

Konjunkturbericht der Ernährungsindustrie 02 | 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 musste im zweiten und dritten Quartal 2015 Umsatzeinbußen hinnehmen, lediglich im Juli und August 2015 konnte der Absatz leicht ausgebaut werden. Neue notwendige Wachstumsimpulse fehlen. Der Ertragsdruck ist empfindlich angestiegen. Die Unternehmen der Ernährungsindustrie sind herausgefordert schnell neue Märkte zu erschließen und mehr Wertschöpfung zu generieren.

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 2. und 3. Quartal 2015	Seite 4
3 Arbeitsmarkt	Seite 8
4 Situationsberichte aus den Branchen	Seite 10



1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Die Weltproduktion wächst 2015 schwächer als noch zu Jahresbeginn erwartet. Während die konjunkturelle Erholung in den Industrieländern nur langsam voranschreitet, hat sich die Wirtschaftslage in einigen Schwellenländern, so bspw. China, weiter verschlechtert, was die Nachfrage deutlich hemmt. Die gesunkenen Erdöl- und Rohstoffpreise senken die weltweite Preisdynamik, was die Geldpolitik vieler Länder unter Druck bringt. Die positiven Exporteffekte der Euro-Abwertung klingen zudem allmählich aus. Der IWF prognostiziert in 2015 ein Weltwirtschaftswachstum von 3,1 Prozent, das sind -0,4 Prozentpunkte weniger als noch in der Frühjahrsprognose. Das schwache Produktionswachstum und die damit einhergehende geringe Investitionstätigkeit sowie sinkende Preise, Finanzmarktrisiken und die fehlende Dynamik im Welthandel sind anhaltende Risiken für das Weltwirtschaftswachstum. Um die Produktion wiederzubeleben sind nicht nur Nachfrageimpulse sondern insbesondere strukturelle Reformen notwendig. Die IWF-Prognose für 2016 geht von nur moderaten Wachstumsimpulsen aus und erwartet ein Weltwirtschaftswachstum von +3,6 Prozent.

Die deutsche Wirtschaft wächst 2015 schwächer als erwartet, da Produktion und Investitionen nur verhalten zunehmen. Das Herbstgutachten der deutschen Forschungsinstitute rechnet für 2015 mit einem Zuwachs des Bruttoinlandsproduktes von +1,8 Prozent. Gestützt wird das Wachstum durch den privaten Konsum, der durch die gestiegenen Realeinkommen und die gute Arbeitsmarktlage belebt wird. Aber auch die deutschen Exporte konn-

ten dank der konjunkturellen Erholung im Euroraum sowie der Abwertung des Euro wieder zulegen. Es wird davon ausgegangen, dass das Wachstum auch in 2016 auf gleichem Niveau fortgeschrieben werden kann. Für den Arbeitsmarkt wird 2015 ein weiterer Ausbau der Erwerbstätigkeit um knapp 240.000 Stellen und 2016 nochmals gut 250.000 Stellen erwartet. Die Arbeitslosenquote sinkt damit 2015 auf 6,4 Prozent beziehungsweise 6,5 Prozent in 2016. Der Inflationsdruck lässt 2015 mit +0,3 Prozent weiter nach, für 2016 wird eine Teuerung von +1,1 Prozent erwartet. Die Lohnstückkosten sollen 2015 um +1,6 Prozent, 2016 nochmals um +1,5 Prozent steigen. Für den Staatshaushalt wird 2015 ein Überschuss von 23 Milliarden Euro, in 2016 von 13 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. Für anhaltendes Wirtschaftswachstum muss darüber hinaus in Infrastruktur und Bildung investiert werden. 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-Prognose April 2015*	2016	Veränderung zur IWF-Prognose April 2015*
Welt	3,6	3,9	3,4	3,4	3,4	3,1	-0,4	3,6	-0,2
Industrieländer	2,8	1,5	1,2	1,4	1,8	2,0	-0,4	2,2	-0,2
EU	2,6	1,7	-0,3	0,1	1,5	1,9	0,1	1,9	0,0
Entwicklungs- und Schwellenländer	4,9	6,2	5,1	5,0	4,6	4,0	-0,3	4,5	-0,2

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage:

Internationale Wettbewerbsfähigkeit

2012/13	Umsatz in Mrd. Euro	Beschäftigte in 1.000	Betriebe
EU	1244	4.220	289.000
China*	767	6.740	400.000
USA	578	1.414	25.798
Japan	466	1.427	59.458
Deutschland	175	555	5.920
Brasilien	169	1.626	32.000
Frankreich	159	492	15.788
Italien	132	385	6.850
Großbritannien	114	402	6.020
Mexiko	102	793	170.000
Russland	99	1.300**	43.016
Indien	95	1.700	36.881
Spanien	92	448	27.119
Kanada	72	288	6.526
Niederlande	62	133	5.035
Australien	62	220	7.507
Polen	55	420	14.218
Belgien	48	89	4.638
Südkorea	32	179	23.929
Neuseeland	27	81	3.302

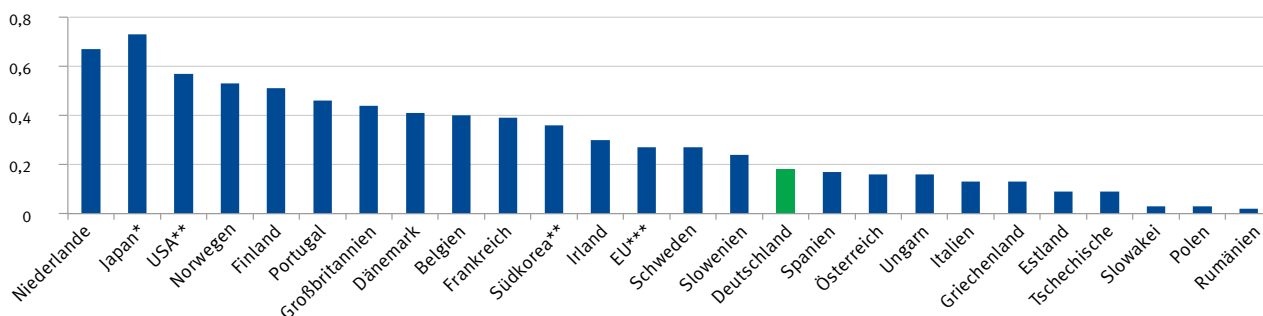
Deutschland unter den TOP-5 der Lebensmittelproduzenten

Mit einem Jahresumsatz von 175 Milliarden Euro zählt Deutschland nach China, den USA und Japan zu den 5 größten und leistungsstärksten Lebensmittelherstellern der Welt. Dabei gibt es für Deutschland noch Potential die internationale Wettbewerbsfähigkeit zu steigern, denn beim erwirtschafteten Umsatz pro Beschäftigten liegt die deutsche Ernährungsindustrie noch hinter den Mitwettbewerbern der Industrieländer wie Belgien, den Niederlanden, den USA, Japan, Italien, Neuseeland oder Frankreich. Zudem wird in der deutschen Ernährungsindustrie im EU-Vergleich nur unterdurchschnittlich investiert.

