gefragt als 2010. Wegen der Währungskrise hat sich das Ausfuhrgeschäft für die deutschen Molkereien entschleunigt. Die Preise gaben europaweit nach. Auch die veterinärrechtlichen Probleme mit Russland sind noch nicht geklärt. Der Jahresstart 2012 gestaltete sich am Milchmarkt komplizierter. In Folge der Euro-Krise sind wichtige Exportmärkte wie Griechenland vorsichtiger geworden. Auch die Mehrmengen an Milch müssen zunächst am Markt untergebracht werden. Die Notierungen haben seit Januar deutlich nachgegeben, insbesondere bei Butter. Auf jeden Fall wird erwartet, dass der Milchpreis 2012 unter dem von 2011 liegen wird.

MIV – Milchindustrieverband

www.milchindustrie.de



Obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitende Industrie

Die allgemeine Konjunkturlage in Deutschland war im Jahr 2011 durchaus positiv. Der Aufholprozess nach der Finanzkrise war Voraussetzung und guter Rahmen für mehr Wachstum auch der Obst-, Gemüse- und Kartoffelverarbeiter – das sie aber leider nicht in vollem Umfang realisieren konnten. Die Umsätze stagnierten, nicht zuletzt hauptsächlich deshalb, weil der Lebensmitteleinzelhandel auf breiter Front keine Preiserhöhungen zuließ. Steigende Kosten für die Rohware, die eingesetzte Energie und die Arbeitskräfte müssen die Unternehmen daher auf der Produktionsseite kompensieren. Problematisch sahen die Indikatoren für die Inflation aus, insbesondere die Preisinflation bei Strom und Mineralöl. Zum Teil sind diese Kosten auch politisch begründet. Die Förderung der Bio-Energie ist ein Hauptkritikpunkt des BOGK. Insgesamt stieg im Jahr 2011 der Umsatz mit Produkten der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie im Lebensmitteleinzelhandel um 1,8%. Dabei wuchs vor allem die Produktgruppe der kartoffelverarbeitenden Industrie preisgetrieben. Bei Gemüsekonserven wirkten sich Preiserhöhungen im Handel negativ auf das Umsatzergebnis aus; und eine allgemeine Mengenabschmelzung bei der Nachfrage nach Feinsauerm Gemüse führte hier zu einer „schwarzen Null“. Gegenüber dem Vorjahr leicht positiv zeigte sich allerdings der Absatz in der Sparte der Obstverarbeiter, hauptsächlich im Bereich von TK-Obst, Obstkonserven und Konfitüre.

Bundesverband der obst-, gemüse- und kartoffelverarbeitenden Industrie e.V.

www.bogk.org



3 | Situationsberichte aus den Branchen

Spirituosen-Industrie

Deutschland blieb auch 2011 mit rund 700 Mio. abgesetzten Flaschen à 0,7 l der EU-weit größte Spirituosenmarkt. Der Spirituosenumsatz betrug knapp 3,8 Mrd. Euro und machte rund 30 % des Marktumsatzes mit alkoholhaltigen Getränken aus. Die Käuferreichweite lag bei ca. 68 %, d. h. dass 68 % aller Haushalte in Deutschland einmal im Jahr eine Spirituose einkaufen. Mit einem Pro-Kopf-Konsum von 5,4 Litern lag der Konsum auf Vorjahresniveau. Im Trend lagen weiterhin markenorientierte klassische Spirituosen, Importprodukte sowie nationale und regionale Traditions-Spezialitäten. Die größten Marktanteile verbuchten 2011 weiterhin klare Spirituosen, Liköre und Weinbrände/Cognac. Die Spirituosenausfuhren stiegen im Jahr 2010 auf rund 240 Mio. Flaschen à 0,7 l. Davon gingen rund 57,5 % in die EU. 2011 waren in der Spirituosenbranche 1.985 Mitarbeiter (+ 76) in 18 Betrieben (±0) beschäftigt. Spirituosen bleiben im Trend und die Unternehmen haben sich auf ein immer individueller werdendes Verbraucherverhalten eingestellt. Für die Hersteller ist es wichtig, dass sich Aufklärung und Eigenverantwortung beim Spirituosenkonsum gegen staatliche Reglementierung durchsetzen. 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.

Süßwarenindustrie

Für die deutsche Süßwarenindustrie war es ein schwieriger Start ins Jahr. Laut dem Marktforschungsinstitut SymphonyIRI fiel der Süßwarenabsatz am deutschen Inlandsmarkt im Zeitraum Januar-Februar 2012 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 3,8% auf 298.975 t. Der Umsatz sank im selben Zeitraum um 0,5% auf 2,246 Mrd. Euro. Ob Zucker, Weizen oder Haselnüsse: Die erheblichen Preissteigerungen für agrarische Rohstoffe bereiten der Süßwarenindustrie weiterhin größte Sorgen. Vielfach können die Unternehmen die höheren Rohstoffkosten wegen des scharfen Wettbewerbs im Lebensmitteleinzelhandel nur verzögert oder nicht in vollem Umfang weitergeben. Besonders bei dem für sie so wichtigen Rohstoff Zucker steht die Süßwarenindustrie vor großen Herausforderungen, da eine bedarfsgerechte Versorgung des Marktes für Lebensmittel am streng regulierten europäischen Zuckermarkt derzeit nicht gegeben ist. In der gegenwärtigen Situation kommt gerade für die Hersteller von Süßwaren der drastisch gestiegene Ölpreis hinzu, der nicht nur Energie, Verpackungen und Transportkosten verteuert, sondern auch den Verbrauchern Kaufkraft für die kleinen Freuden des Alltags entzieht.

Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.

www.bdsi.de



BDSI



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:

Dr. Sabine Eichner
Geschäftsführerin
Bundesvereinigung der
Deutschen Ernährungsindustrie (BVE)
Tel.: (030) 200 786 151
E-Mail: seichner@bve-online.de

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