

# Konjunkturbericht der Ernährungsindustrie 01 | 2015

Die Ernährungsindustrie ist mit 560.000 Beschäftigten der drittgrößte Industriezweig in Deutschland. Die zu 90 Prozent durch kleine und mittelständische Betriebe geprägte Branche sichert Stabilität, Wohlstand und Arbeitsplätze.

Die Ernährungsindustrie konnte im vierten Quartal 2014 und ersten Quartal 2015 nicht weiter wachsen. Weniger Mengennachfrage im Inland, steigende Verbraucheransprüche, ein schwaches Exportgeschäft, sinkende Verkaufspreise und ein zunehmender Wettbewerbs- und Konsolidierungsdruck ließen die Umsätze sinken. Das Kostenniveau in der Lebensmittelproduktion bleibt hoch, besonders bei Agrarrohstoffen und Energie, aber auch die Lohnkosten steigen durch geltende Tarifabschlüsse sowie arbeitsmarktpolitische Maßnahmen. Der Ertragsdruck in der Branche zieht empfindlich an.

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 32 Prozent schätzen darüber hinaus Kunden weltweit die Qualität deutscher Produkte.

## Inhalt

1   Gesamtwirtschaftliche Lage	Seite 2
2   Konjunktorentwicklung der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2014 und 1. Quartal 2015	Seite 4
3   Arbeitsmarkt	Seite 8
4   Situationsberichte aus den Branchen	Seite 10



# 1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Das Wachstum der Weltproduktion bleibt moderat. Die Erwartungen für die kommenden Monate und Jahre sind zu Jahresbeginn 2015 von vielen Unsicherheiten geprägt. Der Internationale Währungsfonds (IWF) korrigierte seine Prognose für das Weltwirtschaftswachstum 2015 um 0,3 Prozentpunkte nach unten auf +3,5 Prozent. Konjunkturimpulse sind heterogen verteilt, wie jüngste Wechselkursschwankungen deutlich gemacht haben. Während die Konjunktur in vielen Industrieländern wie den USA, Japan und auch der Eurozone im Aufschwung ist, mussten die Prognosen für die Entwicklungs- und Schwellenländer gesenkt werden – allerdings auf deutlich höherem Niveau. Gedämpfte Wachstumserwartungen zeigen sich vor allem für die Rohölexporture sowie für China, Russland und Lateinamerika. Positiv auf die Weltkonjunktur wirkte allgemein der niedrige Ölpreis. Ein sinkendes Produktivitätswachstum, eine schwache Investitionstätigkeit, eine restriktive Geldpolitik und eine geringe Inflation, geopolitische Risiken sowie nachhaltige Unsicherheiten an den Finanzmärkten bleiben jedoch Negativ-Risiken für das Weltwirtschaftswachstum. Die IWF-Prognose für 2016 geht trotz allem davon aus, dass sich der Konjunkturaufschwung durchsetzt und erwartet ein Weltwirtschaftswachstum von +3,8 Prozent.

Die deutsche Wirtschaft erlebt im Frühjahr 2015 einen deutlichen konjunkturellen Aufschwung, das Bruttoinlandsprodukt stieg im ersten Quartal 2015 um +0,6 Prozent. Sinkende Ölpreise und die Abwertung des Euro beleben das Geschäft der Exportnation. Auch die robuste Inlandsnachfrage und die gute Beschäftigungslage sind dem deutschen Wirtschaftswachstum eine wichtige Stütze, das positive Konsumklima und eine steigende Kaufkraft stärken die privaten Konsumausgaben. Zwar soll laut Prognose das Tempo des Aufschwungs im

Jahresverlauf 2015 abnehmen, die Kapazitätsauslastung in der deutschen Produktion jedoch weiter steigen. Auch die Investitionstätigkeit soll leicht zunehmen. Das Frühjahrgutachten der deutschen Forschungsinstitute prognostiziert für 2015 einen Anstieg des realen Bruttoinlandsprodukts von +2,1 Prozent und +1,8 Prozent für 2016. Für den Arbeitsmarkt wird ein weiterer Ausbau der Erwerbstätigkeit um gut 350.000 Stellen 2015 und nochmals 250.000 Stellen für 2016 erwartet. Die Arbeitslosenquote sinkt damit 2015 auf 6,3 Prozent beziehungsweise 5,9 Prozent in 2016. Der Inflationsdruck lässt 2015 mit +0,5 Prozent weiter nach, für 2016 wird eine Teuerung von +1,3 Prozent erwartet. Die Lohnstückkosten sollen 2015 um +1,9 Prozent, 2016 nochmals um +1,7 Prozent steigen. Für den Staatshaushalt wird 2015 ein Überschuss von 20,7 Milliarden Euro, in 2016 von 25,6 Milliarden Euro erwartet.

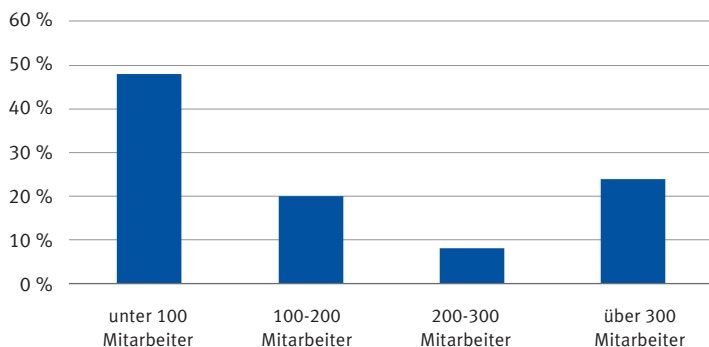
Für weiteres wirtschaftliches Wachstum brauchen die deutschen Unternehmen einen angemessenen wirtschaftspolitischen Rahmen. Ein konsolidierter Staatshaushalt und bestehende Überschüsse sind zudem in der Lage weitere Wachstumsimpulse zu setzen. Der Standort Deutschland muss international wettbewerbsfähig bleiben. Der Welthandel mit Lebensmitteln hat sich in den letzten zehn Jahren verdreifacht. Aus dem erhöhten Wettbewerb folgen nicht nur mehr Vielfalt und ein erhöhter Druck auf die Preise, sondern auch steigende Herausforderungen für Sicherheit, Qualität und Innovationen. In diesem Marktumfeld ist die deutsche Ernährungsindustrie auf eine gesicherte Verfügbarkeit von Rohstoffen und Energie zu bezahlbaren Preisen sowie Bürokratieabbau und Deregulierung angewiesen. Um die Beschäftigung in der Branche weiter auszubauen, sind auch positive Anreize für Investitionen und vor allem ein verbesserter Zugang zu chancenreichen Absatzmärkten außerhalb der EU notwendig.

