BVE
Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie

Konjunkturbericht der Ernährungsindustrie 01 | 2016

Die Ernährungsindustrie ist mit 570.000 Beschäftigten der drittgrößte Industriezweig in Deutschland. Die zu 95 Prozent durch kleine und mittelständische Betriebe geprägte Branche sichert Stabilität, Wohlstand und Arbeitsplätze.

Die Ernährungsindustrie konnte nach über einem Jahr der Stagnation im vierten Quartal 2015 und ersten Quartal 2016 ihren Umsatz steigern. Auch der Absatz konnte zwischen Oktober 2015 und Februar 2016 ausgebaut werden. Dem jüngsten Wachstum fehlen jedoch noch nachhaltige Impulse. Vielmehr haben gute Zugewinne im Exportgeschäft sowie saisonale Effekte im vierten Quartal 2015 und ein vorübergehendes Nachlassen des Preisdrucks das Umsatzergebnis in den letzten Monaten positiv beeinflusst. Das Geschäftsumfeld der Branche bleibt angespannt und der Ertragsdruck hoch.

Höchste Qualität, Sicherheit, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung zeichnen die moderne Lebensmittelproduktion aus. Die Ernährungsindustrie sorgt täglich für das Wohl von 81 Millionen Verbrauchern in Deutschland; mit einem Exportanteil von 33 Prozent schätzen darüber hinaus Kunden weltweit die Qualität deutscher Produkte.

Inhalt

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage Seite 2

2 | Konjunkturentwicklung der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2015 und 1. Quartal 2016 Seite 5

3 | Arbeitsmarkt Seite 9

4 | Situationsberichte aus den Branchen Seite 11

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Die Weltproduktion wächst 2016 schwächer als erwartet. Risiken für die fragile Konjunktur bestehen vor allem durch eine anhaltende Stagnation und niedrige Inflation in den Industrieländern, den niedrigen Ölpreis, den steigenden Druck auf das Wachstum in den Entwicklungs- und Schwellenländern – insbesondere in China – den schwachen Welthandel, die Gefahren durch eine zunehmende Einflussnahme der Politik auf das Marktgeschehen sowie geopolitische Konflikte. Der IWF prognostiziert aktuell ein Weltwirtschaftswachstum in 2016 von +3,2 Prozent, das sind -0,4 Prozentpunkte weniger als noch in der Herbstprognose. Die Prognose basiert auf den Annahmen, dass sich die genannten Risiken nicht weiter verschärfen und vor allem die Entwicklungs- und Schwellenländer auf einen stabileren Wachstumspfad zurückfinden. Gleichzeitig müssen in den Industrieländern geeignete Politikmaßnahmen zur Wachstumsförderung durch strukturelle Reformen, Anpassungen in der Geldpolitik aber auch eine wachstumsfreundliche Fiskalpolitik getroffen sowie insgesamt die Wiederstandsfähigkeit der Weltwirtschaft gestärkt werden. Die IWF-Prognose für 2017 geht dann von einem Widererstarken des Weltwirtschaftswachstums mit einem Zuwachs von +3,5 Prozent aus.

Die deutsche Wirtschaft verzeichnet einen moderaten Aufschwung getragen durch den privaten Konsum und eine expansive Fiskalpolitik. Das Frühjahrsgutachten der deutschen Forschungsinstitute rechnet für 2016 mit einem Zuwachs des Bruttoinlandsproduktes von +1,6 Prozent. Die positiven Effekte durch den privaten Konsum basieren auf der guten Beschäftigungslage sowie steigenden Einkommen und Kaufkraft. Die Staatsausgaben steigen mit den Anforderungen der Bewältigung der Flüchtlingsmigration. Die Investitionstätigkeit der Unternehmen bleibt jedoch gering und auch vom Exportgeschäft kommen keine positiven Impulse. Angesichts fortbestehender Risiken für die Weltkonjunktur bleiben die Wachstumsprognosen für 2017 mit einem Zuwachs von +1,5 Prozent verhalten. Für den Arbeitsmarkt wird ein weiterer Ausbau der Erwerbstätigkeit um knapp 500.000 Stellen in 2016 und nochmals gut 400.000 Stellen in 2017 erwartet. Die Arbeitslosenquote sinkt damit 2016 auf 6,2 Prozent beziehungsweise steigt auf 6,4 Prozent in 2017. Der Inflationsdruck zieht 2016 mit +0,5 Prozent leicht an und nimmt für 2017 mit +1,5 Prozent deutlicher zu. Die Lohnstückkosten sollen 2016 um +2,5 Prozent, 2017 nochmals um +2,0 Prozent steigen. Für den Staatshaushalt wird 2016 ein Überschuss von 11 Milliarden Euro, in 2017 von 9,8 Milliarden Euro erwartet.

Eine deutliche Herausforderung für Deutschland besteht in der Bewältigung der Flüchtlingsmigration, so gilt es vor allem die Integration in den Arbeitsmarkt zu fördern. Darüber hinaus müssen die deutlichen Überschüsse in den öffentlichen Haushalten zur Förderung des Wachstums eingesetzt werden. Dazu gehören eine Entlastung der Unternehmen von Steuern und Abgaben, Bürokratieabbau sowie Investitionen in das Produktionspotenzial. 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 eine verhältnismäßige Regulierung und branchengerechte Förderung 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	2012	2013	2014	2015	2016	Veränderung zur IWF-Prognose Oktober 2015*	2017	Veränderung zur IWF-Prognose Oktober 2015**
Welt	3,6	3,4	3,4	3,4	3,1	3,2	-0,4	3,5	-0,3
Industrieländer	2,8	1,2	1,4	1,8	1,9	1,9	-0,3	2,0	-0,2
EU	2,6	-0,3	0,1	1,5	2,0	1,8	-0,1	1,9	-0,1
Entwicklungs- und Schwellenländer	4,9	5,1	5,0	4,6	4,0	4,1	-0,4	4,6	-0,3

Quelle: IWF

* in Prozentpunkten

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage:

Gewinnsituation und Ertragsdruck in der Ernährungsindustrie

Ein Blick auf die Gewinnsituation bestätigt: Das Geschäftsumfeld der Ernährungsindustrie wird zunehmend schwieriger. Eine schwache Nachfrage, anhaltend hohe Kosten bei Löhnen, Energie und Rohstoffen, ein zunehmender Konkurrenzdruck sowie schwindende Gewinnspielräume im Auslandsgeschäft steigern den Ertragsdruck für die Ernährungsindustrie und stärken die Verhandlungsmacht des konzentrierten Einzelhandels. Der entstehende Preisdruck treibt die Konsolidierung in der Branche voran. Das Nullwachstum behindert nachhaltige Innovationen. Die internationale Wettbewerbsfähigkeit der Branche zu stärken ist Bedingung für neues Wachstum.

Die Ernährungsindustrie im Branchenvergleich

GERINGERE RENDITE – HÖHERE EIGENKAPITALQUOTE

Von Dr. Klaus-Heiner Röhl, Senior Economist, Institut der deutschen Wirtschaft Köln

Wie haben sich die Gewinne der Ernährungsindustrie seit Ende der 1990er Jahre entwickelt? Wo stehen die Unternehmen im Vergleich zum verarbeitenden Gewerbe und zur Gesamtwirtschaft? In den meisten Jahren des Analysezeitraums war die Ertragslage in der Ernährungsindustrie leicht unterdurchschnittlich. Das deutet auf eine scharfe Wettbewerbssituation hin. Dafür scheinen die Unternehmen gegenüber Konjunkturzyklen relativ immun zu sein.

