

www.pwc.de/exportbarometer

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Ernährung
und Landwirtschaft

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



BVE
Bundesvereinigung
der Deutschen
Ernährungsindustrie

BVE-PwC- Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie

Ergebnisse Dezember 2015

pwc

Inhalt

Geschäftslage, Geschäftserwartung, Exportklima	3
Export in EU-Länder	11
Absatzerwartung in den nächsten 6 Monaten für die EU	13
Export in Nicht-EU-Länder	16
Absatzerwartung in den nächsten 6 Monaten für die Nicht-EU-Länder	18
Aktuelle Fragen	
– Vertriebswege	21
– Die größten Konkurrenten am Weltmarkt	25
– Wettbewerbssituation auf den Märkten der weltweit größten Importeure	29
– Die wichtigsten Konkurrenten auf den Märkten der weltweit größten Importeure	30
Methodik, Stichprobe und Onlinetool zur Studie	31
Ihre Ansprechpartner	37

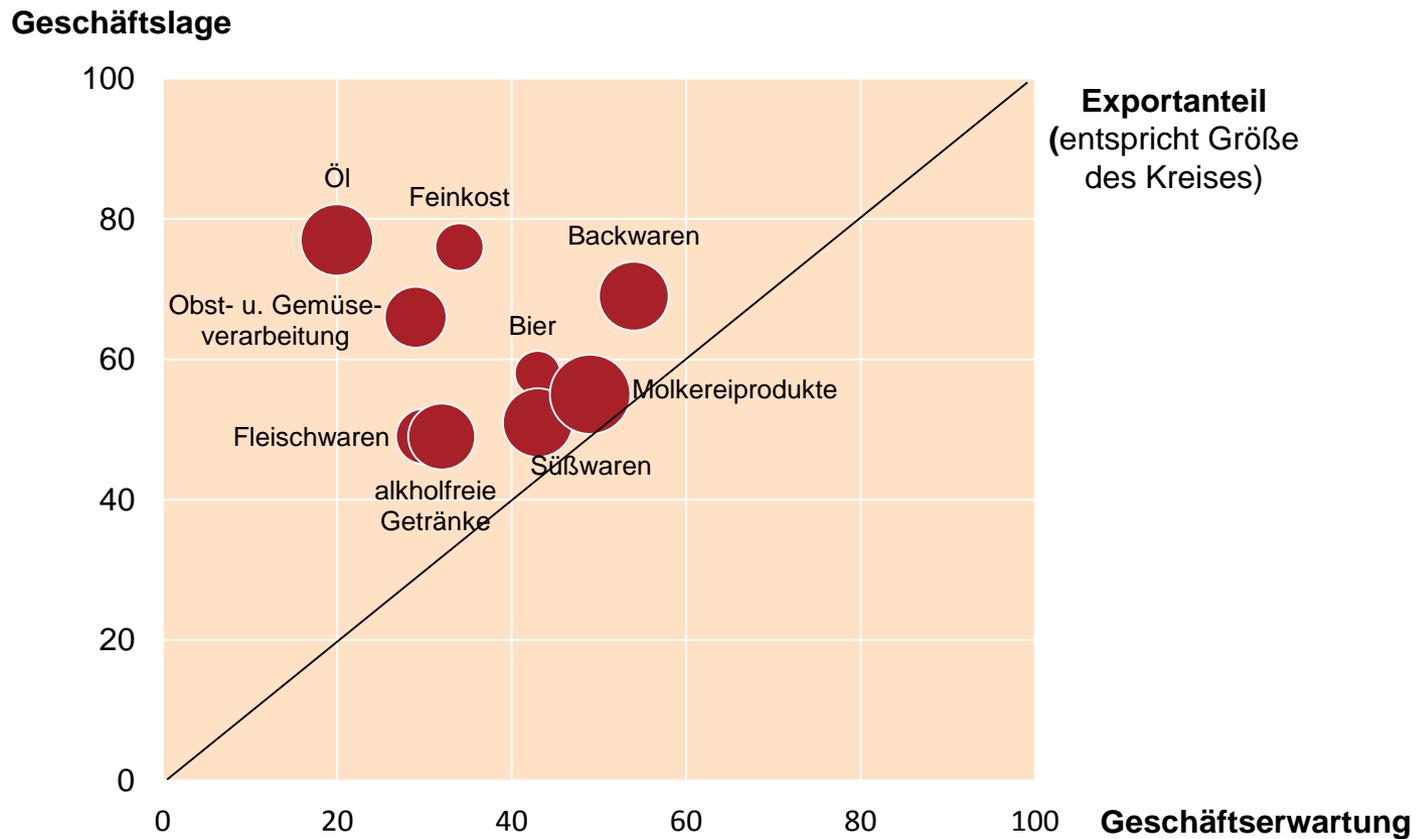
Exportklima: Beste Stimmung bei Exporteuren von Backwaren und Feinkost

Die aktuelle **Geschäftslage** in den Auslandsmärkten wurde von den Exportunternehmen besser bewertet als noch vor einem Jahr. Der Saldo der positiven und negativen Einschätzungen von aktuell 51%-Punkten liegt +9%-Punkte über dem Wert des Vorjahres. Zwischen den einzelnen Branchen gibt es jedoch Unterschiede. Besonders positiv wird die Geschäftslage von den Branchen Feinkost (76%-Punkte), Öl (77%-Punkte), Backwaren (69%-Punkte), verarbeitetes Obst und Gemüse (66%-Punkte) und Bier (58%-Punkte).

Die **Geschäftserwartungen** für die nächsten sechs Monate fallen mit einem Saldo von 33%-Punkten ebenfalls besser aus als im Vorjahr (+7%-Punkte). Am zuversichtlichsten schauen die Branchen Backwaren (54%-Punkte), Molkereiprodukte (49%-Punkte), Süßwaren und Bier (jeweils 43%-Punkte) in das kommende Halbjahr.

Das daraus resultierende **Exportklima** in der Ernährungsindustrie hat sich im Dezember somit über Vorjahresniveau verbessert, der Saldo stieg um +8%-Punkte auf 42%-Punkte. Aufgrund der üblichen saisonalen Effekte fällt das Exportklima aber gedämpfter aus als noch im Frühjahr. Spitzenwerte erreichen vor allem die Hersteller von Backwaren (61%-Punkte) und Feinkost (54%-Punkte).

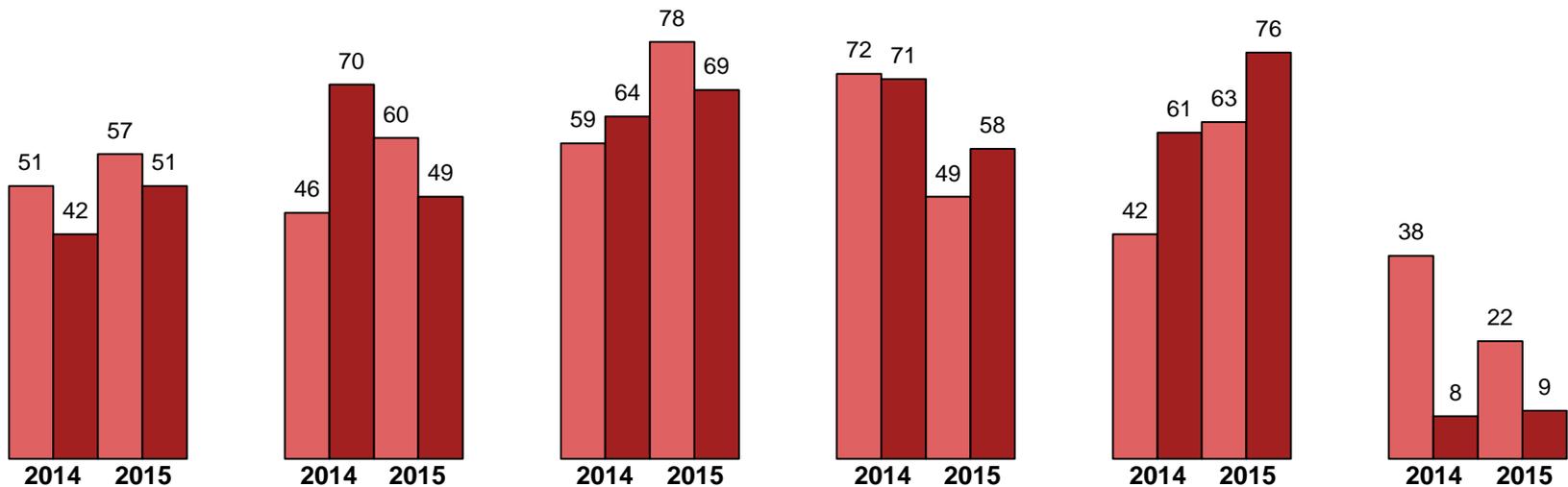
Geschäftslage, Geschäftserwartung, Exportanteil nach Branchen



Geschäftslage (1/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Frage 2
n = 400
Salden in %-Punkten