## Bruttoinlandsprodukt – Veränderung in Prozent nach Ländergruppen

	Durchschnitt 1995-2004	2011	2012	2013	2014	2015	Veränderung zur IWF-Pronose Oktober 2014*	2016
Welt	3,6	3,9	3,4	3,4	3,4	3,5	-0,3	3,8
Industrieländer	2,8	1,5	1,2	1,4	1,8	2,4	0,1	2,4
EU	2,6	1,7	-0,3	0,1	1,4	1,8	0,0	1,9
Entwicklungs- und Schwellenländer	4,9	6,2	5,1	5,0	4,3	4,3	-0,7	4,7

# 1 | Gesamtwirtschaftliche Lage: Exportstrukturen

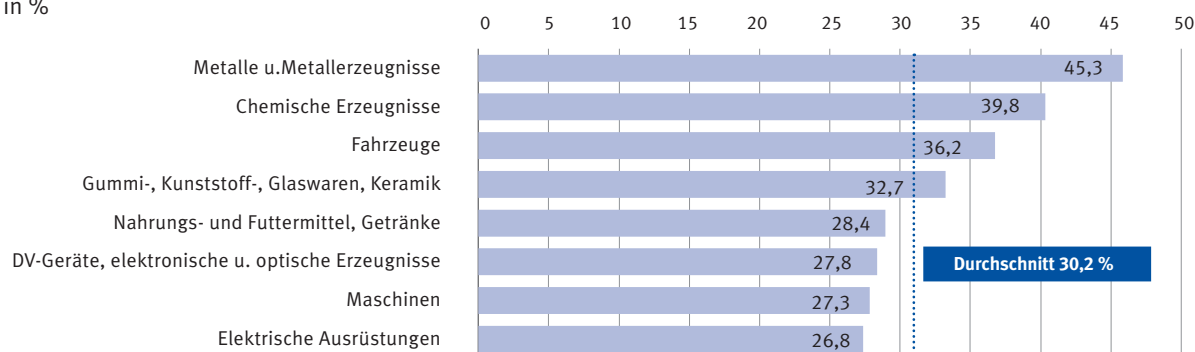
**Lebensmittelexporteure nach Beschäftigtengrößenklassen 2014**



## Die meisten Lebensmittelexporteure sind KMU's

Gut 70 Prozent der deutschen Lebensmittelexporteure sind Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten. Damit ist die große Mehrheit der exportierenden Lebensmittelhersteller klein und mittelständisch geprägt. Für sie sichert das Exportgeschäft bei steigendem internationalen Wettbewerb und Kostendruck einen wichtigen Anteil an Erträgen, Beschäftigung und Stabilität.

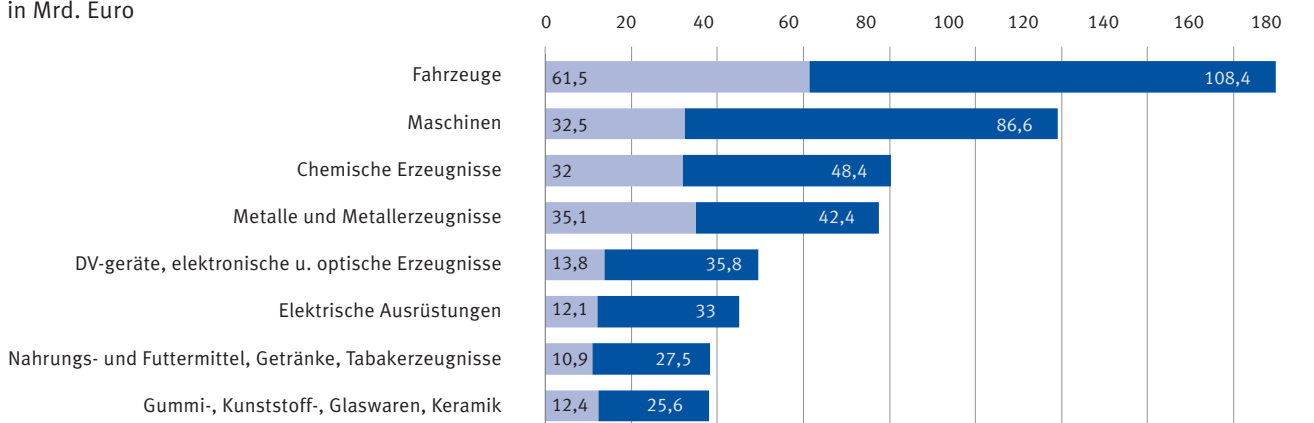
**Importanteil der Exporte aus inländischer Produktion\* 2010**  
in %



## Importanteil an den deutschen Lebensmittelexporten unter dem Industriedurchschnitt

Die Lebensmittelexporte aus inländischer Produktion haben einen Importanteil von nur 28,4 Prozent, der größte Anteil der deutschen Lebensmittelexporte stammt aus Deutschland. 27,5 Milliarden Euro an Wertschöpfung der Exporte der inländischen Lebensmittelproduktion werden in Deutschland, 10,9 Milliarden Euro im Ausland erwirtschaftet. Beim Importanteil liegt die Ernährungsindustrie unter dem Industriedurchschnitt und hinter anderen exportorientierten Branchen wie der Chemieindustrie oder dem Fahrzeugbau.

**Exporte aus inländischer Produktion\* 2010**  
in Mrd. Euro



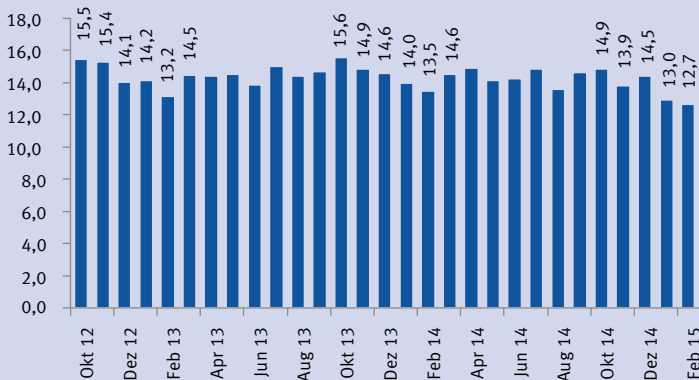
\*zu Herstellungspreisen

■ ausländische Wertschöpfung ■ inländische Wertschöpfung

## 2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2014 und 1. Quartal 2015: Umsatz, Export, Produktion

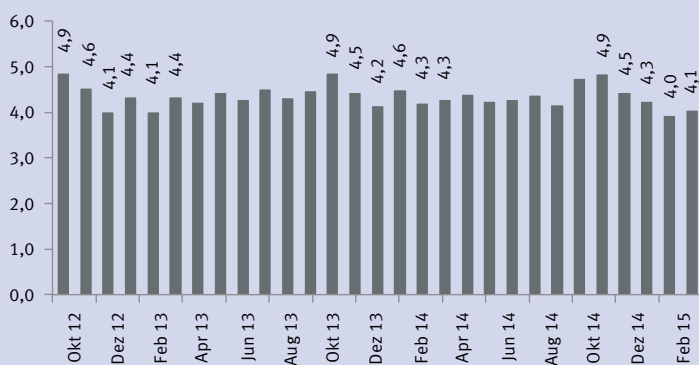
### Umsatz der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro



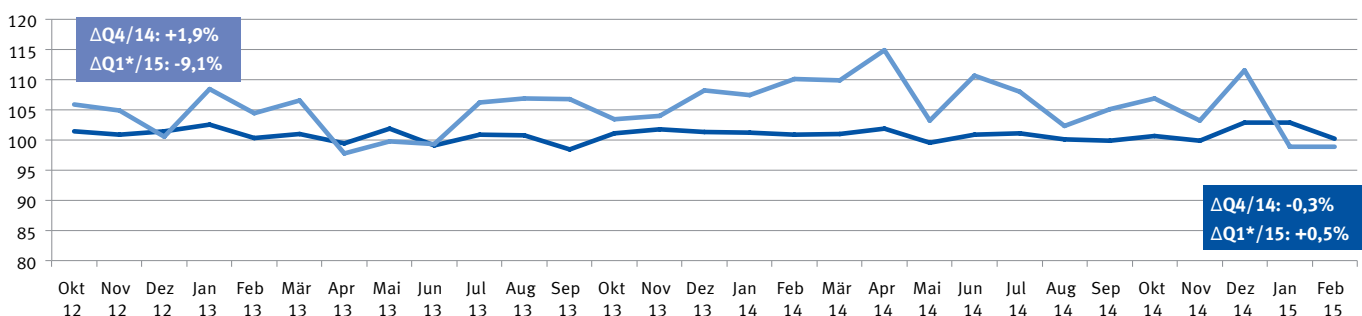
### Exporte der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro





### Entwicklung des Produktionsindex der Ernährungsindustrie

Vergleich Q4/2014 u. Q1\*/2015



\*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

Die Ernährungsindustrie konnte im vierten Quartal 2014 und ersten Quartal 2015 nicht weiter wachsen. Weniger Mengennachfrage im Inland, steigende Verbraucheransprüche, ein schwaches Exportgeschäft, sinkende Verkaufspreise und ein zunehmender Wettbewerbs- und Konsolidierungsdruck ließen die Umsätze sinken. Das Kostenniveau in der Lebensmittelproduktion bleibt hoch, besonders bei Agrarrohstoffen und Energie, aber auch die Lohnkosten steigen durch geltende Tarifabschlüsse sowie arbeitsmarktpolitische Maßnahmen. Der Ertragsdruck in der Branche zieht empfindlich an. Für neue Wachstumsimpulse müssen Unternehmen im Inland in den Ausbau umsatzstarker Produktsegmente investieren und im Ausland neue kaufkräftige Märkte erschließen können.

