

PwC Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie

Gefördert durch:



Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



im Auftrag der Bundesvereinigung der
deutschen Ernährungsindustrie (BVE)

Ergebnisse Dezember 2013

Inhalt

Anlage, Methodik und Stichprobe der Studie	3
Geschäftslage, Geschäftserwartung und Exportklima	8
Export in EU-Länder und Absatzerwartung	19
Export in Nicht-EU-Länder und Absatzerwartung	24
Zusatzfragen: Anzahl und zahlenmäßige Entwicklung der Auslandsmärkte und Anpassungen an Konsumpräferenzen im Ausland	29
Ihre Ansprechpartner	43

Anlage der Studie

Für das PwC-Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie im Auftrag der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) wurden vom 6. bis zum 28. November 2013 zum achten Mal in Folge 390 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, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) 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 Anzahl und zahlenmäßige Entwicklung der ausländischen Absatzmärkte und Formen der Anpassung von Produkten an lokale Konsumpräferenzen.

Erläuterung der Methodik

Methode:	Telefonische Befragung (CATI), standardisierter Fragebogen
Zielgruppe:	Exportleiter, Geschäftsführer
Stichprobe:	390 befragte Unternehmen*
Adressenquelle:	BVE-Adressdaten Export
Adresspool:	ca. 1.600 Adressen
Befragungszeitraum:	06. bis 28. November 2013
Turnus der Befragung:	2 Mal pro Jahr (Mai und Dezember)

* 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)
Molkereiprodukte	37	9,5
Süßwaren	54	13,8
Fleisch	27	6,9
Öl	12	3,1
Bier	35	9,0
Obst- und Gemüseverarbeitung	46	11,8
Alkoholfreie Getränke	21	5,4
Fleisch- und Wurstwaren	54	13,8
Feinkost, Fertiggerichte	25	6,4
Backwaren	36	9,2
Sonstige	43	11,1
Gesamt	390	100

Anteil der Exporte am Umsatz 2013 in den verschiedenen Branchen

Branche	Anteil in der Exporte am Umsatz in Prozent*
Fleisch	45
Fleisch- und Wurstwaren	18
Molkereiprodukte	36
Süßwaren	25
Obst- und Gemüseverarbeitung	24
Feinkost/Fertiggerichte	21
Backwaren	18
Alkoholfreie Getränke	20
Bier	18
Öle	33
Sonstige	18
Total	24

* Im Folgenden 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.

$$\text{Export-Klima} = \sqrt{(30 + 200) * (-10 + 200)} - 200 = 9$$

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

Geschäftslage, Geschäftserwartung, Exportklima

Die aktuelle **Geschäftslage** in den Auslandsmärkten beurteilt die Ernährungsindustrie so gut wie noch nie seit Beginn der Erhebung im Mai 2010. Der *Saldo* der positiven und negativen Einschätzungen von 54%-Punkten hat sich in 2013 zum zweiten Mal in Folge verbessert (+ 8%-Punkte zu Mai 2013). Mit Ausnahme der alkoholfreien Getränke (-27%-Punkte zu Mai 2013), der Fleischwaren (-5%-Punkte) sowie der Obst- und Gemüseverarbeitung (-15%-Punkte) wird diese positive Beurteilung von allen Branchen getragen. Spitzenreiter sind die Exporteure von Bier (77%-Punkte, +27%-Punkte) und Feinkost/Fertiggerichten (77%-Punkte, +4 %-Punkte). Auch die Fleischexporteure sehen sich wieder deutlich besser positioniert als noch im Mai (28%-Punkte, +44%-Punkte).

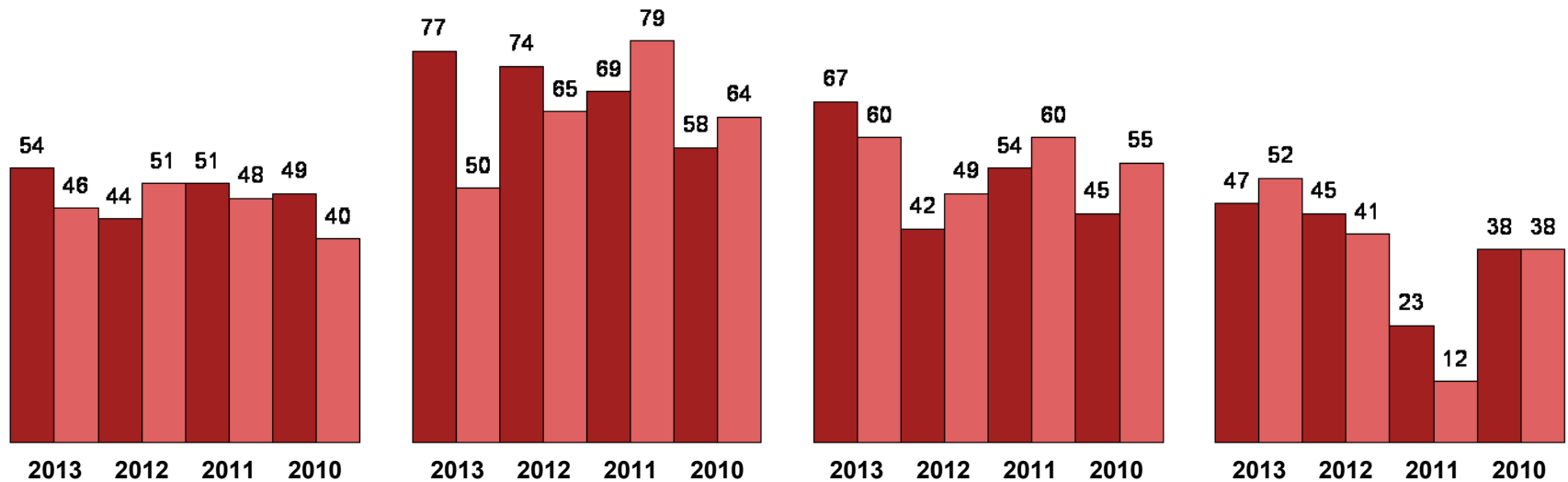
Die **Geschäftserwartung** für das nächste Halbjahr spiegelt Zuversicht wider: Mit +33%-Punkten fallen die Erwartungen zwar etwas schlechter aus als im Mai (-4%-Punkte), aber merklich optimistischer als noch vor 12 Monaten (+9%-Punkte). Besonders zuversichtlich sind die Exportleiter bei Bier (54%-Punkte, -4%-Punkte) und Öl (54%-Punkte, +45%-Punkte). Verhaltener zeigen sich die Erwartungen bei Fleisch (11%-Punkte, +0%-Punkte), Backwaren (18%-Punkte, -14%-Punkte) und Fleischwaren (19%-Punkte, -22%-Punkte).

Das **Exportklima** von +43%-Punkten liegt etwas höher als im Mai (+2%-Punkte) und deutlich über dem Vorjahreswert (+9%-Punkte). Insgesamt blickt die deutsche Ernährungsindustrie also weiterhin sehr zuversichtlich auf ihr Exportgeschäft.

Geschäftslage (1/3)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Frage 2
n = 390
Salden in %-Punkten



Gesamt

Bier

Süßwaren

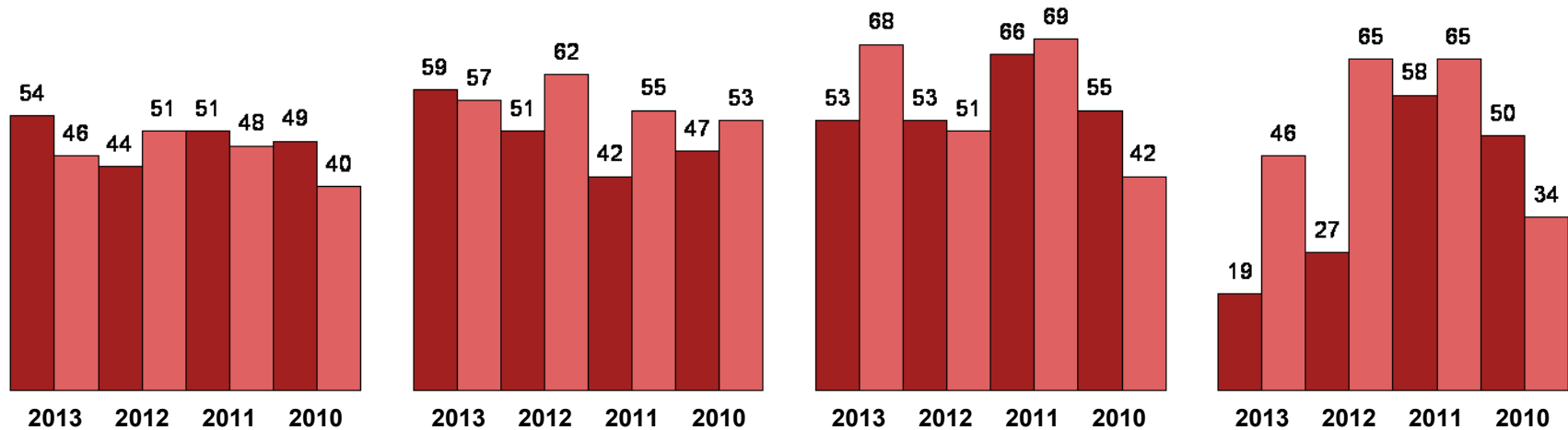
Fleischwaren

■ Dezember ■ Mai

Geschäftslage (2/3)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Frage 2
n = 390
Salden in %-Punkten



Gesamt

Molkereiprodukte

Obst- und Gemüseverarbeitung

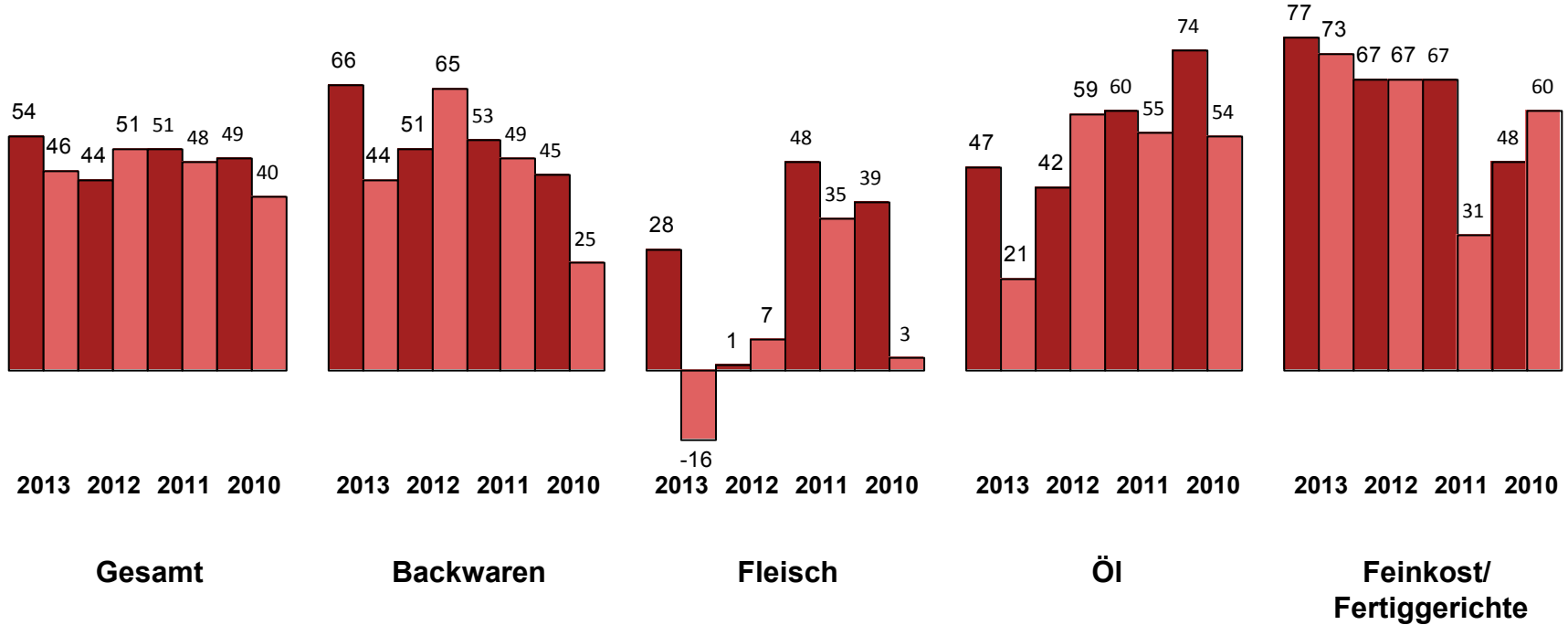
Alkoholfreie Getränke

■ Dezember ■ Mai

Geschäftslage (3/3)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Frage 2
n = 390
Salden in %-Punkten

