

BVE-PwC-Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie

Ergebnisse Dezember 2014

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Inhalt

| | |
|---|----|
| Geschäftslage, Geschäftserwartung und Exportklima | 3 |
| Export in EU-Länder | 11 |
| Absatzerwartung in den nächsten 6 Monaten (EU) | 13 |
| Export in Nicht-EU-Länder | 16 |
| Absatzerwartung in den nächsten 6 Monaten (Nicht-EU) | 18 |
| Zusatzfragen | |
| 1. Negative Faktoren für das Exportwachstum | 21 |
| 2. Handelshemmnisse für weitere Markterschließung in Drittländern | 24 |
| Anlage, Methodik und Stichprobe der Studie | 25 |
| Ihre Ansprechpartner | 31 |

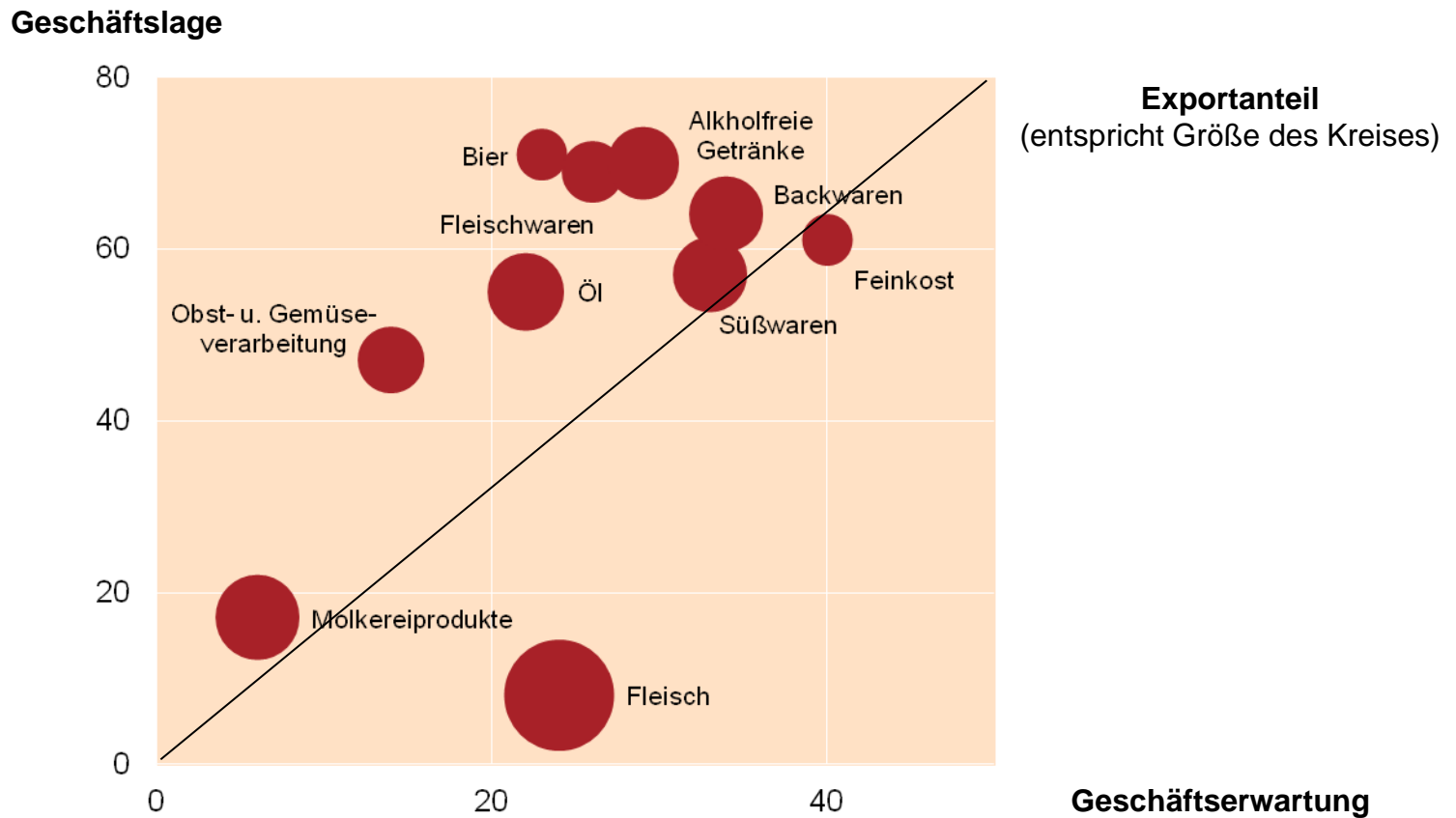
Exportklima: Schlechte Stimmung bei Lebensmittelexporteurern

Die aktuelle **Geschäftslage** in den Auslandsmärkten beurteilt die Ernährungsindustrie sehr durchwachsen. Der Saldo der positiven und negativen Einschätzungen beträgt aktuell 42%-Punkte und ist damit gegenüber der letzten Befragung deutlich zurückgegangen (-9%-Punkte). Entgegen der negativen Entwicklung konnten besonders die Exporteure von alkoholfreien Getränken und Fleischwaren zulegen. Bei Fleisch und Molkereiprodukten hat sich die Geschäftslage dagegen am meisten verschlechtert, besonders aufgrund fehlender Absatzmöglichkeiten außerhalb der EU.

Die **Geschäftserwartung** für das nächste Halbjahr weist ebenfalls keine Zuversicht auf: Mit 26%-Punkten fallen die Erwartungen wesentlich pessimistischer aus als noch im Mai (-13%-Punkte). Den deutlichsten Stimmungsrückgang verzeichnen die Branchen Fleisch, Molkereiprodukte, verarbeitetes Obst- und Gemüse sowie Bier. Zudem unterliegen alkoholfreie Getränke einem saisonal bedingten Rückschlag.

Das **Exportklima** in der Ernährungsindustrie ist im Dezember 2014 deutlich eingebrochen. Nach dem Rekordhoch vom Sommer erreichte der Saldo aus Geschäftslage und –erwartungen einen Rekordtiefststand von +34 Punkten, dies entspricht einem Rückgang von -25 Prozent. Dabei bleibt auch das Exportklima in den einzelnen Branchen durchwachsen, den deutlichsten Stimmungsrückgang verzeichneten die Exporteure von Milchprodukten, Fleisch sowie verarbeitetem Obst und Gemüse.

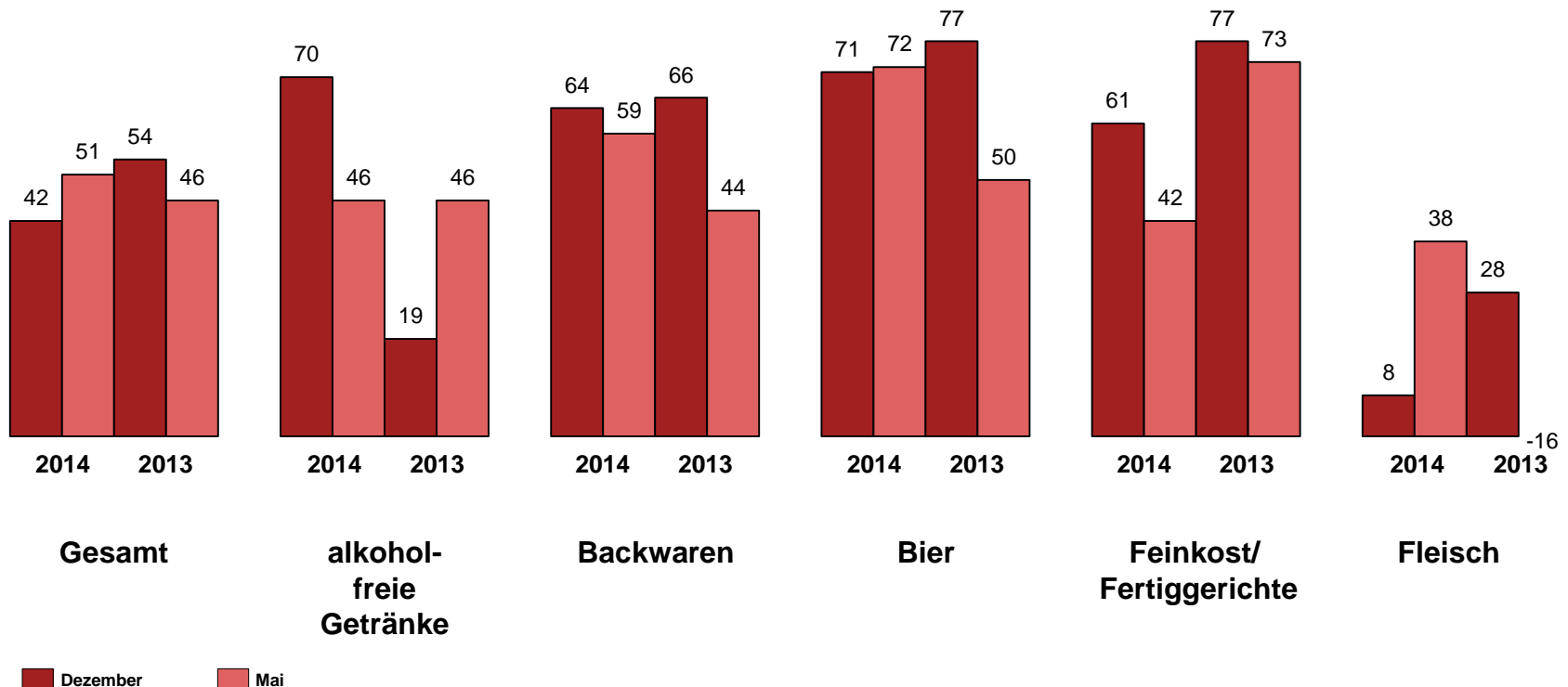
Geschäftslage, Geschäftserwartung und Exportanteil nach Branchen



