

Konjunkturbericht der Ernährungsindustrie 01 | 2014

Die Ernährungsindustrie ist mit 555.300 Beschäftigten der viertgrößte Industriezweig in Deutschland. Die zu 95 Prozent durch kleine und mittelständische Betriebe geprägte Branche sichert Stabilität, Wohlstand und Arbeitsplätze.

Die Umsatzentwicklung in der Ernährungsindustrie war im vierten Quartal 2013 und ersten Quartal 2014 seitwärts gerichtet. Ein abnehmender Preisauftrieb und ein gedämpftes Exportgeschäft – vorrangig in Drittländern – hemmten weiteres Wachstum. Der solide Lebensmittelabsatz im Inland und die Belebung der Nachfrage aus den EU-Mitgliedstaaten sorgten für Stabilität in der Branche.

Höchste Qualität, Sicherheit, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung zeichnen die moderne Lebensmittelproduktion aus. Die Ernährungsindustrie sorgt täglich für das Wohl von 80 Millionen Verbrauchern in Deutschland – mit einem Exportanteil von 31 Prozent schätzen darüber hinaus Kunden weltweit die Qualität deutscher Produkte.

Inhalt

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| 1 Gesamtwirtschaftliche Lage | Seite 2 |
| 2 Konjunktorentwicklung der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2013 und 1. Quartal 2014 | Seite 4 |
| 3 Arbeitsmarkt | Seite 7 |
| 4 Situationsberichte aus den Branchen | Seite 9 |



1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Die Weltproduktion folgt einem Aufwärtstrend. Das konjunkturelle Wiedererstarren, sich stabilisierende Arbeitsmärkte sowie abnehmende finanzpolitische Risiken in den Industrieländern tragen zum globalen Wachstum bei. Besonders die US-Konjunktur befindet sich im Aufschwung aber auch der Euroraum erholt sich von der Rezession. Die Wachstumsraten in den Schwellenländern bleiben jedoch weiterhin gedämpft. Die größten Risiken für die Weltwirtschaft beruhen vor allem auf der Instabilität der Kapitalmärkte der Schwellenländer sowie auch geopolitischen Unsicherheiten. In Erwartung anhaltender positiver Wachstumsimpulse für die Weltproduktion prognostiziert der IWF für 2014 ein Weltwirtschaftswachstum von +3,6 Prozent, gefolgt von einem weiteren Zuwachs um +3,9 Prozent in 2015.

Der Konjunkturaufschwung hat auch Deutschland erfasst. Die Produktion und die Beschäftigung in der deutschen Wirtschaft steigen, die Stimmungslage der Unternehmen und Konsumenten ist positiv. Abnehmende Konjunkturrisiken haben vor allem die Investitionstätigkeit angeregt. Getragen wird das Wachstum von einer soliden Binnennachfrage sowie dem einsetzenden Konjunkturauftrieb in der Eurozone als wichtigsten Absatzmarkt für deutsche Unternehmen. Damit kann auch

die schwächere Nachfrage aus Drittländern wenigstens zum Teil ausgeglichen werden. Das Frühjahrsgutachten der deutschen Forschungsinstitute prognostiziert für 2014 einen Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von +1,9 Prozent und +2,0 Prozent in 2015, ein positives Signal für die Produktion und den Export. Auch am Arbeitsmarkt werden weitere positive Impulse erwartet, 2014 und 2015 soll die Zahl der Erwerbstätigen um 300.000 bis 400.000 steigen. Die Arbeitslosenquote soll damit auf 6,7 Prozent sinken. Der Inflationsdruck wird 2014 mit 1,3 Prozent schwächer erwartet als noch im Vorjahr, 2015 feile die Teuerung mit 1,8 Prozent weiterhin gemäßigt aus. Auf das Konsumklima dürfte sich die Beschäftigungslage und die Preisentwicklung somit erneut positiv auswirken.

Bedingung für den Konjunkturaufschwung und nachhaltiges Wachstum ist für die deutschen Unternehmen ein angemessener wirtschaftspolitischer Rahmen. Der Standort Deutschland muss international wettbewerbsfähig bleiben. Dazu zählt für die Ernährungsindustrie eine gesicherte Verfügbarkeit von Rohstoffen und Energie zu bezahlbaren Preisen sowie Bürokratieabbau und Deregulierung. Das Investitionsklima ist zu verbessern und Arbeitsplätze zu sichern.

Bruttoinlandsprodukt – Veränderung in Prozent nach Ländergruppe

| | Durchschnitt 1995-2004 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | Veränderung zur IWF-Pronose Januar 2014* | 2015 | Veränderung zur IWF-Pronose Januar 2014* |
|--------------------------------------|---------------------------|------|------|------|------|------------------------------------------------|------|------------------------------------------------|
| Welt | 3,6 | 3,9 | 3,2 | 3,0 | 3,6 | -0,1 | 3,9 | -0,1 |
| Industrieländer | 2,8 | 1,5 | 1,4 | 1,3 | 2,2 | 0,0 | 2,3 | 0,0 |
| EU | 2,6 | 1,7 | -0,3 | 0,2 | 1,6 | 0,2 | 1,8 | 0,1 |
| Entwicklungs- und Schwellenländer | 4,9 | 6,2 | 5,0 | 4,7 | 4,9 | -0,2 | 5,3 | -0,1 |

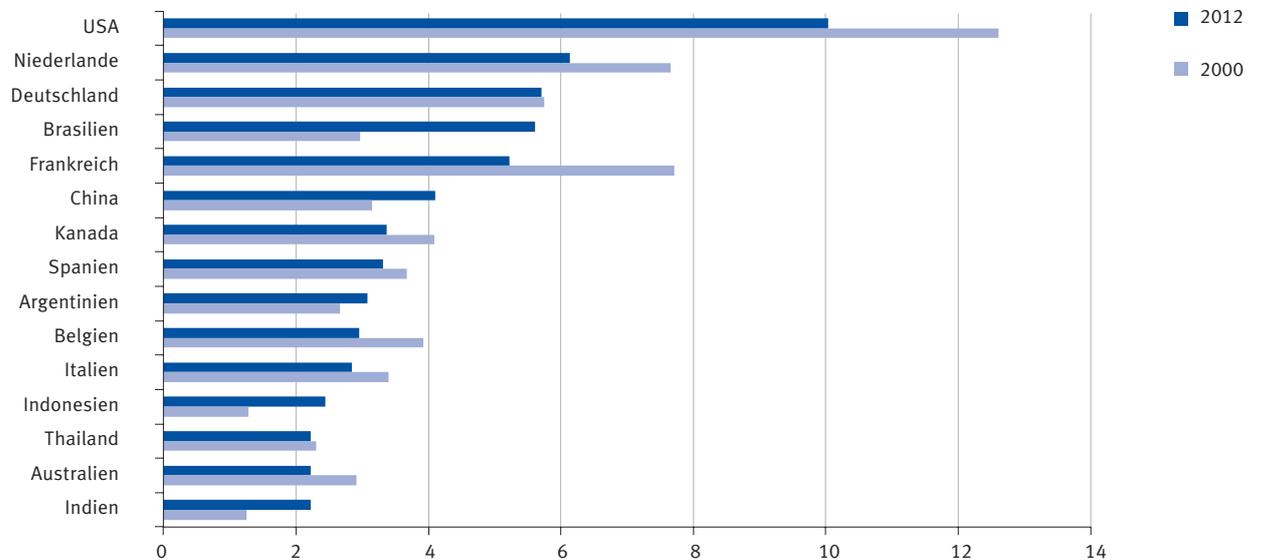
Quelle: IWF

* in Prozentpunkten

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Anteil am Weltexport von Lebensmitteln