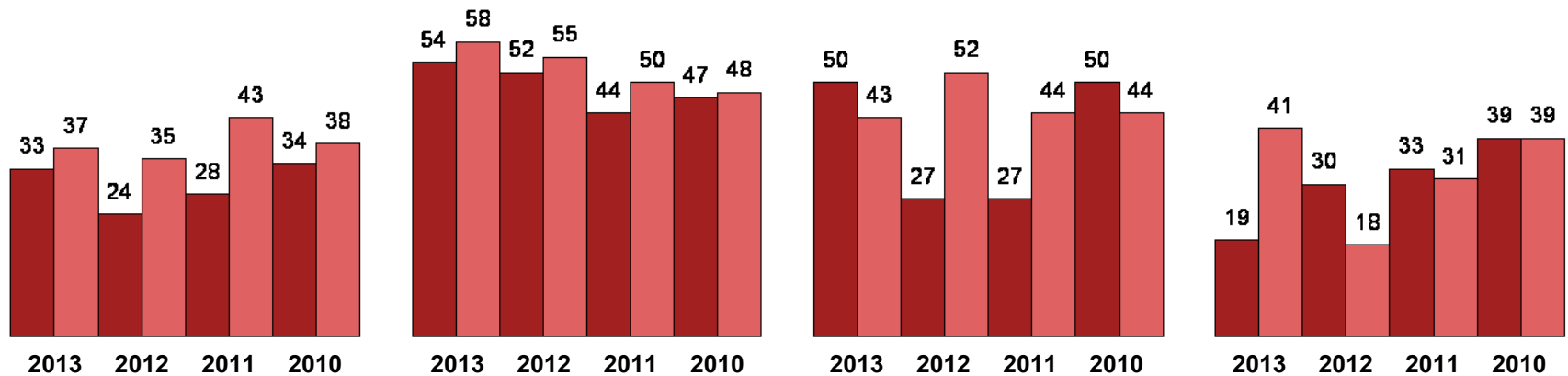


■ Dezember ■ Mai

Geschäftserwartung (1/3)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Frage 3
n = 390
Salden in %-Punkten



Gesamt

Bier

Süßwaren

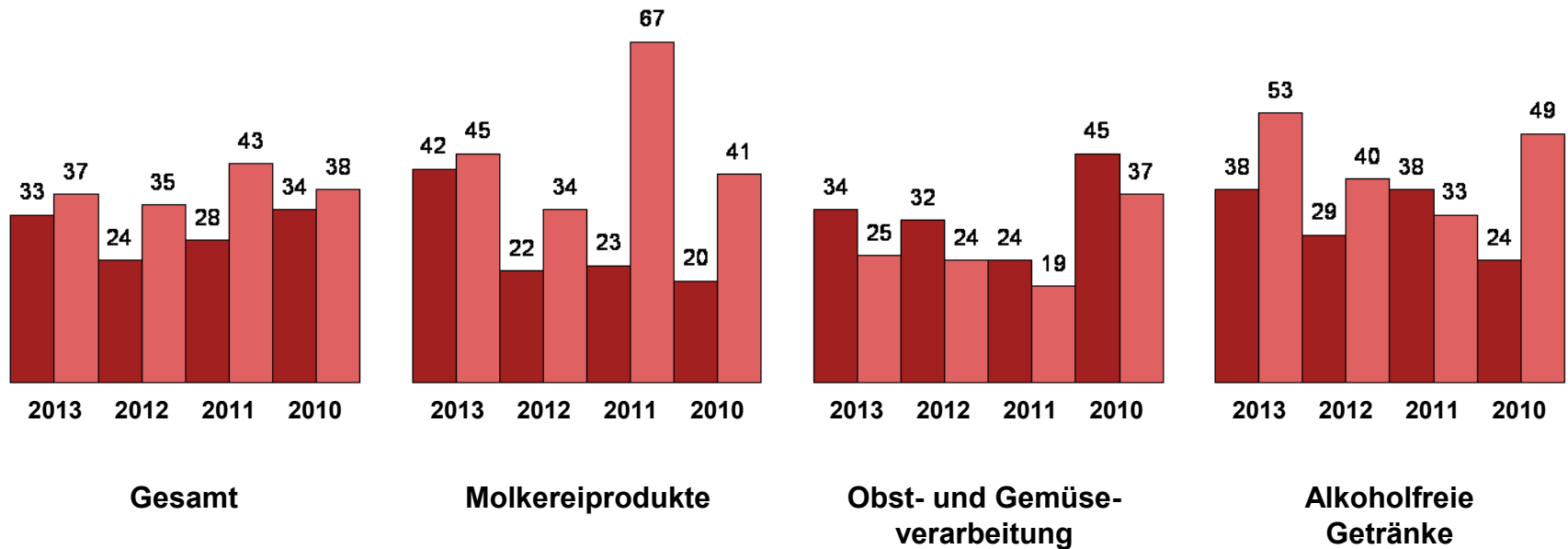
Fleischwaren

■ Dezember ■ Mai

Geschäftserwartung (2/3)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Frage 3
n = 390
Salden in %-Punkten



■ Dezember ■ Mai

Geschäftserwartung (3/3)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Frage 3
n = 390
Salden in %-Punkten

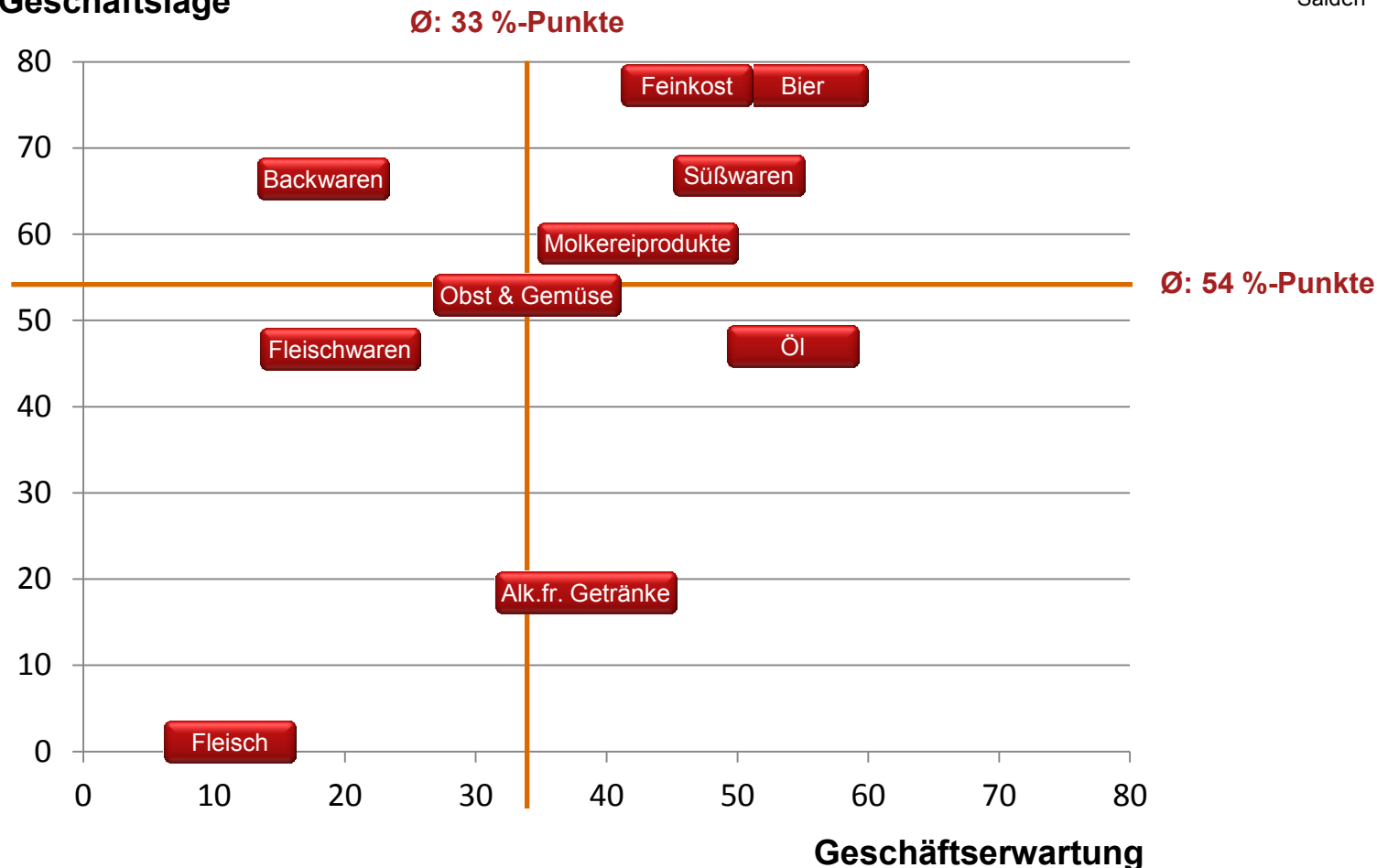


■ Dezember ■ Mai

Überblick: Geschäftslage und Geschäftserwartung in den Branchen für das 1. Halbjahr 2014

Fragen 2 und 3
n = 390
Salden in %-Punkten

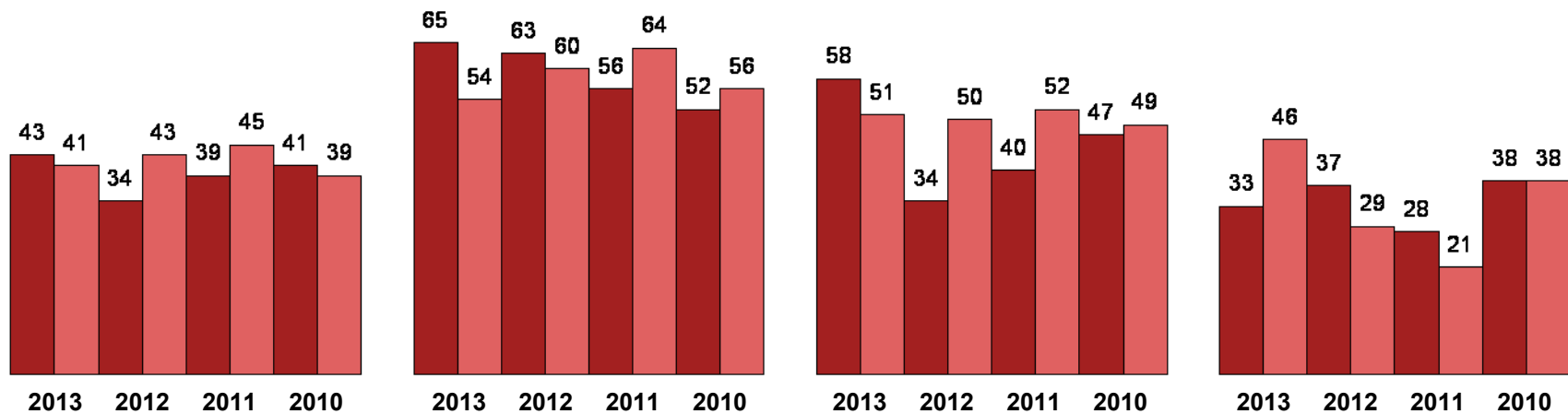
Geschäftslage



Exportklima (1/3)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Fragen 2, 3
n = 390
Salden in %-Punkten



Gesamt

Bier

Süßwaren

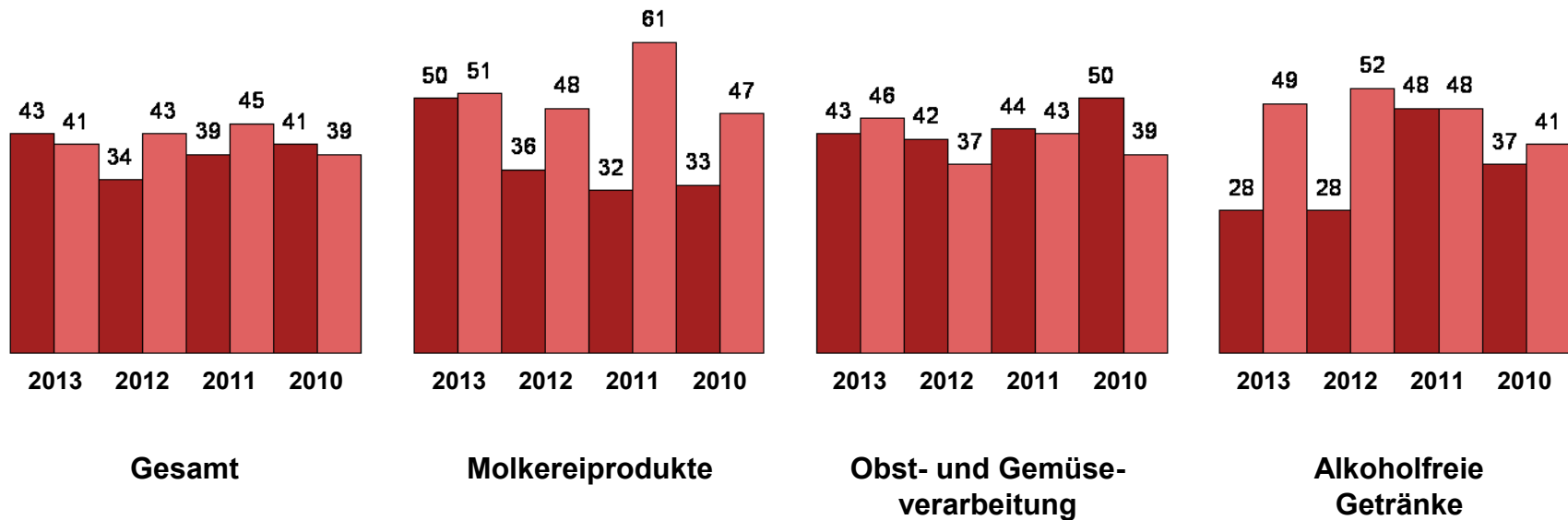
Fleischwaren

■ Dezember ■ Mai

Exportklima (2/3)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Fragen 2, 3
n = 390
Salden in %-Punkten