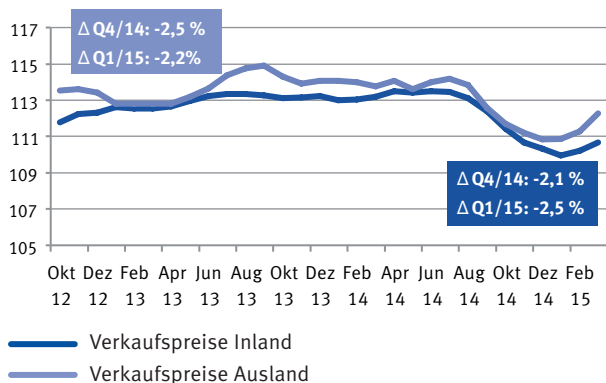
Im vierten Quartal 2014 erwirtschaftete die Ernährungsindustrie einen Umsatz von 43,3 Milliarden Euro, davon entfielen 13,7 Milliarden Euro auf den Lebensmittelexport. Damit verzeichnet die Branche einen Umsatzrückgang um -4,0 Prozent, abzüglich sinkender Verkaufspreise lag der Rückgang noch bei -1,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das Lebensmittelexportgeschäft blieb auf Vorjahresniveau, die Ausfuhren stiegen nur um +0,5 Prozent. Ohne Saison- und Kalendereffekte stagnierte auch die Lebensmittelproduktion im vierten Quartal 2014. Während der kalenderbereinigte Produktionsindex besonders in der Nahrungsmittelproduktion um -0,3 Prozent zurückging, nahm er in der Getränkeproduktion hingegen um +1,9 Prozent zu.

Der Januar und Februar 2015 brachte den Lebensmittelherstellern weiteres Negativwachstum. Die Ernährungsindustrie erzielte einen Umsatz von 25,7 Milliarden Euro, das entsprach einem Rückgang von -6,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Mengenmäßig sank der Branchenumsatz aufgrund der Preisentwicklung noch um -4,3 Prozent. Auch das Lebensmittelexportgeschäft blieb deutlich hinter dem Vorjahresergebnis zurück, die Ausfuhren sanken um -8,3 Prozent auf 8,1 Milliarden Euro. Auch die um arbeitstäglich- und saisonale Schwankungen bereinigte Produktionsleistung der Branche ging in den ersten zwei Monaten 2015 um -0,8 Prozent zurück. Der Produktionsindex für die Nahrungsmittelproduktion stieg dabei leicht um +0,5 Prozent und sank in der Getränkeindustrie um -9,1 Prozent.

## 2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2014 und 1. Quartal 2015: Preisentwicklung

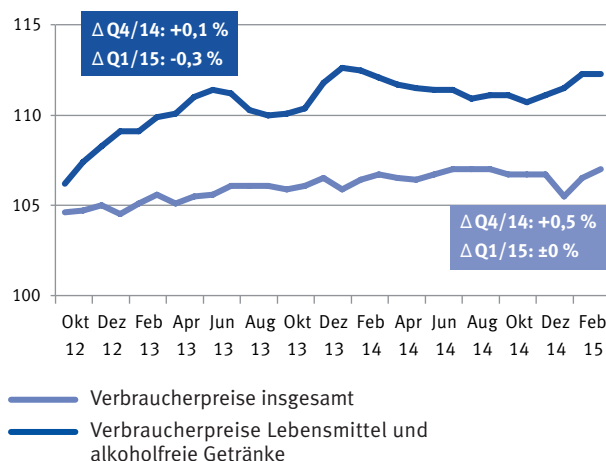
### Entwicklung Verkaufspreise in der Ernährungsindustrie

Vergleich: Q4/2014 u. Q1/2015 (Indizes; 2010=100)



### Entwicklung Verbraucherpreisindex

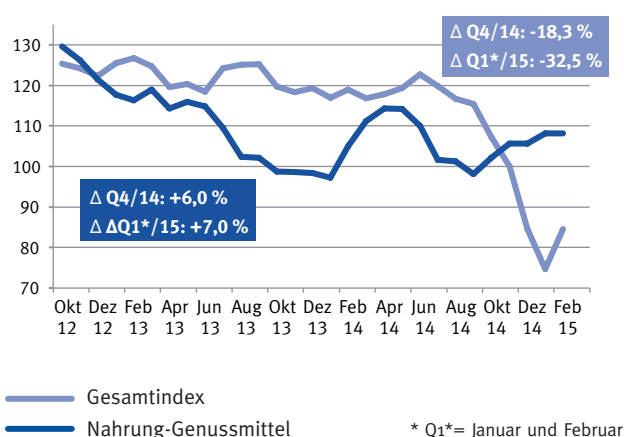
Vergleich: Q4/2014 u. Q1/2015 (Indizes; 2010=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

### Entwicklung Rohstoffpreise

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



Quelle: HWWI – Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut

Lebensmittelpreise sind in Deutschland im Vergleich zu Ländern mit vergleichbarem Einkommensniveau günstig und stabil. Langfristig steigen die Lebensmittelpreise weniger stark als die allgemeinen Lebenshaltungskosten. Standardisierung und Spezialisierung in den Produktionsschritten sowie ständiger technologischer Fortschritt und eine starke regionale Produktion, aber auch der intensive Preiskampf im Handel machen deutsche Qualitätslebensmittel preiswert. Der steigende Ertragsdruck ist für die Hersteller durch den harten internationalen Wettbewerb sowie die hohen Kosten der Lebensmittelproduktion begründet. An Produkte und Produktion werden immer höhere und kostenintensive Ansprüche gestellt. Hinzu kommt das hohe Qualitäts- und Preisbewusstsein am Markt.

Das Preisniveau an den Agrarrohstoffmärkten blieb im vierten Quartal 2014 und in den ersten zwei Monaten 2015 auf hohem Niveau. Den noch gedämpften Ernteprognosen für das laufende Jahr stehen aktuell gute Lagerbestände am Weltmarkt gegenüber. Die Angebotsituation an den globalen Agrarrohstoffmärkten hängt dabei stark von den Ernte- und Witterungsbedingungen ab, in Teilbranchen kommt es so immer wieder zu schwer kalkulierbaren Preisschwankungen. Der HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel stieg im vierten Quartal 2014 um +6,0 Prozent und in den ersten zwei Monaten 2015 um +7,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die zuverlässige Versorgung mit hochwertigen Rohstoffen zu bezahlbaren Preisen bleibt für die Branche weiterhin eine große Herausforderung.