Geschäftslage (1/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

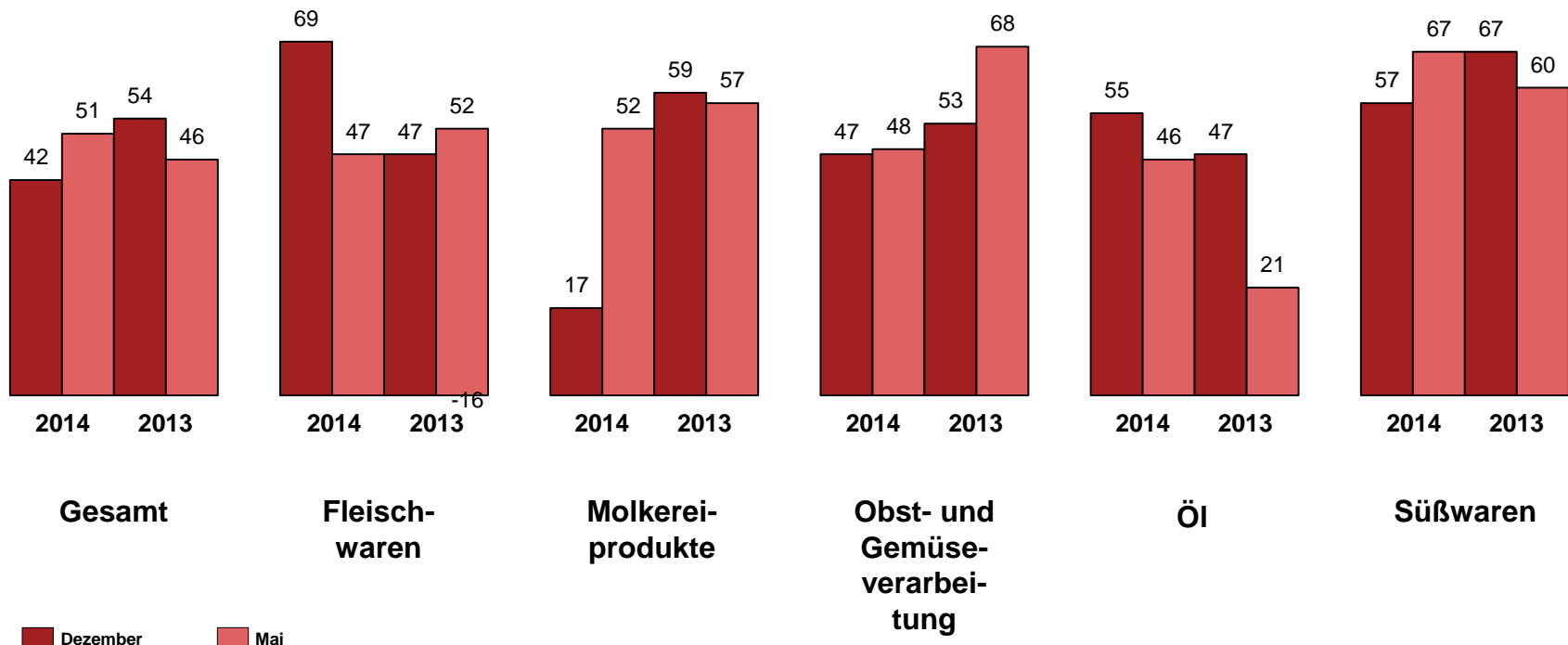
Frage 2
n = 400
Salden in %-Punkten



Geschäftslage (2/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

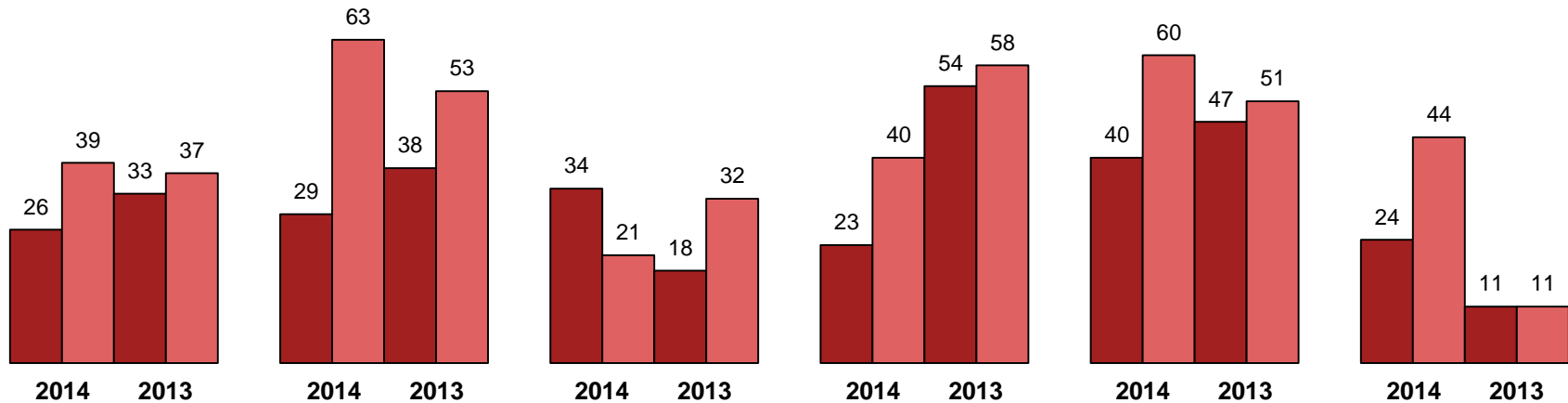
Frage 2
n = 400
Salden in %-Punkten



Geschäftserwartung (1/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Frage 3
n = 400
Salden in %-Punkten