Quelle: FoodDrinkEurope

*2011 **2009

Anteil der privaten Investitionen der Ernährungsindustrie in Forschung und Entwicklung am Umsatz 2012 in %



Quelle: OECD STAN, Eurostat, FoodDrinkEurope

*2009

**2010

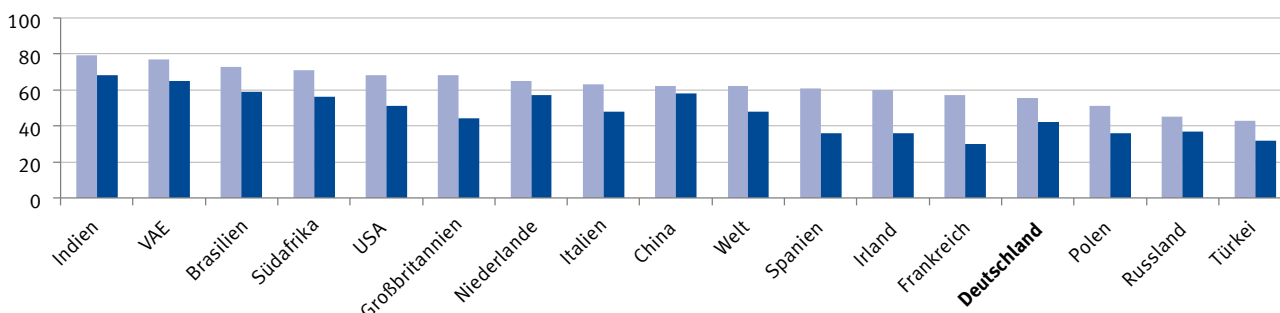
***21 von 28 Mitgliedstaaten

Ernährungsindustrie genießt mehr Vertrauen als die Wirtschaft

Die moderne Lebensmittelproduktion trägt maßgeblich zur Sicherung der Welternährung bei. Das Vertrauen in die Ernährungsindustrie ist weltweit größer als das Vertrauen in die Wirtschaft allgemein. In Deutschland ist das Vertrauen in Lebensmittelhersteller 13 Prozentpunkte höher als in die Gesamtwirtschaft.

Vertrauen in die Ernährungsindustrie 2014 in %

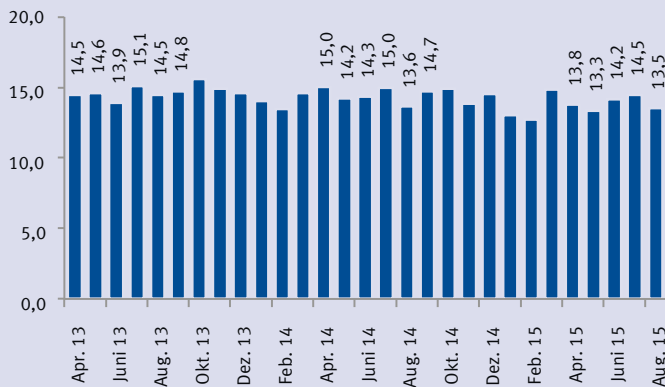
Vertrauen in die Wirtschaft 2014 in %



Quellen: Edelman Trust Barometer, FoodDrinkEurope

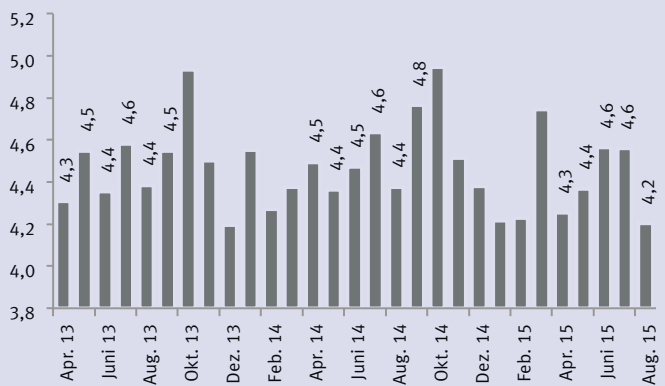
2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2015: Umsatz, Export, Produktion

Umsatz der Ernährungsindustrie
in Mrd. Euro



Die Ernährungsindustrie musste im zweiten und dritten Quartal 2015 Umsatzeinbußen hinnehmen, lediglich im Juli und August 2015 konnte der Absatz leicht ausgebaut werden. Neue notwendige Wachstumsimpulse fehlten 2015 bislang. Weniger Mengennachfrage im Inland, hohe Verbraucheransprüche und ein steigendes Konsumbewusstsein sowie das schwache Exportgeschäft, sinkende Verkaufspreise und ein zunehmender Wettbewerbs- und Konsolidierungsdruck fordern die Lebensmittelhersteller heraus. Der Ertragsdruck ist empfindlich angestiegen. Der Wettbewerbsdruck erhöht sich dabei nicht nur gegenüber den rund 6.000 deutschen Betrieben der Branche, sondern auch der zunehmenden internationalen Konkurrenz am heimischen Markt. Dem wertmäßigen Wachstum sind dabei jedoch vor allem durch den harten Preiswettbewerb im stark konzentrierten Lebensmitteleinzelhandel Grenzen gesetzt. Für die geforderten immer besseren Lebensmittel entstehen auch immer mehr Kosten. Wettbewerbsfähig können die Unternehmen nur bleiben, wenn ihnen genügend Spielraum bleibt, in eine effiziente Produktion und kundenorientierte Innovationen zu investieren. Die Unternehmen der Ernährungsindustrie sind herausgefordert schnell neue Märkte zu erschließen und mehr Wertschöpfung zu generieren.