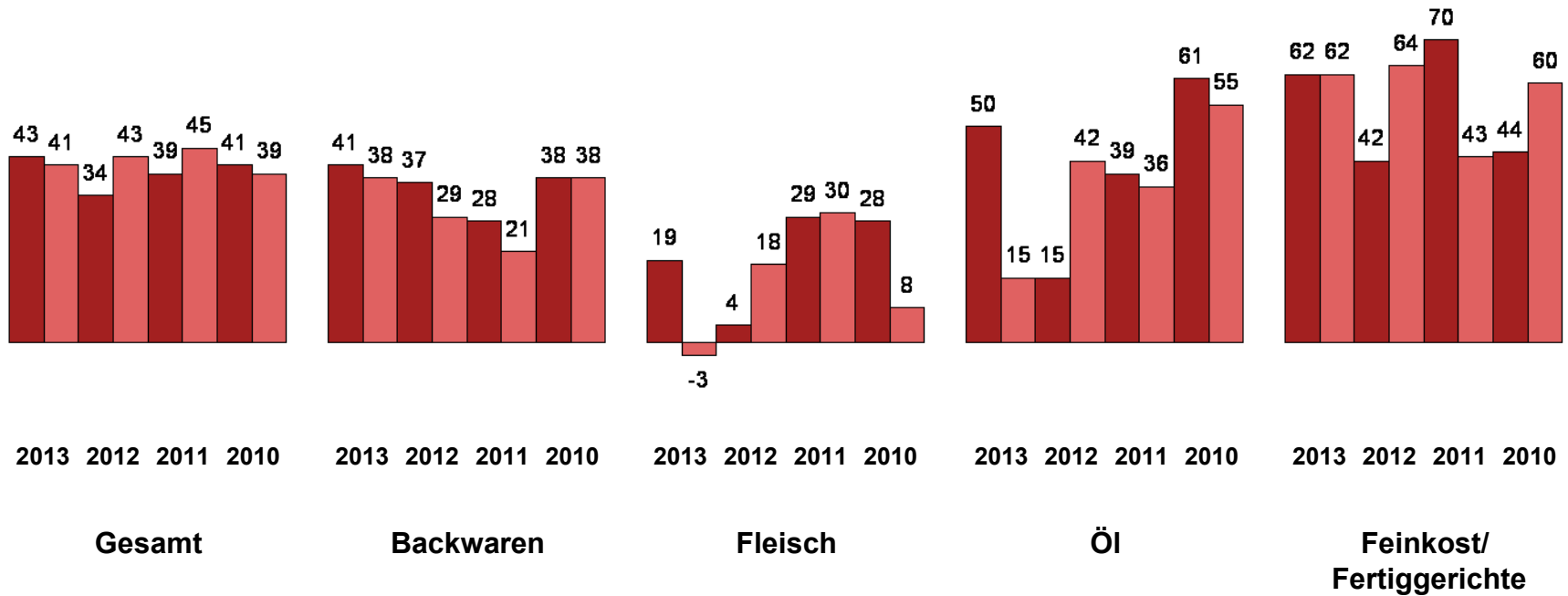


■ Dezember ■ Mai

Exportklima (3/3)

Gesamt und ausgewählte Branchen

Fragen 2, 3
n = 390
Salden in %-Punkten



■ Dezember ■ Mai

Export in EU-Länder und Absatzerwartung

Deutschland ist eine der führenden Exportnationen für Lebensmittel. Das Exportgeschäft trägt 31% zum Branchenumsatz bei und ist der Wachstumsmotor für die Ernährungsindustrie. Auf die Europäische Union entfallen etwa 77% der deutschen Lebensmittelexporte (2012).*

Zum aktuell wichtigsten Absatzland in der EU haben sich die Niederlande entwickelt (35% der Nennungen unter den Top-3, +6%-Punkte zu Mai 2013). Frankreich hingegen hat konjunkturbedingt etwas an Bedeutung verloren (33%, -7%-Punkte). Es folgen Italien (31%, +3%-Punkte) und Österreich (30%, -1%-Punkt).

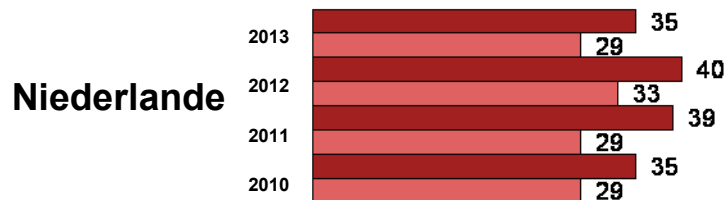
Die **Absatzerwartungen** der Ernährungsindustrie für die kommenden sechs Monate sind für die EU-Märkte insgesamt stabil. Die allgemeine Konsumflaute aus dem Vorjahr scheint überwunden zu sein. Wachsende Exportzahlen erwarten die Exportleiter insbesondere in Großbritannien (58%, +19%-Punkte im Vergleich zu Mai 2013), Österreich (55%, +13%-Punkte) und Polen (55%, +0%-Punkte). Nur mit Blick auf Spanien zeigt sich eine deutliche Skepsis infolge der schwachen Konjunktur des Landes: Zwar erwarten 65% der Lebensmittelexporteure immerhin gleichbleibende Absätze. 20% gehen jedoch von einem Rückgang aus und nur 15% erwarten noch ein Wachstum.

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

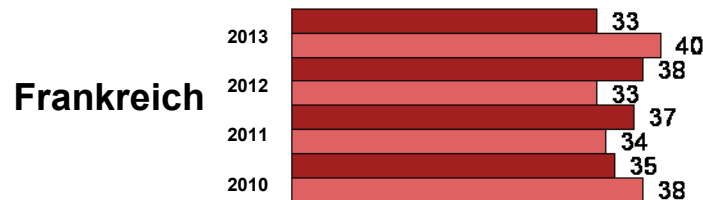
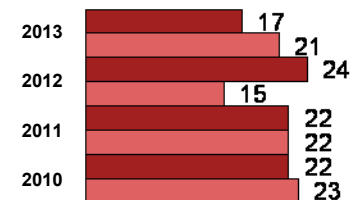
Export in EU-Länder

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

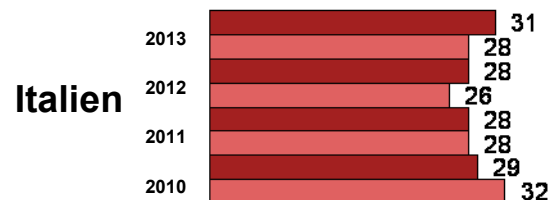
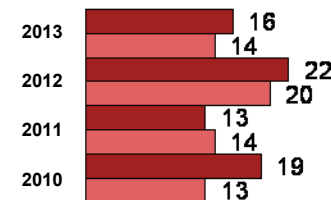
Frage 4
n = 390
Angaben in %



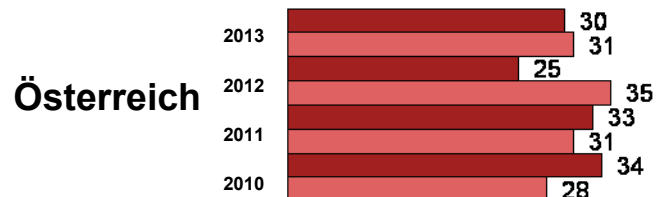
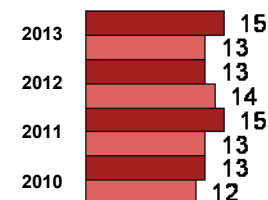
Großbritannien



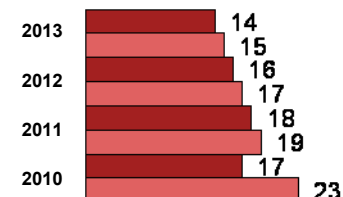
Polen



Belgien



Spanien

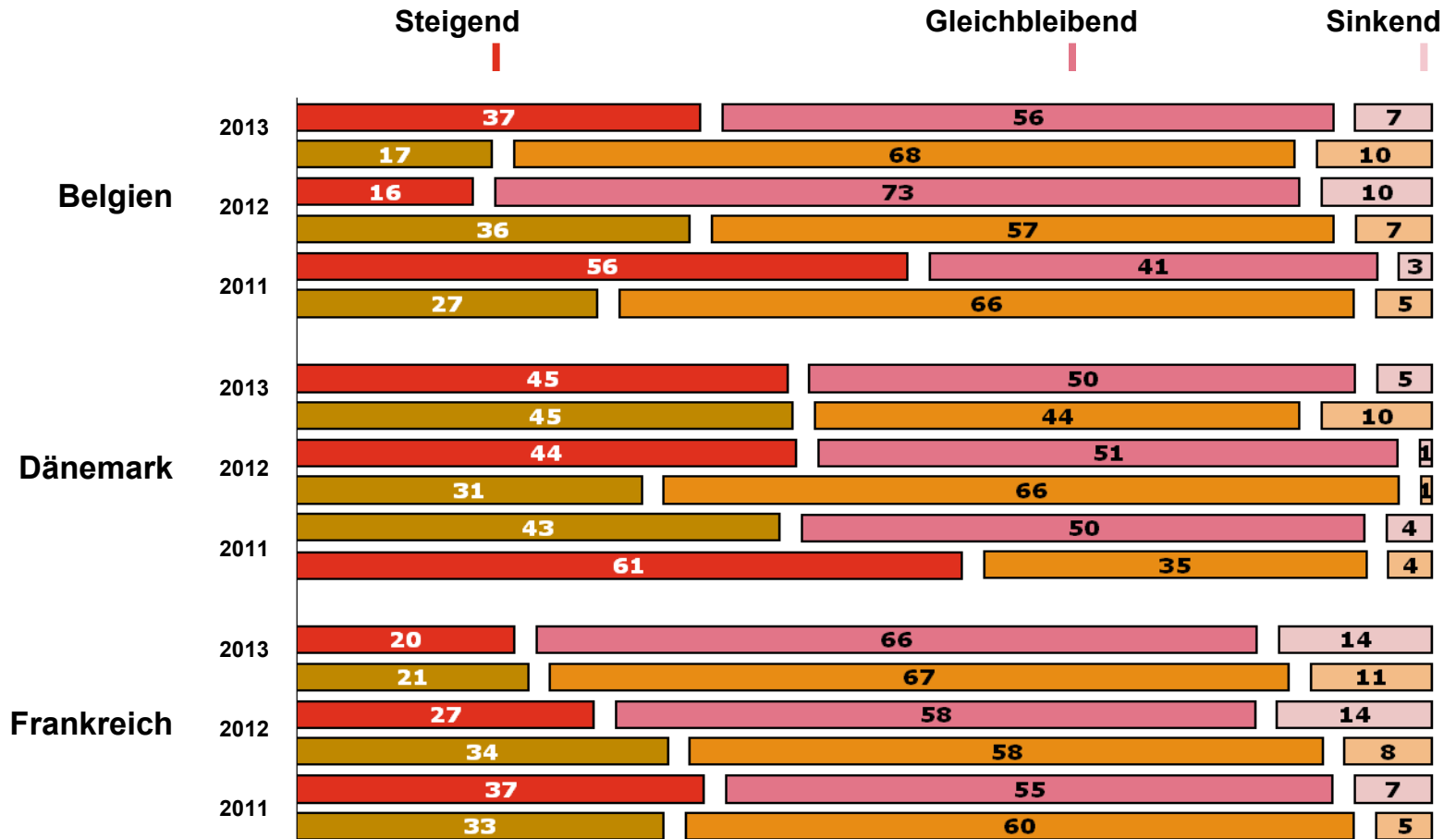


Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (1/3)