in Prozent



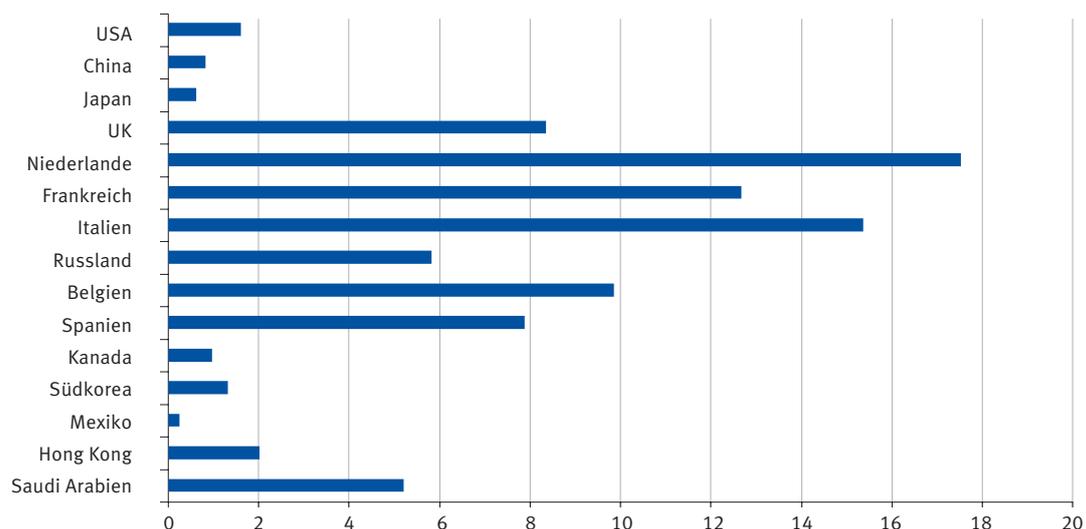
Deutschland sichert Weltmarktanteil am Lebensmittelexport:

Mit einem Anteil von knapp 6 Prozent am Weltexport von Lebensmitteln konnte Deutschland 2012 seine Marktposition gegenüber 2000 behaupten. Unterdessen mussten viele führende Industrieländer wie die USA, die Niederlande, Frankreich oder Kanada Marktanteile im Agrarexport an wachsende Schwellenländer wie China, Brasilien, Argentinien, Indonesien oder Indien abgeben. Heute ist Deutschland der drittgrößte Lebensmittelexporteur am Weltmarkt.

Bei den weltweit 15 größten Lebensmittellimporteuren haben deutsche Lebensmittel einen bedeutenden Importanteil, so besonders in den EU-Mitgliedstaaten Niederlande, Italien, Frankreich, Belgien, Großbritannien und Spanien. Außerhalb der EU sind deutsche Lebensmittel vor allem in Russland, Saudi-Arabien, China und Hong Kong sowie den USA etabliert.

Anteil deutscher Lebensmittellimporte bei den 15 größten Lebensmittellimporteuren weltweit 2012

in Prozent

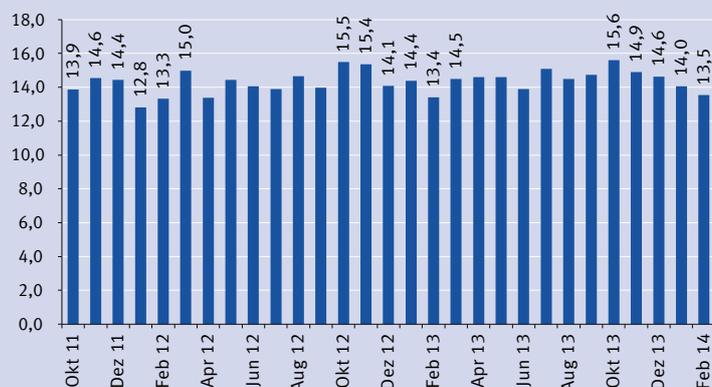


Quellen: WTO, Statistisches Bundesamt, BVE

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2013 und 1. Quartal 2014 Umsatz, Export, Produktion

Umsatz der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro

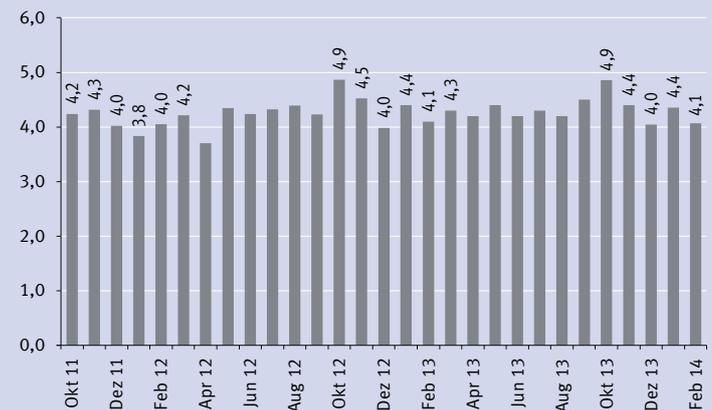


Die Umsatzentwicklung in der Ernährungsindustrie war im vierten Quartal 2013 und ersten Quartal 2014 seitwärts gerichtet. Ein abnehmender Preisauftrieb und ein gedämpftes Exportgeschäft – vorrangig in Drittländern – hemmten weiteres Wachstum. Der solide Lebensmittelabsatz im Inland und die Belebung der Nachfrage aus den EU-Mitgliedstaaten sorgten für Stabilität in der Branche. Das Geschäftsumfeld der Lebensmittelhersteller bleibt schwierig, steigende Produktionskosten, saisonale und witterungsbedingte Angebots- und Nachfrageschwankungen, harter Wettbewerb, wachsende Verbraucheranforderungen und immer mehr Handelsbarrieren in Drittländern bestimmen die konjunkturelle Entwicklung.

Im vierten Quartal 2013 erzielte die Ernährungsindustrie einen Umsatz von 45,1 Milliarden Euro, davon wurden 13,3 Milliarden Euro im Lebensmittelexport erwirtschaftet. Das bedeutete einen minimalen Zuwachs von +0,4 Prozent, preisbereinigt sanken die Umsätze um -0,4 Prozent. Das Lebensmittelexportgeschäft stagnierte zum Jahresende bei -0,5 Prozent. Positive Erwartungen ließen die Lebensmittelproduktion im vierten Quartal 2013 leicht ansteigen, der kalenderbereinigte Produktionsindex erhöhte sich um +0,6 Prozent. Dabei stieg der Produktionsindex für die Nahrungsmittelproduktion um +0,4 Prozent, in der Getränkeproduktion um +2,0 Prozent.