Die Verkaufspreise der Lebensmittelhersteller im In- und Ausland waren in den letzten beiden Quartalen weiter rückläufig. Im Vorjahresvergleich sanken die Verkaufspreise im Inland um -2,1 Prozent im vierten Quartal 2014 und um -2,5 Prozent im ersten Quartal 2015. Im Export fielen die Preise im Vorjahresvergleich um -2,5 Prozent im vierten Quartal 2014 und um -2,2 Prozent im ersten Quartal 2015.

Für die Verbraucher blieben die Preise Oktober 2014 und März 2015 stabil. Der Verbraucherpreisindex für Lebensmittel stieg im Vorjahresvergleich im vierten Quartal 2014 nur um +0,2 Prozent und fiel daraufhin im ersten Quartal gleich wieder um -0,3 Prozent. Die allgemeinen Lebenshaltungskosten stiegen zum Jahresende 2014 um +0,5% und blieben zu Jahresbeginn 2015 konstant. Bei einzelnen Lebensmittelprodukten gab es in den letzten 6 Monaten aber auch deutlichere Preisschwankungen.

Verbraucherpreissteigerungen nach Produktgruppen*	Q4/14: Veränderung Vorjahreszeitraum	Q1/15: Veränderung Vorjahreszeitraum	
Brot und Getreideerzeugnisse	1,4 %	1,6 %	* Indexveränderung
Fleisch, Fleischwaren	-0,3 %	-0,9 %	
Fisch, Fischwaren	1,5 %	1,1 %	
Molkereiprodukte und Eier	1,5 %	-2,3 %	
Speisefette und -Öle	-11,2 %	-8,0 %	
Obst	-1,1 %	-1,5 %	
Gemüse u. Kartoffeln	-2,7 %	-2,2 %	
Zucker, Marmelade, Konfitüre, Honig, Sirup	1,3 %	3,0 %	
Kaffee, Tee, Kakao	8,4 %	10,0 %	
Mineralwasser, Säfte, Limonaden	-0,5 %	-1,1 %	
Spirituosen	0,7 %	1,3 %	
Wein	1,5 %	1,2 %	
Bier	2,4 %	1,7 %	



## 2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2014 und 1. Quartal 2015: Geschäftsklima

Sich schnell verändernde Märkte 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. Das Geschäftsklima der Branche ist von kurzfristigen und saisonalen Schwankungen geprägt, langfristig jedoch relativ stabil. Der steigende Ertragsdruck und das schwache Exportgeschäft drückten in den letzten Quartalen deutlich den Trend nach unten.

Im vierten Quartal 2014 und ersten Quartal 2015 fielen die Einschätzungen der Unternehmen der Ernährungsindustrie zum Geschäftsklima schlechter aus als in den Vorjahresquartalen. Besonders im vierten Quartal dominierten mehrheitlich negative Einschätzungen das Stimmungsbild. Ausschlaggebend war ein übergreifender deutlicher Einbruch bei den Geschäftserwartungen sowie eine negative Entwicklung im Auftragsbestand und in der Produktion im Oktober. Im ersten Quartal 2015 konnte sich die Stimmungslage bei den Lebensmittelherstellern im Vergleich zum vorherigen Quartal verbessern, jedoch blieb das Geschäftsklima weiter hinter den Ergebnissen aus dem Vorjahr zurück, besonders negativ fiel der Januar aus. Fällt der Jahresauftakt branchenüblich nach dem umtriebigen Weihnachtsgeschäft stets moderater aus, so brach die Stimmung im Januar 2015 aufgrund der schlechteren Geschäftslage und sinkender Erwartungen doch erheblich ein. Die Geschäftserwartungen für die kommenden Quartale 2015 zeigten sich im März jedoch wieder sehr positiv. Im Vergleich zur Ernährungsindustrie und zum Vorjahr zeigte sich das Geschäftsklima im Verarbeitenden Gewerbe im vierten Quartal 2014 und ersten Quartal 2015 ebenfalls verhalten, insgesamt bleibt das Verarbeitende Gewerbe aber etwas zuversichtlicher als die Ernährungsindustrie.

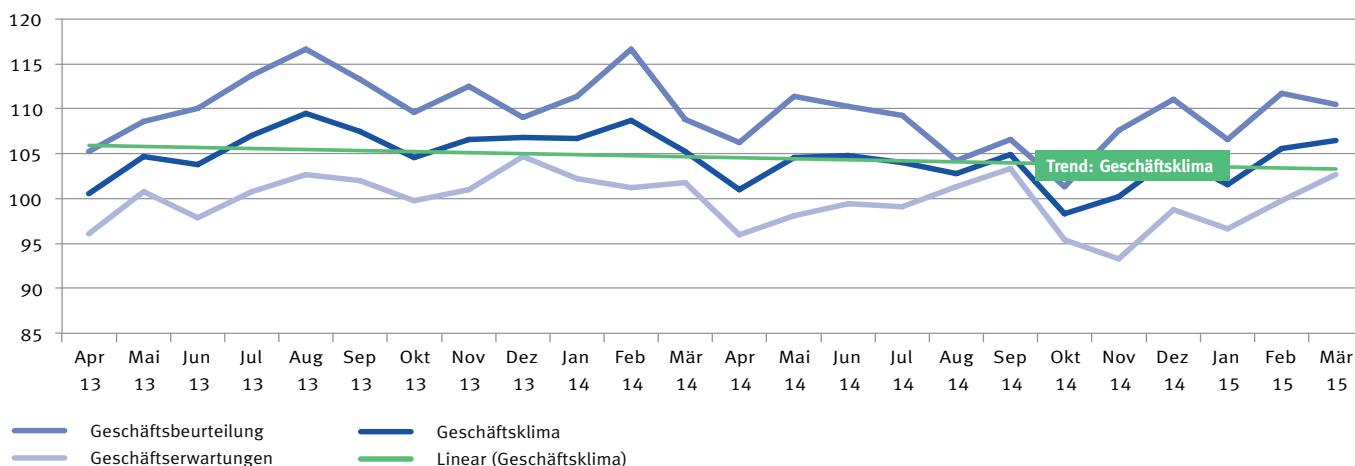
Die Kapazitätsauslastung in der Lebensmittelproduktion ist im Vorjahresvergleich im vierten Quartal 2014 leicht gesunken, dafür im ersten Quartal 2015 jedoch deutlich auf den höchsten Stand der letzten 12 Monate gestiegen. In beiden vergangenen

Quartalen wurde die Kapazitätsauslastung dabei mehrheitlich positiv und mehr als doppelt so gut wie im Vorjahr bewertet. Die Rohstoffbestände nahmen im Vorjahresvergleich leicht ab, die Fertigwarenbestände nahmen im vierten Quartal 2014 leicht zu und bleiben im ersten Quartal 2015 konstant. Die Produktionsbehinderungen in der Lebensmittelindustrie nahmen zwischen Oktober 2014 und März 2015 im Vorjahresvergleich deutlich zu. Am meisten machten den Herstellern Arbeitskräfte- und Auftragsmangel zu schaffen. Der Personalbestand wurde von den Lebensmittelherstellern im vierten Quartal 2014 und ersten Quartal 2015 mehrheitlich negativ und schlechter als im Vorjahr eingeschätzt. Die Erwartungen an den Beschäftigtenstand blieben mehrheitlich negativ und konnten sich erst zum Ende des ersten Quartals 2015 hin wieder verbessern. Insgesamt beurteilten die Unternehmen der Ernährungsindustrie ihre Wettbewerbssituation im Inland im vierten Quartal 2014 und ersten Quartal 2015 schlechter als im Vorjahr, jedoch noch mehrheitlich positiv. Mehrheitlich negativ und schlechter als im Vorjahr sahen die Lebensmittelhersteller die Entwicklung auf den Auslandsmärkten in und außerhalb der EU im vierten Quartal 2014. Diese Einschätzungen konnten erst im ersten Quartal 2015 wieder revidiert werden.

