

# Konjunkturbericht der Ernährungsindustrie 02 | 2014

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

Die Umsatzentwicklung in der Ernährungsindustrie verlief im zweiten Quartal 2014 stabil und ließ im dritten Quartal spürbar nach. Ein zunehmender Konkurrenzdruck, stagnierende Verkaufspreise und ein schwaches Exportgeschäft – besonders in den strategisch wichtigen Märkten außerhalb der EU – drückten auf das Wachstum. Eine stabile Nachfrage im Inland und in den EU-Mitgliedstaaten milderte ungünstige Entwicklungen am Weltmarkt nur zum Teil ab. Die Ertragslage der Lebensmittelhersteller bleibt schwierig.

Höchste Qualität, Sicherheit, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung zeichnen die moderne Lebensmittelproduktion aus. Die Ernährungsindustrie sorgt täglich für das Wohl von 80 Mio. Verbrauchern in Deutschland. Mit einem Exportanteil von 30% schätzen darüber hinaus Kunden weltweit die Qualität deutscher Produkte.

## Inhalt

1   Gesamtwirtschaftliche Lage	Seite 2
2   Konjunktorentwicklung der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2014	Seite 4
3   Arbeitsmarkt	Seite 8
4   Situationsberichte aus den Branchen	Seite 9



# 1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Die Weltproduktion ist im bisherigen Jahresverlauf 2014 hinter den Erwartungen zurückgeblieben. Auch der Welthandel stagnierte. Der IWF korrigierte seine Prognose für das diesjährige Weltwirtschaftswachstum auf +3,3 Prozent und +3,8 Prozent in 2015. Ausschlaggebend für die gedämpften Konjunkturaussichten sind neben den andauernden und nur langsamen Erholung nach der Wirtschaftskrise auch die zunehmenden geopolitischen Konflikte, die vor allem auf die Investitionstätigkeit der Unternehmen drücken. Dabei verlief die wirtschaftliche Entwicklung in den Industrie- und Schwellenländern heterogen. Während die USA und Großbritannien wieder positives Wachstum verzeichneten, herrschte im Euroraum weiterhin Stagnation. China und Indien konnten ihre Wachstumsraten stabilisieren, fortbestehende Unsicherheiten und niedrige Investitionen belasteten hingegen das Wachstum in Brasilien. Die Politik ist herausgefordert, mit den sich weltweit einstellenden niedrigeren Wachstumsaussichten umzugehen. Notwendige und machbare Reformen sowie kurz- und mittelfristig wirksame Investitionen müssen umgesetzt, der Sparkurs zur fiskalpolitischen Erholung beibehalten werden, damit sich die positiven Prognosen für die Weltwirtschaft erfüllen.

Auch die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland verlief in 2014 bisher gemäßiger als erwartet. Die schwache Weltkonjunktur und eine verhaltene Investitionstätigkeit im Inland dämpften den Produktionszuwachs in der Exportnation.

Aber auch die Binnennachfrage entwickelte sich mit dem zweiten Quartal 2014 gedämpfter, die privaten Konsumausgaben stiegen weniger stark und das Konsumklima gab zum Spätsommer leicht nach. Neue positive Impulse am Arbeitsmarkt fehlten bislang. Die Inflationsrate blieb weiterhin niedrig. Alles in allem sind die Erwartungen für den restlichen Jahresverlauf 2014 damit verhalten. Das Herbstgutachten der deutschen Forschungsinstitute prognostiziert für 2014 einen Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts von +1,3 Prozent und +1,2 Prozent in 2015, dies gibt ein deutliches Signal an die Wirtschaftspolitik, die Wachstumskräfte zu stärken. Für den Arbeitsmarkt wird nur ein geringfügiger Ausbau der Erwerbstätigkeit erwartet, 2014 soll der Zuwachs noch bei +0,7 Prozent, 2015 nur noch bei +0,1 Prozent liegen. Die Arbeitslosenquote stagniert damit bei 6,7 Prozent beziehungsweise 6,8 Prozent. Der Inflationsdruck lässt 2014 mit 1,0 Prozent weiter nach, auch 2015 bleibt die Teuerung mit 1,4 Prozent mäßig.

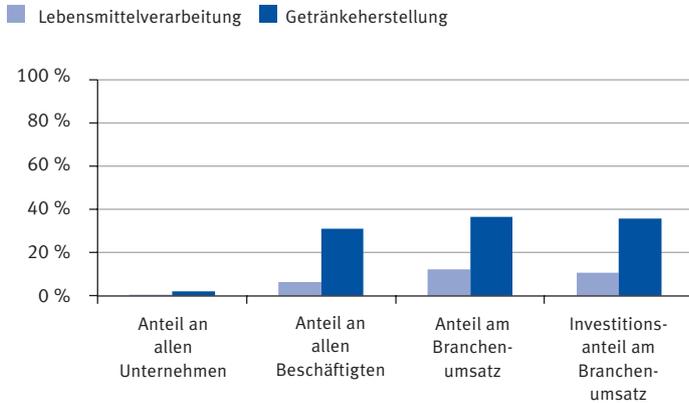
Bedingung für weiteres Wachstum und Stabilität bleibt für die deutschen Unternehmen ein angemessener wirtschaftspolitischer Rahmen. Der Standort Deutschland muss international wettbewerbsfähig bleiben. Dazu zählen für die Ernährungsindustrie eine gesicherte Verfügbarkeit von Rohstoffen und Energie zu bezahlbaren Preisen sowie Bürokratieabbau und Deregulierung. Das Investitionsklima ist zu verbessern und Arbeitsplätze zu sichern. Der Zugang zu chancenreichen Absatzmärkten außerhalb der EU muss verbessert werden.