Gesamt

alkohol-
freie
Getränke

Backwaren

Bier

Feinkost/
Fertiggerichte

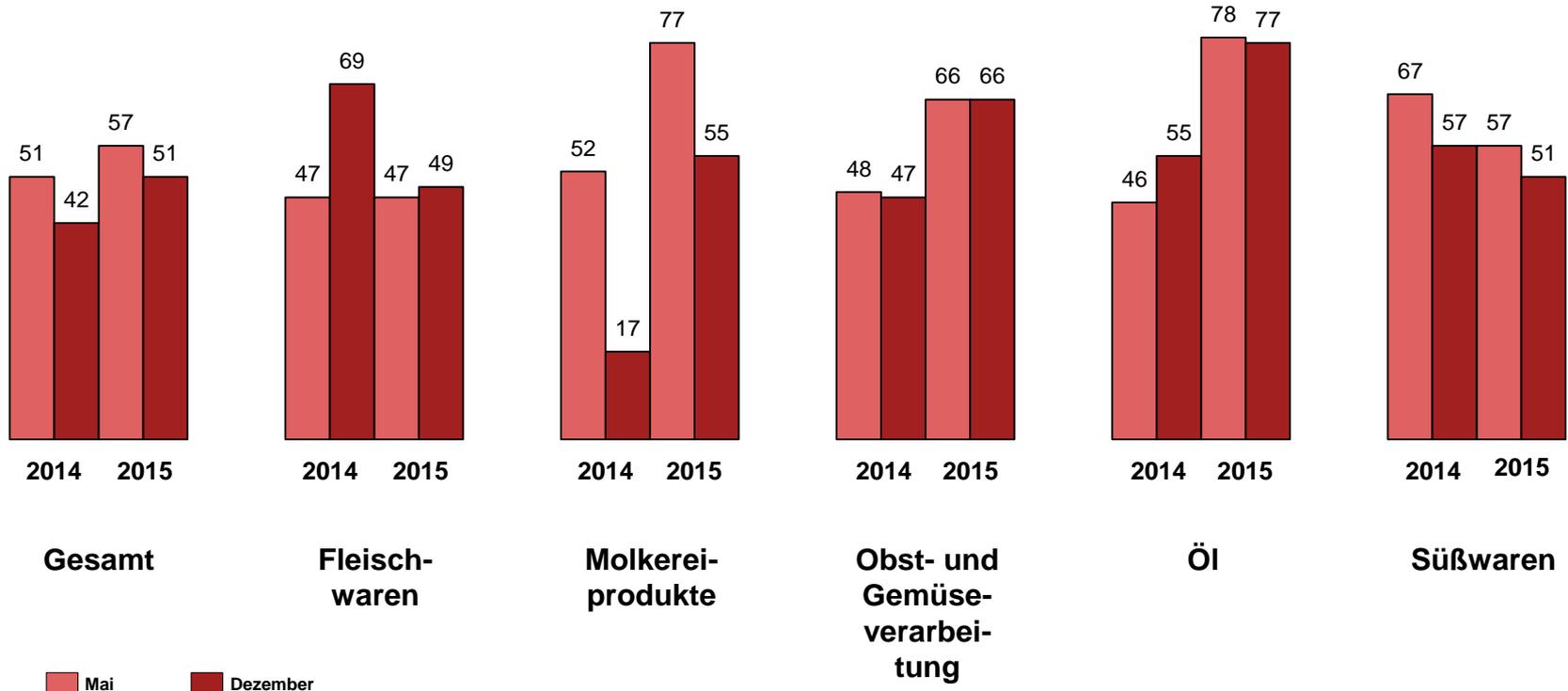
Fleisch

■ Mai ■ Dezember

Geschäftslage (2/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

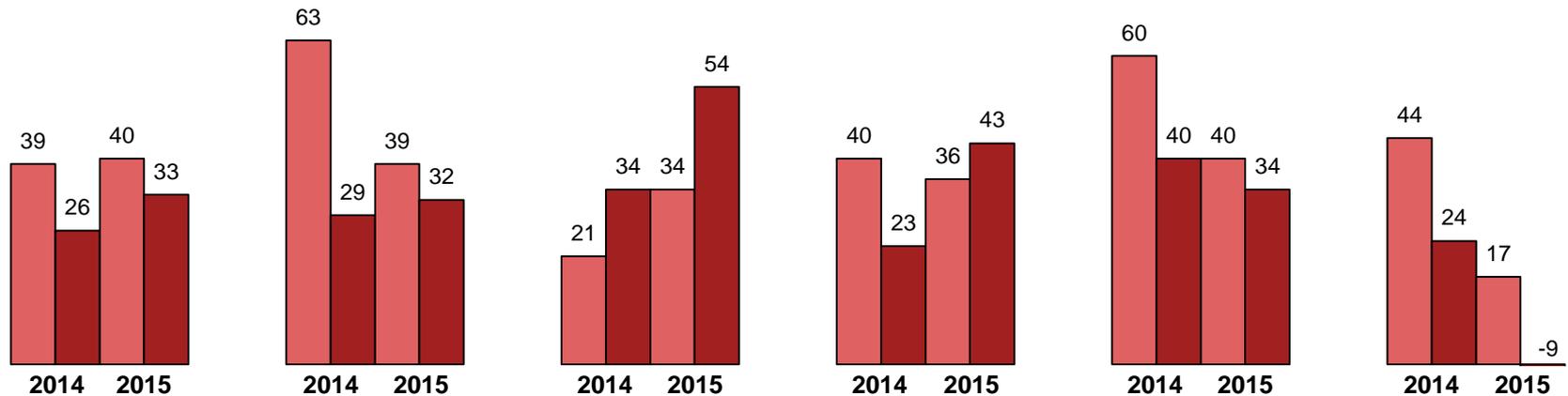
Frage 2
n = 400
Salden in %-Punkten



Geschäftserwartung (1/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Frage 3
n = 400
Salden in %-Punkten



Gesamt

**alkohol-
freie
Getränke**

Backwaren

Bier

**Feinkost/
Fertiggerichte**

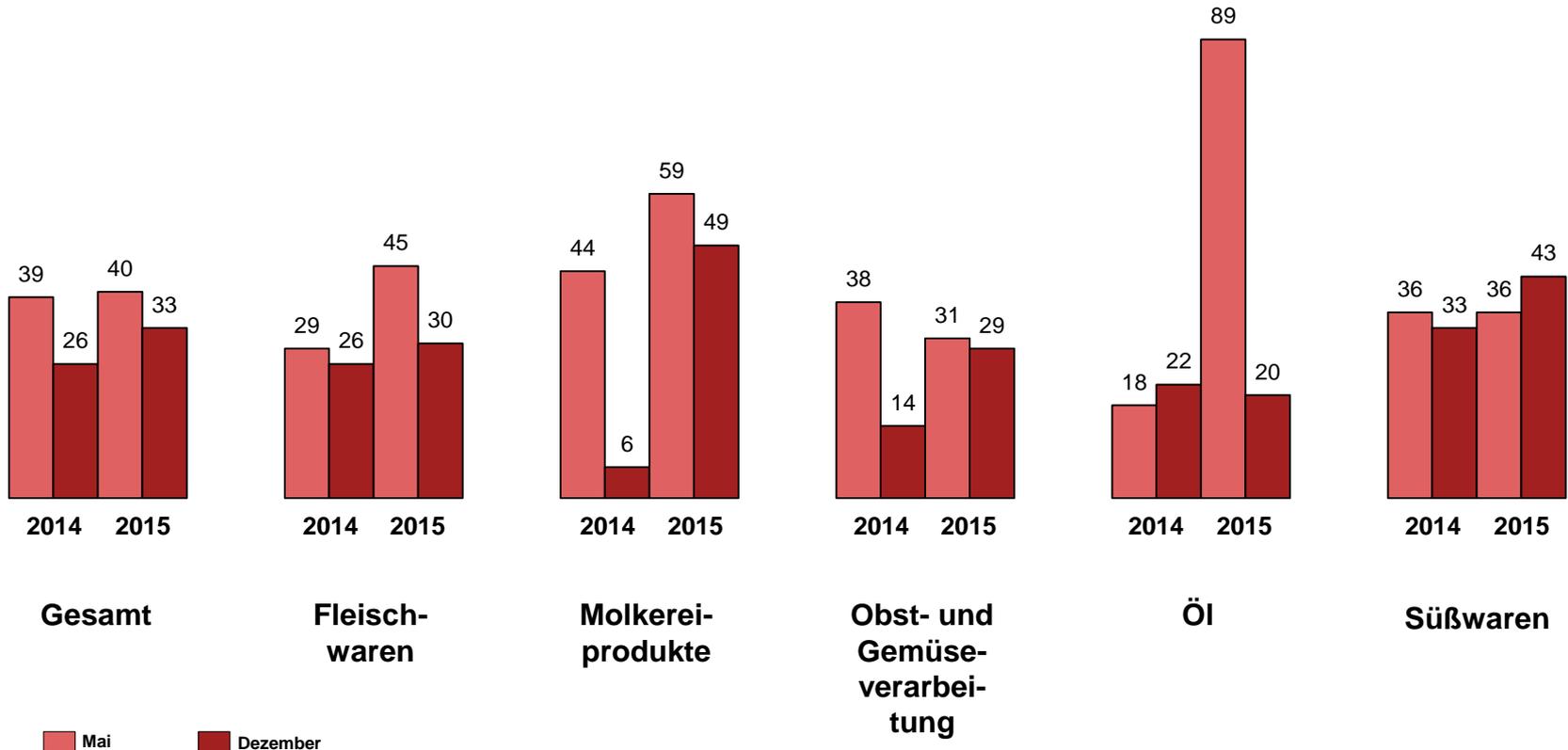
Fleisch

■ Mai ■ Dezember

Geschäftserwartung (2/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

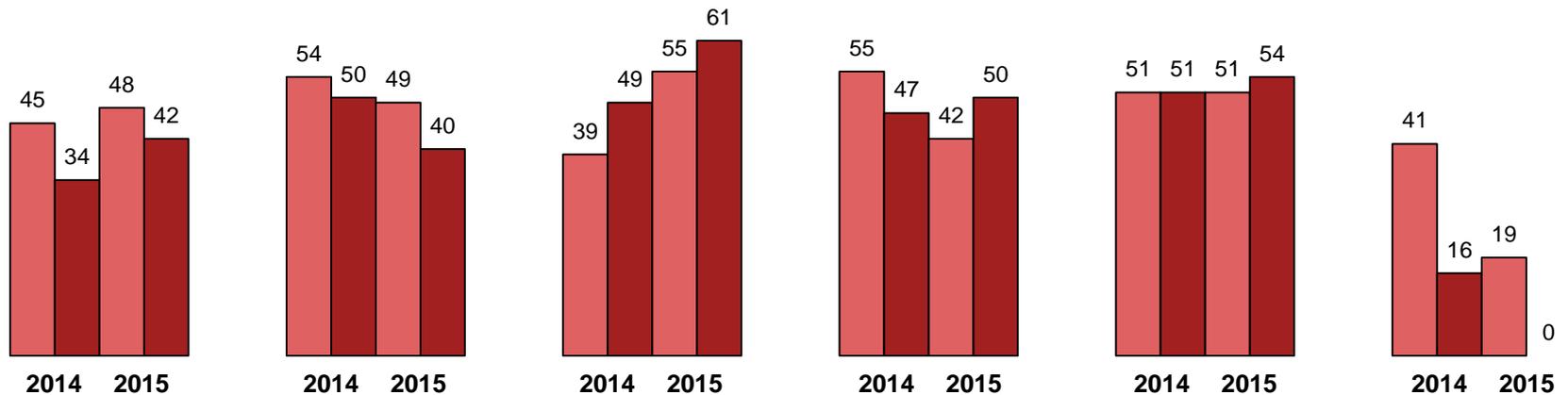
Frage 3
n = 400
Salden in %-Punkten



Exportklima (1/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Fragen 2, 3
n = 400
Salden in %-Punkten