EU-Länder

■ ■ ■ Dezember
■ ■ ■ Mai

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

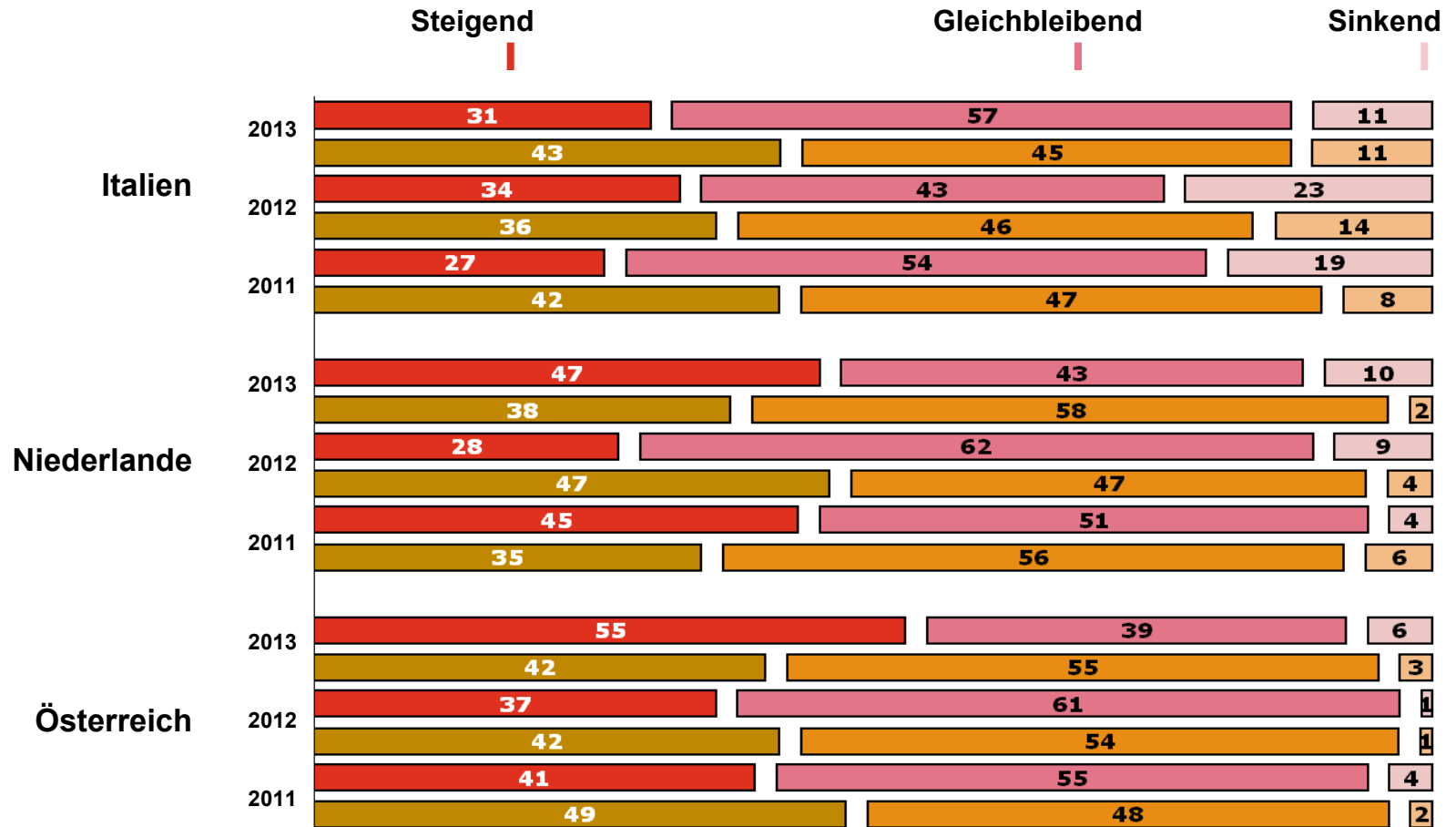


Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (2/3)

EU-Länder



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

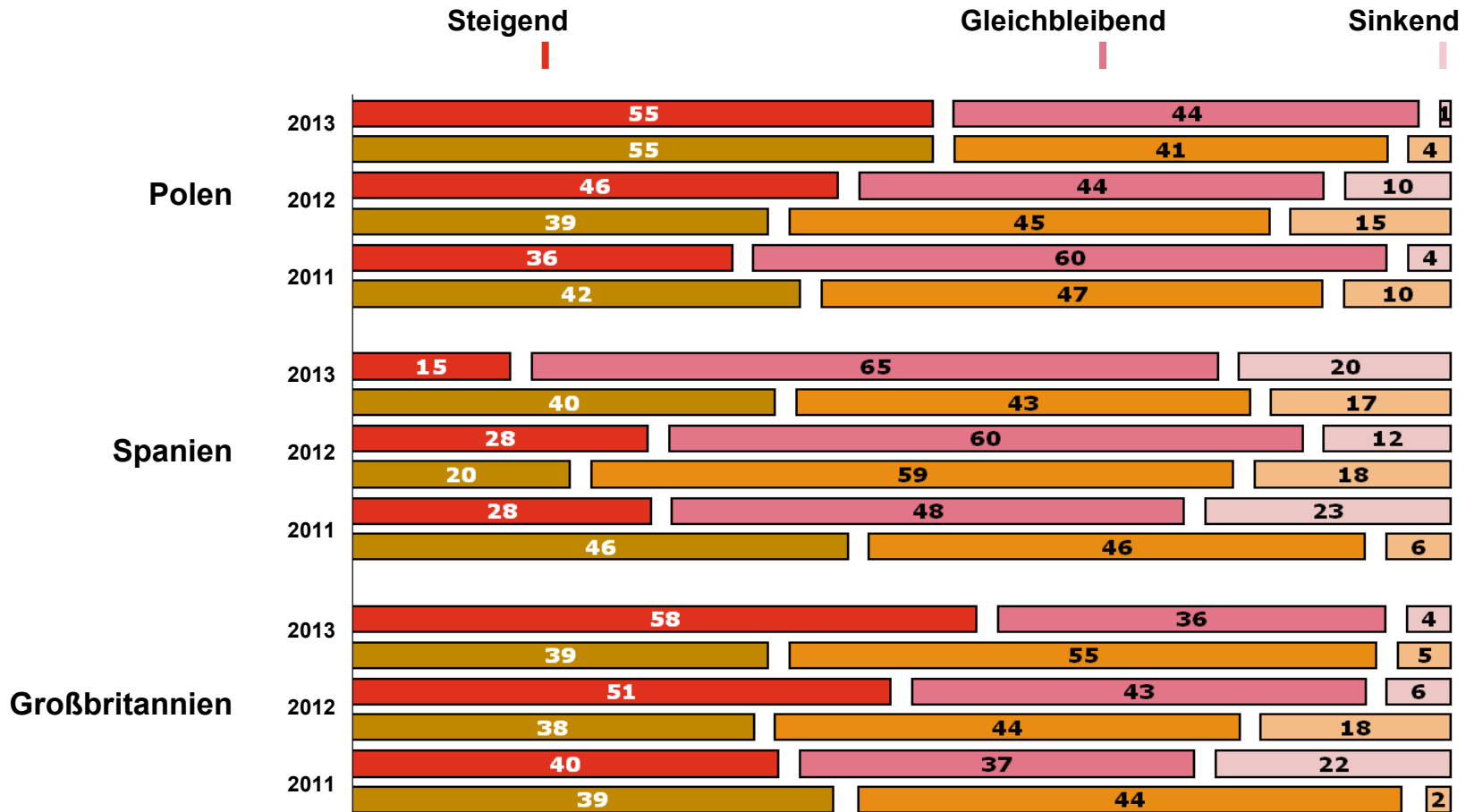


Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (3/3)

EU-Länder



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



Export in Nicht-EU-Länder und Absatzerwartung

Die deutsche Ernährungsindustrie exportiert etwa ein Fünftel ihrer Waren in Länder außerhalb der EU. Die wichtigsten Absatzmärkte sind aktuell die Schweiz (25% der Nennungen unter den Top-3, -3%-Punkte im Vergleich zu Dezember 2013) und die USA (23%, -3%-Punkte). Unter den Top 3 weiterhin vertreten ist zum ersten Mal China (23%, +7%-Punkte).

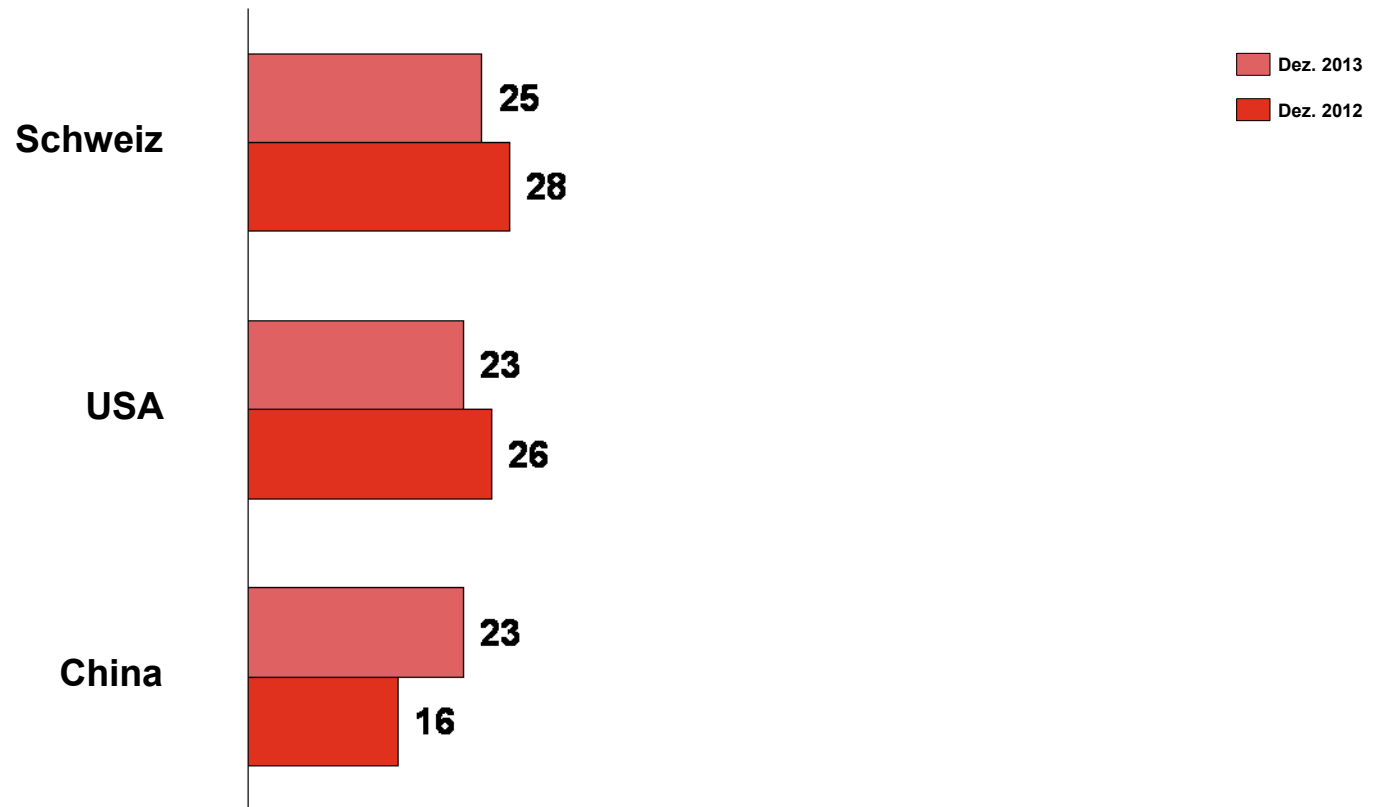
Die höchsten **Absatzerwartungen** setzt die deutsche Ernährungsindustrie weiterhin in die großen Märkte außerhalb der EU. Besonders zuversichtlich sind die Exporteure mit Blick auf China (72% erwarten steigende Absätze, +6%-Punkte zu Mai 2013), Russland (65%, +16%-Punkte), die USA (60%, +6%-Punkte), Australien (50%, -2%-Punkte) und die Schweiz (44%, +11%-Punkte).

Über alle Branchen der Ernährungsindustrie hinweg verstärkt sich weiterhin der Trend, zunehmend in Wachstumsmärkte außerhalb der EU zu exportieren. Durchschnittlich 79% der befragten Unternehmen exportieren in Drittländer. Das entspricht einer Steigerung von 4%-Punkten im Vergleich zum Vorjahr. In den Branchen Bier (96%), Süßwaren (94%), Obst und Gemüse (90%), Molkereiprodukte (79%) und Backwaren (79%) exportieren fast alle Lebensmittelproduzenten in Märkte außerhalb der EU.