Exporte der Ernährungsindustrie

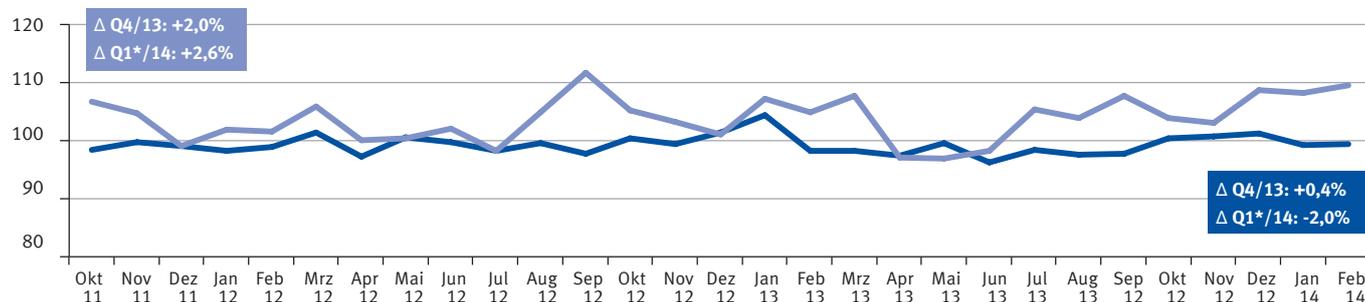
in Mrd. Euro



Im Januar und Februar 2014 setzte sich die Stagnation fort. Die Ernährungsindustrie erwirtschaftete einen Umsatz von 27,6 Milliarden Euro, das entsprach einem Rückgang von -0,8 Prozent. Real sank der Branchenumsatz sogar um -1,4 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Lebensmittelexporte blieben bei einem Wert von 8,4 Milliarden Euro um -0,9 Prozent hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Die Produktionsleistung der Branche sank – bereinigt um arbeitstägliche und saisonale Schwankungen – um -1,3 Prozent. Der Produktionsindex für die Nahrungsmittelproduktion sank um -2,0 Prozent und stieg in der Getränkeindustrie um +2,6 Prozent.

Entwicklung des Produktionsindex der Ernährungsindustrie

Vergleich Q4/2013 u. Q1*/2014



*Q1=Januar und Februar

Quelle: Statistisches Bundesamt

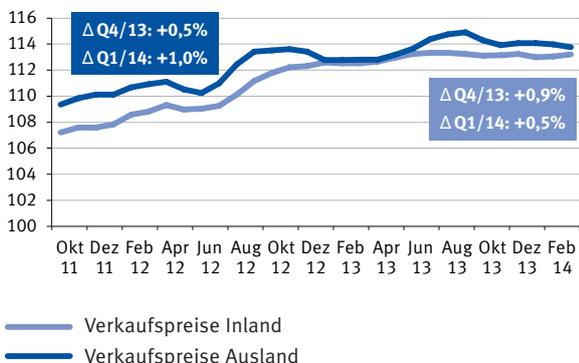
— Index für die Nahrungsmittelproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2010=100

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

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2013 und 1. Quartal 2014: Preisentwicklung

Entwicklung Verkaufspreise in der Ernährungsindustrie

Vergleich: Q4/2013 u. Q1/2014 (Indizes; 2010=100)

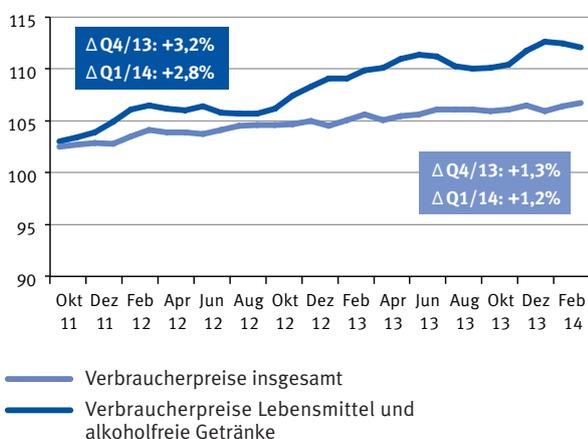


Steigende Kosten bei Energie, Produktionsmitteln, Personal und Vertrieb in der Lebensmittelproduktion sowie anspruchsvolle Verbraucher sorgen für einen intensiven Wettbewerb und eine hohe Preissensibilität. Lebensmittel sind in Deutschland nach wie vor preiswert. An den Konsumausgaben deutscher Haushalte haben Lebensmittel einen geringen Anteil von 11,7 Prozent. Das günstige Lebensmittelpreisniveau in Deutschland ist vor allem der Marktkonzentration im Lebensmitteleinzelhandel geschuldet. Die Hersteller können daher gerade kurzfristige Preisschwankungen bei Produktionsmitteln wie Agrarrohstoffen nur schwer in ihren Verkaufspreisen ausgleichen.

Die Lage an den Agrarrohstoffmärkten blieb im vierten Quartal 2013 und ersten Quartal 2014 angespannt. Das Preisniveau bleibt hoch. Aus ernte- und witterungsbedingten Angebotsveränderungen folgen in Teilbranchen schwer auszugleichende Preisschwankungen. Der HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel sank im vierten Quartal 2013 um -21,6 Prozent und im ersten Quartal 2014 um -11,2 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die zuverlässige Versorgung mit hochwertigen Rohstoffen zu bezahlbaren Preisen bleibt für die Branche weiterhin eine große Herausforderung.

Entwicklung Verbraucherpreisindex

Vergleich: Q4/2013 u. Q1/2014 (Indizes; 2010=100)



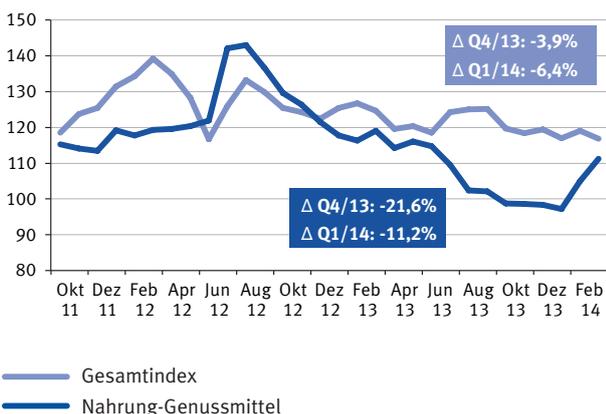
Die Erzeuger- und Ausführpreise erhöhten sich für die Lebensmittelhersteller nur geringfügig. Die Verkaufspreise im Inland stiegen um +0,9 Prozent im vierten Quartal 2013 und um +0,5 Prozent im ersten Quartal 2014. Im Export stiegen die Preise jeweils um +0,5 Prozent beziehungsweise um +1,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Bei den Verbraucherpreisen schwächte sich der Preisauftrieb leicht ab. So verteuerte sich der Verbraucherpreisindex für Lebensmittel im vierten Quartal 2013 um +3,2 Prozent und im ersten Quartal 2014 um +2,0 Prozent. Bei einzelnen Produktgruppen wie Kaffee, Tee oder Kakao gab es in den letzten 6 Monaten auch Preissenkungen. Der abnehmende Inflationsdruck hebt die Kauflaune der Verbraucher.

Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung Rohstoffpreise

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



| Verbraucherpreissteigerungen nach Produktgruppen* | Q4/13: Veränderung Vorjahreszeitraum | Q1/14: Veränderung Vorjahreszeitraum |
|---------------------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| Brot und Getreideerzeugnisse | 1,9% | 1,2% |
| Fleisch, Fleischwaren | 2,4% | 0,6% |
| Fisch, Fischwaren | 2,3% | 2,9% |
| Molkereiprodukte und Eier | 8,7% | 9,1% |
| Speisefette und -öle | 12,8% | 9,3% |
| Obst | 3,9% | 3,6% |
| Gemüse u. Kartoffeln | 2,7% | 2,8% |
| Zucker, Marmelade, Konfitüre, Honig, Sirup | 2,6% | 2,2% |
| Mineralwasser, Säfte, Limonaden | 1,8% | 1,1% |
| Kaffee, Tee, Kakao | -3,4% | -3,0% |
| Spirituosen | 1,4% | 1,1% |
| Wein | 1,4% | 1,3% |
| Bier | 2,0% | 3,9% |

Quelle: HWWI – Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut

*Indexveränderung

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2013 und 1. Quartal 2014:

Geschäftsklima

Ein wichtiger Indikator zur Einschätzung der konjunkturellen Entwicklung der Branche ist die Stimmungslage der Lebensmittelhersteller nach dem Ifo-Geschäftsklimaindex. Dieser fasst die aktuelle Geschäftslage und die zukünftigen Erwartungen an die Geschäftslage zusammen. Langfristig zeigt sich das Geschäftsklima in der Ernährungsindustrie stabil. Der Trend war in den letzten drei Jahren jedoch leicht abwärts geneigt, was die schwierige Ertragslage der Unternehmen widerspiegelt.

Im vierten Quartal 2013 und ersten Quartal 2014 wurde das Geschäftsklima in der Ernährungsindustrie mehrheitlich positiv eingeschätzt, im Vergleich zum Vorjahr fiel die Stimmung bei den Unternehmen jedoch gemäßiger aus. Hinzu kamen die üblichen saisonalen und kalenderbedingten Effekte. Dabei wurde in beiden Quartalen die aktuelle Geschäftslage tendenziell noch besser eingeschätzt als die zukünftigen Geschäftserwartungen. Die weiterhin positive Stimmungslage bei den Unternehmen deutet auf eine stabile Geschäftsentwicklung und mögliche neue Wachstumsimpulse hin.

Im Vergleich zur Ernährungsindustrie war das Geschäftsklima im Verarbeitenden Gewerbe im vierten Quartal 2013 und ersten Quartal 2014 sogar von einer noch stärkeren Zuversicht geprägt. Die umfassend gute Stimmungslage und Zuversicht in der deutschen Wirtschaft stützt die Prognosen für den deutschen Konjunkturaufschwung.

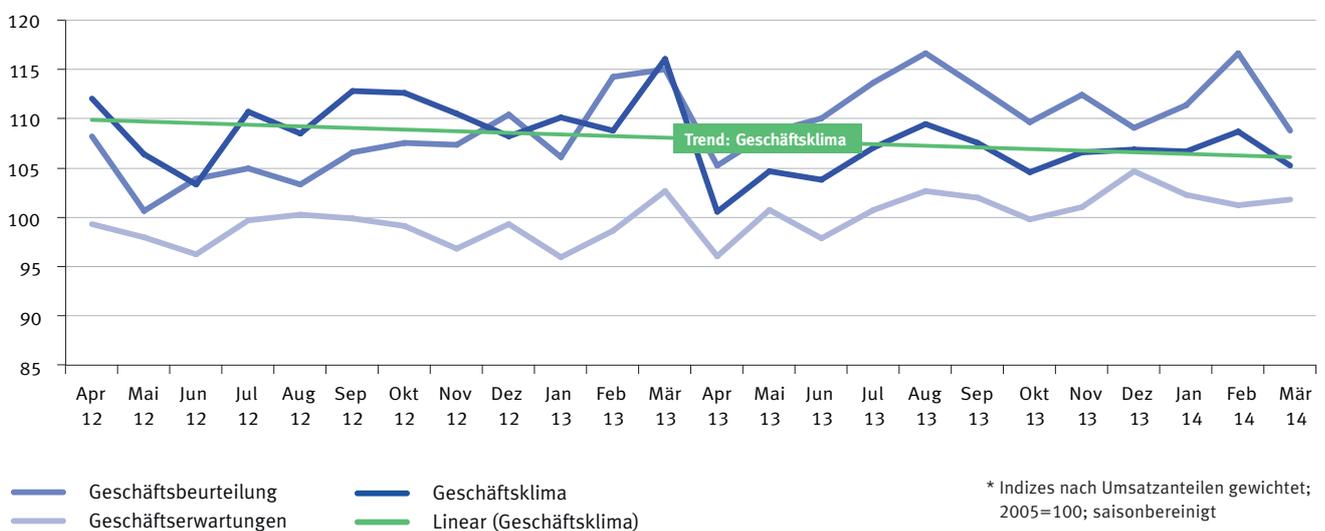
Ihre Kapazitätsauslastung bewerteten die Lebensmittelhersteller in den letzten zwei Quartalen mehrheitlich positiv aber

nicht so gut wie im Vorjahreszeitraum. Die Produktionspläne entwickelten sich laut Einschätzung der Unternehmen hingegen besser als noch im Vorjahr. Bestehende Produktionsbehinderungen waren vor allem auf den Auftrags- und Arbeitskräftemangel sowie Finanzierungsengpässe zurückzuführen. Hinsichtlich der Entwicklung der Beschäftigten zeigte sich die Stimmungslage bei den Unternehmen relativ ausgewogen. Ihre Wettbewerbssituation im Inland sehen die Lebensmittelhersteller gegenüber dem Vorjahr verbessert, auch die Wettbewerbsposition am EU-Binnenmarkt wird von ihnen als stabil eingeschätzt.

Umsatzsteigerungen sind am deutschen Lebensmittelmarkt für die Hersteller fast nur wertmäßig möglich. Wachstum generieren die Unternehmen daher durch die Erschließung neuer Absatzmärkte im Export. Mittlerweile verdient die Branche jeden dritten Euro im Ausland. Die Erwartungen der Lebensmittelhersteller an die Entwicklung der Exporte zeigten sich im vierten Quartal 2013 und ersten Quartal 2014 überwiegend positiv. Treffen die steigenden Exporterwartungen ein, könnte die Branchenkonjunktur wichtige neue Wachstumsimpulse erhalten. Die Zuversicht wird auch durch die Ergebnisse des PwC-BVE-Exportbarometers Dezember 2013 bestätigt, demnach stieg das Exportklima in der Branche um fast +27 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Trotz zunehmender Handelsbarrieren bleiben die Erwartungen an das Exportgeschäft außerhalb der EU hoch. Fast 80 Prozent der Lebensmittelhersteller setzen ihre Produkte bereits in Drittländern ab.

