

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages



# *PwC Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie*

im Auftrag der  
Bundesvereinigung der deutschen  
Ernährungsindustrie (BVE)

Ergebnisse Mai 2011

---

# *Inhalt*

Anlage der Studie	3
Geschäftslage, Geschäftserwartung, Exportklima	7
Export in EU-Länder	11
Export in Nicht-EU-Länder	14
Vertriebswege	17
Bedeutung der Energiekosten	20

---

# *Anlage der Studie*

Für das PwC-Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie im Auftrag der Bundesvereinigung der deutschen Ernährungsindustrie (BVE) wurden vom 27. April bis 18. Mai 2011 zum dritten Mal 401 Geschäftsführer bzw. Exportleiter der deutschen Ernährungsindustrie 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 gefördert. Der Exportklimaindex wird aus der Einschätzung der aktuellen Geschäftslage und der Erwartung für die nächsten sechs Monate errechnet.

---

## *Erläuterung Methodik*

Methode:	Telefonische Befragung (CATI) standardisierter Fragebogen
Zielgruppe:	Exportleiter, Geschäftsführer
Stichprobe:	401 befragte Unternehmen
Adressenquelle:	BVE-Adressdaten Export
Adresspool:	ca. 1.600 Adressen
Befragungszeitraum:	27. April bis 18. Mai 2011

# Stichprobe

Branchen	Stichprobe absolute Werte	Anteil in der Stichprobe in % (ungewichtet)
Molkereiprodukte	44	11,0
Süßwaren	56	13,9
Fleisch	50	12,5
Öl	10	2,5
Bier	31	7,7
Obst- und Gemüseverarbeitung	30	7,5
Alkoholfreie Getränke	35	8,7
Fleisch- und Wurstwaren	60	15,0
Feinkost, Fertiggerichte	25	6,2
Backwaren	40	10,0
Sonstige	20	5,0
<b>Gesamt</b>	<b>401</b>	<b>100</b>

# Export-Klima Lesebeispiel

## Beurteilung der Geschäftslage

<b>Gut</b>	50%
<b>Befriedigend</b>	30%
<b>Schlecht</b>	20%
<b>Saldo</b>	<b>+50-20 = 30</b>

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

## Beurteilung der Geschäftserwartung

<b>Besser</b>	20%
<b>Gleichbleibend</b>	50%
<b>Schlechter</b>	30%
<b>Saldo</b>	<b>+20-30 = - 10</b>

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 Exportleiter der deutschen Ernährungsindustrie beurteilen die derzeitige Geschäftslage ihrer Unternehmen in den Auslandsmärkten ein wenig schlechter als vor einem halben Jahr. Der Saldo der positiven und negativen Einschätzungen ging im Vergleich zur Dezember-Erhebung von +49 auf +48 Punkte leicht zurück. Für das PwC-Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie im Auftrag der BVE wurden im Mai 2011 wiederum 401 Exportleiter befragt.

Hinsichtlich der Exporterwartungen für die kommenden 6 Monate hat sich die Stimmung in der Ernährungsindustrie – im Unterschied zu den Prognosen für die konjunkturelle Entwicklung der Gesamtwirtschaft – sogar noch weiter verbessert. Der Saldo stieg im Mai 2011 von +34 auf +43 Punkte an.

Das Exportklima, das sich aus der Beurteilung von Geschäftslage und Geschäftserwartung errechnet, verbesserte sich von +41 auf +45 Punkte weiter aufgehellt. Der aktuelle Indexwert rückt damit näher an den bisherigen Spitzenwert von +54 Punkten im Mai 2007 heran.

Geschäftslage und Geschäftserwartung werden von den einzelnen Branchen der Ernährungsindustrie wiederum sehr unterschiedlich bewertet. Während viele die Geschäftslage im Mai 2011 besser als vor einem halben Jahr bezeichnen, stufen die Fleischwaren und Fleisch exportierenden Unternehmen die derzeitige Lage als schlechter ein. Für die kommenden 6 Monate erwarten die Exportleiter von Molkereiprodukten, Fleisch, alkoholfreien Getränken und Bier eine Verbesserung des Exportgeschäftes, während die übrigen Branchen von einer Abschwächung ausgehen.