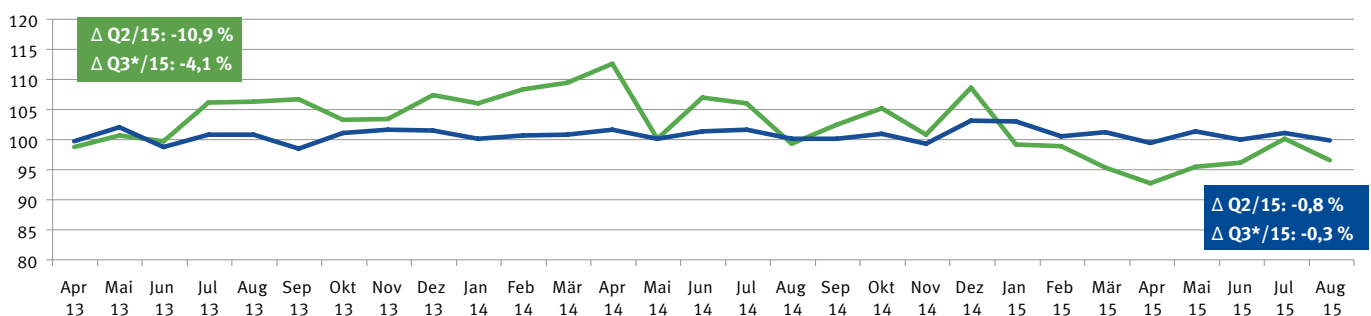
Exporte der Ernährungsindustrie
in Mrd. Euro



Im zweiten Quartal 2015 erwirtschaftete die Ernährungsindustrie einen Umsatz von 43,6 Milliarden Euro, davon entfielen 13,2 Milliarden Euro auf den Lebensmittelexport. Damit verzeichnet die Branche einen Umsatzrückgang um -5,3 Prozent, abzüglich sinkender Verkaufspreise lag der Rückgang noch bei -3,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das Lebensmittelexportgeschäft sank um -1,1 Prozent unter das Vorjahresniveau. Ohne Saison- und Kalendereffekte war auch die Lebensmittelproduktion im zweiten Quartal 2015 rückläufig. Während der kalenderbereinigte Produktionsindex besonders in der Nahrungsmittelproduktion um -0,8 Prozent zurück ging, sank er in der Getränkeproduktion um -10,9 Prozent.

Im Juli und August 2015 konnten die Lebensmittelhersteller die abgesetzte Menge aufgrund fallender Verkaufspreise leicht steigern. Die Ernährungsindustrie erzielte einen Umsatz von 28,6 Milliarden Euro, das entsprach einem Rückgang von -2,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Mengenmäßig bedeutete dies jedoch ein Plus beim Branchenabsatz um +0,7 Prozent. Das Lebensmittelexportgeschäft blieb deutlich hinter dem Vorjahresergebnis zurück, die Ausfuhren sanken um -2,8 Prozent auf 8,8 Milliarden Euro. Auch die um arbeitstäglige und saisonale Schwankungen bereinigte Produktionsleistung der Branche war in den beiden Sommermonaten 2015 um -0,8 Prozent weiter rückläufig. Der Produktionsindex für die Nahrungsmittelproduktion sank um -0,3 Prozent und in der Getränkeindustrie um -4,1 Prozent.

Entwicklung des Produktionsindex der Ernährungsindustrie
Vergleich Q2 u. Q3*/2015



Q3= Juli und August

Quelle: Statistisches Bundesamt

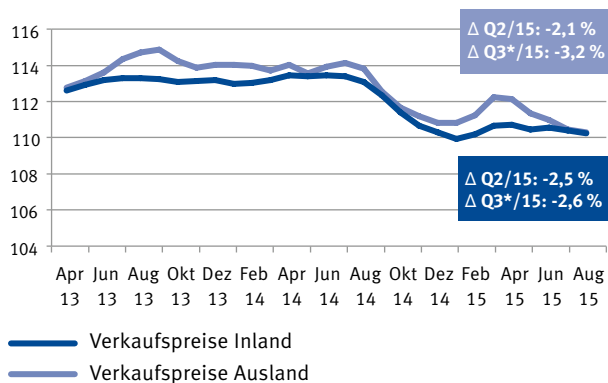
— Index für die Nahrungsmittelproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2010=100
 — Index für die Getränkeproduktion; arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2010=100

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2015:

Preisentwicklung

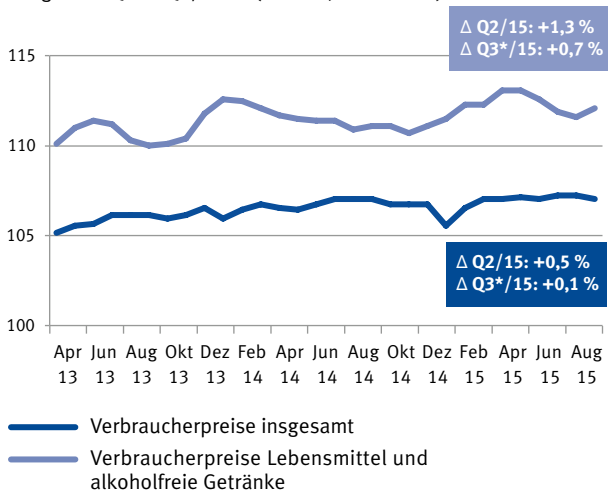
Entwicklung Verkaufspreise in der Ernährungsindustrie

Vergleich: Q2 u. Q3/2015 (Indizes; 2010=100)



Entwicklung Verbraucherpreisindex

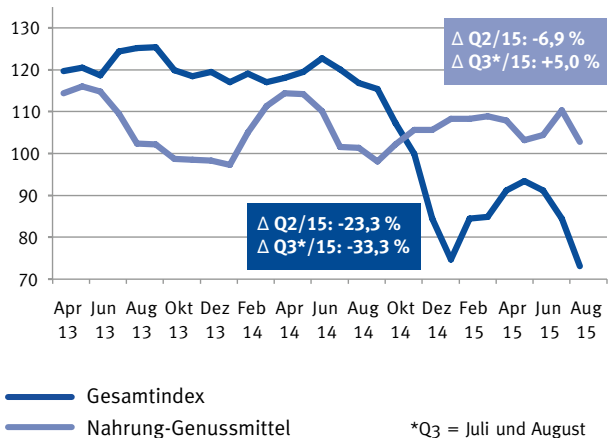
Vergleich: Q2 u. Q3/2015 (Indizes; 2010=100)



Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung Rohstoffpreise

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



Quelle: HWWI – Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut

Das Lebensmittelpreisniveau in Deutschland liegt trotz einem um 33 Prozent höheren Einkommensniveau nur um 8 Prozent über dem EU-Durchschnitt. Langfristig steigen die Lebensmittelpreise weniger stark als die allgemeinen Lebenshaltungskosten. Die Gründe sind vielfältig. Eine starke und regionale industrielle Lebensmittelproduktion, 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 kostenintensive Ansprüche gestellt. Hinzu kommt das hohe Qualitäts- und Preisbewusstsein am Markt.