Gesamt

**alkohol-
freie
Getränke**

Backwaren

Bier

**Feinkost/
Fertiggerichte**

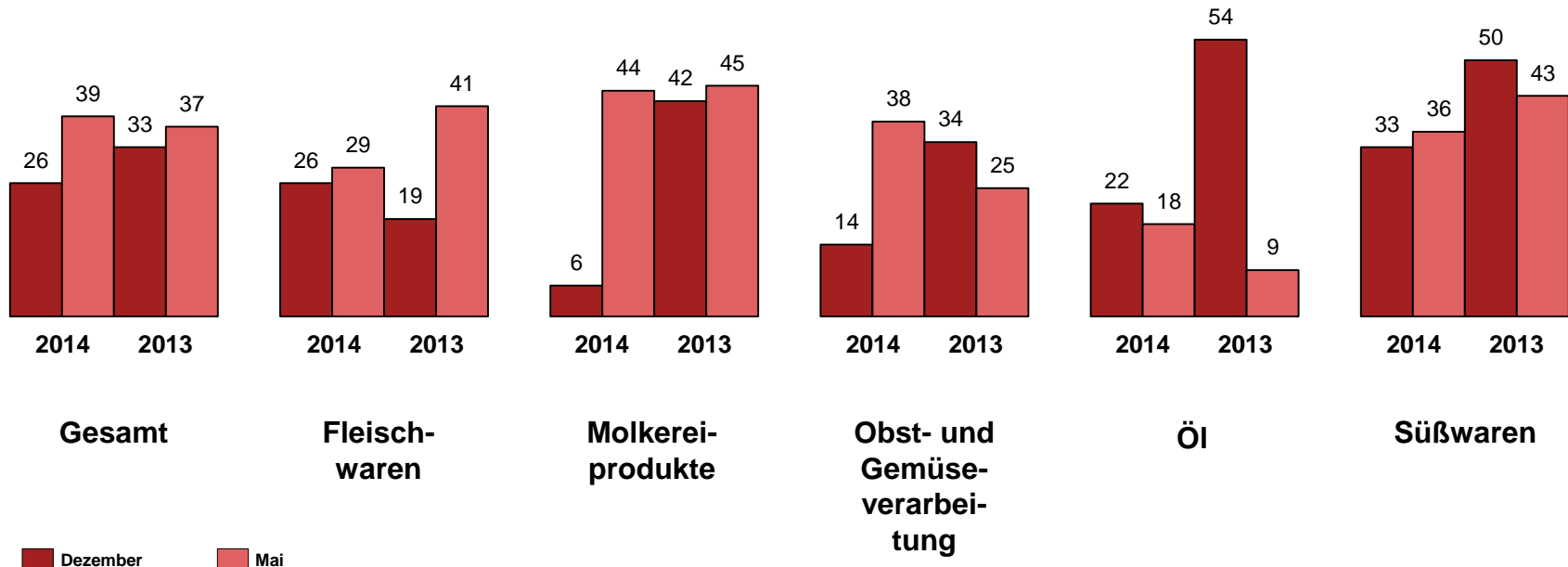
Fleisch

■ Dezember ■ Mai

Geschäftserwartung (2/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

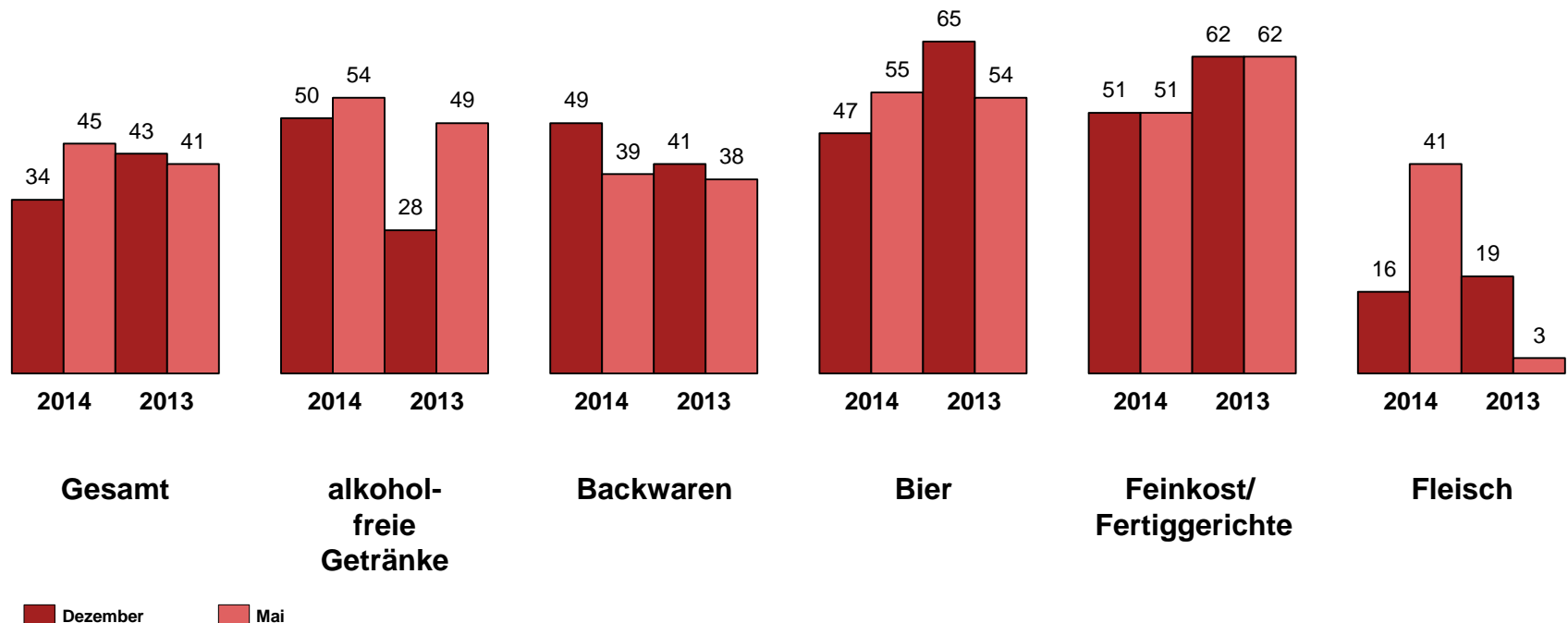
Frage 3
n = 400
Salden in %-Punkten



Exportklima (1/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

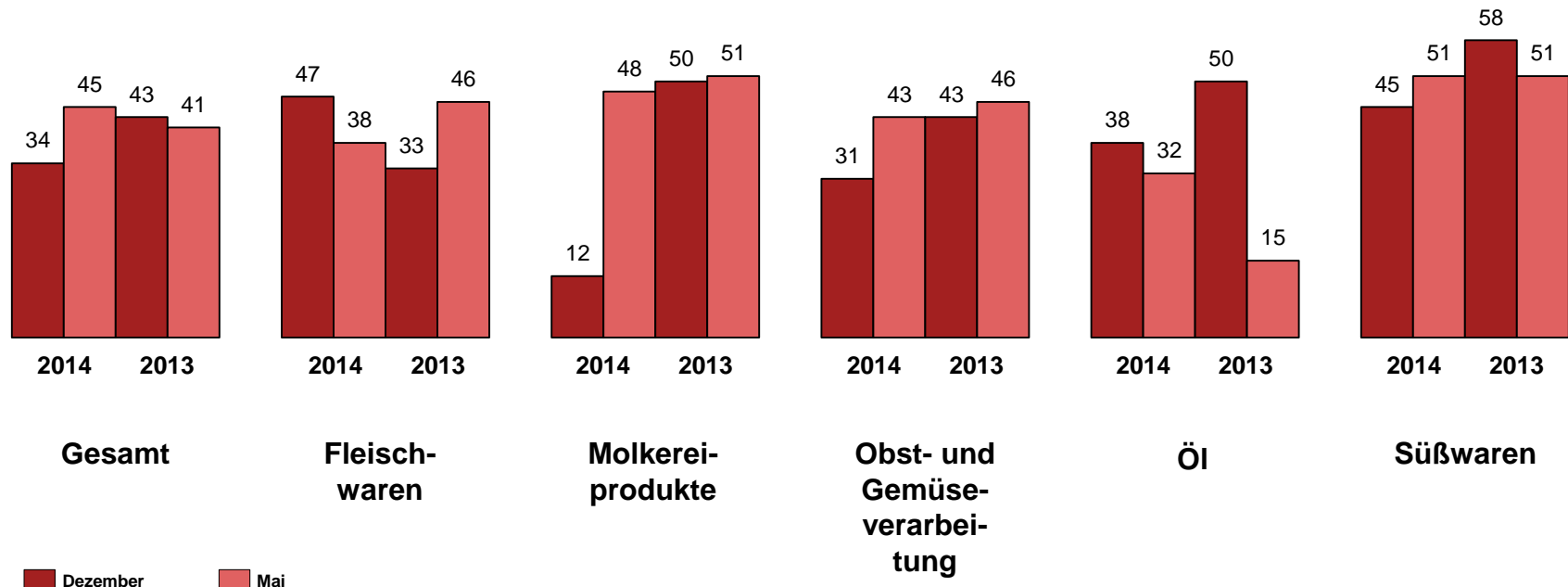
Fragen 2, 3
n = 400
Salden in %-Punkten



Exportklima (2/2)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Fragen 2, 3
n = 400
Salden in %-Punkten



Export in EU-Länder: Frankreich ist weiterhin wichtigstes Exportziel

Deutschland ist der drittgrößte Lebensmittelexporteur am Weltmarkt. Mit einer Exportquote von 31% sichert das Auslandsgeschäft heute Erträge, Beschäftigung und Wachstum der Lebensmittelhersteller. Durch die Vorteile des Binnenmarktes entfallen auf die Europäische Union etwa 79% der deutschen Lebensmittelexporte (2013).*

Das aktuell wichtigste Absatzland innerhalb der EU ist Frankreich (40% der Nennungen unter den Top-3, +4%-Punkte). Es folgen die Niederlande (30%, +/- 0%-Punkte), Italien (28%, +/- 0%-Punkte) und Österreich (28%, +2%-Punkte).

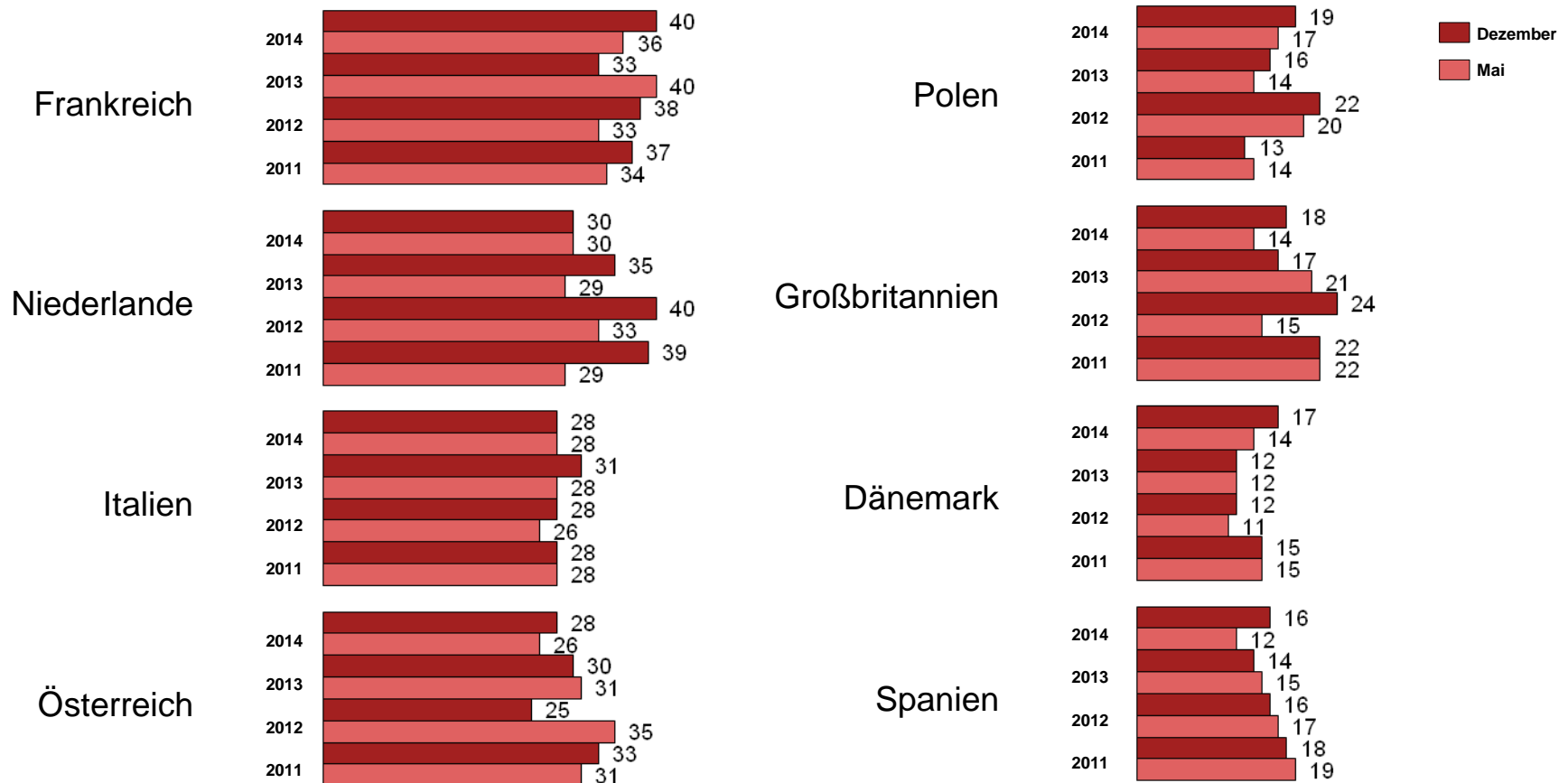
Die **Absatzerwartungen** der Ernährungsindustrie für die kommenden sechs Monate sind für die EU-Märkte weiterhin insgesamt stabil. Steigende Exporte erwartet die Ernährungsindustrie vor allem zunehmend für Polen (48%, +15%-Punkte zu Mai 2014), die Niederlande (43%, +5%-Punkte zu Mai 2014) und Belgien (36%, +12%-Punkte zu Mai 2014). Zurückhaltender geworden sind die Exportleiter vor allem in Bezug auf Dänemark. Hier rechnen nur noch 21% mit steigenden Absätzen, im Mai waren es noch 35%.