Gesättigte Märkte im Inland machen das Exportgeschäft zum Wachstumsmotor für die Ernährungsindustrie. Die Erschließung neuer Absatzmärkte im Export stärkt die Ertragslage der Unternehmen und sichert Arbeitsplätze. Die anhaltende Stagnation beim Lebensmittelexport im vierten Quartal 2014 und ersten Quartal 2015 dämpfen jedoch die Erwartungen an baldige deutliche Wachstumsimpulse im Exportgeschäft. Das BVE-PwC-Exportbarometer Dezember 2014 zeigte einen deutlichen Einbruch im Exportklima der Branche. Nach Einschätzung der Unternehmen ist der gestiegene Wettbewerbsdruck durch die Konkurrenz aus dem Ausland Hauptgrund für das schwache Exportwachstum, in Drittländern kommen zunehmende Handelshemmnisse hinzu. Eine Belebung des Exportgeschäftes und ein verbesserter Marktzugang könnten der Branchenkonjunktur wichtige neue Wachstumsimpulse vermitteln.

### Entwicklung des Geschäftsklimas in der Ernährungsindustrie

Q4/2014 und Q1/2015 im Vergleich\*



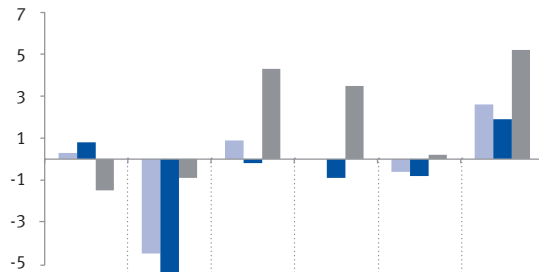
\* Indizes nach Umsatzanteilen gewichtet; 2005=100; saisonbereinigt

## 2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2014 und 1. Quartal 2015:

# Konsumklima

### Consumer Index: Sortimentsentwicklung

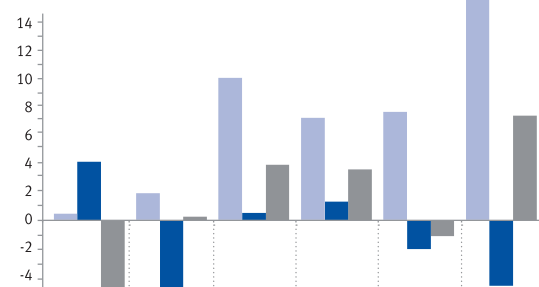
Q4/2014 und Q1/2015, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 14	Nov 14	Dez 14	Jan 15	Feb 15	Mär 15
Food + Getränke	0,3	-4,5	0,9	0	-0,6	2,6
Food	0,8	-5,6	-0,2	-0,9	-0,8	1,9
Getränke	-1,5	-0,9	4,3	3,5	0,2	5,2

### Consumer Index: Sortimentsentwicklung Getränke

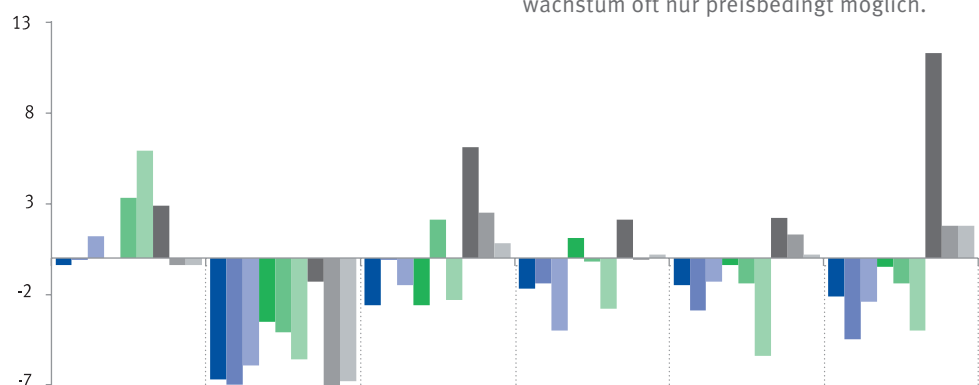
Q4/2014 und Q1/2015, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Apr 14	Mai 14	Jun 14	Jul 14	Aug 14	Sep 14
Heißgetränke	0,5	1,9	11,5	7,1	7,8	17,5
Alkoholfreie Getränke	4,1	-5	0,6	1,2	-2	-4,7
Alkohohlhaltige Getränke	-5,2	0,3	3,9	3,6	-1,3	7,3

### Consumer Index: Sortimentsentwicklung Food

Q4/2014 und Q1/2015, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 14	Nov 14	Dez 14	Jan 15	Feb 15	Mär 15
Frischeprodukte	-0,4	-6,7	-2,6	-1,7	-1,5	-2,1
Fleisch/Wurstwaren	-0,1	-7	-0,1	-1,4	-2,9	-4,5
Obst/Gemüse	1,2	-5,9	-1,5	-4	-1,3	-2,4
Brot/Backwaren	0	-3,5	-2,6	1,1	-0,4	-0,5
Molkereiprodukte, gelbe Linie	3,3	-4,1	2,1	-0,2	-1,4	-1,4
Molkereiprodukte, weiße Linie	5,9	-5,6	-2,3	-2,8	-5,4	-4
Süßwaren	2,9	-1,3	6,1	2,1	2,2	24,7
Tiefkühlkost/Eis	-0,4	-7,1	2,5	-0,1	1,3	1,8
Sonstige Nahrungsmittel	-0,4	-6,8	0,8	0,2	0,2	1,8

Die Kauflaune der deutschen Verbraucher erreichte in den letzten sechs Monaten neue Höchststände. Das Konsumklima stieg im Vorjahresvergleich im vierten Quartal 2014 durchschnittlich um +18,5 Prozent und im ersten Quartal 2015 um +15,2 Prozent. Positive Einkommenserwartungen, eine geringe Sparneigung und stabile Preise lassen den Verbrauchern mehr Spielraum für private Konsumausgaben.

Kurzlebige Konsumgüter wie Lebensmittel profitieren von der guten Kauflaune jedoch kaum. Beim Einkauf setzt sich immer mehr das steigende Konsumbewusstsein der Verbraucher durch, aber auch der gesellschaftliche Wandel beeinflusst die Nachfrage maßgeblich. Die Deutschen kaufen seltener, weniger aber hochwertigere Lebensmittel ein. Der Consumer-Index der GfK gibt Einblicke in die Umsatzentwicklung bei Lebensmitteln und Getränken im Lebensmitteleinzelhandel nach Produktsegment in den vergangenen 6 Monaten.