Das Preisniveau an den Agrarrohstoffmärkten blieb zwischen April und August 2015 hoch und über dem Durchschnitt von 2010. Die Angebotssituation an den globalen Agrarrohstoffmärkten hängt dabei stark von den Ernte- und Witterungsbedingungen ab, in Teilbranchen kommt es so immer wieder zu schwer kalkulierbaren Preisschwankungen. Positive Ernteaussichten für das laufende Jahr und gute Lagerbestände am Weltmarkt senken aktuell den Nachfragedruck auf das Angebot. Der HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel fiel im zweiten Quartal 2015 um -6,9 Prozent, zog jedoch zwischen Juli und August 2015 um +5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr an. 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 sind in den letzten fünf Monaten weiter gesunken. Im Vorjahresvergleich gingen die Verkaufspreise im Inland um -2,5 Prozent im zweiten Quartal 2015 und um -2,6 Prozent zwischen Juli und August 2015 zurück. Im Export fielen die Preise im gleichen Vergleichszeitraum um -2,1 Prozent beziehungsweise um -3,2 Prozent.

Für die Verbraucher blieb die Teuerung im zweiten und dritten Quartal 2015 moderat. Der Verbraucherpreisindex für Lebensmittel stieg im Vorjahresvergleich im zweiten Quartal 2015 um +1,3 Prozent und im dritten Quartal um +0,7 Prozent. Die allgemeinen Lebenshaltungskosten stiegen zwischen April und Juni 2015 um +0,5 Prozent und zwischen Juli und September 2015 nur um +0,1 Prozent. Bei einzelnen Lebensmittelprodukten gab es in den letzten sechs Monaten jedoch auch deutlichere Preisschwankungen.

Verbraucherpreissteigerungen nach Produktgruppen*	Q2/15: Veränderung Vorjahreszeitraum	Q3/15: Veränderung Vorjahreszeitraum
Brot und Getreideerzeugnisse	1,7 %	1,6 %
Fleisch, Fleischwaren	-0,3 %	-0,6 %
Fisch, Fischwaren	2,0 %	2,5 %
Molkereiprodukte und Eier	-4,0 %	-6,3 %
Speisefette und -öle	-4,1 %	-5,5 %
Obst	4,9 %	7,2 %
Gemüse u. Kartoffeln	6,7 %	7,6 %
Zucker, Marmelade, Konfitüre, Honig, Sirup	3,6 %	1,9 %
Kaffee, Tee, Kakao	11,3 %	3,1 %
Mineralwasser, Säfte, Limonaden	-1,8 %	-2,3 %
Spirituosen	1,3 %	0,8 %
Wein	1,1 %	-0,2 %
Bier	1,9 %	1,6 %

*Indexveränderung

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2015:

Geschäftsklima

Angesichts der angespannten Marktlage und der schwachen konjunkturellen Entwicklung der Ernährungsindustrie ist die Stimmung der Lebensmittelhersteller gemessen durch den Ifo-Geschäftsklimaindex zu einem wichtigen Konjunkturindikator für die Branche geworden. 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 hohe Ertragsdruck, der Arbeitskräftemangel und das schwache Exportgeschäft lasten auf der Branche, nichtsdestotrotz konnte sich die Stimmungslage bei den Unternehmen in den letzten beiden Quartalen leicht verbessern. Dies könnte daran liegen, dass sich die Unternehmen der Marktlage anpassen und ihre Kapazitäten noch stärker auslasten.

Im zweiten und dritten Quartal 2015 stiegen die Einschätzungen der Unternehmen der Ernährungsindustrie zum Geschäftsklima im Vergleich zu den Vorjahresquartalen leicht an. Am positivsten bewertet wurde die Geschäftslage zu Beginn des zweiten Quartals, wohingegen sich die Geschäftserwartungen ab Juni deutlich eintrübten. Auch die Entwicklung des Auftragsbestandes im In- und Ausland wurde in den letzten sechs Monaten durchweg negativ bewertet. Die Geschäftserwartungen für das vierte Quartal 2015 und erste Quartal 2016 zeigen sich im September sehr positiv, der Stimmungsindikator konnte sich gegenüber dem Vorjahr sogar verdoppeln. Es besteht Hoffnung, dass sich die Nachfragesituation insbesondere zum Weihnachtsgeschäft hin etwas verbessert.

Im Vergleich zur Ernährungsindustrie zeigte sich das Geschäftsklima im Verarbeitenden Gewerbe im zweiten und dritten Quartal 2015 stabiler und überwiegend positiv, insgesamt bleibt die Industrie zuversichtlicher als die Lebensmittelproduktion.

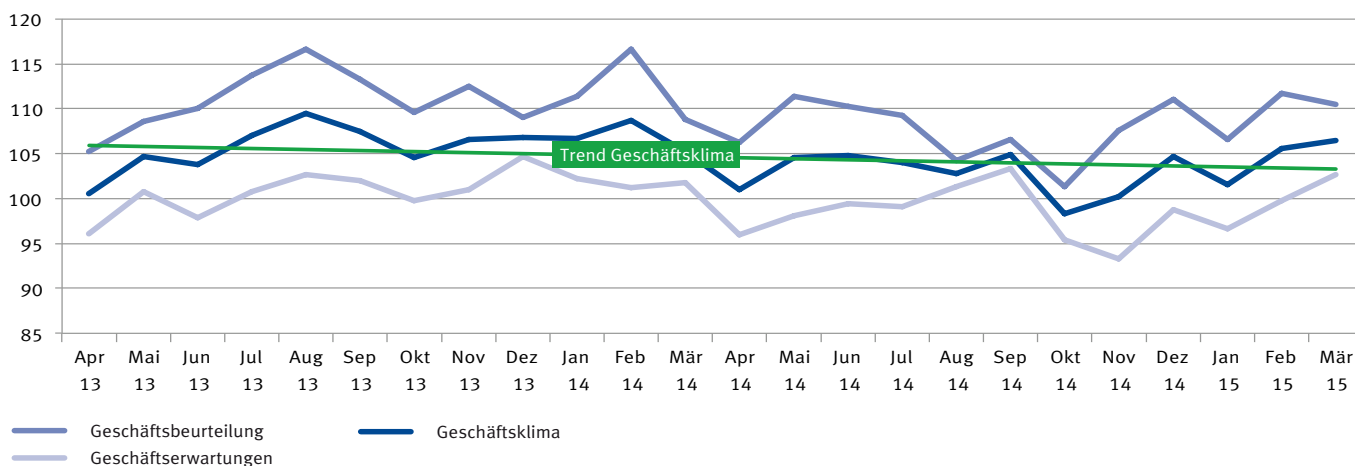
Die Kapazitätsauslastung in der Lebensmittelproduktion ist im Vorjahresvergleich im zweiten und dritten Quartal 2015 gestiegen. Dies beurteilten die Unternehmen auch mehrheitlich positiv