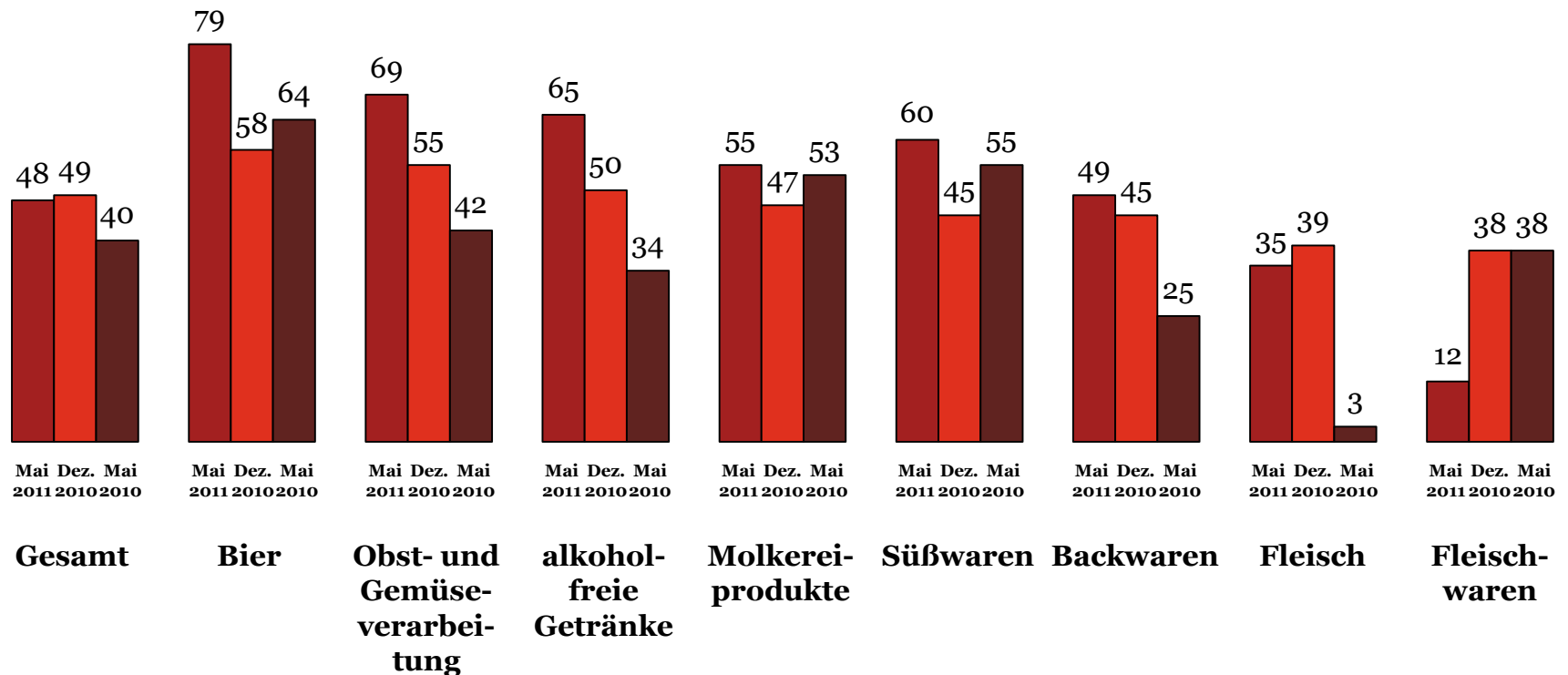
# Geschäftslage

## - Gesamt und ausgewählte Branchen -

Frage 2: Wie beurteilen Sie die  
aktuelle Geschäftslage Ihres  
Unternehmens in den  
Auslandsmärkten?

n = 401

Salden in %-Punkten

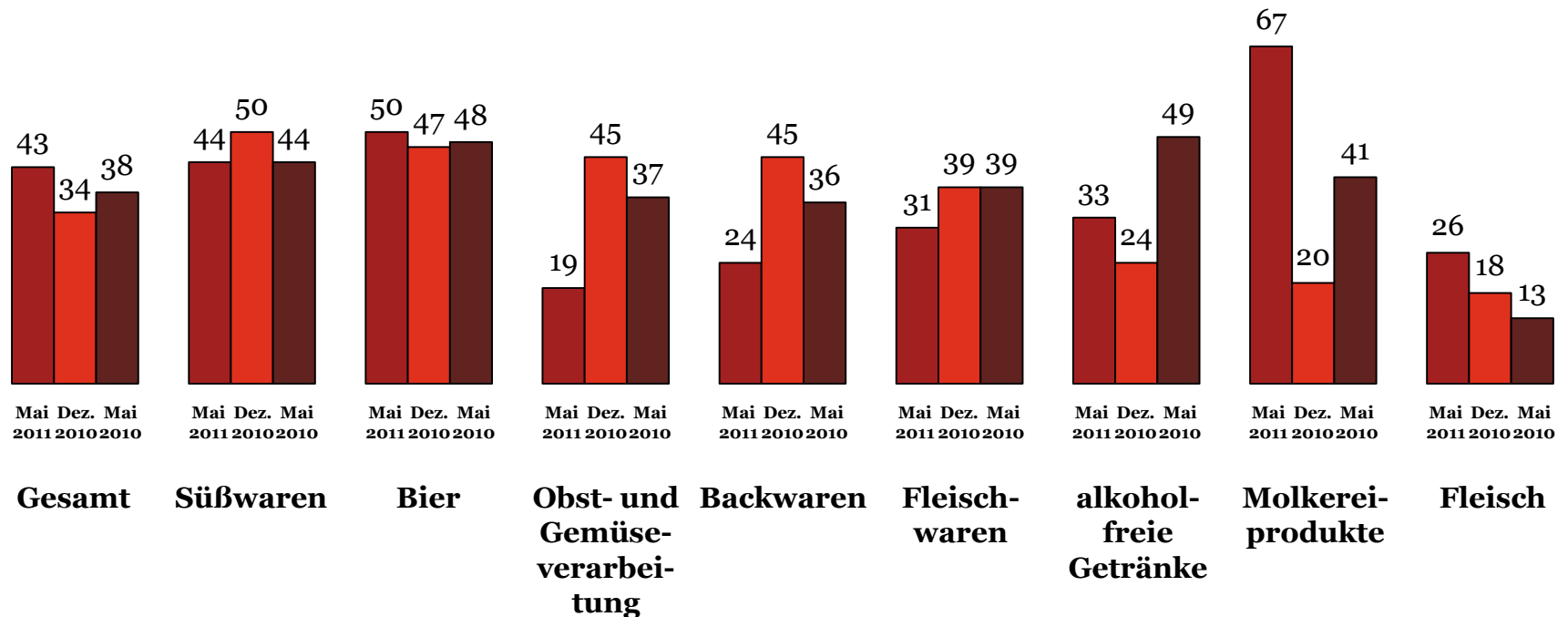




# