



Konjunkturbericht der Ernährungsindustrie 02 | 2018

Foto: © dusanpetkovic /iStock

Mit 595.506 Beschäftigten in 6.044 Betrieben ist die Ernährungsindustrie der viertgrößte Industriezweig in Deutschland. Die Branche besteht zu über 90 Prozent aus kleinen und mittelständischen Betrieben und ist ein wichtiger Stabilitäts-, Wohlstands- sowie Beschäftigungsfaktor in allen Regionen Deutschlands.

Täglich überzeugt sie 82 Millionen deutsche Verbraucher mit bezahlbaren Lebensmitteln, die sich durch höchste Qualität, Sicherheit, Tradition, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung auszeichnen. Mit einem Exportanteil von 33 Prozent genießen Menschen weltweit Lebensmittel „made in Germany“.

Die Branche blickt auf ein durchwachsendes Jahr zurück. Die Umsatzrückgänge im zweiten Quartal konnten im Dritten vollständig ausgeglichen werden. Insgesamt sind Produktionszuwächse daher nur moderat ausgefallen. Die wirtschaftlich treibende Kraft im Umsatz sowie Absatz war das Inlandsgeschäft, der Export trug kaum zum Wachstum bei. Durch hohen Wettbewerbs- und Innovationsdruck und dadurch steigende Kosten bleibt die Ertragslage der Unternehmen angespannt.

Inhalt

1 Gesamtwirtschaftliche Lage	Seite 2
2 Exkurs: Investitionen und Innovationen in der deutschen Ernährungsindustrie	Seite 3
3 Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2018: Umsatz, Export und Produktionen	Seite 6
4 Arbeitsmarkt	Seite 13
5 Situationsberichte aus den Branchen	Seite 16

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Die Weltwirtschaft befindet sich, laut der Konjunkturstudie des IWFs, 2018 weiter im Aufschwung. Die Zuwachsraten stagnierten jedoch auf dem Vorjahresniveau. Träger des Wachstums sind unter anderem die USA, deren Wirtschaft durch steuerliche Anreize gestützt wird, und ölexportierende Länder, die von den hohen Energiepreisen profitierten. Dagegen musste im Vereinigten Königreich und dem Euroraum, zum Beispiel durch Rückgänge in der industriellen Produktion, das Wachstum für 2018 nach unten korrigiert werden.

Für 2018 und 2019 prognostiziert der IWF ein globales Wirtschaftswachstum von 3,7 Prozent und korrigiert damit – für beide Jahre – seine Aprilprognose um 0,2 Prozentpunkte nach unten. Risiken für die globale Konjunktur sieht der IWF in steigenden Unsicherheiten, beispielsweise durch protektionistische Handelsmaßnahmen, die nicht nur negativen Einfluss auf die Warenströme haben, sondern auch den wichtigen Technologieaustausch mit und Investments in den Entwicklungsländern hemmen. Diese Effekte könnten sich noch verstärken, sobald die derzeit expansive Geldpolitik in den Industrieländern zurückgefahren wird. Daher empfiehlt der IWF, den Aufbau handelshemmender Maßnahmen zu verhindern und gleichzeitig die internationale Kooperation bei multilateralen Herausforderungen zu fördern. Auch gelte es, eine Wirtschaftspolitik zu verfolgen, von der alle Länder und Gesellschaftsschichten profitierten. So würden zum Beispiel steigende Einkommen die Politikverdrossenheit der Bevölkerung verringern und negative Folgen des Strukturwandels abschwächen.

Konjunkturelle Lage in Deutschland

Für 2018 und 2019 befindet sich die deutsche Wirtschaft zwar weiter im Aufschwung, verliert allerdings an Zugkraft. Ursachen sind beispielsweise Nachfragerückgänge aus dem Ausland oder der Mangel an qualifizierten Arbeitskräften. Die Frühjahrsprognose der deutschen Wirtschaftsforschungsinstitute prognostizierte ein Wachstum des Bruttoinlandsprodukts für 2018 um 2,2 Prozent. Dies musste im Herbst allerdings auf 1,7 Prozent nach unten korrigiert werden. Für 2019 sind die Wirtschaftsforschungsinstitute zurückhaltender und rechnen mit einem Zuwachs von 1,9 Prozent. Inflationsbereinigt soll das Bruttoinlandsprodukt um 1,7 Prozent und 1,9

Prozent für 2018 beziehungsweise 2019 ansteigen. Dementsprechend werden Unternehmen weiter Arbeitskräfteeinstellen: für 2018 591.000 sowie 420.000 im Folgejahr 2019. Damit würde in diesem Jahr die Arbeitslosenquote auf 5,2 Prozent und nächstes Jahr auf 4,8 Prozent sinken. Während die Inflation in 2018 mit einem Anstieg von 1,8 Prozent gleich hoch wie in 2017 wäre, soll sie in der näheren Zukunft weiter steigen. 2019 wird ein Plus von 2 Prozent erwartet. Die Lohnstückkosten der Unternehmen werden weiter über dem Inflationsniveau liegen. 2018 wird ein Anstieg um 2,3 Prozent prognostiziert, der mit 2,2 Prozent in 2019 ähnlich hoch ausfallen sollte. In 2018 könnte der Staat einen Rekord Haushaltsüberschuss von 54 Milliarden Euro erreichen. Für 2019 wird ebenfalls ein hoher Überschuss erwartet, der mit 42 Milliarden allerdings kleiner als 2018 ausfallen wird.

Konjunkturelle Lage und Ertragslage in der Ernährungsindustrie

Die konjunkturelle Lage in Deutschland ist seit Jahren stabil. Dennoch profitierte die Ernährungsindustrie weniger vom Aufschwung als andere Branchen des Verarbeitenden Gewerbes. Grund sind steigende Kosten, begrenzte Finanzierungsspielräume, ein Fachkräftemangel und ein harter Preiskampf im wichtigsten Absatzkanal. Für die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit der Ernährungsindustrie wären verbesserte Rahmenbedingungen aus der Politik nötig. Die Aktivitäten der amtierenden Bundesregierung laufen jedoch in eine andere Richtung. Mehr Bürokratie, Eingriffe in Geschäftsmodelle und Rezepturen oder in den fairen freien Wettbewerb sowie eine Deflexibilisierung des Arbeitsmarktes sind Politikmaßnahmen, die die Unternehmen ablehnen. Im Europawahljahr braucht es von der Politik eine klare wirtschaftsorientierte Zukunftsvision für Deutschland und die EU, die Planungssicherheit für die notwendigen Investitionen schafft und die Wettbewerbsfähigkeit sowie die unternehmerische Freiheit und Verantwortung stärkt. Weiter müssen Gefahren für den freien globalen Handel ausgeräumt und das multilaterale Handels- und Wertesystem gestärkt werden. Insbesondere Marktzugangsbarrieren für die vielen kleinen und mittelständischen Unternehmen der Branche müssen abgebaut werden.

Bruttoinlandsprodukt – Veränderung in Prozent nach Ländergruppen

BIP-Veränderung in Prozent nach Ländergruppe	Durchschnitt 1995–2004	2014	2015	2016	2017	2018	Veränderung zur IWF-Prognose April 2018*	2019	Veränderung zur IWF-Prognose April 2018*
Welt	3,6	3,4	3,2	3,1	3,7	3,7	-0,2	3,7	-0,2
Industrieländer	2,8	1,8	2,1	1,7	2,3	2,4	-0,1	2,1	-0,1
EU	2,6	1,5	2,3	2,0	2,7	2,2	-0,3	2,0	-0,1
Entwicklungs- und Schwellenländer	4,9	4,6	4,0	4,1	4,7	4,7	-0,2	4,7	-0,4

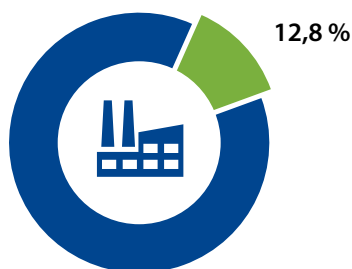
2 | Exkurs: Investitionen und Innovationen in der deutschen Ernährungsindustrie

Investitionen und Innovationen sind wichtig für die deutsche Ernährungsindustrie. Nicht nur die zunehmenden Anforderungen der Konsumenten an die Produkte müssen erfüllt werden, auch gilt es, im harten Wettbewerb Kosten zu senken.

Investitionsausgaben der Ernährungsindustrie im Vergleich mit dem Verarbeitenden Gewerbe

82,5 Prozent der Betriebe der Ernährungsindustrie investieren. Dieser Anteil blieb zwischen 2012 und 2016 konstant. Ein ähnliches Bild ergibt sich im gesamten Sektor des Verarbeitenden Gewerbes. Hier lag der Anteil investierender Betriebe bei 86,3 Prozent in 2012 und 85,7 Prozent in 2016. Damit liegt der Anteil investierender Betriebe in der Ernährungsindustrie leicht unter dem Industriedurchschnitt.