## Bruttoinlandsprodukt – Veränderung in Prozent nach Ländergruppe

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

# 1 | Gesamtwirtschaftliche Lage: Branchenstruktur

## Die 10 größten Unternehmen...



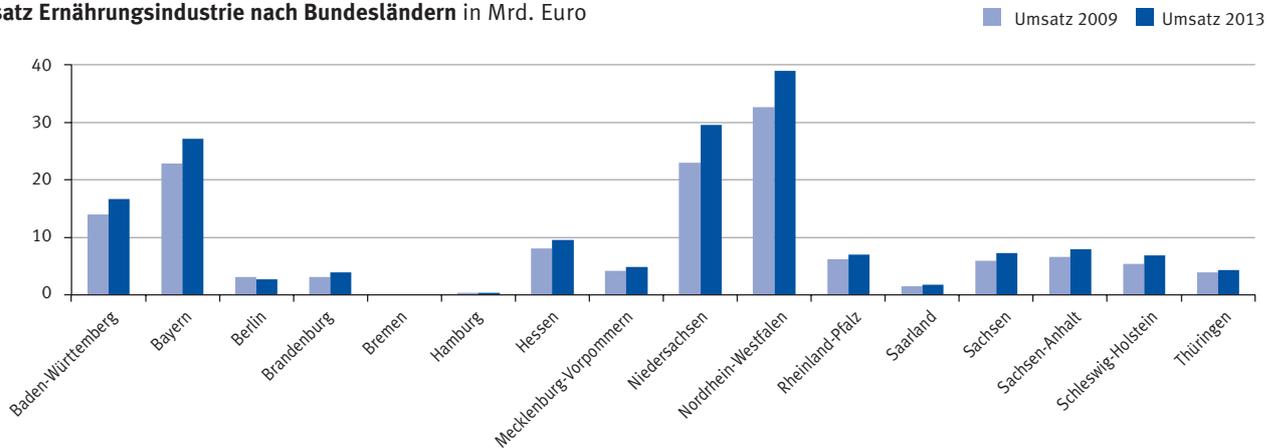
### Deutliche KMU-Prägung

Die Ernährungsindustrie ist zu gut 95% durch kleine und mittelständische Betriebe geprägt. Das führt auch zu einem harten Wettbewerb um Marktanteile. In der Lebensmittelverarbeitung haben die 10 größten Unternehmen einen Anteil von gerade einmal 12% am Branchenumsatz, in der Getränkeherstellung vereinen die 10 größten Unternehmen einen Umsatzanteil von rund 37% auf sich.

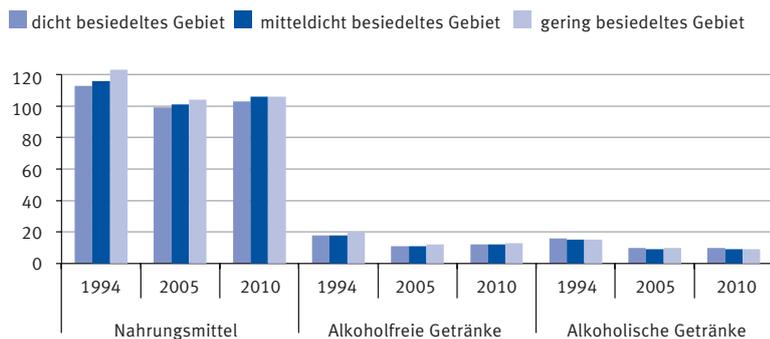
### Umsatzstärke der Ernährungsindustrie konzentriert sich im Nordwesten und Süden Deutschlands

Die Ernährungsindustrie ist der viertgrößte Industriezweig Deutschlands und in allen Regionen und Bundesländern fest verankert. Den größten Anteil am Branchenumsatz erwirtschaften die Bundesländer: Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen, Bayern und Baden-Württemberg.

### Umsatz Ernährungsindustrie nach Bundesländern in Mrd. Euro



### Struktur der Verbrauchsausgaben nach Verstädterungsgrad Deutschland



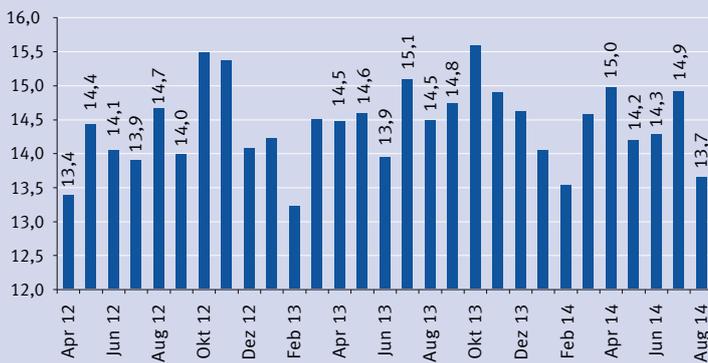
### In den deutschen Städten geben die Verbraucher weniger für Lebensmittel aus als in ländlicheren Regionen

Die Ausgaben der Verbraucher für Lebensmittel und Getränke sind in mitteldicht oder gering besiedelten Gebieten in Deutschland höher als in dicht besiedelten Gebieten (ausgenommen alkoholische Getränke). Dabei gleicht sich das Ausgabeniveau in den mitteldicht und gering besiedelten Regionen immer mehr an.

## 2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2014: Umsatz, Export, Produktion

### Umsatz der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro



Die Umsatzentwicklung in der Ernährungsindustrie verlief im zweiten Quartal 2014 stabil und ließ im dritten Quartal spürbar nach. Ein zunehmender Konkurrenzdruck, stagnierende Verkaufspreise und ein schwaches Exportgeschäft – besonders in den strategisch wichtigen Märkten außerhalb der EU – drückten auf das Wachstum. Eine stabile Nachfrage im Inland und in den EU-Mitgliedstaaten milderte ungünstige Entwicklungen am Weltmarkt nur zum Teil ab. Die Ertragslage 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 zweiten Quartal 2014 erzielte die Ernährungsindustrie einen Umsatz von 43,5 Milliarden Euro, davon wurden 13,1 Milliarden Euro im Lebensmittelexport erwirtschaftet. Das bedeutete einen minimalen Zuwachs von +1,1 Prozent, preisbereinigt stiegen die Umsätze noch um +0,6 Prozent. Das Lebensmittelexportgeschäft stagnierte. Auch ein wachsender Konjunkturoptimismus ließ die Lebensmittelproduktion im zweiten Quartal 2014 deutlich ansteigen, der kalenderbereinigte Produktionsindex erhöhte sich um +4,5 Prozent. Dabei stieg der Produktionsindex für die Nahrungsmittelproduktion um +3,3 Prozent, in der Getränkeproduktion um +12,6 Prozent.