Gesamt

**alkohol-
freie
Getränke**

Backwaren

Bier

**Feinkost/
Fertiggerichte**

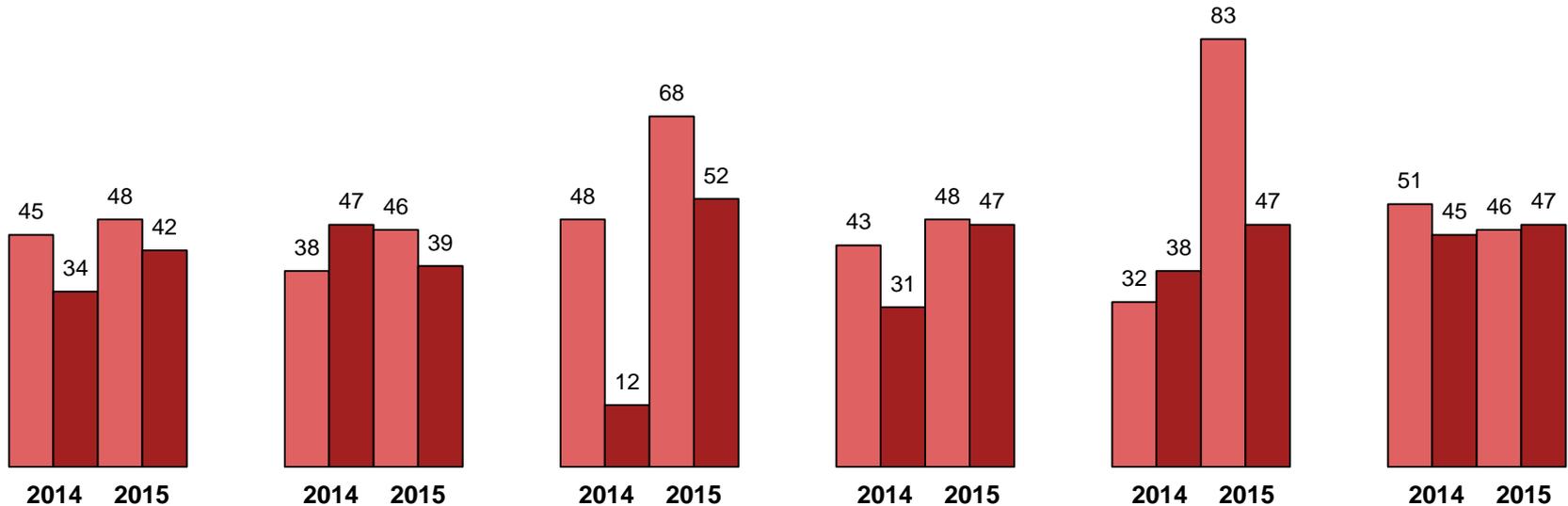
Fleisch

■ Mai ■ Dezember

Exportklima (2/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Fragen 2, 3
n = 400
Salden in %-Punkten



Gesamt

**Fleisch-
waren**

**Molkerei-
produkte**

**Obst- und
Gemüse-
verarbei-
tung**

Öl

Süßwaren

■ Mai ■ Dezember

Export in EU-Länder: Die Niederlande löst Frankreich als wichtigstes Exportziel ab

Deutschland ist der drittgrößte Lebensmittelexporteur am Weltmarkt. Mit einer Exportquote von 32% ist das Auslandsgeschäft bei stagnierendem Inlandsmarkt der Wachstumstreiber der Ernährungsindustrie. Im Jahr 2014 wurden Lebensmittel im Rekordwert von 54,4 Milliarden Euro exportiert. Ein hoher Wettbewerbsdruck und immer mehr Marktzugangsbarrieren verhindern aktuell jedoch weitere Zuwächse. Auf die Europäische Union entfallen etwa 80% der deutschen Lebensmittelexporte.*

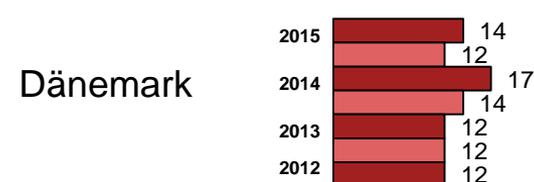
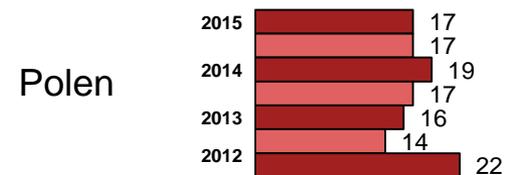
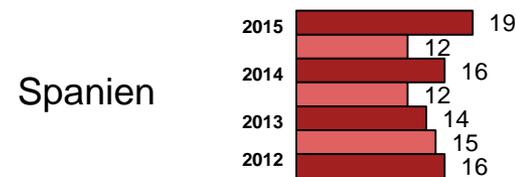
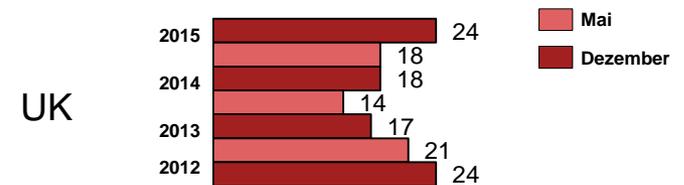
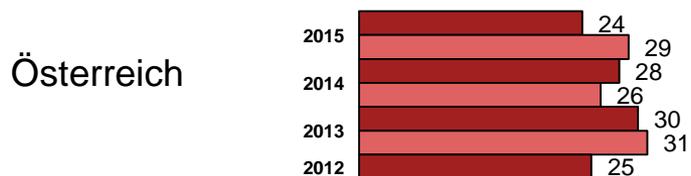
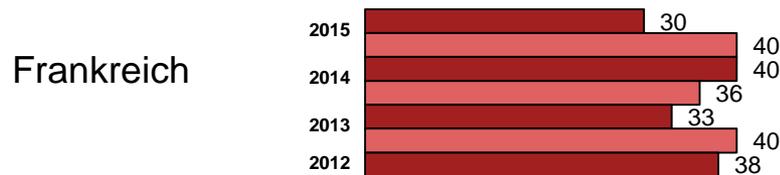
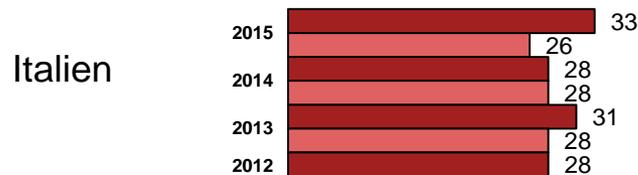
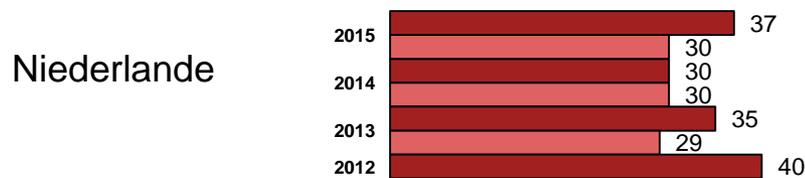
Die Niederlande wird nach Einschätzung der Exporteure aktuell als das wichtigste Exportziel innerhalb der EU angesehen (37% der Nennungen unter den wichtigsten drei Absatzmärkten, +7%-Punkte im Vergleich zu Mai 2015). Es folgen Italien (33%, +7%-Punkte) und Frankreich (30%, -10%-Punkte) als wichtigste Exportziele.

Die **Absatzerwartungen** für die kommenden sechs Monate sind für die EU-Märkte weiterhin insgesamt stabil. Steigende Exporte erwartet die Ernährungsindustrie allein für Dänemark (50%, +8%-Punkte). Die wünschenswerte Steigerung der Wachstumsdynamik im EU-Exportgeschäft scheint damit auszubleiben.

Export in EU-Länder

Welches sind die 3 wichtigsten EU-Länder, in die Ihr Unternehmen regelmäßig exportiert?

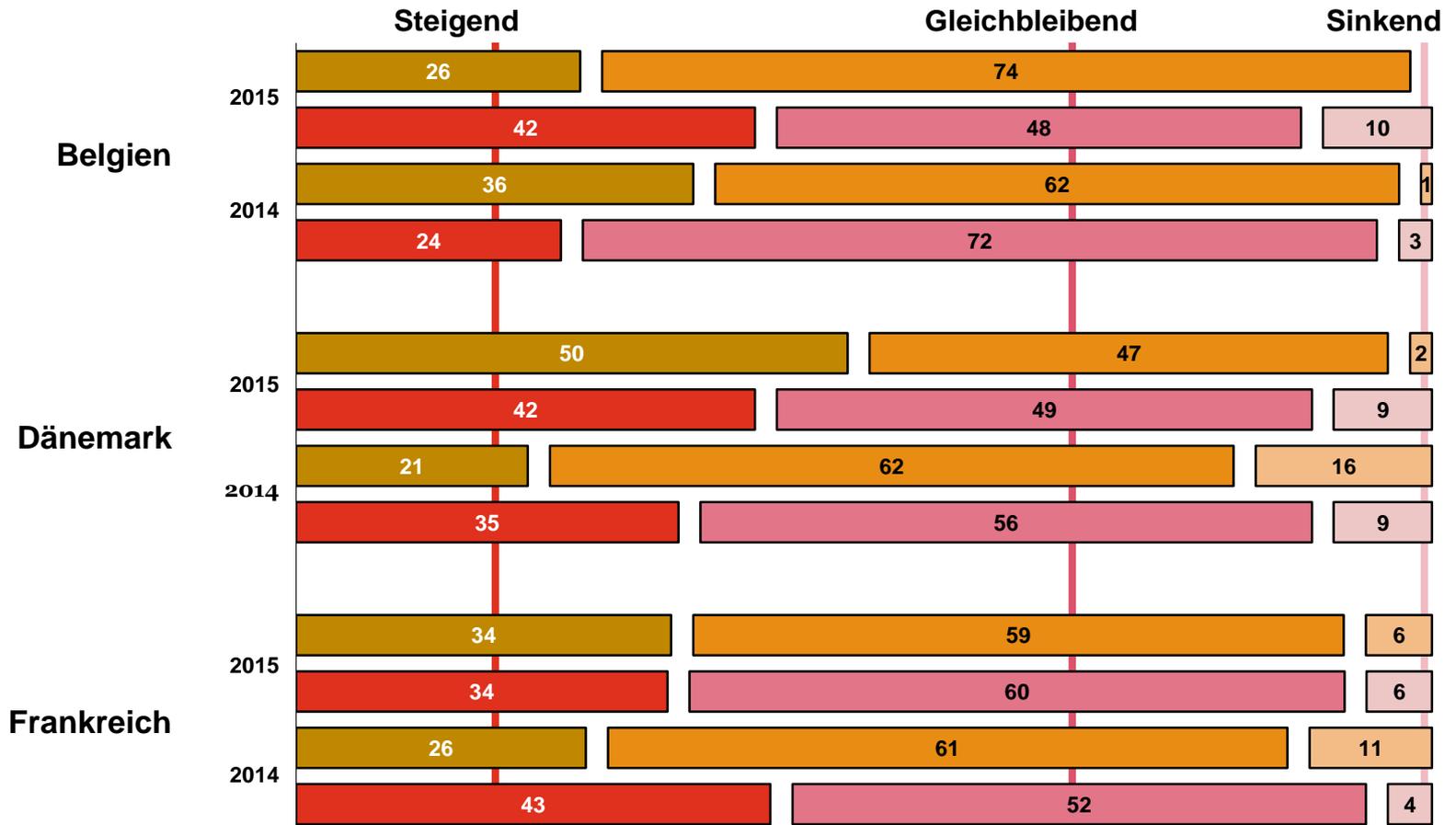
Frage 4
n = 400
Angaben in %



Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (1/3)