* Quelle: BVE, <http://www.bve-online.de/themen/aussenwirtschaft/export>

Export in EU-Länder

Welches sind die 3 wichtigsten EU-Länder, in die Ihr Unternehmen regelmäßig exportiert?

Frage 4
n = 400
Angaben in %

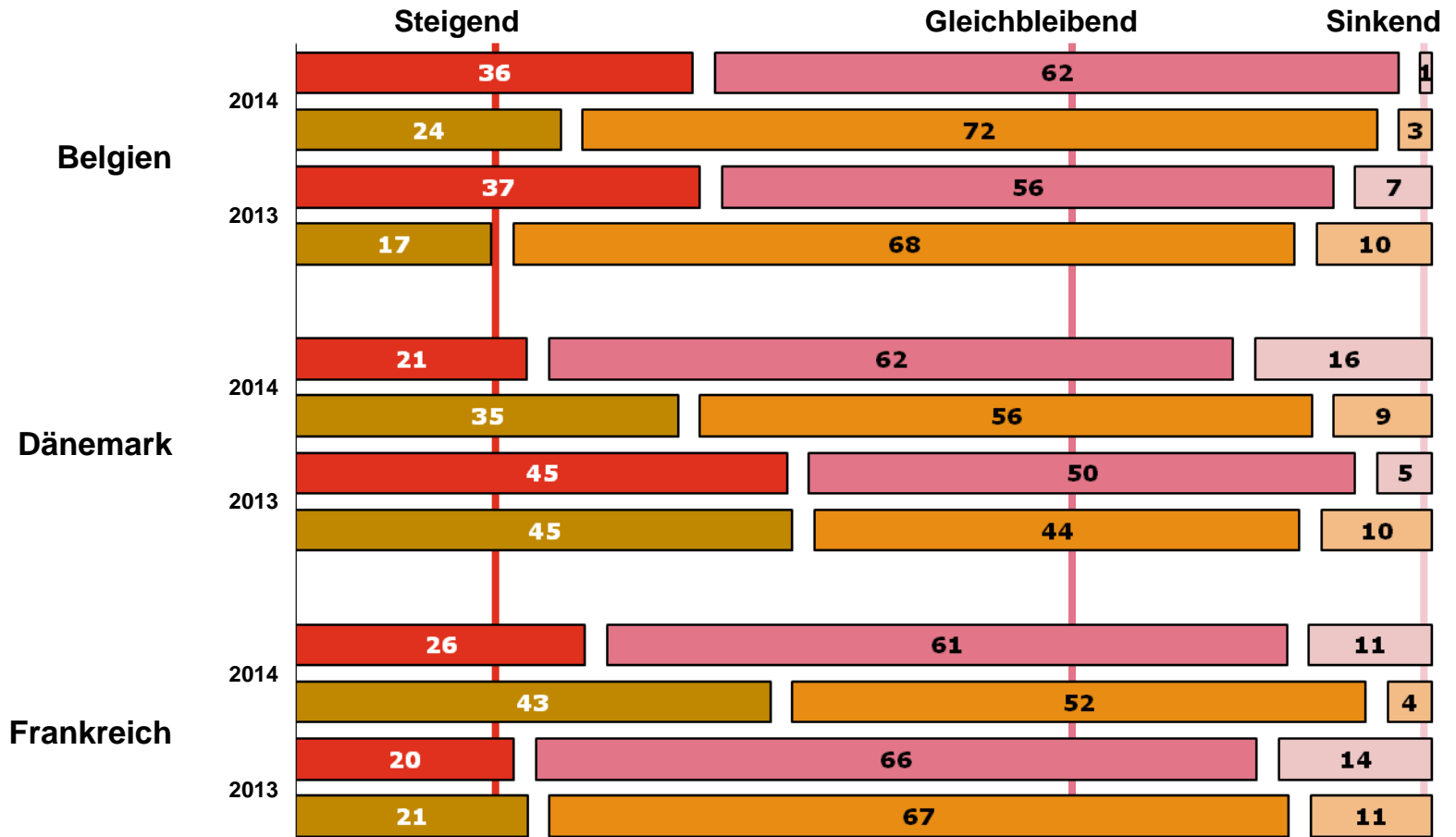


Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (1/3)

EU-Länder

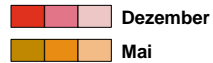
■ ■ ■ Dezember
■ ■ ■ Mai

Frage 5
 Länder mit mind. 30
 Beurteilungen
 Angaben in %
 Differenz zu 100 % = k. A.

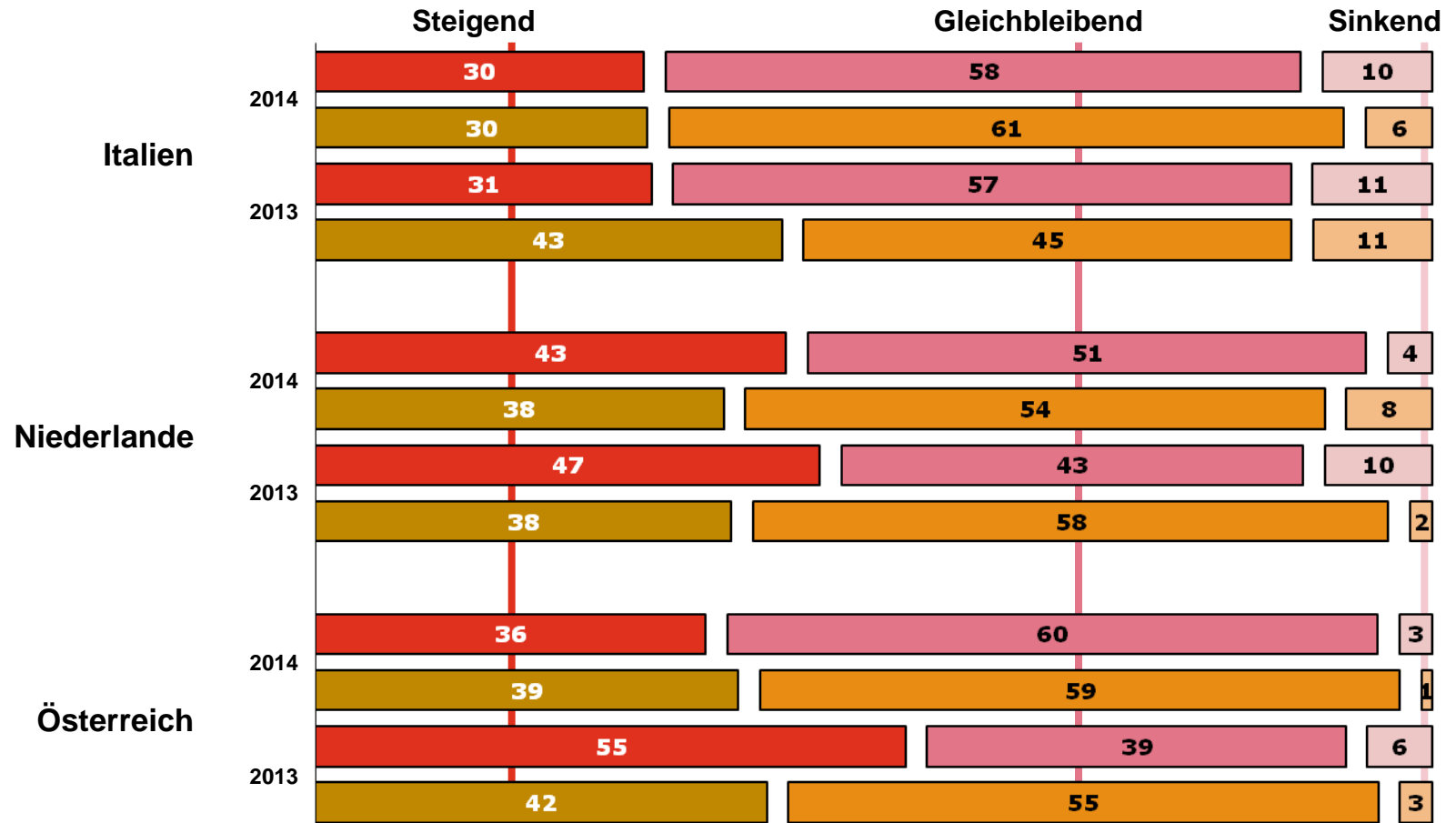


Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (2/3)

EU-Länder



Frage 5
 Länder mit mind. 30
 Beurteilungen
 Angaben in %
 Differenz zu 100 % = k. A.