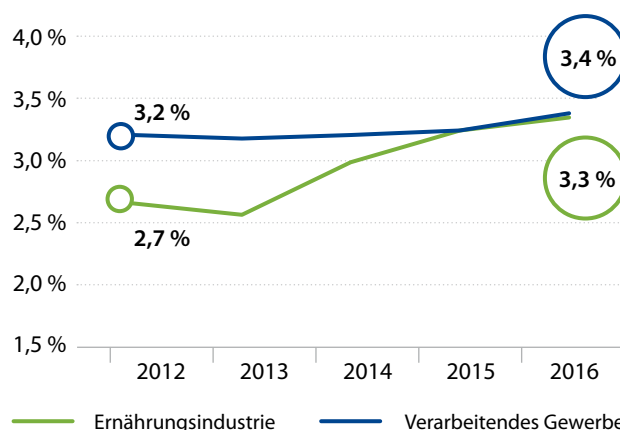
Investierende Betriebe im Verarbeitenden Gewerbe



- Ernährungsindustrie
- Verarbeitendes Gewerbe

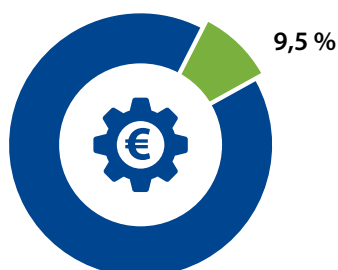
Quellen: Statistisches Bundesamt, BVE

Prozentualer Anteil der Investitionen am Umsatz



Quellen: Statistisches Bundesamt, BVE

Investitionen im Verarbeitenden Gewerbe 2016



- Ernährungsindustrie
- Verarbeitendes Gewerbe

Quellen: Statistisches Bundesamt, BVE

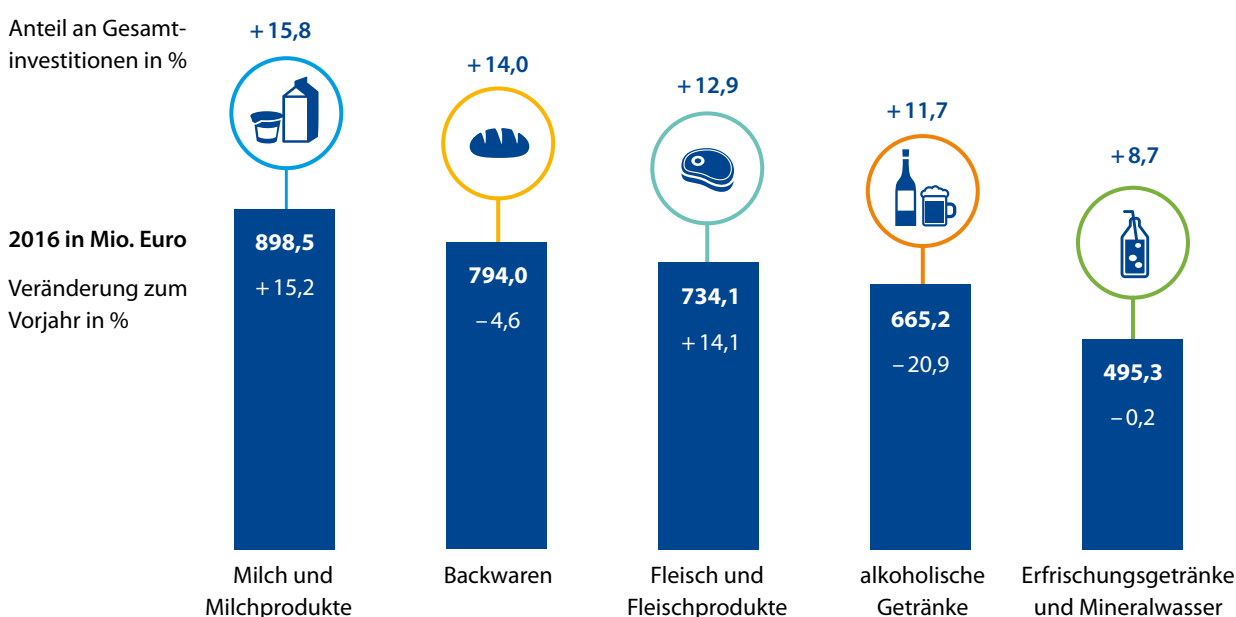
2016 investierten die Betriebe der Ernährungsindustrie mit 5,7 Milliarden Euro etwa 3,3 Prozent ihres Umsatzes. Auf den ersten Blick scheint der Investitionsanteil am Umsatz gering zu sein. Der Vergleich mit dem Verarbeitenden Gewerbe offenbart jedoch, dass dieser Anteil üblich für die Industrie ist. Besonders positiv ist der Aufholprozess, der in der Ernährungsindustrie stattfand: Während die Branche in 2012 noch 0,5 Prozentpunkte hinter dem Verarbeitenden Gewerbe zurücklag, holte sie in den nächsten Jahren den Rückstand fast vollständig auf. Die Ernährungsindustrie investierte also in diesem Zeitraum überdurchschnittlich viel und war schließlich in 2016 für 9,5 Prozent aller Investitionen des Verarbeitenden Gewerbes verantwortlich. Im Branchenvergleich des Verarbeitenden Gewerbes lag die Ernährungsindustrie damit auf Platz 3. Hier belegt die Automobilindustrie mit einem Investitionsanteil von 25,6 Prozent deutlich den 1. Platz, gefolgt vom Maschinenbau mit 11 Prozent auf Platz 2.

2 | Exkurs: Investitionen und Innovationen in der deutschen Ernährungsindustrie

Investitionsaktivitäten in Teilbranchen der Ernährungsindustrie

Mit 898,5 Millionen Euro, einem Anteil an den Gesamtinvestitionen von 15,8 Prozent, liegen die Hersteller von Milch und Milchprodukten im Vergleich der Teilbranchen im Jahr 2016 vorn. Insgesamt überrascht es nicht, dass die vier größten Teilbranchen auch bei den Investitionen an der Spitze liegen. Auffallend ist die relativ hohe Investitionstätigkeit in der Herstellung von Erfrischungsgetränken und Mineralwasser. So landete die achtgrößte Teilbranche immerhin auf Platz 5 der größten Investoren der Ernährungsindustrie.

Investitionen nach Teilbranchen



Quellen: Statistisches Bundesamt, BVE

Auswirkungen von Innovationen auf den Unternehmenserfolg

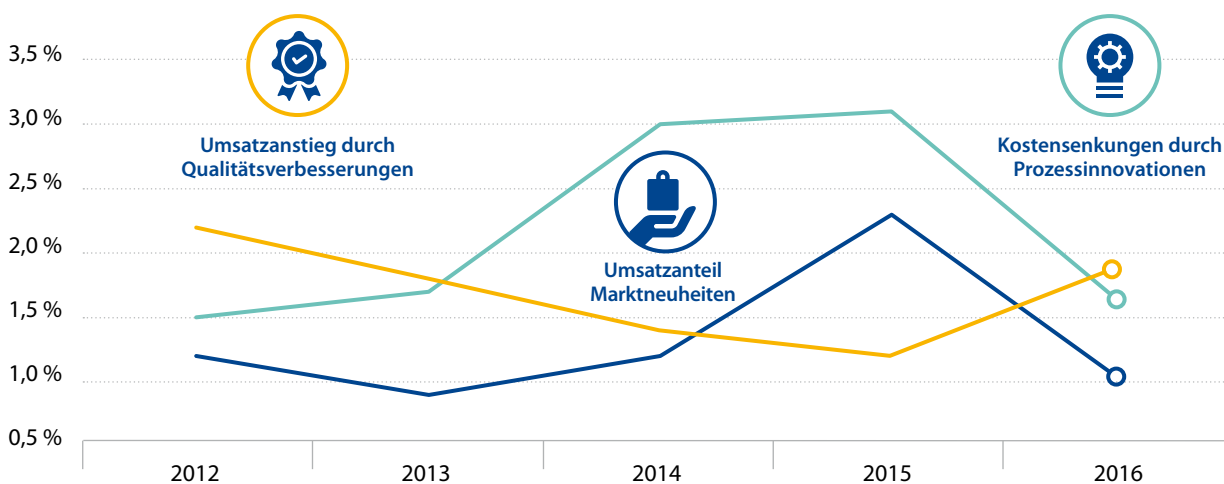
Das Ziel aller Investitionen ist es, den wirtschaftlichen Erfolg eines Unternehmens nachhaltig voranzubringen. Ziel von Investitionen sind oft auch die Schaffung von Innovationen. Dabei kann zwischen Produktinnovationen und Prozessinnovationen unterschieden werden. Produktinnovationen beziehen sich auf das Schaffen neuer Produkte oder Änderungen an den Bestehenden. Mit Prozessinnovationen werden beispielsweise Kostensenkungen im Betriebsablauf bezeichnet.

Jedes Jahr veröffentlicht das Zentrum für europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) Branchenreporte über die Innovationsaktivitäten in der deutschen Wirtschaft. Für die Ernährungsindustrie wird getrennt über die Lebensmittelhersteller und die Getränke- sowie Tabakproduzenten berichtet.