>> Vorab einige Kerndaten zur deutschen Ernährungsindustrie: Nach Angaben des statistischen Bundesamtes arbeiteten im Jahr 2014 knapp 560.000 Menschen in 5.828 Betrieben mit mindestens 20 Beschäftigten. Davon beschäftigten die Nahrungs- und Futtermittelhersteller rund 499.000 und die Getränkehersteller 61.000 Mitarbeiter. In weiteren 23.749 Kleinstbetrieben der Branche mit weniger als 20 Mitarbeitern waren 2014 noch einmal fast 305.000 Personen beschäftigt. Die Branche konzentrierte sich stark auf den Binnenmarkt. Das zeigt die im Vergleich zur deutschen Industrie insgesamt geringe Exportquote von 32,5 Prozent in der Nahrungs- und Futtermittelindustrie und 24,7 Prozent in der Getränkeherstellung. Allerdings stieg die Exportquote im Vergleich zum Vorjahr an. Demgegenüber konnte der Inlandsumsatz nur in der Getränkeherstellung leicht erhöht werden, während er in der bedeutenderen Nahrungsmittelherstellung zurückging. Vom Gesamtumsatz in Höhe von 172,2 Milliarden Euro erwirtschaftete allein die Nahrungs- und Futtermittelherstellung rund 88 Prozent, bzw. 151,4 Milliarden Euro.

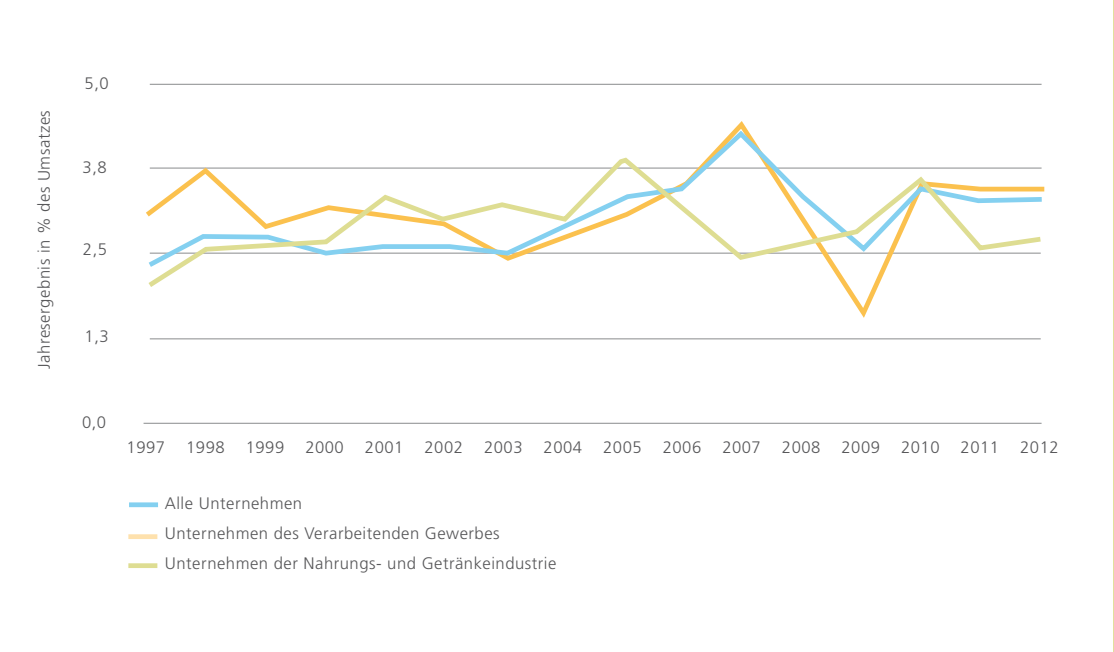
Die Nettoumsatzrendite ist die entscheidende Größe zur Abbildung des unternehmerischen Erfolgs. Von 1997 bis 2012 konnte die Ernährungsindustrie hier nicht die Werte des verarbeitenden Gewerbes oder der Gesamtwirtschaft erreichen. Die von der deutschen Bundesbank seit 1997 ausgewiesenen Branchenwerte zeigen für alle Unternehmen, also auch für die Ernährungsindustrie, steigende Renditen bis zum Jahr 2005. Die Ernährungsindustrie konnte in diesem Zeitraum ihre Nachsteuerrendite von 2 Prozent im Jahr 1997 auf 3,9 Prozent 2005 als stärkstem Jahr fast verdoppeln. Die gesamte Wirtschaft wuchs jedoch noch stärker und länger bis auf 4,3 Prozent im Boomjahr 2007.

Nach 2007 erfolgte für alle Unternehmen und noch verschärft für das verarbeitende Gewerbe ein Gewinneinbruch mit einem Tiefpunkt von 2,5 bzw. 1,5 Prozent im Rezessionsjahr 2009, woraufhin aber im Jahr 2010 eine kräftige Erholung einsetzte.

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage: Gewinnsituation und Ertragsdruck in der Ernährungsindustrie

Die Gewinne der Ernährungsindustrie entwickelten sich also über weite Strecken vollkommen anders als im Verarbeitenden Gewerbe und der Gesamtwirtschaft: So wurde ein Tiefpunkt gerade im Boomjahr 2007 verzeichnet, während die Nettorendite im Krisenjahr 2009 spürbar höher lag. Insgesamt zeigt sich, dass in den Renditen aller Unternehmen und des Verarbeitenden Gewerbes der Konjunkturverlauf ablesbar ist, während die Gewinnentwicklung der Ernährungsindustrie offenbar anderen Gesetzmäßigkeiten folgt. Eine Ursache war der starke Anstieg der Preise für Rohstoffe und Grundnahrungsmittel im Jahr 2007, der die Gewinne der weiterverarbeitenden Betriebe unter Druck setzte.

Die Nettoumsatzrendite der Ernährungsindustrie im Vergleich 1997 bis 2012



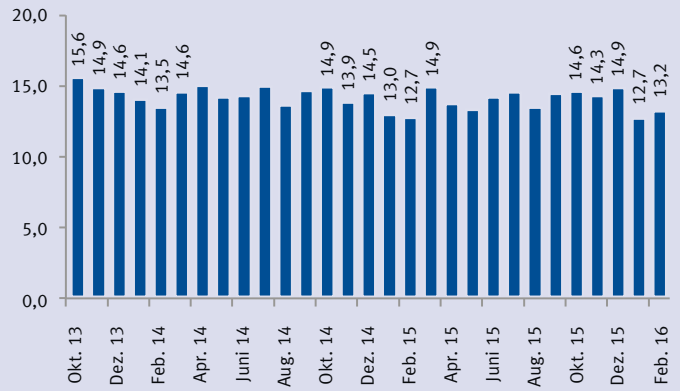
Nettoumsatzrendite: Jahresüberschuss nach Unternehmenssteuern in Prozent des Umsatzes.
Quelle: Deutsche Bundesbank, Statistische Sonderveröffentlichung Nr. 5, 2015

Die Eigenmittelquote ist in der deutschen Wirtschaft seit Ende der 90er Jahre deutlich gestiegen. Mit den bereits absehbaren Basel-II-Regelungen zur Erhöhung der Stabilität im Bankensektor bekam die Eigenkapitalausstattung der Unternehmenskunden nach dem Jahr 2000 eine größere Bedeutung für die Kreditkonditionen. So stieg dann auch die Eigenmittelquote von ca. 20 Prozent im Jahr 2000 auf 25 Prozent 2004.

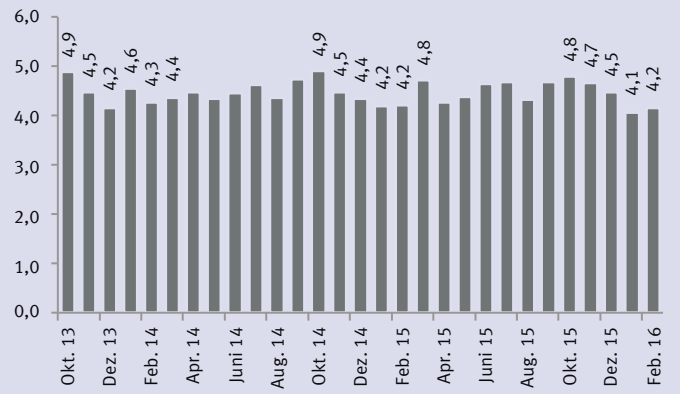
Bemerkenswert: In der Ernährungsindustrie stieg die Eigenkapitalquote im gleichen Zeitraum noch kräftiger als im Rest der deutschen Wirtschaft: von 22 auf 29 Prozent. Im weiteren Verlauf wuchs die Eigenmittelquote nicht mehr mit der gleichen Dynamik, aber es erfolgte bis 2012 (jüngster verfügbarer Wert) ein weiterer Anstieg bis auf 28 Prozent für alle Unternehmen und knapp 32 Prozent für das Verarbeitende Gewerbe und die Ernährungsindustrie.