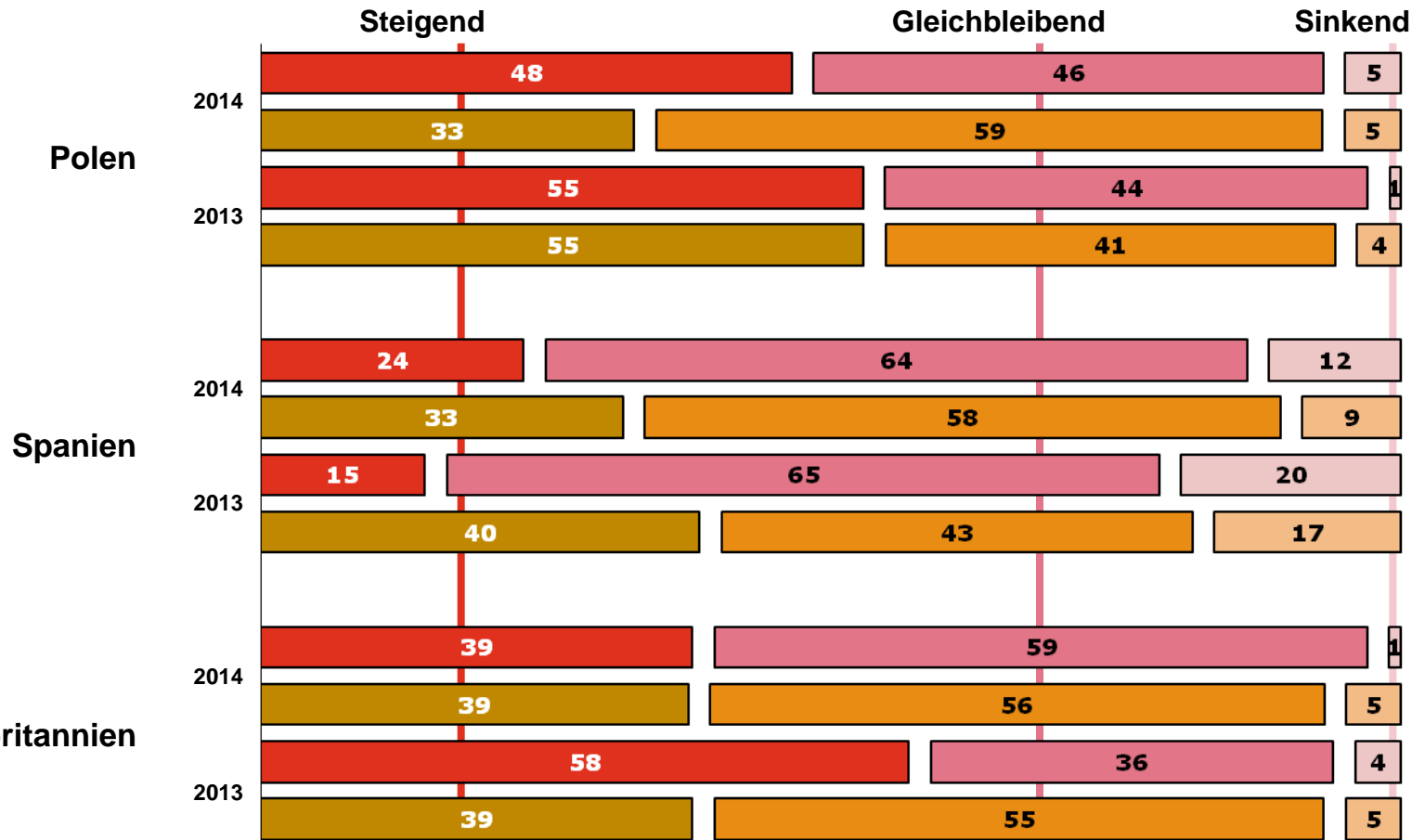


Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (3/3)

EU-Länder



Frage 5
 Länder mit mind. 30
 Beurteilungen
 Angaben in %
 Differenz zu 100 % = k. A.



Export in Nicht-EU-Länder: Schweiz und USA sind wichtigste Absatzmärkte

Die deutsche Ernährungsindustrie exportiert etwa ein Fünftel ihrer Waren in Länder außerhalb der EU. Bei stagnierendem EU-Export bietet die steigende Nachfrage in kaufkräftigen Drittländern ein deutliches Wachstumspotential. Zu den wichtigsten Absatzmärkten zählen aktuell die Schweiz (29%, +4%-Punkte), die USA (29%, +6%-Punkte) und China (23%, +/- 0%-Punkte), das Russland wiederholt aus dem Spitzenranking verdrängt.

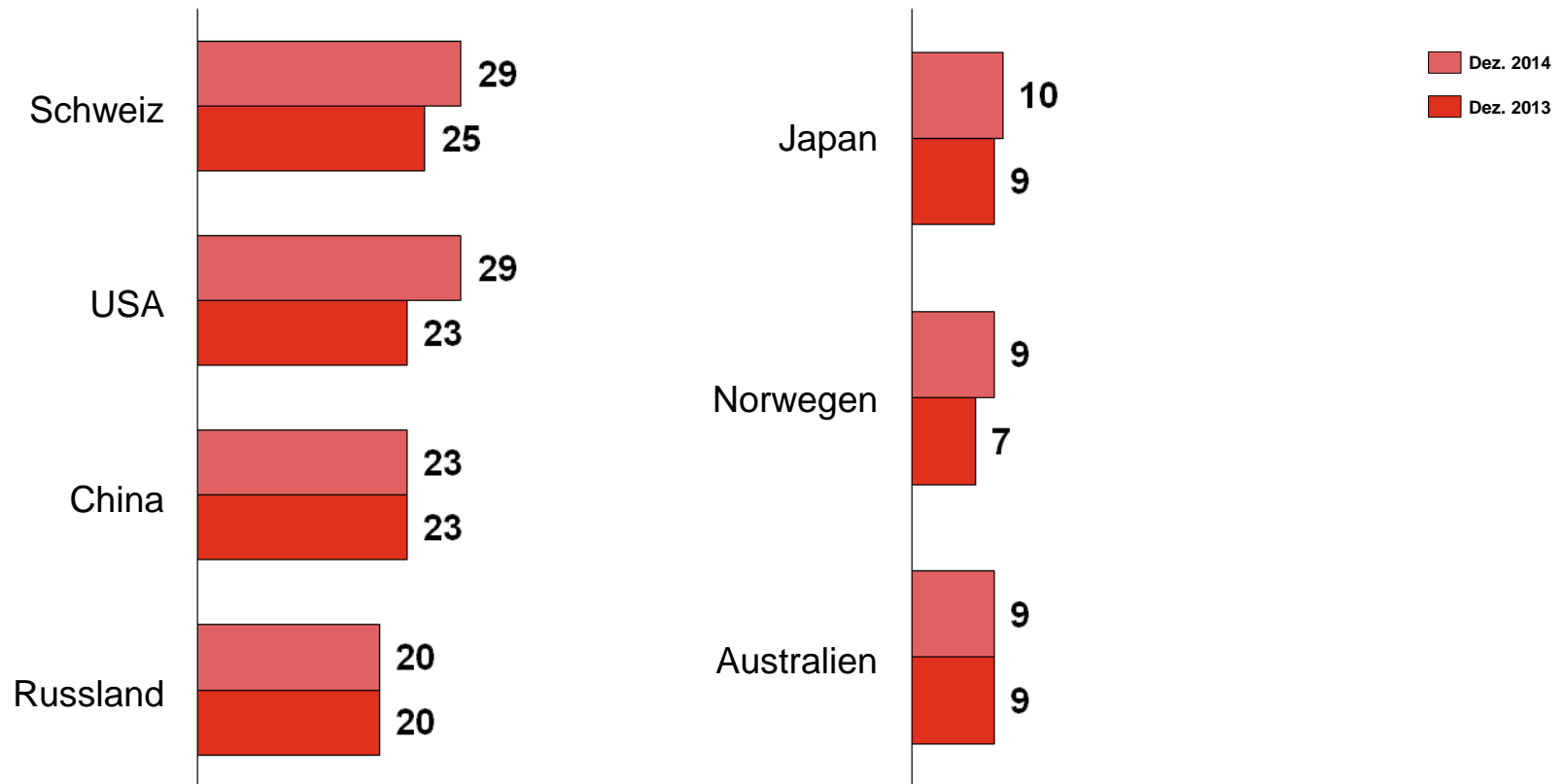
Steigende Exporte erwarten die Lebensmittelhersteller besonders für China (65%), Australien (65%) und die USA (59%). Der größte Pessimismus zeigt sich erwartungsgemäß für das Exportgeschäft mit Russland, die Sanktionen und Einfuhrverbote haben die Branche empfindlich getroffen. Dort erwarten nur noch 33% steigende Absätze (-12%-Punkte) und sogar 31% sinkende Absätze (+5%-Punkte).

Immer mehr Handelshemmnisse und steigender internationaler Wettbewerb lassen den Anteil der Lebensmittelhersteller mit Exporten in Wachstumsmärkte außerhalb der EU sinken. Nur noch 70% der befragten Unternehmen exportieren in Drittländer, was etwa 5% weniger als im Vorjahr entspricht. Führende Branchen sind Süßwaren (95%) und Bier (92%).

Export in Nicht-EU-Länder

Welches sind die 3 wichtigsten Nicht-EU-Länder in die Ihr Unternehmen regelmäßig exportiert?