2 | Exkurs: Investitionen und Innovationen in der deutschen Ernährungsindustrie

Mit ihren Marktneuheiten erzielten die Lebensmittelhersteller 2016 einen Umsatzanstieg von 1 Prozent. Insgesamt wurden so 1,64 Milliarden Euro erwirtschaftet. 2012 lag der Anstieg noch bei 1,2 Prozent. Größer war der Umsatzanstieg bei den Qualitätsverbesserungen, die den Unternehmen mit einem Plus von 1,9 Prozent 3,27 Milliarden Euro einbrachte.

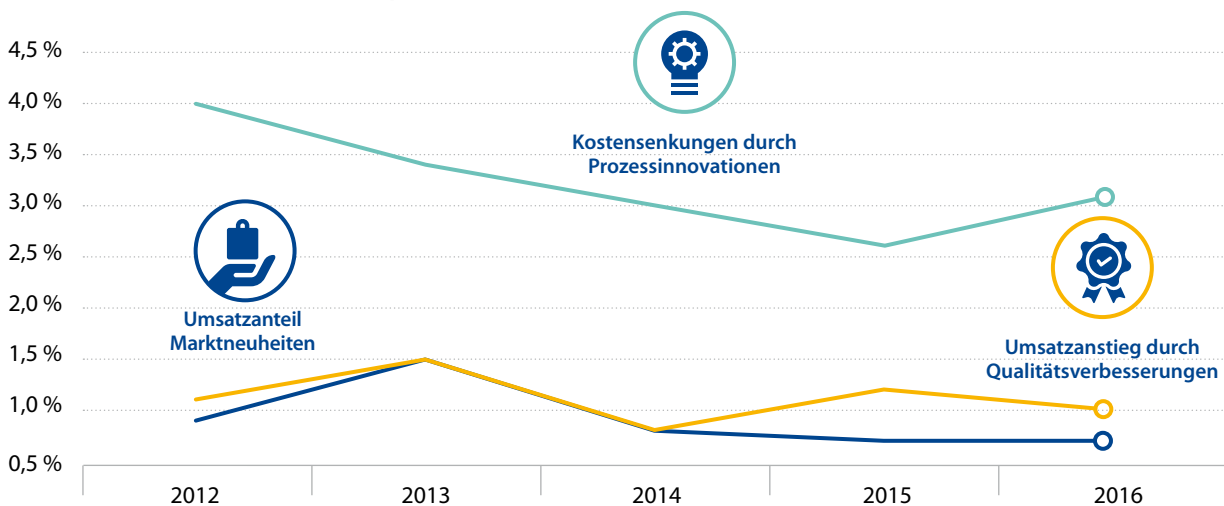
Innovationen Nahrungsmittelhersteller



Quelle: ZEW

Die Getränke- und Tabakproduzenten erreichten mit ihren Marktneuheiten einen Umsatzzuwachs von 0,7 Prozent, der sich auf 0,27 Milliarden Euro in 2016 beziffern lässt. Genau wie bei den Nahrungsmittelherstellern, war auch in der Getränke- und Tabakindustrie der Umsatzanstieg in 2012 höher (+0,9 Prozent). 2016 konnten Qualitätsverbesserungen von 1 Prozent jedoch den Umsatz nur um 0,39 Milliarden Euro erhöhen.

Innovationen Getränke- und Tabakproduzenten



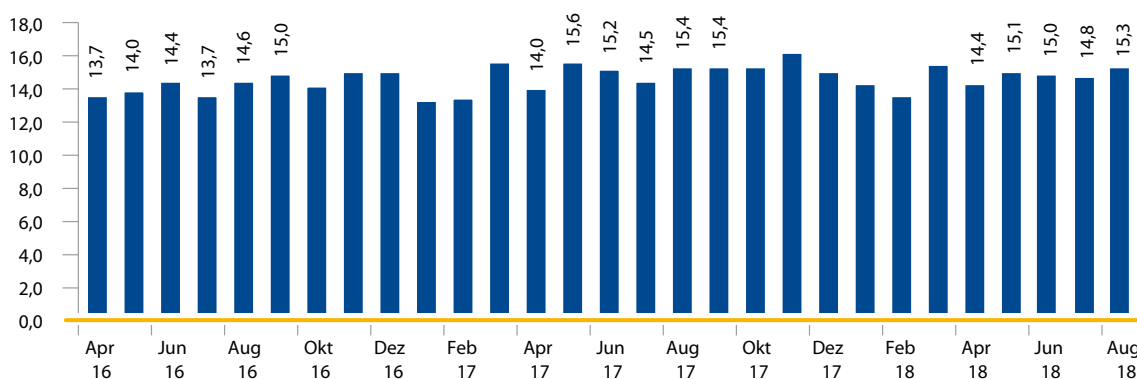
Quelle: ZEW

Auffällig ist, dass die Getränke- und Tabakhersteller im Zeitverlauf höhere Umsatzsteigerungen durch Kostensenkungen und Prozessinnovationen erzielten, während die Nahrungsmittelhersteller mit Marktneuheiten und Qualitätsverbesserungen für mehr Umsatz sorgen konnten. Interessant ist an dieser Stelle auch der internationale Vergleich, denn laut FoodDrinkEurope waren die Erfrischungsgetränke die weltweit innovativste Teilbranche der Ernährungsindustrie in 2016.

3 | Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2018: Umsatz, Export und Produktion

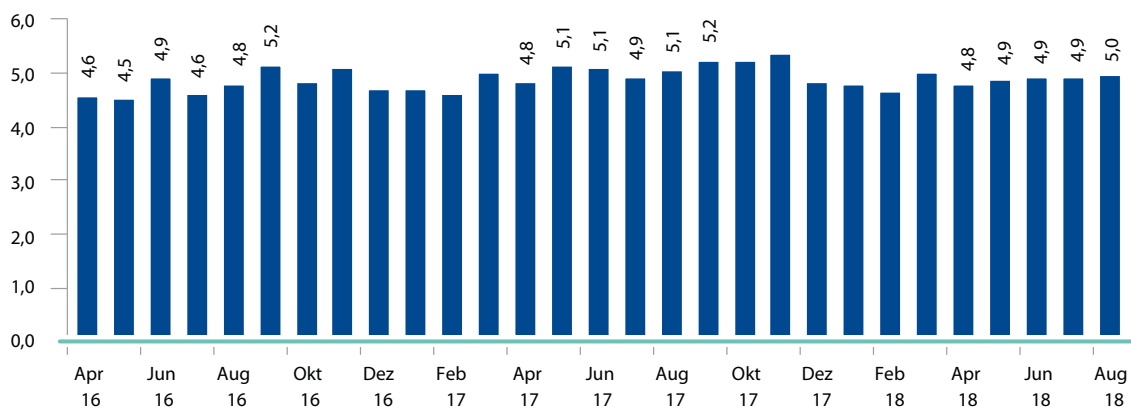
2018 war für die Ernährungsindustrie bisher ein durchwachsendes Jahr. Einem Wachstum im ersten Quartal folgte ein leichter Abschwung im zweiten Quartal. Im Juli und August glich sich der Abschwung jedoch wieder aus. Der größte Umsatzträger blieb das Inlandsgeschäft. Zugewinne im Ausland blieben im zweiten und dritten Quartal aus. Die Lebensmittelproduzenten hoben im Vergleich zu 2017 ihre Produktion nur leicht an. Durch die stabile konjunkturelle Lage in Deutschland deutet sich allerdings kein abrupter Stopp des inländischen Wachstums an. Dennoch ist der deutsche Markt geprägt von einer hohen Wettbewerbsintensität und angespannten Ertragslage. Neue Ernährungswünsche seitens der Konsumenten setzen hohe Anforderungen an die Lebensmittelhersteller. Dadurch ist es notwendig, dass Unternehmen in Produktinnovationen investieren. Aufgrund der angespannten Ertragslage ist es für viele mittelständische Unternehmen schwierig, zusätzlich zum laufenden Geschäftsbetrieb in Forschung und Entwicklung zu investieren.

Umsatz der Ernährungsindustrie in Mrd. Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt

Exporte der Ernährungsindustrie in Mrd. Euro



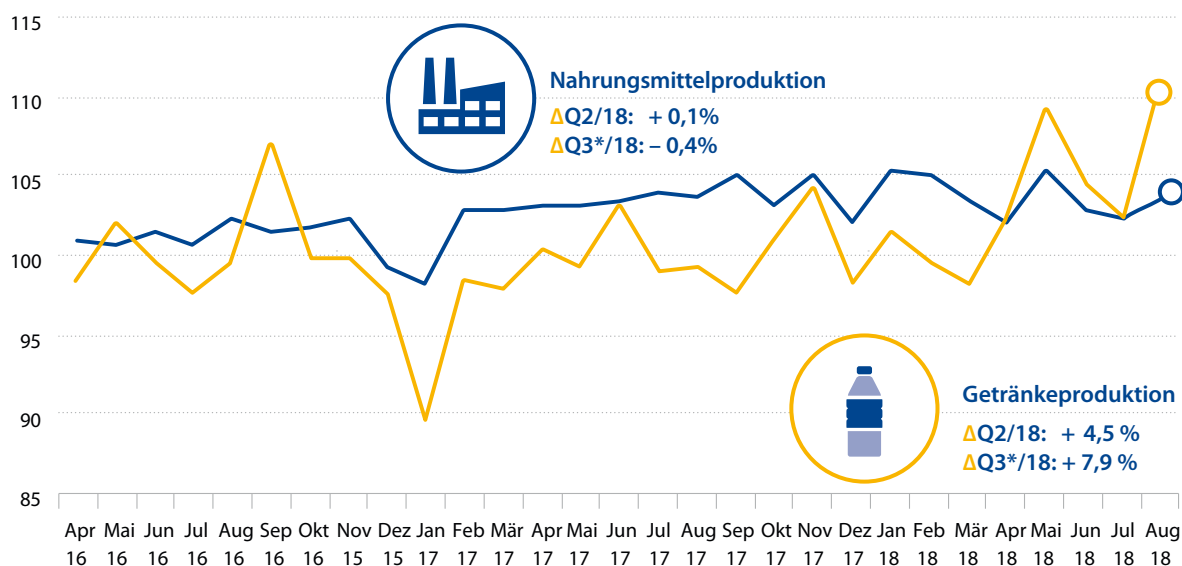
Quelle: Statistisches Bundesamt

3 | Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2018: Umsatz, Export, Produktion

Die Geschäfte aus dem Vorjahr konnte die Ernährungsindustrie im zweiten Quartal 2018 nicht in vollem Ausmaß wiederholen. Mit einem Umsatz von 44,5 Milliarden Euro stellte sich ein leichtes Minus von 0,7 Prozent ein. Während das Inlandsgeschäft stark blieb, waren die internationalen Umsätze schwächer. Mit 14,6 Milliarden Euro wurden 3,2 Prozent weniger Lebensmittel exportiert als im Vorjahreszeitraum. Preisbereinigt stagnierte der Umsatz in Deutschland, während der Absatz im Ausland mit 1,9 Prozent rückläufig zum Vorjahr war. Aufgrund der durchwachsenen Entwicklung erhöhten die Lebensmittelproduzenten ihre Produktion nur geringfügig. Der um Saison- und Kalendereffekte bereinigte Produktionsindex stieg im zweiten Quartal um 0,7 Prozent. Zurückhaltend waren insbesondere die Nahrungsmittelproduzenten, deren Produktion, mit einem Plus von 0,1 Prozent, zwar hoch blieb, aber deutlich hinter den Produktionssteigerungen von 4,5 Prozent in der Getränkeindustrie zurücklag.

Juli und August 2018 wirkten der positiven Entwicklung des zweiten Quartals etwas entgegen. Der Branchenumsatz stieg auf 30,2 Milliarden Euro und verzeichnete damit ein Wachstum von 0,8 Prozent zum Vorjahreszeitraum. Durch gesunkene Verkaufspreise stieg der Absatz sogar um 1,2 Prozent. Mit 9,9 Milliarden Euro wurden 0,8 Prozent weniger Lebensmittel exportiert, wodurch das Exportgeschäft erneut schwächer als im Vorjahr war. Dies basierte rein auf den gesunkenen Verkaufspreisen, da der preisbereinigte Absatz um 1 Prozent zunahm. Die kalendarischen und saisonalen Schwankungen in der Produktionsleistung der Ernährungsindustrie waren deutlicher als im Vorquartal zu sehen: Die Branchenproduktion erhöhte sich um 0,6 Prozent. Doch während der Index für die Nahrungsmittelproduzenten um 0,4 Prozent fiel, verzeichneten die Getränkehersteller einen Produktionsanstieg von 7,9 Prozent. Aufgrund dieses deutlichen Anstieges notiert die gesamte Ernährungsindustrie schließlich ein Produktionswachstum.

Entwicklung des Produktionsindex der Ernährungsindustrie Q2 und Q3/2018 im Vergleich*
















* arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2015=100
Q3 = Juli und August

Quelle: Statistisches Bundesamt

3 | Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2018: Preisentwicklung

In Deutschland liegt das Preisniveau für Lebensmittel 8 Prozent über dem EU-Durchschnitt, während die Kaufkraft deutlich über dem EU-Mittelwert liegt. Im europäischen Vergleich geben die deutschen Verbraucher einen relativ geringen Teil ihres Einkommens für Lebensmittel aus. Trotzdem bleiben die deutschen Verbraucher preissensibel. Werden saison- oder witterungsbedingte Schwankungen berücksichtigt, ist die Teuerung von Lebensmitteln mittelfristig aber moderat. Langfristig steigen die Lebensmittelpreise deutlich geringer als die allgemeinen Verbraucherpreise. Preissteigerungen stehen dabei fast immer im Zusammenhang mit gestiegenen Produktionskosten. Eine höhere Qualitätsorientierung der Verbraucher begünstigt dabei die Zahlungsbereitschaft für höherwertige Produkte.

Verbraucherpreissteigerungen nach Produktgruppen*

Produktgruppen	Q2 2018: Veränderung Vorjahreszeitraum	Q3 2018: Veränderung Vorjahreszeitraum
 Brot und Getreideerzeugnisse	1,6 %	1,6 %
 Fleisch, Fleischwaren	2,5 %	1,3 %
 Fisch, Fischwaren	2,4 %	2,0 %
 Molkereiprodukte und Eier	6,4 %	3,8 %
 Speisefette und -öle	15,4 %	3,2 %
 Obst	8,0 %	4,3 %
 Gemüse und Kartoffeln	0,1 %	6,3 %
 Zucker, Marmelade, Konfitüre, Honig, Sirup	0,8 %	0,5 %
 Kaffee, Tee, Kakao	0,5 %	-0,9 %
 Mineralwasser, Säfte, Limonaden	2,9 %	3,3 %
 Spirituosen	0,3 %	0,6 %
 Wein	2,0 %	2,4 %
 Bier	3,5 %	4,8 %

3 | Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2018: Preisentwicklung

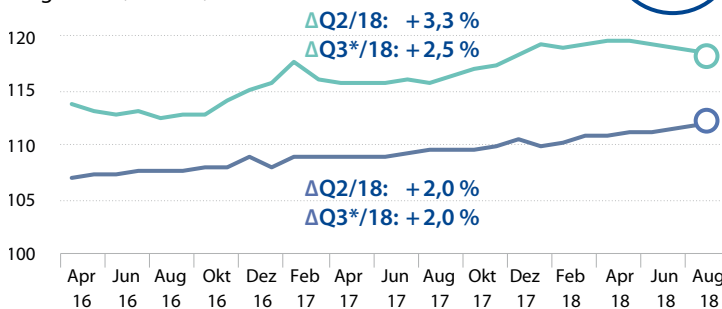
Im zweiten und dritten Quartal 2018 stiegen sowohl die Lebensmittel- wie auch die allgemeinen Verbraucherpreise. Zum Vorjahr stiegen die allgemeinen Lebenshaltungskosten zwischen April und Juni sowie im Juli und September um jeweils 2,0 Prozent. Währenddessen erhöhten sich die Verbraucherpreise für Lebensmittel im zweiten Quartal 2018 um 3,3 Prozent und im dritten um 2,5 Prozent. Für die verschiedenen Lebensmittelgruppen traten dabei angebots- und saisonbedingte Preisschwankungen auf.

Anders entwickelten sich dagegen die Verkaufspreise der Lebensmittelhersteller im In- und Ausland. Leichten Preisanstiegen im Inland – um 0,6 Prozent im zweiten Quartal und 0,2 Prozent für Juli sowie August – stand eine rückläufige Entwicklung im Ausland gegenüber. Die Verkaufspreise im Export sanken um 1,4 Prozent im zweiten Quartal und um 1,7 im dritten.

Wichtig für die Preisentwicklung ist die Preisentwicklung im Einkauf. Die schwankende Entwicklung der Agrarrohstoffpreise ist bedingt durch die Angebots- und Nachfrageentwicklung am Weltmarkt und wird durch Faktoren wie Ernte, Witterung oder Lagerbestände beeinflusst. Zuletzt spielte der Handelsstreit zwischen den USA und China eine zusätzliche Rolle sowie Wechselkursschwankungen. In einigen Teilbranchen kommt es so immer wieder zu Marktvolatilitäten. Die preisliche Entspannung auf den Agrarrohstoffmärkten setzte sich auch im Jahresverlauf 2018 fort. Im zweiten Quartal 2018 verringerte sich der HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel um 6,3 Prozent zum Vorjahr und im dritten um 7,6 Prozent. Für die Lebensmittelproduzenten ist die Rohstoffbeschaffung ein zentraler Kostenfaktor in der Produktion und beeinflusst auch die Verbraucherpreise. Der Ausgleich volatiler Rohstoffpreisentwicklungen bleibt eine Herausforderung für die Unternehmen.