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2015 und 1. Quartal 2016: Umsatz, Export, Produktion

Umsatz der Ernährungsindustrie
in Mrd. Euro



Exporte der Ernährungsindustrie
in Mrd. Euro

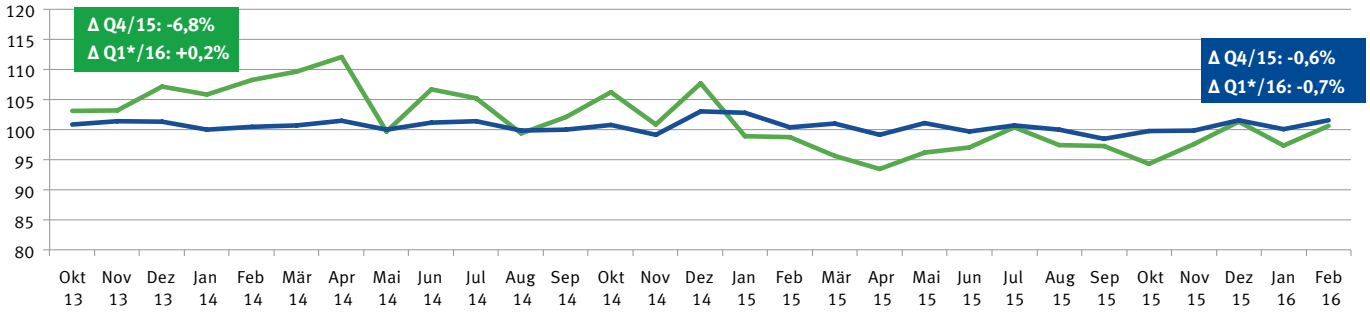


Die Ernährungsindustrie konnte nach über einem Jahr der Stagnation im vierten Quartal 2015 und ersten Quartal 2016 ihren Umsatz steigern. Auch der Absatz konnte zwischen Oktober 2015 und Februar 2016 ausgebaut werden. Dem jüngsten Wachstum fehlen jedoch noch nachhaltige Impulse. Vor allem gute Zugewinne im Exportgeschäft sowie saisonale Effekte im vierten Quartal 2015 und ein vorübergehendes Nachlassen des Preisdrucks haben das Umsatzergebnis in den letzten Monaten positiv beeinflusst. Das Geschäftsumfeld der Branche bleibt angespannt und der Ertragsdruck hoch. Die Gründe sind vielfältig: die Produktions- und Lohnkosten nehmen zu, die Mengennachfrage im Inland sinkt, das Konsumbewusstsein und die Verbraucheransprüche steigen, ein intensiver Preiswettbewerb im Einzelhandel aber auch am internationalen Markt drückt auf die Verkaufspreise, mehr Konkurrenz und immer mehr Handelshemmnisse erschweren die Markterschließung im Ausland. Wachstumschancen im Export aber auch in neuen Märkten im Inland erfordern Investitionen und Innovationen, die bei dem hohen Konsolidierungsdruck nur schwer umsetzbar sind. Die Unternehmen der Ernährungsindustrie sind herausgefordert, schnell neue Märkte zu erschließen und mehr Wertschöpfung zu generieren.

Im vierten Quartal 2015 erwirtschaftete die Ernährungsindustrie einen Umsatz von 43,8 Milliarden Euro, davon entfielen 14 Milliarden Euro auf den Lebensmittelexport. Damit stieg der Branchenumsatz um +1,1 Prozent, abzüglich sinkender Verkaufspreise lag der Zuwachs sogar bei +1,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das Lebensmittelexportgeschäft stieg preisbereinigt um +2,4 Prozent über das Vorjahresniveau. Das Umsatzwachstum gab jedoch keine positiven Impulse an die Lebensmittelproduktion, diese ging ohne Saison- und Kalendereffekte im vierten Quartal 2015 weiter zurück. Während der kalenderbereinigte Produktionsindex in der Nahrungsmittelproduktion um -0,6 Prozent zurück ging, sank er in der Getränkeproduktion sogar um -6,8 Prozent.

Im Januar und Februar 2016 konnten die Lebensmittelhersteller an das Wachstum aus dem Vorgängerquartal in moderatem Maße anknüpfen. Die Ernährungsindustrie erzielte einen Umsatz von 25,9 Milliarden Euro, das entsprach einem Zuwachs von +0,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Mengenmäßig bedeutete dies ein Plus beim Branchenabsatz um +1,7 Prozent. Das Lebensmittelexportgeschäft konnte preisbedingt nicht ausgebaut werden und blieb hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Die Ausfuhren sanken um -2 Prozent auf 8,3 Milliarden Euro, stiegen mengenmäßig jedoch leicht um +0,2 Prozent. Auch die um arbeitstägliche und saisonale Schwankungen bereinigte Produktionsleistung der Branche war in den beiden Wintermonaten 2016 um -0,6 Prozent weiter rückläufig. Der Produktionsindex für die Nahrungsmittelproduktion sank um -0,7 Prozent und stieg in der Getränkeindustrie nur um +0,2 Prozent.

Entwicklung des Produktionsindizes der Ernährungsindustrie
Vergleich Q4/2015 u. Q1*/2016



Q1= Januar und Februar

Quelle: Statistisches Bundesamt

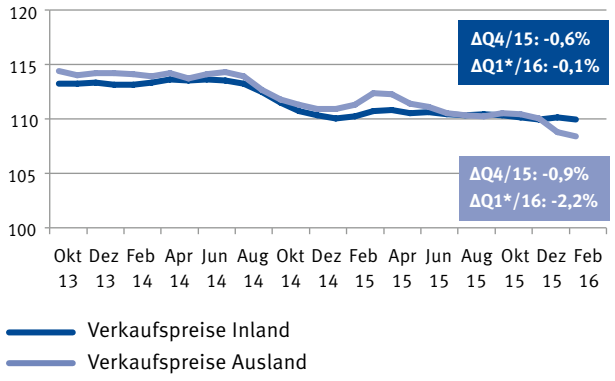
Index für die Nahrungsmittelproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2010=100
Index für die Getränkeproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2010=100

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2015 und 1. Quartal 2016:

Preisentwicklung

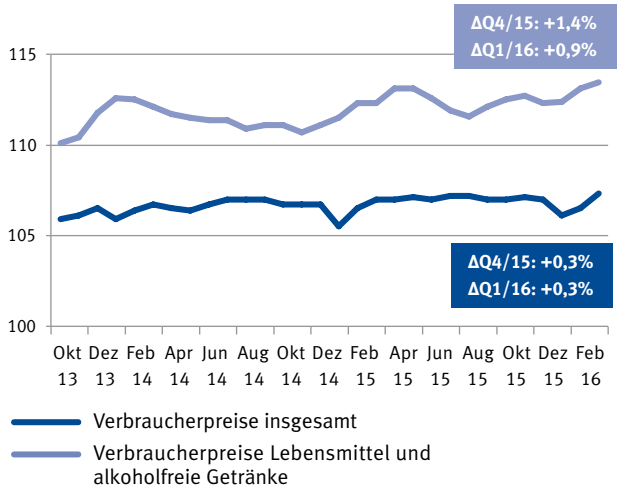
Entwicklung Verkaufspreise in der Ernährungsindustrie

Vergleich: Q4/2015 u. Q1*/2016 (Indizes; 2010=100)



Entwicklung Verbraucherpreisindex

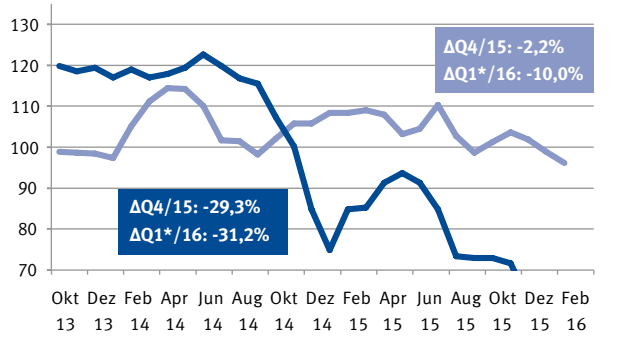
Vergleich: Q4/2015 u. Q1/2016 (Indizes; 2010=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung Rohstoffpreise

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



Q1 = Januar und Februar

Quelle: HWWI – Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut

Das Lebensmittelpreisniveau in Deutschland liegt trotz einem um 33 Prozent höheren Einkommensniveau nur um 8 Prozent über dem EU-Durchschnitt. Mittelfristig bleibt die Teuerung für Lebensmittel und die allgemeinen Lebenshaltungskosten gering, langfristig steigen die Lebensmittelpreise sogar weniger stark als die Verbraucherpreise insgesamt. Eine starke und regionale industrielle Lebensmittelproduktion aber auch der intensive Preiskampf im Handel machen deutsche Qualitätslebensmittel preiswert. Angesichts steigender Produktionskosten und mehr internationalem Wettbewerb steigt somit der Ertragsdruck für die Hersteller empfindlich. Zugleich werden an Produkte und Produktion immer kostenintensivere Ansprüche gestellt. Das steigende Qualitätsbewusstsein der Verbraucher kann jedoch auch eine höhere Zahlungsbereitschaft begünstigen.

Das Preisniveau an den Agrarrohstoffmärkten blieb im Gegensatz zu den Preisen für Rohöl und Industrierohstoffe zwischen Oktober 2015 und Februar 2016 hoch. Die Agrarrohstoffpreisentwicklung ist bedingt durch die Angebots- und Nachfrageentwicklung am Weltmarkt und somit auch durch Ernte, Witterung und Lagerbestände. In einigen Teilbranchen kommt es immer wieder zu Knappheit aufgrund dieser Marktvolatilitäten. Da viele Agrarrohstoffe in US-Dollar gehandelt werden, wirken zudem auch Wechselkursschwankungen auf die Preise. Eine gute Angebotslage ließ den HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel im vierten Quartal 2015 um -2,2 Prozent und zwischen Januar und Februar 2016 um -10 Prozent im Vorjahresvergleich sinken. Die zuverlässige Versorgung mit hochwertigen Rohstoffen zu bezahlbaren Preisen bleibt für die Branche eine große Herausforderung.

Die Verkaufspreise der Lebensmittelhersteller im In- und Ausland sind in den letzten 5 Monaten weiter gesunken, wenn auch in geringerem Maß als in den Vorgängerquartalen. Im Vorjahresvergleich gingen die Verkaufspreise im Inland um -0,6 Prozent im vierten Quartal 2015 und um -0,1 Prozent zwischen Januar und Februar 2016 zurück. Im Export fielen die Preise im gleichen Vergleichszeitraum um -0,9 Prozent beziehungsweise um -2,2 Prozent.

Für die Verbraucher blieben die Preise im vierten Quartal 2015 und ersten Quartal 2016 stabil. Der Verbraucherpreisindex für Lebensmittel stieg im Vorjahresvergleich im vierten Quartal 2015 um +1,4 Prozent und im ersten Quartal 2016 um +0,9 Prozent. Die allgemeinen Lebenshaltungskosten stiegen zwischen Oktober und Dezember 2015 sowie zwischen Januar und März 2016 um +0,3 Prozent. Bei einzelnen Lebensmittelprodukten gab es in den letzten sechs Monaten aber angebots- und saisonbedingt auch deutlichere Preisschwankungen.

Verbraucherpreis-steigerungen nach Produktgruppen**	Q4/15: Veränderung Vorjahreszeitraum	Q1/16: Veränderung Vorjahreszeitraum
Brot und Getreideerzeugnisse	1,2 %	0,9 %
Fleisch, Fleischwaren	-0,3 %	0,3 %
Fisch, Fischwaren	2,4 %	3,1 %
Molkereiprodukte und Eier	-4,6 %	-2,8 %
Speisefette und -öle	-1,0 %	-2,3 %
Obst	9,5 %	6,1 %
Gemüse u. Kartoffeln	9,7 %	3,9 %
Zucker, Marmelade, Konftüre, Honig, Sirup	2,3 %	0,4 %
Kaffee, Tee, Kakao	-1,6 %	-3,0 %
Mineralwasser, Säfte, Limonaden	-1,2 %	0,9 %
Spirituosen	0,6 %	0,0 %
Wein	-0,2 %	-0,3 %
Bier	0,8 %	0,3 %

**Indexveränderung

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2015 und 1. Quartal 2016:

Geschäftsklima

Angespannte und volatile Märkte sowie der zunehmende Wettbewerbsdruck im In- und Ausland machen die Stimmung der Lebensmittelhersteller, gemessen durch den Ifo-Geschäftsklimaindex, zu einem wichtigen Konjunkturindikator für die Branche. Der Ifo-Geschäftsklimaindex fasst die aktuelle Geschäftslage und die zukünftigen Erwartungen an diese Geschäftslage zusammen. Dabei spielen die Einschätzungen und Erwartungen an die Produktion, Nachfrage, Preise aber auch an die Beschäftigungslage, den Export und die Kreditvergabe eine Rolle. Das Geschäftsklima der Branche ist von kurzfristigen und saisonalen Schwankungen geprägt, langfristig bleibt es aber stabil. Der hohe Ertragsdruck, die schwache Nachfrage, der Preisdruck, der Arbeitskräftemangel und das geringe Exportwachstum lasten weiterhin auf der Branche. Eine robuste Geschäftsentwicklung zum Jahresende 2015 sorgten trotz des anhaltenden Ertragsdrucks für eine moderate Stimmungsaufhellung in den letzten sechs Monaten. Der langfristige Stimmungstrend kehrte sich damit wieder in einen leicht steigenden Trend um.

Im vierten Quartal 2015 und ersten Quartal 2016 stieg das Geschäftsklima bei den Unternehmen der Ernährungsindustrie im Vergleich zu den Vorjahresquartalen zunächst stärker und dann nur schwach an. Am positivsten bewertet wurde in beiden Quartalen die Geschäftslage, wohingegen sich die Geschäftserwartungen mehrheitlich negativ zeigten. Auch die Einschätzungen zur Produktionsentwicklung sowie die Beurteilungen des Auftragsbestandes im In- und Ausland blieben zwischen Oktober 2015 und März 2016 mehrheitlich negativ. Die Kapazitätsauslastung der Unternehmen lag in den letzten sechs Monaten über dem Vorjahresniveau, wobei nach wie vor Kapazitäten frei blieben. Die Geschäftserwartungen für das zweite und dritte Quartal 2016 zeigten sich im März nur leicht zuversichtlich, der Stimmungsindikator lag trotz eines positiven Saldos noch 9 Punkte unter dem Vorjahresniveau. Hoffnung ruht auf einer Belebung des Exportwachstums.

Im Vergleich zur Ernährungsindustrie zeigte sich das Geschäftsklima im Verarbeitenden Gewerbe im vierten Quartal 2015 und ersten Quartal 2016 stabiler und überwiegend positiv, wenn auch weniger optimistisch als noch im Vorjahr. Insgesamt bleibt die Industrie zuversichtlicher als die Lebensmittelproduktion.