Entwicklung des Geschäftsklimas in der Ernährungsindustrie

Q4/2013 und Q1/2014 im Vergleich*



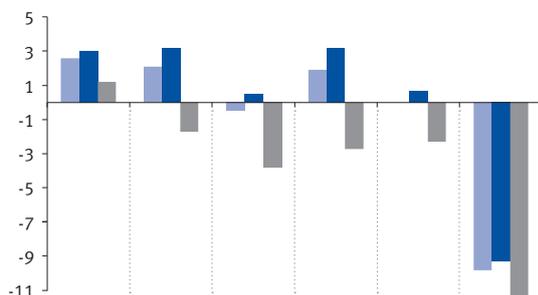
* Indizes nach Umsatzanteilen gewichtet; 2005=100; saisonbereinigt

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie 4. Quartal 2013 und 1. Quartal 2014:

Konsumklima

Consumer Index: Sortimentsentwicklung

Q4/2013 und Q1/2014, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



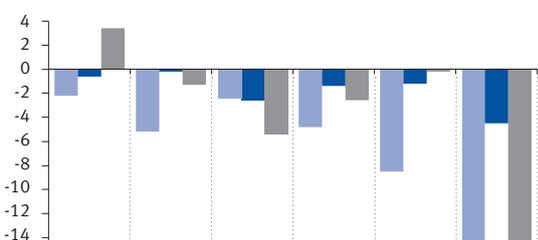
| | Okt 13 | Nov 13 | Dez 13 | Jan 14 | Feb 14 | Mrz 14 |
|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Food + Getränke | 2,6 | 2,1 | -0,5 | 1,9 | 0,0 | -9,8 |
| Food | 3,0 | 3,2 | 0,6 | 3,2 | 0,7 | -9,3 |
| Getränke | 1,2 | -1,7 | -3,8 | -2,7 | -2,3 | -11,4 |

Die Stimmung bei den deutschen Verbrauchern hat sich in den letzten sechs Monaten weiter verbessert. Auf hohem Niveau stieg das Konsumklima im vierten Quartal 2013 durchschnittlich um +20,7 Prozent und im ersten Quartal 2014 sogar um +40,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die stabile Arbeitsmarktlage, gute Einkommenserwartungen und der geringe Inflationsdruck heben die Kauflaune der Konsumenten deutlich an. Auch die Konjunkturerwartungen der Verbraucher haben sich verbessert.

Die gute Kauflaune fördert auch die Nachfrage nach Konsumgütern. Der Consumer-Index der GfK gibt hier Einblicke in die Absatzentwicklung bei Lebensmitteln und Getränken im Lebensmitteleinzelhandel nach Produktsegment in den vergangenen 6 Monaten.

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Getränke

Q4/2013 und Q1/2014, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent

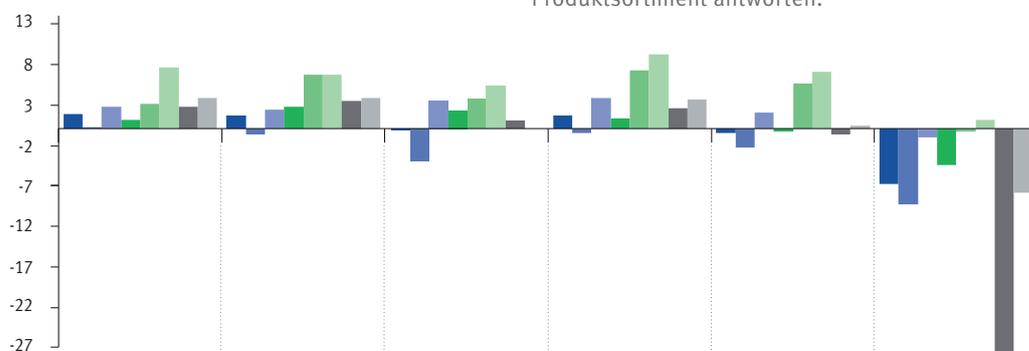


| | Okt 13 | Nov 13 | Dez 13 | Jan 14 | Feb 14 | Mrz 14 |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Heißgetränke | 2,2 | -5,2 | -10,2 | -4,8 | -8,5 | -14,6 |
| Alkoholfreie Getränke | -0,6 | -0,2 | -2,6 | -1,4 | -1,2 | -4,5 |
| Alkohohlhaltige Getränke | 3,4 | -1,3 | -2,4 | -2,6 | -0,2 | -14,3 |

Lebensmittel aller Sortimentsbereiche zeigten im Einzelhandel in den letzten zwei Quartalen eine überwiegend positive Umsatzentwicklung, die Verbraucher waren kauffreudig. Hingegen sanken die Umsätze im Getränke-Sortiment, was vor allem geringeren Preiseffekten und der Witterung geschuldet war. Der sortimentsübergreifende Umsatzrückgang im März 2014 war fast ausschließlich durch den negativen Kalendereffekt in Folge des späteren Osterfestes 2014 begründet. Einzelhandelspreissteigerungen bedingen nach wie vor maßgeblich das Umsatzwachstum. Auf Herausforderungen wie das hohe Konsum- und Preisbewusstsein, die sinkende Einkaufsfrequenz und zunehmende Mobilität der Verbraucher muss der Handel mit Verbesserungen in Qualität, Service, Standortwahl und Produktsortiment antworten.

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Food

Q4/2013 und Q1/2014, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



| | Okt 13 | Nov 13 | Dez 13 | Jan 14 | Feb 14 | Mrz 14 |
|-------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Frischeprodukte | 1,8 | 1,7 | -0,2 | 1,7 | -0,5 | -6,7 |
| Fleisch/Wurstwaren | 0,1 | -0,7 | -3,6 | -0,4 | -2,3 | -9,3 |
| Obst/Gemüse | 2,8 | 2,4 | 3,3 | 3,8 | 2 | -1 |
| Brot/Backwaren | 1,2 | 2,7 | 2,3 | 1,3 | -0,3 | -4,5 |
| Molkereiprodukte, gelbe Linie | 3,1 | 6,8 | 3,9 | 7,2 | 5,6 | -0,2 |
| Molkereiprodukte, weiße Linie | 7,7 | 6,7 | 5,0 | 9,3 | 7,1 | 1,1 |
| Süßwaren | 2,8 | 3,4 | 0,9 | 2,5 | -0,7 | -28,1 |
| Sonstige Nahrungsmittel | 3,9 | 3,9 | 0,0 | 3,6 | 0,4 | -7,9 |

3 | Arbeitsmarkt

Die stabile Beschäftigungssituation in der Ernährungsindustrie ist ein wichtiger Konjunkturindikator. Mit 555.300 Beschäftigten ist die Branche der viertgrößte deutsche Industriezweig und bietet sichere Arbeitsplätze sowie vielfältige Beschäftigungsmöglichkeiten in allen Regionen Deutschlands. 2013 konnte die Zahl der Beschäftigten in der Branche trotz harten Wettbewerbs erneut leicht erhöht werden.