Export in Nicht-EU-Länder

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

Frage 8
n = 315
Angaben in %

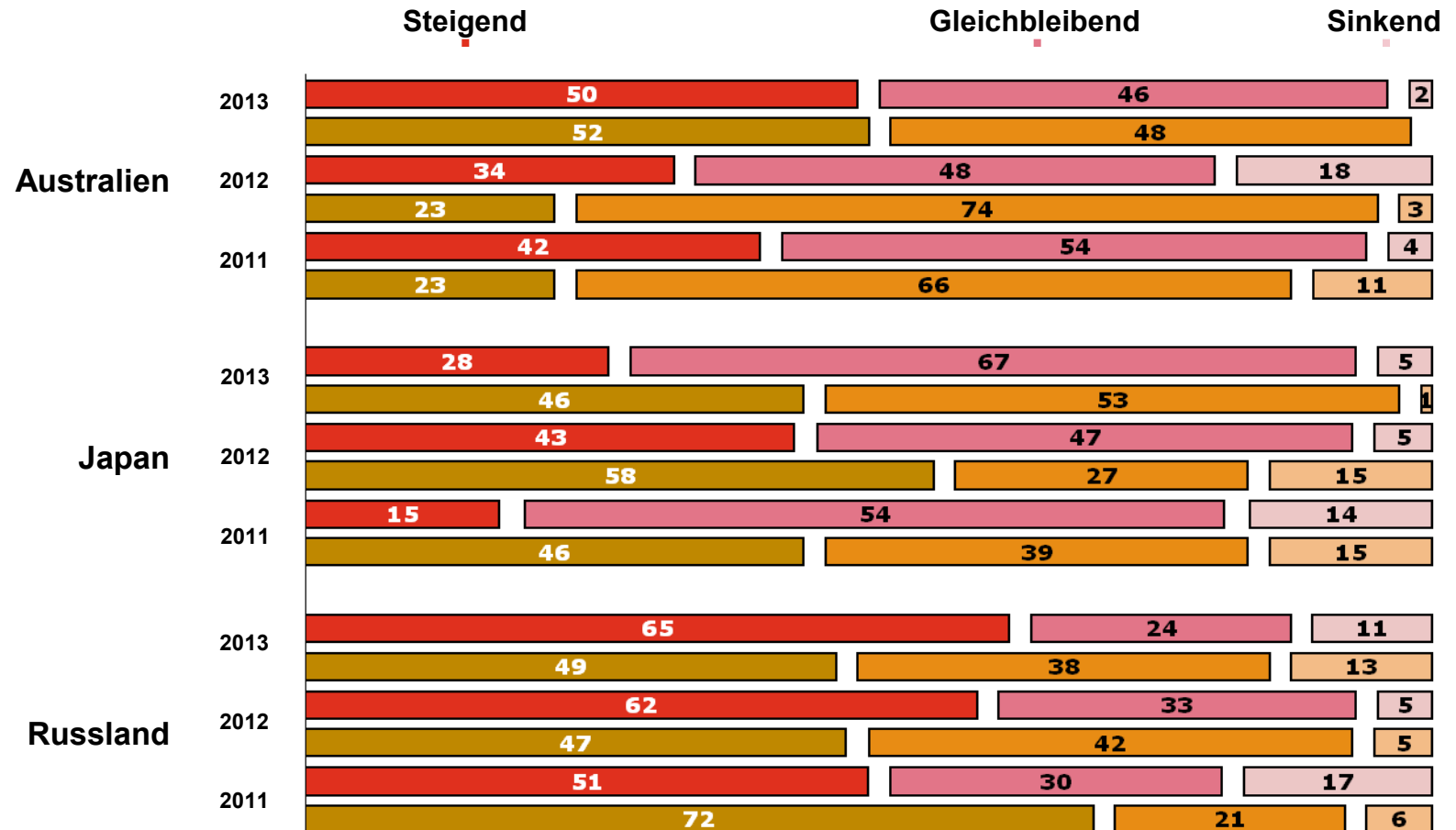


Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (1/2)

Nicht-EU-Länder

Frage 9
Länder mit mind. 30
Beurteilungen
Angaben in %
Differenz zu 100 % = k. A.

Dezember
Mai

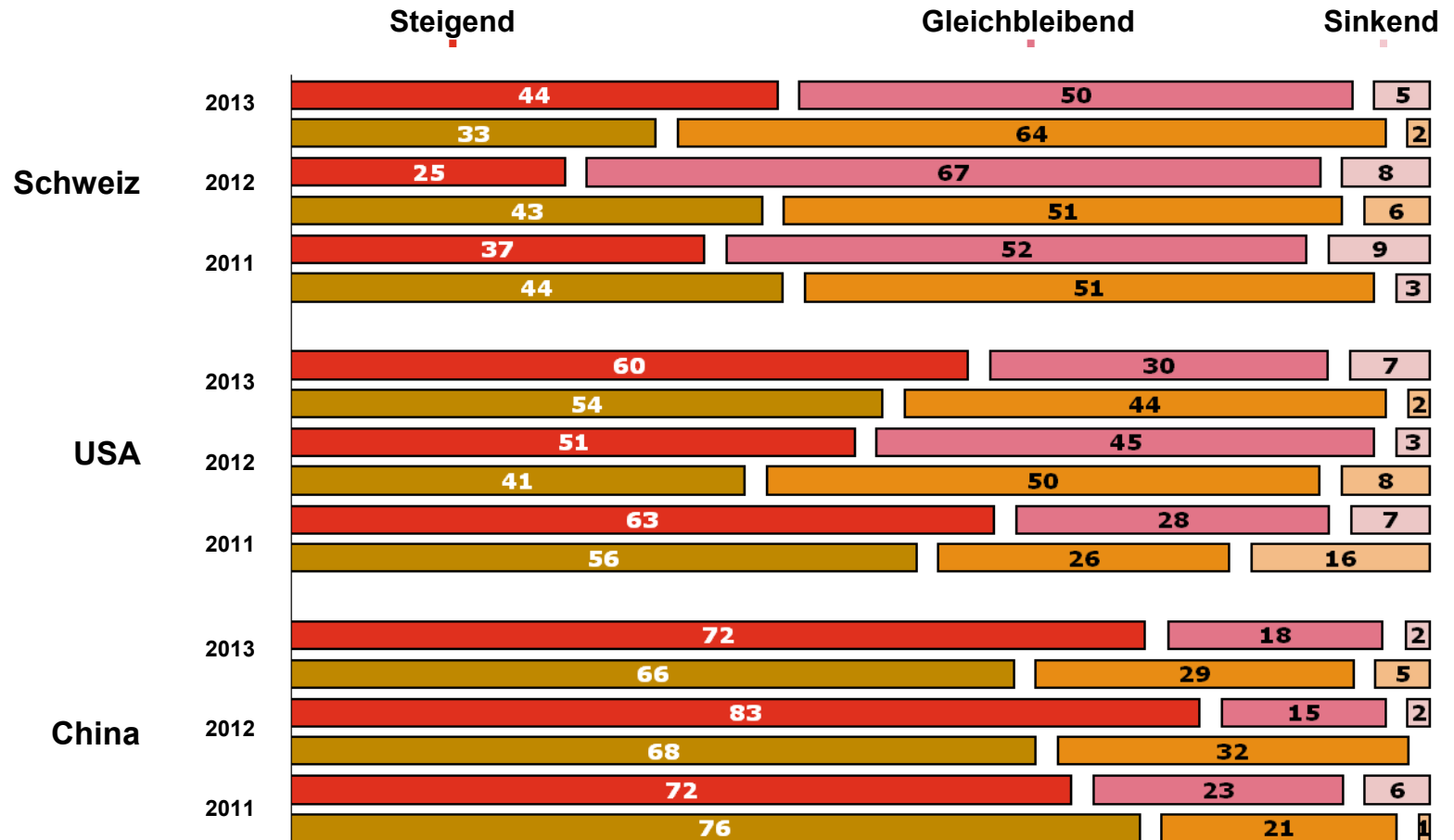


Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate (2/2)

Nicht-EU-Länder

Frage 9
Länder mit mind. 30
Beurteilungen
Angaben in %
Differenz zu 100 % = k. A.

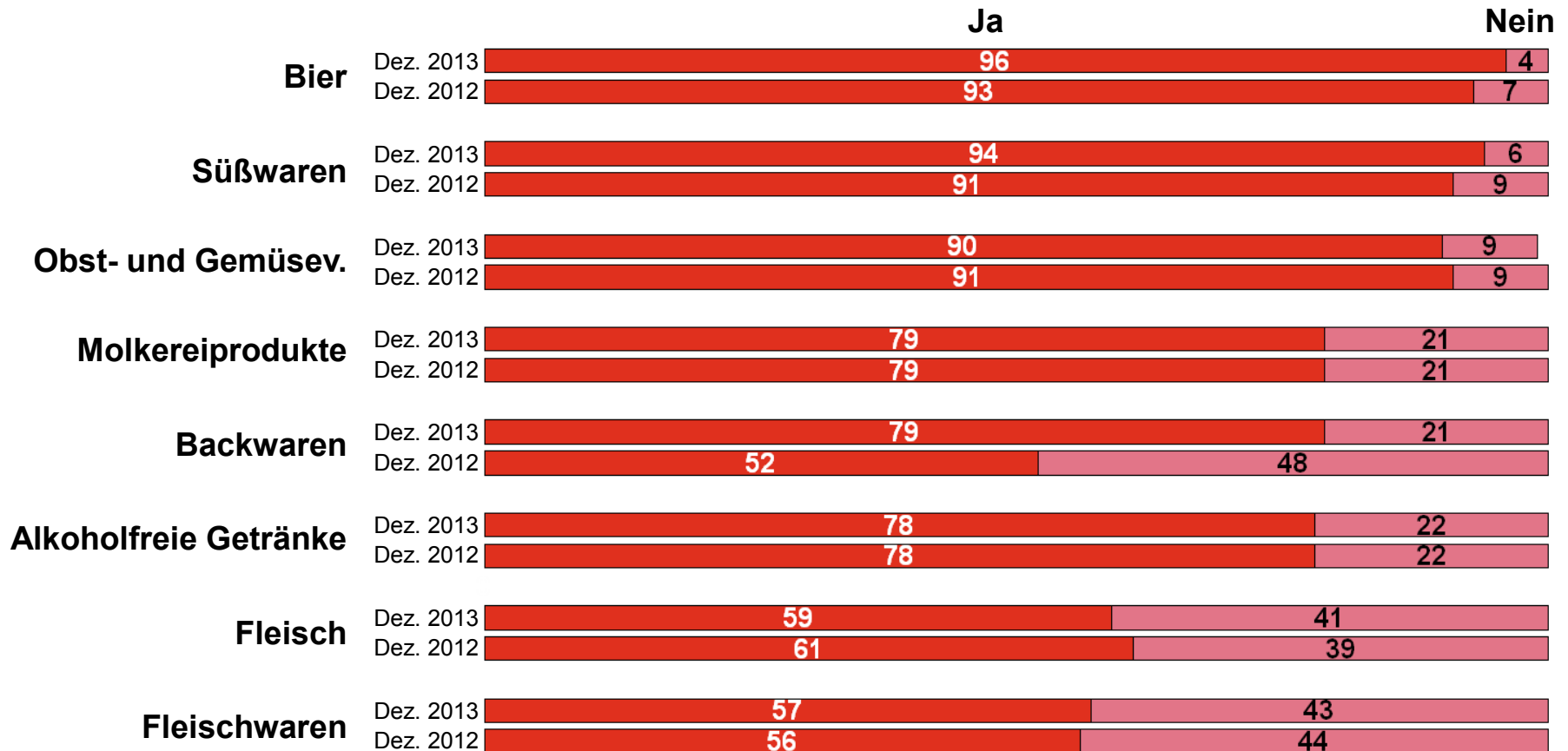
Dezember
Mai



Export in Nicht-EU-Länder

Branchen

Frage 7
 n = 390
 Angaben in %
 Differenz zu 100% = k. A.



Anzahl und Entwicklung der Auslandsmärkte und Anpassungen an Konsumpräferenzen

74% der befragten Unternehmen setzen ihre Produkte auf mehr als fünf **Auslandsmärkten** gleichzeitig ab durch Export, eigene Produktionsstätten oder Vertriebsstellen. 11 Prozent sind auf 16 bis 25 Auslandsmärkten aktiv, 17 Prozent auf mehr als 25 Auslandsmärkten.

Die Anzahl der Absatzmärkte hängt von der Unternehmensgröße ab: Mehr als die Hälfte der großen Unternehmen ist in mehr als 25 Märkten aktiv. Im Durchschnitt erfolgt eine Konzentration auf maximal 15 Märkte. Am internationalsten sind die Süßwaren- und Molkereibranche. Eine starke Ausweitung der ausländischen Märkte in den letzten fünf Jahren bestätigen insgesamt zwei Drittel der befragten Unternehmen. Spitzenreiter sind Süßwaren (83% nennen einen Anstieg bzw. starken Anstieg), Bier (81%) und Molkereiprodukte (74%).