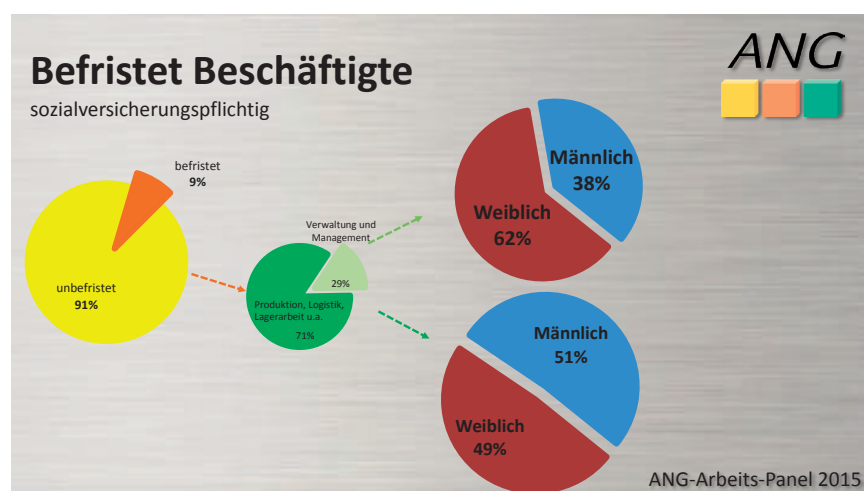
Im vierten Quartal 2014 und ersten Quartal 2015 blieb die Umsatzentwicklung im Einzelhandel mit Lebensmitteln und Getränken sehr durchwachsen. Dies war vor allem dem geringen Preisauftrieb geschuldet. Witterungs- und preisbedingt stieg über den gesamten Zeitraum der Umsatz mit Heißgetränken. Vom Saisongeschäft zu Weihnachten, Neujahr und Ostern profitierten vor allem die Produktsegmente Süßwaren und alkoholische Getränke. Die sinkende Einkaufsfrequenz, ein zunehmender Verzehr außer Haus und die hohen Ansprüche der Verbraucher an Service und Produktvielfalt im Handel üben deutlichen Konkurrenzdruck auf die Lebensmitteleinzelhändler aus. Bei sinkender Mengennachfrage ist ein Umsatzwachstum oft nur preisbedingt möglich.

## 3 | Arbeitsmarkt

**Die stabile Beschäftigungssituation in der Ernährungsindustrie ist ein wichtiger Konjunkturindikator. Mit 560.000 Beschäftigten ist die Branche der drittgrößte deutsche Industriezweig und bietet sichere Arbeitsplätze sowie vielfältige Beschäftigungsmöglichkeiten in allen Regionen Deutschlands. 2014 wurde die Zahl der Beschäftigten durch den hohen Bedarf an qualifizierten Fachkräften in der Branche um fast 5.000 Stellen ausgebaut.**



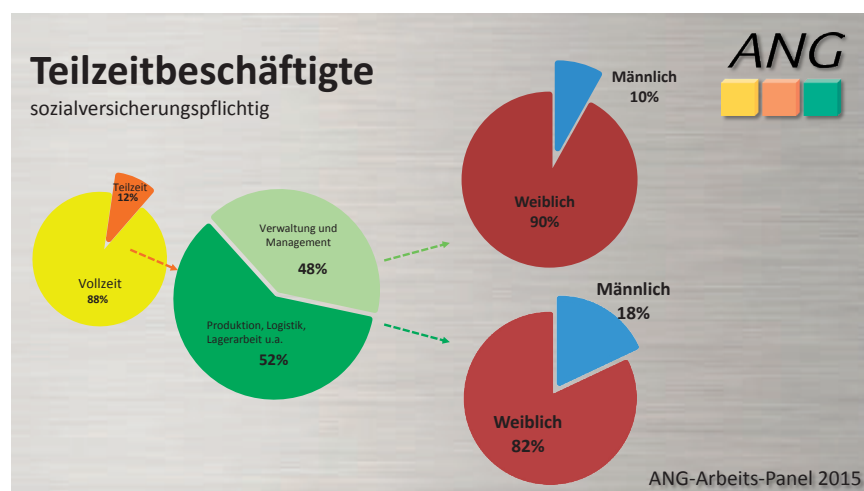
Ernährungsindustrie – stabil und zukunftssicher! Auch in diesem Jahr hat die ANG die Ergebnisse ihrer Ausbildungs- und Beschäftigungsumfrage in ihrem Arbeits-Panel zusammengefasst. Von der Umfrage umfasst wurden 193 Unternehmen mit 73.851 Beschäftigten und 358 Betriebsstätten. Im Vergleich zu den Vorjahren verblieb es 2014 bei der strukturellen Verteilung der Beschäftigten auf rund 70 Prozent in Produktion, Logistik, Lager und 30 Prozent in Verwaltung und Management. Die Branche ist dabei etwas „weiblicher“ geworden. Der Frauenanteil der Gesamtbelegschaft stieg leicht von 35 Prozent auf 37 Prozent, was in erster Linie auf den gewerblichen Bereich zurückzuführen ist. Dort lag der Anteil an weiblichen Mitarbeitern bei 35 Prozent, ein Anstieg gegenüber dem letzten Jahr von 6 Prozent.



gegenüber dem letzten Jahr von 6 Prozent.

Befristete Arbeitsverhältnisse spielen in der Ernährungsindustrie eine untergeordnete Rolle. 91 Prozent der Arbeitsverhältnisse sind unbefristet, wobei Befristungen hauptsächlich im Bereich Produktion, Logistik, Lager zu finden sind. Damit liegt die Befristungsquote nah an dem durch das Statistische Bundesamt veröffentlichten, branchenübergreifenden Wert von 8,3 Prozent in 2013.

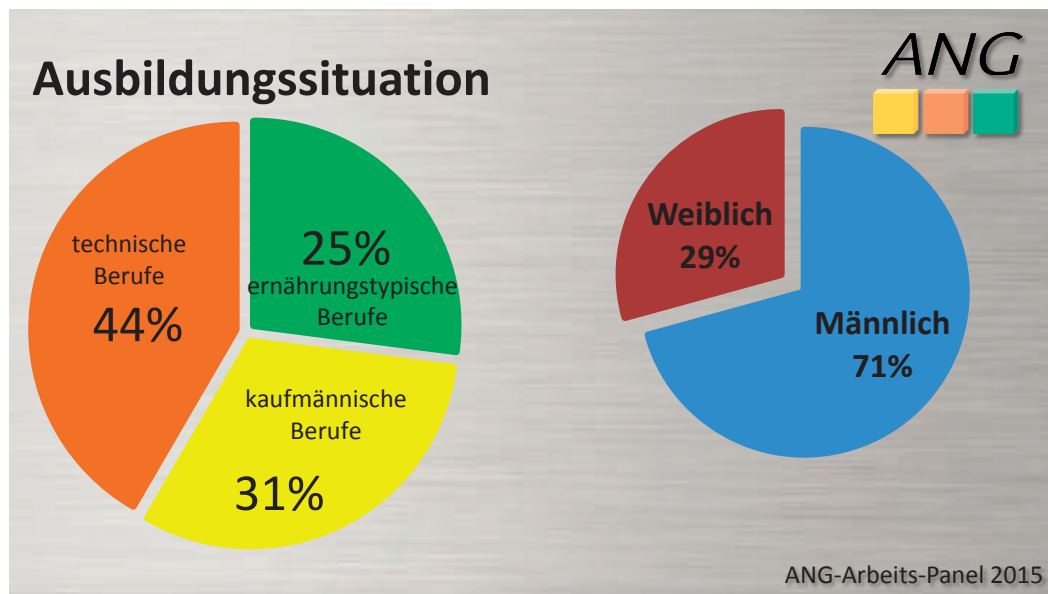
Das ANG-Arbeits-Panel weist einen Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter von 98 Prozent auf, d.h. lediglich 2 Prozent sind auf der Basis einer geringfügigen Beschäftigung tätig. In dieser sehr kleinen Gruppe Minijobber, die überwiegend (66 Prozent) in Produktion und Logistik eingesetzt sind, sind 63 Prozent Frauen.