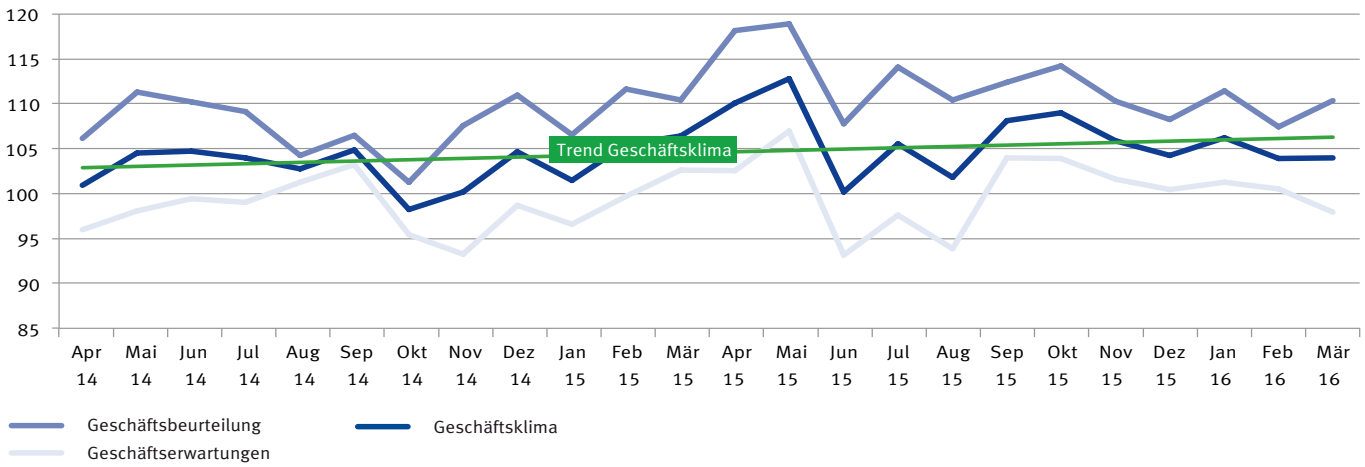
Der internationale Wettbewerbsdruck, aber auch der Preiskampf im Einzelhandel hat in den letzten sechs Monaten den Preisdruck am Markt erhöht. Die Entwicklung der Verkaufspreise wurde von den Lebensmittelherstellern insbesondere zwischen Dezember und März mehrheitlich negativ bewertet. Die Erwartungen an die Verkaufspreise blieben auch zum Ende des ersten Quartals 2016 negativ. Darüber hinaus sind in den letzten beiden Quartalen die Produktionsbehinderungen gestiegen. Noch vor dem Auftragsmangel belastet die Unternehmen vor allem der zunehmende Arbeitskräftemangel. Dabei blieben die Erwartungen an den Beschäftigtenstand in den letzten sechs Monaten durchweg negativ. Insgesamt beurteilten die Unternehmen der Ernährungsindustrie ihre Wettbewerbssituation im Inland im vierten Quartal 2015 und ersten Quartal 2016 schlechter als im Vorjahr, aber besser als im Ausland. Dabei wird die Wettbewerbssituation im europäischen Ausland noch besser eingeschätzt als außerhalb der EU.

Das Klima in der Ernährungsindustrie wird rauer, dies bestätigt auch die aktuelle Studie der BVE und des Beratungsunternehmens Ebner Stolz Management Consultants „Wetterwechsel. Steigender Ertragsdruck in der Ernährungsindustrie – Herausforderungen und Strategien“. Demnach sind 60 Prozent der befragten Unternehmen unzufrieden mit der aktuellen Ergebnislage. Eine Trendwende ist nicht in Sicht: 61 Prozent der befragten Top-Entscheider erwarten, dass sich diese Entwicklung in den kommenden drei Jahren fortsetzen wird. Die Ursachen sind laut Studie vielfältig und komplex: verändertes Verbraucherverhalten, steigende Beschaffungsrisiken, zunehmende Komplexität der Märkte und Prozesse, Konsolidierungs- und Internationalisierungsdruck, wachsende Handelsmacht, gering ausgeprägtes Kooperationsverhalten und wenig Innovationschancen. In diesem Markt mit einer fragmentierten Anbieterstruktur wird der Wettbewerb härter und der Konsolidierungsdruck gleichzeitig größer. Die Studie zeigt Maßnahmenbündel für Unternehmen auf, um geeignete Strategien bei steigendem Ertragsdruck zu entwickeln.

Die Studie kann unter http://www.bve-online.de/presse/infothek/publikationen-jahresbericht/wetterwechsel-ebner-stolz-bve kostenlos bezogen werden.

Entwicklung des Geschäftsklimas in der Ernährungsindustrie

Q4/2015 und Q1/2016 im Vergleich*



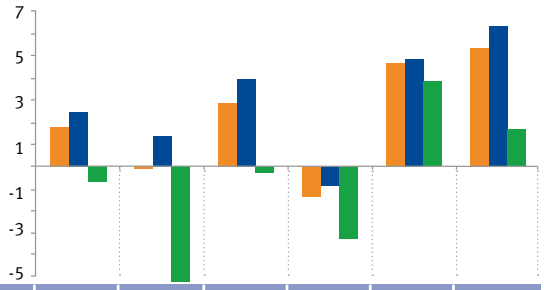
Quelle: Ifo-Institut, eigene Berechnungen

* Indizes nach Umsatzanteilen gewichtet; 2005=100; saisonbereinigt

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2015 und 1. Quartal 2016:

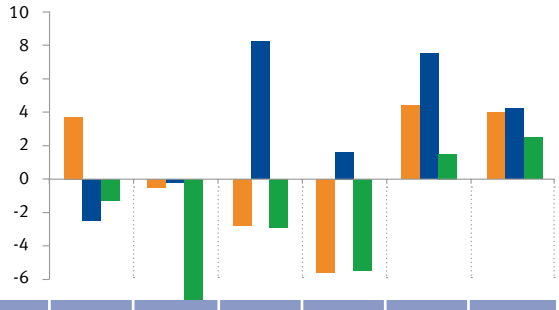
Konsumklima

Consumer Index: Sortimentsentwicklung*
Q4/2015 und Q1/2016, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



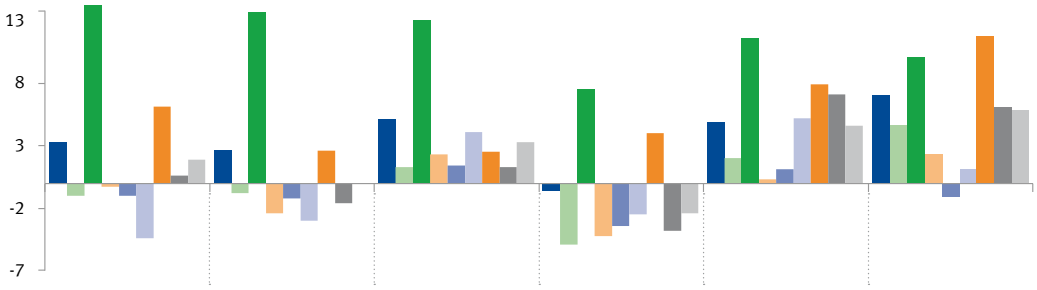
	Okt 15	Nov 15	Dez 15	Jan 16	Feb 16	März 16
Food + Getränke	1,8	-0,1	2,9	-1,4	4,7	5,4
Food	2,5	1,4	3,4	-0,9	4,9	6,4
Getränke	-0,7	-5,2	-0,3	-3,3	3,9	1,7

Consumer Index: Sortimentsentwicklung* Getränke
Q4/2015 und Q1/2016, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 15	Nov 15	Dez 15	Jan 16	Feb 16	März 16
Heißgetränke	3,7	-0,5	-2,8	-5,6	4,4	-4,0
Alkoholfreie Getränke	-2,5	-0,2	8,2	1,6	7,5	4,2
Alkoholhaltige Getränke	-1,3	-9,2	-2,9	-5,5	1,5	2,5