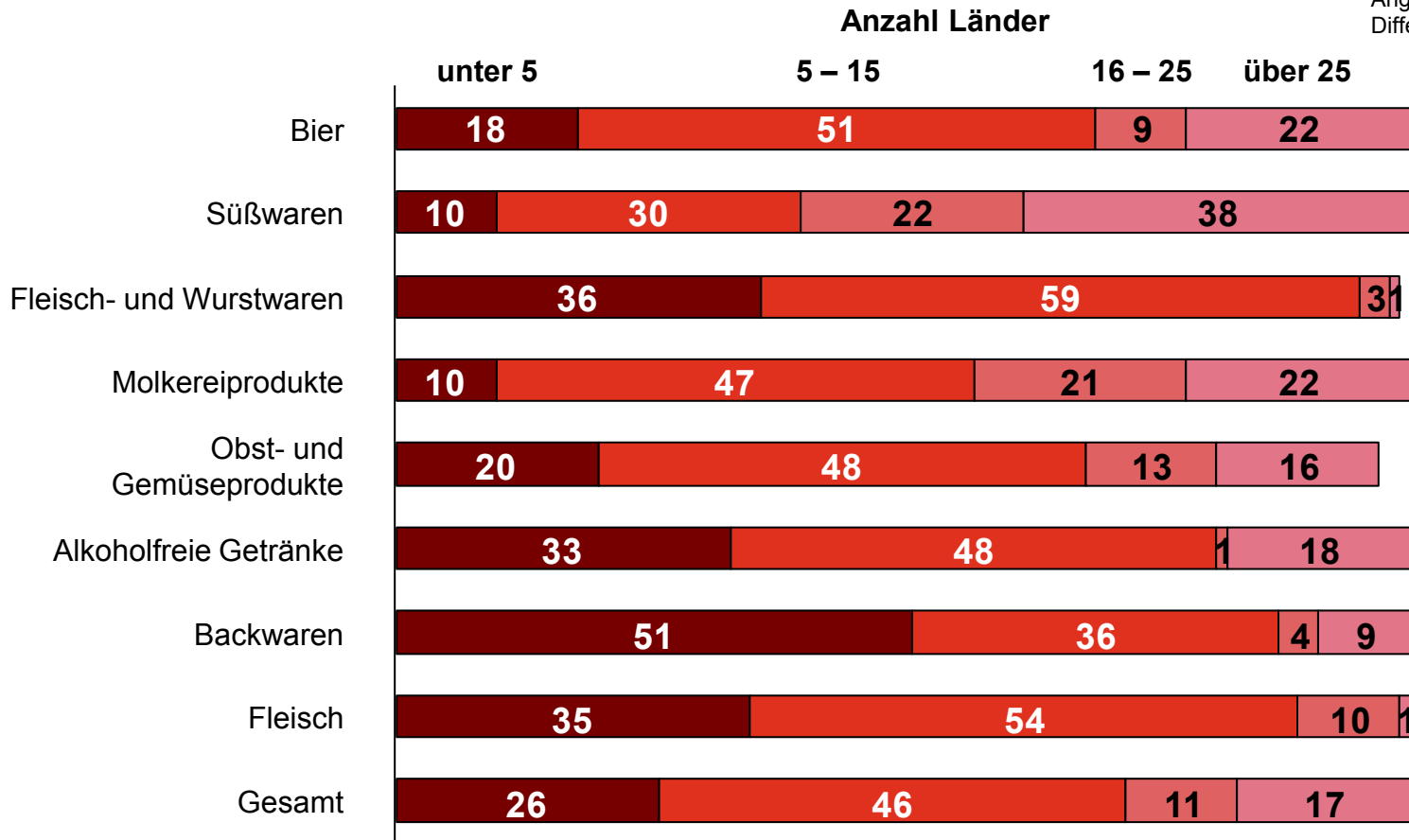
Hinsichtlich **Anpassungen an die Konsumpräferenzen im Ausland** dominieren Veränderungen an der Verpackung hinsichtlich Größe und Aufmachung (54%), insb. bei Bier (70%). Die Rezeptur verändern 38% aufgrund von Anforderungen an Haltbarkeit und Klima, vor allem bei Molkereiprodukten (59%). Leichte Geschmacksveränderungen geben 27% an, vor allem bei Obst und Gemüse (44%).

Grundsätzliche Produktinnovationen zur Differenzierung vom Wettbewerb werden von 22 % entwickelt, insb. bei alkoholfreien Getränken (38%). Auf der anderen Seite gibt es bei ebenfalls 22% keinerlei Veränderungen beim Export, am wenigsten bei Fleisch (47%).

Anzahl Auslandsmärkte

Auf wie vielen Auslandsmärkten setzen Sie derzeit gleichzeitig Ihre Produkte ab, durch Export, eigene Produktion oder Vertriebsstellen?

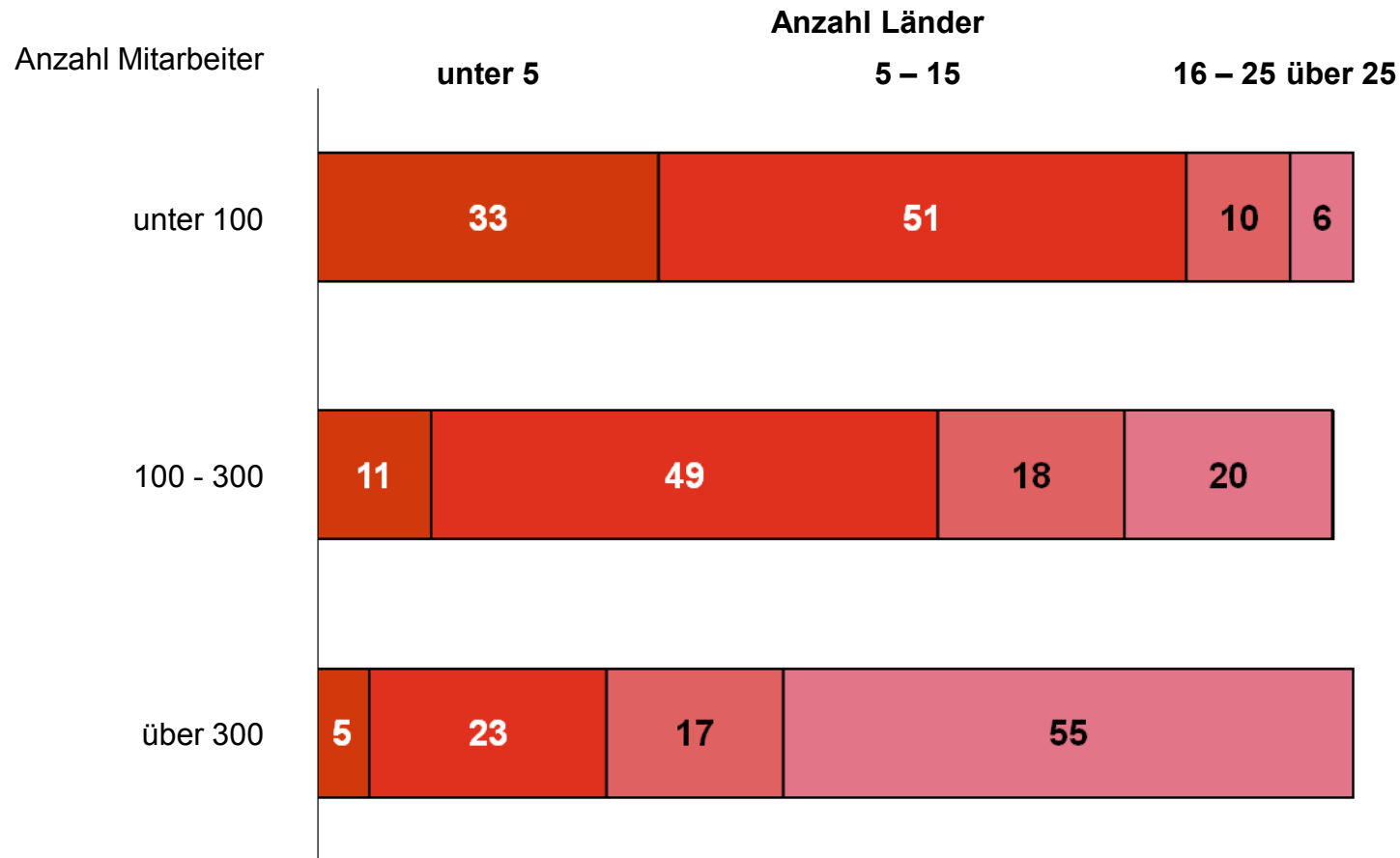
Frage Z 1
n = 390
Angaben in %
Differenz zu 100% = k. A.



Anzahl Auslandsmärkte nach Größenklassen

Auf wie vielen Auslandsmärkten setzen Sie derzeit gleichzeitig Ihre Produkte ab, durch Export, eigene Produktion oder Vertriebsstellen?

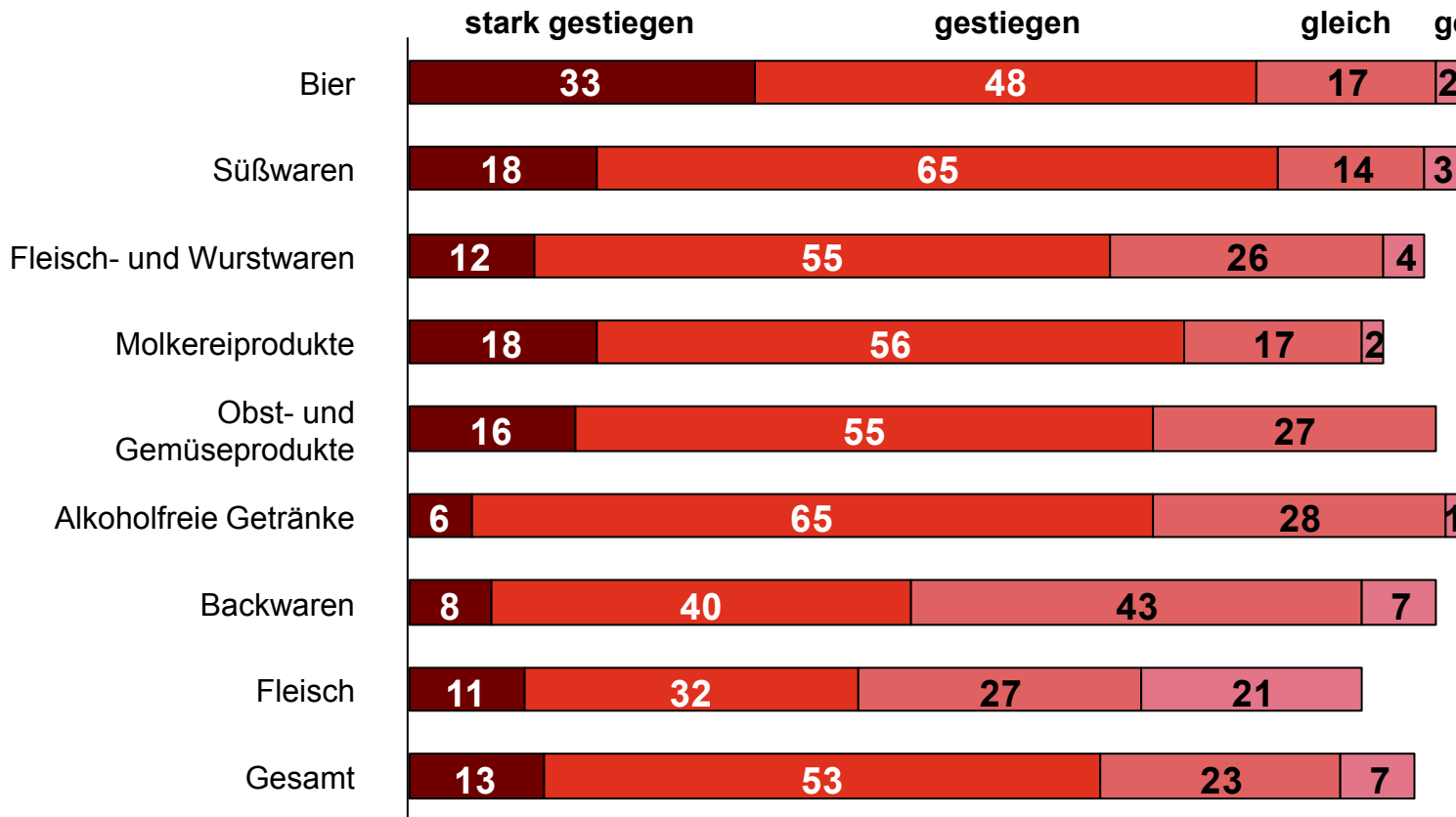
Frage Z 1
n = 390
Angaben in %
Differenz zu 100% = k. A.



Zahlenmäßige Entwicklung der Auslandsmärkte

Wie hat sich die Anzahl Ihrer Auslandsmärkte, auf denen Sie gleichzeitig Ihre Produkte durch Export, eigene Produktion oder Vertriebsstellen absetzen, im Vergleich zu vor 5 Jahren entwickelt?