und besser als noch im Vorjahr. Die Fertigwarenlagerbestände wurden gegenüber dem Vorjahr als eher zu groß bewertet. Die Entwicklung der Verkaufspreise wurde von den Lebensmittelherstellern in den letzten sechs Monaten mehrheitlich negativ bewertet. Auch zum Jahresende hin herrscht keine Zuversicht, dass der Rückgang bei den Verkaufspreisen eingedämmt werden kann. Darüber hinaus sind in den letzten beiden Quartalen die Produktionsbehinderungen gestiegen. Während der Auftragsmangel nach wie vor ein Problem ist, belastet die Unternehmen vor allem der zunehmende Arbeitskräftemangel. Auch die Erwartungen an den Beschäftigtenstand zeigten sich im zweiten und dritten Quartal 2015 sehr durchwachsen. Insgesamt beurteilten die Unternehmen der Ernährungsindustrie ihre Wettbewerbssituation im Inland im zweiten und dritten Quartal 2015 besser als im Vorjahr und mehrheitlich positiv. Gleiches trifft für die Entwicklung der europäischen Absatzmärkte zu. Hingegen verschlechterten sich die Einschätzungen zu der Entwicklung auf den außereuropäischen Absatzmärkten im Vorjahresvergleich.

Gesättigte Märkte und ein harter Preiswettbewerb im Inland machen das Exportgeschäft zum Wachstumsmotor für die Ernährungsindustrie. Die Erschließung neuer Absatzmärkte im Export, insbesondere außerhalb der EU, stärkt die Ertragslage der Unternehmen und sichert Arbeitsplätze. Für über ein Drittel der Lebensmittelhersteller hängt mehr als ein Viertel der Beschäftigung am Export. Gegenwärtig hält die Stagnation beim Lebensmittelexport im zweiten und dritten Quartal 2015 an. Die Erwartungen für das Exportgeschäft bleiben jedoch laut dem BVE-PwC-Exportbarometer Juni 2015 positiv. Der Erhalt der internationalen Wettbewerbsfähigkeit stellt zunehmend eine Herausforderung dar. Steigende Kosten, ein erhöhter Wettbewerbsdruck und immer mehr Währungsrisiken werden das Preisniveau der deutschen Lebensmittelexporte nach Einschätzung der Unternehmen im kommenden Jahr am stärksten negativ beeinflussen. Eine Belebung des Exportgeschäftes und ein verbesserter Marktzugang könnten der Branchenkonjunktur wichtige neue Wachstumsimpulse vermitteln.

Entwicklung des Geschäftsklimas in der Ernährungsindustrie

Q2 und Q3/2015 im Vergleich*



Quelle: Ifo-Institut, eigene Berechnungen

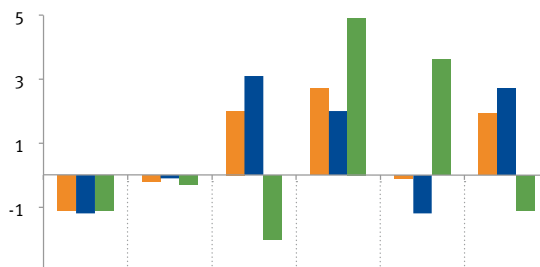
* Indizes nach Umsatzanteilen gewichtet; 2005=100; saisonbereinigt

2 | Konjunktur der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2015:

Konsumklima

Consumer Index: Sortimentsentwicklung

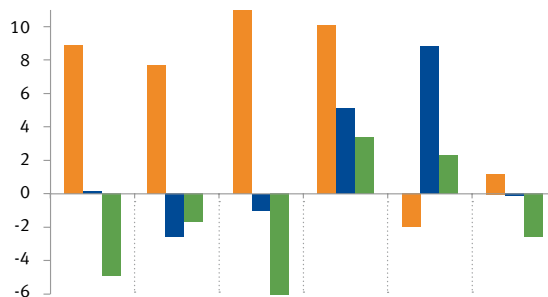
Q2 und Q3/2015, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Apr 15	Mai 15	Jun 15	Jul 15	Aug 15	Sep 15
Food + Getränke	-1,1	-0,2	2,0	2,7	-0,1	1,8
Food	-1,2	-0,1	3,1	2,0	-1,2	2,7
Getränke	-1,1	-0,3	-2,0	4,9	3,6	-1,1

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Getränke

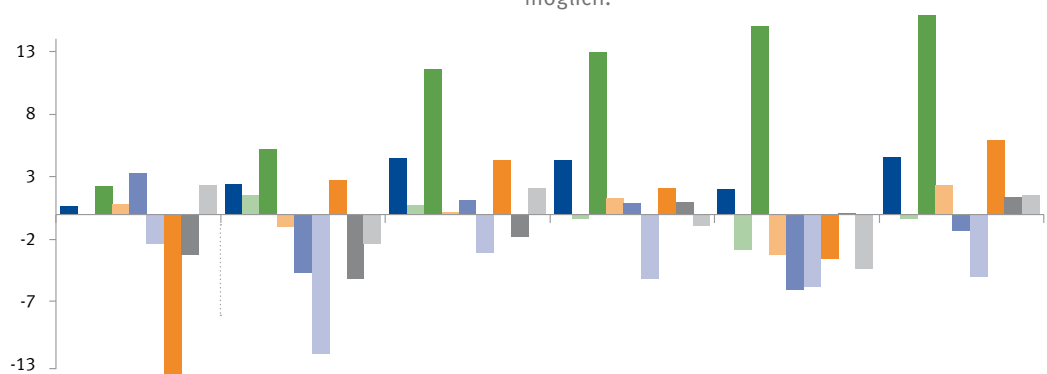
Q2 und Q3/2015, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Apr 15	Mai 15	Jun 15	Jul 15	Aug 15	Sep 15
Heißgetränke	8,9	7,7	12,6	10,1	-2,0	1,2
Alkoholfreie Getränke	0,2	-2,6	-1,0	5,1	8,8	-0,1
Alkoholhaltige Getränke	-4,9	-1,7	-6,2	3,4	2,3	-2,6

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Food

Q2 und Q3/2015, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	Apr 15	Mai 15	Jun 15	Jul 15	Aug 15	Sep 15
Frischeprodukte	0,6	2,4	4,5	4,3	2,0	4,5
Fleisch/Wurstwaren	0,0	1,5	0,7	-0,3	-2,8	-0,3
Obst/Gemüse	2,2	5,2	11,5	12,9	15,0	15,7
Brot/Backwaren	0,8	-1,0	0,2	1,3	-3,2	2,3
Molkereiprodukte, gelbe Linie	3,3	-4,6	1,1	0,9	-6,0	-2,2
Molkereiprodukte, weiße Linie	-2,3	-11,1	-3,0	-5,1	-5,8	-4,9
Süßwaren	-13,2	-2,7	4,3	2,1	-3,5	5,8
Tiefkühlkost/Eis	-3,2	-5,1	-1,8	1,0	0,1	1,3
Sonstige Nahrungsmittel	2,3	-2,3	2,1	-0,9	-4,3	1,5

Die Kauflaune der deutschen Verbraucher zeigt sich positiv, im dritten Quartal 2015 setzte sich der Aufschwung aber verhaltener fort. Das Konsumklima stieg im Vorjahresvergleich im zweiten Quartal 2015 durchschnittlich um +18,4 Prozent und im dritten Quartal 2015 noch um +14 Prozent. Gute Einkommenserwartungen und eine stabile Beschäftigungslage unterstützen private Konsumausgaben. Die Konjunkturerwartungen sinken hingegen.