Im Juli und August 2014 ebte mit gedämpften Erwartungen der Unternehmen auch die konjunkturelle Entwicklung in der Branche ab. Die Ernährungsindustrie erwirtschaftete einen Umsatz von 28,6 Milliarden Euro, das entsprach einem Rückgang von -3,5 Prozent. Real sank der Branchenumsatz aufgrund der Preisentwicklung um -3,3 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Die Lebensmittelexporte blieben bei einem Wert von 8,7 Milliarden Euro um -3,1 Prozent hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Die Produktionsleistung der Branche wurde hingegen weiter leicht ausgebaut und stieg – bereinigt um arbeitstägliche und saisonale Schwankungen – um +1,5 Prozent. Der Produktionsindex für die Nahrungsmittelproduktion stieg um +1,4 Prozent und in der Getränkeindustrie um +2,1 Prozent.

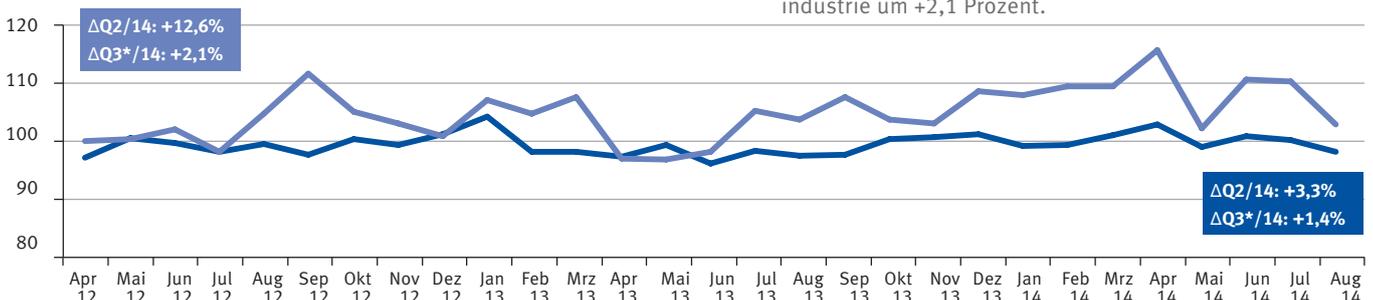
### Exporte der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro



### Entwicklung des Produktionsindizes der Ernährungsindustrie

Vergleich Q2 und Q3\* 2014



\* Q3\* = Juli und August

Quelle: Statistisches Bundesamt

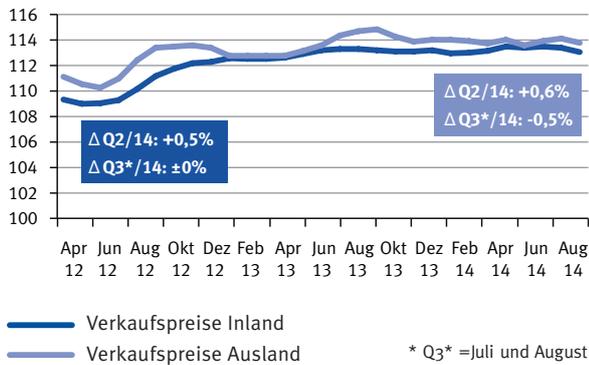
— Index für die Nahrungsmittelproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2010=100

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

## 2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2014: Preisentwicklung

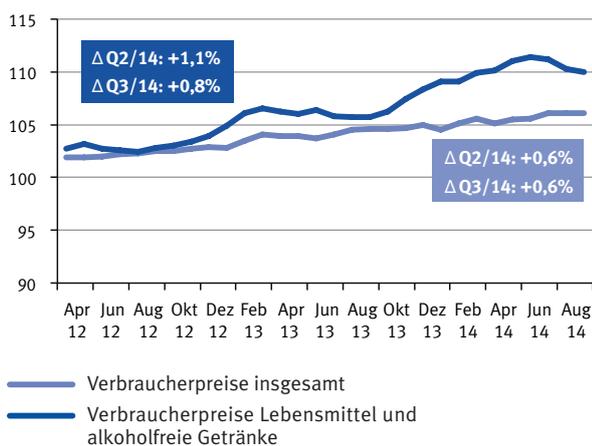
### Entwicklung Verkaufspreise in der Ernährungsindustrie

Vergleich: Q2 u. Q3 2014 (Indizes; 2010=100)



### Entwicklung Verbraucherpreisindex

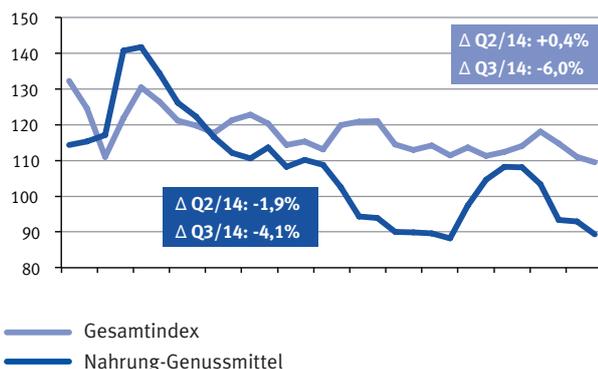
Vergleich: Q2 u. Q3 2014 (Indizes; 2010=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

### Entwicklung Rohstoffpreise

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



Quelle: HWWI – Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut

Das Kostenniveau in der Lebensmittelproduktion bleibt hoch, der Konkurrenzdruck, die Ansprüche der Verbraucher und die Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel steigen. Das sorgt für einen intensiven Wettbewerb und eine hohe Preissensibilität am Markt. Das Preisniveau für Lebensmittel bleibt in Deutschland nach wie vor günstig. Insgesamt geben die deutschen Haushalte nur 11,7 Prozent ihrer Konsumausgaben für Lebensmittel aus. Die Hersteller richten ihr Angebot in Qualität, Menge und Preis an den Bedürfnissen der Verbraucher aus. Dass Qualitätslebensmittel in Deutschland preiswert sind, ist vor allem auch dem harten Preiswettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel geschuldet.

An den globalen Agrarrohstoffmärkten haben im zweiten und dritten Quartal 2014 besonders die positiven weltweiten Ernteprognosen die Angebotssituation begünstigt. Der Preisauftrieb wurde weitestgehend gedämpft, die Preise liegen jedoch weiterhin auf hohem Niveau und sind ein wichtiger Faktor für die Kostenkalkulation der Lebensmittelhersteller. Besonders ernte- und witterungsbedingte aber auch durch regionale Krisen hervorgerufene Angebotsveränderungen können in Teilbranchen zu schwer auszugleichenden Preisschwankungen führen. Der HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel sank im zweiten Quartal 2014 um -1,9 Prozent und im dritten Quartal 2014 um -4,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die zuverlässige Versorgung mit hochwertigen Rohstoffen zu bezahlbaren Preisen bleibt für die Branche weiterhin eine große Herausforderung.

Die Erzeuger- und Ausfuhrpreise stagnierten zuletzt für die Lebensmittelhersteller. Die Verkaufspreise im Inland stiegen nur um +0,5 Prozent im zweiten Quartal 2014 und blieben im dritten Quartal konstant. Im Export stiegen die Preise im Vorjahresvergleich um +0,6 Prozent im zweiten Quartal 2014 und sanken um -0,5 Prozent im dritten Quartal.

Für die Verbraucher erhöhten sich zwischen April und September 2014 die allgemeinen Lebenshaltungskosten tendenziell stärker als die Preise für Lebensmittel. So verteuerte sich der Verbraucherpreisindex für Lebensmittel im zweiten und dritten Quartal 2014 jeweils nur um +0,6 Prozent, während die allgemeinen Verbraucherpreise um +1,1 Prozent beziehungsweise +0,8 Prozent stiegen. Bei einzelnen Lebensmittelprodukten gab es in den letzten 6 Monaten auch einen rückläufigen Preistrend. Die geringe Teuerung begünstigt die Kaufkraft der Verbraucher.

Verbraucherpreissteigerungen nach Produktgruppen*	Q2/14: Veränderung Vorjahreszeitraum	Q3/14: Veränderung Vorjahreszeitraum	
Brot und Getreideerzeugnisse	1,3%	1,3%	
Fleisch, Fleischwaren	-0,2%	-0,1%	
Fisch, Fischwaren	2,1%	1,4%	
Molkereiprodukte und Eier	8,1%	6,7%	
Speisefette und -öle	0,2%	-5,4%	
Obst	-0,1%	-2,9%	
Gemüse u. Kartoffeln	-7,7%	-5,6%	
Zucker, Marmelade, Konfitüre, Honig, Sirup	1,7%	1,7%	
Kaffee, Tee, Kakao	-2,3%	4,8%	
Mineralwasser, Säfte, Limonaden	0,8%	0,5%	
Spirituosen	0,7%	0,8%	
Wein	1,2%	1,7%	
Bier	3,4%	4,1%	*Indexveränderung

## 2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2014:

# Geschäftsklima

Ein schwieriges Geschäftsumfeld und bestehende Unsicherheiten machen die Stimmungslage der Lebensmittelhersteller nach dem Ifo-Geschäftsklimaindex zu einem wichtigen Indikator zur Einschätzung der konjunkturellen Entwicklung der Branche. Der Ifo-Geschäftsklimaindex fasst die aktuelle Geschäftslage und die zukünftigen Erwartungen an die Geschäftslage zusammen. Abgesehen von kurzfristigen und saisonalen Schwankungen zeigt sich das Geschäftsklima in der Ernährungsindustrie stabil. Die zunehmend schwierige Ertragslage der Unternehmen führte in den letzten Jahren jedoch zu einem negativen Trend des Geschäftsklimas.

Im zweiten und dritten Quartal 2014 wurde das Geschäftsklima in der Ernährungsindustrie weiterhin mehrheitlich positiv eingeschätzt. Im Vorjahresvergleich verbesserte sich dabei die Stimmungslage der Lebensmittelhersteller im zweiten Quartal sogar noch, dann ließ eine gemäßigte Entwicklung der Geschäftslage im dritten Quartal das Geschäftsklima jedoch wieder sinken. Auch branchenübliche saisonale und kalenderbedingte Effekte spielten eine Rolle. Im dritten Quartal konnten sich die Geschäftserwartungen gegenüber dem zweiten Quartal jedoch deutlich verbessern. Angesichts der insgesamt ungebrochen positiven Stimmungslage bei den Unternehmen herrscht Zuversicht für eine auch zukünftig stabile Geschäftsentwicklung.

Im Vergleich zur Ernährungsindustrie zeigte das Geschäftsklima im Verarbeitenden Gewerbe im zweiten und dritten Quartal 2014 noch mehr Optimismus, jedoch fiel der Rückgang in der Stimmungslage im dritten Quartal in der Industrie insgesamt stärker aus als in der Lebensmittelproduktion. Die zuletzt verhaltene Stimmung bei den Unternehmen spiegelt die gemäßigten Prognosen für die deutsche Konjunkturentwicklung wider.

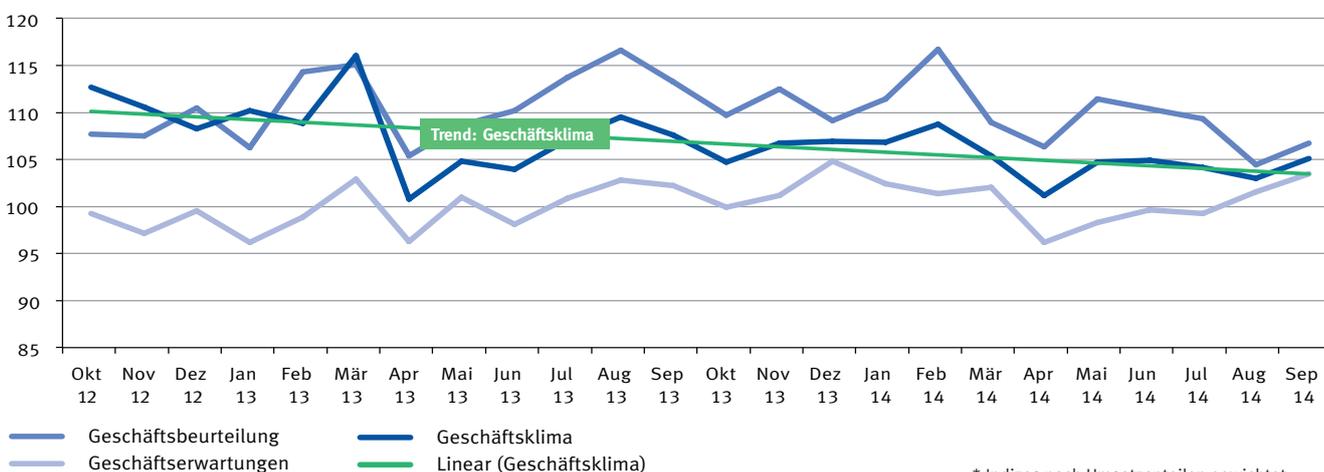
Die Kapazitätsauslastung in der Lebensmittelproduktion sank im zweiten und dritten Quartal 2014 laut Einschätzung der Unternehmen im Vergleich zum Vorjahr, wird von den Lebensmittelherstellern jedoch nach wie vor mehrheitlich positiv bewertet. Die Rohstoffbestände nahmen im Vorjahresvergleich

leicht ab, die Fertigwarenbestände leicht zu. Die Produktionspläne entwickelten sich laut Einschätzung der Unternehmen besser als noch im Vorjahr. Hingegen nahmen die Produktionsbehinderungen deutlich zu, herausgefordert wurden die Lebensmittelhersteller besonders durch Auftrags- und Arbeitskräftemangel sowie Finanzierungsengpässe. Die Erwartungen an den Beschäftigtenstand trübten sich zwischen April und September 2014 im Vergleich zu 2013 etwas ein. Insgesamt beurteilten die Lebensmittelhersteller ihre Ertragslage mehrheitlich negativ und deutlich schlechter als noch im Vorjahr. Ihre Wettbewerbssituation im Inland sahen die Lebensmittelhersteller gegenüber dem Vorjahr nur unwesentlich verbessert. Am EU-Binnenmarkt wurde die Entwicklung etwas schlechter, in Drittlandsmärkten etwas besser als im Vorjahr eingeschätzt.

Die mengenmäßige Stagnation beim Inlandsabsatz macht das Exportgeschäft zum Wachstumsmotor für die Ernährungsindustrie. Die Erschließung neuer Absatzmärkte im Export stärkt die Ertragslage der Unternehmen und sichert Arbeitsplätze. Heute verdient die Branche jeden dritten Euro im Ausland, damit ist Deutschland der drittgrößte Lebensmittelexporteur am Weltmarkt. Trotz der Stagnation im Exportgeschäft im zweiten und dritten Quartal 2014 bleiben die Erwartungen der Lebensmittelhersteller an die Exportentwicklung sehr positiv. Dies bestätigt auch das BVE-PwC-Exportbarometer Mai 2014, demnach stieg das Exportklima in der Branche auf ein neues Rekordniveau. Die Bedeutung der Drittlandsmärkte nimmt dabei stetig zu, hier steigen die Wachstumschancen durch den Abbau von Handelsbarrieren. Hohe Erwartungen hegen die Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie deswegen auch an das Freihandelsabkommen zwischen der EU und den USA (Transatlantic Trade and Investment Partnership, TTIP). Eine Belebung des Exportgeschäftes und ein verbesserter Marktzugang könnten der Branchenkonjunktur wichtige neue Wachstumsimpulse vermitteln.

### Entwicklung des Geschäftsklimas in der Ernährungsindustrie

Q2 und Q3 2014 im Vergleich\*



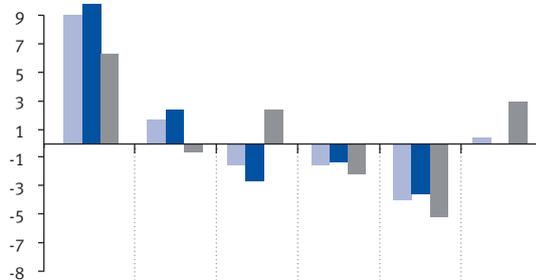
\* Indizes nach Umsatzanteilen gewichtet; 2005=100; saisonbereinigt

## 2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2014:

# Konsumklima

### Consumer Index: Sortimentsentwicklung

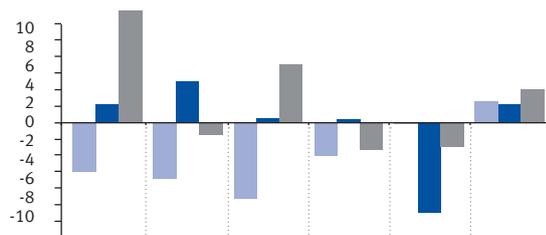
Q2 und Q3 2014, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Apr 14	Mai 14	Jun 14	Jul 14	Aug 14	Sep 14
Food + Getränke	9,0	1,7	-1,5	-1,5	-3,9	0,6
Food	9,8	2,4	-2,6	-1,3	-3,5	-0,1
Getränke	6,3	-0,6	2,4	-2,1	-5,1	3,0

### Consumer Index: Sortimentsentwicklung Getränke

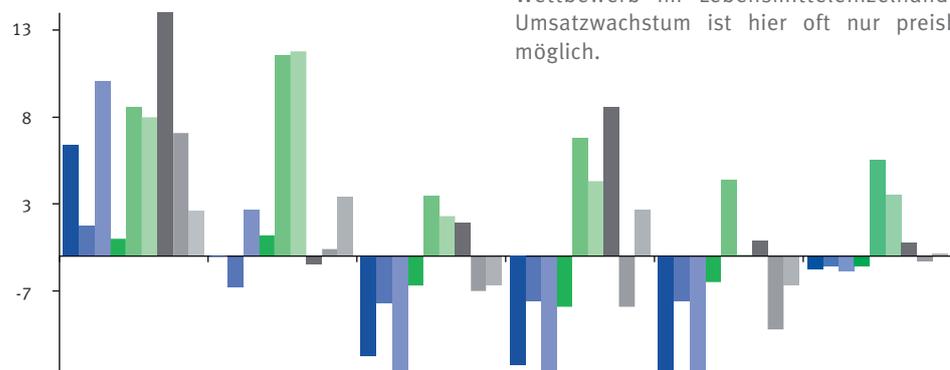
Q2 und Q3 2014, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Apr 14	Mai 14	Jun 14	Jul 14	Aug 14	Sep 14
Heißgetränke	-5,9	-6,7	-9,2	-4,0	-0,1	2,6
Alkoholfreie Getränke	2,2	5,0	0,5	0,4	-10,8	2,3
Alkoholhaltige Getränke	13,5	-1,5	7,0	-3,2	-2,9	3,5

### Consumer Index: Sortimentsentwicklung Food

Q2 und Q3 2014, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Apr 14	Mai 14	Jun 14	Jul 14	Aug 14	Sep 14
Frischeprodukte	5,9	0,1	-5,2	-6,2	-6,9	-2,9
Fleisch/Wurstwaren	1,8	-1,8	-2,7	-2,6	-2,6	-2,2
Obst/Gemüse	10,1	2,7	-8,6	-10,3	-15,2	-3,4
Brot/Backwaren	1,0	1,2	-1,7	-2,9	-1,5	-2,3
Molkereiprodukte, gelbe Linie	8,6	11,6	3,5	6,8	4,4	8,8
Molkereiprodukte, weiße Linie	8,0	11,8	2,3	4,3	0,1	5,6
Süßwaren	43,8	-0,5	1,9	8,6	0,9	1,2
Tiefkühlkost/Eis	7,1	0,4	-2,0	-2,9	-4,2	-1,2
Sonstige Nahrungsmittel	2,6	3,4	-1,7	2,7	-1,7	0,6

Die Stimmung bei den deutschen Verbrauchern hat sich auf hohem Niveau in den letzten sechs Monaten weiter verbessert. Das Konsumklima stieg im zweiten und dritten Quartal 2014 durchschnittlich um +23,7 Prozent beziehungsweise +26,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Getragen wird die positive Kauflaune der Deutschen weiterhin von steigenden Einkommenserwartungen und der hohen Anschaffungsneigung sowie der geringen Sparneigung und Inflation. Zum Ende des dritten Quartals drückten die geopolitischen Entwicklungen jedoch auch die Konjunkturerwartungen und Konsumstimmung der Verbraucher.

Eine gute Kauflaune der Verbraucher begünstigt auch den Absatz von Lebensmitteln. Der Consumer-Index der GfK gibt hier Einblicke in die Umsatzentwicklung bei Lebensmitteln und Getränken im Lebensmitteleinzelhandel nach Produktsegment in den vergangenen 6 Monaten.

Zu Beginn des zweiten Quartals wirkten sich das Osterfest und die gute Witterung positiv auf den Lebensmittelumsatz in allen Sortimentsbereichen im Einzelhandel aus. Süßwaren und das Getränkesortiment profitierten im Juni von der Fußball-WM. Im dritten Quartal sorgten dann die durchwachsene Witterung, die Ferienzeit und der schwache Preisauftrieb für sinkende Umsätze im Lebensmittel- und Getränkesortiment des Einzelhandels. Im September nahm der Umsatz im Getränkesortiment dank des guten Wetters wieder zu.

Die steigenden Service- und Sortimentsansprüche der Verbraucher sowie eine sinkende Einkaufsfrequenz üben deutlichen Konkurrenzdruck auf die Lebensmitteleinzelhändler aus. Die sinkende Mengennachfrage bestimmt damit weiterhin den Wettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel, ein Umsatzwachstum ist hier oft nur preisbedingt möglich.

## 3 | Arbeitsmarkt

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



Auch in diesem Jahr wurden neben dem ANG-Arbeits-Panel die ANG-ad-hoc-Umfrage zum Start des neuen Ausbildungsjahres durchgeführt und hierbei Stimmungen und Trends bzgl. der aktuellen Recruiting-situation der Unternehmen der Ernährungsindustrie ermittelt. Erfreulich ist, dass die Bewerberzahl erneut stabil ist und die zu vergebenen Ausbildungsstellen nahezu alle besetzt werden konnten. Damit liegt die Ernährungsindustrie im branchenübergreifenden Vergleich gut. Denn laut Ausbildungsmarktdaten der Bundesagentur für Arbeit für August 2014 ist die Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze gegenüber dem Vorjahr auf 119.142 und damit deutlich um 13,8 Prozent gestiegen. Die diesjährige ANG-ad-hoc-Umfrage hat aber auch die Entwicklung hin zu weniger Bewerbungen pro angebotener Ausbildungsstelle bestätigt. Daran ändert auch der statistische Überhang von Bewerbern über Ausbildungsplätze nichts. Ein typischer Grund für das Miss-Match ist der Ausbildungsort – es bringt der beste Bewerber nichts, wenn er räumlich nicht zur passenden Ausbildungsstelle kommen kann, bzw. wenn sein Herz an einer anderen Ausbildung hängt.