Frage 8
n = 325
Angaben in %

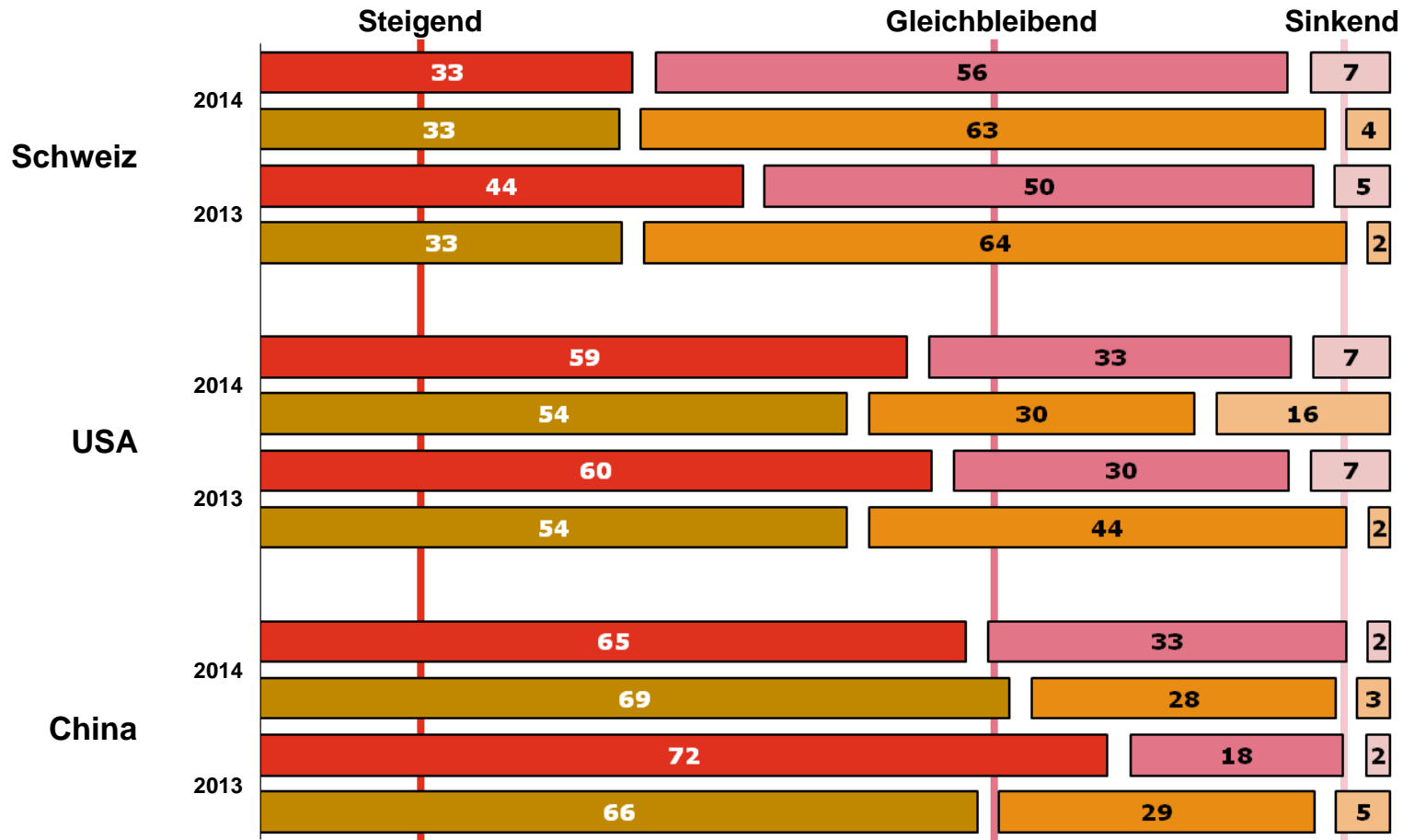


Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (1/2)

Nicht-EU-Länder

Frage 9
 Länder mit mind. 20
 Beurteilungen
 Angaben in %
 Differenz zu 100 % = k. A.

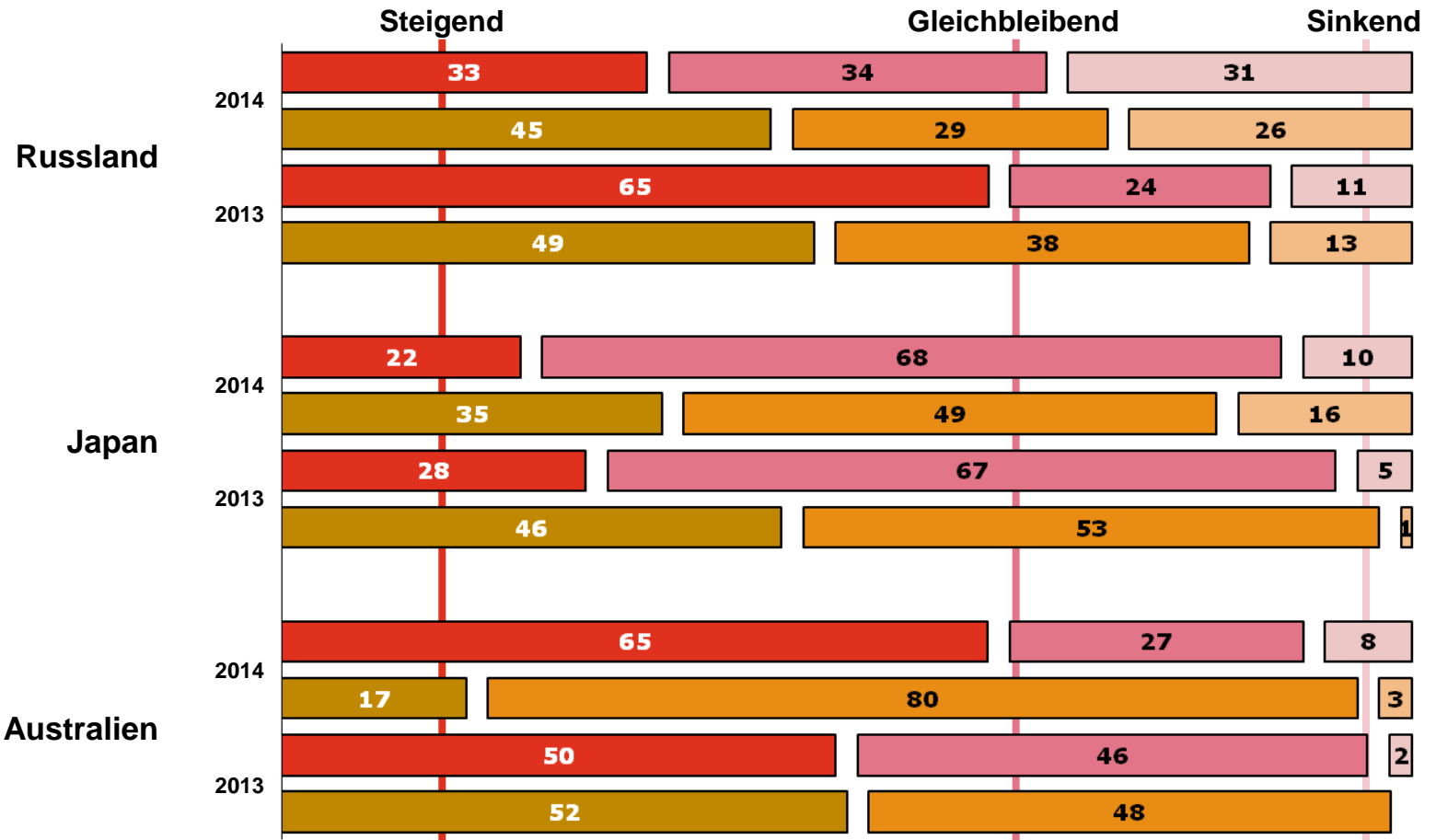
Dezember
 Mai



Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (2/2)

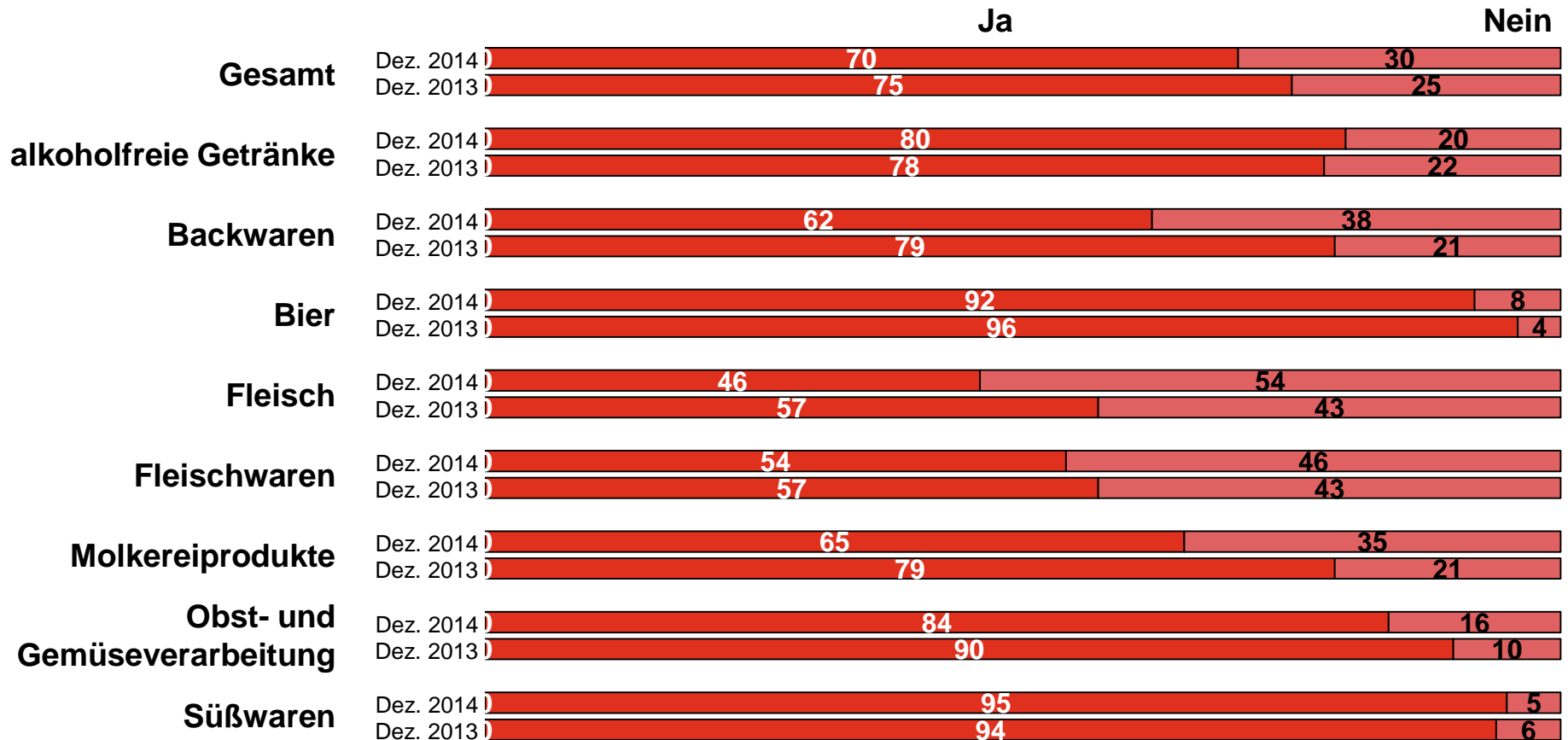
Nicht-EU-Länder

Frage 9
 Länder mit mind. 20
 Beurteilungen
 Angaben in %
 Differenz zu 100 % = k. A.