Schnellebige Konsumgüter wie Lebensmittel profitieren von der guten Kauflaune wenig. Beim Einkauf setzt sich immer mehr das steigende Konsumbewusstsein der Verbraucher durch, aber auch der gesellschaftliche Wandel beeinflusst die Nachfrage nachhaltig. Die Deutschen kaufen seltener, weniger aber hochwertiger Lebensmittel ein. 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 zweiten und dritten Quartal 2015 folgte die Umsatzentwicklung im Einzelhandel mit Lebensmitteln und Getränken einem steten Auf und Ab. Gründe liegen in der sinkenden Einkaufsfrequenz und -lust der Verbraucher sowie ihren steigenden Qualitäts- und Serviceansprüchen und einem zunehmenden außer Haus Verzehr. Nur in wenigen Sortimenten wie Heißgetränke oder Obst und Gemüse konnte preisbedingt ein nahezu durchgängiges Umsatzwachstum verzeichnet werden. Sinkende Preise drückten vor allem den Umsatz mit Molkereiprodukten der weißen Linie. Die sinkende Mengennachfrage der Verbraucher führt zu einem harten Preiswettbewerb im Lebensmitteleinzelhandel. Umsatzsteigerungen sind oft nur noch 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.

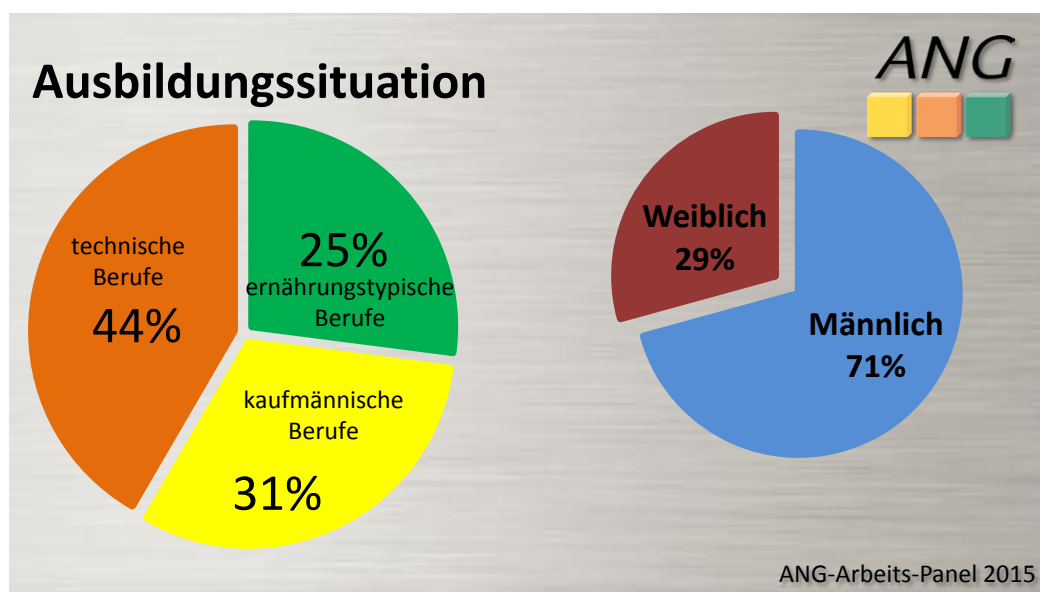


Ernährungsindustrie startet positiv ins Ausbildungsjahr 2015

Die Bewerberzahlen in der Ernährungsindustrie sind im Vergleich zu den Vorjahren nochmals angestiegen. So konnten nahezu alle offenen Ausbildungsplätze besetzt werden. Wenige Ausnahmen bilden einzelne Spezialistenstellen sowie Stellen in strukturschwächeren Regionen in Ostdeutschland. Aber auch die Anforderungen der Bewerber an den potentiellen, neuen Ausbildungsbetrieb werden immer höher. Dies hat zum Start des neuen Ausbildungsjahres die diesjährige stichprobenartige Abfrage der ANG zur Bewerbungssituation ergeben.

Die positive Entwicklung in der Ernährungsindustrie steht dabei im Widerspruch zu der allgemeinen Situation auf dem Ausbildungsmarkt. Nach dem letzten [Bildungsbericht der Bundesregierung](#) > erreichte branchenübergreifend die Zahl der gemeldeten unbesetzten betrieblichen Ausbildungsstellen im Jahr 2014 einen neuen Höchststand. Waren es im Vorjahr noch 33.738, stieg diese Zahl um 10 Prozent auf 37.101. Speziell im Bereich Industrie und Handel ist die Zahl der neu abgeschlossenen Ausbildungsverträge bundesweit um 6.506 auf 310.760 gesunken (-2,1 Prozent). Dies zeigt, dass die Unternehmen der Ernährungsindustrie von Bewerbern als attraktiver und zuverlässiger Ausbilder sehr geschätzt werden und dem Negativtrend anderer Branchen trotzen können.

Die Stellenausschreibungen der Unternehmen zeigen, dass die Bereiche ernährungstypische, kaufmännische und technische Berufe nahezu jeweils zu einem Drittel in der Ernährungsindustrie vertreten sind. Hier hält der Trend zur verstärkten Rekrutierung in den technischen Berufen an. Denn speziell in diesem Bereich werden zukünftig Fachkräfte immer schwerer zu finden sein. Die Unternehmen planen daher auf lange Sicht und stellen bereits jetzt Auszubildende über Bedarf ein, um sich für diese Situation zu wappnen. Dieses Bild hat sich bereits im Frühjahr im diesjährigen [ANG-Arbeits-Panel](#) > zur bestehenden Ausbildungssituation hinsichtlich der Verteilung der Ausbildungsbereiche und -stellen gezeigt.