Consumer Index: Sortimentsentwicklung* Food
Q4/2015 und Q1/2016, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 15	Nov 15	Dez 15	Jan 16	Feb 16	März 16
Frischeprodukte	3,3	2,6	5,1	-0,6	4,9	7,0
Fleisch/Wurstwaren	-1,0	-0,8	1,3	-4,9	2,0	4,6
Obst/Gemüse	14,2	13,8	13,0	7,5	11,6	10,1
Brot/Backwaren	-0,3	-2,4	2,3	-4,2	0,3	2,3
Molkereiprodukte, gelbe Linie	-1,0	-1,2	1,4	-3,4	1,1	-1,1
Molkereiprodukte, weiße Linie	-4,4	-3,0	4,1	-2,5	5,2	1,1
Süßwaren	6,1	2,6	2,5	4,0	7,9	11,8
Tiefkühlkost/Eis	0,6	-1,6	1,3	-3,8	7,1	6,1
Sonstige Nahrungsmittel	1,9	0,0	3,3	-2,4	4,6	5,8

Das Konsumklima in Deutschland befindet sich auf einem hohen und stabilen Niveau. Die flaue Weltkonjunktur, aber auch die offene Lösung der Flüchtlingsfrage in Europa dämpfen jedoch insbesondere im ersten Quartal 2016 die Konjunktur- und Einkommenserwartungen sowie die Anschaffungsneigung der Deutschen. Diesem Trend positiv entgegen wirken die anhaltend gute Arbeitsmarktlage und die niedrige Teuerung. Das Konsumklima stieg im Vorjahresvergleich im vierten Quartal 2015 durchschnittlich um +10,5 Prozent und im ersten Quartal 2016 noch um +1,1 Prozent.

Schnelllebige Konsumgüter wie Lebensmittel profitieren mehr von der niedrigen Inflation als von der guten Kauflaune. Die Verbraucher kaufen höherwertiger, aber nicht unbedingt mehr. Beim Einkauf setzt sich immer mehr das steigende Konsumbewusstsein der Verbraucher durch, aber auch der gesellschaftliche Wandel beeinflusst die Nachfrage nachhaltig. Der Consumer-Index der GfK gibt hier Einblicke in die Umsatzentwicklung bei Lebensmitteln und Getränken im Lebensmitteleinzelhandel nach Produktsegment in den vergangenen sechs Monaten.

Im vierten Quartal 2015 konnten die Umsätze mit Lebensmitteln im Einzelhandel überwiegend gesteigert werden, insbesondere die Weihnachtssaison belebte das Geschäft. Nach dem weihnachtlichen Kaufrausch flachte die Kauflust im Januar 2016 saisonbedingt ab, erholte sich ab dem Folgemonat Februar aber wieder schnell. Allein im Getränkesortiment blieb die Umsatzentwicklung in den letzten sechs Monaten kalender-, nachfrage- und preisbedingt verhalten.

Das Einkaufs- und Ernährungsverhalten der Verbraucher befindet sich im Wandel, das Konsumbewusstsein und die Qualitätsansprüche an Hersteller und Händler steigen. Dies führt zu einem harten Preiswettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel. Umsatzsteigerungen werden oft nur noch preisbedingt erreicht.

* Veränderung zum Vorjahreszeitraum in %

Quelle: GfK

3 | Arbeitsmarkt

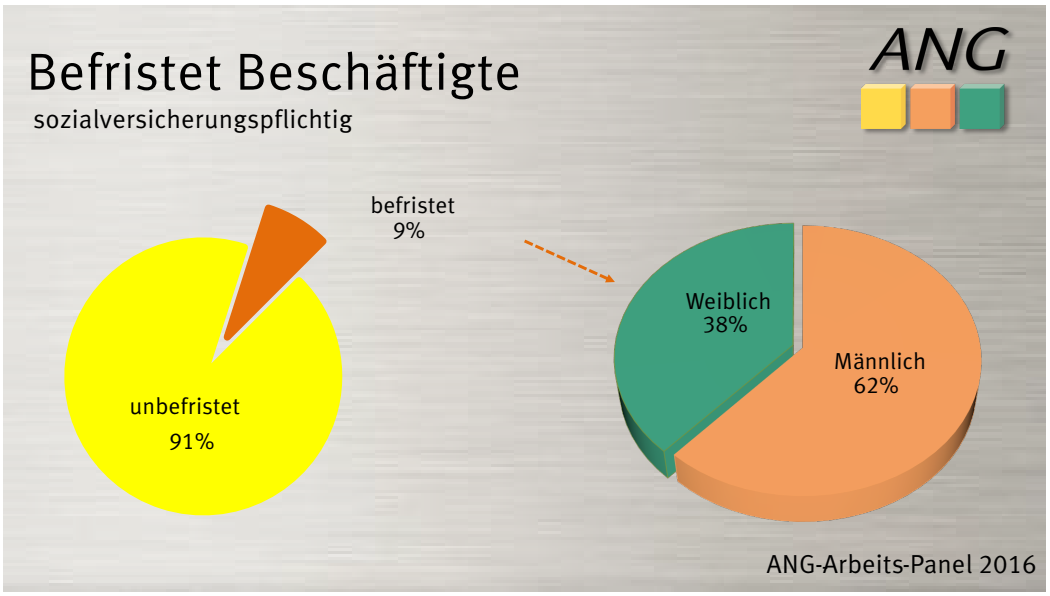
Die stabile Beschäftigungssituation in der Ernährungsindustrie ist ein wichtiger Konjunkturindikator. Mit 570.000 Beschäftigten ist die Branche der drittgrößte deutsche Industriezweig und bietet sichere Arbeitsplätze sowie vielfältige Beschäftigungsmöglichkeiten in allen Regionen Deutschlands. 2015 wurde die Zahl der Beschäftigten durch den hohen Bedarf an qualifizierten Fachkräften in der Branche um fast 10.000 Stellen ausgebaut.

Nahrung und Genuss – stabiler und attraktiver Arbeitgeber mit Integrationspotential

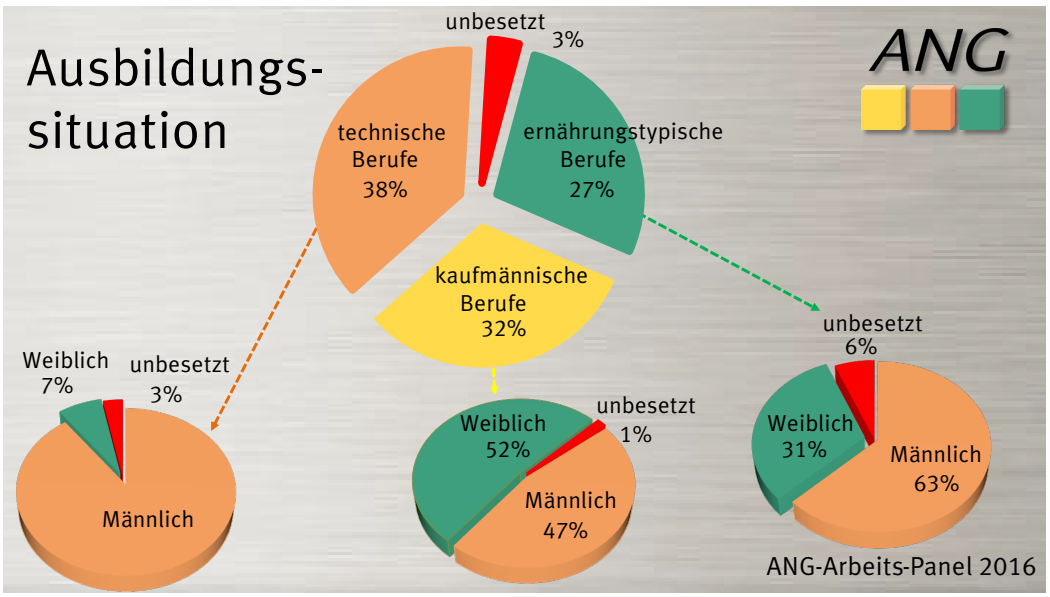
Auch im Jahr 2016 hat die Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss (ANG) als sozialpolitischer Spitzenverband wieder Branchendaten erhoben und im sogenannten AGN-Arbeitspanel ausgewertet. Rund 430 Betriebe mit ca. 65.000 Beschäftigten haben sich 2016 an der bundesweiten Erhebung beteiligt. Die jährliche Abfrage der Daten erfolgt über die Landes- und Fachverbände der ANG und diese werden in der ANG-Geschäftsstelle in München ausgewertet.

Aktuelle Beschäftigungsdaten

Bemerkenswert sind die seit Jahren stabilen Daten in den Bereichen Befristung, Arbeitsvolumen und Sozialversicherungspflicht: Über 90 Prozent der Beschäftigungsverhältnisse sind unbefristet. 88 Prozent der Beschäftigten arbeiten in Vollzeit und nur 2 Prozent sind im Wege einer geringfügen Beschäftigung, also eines sogenannten Minijobs, tätig.



Erfreulich ist die mit 3 Prozent insgesamt niedrige Zahl unbesetzter Ausbildungsplätze, wobei sich hier ein Trend gegen die ernährungstypischen Berufe abzeichnet. Die Branche bildet zu ähnlichen Anteilen in kaufmännischen, technischen und ernährungstypischen Berufen aus. Den größten Anteil haben die technischen Berufe mit 38 Prozent, gefolgt von den kaufmännischen Berufen mit 32 Prozent und den ernährungstypischen Berufen mit 27 Prozent. Bei den ernährungstypischen Berufen ist die Zahl der unbesetzten Ausbildungsplätze mit 6 Prozent am höchsten und um 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Bei den technischen Ausbildungsberufen lag die Quote mit nur 3 Prozent deutlich niedriger und die kaufmännischen Ausbildungsplätze konnten bis auf 1 Prozent fast komplett besetzt werden.



Die steigende Zahl unbesetzter Ausbildungsplätze im ernährungstypischen Bereich nimmt die ANG zum Anlass, noch intensiver für Nahrung und Genuss als Arbeitgeber zu werben. Essen und Trinken ist Lebensfreude und muss das Begeisterungspotential von Schulabsolventen zurückerobern. Die ANG führt das sinkende Interesse an ernährungstypischen Ausbildungsberufen auch auf die in den letzten Jahren zur Regel gewordenen skandalisierenden Berichterstattungen rund um Lebensmittel zurück. Das Image von Unternehmen und der ganzen Branche hat erheblichen Einfluss auf das Bewerbungsverhalten junger Menschen.

Integrationspotential

Angesichts des demografischen Wandels besteht in der anhaltenden Zuwanderung nach Deutschland ein erhebliches Rekrutierungspotential – zumindest mittelfristig. Kurzfristig steht den Integrationen in den Ausbildungsmarkt in den meisten Fällen die fehlende Sprachkenntnis entgegen. Erfreulich ist, dass der Koalitionsausschuss sich im April 2016 auf ein Integrationsgesetz verständigt hat, mit dem mehr in Sprachförderung investiert werden soll. Ganz entscheidend für künftige Integrationen ist außerdem die Einigung des Koalitionsausschusses auf die sog. 3+2-Lösung. Dies bedeutet, dass Auszubildende während der Ausbildungszeit eine Duldung für die Gesamtdauer der Ausbildung erhalten. Außerdem soll es keine Altersgrenze für den Beginn der Ausbildung mehr geben. Für eine anschließende Beschäftigung wird ein Aufenthaltsrecht der Beschäftigung entsprechend für zwei Jahre erteilt, also 3+2. Erfolgt keine Übernahme im Ausbildungsbetrieb, erhält der Geduldete eine weitere Duldung für bis zu sechs Monate zur Arbeitsplatzsuche. Das Aufenthaltsrecht wird nur bei Straffälligkeit widerrufen.

Das vollständige ANG-Arbeitspanel 2016, sowie die Eckdaten des geplanten Integrationsgesetzes können bei der ANG angefordert werden (Thurai@ang-online.com).

Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V.

www.ang-online.com

Noch ein Hinweis in eigener Sache: Das Team der ANG-Geschäftsstelle ist zum 1. April 2016 in neue und größere Büroräume umgezogen. Die neue Anschrift lautet: Wilhelm-Wagenfeld-Straße 20 in 80807 München.

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 81 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

Am deutschen Inlandsmarkt verzeichnete die deutsche Süßwarenindustrie insgesamt einen positiven Start ins Jahr. Nach den aktuellen Zahlen des Marktforschungsunternehmens IRI wies der Absatz von Süßwaren am deutschen Inlandsmarkt in den ersten beiden Monaten des Jahres 2016 einen Zuwachs von 2,6 Prozent im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum auf. Der Absatz von Schokoladenwaren, Zuckerwaren, Feinen Backwaren und Knabberartikeln belief sich in den ersten beiden Monaten des Jahres auf 233.699 Tonnen. Der Umsatz mit Süßwaren stieg um 2,8 Prozent und erreichte ein Niveau von 1,71 Milliarden Euro. Beim Speiseeis kam es in den ersten beiden Monaten am deutschen Inlandsmarkt zu einer Stagnation der Absatzentwicklung auf einem Niveau bei nahezu 34,3 Millionen Litern. Der Umsatz mit Speiseeis stieg im selben Zeitraum hingegen um 2,0 Prozent und belief sich auf 104,4 Millionen Euro.

Während der Inlandsmarkt sich zuletzt positiv entwickelte, wurde beim Süßwarenexport im vergangenen Jahr eine Eintrübung im Wachstum deutlich. Das Mengenwachstum lag im Jahr 2016 insgesamt nur noch bei 0,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Hingegen wuchsen die Einfuhren mengenmäßig um 4,6 Prozent. Sorge bereitete der deutschen Süßwarenindustrie auch die angespannte Rohstoffsituation im Bereich der Importrohstoffe. Preise für Kakao und Haselnüsse liegen nach wie vor auf hohem Niveau.

Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.

www.bdsi.de

BDSI

Fleischwarenindustrie

Die deutsche Fleischwarenindustrie hat die Produktionsmenge in den zurückliegenden Monaten wieder deutlich steigern können. So kletterte die Herstellung von Roh- Brüh- und Kochwurst im vierten Quartal 2015 nach Angaben des Statistischen Bundesamtes um 3,8 Prozent auf insgesamt 387.843 Tonnen Wurstwaren. Schinken und andere Fleischwaren sowie fleischlose Produkte werden vom Statistischen Bundesamt nicht erfasst. Angesichts gesunkener Rohstoffkosten konnten die Unternehmen mit dem Verkauf der zurückliegenden Monate zufrieden sein. Im ersten Quartal des laufenden Jahres ist eine ähnliche Situation zu verzeichnen.

Auch als Folge der hohen Beschäftigungsquote ging die private Einkaufsmenge weiter zurück, während die Nachfrage im Außer-Haus-Verzehr, beispielsweise in Restaurants und Kantinen, anstieg. Die in Deutschland insgesamt leicht rückläufige Nachfrage nach Fleischwaren wurde durch die gestiegene Nachfrage innerhalb des europäischen Marktes und in Drittländern ausgeglichen. Die Zahl der Beschäftigten stieg im zurückliegenden Jahr leicht auf 58.930 (+ 1,8 Prozent).

Bundesverband der Deutschen Fleischwarenindustrie e.V.

www.bvdf.de

BV DF

4 | Situationsberichte aus den Branchen

Getreidemühlen

Die Mühlenwirtschaft in Deutschland ist klein- und mittelständisch strukturiert. Rund 550 Getreidemühlen stellen die Versorgung der Bevölkerung mit Mehl und anderen Mahlerzeugnissen wie Dunst, Grieß und Schrot sicher.