EU-Länder

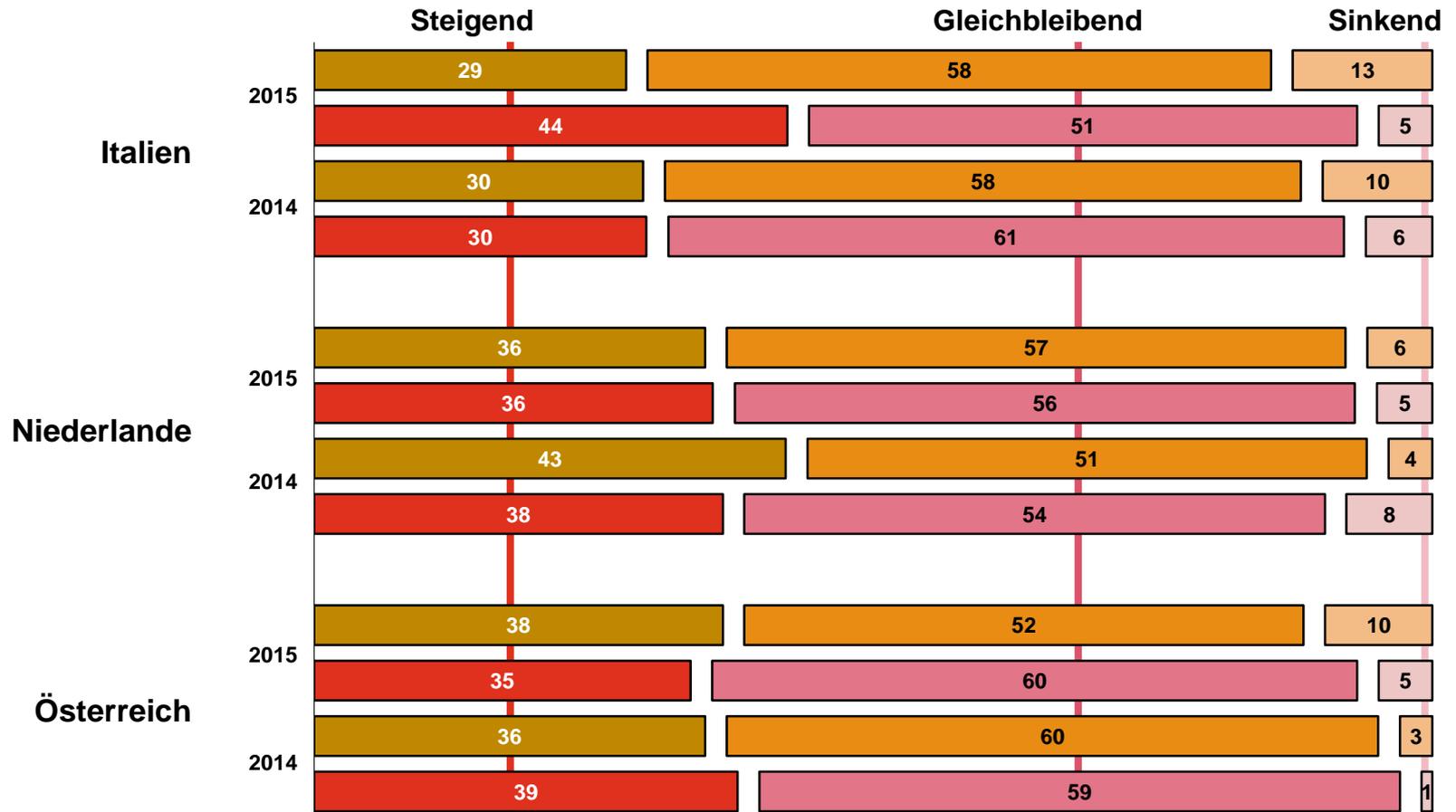
Frage 5
Länder mit mind. 30
Beurteilungen
Angaben in %
Differenz zu 100 % = k. A.



Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (2/3)

EU-Länder

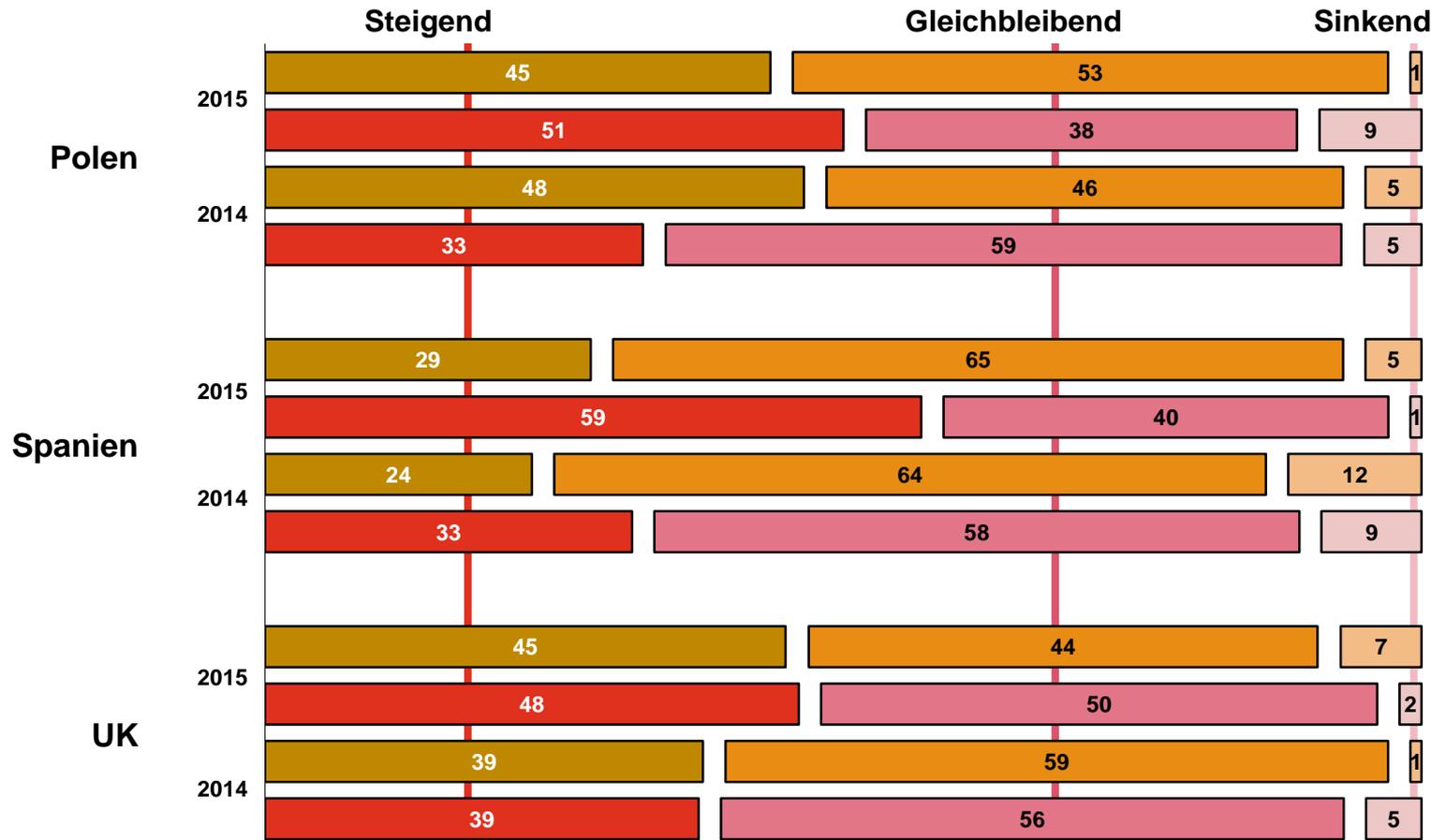
Frage 5
Länder mit mind. 30
Beurteilungen
Angaben in %
Differenz zu 100 % = k. A.



Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (3/3)

EU-Länder

Frage 5
Länder mit mind. 30
Beurteilungen
Angaben in %
Differenz zu 100 % = k. A.



Export in Nicht-EU-Länder: Schweiz, USA und China sind die wichtigsten Exportziele

Die deutsche Ernährungsindustrie exportiert etwa ein Fünftel ihrer Ausfuhrwaren in Länder außerhalb der EU: Bei stagnierendem EU-Export bietet die steigende Nachfrage in kaufkräftige Drittländer ein deutliches Wachstumspotential. Zu den **wichtigsten Absatzmärkten außerhalb der EU** gehören aktuell, nach Angaben der Exportleiter, die Schweiz (28% der Nennungen unter den Top-3, +/-0%-Punkte im Vergleich zum Vorjahr), die USA (24%, -5%-Punkte) und China (24%, -1%-Punkt).

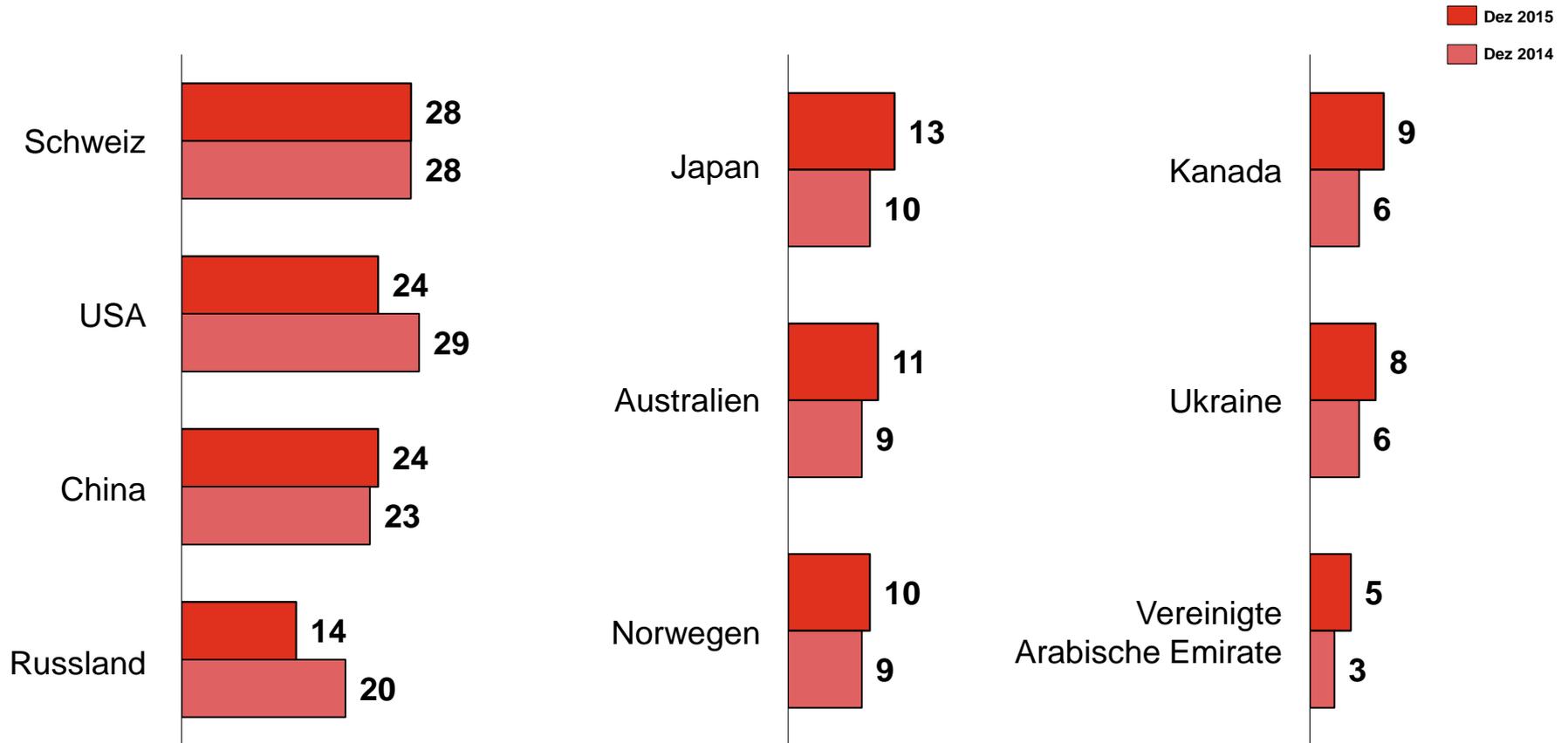
Steigende Exporte für die kommenden sechs Monaten erwarten die Lebensmittelhersteller insbesondere für die Absatzmärkte China (80%, +13%-Punkte zu Mai 2015), die USA (76%, +22%-Punkte) und Australien (69%, +35%-Punkte). Die Erwartungen an das Russlandgeschäft zeigen sich ausgeglichener als noch vor einem halben Jahr, jedoch gehen noch immer 28 Prozent der Exporteure von weiter sinkenden Absätzen aus.