Export in Nicht-EU-Länder

Frage 7
n = 400
Angaben in %
Differenz zu 100% = k. A.



Negative Faktoren für das Exportwachstum in der EU und in Drittländern

Das Exportgeschäft der Ernährungsindustrie zeigt sich 2014 angespannt. In den ersten neun Monaten konnten die Lebensmittelausfuhren nur um +2,4% auf 39,8 Mrd. Euro gesteigert werden. Als aktuelles Thema sind die Faktoren hinterfragt worden, die das Exportwachstum derzeit am meisten negativ beeinflussen.

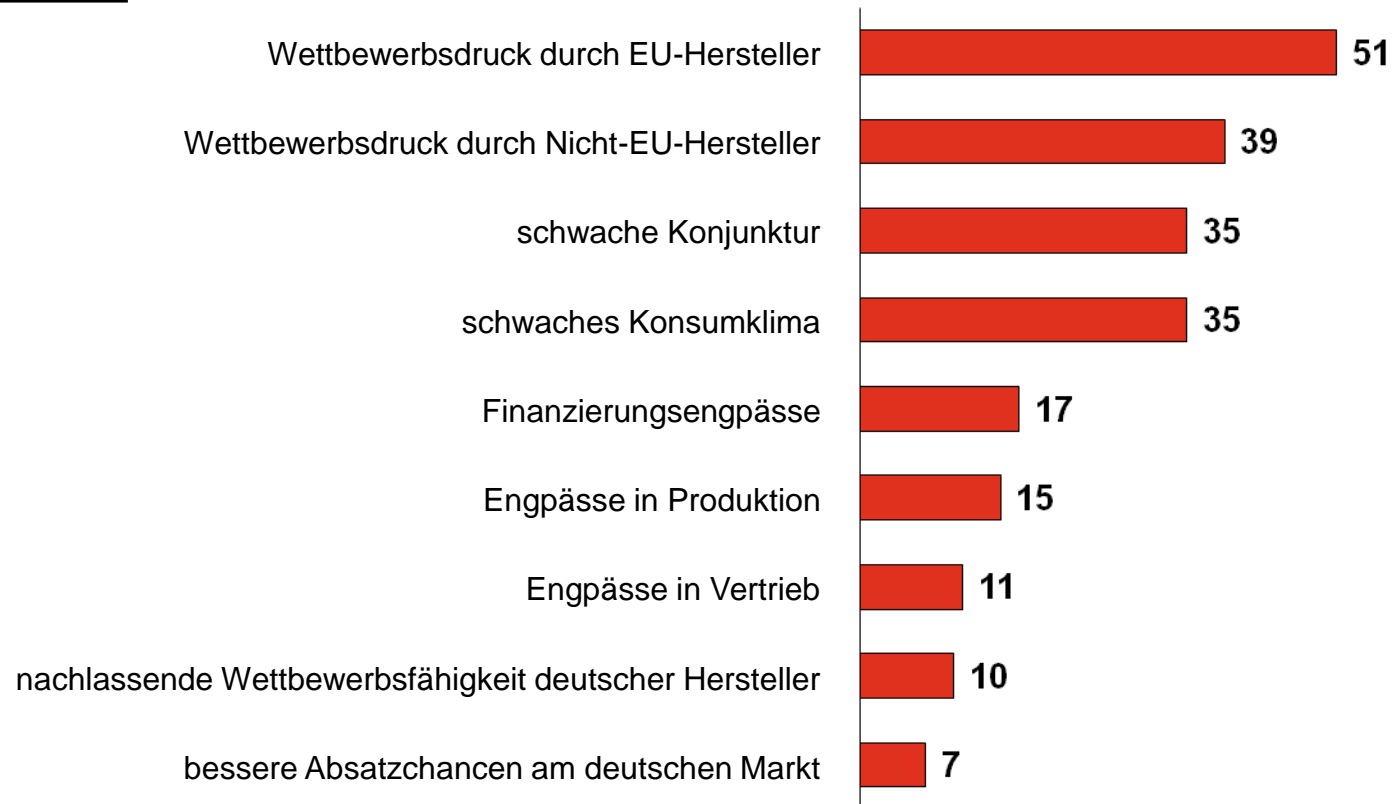
Nach Einschätzung der Unternehmen ist der gestiegene Wettbewerbsdruck durch die Konkurrenz aus dem Ausland Hauptgrund für das schwache Exportwachstum. In der EU kommen die schwache Konjunktur und Kauflaune hinzu. Hingegen erschweren in Drittländern neben dem Konkurrenzdruck zunehmende Handelshemmnisse den Export. Besonders in vielen wichtigen Absatzmärkten außerhalb der EU stagniert der Export. Einer notwendigen weiteren Markterschließung stehen hier vor allem die mangelnde Rechtssicherheit aber auch Unsicherheiten bei Wechselkursen und Handelspartnern entgegen.

Negative Faktoren für das Exportwachstum in der EU

Welche negativen Faktoren beeinflussen das Exportwachstum in der EU Ihrer Ansicht nach am meisten?

Gesamt

Frage Z1
n = 400
Angaben in %
Mehrfachnennungen möglich

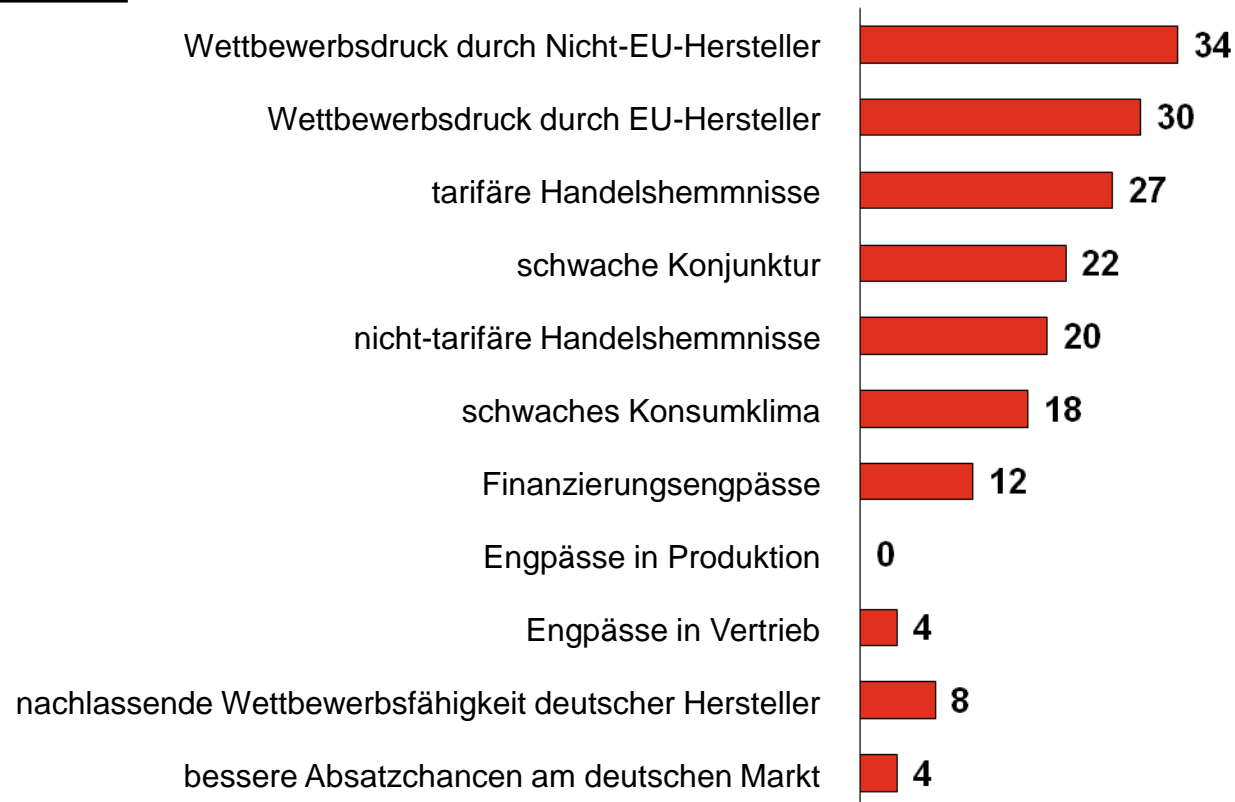


Negative Faktoren für das Exportwachstum in Drittländern

Welche negativen Faktoren beeinflussen das Exportwachstum in Drittländern Ihrer Ansicht nach am meisten?