Die Getreidevermahlung ist im Wirtschaftsjahr 2014/15 um 1,6 Prozent gestiegen. Eine Getreidemenge von 8,7 Millionen Tonnen wurde von 214 meldepflichtigen deutschen Mahlmühlen verarbeitet, einer Mühle mehr als im Vorjahr. 7,5 Millionen Tonnen entfielen dabei auf Weichweizen, 0,8 Millionen Tonnen auf Roggen und 0,4 Millionen Tonnen auf Hartweizen. Daraus sind 7,3 Millionen Tonnen Mahlerzeugnisse und rund 1,4 Millionen Tonnen Mühlennachprodukte hergestellt worden. Die durchschnittliche Jahresvermahlung der deutschen Mühlen stieg um 470 Tonnen auf 40.653 Tonnen je Mühle an.

Rein rechnerisch versorgt jede Mühle Tag für Tag rund 400.000 Menschen mit wertvollen Grundnahrungsmitteln aus Getreide. Mühlennachprodukte wie Kleie und Futtermehle sind wichtige Komponenten in der Mischfuttererzeugung. 880 Landwirte liefern das dafür notwendige Brotgetreide in die Durchschnittsmühle. 64,4 Kilogramm Mehl und andere Mahlerzeugnisse verbraucht jeder Einzelne im Jahr.

Die Mühlen beziehen ihre wichtigsten Rohstoffe, Weizen und Roggen, zu rund 95 Prozent aus Deutschland. Schon bei der Getreideannahme bestimmen die Müller für jede Lieferung die wichtigsten Qualitäts-Parameter: Besatz, Proteingehalt, Sedimentationswert, Fallzahlen und Backqualität. Sie sind maßgebliche Faktoren für das spätere Endprodukt. Mit all diesen Tests stellen die Müller bereits bei der Annahme sicher, dass sie die richtigen Rohstoffqualitäten einkaufen, um ihren Kunden sichere Produkte in hochwertiger und gleichbleibender Qualitäten liefern zu können. Etwa 25 bis 30 Prozent der Ernte werden in den heimischen Mühlen zu Lebensmitteln verarbeitet.

Verband Deutscher Mühlen e.V.

www.muehlen.org

VERBAND DEUTSCHER MÜHLEN

Mineralbrunnenbranche

Für die deutschen Mineralbrunnen war das Jahr 2015 insgesamt erfolgreich: der Absatz von Mineral- und Heilwasser sowie Erfrischungsgetränken auf Mineralwasserbasis erreichte das Rekordniveau von 14,7 Milliarden Liter und damit ein Plus von 3,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Natürliches Mineralwasser bleibt mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von 147,3 Litern in Deutschland der beliebteste Durstlöscher. Insgesamt wurden im Jahr 2015 11,2 Milliarden Liter Mineral- und Heilwässer konsumiert (+ 4,2 Prozent).

Am beliebtesten sind Medium-Mineralwässer mit wenig Kohlensäure, bei einem Marktanteil von 43,1 Prozent. Der Marktanteil von klassischem Sprudel ist seit Jahren rückläufig und lag 2015 bei 40,0 Prozent. Das größte Wachstum hat das Segment der Mineralwässer ohne Kohlensäure zu verzeichnen (Marktanteil 14,3 Prozent).

Die Umsatzentwicklung der Branche blieb 2015 mit einem Zuwachs von 1,0 Prozent etwas hinter der Absatzentwicklung zurück. Allein der Umsatz im Segment der Heil- und Mineralwässer hat aber um 2,0 Prozent zugelegt. Die Endverbraucherpreise der beiden wichtigsten Kasten-Gebinde (Glas-Mehrweg und PET-Mehrweg), auf die nach Berechnungen des VDM bei Mineral- und Heilwasser insgesamt ein Marktanteil von knapp 50 Prozent entfällt, sind im Jahr 2015 teilweise deutlich gestiegen.

Im ersten Quartal 2016 weist die Absatzentwicklung eine leicht negative Tendenz auf (-1,2 Prozent), teilweise bedingt durch die in diesem Jahr frühen Osterfeiertage.

Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V.

www.vdm-bonn.de

VDM Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V.

4 | Situationsberichte aus den Branchen

Milchindustrie

Im Frühjahr 2016 ist die Lage am Milchmarkt, die bereits 2015 von großen Herausforderungen geprägt war, weiter angespannt. Das Angebot übertrifft die Nachfrage, was Preisdruck nach sich zieht. Seit dem Sommer 2015 muss der Markt für Magermilchpulver durch Verkäufe an die Interventionsstellen entlastet werden. Ende März 2016 befanden sich in den Lägern der EU bereits mehr als 100.000 Tonnen Magermilchpulver.

Seit dem Ende der Milchquote am 31. März 2015 haben die Milcherzeuger ihre Produktion weiter ausgeweitet. In Deutschland ist die Entwicklung im Vergleich zu den Steigerungen in der EU insgesamt allerdings unterdurchschnittlich. Im Kalenderjahr 2015 haben deutsche Milcherzeuger 0,3 Prozent mehr Milch an deutsche Molkereien angeliefert. In den ersten Monaten von 2016 lagen die Wachstumsraten im Schnitt bei 3,2 Prozent und damit deutlich unter den Steigerungen in der EU insgesamt von mehr als fünf Prozent. Der Konsum am Binnenmarkt ist anhaltend leicht wachsend. Insbesondere der Käseabsatz hat sich weiter positiv entwickelt. Auch die Exporte konnten in gewissem Umfang gesteigert werden – allerdings auf deutlich niedrigerem Preisniveau als in den Vorjahren. Die Verbrauchszuwächse und die Exportsteigerungen reichen nicht aus, um den Milchmarkt ins Gleichgewicht zu bringen. So sind steigende Bestände an Milchprodukten und sinkende Preise zu beobachten. Die Notierungen für die verschiedenen Milchprodukte bewegen sich im Frühjahr 2016 auf den tiefsten Ständen seit Sommer 2009, bei Käse sogar darunter.

Die Milcherzeugerpreise sind seit Beginn von 2016 im Abwärtstrend, nachdem sie 2015 um rund ein Viertel gesunken waren. Nach wie vor bestehen deutliche regionale Unterschiede bei den Milchpreisen.

ZMB Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH

www.milk.de

Spirituosen-Industrie

Aufgrund der konjunkturellen positiven Entwicklung in Deutschland haben sich Spirituosen im Segment der alkoholhaltigen Getränke am deutschen Markt im Jahr 2015 relativ stabil behaupten können: Der Pro-Kopf-Konsum blieb mit 5,4 Litern in Deutschland 2015 auf dem Niveau des Vorjahres. Auf dem deutschen Markt wurden in diesem Zeitraum rund 690 Millionen Flaschen à 0,7 Liter angeboten und bleibt damit auch weiterhin der größte Markt innerhalb der Europäischen Union.

Die gesamte Spirituosenbranche inklusive Importeure hatte eine stabile Umsatzentwicklung im Jahr 2015 mit geschätzten rund 4,6 Milliarden Euro – davon sind rund 2,1 Milliarden Euro an Branntweinsteuern enthalten. Die Käuferreichweite für Spirituosen lag im Jahr 2015 bei rund 64 Prozent – das heißt, dass 64 Prozent aller Haushalte mindestens einmal im Jahr Spirituosen einkauften. Spirituosen gehörten auch im Jahr 2015 erneut zu den umsatzstarken Warengruppen im Lebensmittel-Einzelhandel und behaupteten sich weiterhin unter den sogenannten „TOP 10“-Marken-Umsatzträgern des Handels – gemäß den aktuellen Analysen der Marktforschung Information Resources GmbH, Düsseldorf.

Bundesverband der Deutschen Spirituosen-Industrie und -Importeure e.V.

www.spirituosen-verband.de

BUNDESVERBAND DER DEUTSCHEN SPIRITUOSEN-INDUSTRIE UND -IMPORTEURE e. V.

BVE
Bundesvereinigung
der Deutschen
Ernährungsindustrie

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

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