Entwicklung Verbraucherpreisindex

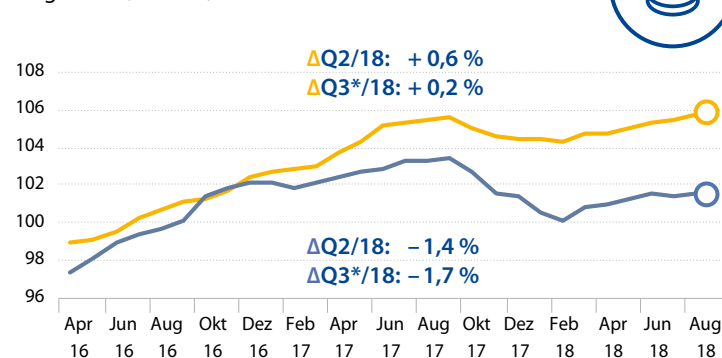
Vergleich: Q2 und Q3*/2018



— Verbraucherpreise Lebensmittel und alkoholfreie Getränke
 — Verbraucherpreise insgesamt

Entwicklung Verkaufspreise in der Ernährungsindustrie

Vergleich: Q2 und Q3*/2018



— Verkaufspreise Inland
 — Verkaufspreise Ausland

*Q3 = Juli und August

Entwicklung Rohstoffpreise

HWWI-Index (2015=100, Euro-Basis, Monatsdurchschnitte)



— Gesamtindex
 — Nahrung-Genussmittel

3 | Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2018: Geschäftsklima

Die konjunkturelle Entwicklung der Ernährungsindustrie ist geprägt durch Angebots- und Nachfrageschwankungen entlang der Wertschöpfungskette, aktuelle Markttrends, kalender- und Saisoneffekte, aber auch politische oder regulatorische Rahmenbedingungen. Um die verschiedenen Einflussfaktoren auf die Branche zusammenzuführen hat sich das ifo-Geschäftsklima als Indikator etabliert. In dem Index werden die aktuelle Geschäftslage sowie die Erwartungen an die zukünftige Geschäftslage der nächsten 6 Monate für das Stimmungsbild zusammengefasst. Verschiedene Faktoren zur Beurteilung der Lage und Erwartungen beispielsweise zur Nachfrage, Preiseentwicklung, Produktion und Beschäftigungslage sowie zum Export werden berücksichtigt. Insgesamt ergibt sich dadurch ein repräsentatives Bild über die Stimmungslage innerhalb der Branche. Das Geschäftsklima der Ernährungsindustrie ist von kurzfristigen Schwankungen geprägt. Im mehrjährigen Vergleich besteht eine stabile Entwicklung. Wird das Geschäftsklima in einem längerfristigen, zwei Jahreszeitraum betrachtet, ist der Trend zuletzt zwar etwas abgeflacht, jedoch weiterhin über dem Richtwert von 100 und damit positiv.

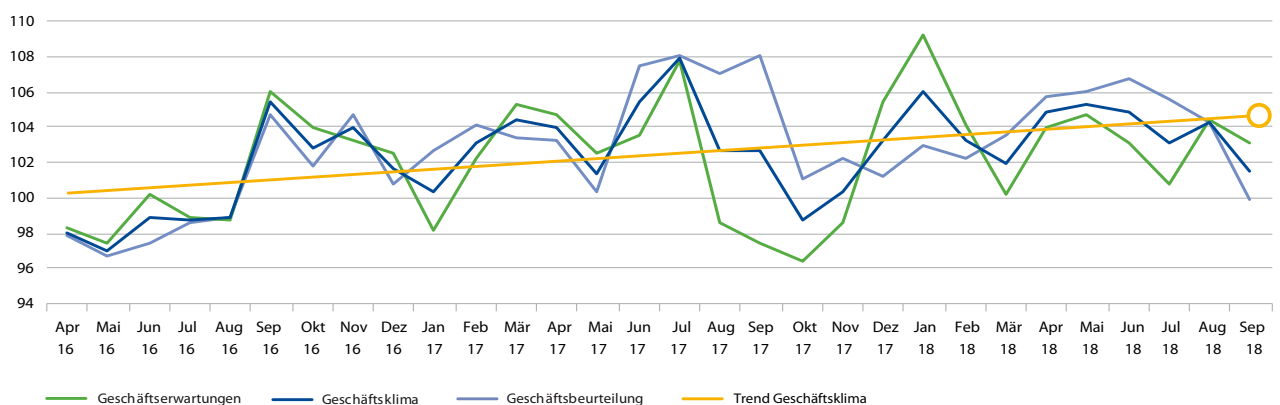
Ähnlich der Umsatzentwicklung verlief auch das Geschäftsklima der Ernährungsindustrie zwischen April und September 2018 durchwachsen. Der Zuwachs im zweiten Quartal wurde durch einen gleichgroßen Rückgang im dritten neutralisiert und stagniert damit auf dem Vorjahresniveau. Der Zweijahresvergleich zeigt jedoch, dass ein Abkühlen des Geschäftsklimas im dritten Quartal nichts Ungewöhnliches ist. Wird das erste Quartal 2018 mit einbezogen, also der gesamte bisherige Jahresverlauf 2018 betrachtet, ergibt sich ein leichtes Plus gegenüber dem Vorjahr.

Zwischen April und Juni sorgte besonders die positive Beurteilung der aktuellen Geschäftslage für einen Anstieg des Geschäftsklimas der Branche. Die Erwartungen blieben konstant hoch gegenüber den Prognosen des Vorjahres. Diese gegenteilige Entwicklung zeigte sich auch in verschiedenen Teilindikatoren: Während die Entwicklung der aktuellen Produktion als günstig betrachtet wurde, waren die Unternehmen in ihren Erwartungen an Produktion, Verkaufspreise, Beschäftigung zurückhaltend. Zusätzlich sahen die Lebensmittelhersteller ihre Wettbewerbsposition und Ertragslage, trotz höherer Produktionsbehinderungen, vorteilhafter als im Vorjahr.

Im dritten Quartal stiegen zwar die Erwartungen an die zukünftige Geschäftslage. Dieser Anstieg konnte jedoch nicht die deutlich gedämpfte Beurteilung der aktuellen Lage übertreffen. Als Folge nahm das Geschäftsklima der Ernährungsindustrie ab. Ebenfalls spiegelte sich diese Entwicklung in den Teilindikatoren wieder: Aktuelle Indizes wie der Verlauf der Produktion, Nachfrage oder Verkaufspreise waren negativ, während erwartungsorientierte Indikatoren wie Produktion, Verkaufspreise oder Beschäftigung positiv verliefen. Die zuvor erreichte Verbesserung in der Wettbewerbsposition ging im In- und EU-Ausland wieder verloren. Die Produktionsbehinderungen waren höher als im Vorjahr, sogar noch stärker als im vorherigen Quartal.

Eine positive Entwicklung des Geschäftsklimas zum Vorjahreswert konnte das Verarbeitende Gewerbe für das zweite und dritte Quartal 2018 nicht vermelden. In jedem Monat war das Klima getrübt als in 2017. Die Einschätzungen waren dennoch positiver als in der Ernährungsindustrie. Im Verarbeitenden Gewerbe war die Beurteilung der aktuellen Geschäfte stets zuversichtlicher, als die Geschäftserwartungen.

Entwicklung des Geschäftsklimas in der Ernährungsindustrie Q2 und Q3/2018 im Vergleich*



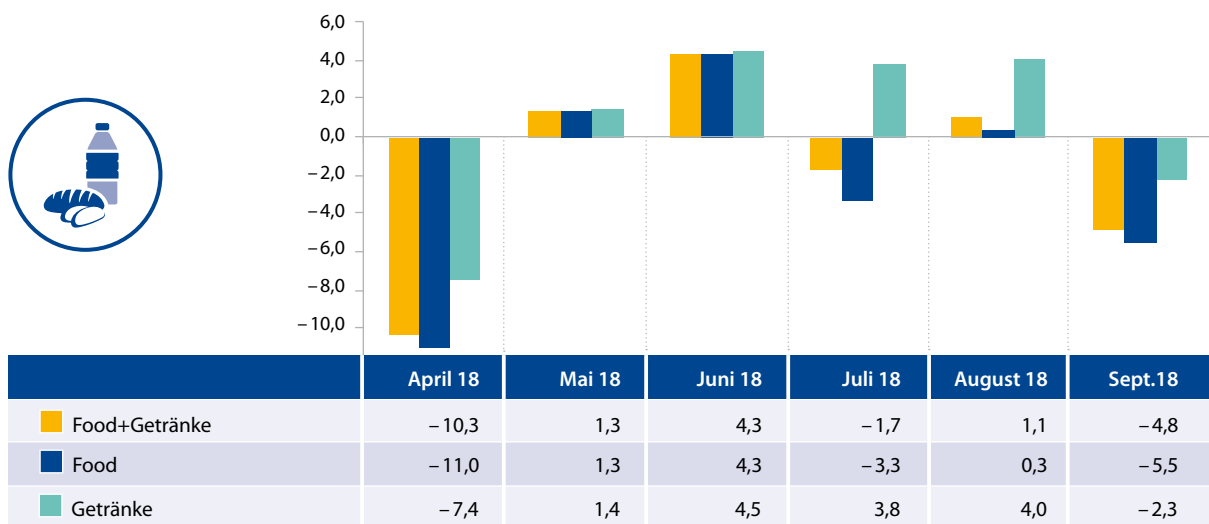
3 | Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2018: Konsumklima

Im Jahresverlauf 2018 verbesserte sich das Konsumklima gegenüber dem Vorjahr. Jedoch konnte der Zuwachs im zweiten Quartal 2018 um 6,6 Prozent zum Vorjahreszeitraum im dritten Quartal nicht wiederholt werden. Zwischen Juli und September blieb das Konsumklima um 1,5 Prozent hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Die stabile konjunkturelle Lage in Deutschland und damit auch die sicheren Bedingungen auf dem Arbeitsmarkt wirkten sich positiv auf das hohe Niveau im Konsumklima der Verbraucher aus. Unsicherheiten bei den Konsumenten entstanden jedoch beispielsweise durch die US-amerikanische Androhung von Strafzöllen. Diese Unsicherheiten hatten allerdings kein Abklingen des Konsumverhaltens zur Folge.