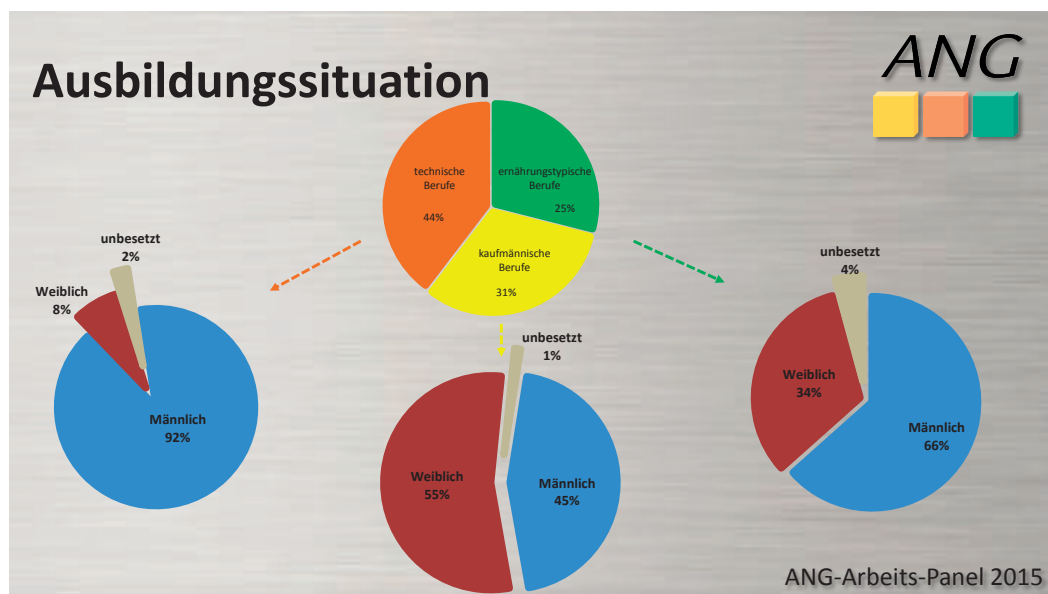
Die Vollzeitquote liegt bei knapp 90 Prozent. Die Teilzeitquote von 10 Prozent umfasst ausschließlich sozialversicherungspflichtige Beschäftigungen ohne Minijobber. Die Möglichkeit von Teilzeitarbeit wird größtenteils von Frauen genutzt. Die Daten des ANG-Panels entsprechen der Größenordnung von Erhebungen der Bundesagentur für Arbeit, wonach vier von fünf Beschäftigten in Nahrung und Genuss, d.h. in den Wirtschaftsabteilungen 10, 11 und 12 in Vollzeit arbeiten.



Untersucht wurde zudem die Ausbildungssituation: In den Vorjahren waren die Auszubildenden auf die abgefragten Bereiche ernährungstypisch, technisch und kaufmännisch nahezu gleichmäßig mit je einem Drittel verteilt. Dies sieht im Jahr 2014 erstmals deutlich anders aus: 2014 ist der Anteil der technischen Auszubildenden mit 44 Prozent deutlich gestiegen. Die technischen Berufe hatten bereits in der Vergangenheit Jahr für Jahr aufgeholt. Dies kann als Indikator für die zunehmend technische Optimierung der Produktion gesehen werden. Zudem zeigt diese Entwicklung, dass Unternehmen gerade in den Bereichen eigenen Nachwuchs ziehen, in denen sie erfahrungsgemäß am schwierigsten ihre offenen Stellen besetzen. Der Fachkräftemangel ist insbesondere im technischen Bereich zugegen und das bei steigender Technisierung der Produktionsabläufe. Die Ernährungsindustrie hat diese Entwicklung erkannt und wappnet sich entsprechend. Die Unternehmen haben das Ziel, eigene Fachkräfte durch Ausbildung zu sichern.



Der Anteil an unbesetzten Ausbildungsplätzen ist in allen drei abgefragten Bereichen konstant niedrig geblieben. Dieses Ergebnis war bereits durch die letzte ANG ad-hoc-Umfrage absehbar, mit der Stimmungen und Trends der Ernährungsindustrie zu Beginn des Ausbildungsjahres 2014 ermittelt wurden. Damit liegt die Ernährungsindustrie im branchenübergreifenden Vergleich gut. Laut Bundesagentur für Arbeit und ihrer Ausbildungsmarktdaten für März 2015 ist die Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze gegenüber dem März 2014 um knapp 1 Prozent nochmals gestiegen.



## 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.**

### Fleischwarenindustrie

Die Unternehmen der deutschen Fleischwarenindustrie blicken auf einen insgesamt positiven Jahresverlauf 2014 zurück. Nach einem Minus von 1,1 Prozent im Jahr 2013 konnte die industrielle Produktion von Roh-, Brüh- und Kochwurst im zurückliegenden Jahr leicht um 0,7 Prozent zulegen. Während die Herstellung von Rohwurst um 1,1 Prozent auf 428.703 Tonnen (2013: 433.669 Tonnen) rückläufig war, legten Brühwürste um 1,3 Prozent auf 863.990 Tonnen (2013: 853.054 Tonnen) zu. Die Produktion von Kochwurst stieg um 2,7 Prozent von 171.947 Tonnen im Jahr 2013 auf 176.566 Tonnen im zurückliegenden Jahr 2014. Insgesamt wurden 1.469.259 Tonnen Wurstwaren von der deutschen Fleischwarenindustrie hergestellt. Wichtige Warengruppen wie etwa Schinken, Suppen oder Teigwaren sind in diesen Zahlen nicht erfasst.

Gleichzeitig sank die private Nachfrage in Deutschland, wenn auch nur in sehr geringem Maße. Insgesamt wurden nach Angaben der Agrarmarktinformations-Gesellschaft (AMI) 1,5 Prozent weniger Fleisch (inklusive Geflügel und Wurst) von Privathaushalten erworben als im Vorjahr. Die demografischen Entwicklung, soziale Veränderungen und ein weiter steigender Außer-Haus-Verzehr sind die wesentlichen Einflussgrößen für diese Entwicklung.

Der Umsatz der deutschen Fleischwarenindustrie legte von 18,10 Milliarden Euro 2013 auf 18,16 Milliarden Euro im zurückliegenden Jahr um gut 3,3 Prozent zu. Die Exportquote beträgt 14,3 Prozent.

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

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



### Süßwarenindustrie

Nach Angaben des Bundesverbandes der Deutschen Süßwarenindustrie (BDSI) ist die Süßwarenindustrie unter schwierigen Bedingungen ins Jahr 2015 gestartet. Angespannt ist besonders die Lage am Markt für wichtige Importrohstoffe wie Haselnüsse, Mandeln und Kakao. Schlechte klimatische Bedingungen, ungünstigere Wechselkursverhältnisse und die weltweit steigende Nachfrage nach diesen wertvollen Lebensmittelrohstoffen führten maßgeblich zu einem enormen Preisanstieg dieser Rohstoffe. Neben der Situation auf den internationalen Rohstoffmärkten ist eine weitere der zahlreichen Herausforderungen die Stagnation des Inlandsabsatzes bzw. seine zu Weilen rückläufige Entwicklung.

Laut dem Süßwarenmonitor des Marktforschungsunternehmens IRI gab es zu Beginn des Jahres im Zeitraum Januar bis Februar gegenüber dem Vorjahr zwar einen Zuwachs im Umsatz mit Süßwaren gesamt von 2,3 Prozent. Allerdings kam es auch zu einem Absatzzrückgang von 0,9 Prozent.

Laut IRI-Süßwarenmonitor stieg der Umsatz von Schokoladenwaren in diesem Zeitraum um 1,5 Prozent an. Der Absatz von Schokoladenwaren war hingegen mit 3,5 Prozent rückläufig. Die Kategorie Salzige Snacks erreichte im gleichen Zeitraum erneut ein sattes Umsatzwachstum von 6,0 Prozent bei einem Anstieg der Absatzmenge von 4,2 Prozent. Süßgebäck verlor im Umsatz laut IRI erneut um 2,3 Prozent bei einem Absatzzrückgang von 3,5 Prozent. In der Kategorie Zuckerwaren gelang es den Umsatz um 2,6 Prozent zu steigern, wohingegen der Absatz um 0,4 Prozent rückläufig war.