Gesamt

Frage Z2
n = 400
Angaben in %
Mehrfachnennungen möglich

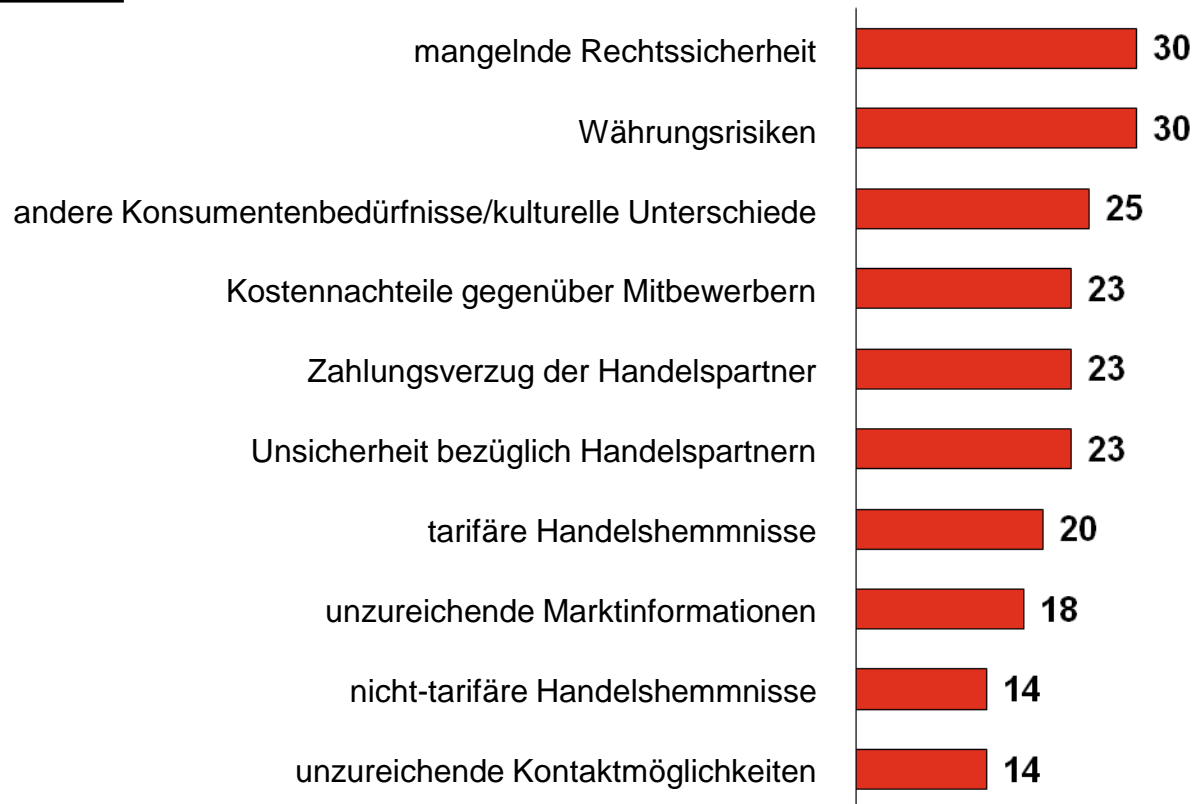


Handelshemmnisse für eine weitere Markterschließung in Drittländer

Worin sehen Sie die größten Handelshemmnisse für eine weitere Markterschließung in Drittländern?

Gesamt

Frage Z3
n = 400
Angaben in %
Mehrfachnennungen möglich



Anlage, Methodik und Stichprobe der Studie

Für das BVE-PwC-Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie wurden vom 30. Oktober bis zum 20. November 2014 zum zehnten Mal in Folge 400 Geschäftsführer bzw. Exportleiter der deutschen Ernährungsindustrie telefonisch befragt. Die erste Befragungswelle wurde im Mai 2010 durchgeführt.

Die Umfrage bietet einen umfassenden Überblick über die aktuelle Exportkonjunktur in der Ernährungsindustrie und wird vom Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) gefördert. Der Exportklimaindex wird aus der Einschätzung der aktuellen Geschäftslage und der Erwartung für die nächsten sechs Monate errechnet.

Die Zusatzfragen bei der aktuellen Erhebung geben Aufschluss über die Faktoren, die aus Sicht der Exportleiter das Exportwachstum derzeit am meisten negativ beeinflussen.

Erläuterung der Methodik

| | |
|-----------------------|--|
| Methode: | Telefonische Befragung (CATI) standardisierter Fragebogen |
| Zielgruppe: | Exportleiter, Geschäftsführer |
| Stichprobe: | 400 befragte Unternehmen* |
| Adressenquelle: | BVE-Adressdaten Export |
| Adresspool: | ca. 1.600 Adressen |
| Befragungszeitraum: | 30. Oktober bis 20. November 2014 |
| Turnus der Befragung: | 2 Mal pro Jahr (Mai und November) |

* Detaillierte Auswertungen für die verschiedenen Branchen stellen wir Ihnen auf Anfrage gerne zur Verfügung. Bitte wenden Sie sich an die am Ende der Präsentation genannten Ansprechpartner.

Stichprobe der Erhebung

| Branche | Stichprobe absolute Werte | Anteil in der Stichprobe in % (ungewichtet) |
|------------------------------|---------------------------|---|
| Alkoholfreie Getränke | 26 | 6,5 |
| Backwaren | 40 | 10,0 |
| Bier | 36 | 9,0 |
| Feinkost, Fertiggerichte | 27 | 6,7 |
| Fleisch | 25 | 6,2 |
| Fleisch- und Wurstwaren | 54 | 13,5 |
| Molkereiprodukte | 37 | 9,3 |
| Obst- und Gemüseverarbeitung | 40 | 10,0 |
| Öl | 11 | 2,7 |
| Süßwaren | 65 | 16,3 |
| Sonstige | 39 | 9,8 |
| Gesamt | 400 | 100 |

Anteil der Exporte am Umsatz 2014 in den verschiedenen Branchen

Frage 13
n = 400
Angaben in %

| Branche | Anteil der Exporte am Umsatz in Prozent* |
|------------------------------|--|
| Alkoholfreie Getränke | 27 |
| Backwaren | 28 |
| Bier | 19 |
| Feinkost, Fertiggerichte | 20 |
| Fleisch | 42 |
| Fleisch- und Wurstwaren | 23 |
| Molkereiprodukte | 32 |
| Obst- und Gemüseverarbeitung | 25 |
| Öl | 29 |
| Süßwaren | 28 |
| Sonstige | 20 |
| Gesamt | 26 |

* Gewichtungsfaktor für die Branchen bei der Auswertung „Gesamt“.

Export-Klima: Lesebeispiel

| Beurteilung der Geschäftslage | | Beurteilung der Geschäftserwartung | |
|-------------------------------|---------------|------------------------------------|----------------|
| Gut | 50% | Besser | 20% |
| Befriedigend | 30% | Gleichbleibend | 50% |
| Schlecht | 20% | Schlechter | 30% |
| Saldo | $+50-20 = 30$ | Saldo | $+20-30 = -10$ |

Unternehmen, die die Geschäftslage positiv beurteilen, haben **eine Mehrheit von 30 %-Punkten** gegenüber denen, die sie schlecht beurteilen.

Unternehmen, die eine negative Geschäftserwartung haben, besitzen **eine Mehrheit von 10 %-Punkten** gegenüber denen, die eine Verbesserung erwarten.



Beim Export-Klima überwiegt die positive Beurteilung mit 9 %-Punkten.

Größenklassen der befragten Unternehmen

Anzahl der Mitarbeiter

Frage 14

n = 400

Angaben in %

Differenz zu 100% = k. A.

| Branchen | unter 100 | 100-200 | 200-300 | über 300 |
|---------------------------------|-----------|-----------|----------|-----------|
| alkoholfreie Getränke | 58 | 12 | 4 | 26 |
| Backwaren | 37 | 20 | 2 | 35 |
| Bier | 58 | 22 | 6 | 14 |
| Feinkost/Fertiggerichte | 41 | 26 | 15 | 18 |
| Fleisch | 55 | 15 | 20 | 10 |
| Fleisch- und Wurstwaren | 33 | 17 | 13 | 37 |
| Molkereiprodukte | 30 | 22 | 13 | 32 |
| Obst- und Gemüseverarbeitung | 62 | 10 | - | 23 |
| Öle | 55 | 36 | 9 | - |
| Süßwaren | 42 | 20 | 12 | 23 |
| Sonstige | 57 | 23 | 7 | 13 |
| Total | 46 | 19 | 9 | 24 |

Ihre Ansprechpartner

Gerd Bovensiepen
Partner und Leiter des
Competence Center Retail & Consumer
PricewaterhouseCoopers AG WPG
Tel.: (0211) 981 2939
E-Mail: g.bovensiepen@de.pwc.com

Dr. Stephanie Rumpff
Senior Managerin Business Development
Competence Center Retail & Consumer
PricewaterhouseCoopers AG WPG
Tel.: (0211) 981 2118
E-Mail: stephanie.rumpff@de.pwc.com

Christoph Minhoff
Hauptgeschäftsführer
Bundesvereinigung der
Deutschen Ernährungsindustrie (BVE)
Tel.: (030) 200 786 135
E-Mail: cminhoff@bve-online.de

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

© 2014 PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

Alle Rechte vorbehalten. „PwC“ bezeichnet in diesem Dokument die PricewaterhouseCoopers Aktiengesellschaft Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, die eine Mitgliedsgesellschaft der PricewaterhouseCoopers International Limited (PwCIL) ist. Jede der Mitgliedsgesellschaften der PwCIL ist eine rechtlich selbstständige Gesellschaft.