Trotz immer mehr Handelshemmnissen und einem zunehmendem internationalen Wettbewerb, ist der **Anteil des Exports in Drittländer** auf 76%-Punkte angestiegen, 6%-Punkte mehr als noch im Vorjahr. Spitzenwerte erzielen die Branchen Backwaren (94%, +32%-Punkte), alkoholfreie Getränke (88%, +8%-Punkte) und Fleisch (63%, +17%-Punkte), welche über die letzten sechs Monaten deutlich zugelegt haben.

Export in Nicht-EU-Länder

Welches sind die 3 wichtigsten Nicht-EU-Länder, in die Ihr Unternehmen regelmäßig exportiert?

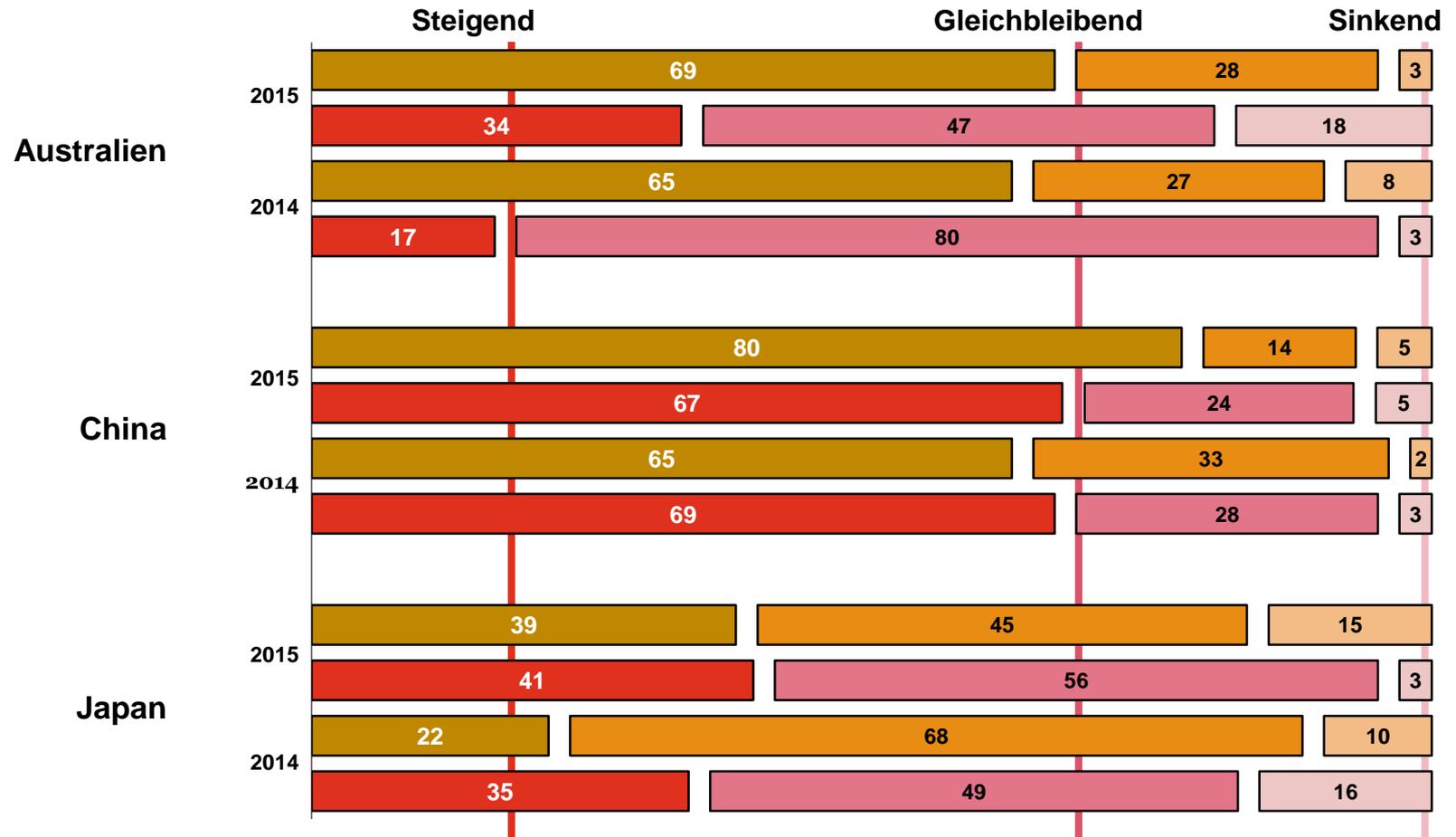
Frage 8
n = 325
Angaben in %



Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate

Nicht-EU-Länder

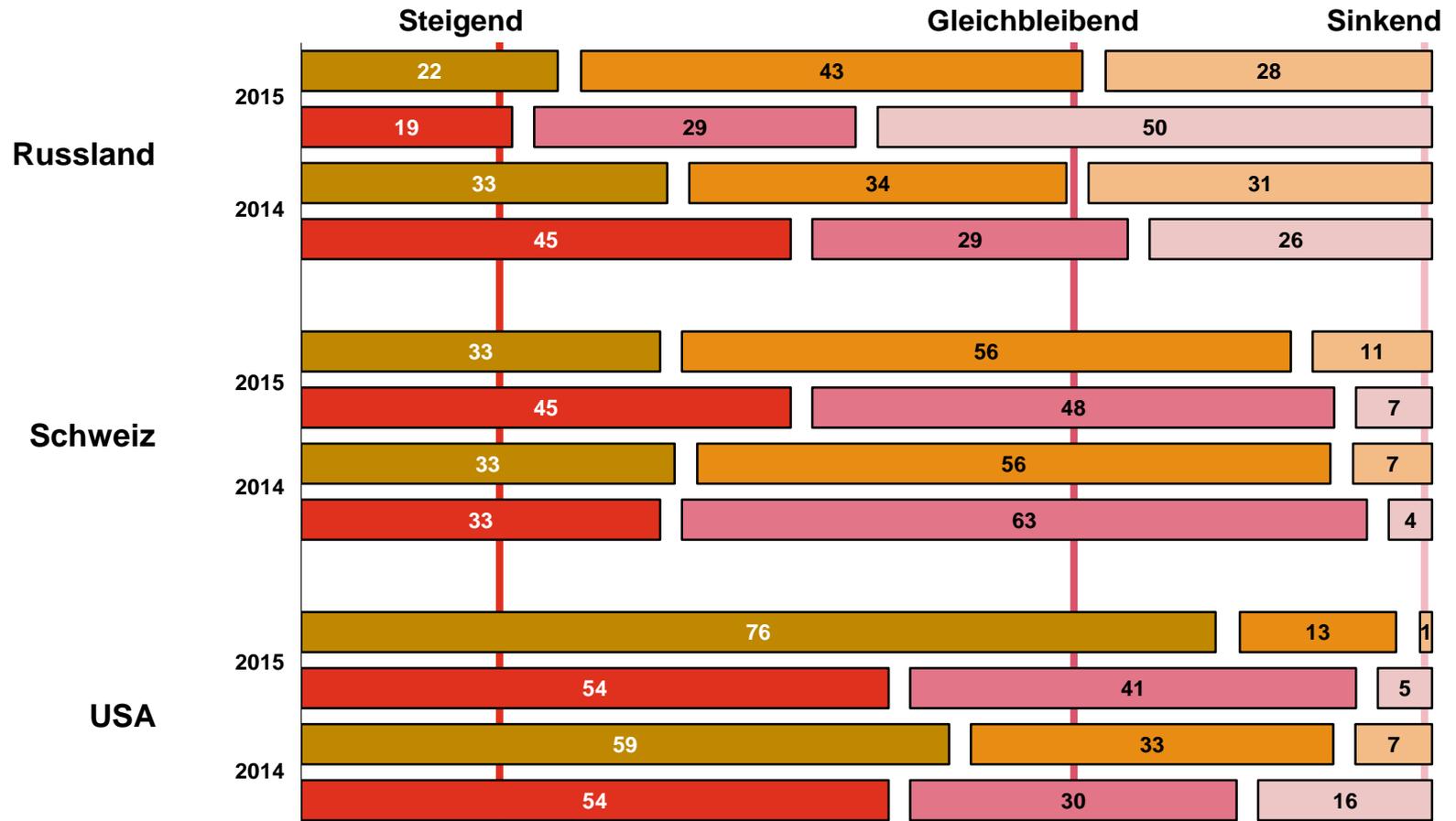
Frage 5
Länder mit mind. 30
Beurteilungen
Angaben in %
Differenz zu 100 % = k. A.



Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate

Nicht-EU-Länder

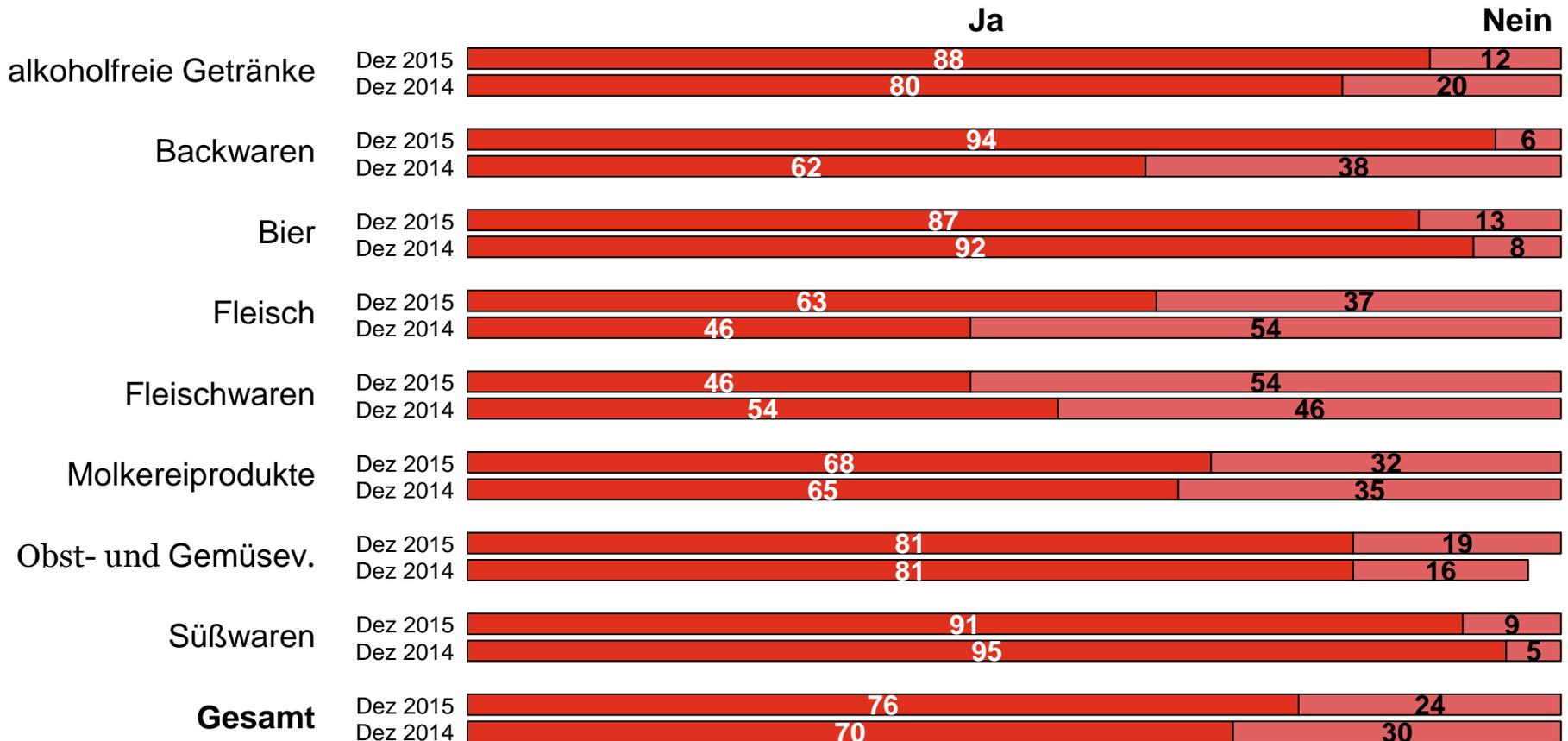
Frage 5
Länder mit mind. 30
Beurteilungen
Angaben in %
Differenz zu 100 % = k. A.



Export in Nicht-EU-Länder

Exportiert Ihr Unternehmen in Länder außerhalb der EU?

Frage 7
n = 400
Angaben in %
Differenz zu 100% = k. A.



Export in Eigenregie ist wichtigster Vertriebsweg innerhalb der EU und in Drittländern

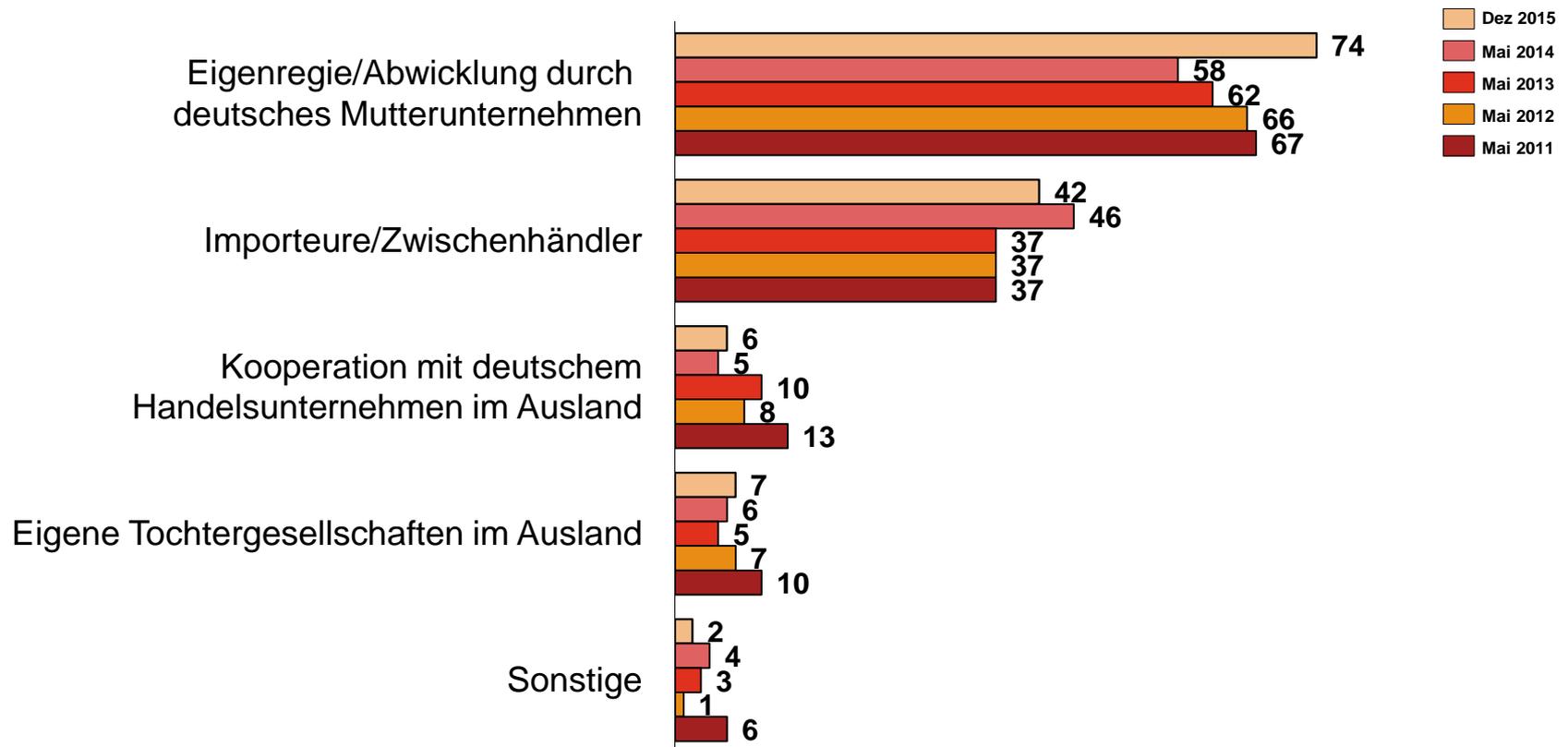
Der wichtigste **Vertriebsweg innerhalb der EU** ist mit 74% die Abwicklung der Exporte in Eigenregie bzw. durch das deutsche Mutterunternehmen, dies stellt im Vergleich zu Mai 2014 eine deutliche Steigerung dar (+16%-Punkte). Auf Importeure oder Zwischenhändler greifen 42% der Unternehmen zurück. Eine eigene Tochtergesellschaft im Ausland (7%) sowie die Kooperation mit deutschen Handelsunternehmen im Ausland (6%) haben weiterhin nur eine nachrangige Bedeutung für die befragten Exportunternehmen.

Dieser branchenübergreifende Trend zeigt sich auch bei den **Vertriebswegen in Nicht-EU-Länder**. Hier gibt die Mehrheit (60%) der befragten Unternehmen an, ihr Exportgeschäft in Eigenregie abzuwickeln. Beim Export in Drittländer spielen Importeure oder Zwischenhändler (52%) weiterhin eine große Rolle, dennoch mit leicht sinkender Tendenz.

Vertriebswege für Export in EU-Länder

Wie ist der Export in die EU-Länder in Ihrem Unternehmen organisiert?
Welche Vertriebswege nutzen Sie überwiegend?

Frage 6
n = 380
Angaben in %
Mehrfachnennungen möglich

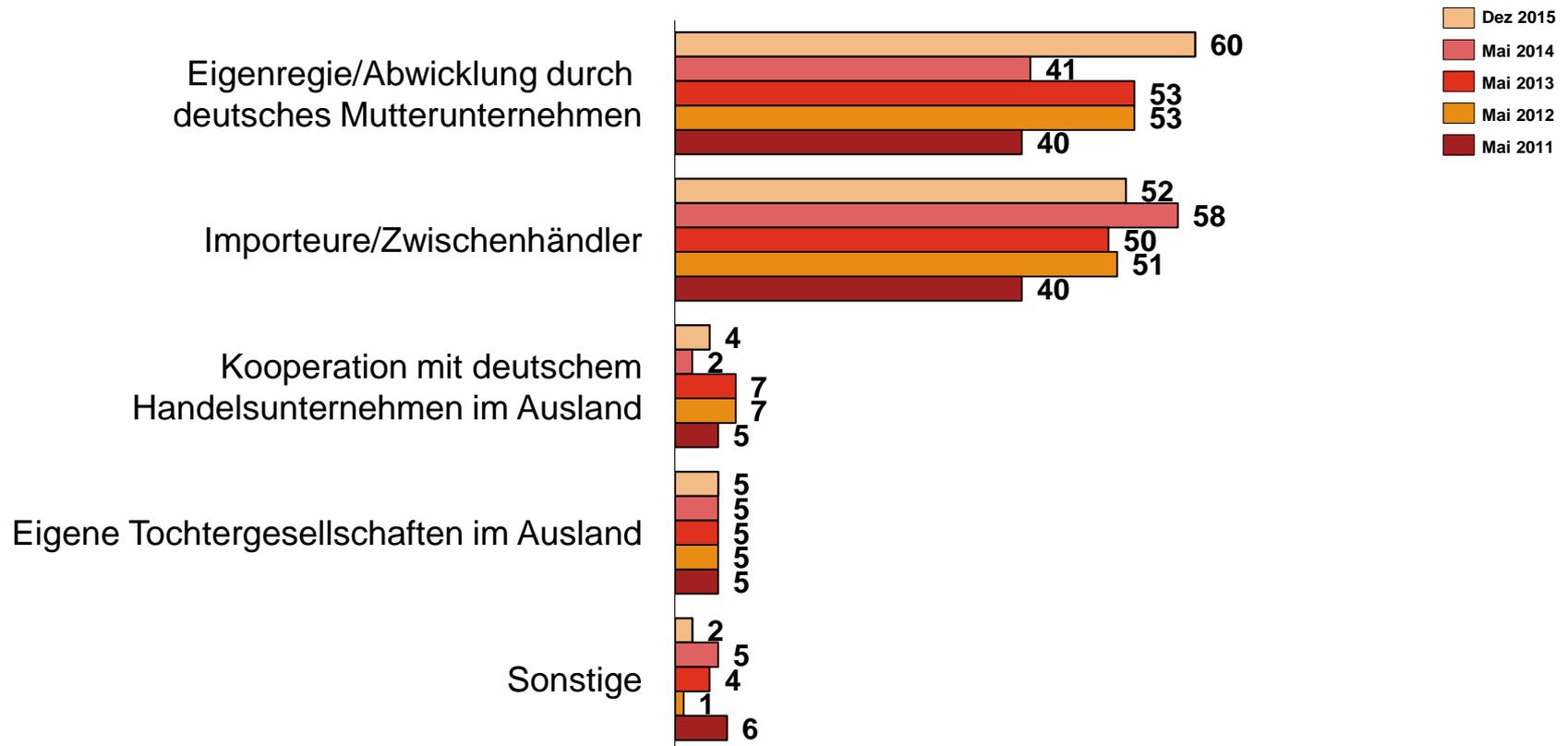


Vertriebswege für Export in Nicht-EU-Länder

Wie ist der Export in die Nicht-EU-Länder in Ihrem Unternehmen organisiert?