ANG



Stabile und verlässliche Strukturen – Die Ernährungsindustrie als Arbeitgeber

Das aktuelle ANG-Arbeits-Panel bestätigt die deutsche Ernährungsindustrie

als attraktiven und verlässlichen Arbeitgeber, in Produktion und Verwaltung gleichermaßen. Die Verteilung der Beschäftigten stellt sich wie folgt dar: Rund 70 Prozent der Beschäftigten arbeiten in Produktion, Logistik, Lager und 30 Prozent in Verwaltung und Management. Zwei Drittel der Beschäftigten sind männlich, rund ein Drittel weiblich.

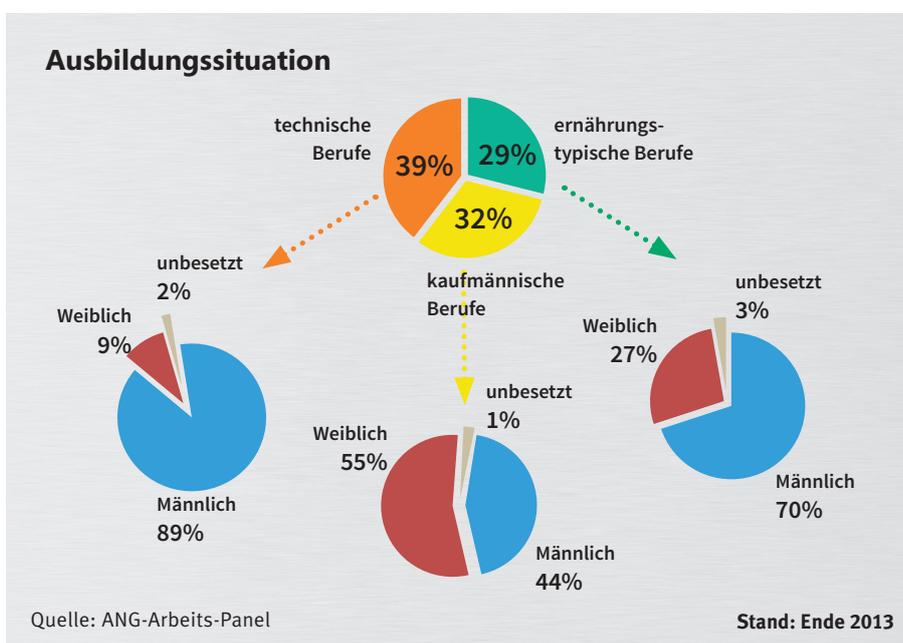
Das ANG-Arbeits-Panel weist bei den sozialpolitisch organisierten Arbeitgebern einen Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter von 98 Prozent auf, d.h. lediglich 2 Prozent sind auf der Basis einer geringfügigen Beschäftigung tätig. Hiervon wird der überwiegende Anteil, nämlich 80 Prozent, in der Produktion, Logistik bzw. Lagerarbeit eingesetzt. An dieser geringen Quote hat sich auch durch die Erhöhung von 400 auf 450 Euro nichts geändert.

Die Vollzeitquote liegt bei knapp 90 Prozent, wobei die Möglichkeit von Teilzeittätigkeit größtenteils von Frauen genutzt wird. Die erfasste Teilzeit meint hierbei ausschließlich sozialversicherungspflichtige Beschäftigungen ohne Minijobber. Zusätzlich ist bei den in den ANG-Mitgliedsverbänden organisierten Unternehmen die Quote der befristeten Arbeitsverhältnisse mit knapp 8 Prozent gering. Mit diesen stabilen Beschäftigungsdaten kann die Ernährungsindustrie im Wettbewerb um Fachkräfte punkten.

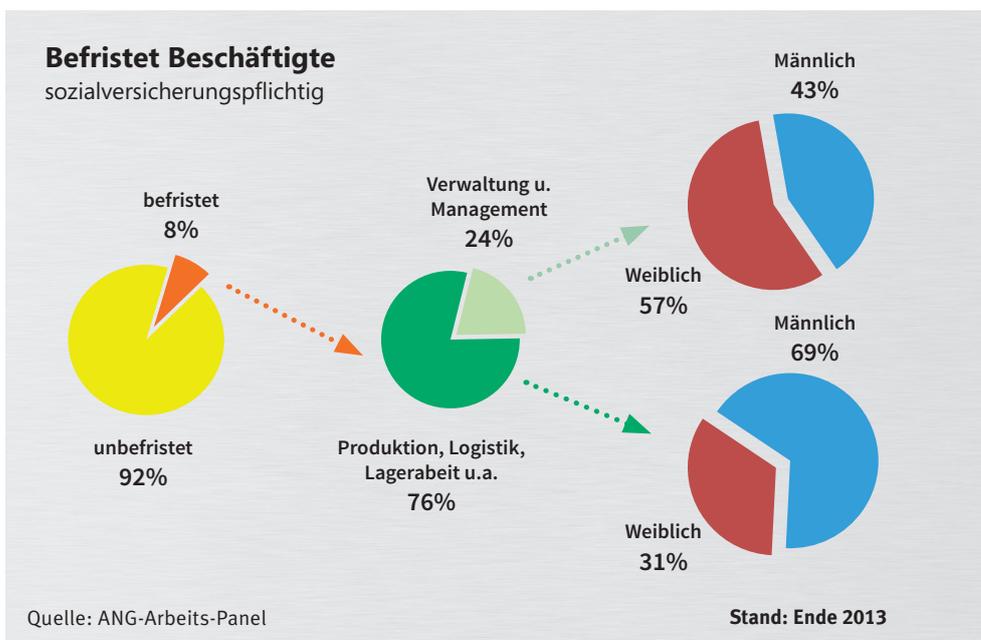
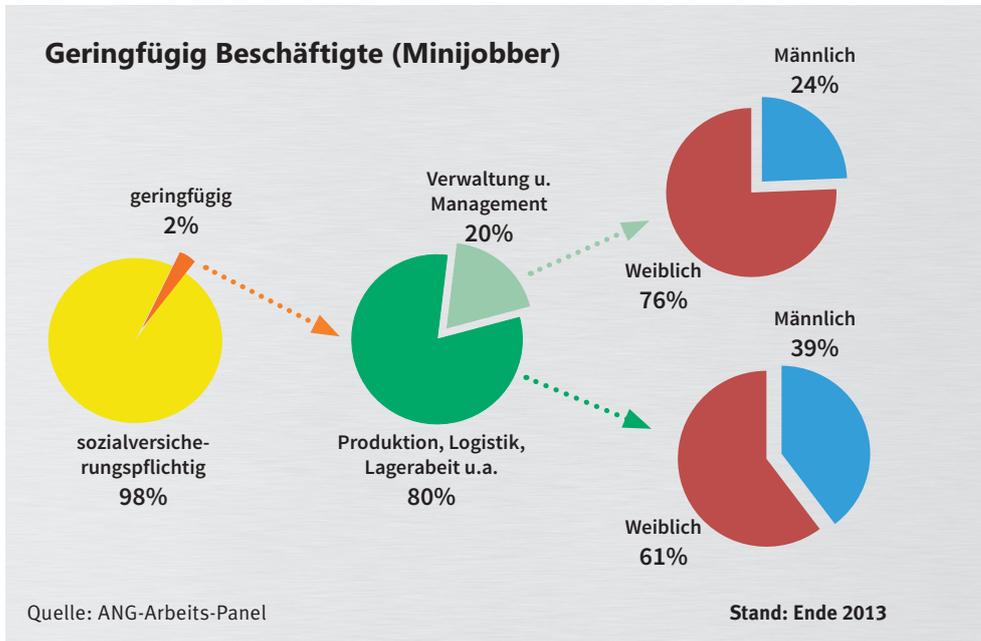
Der Einsatz von Zeitarbeitnehmern in der Ernährungsindustrie ist mit 5 Prozent stabil zum Vorjahr und trotz vielfachem Saisongeschäft auf einem niedrigen Niveau.