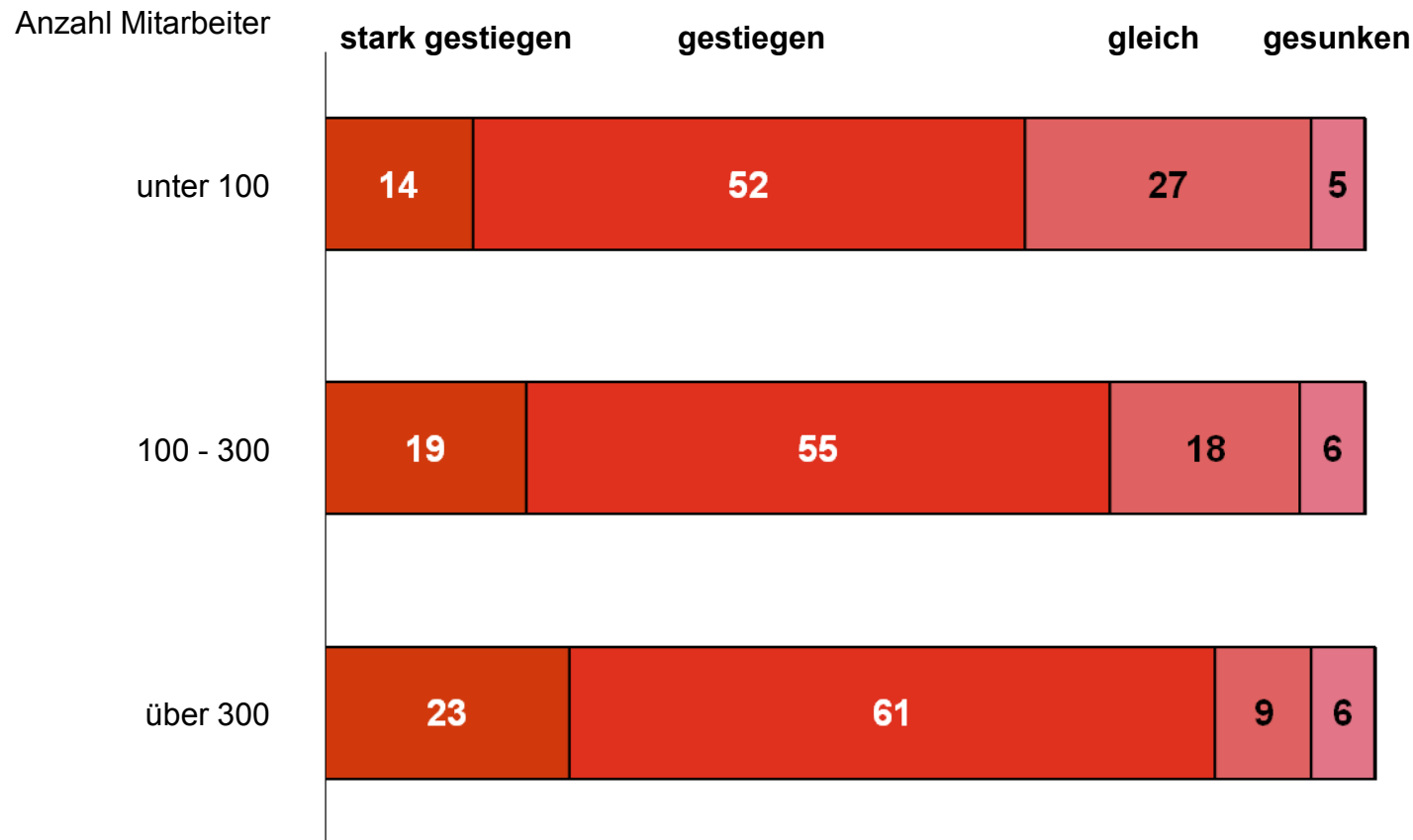
Frage Z 2
n = 390
Angaben in %
Differenz zu 100% = k. A.



Zahlenmäßige Entwicklung nach Größenklassen

Wie hat sich die Anzahl Ihrer Auslandsmärkte, auf denen Sie gleichzeitig Ihre Produkte durch Export, eigene Produktion oder Vertriebsstellen absetzen, im Vergleich zu vor 5 Jahren entwickelt?

Frage Z 2
n = 390
Angaben in %
Differenz zu 100% = k. A.



Anpassung an Konsumpräferenzen im Ausland

Inwiefern passen Sie Ihre Produkte an die Konsumpräferenzen Ihrer ausländischen Kunden an?

Frage Z 3
n = 390
Angaben in %
Mehrfachnennungen möglich

Gesamt



Anpassung an Konsumpräferenzen im Ausland

Inwiefern passen Sie Ihre Produkte an die Konsumpräferenzen Ihrer ausländischen Kunden an?

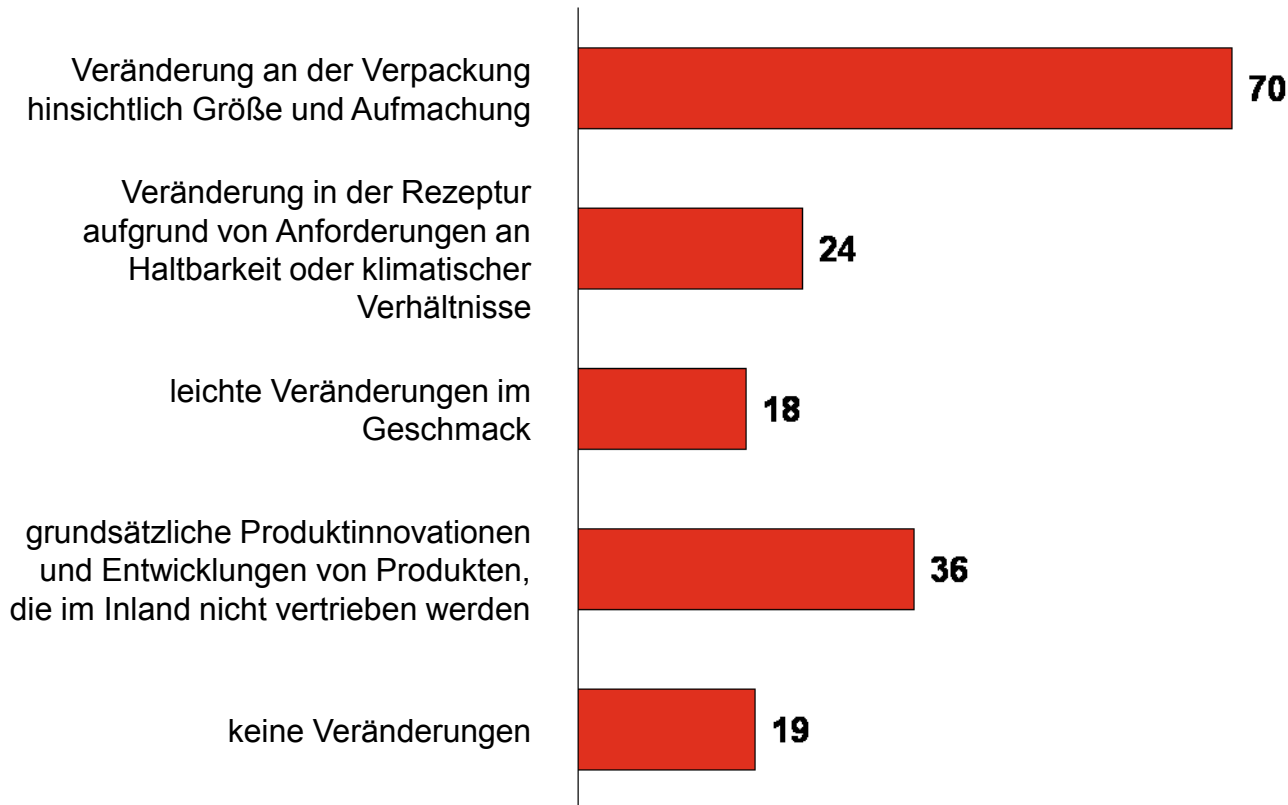
Frage Z 3

n = 35

Angaben in %

Mehrfachnennungen möglich

Bier



Anpassung an Konsumpräferenzen im Ausland

Inwiefern passen Sie Ihre Produkte an die Konsumpräferenzen Ihrer ausländischen Kunden an?

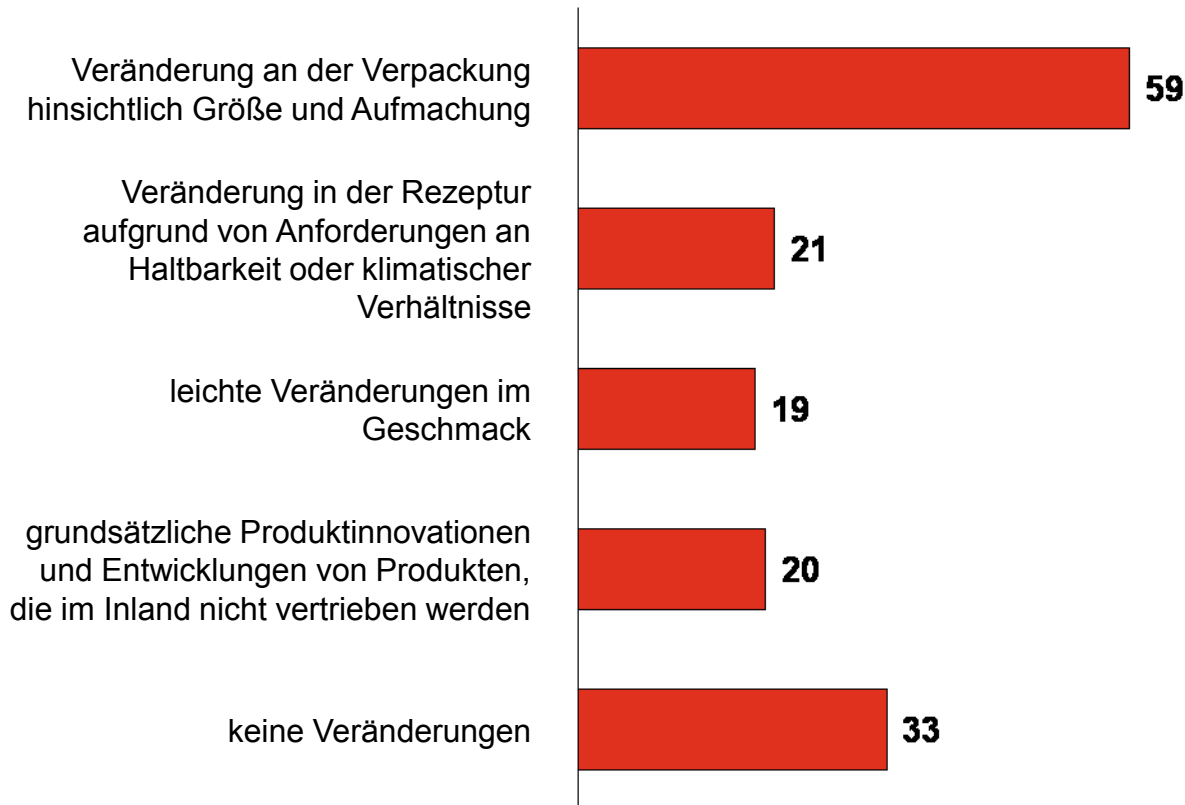
Frage Z 3

n = 54

Angaben in %

Mehrfachnennungen möglich

Süßwaren



Anpassung an Konsumpräferenzen im Ausland

Inwiefern passen Sie Ihre Produkte an die Konsumpräferenzen Ihrer ausländischen Kunden an?

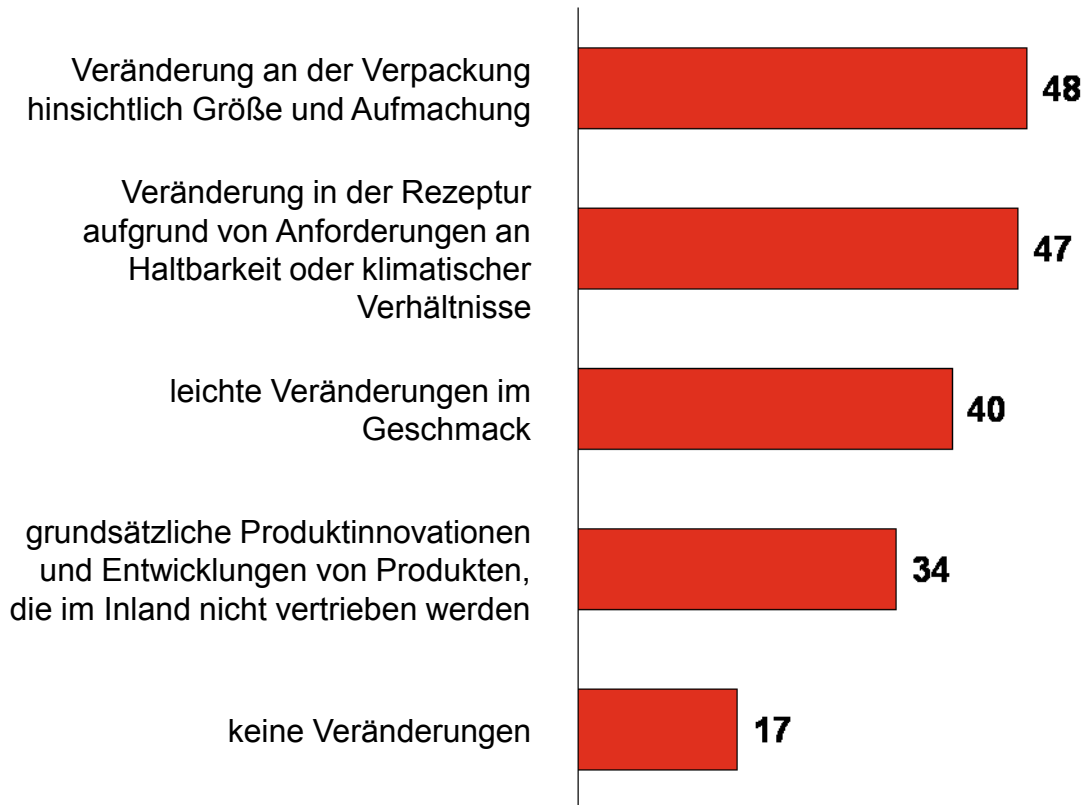
Frage Z 3

n = 54

Angaben in %

Mehrfachnennungen möglich

Fleisch- und Wurstwaren



Anpassung an Konsumpräferenzen im Ausland

Inwiefern passen Sie Ihre Produkte an die Konsumpräferenzen Ihrer ausländischen Kunden an?