Schwierig bleibt die Suche im Bereich der technischen Ausbildungsberufe. Am 1. August 2014 waren auf der ANG-Ausbildungsbörse [www.ausbildung-ernaehrungsindustrie.de](http://www.ausbildung-ernaehrungsindustrie.de) noch 144 Ausbildungsplätze vakant – davon 50 im ernährungstypischen, 30 im kaufmännischen und 64 im technischen Bereich. Das ANG-Arbeits-Panel 2014 hatte zudem gezeigt, dass die klassischen Bereiche der ernährungstypischen, kaufmännischen und technischen Berufe jeweils zu einem Drittel in der Ernährungsindustrie vertreten sind. Dieses Bild hat sich auch in der ad hoc Umfrage bestätigt.

Da die Entwicklung hin zu weniger Bewerbungen weiter anhält und auch die Qualifikation der Bewerber oftmals unter den Erwartungen zurück bleibt, gehen die Unternehmen bei der Suche nach Auszubildenden neue, kreative Wege, um neue potentielle Bewerbergruppen zu erschließen. So wird unter anderem in der Gruppe der Studienabbrecher verstärkt für eine Ausbildung in der Ernährungsindustrie geworben. Was sich ebenfalls fortsetzt, ist der Trend zu immer anspruchsvolleren Bewerbern, die mit sehr klaren Vorstellungen an die Ausbildungsplatzsuche gehen. So wird nicht selten bereits im Bewerbungsschreiben formuliert, dass Weiterbildungsmöglichkeiten bis hin zu einem (dualen) Studium ein entscheidendes persönliches Kriterium bei der Auswahl der Ausbildungsstelle darstellen. Erstmals ist in der ad hoc Umfrage der Bewerberwunsch nach der Möglichkeit von Auslandsaufenthalten auffällig oft genannt worden. Das freut uns, da dies bedeutet, dass die Internationalität der Branche und die damit verbundenen Chancen wahrgenommen und erkannt werden.

Wir müssen jedenfalls weiterhin den Blick auf die mittlere Qualifikationsstufe, also auf die duale Ausbildung richten und die Zahl der Absolventen mit beruflicher Bildung erhöhen. Gottseidank hat die duale Ausbildung in Deutschland gerade im internationalen Vergleich deutlich an Ansehen gewonnen.

**Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V.**

[www.ang-online.com](http://www.ang-online.com)

## 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 Mio. Menschen in Deutschland mit hochwertigen und sicheren Lebensmitteln, Kunden weltweit schätzen die Qualität deutscher Produkte. Dabei nehmen in jeder Branche unterschiedliche Faktoren Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung. Die Situationsberichte aus einzelnen Branchen geben dazu einen Überblick.**

### Fleischwarenindustrie

Ein anfangs noch hohes Preisniveau und die schlechte Witterung in den Sommermonaten haben im zweiten und dritten Quartal des Jahres für eine insgesamt leicht rückläufige private Nachfrage nach Fleisch und Fleischwaren gesorgt. So sank die Nachfrage nach Fleischwaren in Deutschland im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,5 Prozent. Insbesondere die Grillsaison, die in diesem Jahr durch zunächst gutes Wetter früh starten konnte, fiel insgesamt trotz Fußballweltmeisterschaft eher unterdurchschnittlich aus. Eine verhaltene Nachfrage ist auch in anderen europäischen Ländern zu beobachten. Die in Europa seit drei Jahren leicht rückläufige landwirtschaftliche Fleischerzeugung hat im Laufe dieses Jahres allerdings wieder angezogen. Das große Angebot und die zurückhaltende Nachfrage der Verbraucher haben in den zurückliegenden Wochen bei Schweinefleisch für sinkende Preise gesorgt.

Mögliche Auswirkungen des russischen Embargos vor dem Hintergrund der Ukraine Krise lassen sich noch nicht in Zahlen ausdrücken. Die europäischen Lieferungen der ohnehin überschaubaren Mengen Wurstwaren, die nach Russland geliefert worden waren, sind bereits Monate vor der Ukraine Krise von russischer Seite wegen des Ausbruchs der Afrikanischen Schweinepest unterbrochen worden.

Abgesehen vom europäischen Markt, in dem die deutsche Fleischwarenindustrie durch ihre hohe Leistungsfähigkeit über einen Marktanteil von rund 25 Prozent verfügt, finden sich deutsche Wurstwaren in Drittländern, abgesehen von Spezialmärkten wie etwa Japan, eher in vergleichsweise geringerem Umfang. Angesichts der insgesamt stabilen Situation der Branche haben sich die Zahl der rund 300 Betriebe und die Zahl der 85.000 Beschäftigten nicht verändert.

**Bundesverband der Deutschen Fleischwarenindustrie e.V.**

[www.bvdf.de](http://www.bvdf.de)

A stylized, handwritten logo for BVDF (Bundesverband der Deutschen Fleischwarenindustrie e.V.) in green ink, featuring the letters 'BV' stacked above 'DF' with a horizontal line through them.

## 4 | Situationsberichte aus den Branchen

### Süßwarenindustrie

Der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI) blickt für die Branche im ersten Halbjahr 2014 auf eine gemischte Entwicklung zurück. Während die Hersteller von Feinen Backwaren Einbußen beim Absatz und Umsatz ihrer Produkte hinnehmen mussten, konnten die Produzenten von Knabberartikeln die positive Entwicklung der Vorjahre noch ausbauen.