Untersucht wurde zudem die Ausbildungssituation: Die Verteilung der Auszubildenden auf die abgefragten Bereiche ernährungstypisch, technisch und kaufmännisch zeigt eine nahezu gleichmäßige Verteilung, wobei die technischen Berufe im Vergleich zum Vorjahr ihren Vorsprung weiter ausgebaut haben. Dies kann als Indikator für die anhaltende technische Optimierung der Produktion gesehen werden. Mit einem Anteil von erst 31 Prozent an weiblichen Auszubildenden wird deutlich, dass hier noch

Potenziale ausgeschöpft werden können und angesichts der sinkenden Schülerzahlen auch müssen. Dies haben die Unternehmen der Branche längst erkannt und nutzen kreative Recruitingwege: Begeistern durch Erleben war beispielsweise auch beim diesjährigen Girls` bzw. Boys` Day wieder das Motto. In allen Bereichen konnte eine große Anzahl interessierter Schülerinnen und Schüler in den Unternehmen der Ernährungsindustrie begrüßt werden, die den Tag nutzten, um in die Abläufe hinein zu schnuppern.



3 | Arbeitsmarkt



4 | Situationsberichte aus den Branchen

Die Ernährungsindustrie ist ebenso vielfältig wie die Produkte, die sie herstellt. In rund 30 Branchen sind Kompetenz und Leidenschaft für Lebensmittel vereint. Sie versorgen täglich 80 Millionen Menschen in Deutschland mit hochwertigen und sicheren Lebensmitteln, Kunden weltweit schätzen die Qualität deutscher Produkte. Dabei nehmen in jeder Branche unterschiedliche Faktoren Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung. Die Situationsberichte aus einzelnen Branchen geben dazu einen Überblick.

Süßwarenindustrie

Nach Angaben des Bundesverbands der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI) legte der Umsatz mit Süßwaren am deutschen Inlandsmarkt in den ersten Monaten des Jahres 2014 leicht zu. Dieser Zuwachs ging jedoch fast ausschließlich auf die überproportional gute Entwicklung bei Knabberartikeln zurück. Der überwiegende und „süße“ Teil der Produktgruppen verzeichnete eine negative Entwicklung, so dass insgesamt von einem eher mäßigen Start ins Jahr gesprochen werden muss.

Nach den Zahlen des Marktforschungsinstituts Nielsen erhöhte sich der Umsatz mit Süßwaren insgesamt um 2,1 Prozent und stieg auf 2,06 Milliarden Euro (Zeitraum Januar bis Februar gegenüber Vorjahr). Der Absatz wuchs um 1,1 Prozent auf 279.461 Tonnen. Der Treiber, die Salziges Snacks, gewannen im Umsatz um 12,5 Prozent und im Absatz um 11,0 Prozent hinzu. Das Geschäft mit Schokoladenwaren und Feinen Backwaren entwickelte sich hingegen rückläufig. Bei Schokoladenwaren ging der Umsatz um 1,4 Prozent zurück, der Absatz um 1,8 Prozent. Bei Süßgebäck schrumpfte der Umsatz um 1,7 Prozent, der Absatz um 0,8 Prozent. Zuckerwaren erreichten noch ein Umsatzplus von 1,9 Prozent. Ihr Absatz ging jedoch mit einem Minus von 2,1 Prozent ebenfalls zurück.

Nach dem durchwachsenen Start ins Jahr wurde das Ostergeschäft auf Basis einer Umfrage des BDSI nun wieder etwas besser eingeschätzt. Angespannt bleibt dagegen die Rohstoffseite. Insbesondere die Preise für Milcherzeugnisse, Mandeln, Nüsse und vor allem Kakaobutter liegen auf einem äußerst hohen Niveau.

Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.

www.bdsi.de



Getreidemühlen

Die Getreidevermahlung ist im Wirtschaftsjahr 2012/13 gegenüber dem vorherigen Wirtschaftsjahr um 2,87 Prozent angestiegen. 218 deutsche Getreidemühlen mit einer Jahresvermahlung von über 1.000 Tonnen haben eine Getreidemenge von 8,45 Millionen vermahlen. Unterteilt nach Getreidearten waren dies 7,23 Millionen Tonnen Weichweizen, 805.000 Tonnen Roggen sowie 415.000 Tonnen Hartweizen. Daraus sind 7,1 Millionen Tonnen Mahlerzeugnisse und rund 1,35 Millionen Tonnen Mühlennachprodukte hergestellt worden. Die unterschiedlichen Mehlsorten und andere Mehlerzeugnisse wie Grieß oder Schrot sind wertvolle Grundlage für zahlreiche verarbeitete Lebensmittel. Kleie und Futtermehle sind wichtige Komponenten in der Mischfuttererzeugung.

Die Mühlen beziehen ihre wichtigsten Rohstoffe, Weizen und Roggen, fast ausschließlich aus Deutschland. Sie vermahlen nahezu 30 Prozent der Brotgetreideernte in Deutschland. In der Wertschöpfungskette der Nahrungsmittelproduktion haben Mühlen eine besondere Verantwortung für die Sicherheit der Lebensmittel. Dabei schwankt die Qualität des Getreides von Jahr zu Jahr. Die Rohstoffbeschaffung ist aufwendiger geworden, es erfordert große Sorgfalt geeignete Partien auszuwählen, um die hohen Anforderungen der Kunden, die von kleinen Bäckereien über große Backbetriebe bis hin zur Lebensmittelindustrie reichen, zu erfüllen.