Welche Vertriebswege nutzen Sie überwiegend?

Frage 10
(Filter: Export in Nicht-EU-Länder)
n = 313
Angaben in %
Mehrfachnennungen möglich



Stärkster Konkurrent für deutsche Exportunternehmen sind die Niederlande

Betrachteten die Lebensmittelexporteure vor drei Jahren noch deutsche Hersteller als ihre größten Konkurrenten im Exportgeschäft, so hat sich die Wettbewerbssituation aktuell deutlich gewandelt. Die größten Konkurrenten am Weltmarkt sind laut den befragten Unternehmen die Niederlande (28 Prozent), Frankreich (23 Prozent), Italien (20 Prozent), die USA (18 Prozent) und China (16 Prozent).

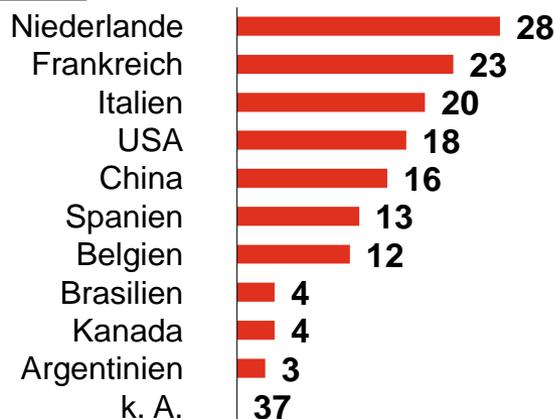
Auf den weltweit zehn größten Importmärkten für Lebensmittel, mit Ausnahme von den Niederlanden und Italien, ist die Mehrzahl der deutschen Exporteure nicht vertreten. In den letzten drei Jahren hat sich die Wettbewerbssituation auf den größten Lebensmittelimportmärkten laut Einschätzung der Unternehmen zudem nicht verändert. Als größte Konkurrenten sehen die deutschen Lebensmittelexporteure auf diesen Märkten vor allem die lokalen Hersteller sowie die europäischen Wettbewerber.

Die größten Konkurrenten am Weltmarkt

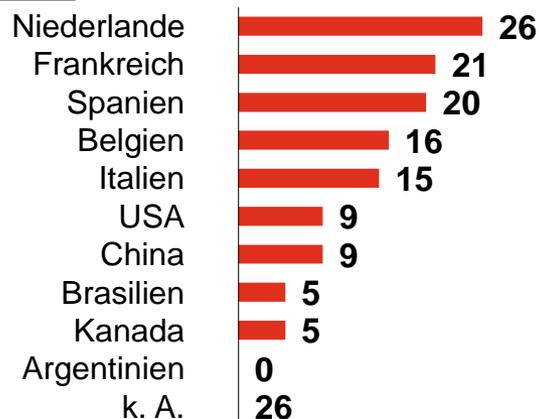
Wer sind Ihre 3 größten Konkurrenten ausgehend von den 10 größten Lebensmittelexporteurs und Wettbewerbern Deutschlands am Weltmarkt?

Frage Z1
n = 400
Angaben in %

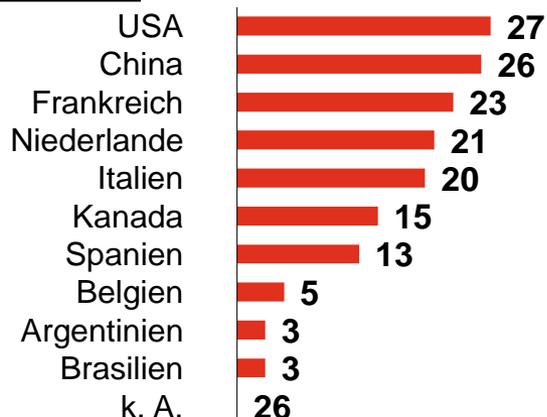
Gesamt



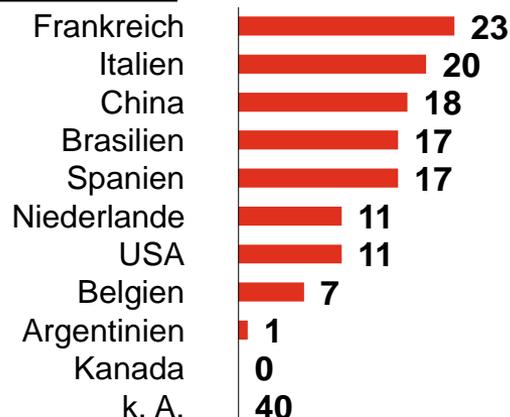
Fleisch



Backwaren



Fleischwaren

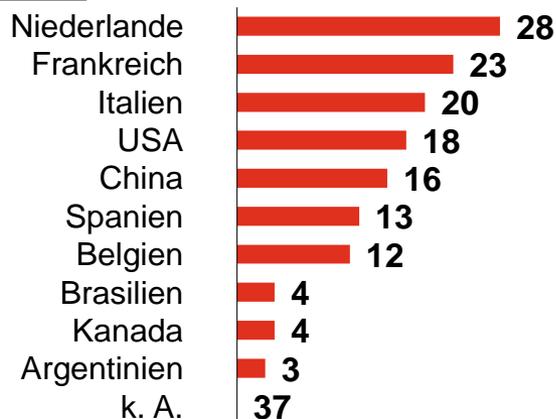


Die größten Konkurrenten am Weltmarkt

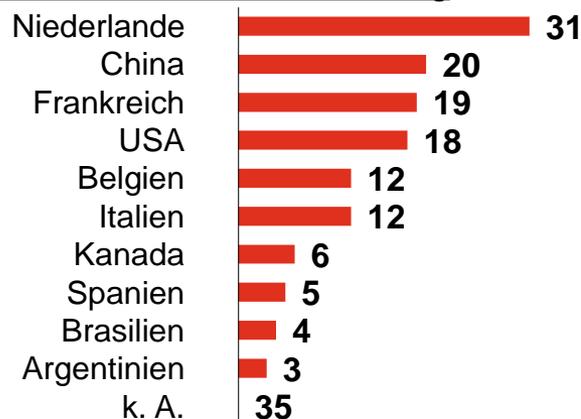
Wer sind Ihre 3 größten Konkurrenten ausgehend von den 10 größten Lebensmittelexporteurs und Wettbewerbern Deutschlands am Weltmarkt?

Frage Z1
n = 400
Angaben in %

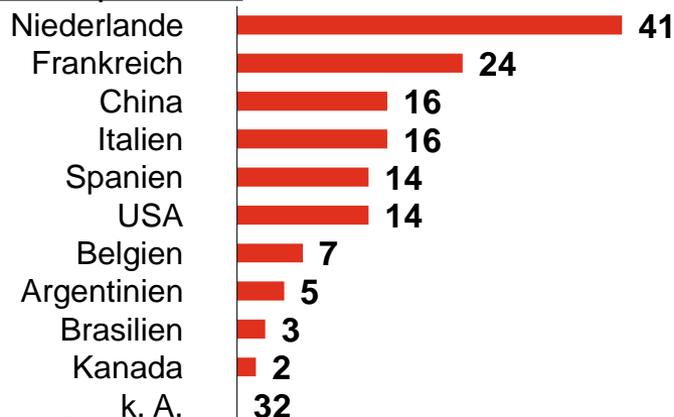
Gesamt



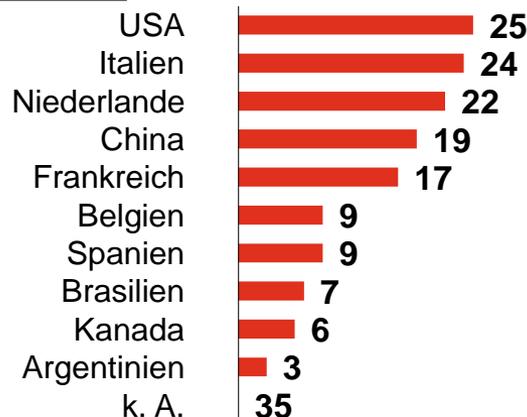
Obst- u. Gemüseverarbeitung



Molkereiprodukte



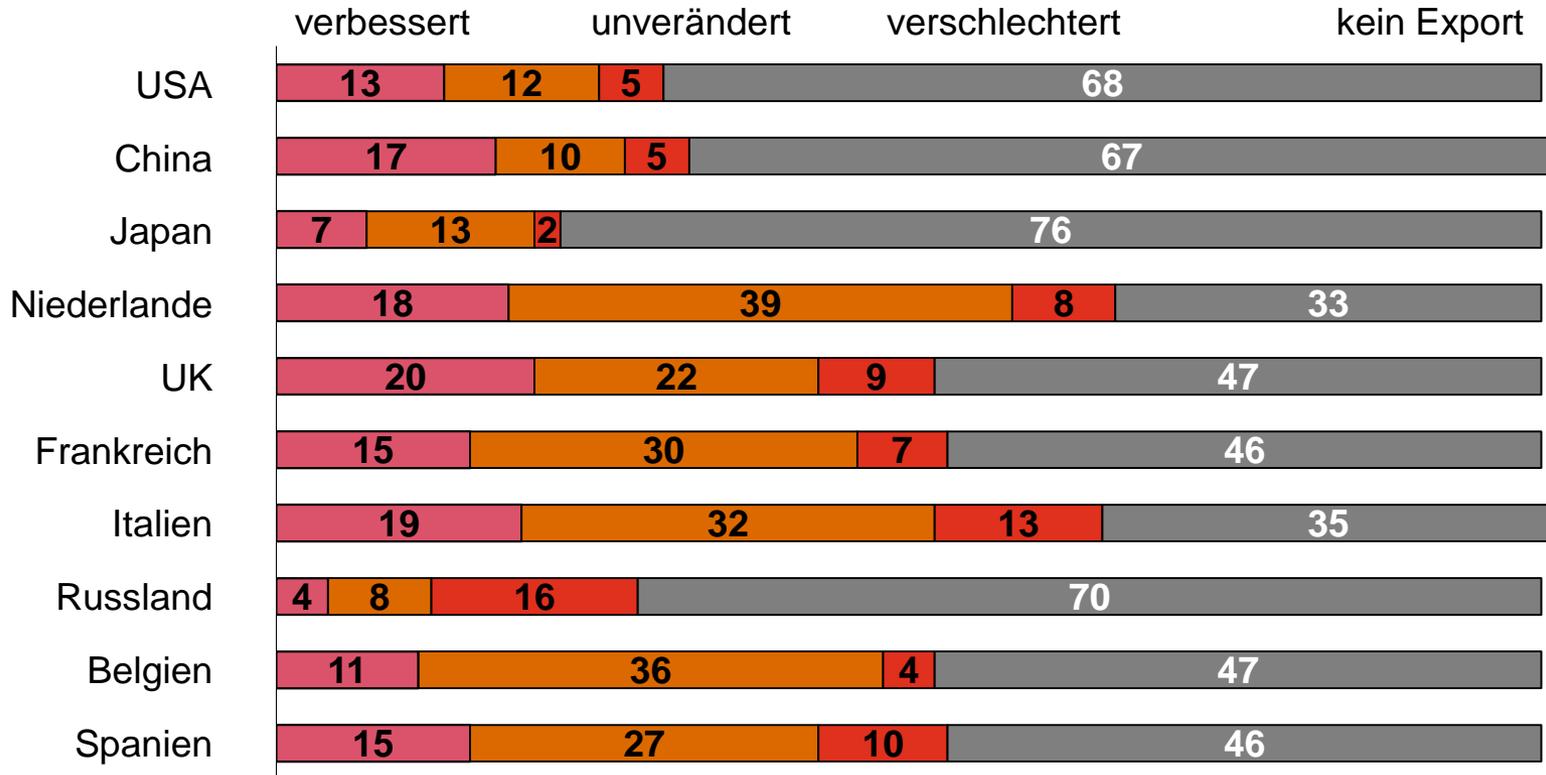
Süßwaren



Wettbewerbssituation auf den Märkten der weltweit größten Exporteure für Lebensmittel