Dem Marktforschungsinstitut Nielsen zufolge kam es am deutschen Inlandsmarkt im ersten Halbjahr 2014 gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum zu einem mengenmäßigen Rückgang beim Süßwarenabsatz von 0,5 Prozent auf 837.719 Tonnen. Der Umsatz stieg laut Nielsen um 1,7 Prozent auf über 6,3 Milliarden Euro.

Der Absatz sank demnach bei Schokoladenwaren um 0,9 Prozent, bei Zuckerwaren um 3,3 Prozent und bei Süßgebäck um 3,2 Prozent. Einen Anstieg im Umsatz verzeichneten Schokoladenwaren (+0,8 Prozent) und Zuckerwaren (+0,3 Prozent). Süßgebäck konnte seine Umsatzzahl aus dem Vorjahr nicht erreichen (-2,7 Prozent). Eine uneingeschränkt positive Entwicklung konnte ausschließlich der Bereich Knabberartikel aufweisen. Nicht zuletzt aufgrund des „WM-Effekt“ kam es bei Salzigen Snacks zu einem Mengenzuwachs von 5,5 Prozent. Das Umsatzplus betrug 8 Prozent im Vergleich zum ersten Halbjahr 2013.

**Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.**

[www.bdsi.de](http://www.bdsi.de)



### Gewürzindustrie

Die Gewürzindustrie kämpft mit außergewöhnlichen Preissteigerungen beim weltweit wichtigsten Gewürz. Der Preis für weißen Pfeffer lag im Januar 2014 bereits um + 25 Prozent über dem Vorjahrespreis und stieg bis August 2014 um weitere 26 Prozent. Schwarzer Pfeffer kostete im Januar 27 Prozent mehr als im Jahr 2013, bis August 2014 kletterte er um weitere 20 Prozent.

Schon 2013 lagen die Preise im Ursprung auf hohem Niveau. Im Januar 2014 erreichten sie ihren bis dahin historischen Höchststand und lagen damit ca. 25 Prozent über den Vorjahrespreisen. Die Entwicklung verschärft sich in 2014 dramatisch: nochmaliger Preisanstieg um durchschnittlich 23 Prozent. Damit bewegt sich der Pfefferpreis mit einem Zuwachs von 59 Prozent (versus 2013) für weiß und 53 Prozent (versus 2013) für schwarz auf einem Allzeithoch.

Darüber hinaus verschärft sich, u. a. durch die Krise in der Ukraine, bei Koriander die Versorgungssituation. Dies wirkt sich in Preiserhöhungen von zuletzt 30 Prozent aus – Tendenz steigend. Auch andere Rohstoffe der Gewürzindustrie stammen zum Teil aus Krisenregionen wie Ägypten und Syrien. Pünktliche Belieferung ist nicht immer gewährleistet. Dies treibt die Preise. Kümmel ist aktuell um 20 Prozent im Einkauf gestiegen, obwohl die neue Ernte ansteht. Ebenso ist Knoblauch aus dem Ursprung China knapp und damit teuer. Der Grund liegt in der zu geringen Menge getrockneter Basisware, die dann zu Granulaten und Pulvern verarbeitet wird.

**Fachverband der Gewürzindustrie e.V.**

[www.gewuerzindustrie.de](http://www.gewuerzindustrie.de)

**Fachverband der  
Gewürzindustrie e.V.**



## 4 | Situationsberichte aus den Branchen

### Milchindustrie

Am Milchmarkt hat im Sommer 2014 nach einer sehr festen Phase eine Wende hin zu einer deutlichen Abschwächung eingesetzt. Der zyklische Umschwung wurde durch einen ungewöhnlich starken Anstieg der Erzeugung in der EU sowie weiteren Exportländern und gleichzeitig eine nachlassende Nachfrage in wichtigen Importländern ausgelöst.

In der EU stieg die Milchanlieferung in den ersten acht Monaten von 2014 um 5,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum und übertraf damit alle Erwartungen und Prognosen. In Deutschland wuchs das Milchaufkommen nahezu genauso stark um 4,2 Prozent. Ursächlich für die starke Steigerung sind hohe Erzeugerpreise, günstige Witterungsbedingungen für die Milcherzeugung, sinkende Futterkosten und die Vorbereitungen der Erzeuger auf das Auslaufen der Milchquote am 31. März 2015.

Da die Nachfrage am Binnenmarkt weitgehend stagniert, stehen die zusätzlichen Mengen vorrangig für Exporte auf den Weltmarkt zur Verfügung. Gleichzeitig ist auch die Verfügbarkeit in Ozeanien und den USA gestiegen. Mit dem zusätzlichen Angebot ist die Aufnahmefähigkeit der importierenden Länder überfordert, zumal sich das Kaufverhalten der beiden größten Importeure der Welt, China und Russland, verändert hat. In China ist die Nachfrage derzeit nach der Bildung von Beständen gedämpft. Der russische Markt ist für die gesamte EU wie für die meisten übrigen westlichen Länder durch den Importstopp, den die russische Regierung im Zuge der Ukraine-Krise verhängt hat, über Nacht unzugänglich geworden. Da die verbleibenden potentiellen Lieferanten über kein ausreichendes Angebot verfügen, um die blockierten zu ersetzen, führt das Embargo zu einem Nachfrageausfall am Weltmarkt.

Das Ungleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage hat einen deutlichen Rückgang der Preise für Milchprodukte nach sich gezogen, der zunächst vom Weltmarkt ausging und sich zunehmend auch am europäischen und deutschen Markt bemerkbar gemacht hat. Damit bleiben die Preise am Milchmarkt sehr volatil.

#### ZMB Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH

[www.milk.de](http://www.milk.de)



**Die BVE – Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. ist der wirtschaftspolitische Spitzenverband der Fachverbände und Unternehmen der Ernährungsindustrie in Deutschland.**

**Die BVE vertritt die branchenübergreifenden Interessen der Lebensmittelhersteller in Berlin und Brüssel. Branchenspezifische Aufgaben werden in den Fachverbänden bearbeitet.**

**Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:**

**Christoph Minhoff**

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

**Stefanie Lehmann**

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