Von der anhaltend starken Binnenkonjunktur profitierte der Umsatz bei höherwertigen Lebensmitteln. Die Verbraucher achten auf ihre Ernährung und sind bereit, die entsprechenden Preise beispielsweise für nachhaltige oder ökologische Produkte zu bezahlen. Für Startups bieten sich hier ideale Möglichkeiten, um mit dem Angebot von Trendprodukten wirtschaftlichen Erfolg zu erfahren. Welche Produktsegmente von Lebensmitteln und Getränken in den vergangenen sechs Monaten, um wie viel Prozent im Umsatz gewachsen sind, zeigt der GfK Consumer-Index.

Consumer Index: Sortimentsentwicklung

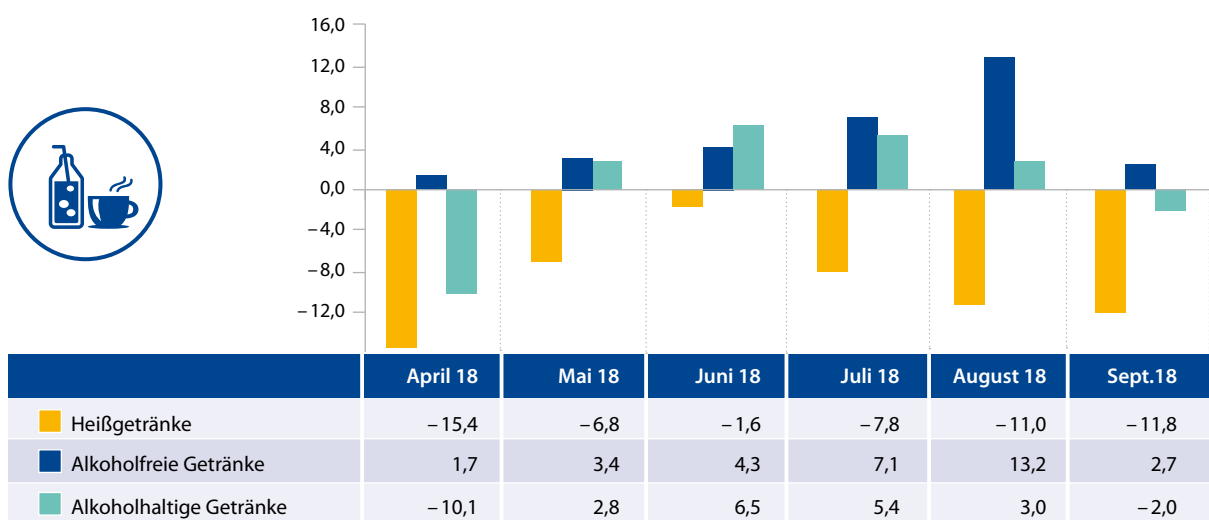
Q2 und Q3/2018, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



Quelle: GfK

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Getränke

Q2 und Q3/2018, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



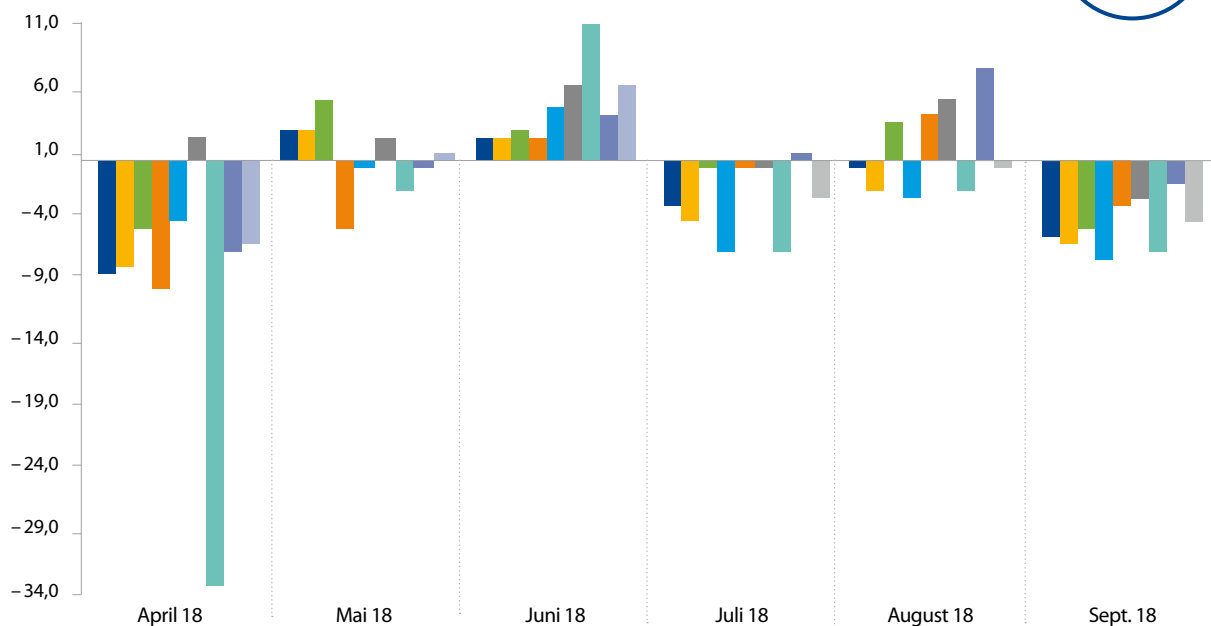
Quelle: GfK

3 | Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 2. und 3. Quartal 2018: Konsumklima

Aufgrund von Kalendereffekten – beispielsweise durch Ostern bereits im März – und den hohen Temperaturen in den Sommermonaten war die Umsatzentwicklung von Lebensmitteln und Getränken im zweiten und dritten Quartal 2018 durchwachsen. Besonders im April und September litt der Umsatz unter dem Kalendereffekt. Mit Ausnahme des Juni – indem alle Nahrungsmittel steigende Umsätze zum Vorjahr verzeichneten – waren Molkereiprodukte, Tiefkühlkost/ Eis sowie Obst und Gemüse die Umsatzträger im Lebensmitteleinzelhandel. Mit dem sommerlichen Wetter der letzten sechs Monate entwickelten sich die alkoholfreien Getränke konstant positiv.

Lebensmittel erfüllen eine vielseitige Rolle, die sich mit steigender Qualitätsorientierung und geringerer Preissensibilität der Haushalte ändert. Hervorragender Geschmack muss immer öfter mit dem Wunsch nach Nachhaltigkeit zusammenpassen.

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Food
Q2 und Q3/2018, Veränderung zu Vorjahreszeitraum in Prozent



	April 18	Mai 18	Juni 18	Juli 18	August 18	Sept. 18
■ Frischeprodukte	-9,0	2,3	2,1	-3,4	-0,2	-6,0
■ Fleisch/Wurstwaren	-8,3	2,6	1,6	-4,8	-2,2	-6,7
■ Obst/Gemüse	-5,3	4,9	2,2	-0,9	2,8	-5,6
■ Brot/Backwaren	-10,4	-5,7	1,8	-7,0	-3,3	-7,6
■ Molkereiprodukte, gelbe Linie	-4,8	-0,1	4,2	-0,7	3,6	-3,9
■ Molkereiprodukte, weiße Linie	1,6	1,9	6,3	-0,9	4,6	-2,9
■ Süßwaren	-33,9	-2,9	11,0	-7,0	-2,7	-7,0
■ Tiefkühlkost/Eis	-7,3	-0,6	3,8	0,9	7,3	-1,9
■ Sonstige Nahrungsmittel	-6,5	0,9	5,8	-3,2	-0,1	-4,9

4 | Arbeitsmarkt

Als viertgrößter Industriezweig Deutschlands bringt die Ernährungsindustrie nicht nur Wohlstand in alle Regionen Deutschlands, sondern bietet als wichtiger Arbeitsgeber vielfältige Beschäftigungs- und Karrierechancen. Damit ist die Beschäftigungssituation ein bedeutender Indikator für die Konjunktur und das Wachstum der Branche.