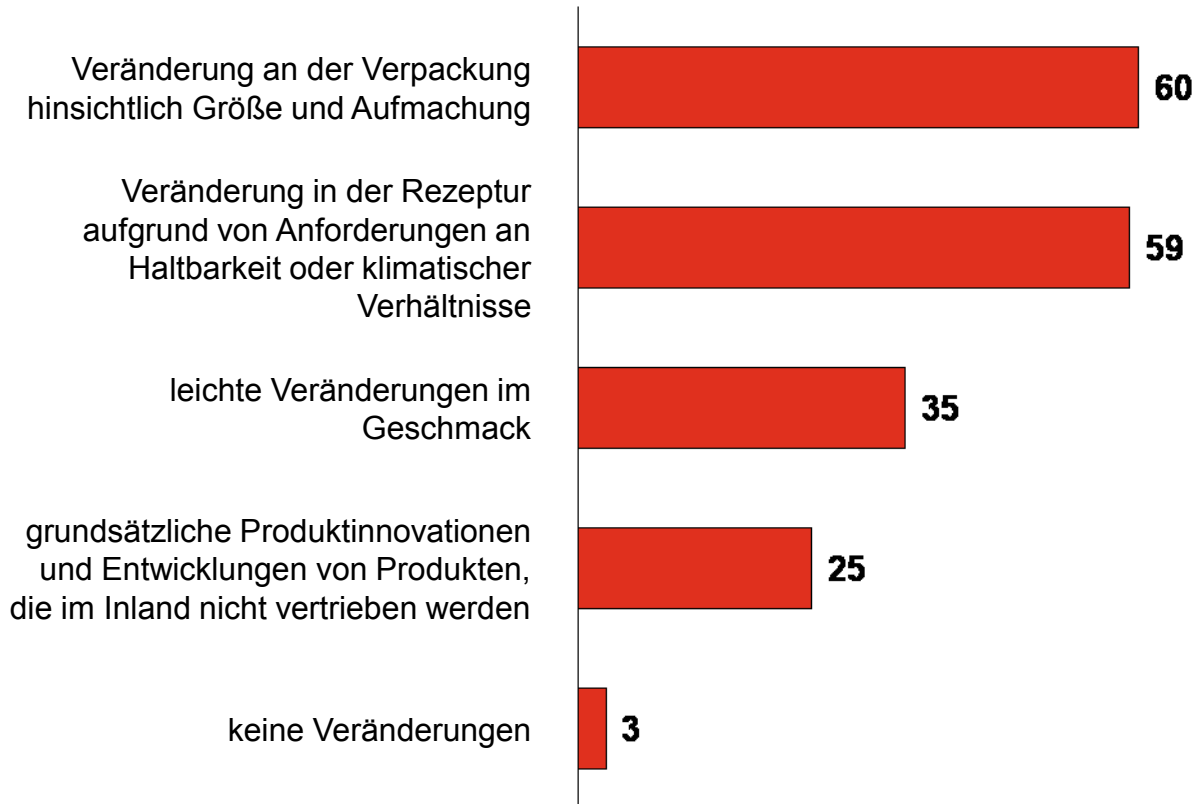
Frage Z 3

n = 37

Angaben in %

Mehrfachnennungen möglich

Molkereiprodukte



Anpassung an Konsumpräferenzen im Ausland

Inwiefern passen Sie Ihre Produkte an die Konsumpräferenzen Ihrer ausländischen Kunden an?

Frage Z 3

n = 46

Angaben in %

Mehrfachnennungen möglich

Obst- und Gemüseprodukte



Anpassung an Konsumpräferenzen im Ausland

Inwiefern passen Sie Ihre Produkte an die Konsumpräferenzen Ihrer ausländischen Kunden an?

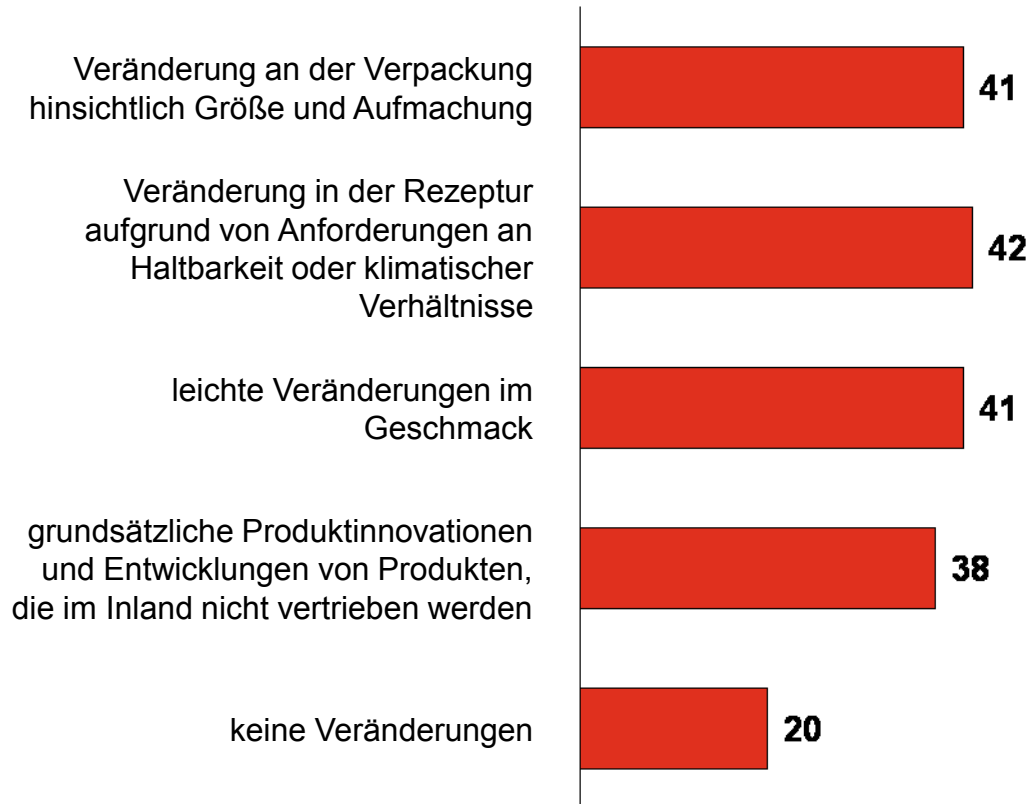
Frage Z 3

n = 21

Angaben in %

Mehrfachnennungen möglich

Alkoholfreie Getränke



Anpassung an Konsumpräferenzen im Ausland

Inwiefern passen Sie Ihre Produkte an die Konsumpräferenzen Ihrer ausländischen Kunden an?

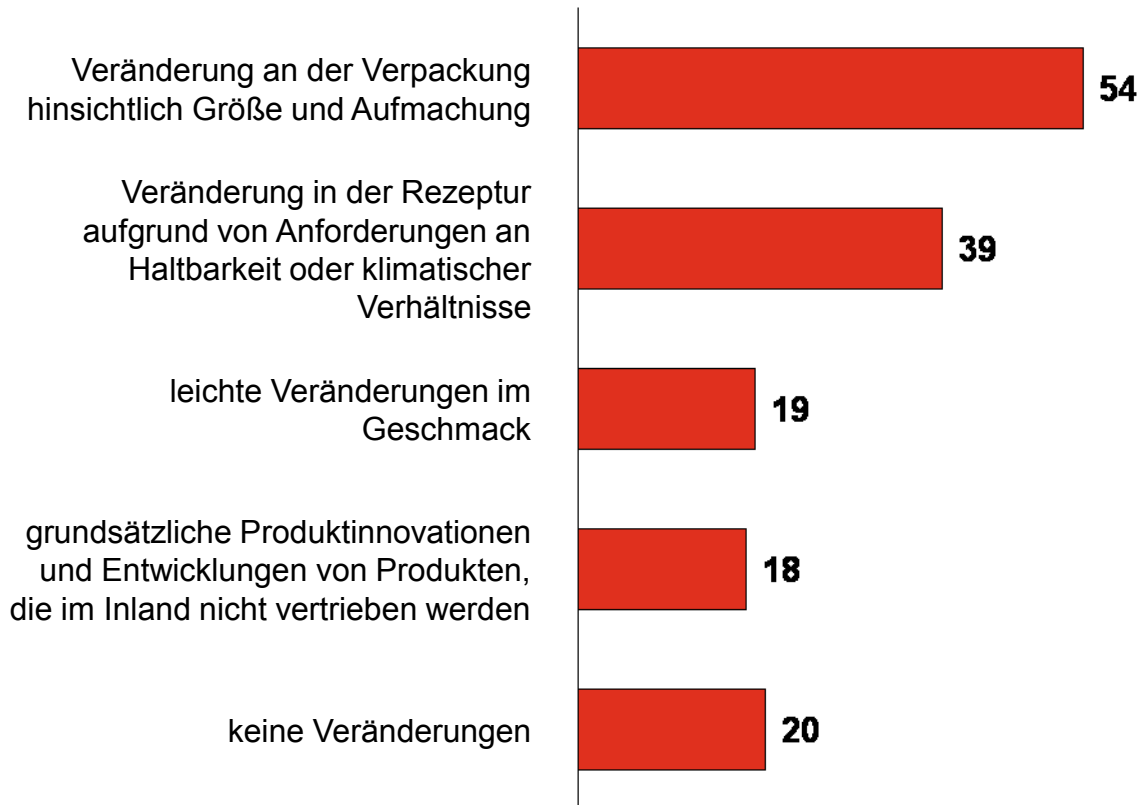
Frage Z 3

n = 36

Angaben in %

Mehrfachnennungen möglich

Backwaren



Anpassung an Konsumpräferenzen im Ausland

Inwiefern passen Sie Ihre Produkte an die Konsumpräferenzen Ihrer ausländischen Kunden an?

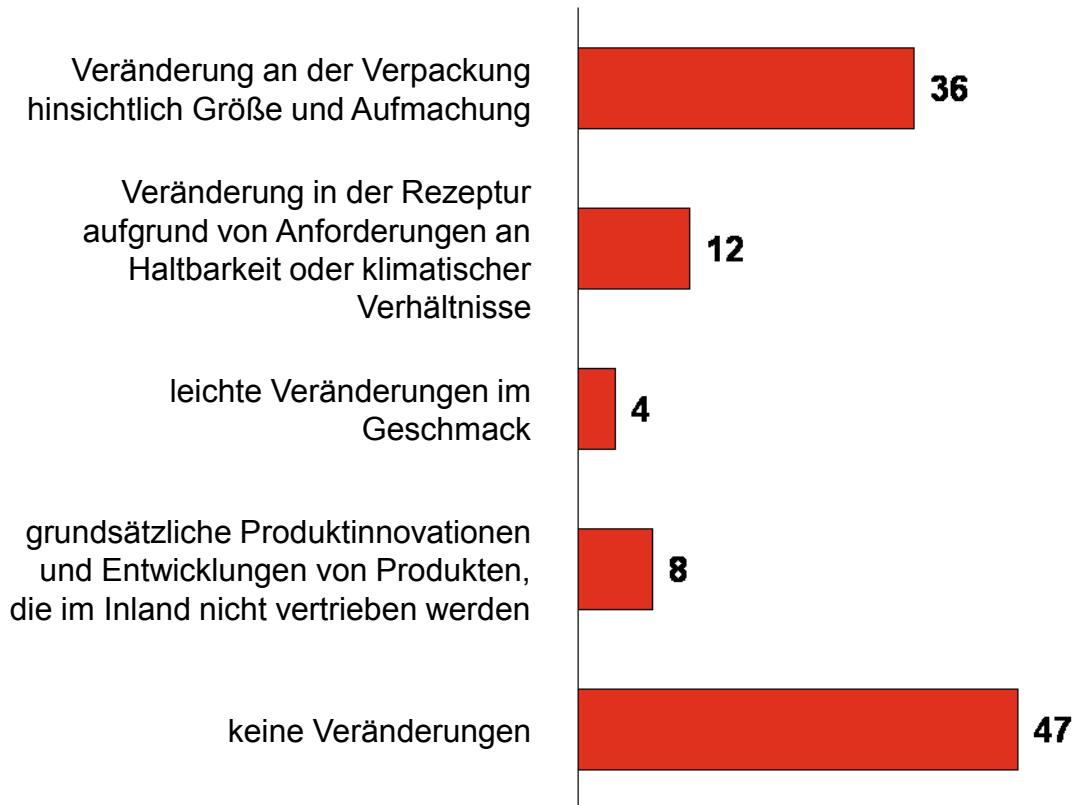
Frage Z 3

n = 27

Angaben in %

Mehrfachnennungen möglich

Fleisch



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
Bundesvereinigung der
Deutschen Ernährungsindustrie (BVE)
Tel.: (030) 200 786 143
e-Mail: slehmann@bve-online.de