Die ad hoc Abfrage ergab auch, dass sich Bewerber anhaltend an den Angeboten in ihrer Region orientieren. Eine hohe Mobilität und eine grundlegende Bereitschaft zu einem Umzug – Eigenschaften, die in den letzten Jahren jungen Menschen verstärkt nachgesagt wurden – sind faktisch nicht gegeben. Junge Menschen bevorzugen nach wie vor eine Ausbildungsstelle in ihrer Region, nahe bei Familie und Freunden. Andererseits wünschen sich schon im Vorstellungsgespräch immer mehr Azubi-Anwärter die Möglichkeit, Auslandserfahrung sammeln zu können. Die Internationalität eines Unternehmens spielt bei der Auswahl eines Ausbildungsbetriebes für Bewerber immer noch eine große Rolle. Diese Entwicklung muss ernst genommen werden.

Die Unternehmen setzen daher heute bei der Azubi-Suche sehr stark auf regionales Recruiting mit globaler Perspektive. Eine globale Perspektive bieten längst nicht mehr nur die großen internationalen Unternehmen. Auslandsgeschäft ist in der Ernährungsindustrie, auch bei KMUs, völlig normal.

Stark nachgefragt werden ebenfalls die Möglichkeiten zu weiterführenden Qualifikationen. So wird im Bewerbungsgespräch regelmäßig nach dualen Studiengängen gefragt. Diese Entwicklung hatte sich schon in den ANG-Umfragen der letzten Jahre abgezeichnet und nun noch verstärkt. Bereits bei der Auswahl eines potentiellen Ausbildungsbetriebes spielt das Angebot eines dualen Studiums eine entscheidende Rolle. Nicht zuletzt im Bewerbungsverfahren wird diese Option als ein „Muss“ von Bewerbern formuliert. So gehen Unternehmen dazu über, ein duales Studium erstmalig anzubieten bzw. ihr Angebot zu erweitern, da ansonsten zu viele qualifizierte Bewerber abspringen. Die Tendenz hin zu einer verstärkten Akademisierung hat demnach auch die Ernährungsindustrie erreicht.

Fazit: Die Recruitingsituation der Ernährungsindustrie ist dieses Jahr entgegen weitläufiger Trends sehr gut. Die Unternehmen der Ernährungsindustrie haben schon früh erkannt, bei Recruiting-Aktionen möglichst weiter auf den persönlichen Kontakt unter Mitnahme der Eltern zu setzen und ihre Rolle als starker regionaler Arbeitgeber einzunehmen. Dies zahlt sich jetzt aus. Trotz alledem werden die Schulabgängerzahlen in Folge der demografischen Entwicklung in den nächsten Jahren bundesweit weiter zurückgehen. Daher muss die Ernährungsindustrie als Branche kontinuierlich daran arbeiten, ihre Stellung als attraktiver und sicherer Arbeitgeber weiter auszubauen. Allerdings darf dies nicht zu Lasten der klassischen dualen Ausbildung gehen. Es ist entscheidend für den Standort Deutschland und seine Unternehmen dafür Sorge zu tragen, dass die klassische Ausbildung bei allen angebotenen Zusatzqualifikationen nicht geschwächt wird.

Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel unterstützt Unternehmen der Fleischwirtschaft bei Standortoffensive

Am 21. September 2015 fand in Berlin ein Gipfeltreffen von Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel mit den maßgeblichen Unternehmen der deutschen Fleischwirtschaft statt. Es ging darum, den Standort Deutschland für die Unternehmen der Fleischwirtschaft attraktiv zu halten und gleichzeitig die Beschäftigungsbedingungen für die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zukunftssicher weiterzuentwickeln. Bei diesem Gipfeltreffen haben sich die Unternehmen auf eine **Selbstverpflichtung** > verständigt.

Die sich anschließenden Unternehmen verpflichten sich in dieser Selbstverpflichtung, ihre Strukturen und Organisationen bis Juli 2016 derart umzustellen, dass alle in ihren Betrieben eingesetzten Beschäftigten in einem in Deutschland gemeldeten, sozialversicherungspflichtigen Beschäftigungsverhältnis arbeiten. Außerdem werden sich die Unternehmen verstärkt rund um Ausbildung und Qualifizierung der Beschäftigten engagieren. So werden beispielsweise bei der Besetzung von Arbeits- und Ausbildungsstellen solche Bewerber bevorzugt berücksichtigt, die bei Werkvertragspartnern arbeiten. Zur Umsetzung gibt es einen jährlichen Bericht, in dem die Fortschritte zur Erreichung der vereinbarten Ziele dargelegt werden.

Die Unternehmen Danish Crown Fleisch GmbH, Heidemark Geflügel, Spezialitäten Lohmann & Co. AG / PHW-Gruppe, Tönnies Holding GmbH & Co. KG, Vion GmbH und die Westfleisch SCE mit beschränkter Haftung haben damit einen wesentlichen und erheblichen Beitrag zu mehr Transparenz der Beschäftigungssituation und zur gesellschaftlichen wie sozialpolitischen Integration der Beschäftigten geleistet. Koordiniert wurde der Abstimmungsprozess von der ANG.

Die Fleischwirtschaft ist die umsatzstärkste und eine der beschäftigungsintensivsten Branche innerhalb der deutschen Ernährungsindustrie, die ihrerseits eine der drei größten Industrien in Deutschland ist. Mit dieser Selbstverpflichtung stellen sich die Unternehmen als attraktive Arbeitgeber für die beschäftigten Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf und stehen zu ihrer Verantwortung als Arbeit- und Auftraggeber. Es ist davon auszugehen, dass sich dieser Selbstverpflichtung die gesamte Fleischwirtschaft anschließen wird.

Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V.

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 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

Der Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e. V. (BDSI) stellt im laufenden Jahr 2015 für den deutschen Inlandsmarkt eine insgesamt positive Entwicklung fest. Nach den Zahlen des Marktforschungsunternehmens IRI ist es beim Umsatz von Süßwaren gesamt in den ersten acht Monaten des Jahres 2015 zu einem Anstieg von 3,9 Prozent auf 7,06 Milliarden Euro gekommen. Auch der Absatz am deutschen Inlandsmarkt ist gegenüber entsprechendem Vorjahreszeitraum um 0,5 Prozent auf 970.235 Tonnen gewachsen.

Einzig Schokoladenwaren verzeichnen ein kleines Absatzminus von 0,1 Prozent. In der Umsatzentwicklung liegen Schokoladenwaren jedoch weit vorne mit einem Zuwachs von 5,4 Prozent. Salzige Snacks weisen im Absatz ein Wachstum von 1,4 Prozent auf. Im Umsatz legen sie um 3,7 Prozent zu. Süßgebäck kann im Absatz um 1,2 Prozent und im Umsatz um 1,5 Prozent hinzugewinnen. Zuckerwaren entwickeln sich laut IRI mengenmäßig mit 0,2 Prozent noch schwach positiv. In der Umsatzentwicklung erreichten sie dagegen einen Zuwachs von 2,0 Prozent.