Verband Deutscher Mühlen e.V.

www.muehlen.org



4 | Situationsberichte aus den Branchen

Eier- und Geflügelwirtschaft

Niemals zuvor wurde in Deutschland so viel Geflügelfleisch wie im Jahr 2013 verbraucht. Insgesamt belief sich der Verbrauch auf 1,57 Millionen Tonnen Schlachtgewicht. Dies entsprach einem Pro-Kopf- Verbrauch von 19,4 Kilogramm. Während der Fleischkonsum insgesamt 2013 um 700 Gramm sank, legte Geflügelfleisch dagegen um 400 Gramm zu. Dadurch erhöhte sich der Anteil des Geflügels am gesamten Fleischverbrauch auf 22 Prozent – was einen neuen Spitzenwert darstellt.

Unter den verschiedenen Geflügelarten gehört Hähnchenfleisch mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von 11,7 Kilogramm im Jahr 2013 zu dem beliebtesten Geflügelfleisch. Daneben wurden 5,7 Kilogramm Putenfleisch pro Kopf konsumiert. Auf Ente, Gans und Suppenhühner entfielen daneben im Jahr 2013 rund 2,0 Kilogramm.

Die Nachfrage nach Eiern konnte 2013 zum größeren Teil durch die heimische Erzeugung gedeckt werden. Dennoch liegt der Selbstversorgungsgrad mit 71 Prozent noch klar unter der 100 Prozent-Linie. Im Vergleich zu 2010, als die deutsche Erzeugung aufgrund der Umstellung von der konventionellen Käfighaltung auf andere Haltungsformen stark geschrumpft ist, liegt er aber um fast 16 Prozentpunkte höher. Die deutsche Konsumeierzeugung stieg 2013 um knapp 3 Prozent auf 12,6 Milliarden Stück. Im Gegenzug sank der Importbedarf um 8,0 Prozent auf 7,6 Milliarden Eier. Seit der Umstellung von der konventionellen Käfighaltung wurde in Deutschland in rund 8,7 Millionen Hennenhaltungsplätze investiert, das entspricht einem Volumen von über 260 Millionen Euro.

Zentralverband der Deutschen Geflügelwirtschaft e.V. / MEG Marktinfo Eier&Geflügel

www.zdg-online.de / www.marktinfo-eier-gefluegel.de



Brauwirtschaft

2013 war aufgrund des langen Winters und durchwachsenen Sommers ein herausforderndes Jahr für die Brauer. So ging der Bierabsatz um insgesamt 2 Prozent bzw. 1,9 Millionen Hektoliter auf rund 94,6 Millionen Hektoliter zurück. Dennoch blieb der Umsatz nach ersten Einschätzungen relativ konstant.

Der Gesamtexport deutscher Biere sank aufgrund der Rezession in der EU ebenfalls, blieb mit einem Anteil von rund 16 Prozent vom Bierausstoß aber doppelt so hoch wie der Import (8,1 Prozent). Die anhaltend starke Nachfrage nach deutschen Bieren aus dem außereuropäischen Ausland wie China und USA führte dazu, dass die Ausfuhren dorthin um 8,7 Prozent stiegen.

Der Ausblick auf das Geschäftsjahr 2014 bietet durchaus Anlass zu Optimismus. So ist das Exportklima vielversprechend, d.h. im Vergleich zu anderen Branchen der Ernährungswirtschaft zeigt sich, dass die Erwartung an die Entwicklung ausländischer Absatzmärkte mit einem Plus von 20 Prozent am positivsten ist. Ein sonniger Sommer und eine aus deutscher Sicht erfolgreiche Fußballweltmeisterschaft könnten zudem die Verkaufszahlen steigern.

Es ist davon auszugehen, dass die Branche mit ihren 1.349 Braustätten ihr Angebotsportfolio nochmals um weitere Bierspezialitäten erweitern wird.

Belasten werden die Unternehmen weiterhin wachsende Produktionskosten, insbesondere durch steigende Rohstoff- und Energiepreise.

Deutscher Brauer-Bund e.V.

www.brauer-bund.de

Die deutschen Brauer
Deutscher Brauer-Bund e.V.



4 | Situationsberichte aus den Branchen

Milchindustrie

Die Hochpreisphase am Milchmarkt, die im April 2013 begonnen hat, hat im Winter 2013 und Frühjahr 2014 weiter angehalten. Nachdem die Milcherzeuger in Deutschland und anderen wichtigen Produktionsregionen der Welt 2013 Rekordauszahlungspreise erhalten haben, startete auch das Jahr 2014 mit für die Jahreszeit ungewöhnlich hohen Milchpreisen. Diese sowie überwiegend günstige Witterungsbedingungen stimulierten in den ersten Monaten von 2014 die Milcherzeugung. Die Steigerungsraten in Deutschland und der EU lagen Anfang 2014 mit mehr als vier Prozent deutlich über den historischen Erfahrungswerten. Die Verarbeitung der angelieferten Milchmengen stellt eine Herausforderung für die Molkereiwirtschaft dar, da die Verarbeitungskapazitäten hoch ausgelastet sind. Bei der höheren Verfügbarkeit von Milch haben seit Februar 2014 bei den Preisen für Milchprodukte erste Korrekturen eingesetzt. Je nach Produktsegment sind diese unterschiedlich stark ausgefallen. Sie werden mit gewissem Zeitverzug einen Rückgang der Erzeugerpreise nach sich ziehen.

Auslöser der Hochpreisphase waren 2013 eine weitgehende Unterbrechung des Wachstums des weltweiten Milchaufkommens sowie eine starke Zunahme der Importnachfrage aus China. Dort ist die Milcherzeugung 2013 nach offiziellen Angaben um 5,7 Prozent gesunken. Dies hat dazu geführt, dass ein höherer Anteil der ohnehin steigenden Nachfrage über Einfuhren gedeckt werden musste. Diese Entwicklungen haben mehr Wettbewerb um das weltweit verfügbare Angebot und einen starken Preisanstieg verursacht.

2014 zeichnet sich zunächst eine Verbesserung der weltweiten Verfügbarkeit von Milcherzeugnissen ab, da die Milcherzeugung in der EU und Ozeanien kräftig wächst. Auch die USA sind verstärkt als Exporteur von Milchprodukten präsent. Die Nachfrage aus China ist indessen weiter wachsend, während über die weitere Importnachfrage Russlands, des zweitgrößten Importeurs der Welt, aufgrund der Rubelabwertung und der politischen Situation Unsicherheit besteht. Wachsend ist aktuell die Weltmarktnachfrage nach Milchpulver, während der Markt für Käse von Stagnation gekennzeichnet ist.

ZMB Zentrale Milchmarkt Berichterstattung

www.milk.de



Die starke Stimme der Ernährungsindustrie

Die BVE – Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie e.V. – ist der wirtschaftspolitische Spitzenverband der deutschen Ernährungsindustrie. Seit ihrer Gründung 1949 vertritt sie erfolgreich die branchenübergreifenden Interessen der Lebensmittelhersteller gegenüber Politik, Verwaltung, Medien, Öffentlichkeit und Marktpartnern.

In der BVE haben sich über Fachverbände und Unternehmen alle wichtigen Branchen der Ernährungsindustrie – von den alkoholfreien Getränken über Fleisch und Süßwaren bis hin zum Zucker – zusammengeschlossen.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Christoph Minhoff

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

Stefanie Lehmann

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