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

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



## 4 | Situationsberichte aus den Branchen

### Brauwirtschaft

Die deutsche Brauwirtschaft kann auf ein erfolgreiches Jahr zurückblicken. 2014 wurden die Absatzzahlen des Vorjahres übertroffen. Zum positiven Ergebnis beigetragen haben das stabile Konsumklima, ein relativ kurzer Winter und das gute Wetter im 1. Halbjahr sowie Umsatzimpulse durch die Fußball-WM. Der durchschnittliche Pro-Kopf-Konsum von Bier lag nach acht Jahren erstmals mit 107 Litern wieder über dem Vorjahreswert.

Insgesamt gehen die deutschen Brauer optimistisch in den Sommer 2015. Auf die gute Entwicklung, insbesondere im Bereich des Exports kann aufgebaut werden. Besonders in China und den USA werden deutsche Biere immer beliebter.

Impulse setzte im letzten Jahr auch die weiterhin wachsende Lust der Verbraucher auf alkoholfreie Biere, deren Absatz ebenfalls stieg.

Auch die Zahl der deutschen Braustätten wuchs in den letzten zehn Jahren um über siebzig auf zuletzt 1.352 an. Die Renaissance des Bierbrauens, die wachsende Begeisterung für hochwertige Biere und der Blick auf den Ursprung der deutschen Braukultur durch Craftbiere sind Grund hierfür. Diese neuen Biere begeistern die Verbraucher zusätzlich, wenngleich sie hierzulande schon gebraut wurden, als dieser Begriff in den USA noch ein Fremdwort war.

Deutschlands Bekanntheit für handwerklich gebaute Biere, das Reinheitsgebot und die ohnehin schon legendäre Biervielfalt mit über 5.000 verschiedenen Bieren wird hierdurch ständig erweitert. Diese Welle wird in 2015 dazu beitragen, neue Konsumentenkreise zu erschließen und die Wertschöpfung sowie das Image des Bieres zu steigern.

#### Deutscher Brauer-Bund e.V.

[www.brauer-bund.de](http://www.brauer-bund.de)

#### Die deutschen Brauer

Deutscher Brauer-Bund e.V.



### Mineralbrunnenbranche

Für die deutschen Mineralbrunnen war das Jahr 2014 insgesamt erfolgreich: der Absatz von Mineral- und Heilwasser sowie Erfrischungsgetränken auf Mineralwasserbasis erreichte das Rekordniveau von 14,2 Milliarden Liter und damit ein Plus von 2,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Natürliches Mineralwasser bleibt mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von 143,6 Litern in Deutschland der beliebteste Durstlöcher. Insgesamt wurden im Jahr 2014 10,8 Milliarden Liter Mineral- und Heilwässer konsumiert (+ 3,0 Prozent).

Am beliebtesten sind mittlerweile Medium-Mineralwässer mit wenig Kohlensäure, bei einem Marktanteil von 43,6 Prozent. Der Marktanteil von klassischem Sprudel ist seit Jahren rückläufig und lag 2014 bei 40,8 Prozent. Das größte Wachstum hat das Segment der Mineralwässer ohne Kohlensäure zu verzeichnen (Marktanteil 13,1 Prozent).

Auch der Umsatz der Branche entwickelte sich 2014 mit einem Zuwachs von 3,8 Prozent sehr positiv. Allein der Umsatz im Segment der Heil- und Mineralwässer hat um 6,0 Prozent zugelegt. Die Endverbraucherpreise der beiden wichtigsten Kasten-Gebinde (Glas-Mehrweg und PET-Mehrweg), auf die bei Mineral- und Heilwasser insgesamt ein Marktanteil von knapp 50 Prozent entfällt, sind im Jahr 2014 teilweise deutlich gestiegen.

Die positive Entwicklung des Absatzes hat sich im 1. Quartal 2015 fortgesetzt, mit einem Plus von 2,0 Prozent für die Branche

#### Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V.

[www.vdm-bonn.de](http://www.vdm-bonn.de)



Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V.

## 4 | Situationsberichte aus den Branchen

### Milchindustrie

2013 und 2014 waren am Milchmarkt zwei Rekordjahre in Folge bei kalenderjährlicher Betrachtung. Das Milchaufkommen der Molkereien in Deutschland ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen und erlangte 2014 ein neues Allzeit-Hoch von 31,4 Millionen Tonnen. Die Milchzahlungspreise erreichten in den beiden zurückliegenden Jahren die höchsten Werte der vergangenen Jahrzehnte. 2014 beliefen sie sich für konventionelle Milch mit 4,0 % Fett und 3,4 % Eiweiß ab Hof ohne Mehrwertsteuer auf 37,55 Cent/kg. Allerdings traten spätestens seit Herbst 2014 Anzeichen eines Ungleichwichtes zwischen Angebot und Nachfrage am weltweiten Milchmarkt auf, die zunehmende Preisrückgänge für Milcherzeugnisse nach sich zogen. Zu Beginn von 2015 setzte eine kurzfristige Erholung der Preise ein, die auf die Erwartung einer sinkenden Produktion gestützt war und sich als nicht nachhaltig erwiesen hat.

Die Liberalisierung des europäischen Milchmarktes ist indessen weiter vorangeschritten. Seit dem 1. April 2015 ist das Quotensystem in der Europäischen Union nach 31-jähriger Anwendung ausgelaufen. Ab diesem Stichtag können die Milcherzeuger über ihre Produktionsmengen frei entscheiden. Die Molkereien in Nord-West-Europa hatten sich im Vorfeld auf höhere Milchmengen eingestellt und Investitionen in Erweiterungen ihrer Verarbeitungskapazitäten getätigt.

In den ersten Wochen der quotenfreien Zeit war in Deutschland im Schnitt keine Änderung des Anlieferungsverhaltens der Milcherzeuger zu beobachten. Wie bereits im ersten Quartal von 2015 wurde das Vorjahresniveau weiterhin unterschritten. Dennoch war der Markt von zunehmendem Preisdruck geprägt. Der Absatz in Ländern der EU entwickelt sich etwas unterschiedlich. Teilweise, wie z.B. in Italien, scheint die schwierige gesamtwirtschaftliche Lage einen sparsameren Konsum nach sich zu ziehen. Teilweise ist das Konsumverhalten aber auch stabil oder leicht steigend. Die Umsatzerlöse sind wegen niedrigerer Produktpreise in wichtigen Bereichen rückläufig. Am Weltmarkt ist die Nachfrage nach Milchprodukten insgesamt im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Dazu tragen der russische Importstopp, der insgesamt zu einem Nachfragerückgang führt, und die seit Mitte 2014 niedrigeren Milchprodukteimporte Chinas maßgeblich bei. Zusätzlich verhalten sich viele Einkäufer abwartend und scheinen auf ein weiter steigendes Angebot zu hoffen. Die Weltmarktpreise für Milchprodukte haben umgerechnet in US-Dollar weiter nachgegeben und bewegen sich teilweise auf dem niedrigsten Stand seit Ende 2009. Der schwache Euro hat die Exporte der EU bislang nicht im erwarteten Maß stimuliert.

Für die Jahresmitte und das dritte Quartal 2015 zeichnen sich zunächst schwächere Milchpreise ab. Die weitere Entwicklung ist von Unsicherheit gekennzeichnet. Eine Wende hin zu festeren Tendenzen könnte durch sinkende Milchmengen in wichtigen Erzeugungsregionen oder eine wieder lebhaftere Nachfrage eintreten.

**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)