Der Umsatz von Speiseeis lag bis einschließlich August 2015 bei 981,7 Millionen Euro. Gegenüber entsprechendem Vorjahreszeitraum ist dies ein deutlicher Anstieg von 5,6 Prozent. Der Absatz in diesem Zeitraum wuchs im Vergleich zum Vorjahr um 4,6 Prozent auf nahezu 317,6 Millionen Liter. Im ersten Halbjahr war der Eiskonsum insgesamt noch rückläufig gewesen. Das hervorragende Wetter im Juli und August führte im Eissegment jedoch zu einer erfreulichen Wende.

Bei den Ausfuhren weist der BDSI dagegen auf einen leichten Mengenrückgang hin. Nach den offiziellen Zahlen des Statistischen Bundesamtes lag die Ausfuhrmenge im ersten Halbjahr 2015 um 1,6 Prozent unter dem Niveau des entsprechenden Vorjahreszeitraums. Die Ausfuhrmenge betrug 916.514 Tonnen. Der Ausfuhrwert wuchs dagegen um 3,4 Prozent auf über 3,2 Milliarden Euro. Insgesamt ließ die Nachfrage in einigen EU-Partnerstaaten und in den USA spürbar nach. Besonders das Russlandgeschäft litt unter der Abwertung des Rubels.

Auch die Einfuhren gingen nach Menge zurück. Die Importe von Süßwaren verringerten sich im ersten Halbjahr 2015 im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum mengenmäßig um 0,4 Prozent auf 639.525 Tonnen. Im Wert stiegen die Einfuhren um 4,8 Prozent und erreichten nahezu 2,2 Milliarden Euro.

Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.

www.bdsi.de



4 | Situationsberichte aus den Branchen

Fleischwarenindustrie

Die Unternehmen der deutschen Fleischwarenindustrie konnten mit dem Verlauf des Jahres 2015 bislang weitgehend zufrieden sein. Auch wenn die schlechte Witterung zunächst für eine zögerliche Nachfrage von Grillartikeln sorgte, konnte im ersten Halbjahr an den guten Absatz des Vorjahres angeknüpft werden, das für die Fleischwarenindustrie mit einem leichten Produktionsplus abgeschlossen hatte. Die Zahl der Beschäftigten konnte mit 58.000 konstant gehalten werden.

Im ersten Halbjahr 2015 wurde mit 4,07 Millionen Tonnen ein neuer Spitzenwert in Deutschland bei der Erzeugung von Fleisch erzielt. Die produzierte Menge der deutschen Fleischwarenindustrie an Wurstwaren stieg ebenfalls um rund 4,5 Prozent (vorläufig). Leichte Rückgänge bei der Nachfrage privater Haushalte um 0,5 Prozent im ersten Halbjahr 2015 wurden dabei mit einem Plus im Bereich des Außer-Haus-Verzehrs ausgeglichen. Offensichtlich fördern die außerordentlich gute Beschäftigungssituation und die vielen sozialen Veränderungen in Deutschland einen zunehmenden Verzehr der Mahlzeiten außerhalb der eigenen vier Wände.

Bundesverband der Deutschen Fleischwarenindustrie e.V.

www.bvdf.de



Getreidemühlen

Die Mühlenwirtschaft in Deutschland ist sehr stark klein- und mittelständisch organisiert. Rund 550 Getreidemühlen stellen die Versorgung der Bevölkerung mit Mehl und anderen Mahlerzeugnissen wie Dunst, Grieß und Schrot sicher. 2013/14 haben 213 Mühlen mehr als 1.000 Tonnen Getreide im Jahr vermahlen, fünf Betriebe weniger als im Vorjahr. Die 45 Mühlen mit einer Vermahlung von mehr als 50.000 Tonnen im Jahr produzieren mehr als 80 Prozent des Bedarfes.

Die Vermahlung von Brotgetreide ist im Wirtschaftsjahr 2013/14 um 3,0 Prozent auf 8,7 Millionen Tonnen gestiegen. Davon entfallen 7,9 Millionen Tonnen auf Weichweizen und 0,8 Millionen Tonnen auf Roggen. Es wurden zudem 0,4 Millionen Tonnen Hartweizen vermahlen. Daraus sind 7,3 Millionen Tonnen Mahlerzeugnisse und rund 1,4 Millionen Tonnen Mühlennachprodukte hergestellt worden.

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. 69,7 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 deutschen Ernte werden in den heimischen Mühlen zu Lebensmitteln verarbeitet.

Verband Deutscher Mühlen e.V.

www.muehlen.org



4 | Situationsberichte aus den Branchen

Milchindustrie

2015 ist für die Milchwirtschaft ein Jahr mit zahlreichen Herausforderungen. Die Erlöse und damit auch die Umsätze haben im Vergleich zum Vorjahr weiter nachgegeben. Der Milchmarkt ist zum Käufermarkt geworden. Zwar ist das Rohstoffaufkommen der Molkereien nach dem Auslaufen der Quotenregelung wesentlich moderater gestiegen als im Vorjahr um die gleiche Zeit. Allerdings bewegt sich das Angebot der Exportländer weltweit insgesamt über dem Vorjahresniveau, während die Nachfrage der größten Importmärkte China und Russland spürbar niedriger ist als im Vorjahr. Dies hat zu einem intensiven Wettbewerb am Weltmarkt und deutlichen Rückgängen der Preise für Milchprodukte dort geführt, die auch auf das Preisniveau in den Lieferländern abstrahlen.

Die Exporte Deutschlands und der EU konnten sich insgesamt auf dem Vorjahresniveau behaupten, wozu sicherlich auch der schwache Eurokurs beigetragen hat. Allerdings mussten bei den wichtigen Käseexporten gewisse Einbußen hingenommen werden. Die Nachfrage im Inland, insbesondere nach Butter und Käse hat sich indessen positiv entwickelt. Dennoch war der Markt am Ende des Sommers nicht ganz im Gleichgewicht und erstmals seit 2009 fanden Verkäufe von Magermilchpulver an die Interventionsstellen statt. In Deutschland wurden bis Anfang Oktober insgesamt 1.012 Tonnen angemeldet.

Die Preise für wichtige Milchprodukte haben nach einer kurzfristigen Erholung im ersten Quartal kontinuierlich nachgegeben. Besonders stark gaben die Preise für bestimmte Käseerzeugnisse nach. Im Herbst kam es zu einer saisonalen Preiserholung. Die Milcherzeugerpreise gaben im Vergleich zum Vorjahr in den ersten acht Monaten von 2015 um rund 25 Prozent nach, wobei regionale Preisunterschiede bestanden.

ZMB Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH

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

Stefanie Lehmann

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