Beschäftigungssituation

Die stabile Beschäftigungssituation in der Ernährungsindustrie ist ein wichtiger Konjunkturindikator. In den letzten Jahren wurde in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie konstant Beschäftigung aufgebaut. Allein 2017 stieg die Zahl der Beschäftigten in der Branche um 15.000 Stellen. Das macht ein Plus von 2,7 Prozent. Damit beschäftigt die Branche in über 6.000 überwiegend kleinen und mittelständischen Betrieben rund 600.000 Menschen. Der tarifliche Lohnzuwachs von durchschnittlich 2,4 Prozent im Jahr 2017 wurde durch die Tarifabschlüsse 2018 mit einer durchschnittlichen Entgelt-erhöhung von 2,7 Prozent weiter ausgebaut.

Insgesamt werden aufgrund des demographischen Wandels und der zunehmenden Digitalisierung die Gewinnung und Bindung von Fachkräften immer wichtiger. Die Ergebnisse der jüngsten Fachkräfteengpassanalyse der Bundesagentur für Arbeit belegen, dass sich besonders in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie die Lage bei der Gewinnung von Fachkräften verschlechtert hat. Zwar verzeichnet die Branche noch keine bundesweiten Engpässe an Fachkräften, dafür gibt es jedoch zum ersten Mal regionale Engpässe in vier Bundesländern. Besonders das Angebot-Nachfrage-Verhältnis zwischen den gemeldeten Berufsausbildungsstellen und den Bewerbern in der Lebens- und Genussmittelherstellung klappt immer weiter auseinander. So gab es von Oktober 2017 bis September 2018 rund 5.000 Bewerber – ganze 11 Prozent weniger als im Vorjahr. Demgegenüber wuchs die Zahl der gemeldeten Berufsausbildungsstellen auf rund 12.000 um über 3 Prozent an.

ANG-AFC-Studie zu HR Trends 2018: Personalverantwortliche der Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft verstärken Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung und -bindung

Die neue Studie „HR Trends 2018 in der Food and Consumption Value Chain“ der Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss (ANG) und der Personalberatung (AFC) wurde am 18. Oktober 2018 veröffentlicht. Sie zeigt die wichtigsten Trends im Personalwesen der Unternehmen der Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft. Aktuell wurde hinterfragt, mit welchen Strategien auf die Herausforderungen des demographischen Wandels und der Arbeitswelt von morgen reagiert wird.

Hier die Ergebnisse:

1. Die Digitalisierung hat weitreichende Auswirkungen auf die Arbeitswelt von morgen

Fast zwei Drittel der Befragten sehen mit der zunehmenden Vernetzung und Automatisierung von Systemen eine Übertragung von Verantwortung auf die Beschäftigten einhergehen.

Welchen der nachfolgenden Statements zu Arbeiten 4.0 stimmen Sie aus Sicht Ihres Unternehmens zu?

2018, in Prozent, n = 534



Quelle: ANG; AFC

4 | Arbeitsmarkt

Wer Arbeiten 4.0 erfolgreich managen möchte, der muss sich daher als Unternehmer mit Themenstellungen wie flachen Hierarchien, der Anpassung von Organisations- und Führungsstruktur sowie der Schaffung eines innovativen Klimas für leistungswillige Mitarbeiter beschäftigen.

2. Die Gewinnung und Bindung von qualifizierten Mitarbeitern wird zur zentralen Aufgabe

Ganze 76 Prozent der Studienteilnehmer berichten, dass die Bewerberanzahl abgenommen hat.

Welchen der nachfolgenden Statements zur aktuellen Situation des Führungs- und Fachkräftemarktes stimmen Sie aus der Sicht Ihres Unternehmens zu?

2018, in Prozent, n = 534



Quelle: ANG; AFC

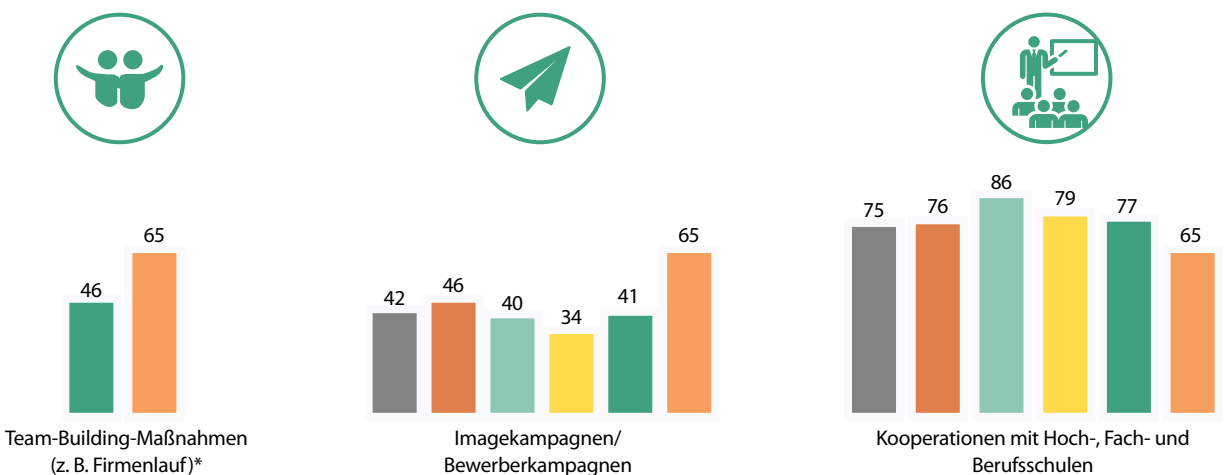
Führungskräfte aus den eigenen Reihen zu fördern, ist daher ein wirkungsvolles Instrument der nachhaltigen Unternehmensführung. Insgesamt sind Mitarbeitergewinnung und Führungskräfteentwicklung miteinander verflochtene Prozesse, die nur Hand in Hand weiterentwickelt werden können.

3. Maßnahmen zur Entwicklung der Employer-Marke

Zwei Drittel der befragten Unternehmen haben bereits Maßnahmen zum Employer-Branding durchgeführt, doch nur ein Drittel sieht die Potentiale hier gut ausgeschöpft.

Welche der nachfolgend benannten Maßnahmen zur Entwicklung Ihrer Employer-Marke haben Sie bereits eingeführt?

in Prozent



* Wurde nicht in jedem Jahr abgefragt

Legend: 2012 (grey), 2013 (orange), 2014 (teal), 2015 (yellow), 2017 (green), 2018 (n = 534) (orange)

Quelle: ANG; AFC

4 | Arbeitsmarkt

Aufbauend auf den einzelbetrieblichen Maßnahmen des „Employer Branding“ bieten sich gemeinsame Aktionen in Form eines branchenübergreifenden „Profession Branding“ an. Damit lassen sich die Branche als auch die spannenden Berufschancen und -perspektiven der Agrar-, Ernährungs- und Genussmittelwirtschaft aktiv bewerben.

Weitere Informationen zur Studie finden Sie auf

www.ang-online.com

Bewertung aktueller Gesetzgebungsvorhaben zur Fachkräftesicherung

Qualifizierungschancengesetz

Das Bundeskabinett hat am 19. September 2018 das Qualifizierungschancengesetz auf den Weg gebracht. Die ANG begrüßt den darin enthaltenen Vorstoß über einen erweiterten Zugang zur Weiterbildungsförderung durch die Arbeitslosenversicherung. Damit verbunden sind gestaffelte Übernahmen von Weiterbildungskosten und Arbeitsentgeltzuschüsse. Aufgrund des steigenden Fachkräftemangels in der Branche wird es immer wichtiger, Bedarfe gezielt durch Weiterbildung eigener Mitarbeiter anzugehen. Auch der überdurchschnittliche Anteil an gering qualifizierten Mitarbeitern und das hohe Substituierbarkeitspotenzial einfacher Tätigkeiten machen die Bedeutung dieses Themas für die Branche deutlich.

Mit der Fokussierung auf kleine und mittlere Unternehmen und der Unterstützung von Weiterbildungen in Engpassberufen und darüber hinaus greift der Gesetzesentwurf die Herausforderungen der Ernährungs- und Genussmittelindustrie sinnvoll auf. Insgesamt ist Weiterbildung jedoch Kernaufgabe von Arbeitgebern und muss dies auch bleiben. Daher kann die angebotene Weiterbildungsförderung durch die Bundesagentur für Arbeit nur ein Pfeiler neben dem vielfältigen Weiterbildungsengagement der Betriebe sein. Zudem muss sie nun ihre Praxistauglichkeit unter Beweis stellen.

Darüber hinaus begrüßt die ANG die im Gesetzesentwurf enthaltende Entfristung der „70-Tage-Regelung“ für eine sozialversicherungsfreie kurzfristige Beschäftigung – was insbesondere bei saisonalen Spitzen von Bedeutung ist. Die Entfristung ist eine wichtige Entlastung der regionalen Lieferketten und hat damit auch positive Auswirkungen auf die Unternehmen der Ernährungs- und Genussmittelindustrie.