Wie hat sich die Wettbewerbssituation Ihres Unternehmens auf den jeweiligen Märkten der weltweit größten Importeure in den letzten 3 Jahren verändert?

Frage Z2
n = 400
Angaben in %
Differenz zu
100% = k. A.

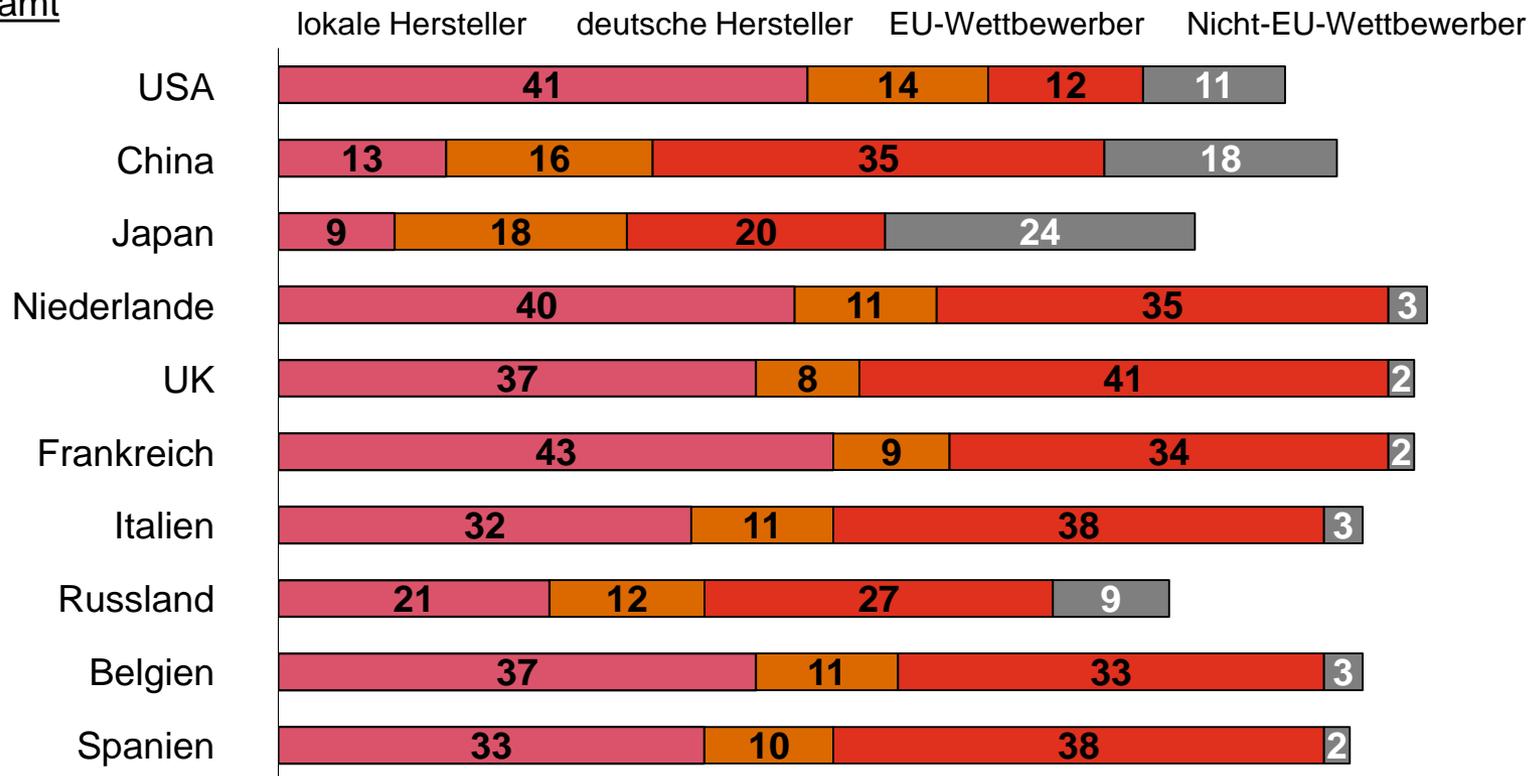


Die wichtigsten Konkurrenten auf den Märkten der weltweit größten Importeure für Lebensmittel

Wer sind Ihrer Meinung nach die größten Konkurrenten in den Märkten der weltweit größten Importeure?

Frage Z3
n = 400
Angaben in %
Differenz zu
100% = k. A.

Gesamt



Methodik, Stichprobe und Onlinetool zur Studie

Für das BVE-PWC-Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie wurden vom 19. Oktober bis zum 24. November zum zwölften Mal in Folge 400 Geschäftsführer und Exportleiter der deutschen Ernährungsindustrie telefonisch befragt. Die erste Befragungswelle wurde im Mai 2010 durchgeführt.

Die Umfrage bietet einen umfassenden Überblick über die aktuelle Exportkonjunktur in der Ernährungsindustrie und wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gefördert. Das Exportklimaindex wird aus der Einschätzung der aktuellen Geschäftslage und der Erwartung für die nächsten sechs Monate errechnet.

Die Zusatzfragen bei der aktuellen Erhebung geben Aufschluss über die Entwicklung der Exportabhängigkeit der deutschen Ernährungsindustrie und liefern Einschätzungen zur zukünftigen Preisentwicklung und den hierfür ausschlaggebenden Faktoren.

Unter <https://www.pwc.de/exportbarometer> steht Ihnen ein kostenloses Onlinetool zur Verfügung, mit dem Sie grafische Auswertungen für die gewünschten Indikatoren erstellen können.

Hiermit können Sie Ihre eigene Lage und Entwicklung der der Branche gegenüberstellen. Zu den Indikatoren zählen die Geschäftslage, die Geschäftserwartung, das Exportklima und die Exportwerte. Sie sind für die wichtigsten Branchen und für verschiedene Zeithorizonte verfügbar.

Erläuterung Methodik

Methode:	Telefonische Befragung (CATI) standardisierter Fragebogen
Zielgruppe:	Exportleiter, Geschäftsführer
Stichprobe:	400 befragte Unternehmen
Adressenquelle:	BVE-Adressdaten Export
Adresspool:	ca. 1.600 Adressen
Befragungszeitraum:	19. Oktober bis 24. November 2015

Export-Klima Lesebeispiel

Beurteilung der Geschäftslage

Gut	50%
Befriedigend	30%
Schlecht	20%
Saldo	+50-20 = 30

Unternehmen, die die Geschäftslage positiv beurteilen, haben **eine Mehrheit von 30 %-Punkten** gegenüber denen, die sie schlecht beurteilen.

Beurteilung der Geschäftserwartung

Besser	20%
Gleichbleibend	50%
Schlechter	30%
Saldo	+20-30 = - 10

Unternehmen, die eine negative Geschäftserwartung haben, besitzen **eine Mehrheit von 10 %-Punkten** gegenüber denen, die eine Verbesserung erwarten.

$$\text{Export-Klima} = \sqrt{(30 + 200) * (-10 + 200)} - 200 = 9$$

Beim Export-Klima überwiegt die positive Beurteilung mit 9 %-Punkten.

Stichprobe der Erhebung

Branche	Stichprobe absolute Werte	Anteil in der Stichprobe in % (ungewichtet)
Alkoholfreie Getränke	28	7,0
Backwaren	31	7,7
Bier	37	9,2
Feinkost, Fertiggerichte	30	7,5
Fleisch	27	6,8
Fleisch- und Wurstwaren	60	15,0
Molkereiprodukte	34	8,5
Obst- und Gemüseverarbeitung	40	10,0
Öl	10	2,5
Süßwaren	68	17,0
Sonstige	35	8,8
Gesamt	400	100

Anteil der Exporte am Umsatz 2015

Frage 13
n = 400
Angaben in %

Branche	Anteil der Exporte am Umsatz in %*
alkoholfreie Getränke	27
Backwaren	30
Bier	18
Feinkost/Fertiggerichte	25
Fleisch	39
Fleisch- und Wurstwaren	25
Molkereiprodukte	29
Obst- und Gemüseverarbeitung	26
Öle	34
Süßwaren	31
Sonstige	21
Gesamt	21

*Gewichtungsfaktor für die Branchen der Auswertung „Gesamt“
BVE-PwC-Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie
PwC

Dezember 2015

Größenklassen der befragten Unternehmen

Anzahl Mitarbeiter

Frage 14

n = 400

Angaben in %

Differenz zu 100% = k. A.

Branche	unter 100	100-200	200-300	über 300
alkoholfreie Getränke	57	18	7	18
Backwaren	39	26	7	28
Bier	70	8	3	16
Feinkost/Fertiggerichte	63	20	3	13
Fleisch	52	4	19	25
Fleisch- und Wurstwaren	40	25	12	23
Molkereiprodukte	32	29	3	35
Obst- und Gemüseverarbeitung	62	5	2	30
Öle	50	20	10	20
Süßwaren	41	35	6	17
Sonstige	66	11	6	17
Gesamt	51	20	7	22

Ihre Ansprechpartner

Gerd Bovensiepen

Partner und Leiter des
Competence Center Retail & Consumer
PricewaterhouseCoopers AG WPG
Tel.: (0211) 981 2939
E-Mail: g.bovensiepen@de.pwc.com

Dr. Stephanie Rumpff

Senior Managerin Business Development
Competence Center Retail & Consumer
PricewaterhouseCoopers AG WPG
Tel.: (0211) 981 2118
E-Mail: stephanie.rumpff@de.pwc.com

Christoph Minhoff

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

Stefanie Lehmann

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

© 2015 PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Alle Rechte vorbehalten.

„PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.