Mindestausbildungsvergütung

Im Koalitionsvertrag zwischen CDU/CSU und SPD ist vorgesehen im Rahmen einer Novelle des Berufsbildungsgesetzes eine Mindestausbildungsvergütung zu verankern. Der Beschluss dazu soll bis Ende August 2019 erfolgen, so dass die Mindestausbildungsvergütung im Januar 2020 in Kraft treten könnte.

Für die technische Umsetzung einer sich am aktuellen Tarifgeschehen orientierenden Mindestausbildungsvergütung erscheint eine Anknüpfung an das Schüler-BAföG praktikabel. Der Bestandsschutz bestehender Ausbildungsverträge muss durch eine Übergangsregelung gewährleistet werden. Insgesamt muss für tariflich geregelte Ausbildungsvergütungen ein Vorrang vorgesehen werden, denn die geplante Mindestausbildungsvergütung stellt einen erheblichen Eingriff in das von den Sozialpartnern geschaffene Gefüge differenzierter Branchenlösungen dar.

5 | 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 82 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 den einzelnen Branchen liefern daher einen runden Überblick über die derzeitige Lage.

Fleischwarenindustrie

Nach einem schwierigen Vorjahr hat sich die wirtschaftliche Lage der deutschen Fleischwarenindustrie mit ihren rund 61.000 Beschäftigten im laufenden Jahr etwas entspannt. So konnte die Produktion sowohl im ersten Quartal um 1,9 Prozent als auch im zweiten Quartal um 1,4 Prozent zulegen. Der Pro-Kopf-Verzehr von Fleischwaren konnte im zurückliegenden Jahr noch um 0,2 Kilogramm auf 29,4 Kilogramm leicht zulegen. Der Export von Wurstwaren innerhalb der Europäischen Gemeinschaft ging im ersten Halbjahr 2018 um 4,6 Prozent auf 72.416 Tonnen zurück, die Ausfuhr in Drittländer lag bei 3.300 Tonnen.

Die Preise für den wichtigen Rohstoff Schweinefleisch befinden sich seit Monaten stabil auf einem moderaten Niveau. Vor diesem Hintergrund haben sich die strukturellen Verschiebungen innerhalb der Branche in den zurückliegenden Monaten beruhigt. Sorgen bereiten der Fleischwarenindustrie der drohende Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest und die damit verbundenen Auswirkungen auf den Rohstoffmarkt, mögliche Auswirkungen des BREXIT sowie die zunehmenden Schwierigkeiten bei der Gewinnung von Mitarbeitern.

Bundesverband der Deutschen Fleischwarenindustrie e.V.

www.bvdf.de



Süßwarenindustrie

Nach Einschätzung des Bundesverbandes der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (BDSI) weist die süße Branche insgesamt eine stabile Geschäftslage auf. Allerdings kam es in Deutschland am klassischen Süßwarenmarkt zu teils erheblichen Umsatzrückgängen, die sich auf das heiße und atypische Wetter in Deutschland zurückführen lassen. Neben ohnehin gestiegenen Logistik- und Energiekosten, sorgt der Dürresommer 2018 zudem für einen Preisanstieg wichtiger heimischer Rohstoffe, wie z. B. Weizen.

Nach den Zahlen des Marktforschungsunternehmens Nielsen ging der Umsatz von Süßwaren insgesamt im Zeitraum Januar bis Oktober 2018 um 1,3 Prozent auf 11,3 Milliarden Euro zurück. In der Menge rückläufig zeigten sich vor allem Zuckerwaren und Süßgebäck. Entsprechend entwickelten sich die Umsätze der beiden Warengruppen (-4,1 und -3,4 Prozent). Auch der Absatz von Schokoladewaren schmolz in den heißen Sommermonaten dahin, so dass für den Gesamtzeitraum Januar bis Oktober 2018 ein Umsatzrückgang bei Schokoladewaren von 1,9 Prozent entstand. Ein Wachstum im Absatz verzeichneten hingegen die Salziges Snacks. Im Umsatz konnten die Knabberartikel entsprechend um 3,9 % zulegen. Vor allem den Herstellern von Speiseeis kam der heiße Sommer zu Gute. Sie konnten im Umsatz zweistellige Zuwächse erzielen.

Im Gegensatz zum teils negativen Inlandsmarkt entwickelte sich das Exportgeschäft durchweg positiv. Nach den Zahlen des Statistischen Bundesamtes wuchsen die Süßwarenexporte im Zeitraum Januar bis September 2018 mengenmäßig um 4,8 %. Wertmäßig stiegen die Süßwarenexporte um 3,7 % auf über 6 Mrd. €. Besonders erfreulich zeigt sich die positive Entwicklung beim Kanada-Geschäft. Dies führt der BDSI auf die erfolgreiche Umsetzung des CETA-Abkommen zurück.

Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.

www.bdsi.de



4 | Situationsberichte aus den Branchen

Milchmarkt

Die Stimmung am deutschen Milchmarkt war 2018 zunächst sehr gedämpft. Durch den zuvor erfolgten Umsatzeinbußen, vor allem bei Butter und Schnittkäse, bewegten sich die Produktmärkte zu Jahresbeginn preislich deutlich unter dem Niveau vom Herbst 2017. Die Erzeugerpreise folgten diesen Entwicklungen zeitverzögert mit kräftigen Abschlüssen, dennoch blieb die befürchtete Krise aus. Im Zuge des regen Absatzes am Binnenmarkt wie auch im Drittlandsgeschäft konnte sich der Milchmarkt, trotz des umfangreichen Rohstoffaufkommens, schneller erholen als erwartet. Wie im Vorjahr, zeigte die Butter bis zur Jahresmitte einen erneuten Höhenflug, erreichte die Rekordwerte aus 2017 jedoch nicht wieder. Auch Käse legte spürbar zu. Eiweißseitig kam es ebenfalls zu einer gewissen Erholung, allerdings auf sehr niedrigem Niveau.

Der hitzebedingte Einbruch der Milchmengen im Sommer führte kurzfristig zu weiteren Preisanstiegen. Mit den kühleren Temperaturen erholten sich die Milchmengen aber wieder und zeitlich verzögert normalisierten sich auch die Inhaltsstoffe. In Richtung Herbst verlief die Nachfrage zumeist ruhig, sodass das saisonal rückläufige Rohstoffangebot ausreichend ausfiel. Dies hatte dämpfende Effekte auf die Preisverläufe an den Produktmärkten zur Folge.

Die Erzeugerpreise profitierten 2018 vom erneuten Preisanstieg beim Milchfett. Dieser hat den Rückgang zunächst gebremst, ab der Jahresmitte ging es sogar wieder aufwärts. Der Anstieg fiel jedoch schwächer aus als im Vorjahr. Im Jahresmittel dürfte konventionelle Kuhmilch mit standardisierten Inhaltsstoffen das Ergebnis von 2017 mit schätzungsweise 34,0 bis 34,5 Cent/Kilogramm um rund 5 Prozent verfehlen.

Agrarmarkt Informations-Gesellschaft mbH

www.ami-informiert.de



Spirituosen-Industrie

In Deutschland haben sich Spirituosen im Segment der alkoholhaltigen Getränke - aufgrund der konjunkturellen positiven Entwicklung - im Jahr 2017 relativ stabil behaupten können: Der Pro-Kopf-Konsum blieb mit 5,4 Litern in Deutschland 2017 auf dem Niveau des Vorjahres. Auf dem deutschen Markt wurden in diesem Zeitraum rund 713 Millionen Flaschen à 0,7 Liter angeboten. Er ist damit auch weiterhin der größte Markt innerhalb der Europäischen Union.

Die gesamte Spirituosenbranche inklusive Importeure hatte eine stabile Umsatzentwicklung im Jahr 2017 mit geschätzten rund 4,6 Milliarden Euro - davon sind rund 2,1 Milliarden Euro an Branntweinsteuern enthalten. Die Käuferreichweite für Spirituosen lag im Jahr 2017 bei rund 62 Prozent - das heißt, dass 62 Prozent aller Haushalte mindestens einmal im Jahr Spirituosen einkaufeten. Spirituosen gehörten auch im Jahr 2017 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



Die BVE - Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V. ist der wirtschaftspolitische Spitzenverband der Fachverbände und Unternehmen der Ernährungsindustrie in Deutschland. Sie vertritt die branchenübergreifenden Interessen der Lebensmittelhersteller in Berlin und Brüssel. Branchenspezifische Aufgaben werden in den Fachverbänden bearbeitet.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Stefanie Sabet

Geschäftsführerin, Leiterin Büro Brüssel
Bundesvereinigung der
Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (BVE)
Telefon: +49 30 - 200 786 143
E-Mail: ssabet@bve-online.de

Benjamin Baykal

Juniorreferent Wirtschaftspolitik
Bundesvereinigung der
Deutschen Ernährungsindustrie e.V. (BVE)
Telefon: +49 30 - 200 786 154
E-Mail: bbaykal@bve-online.de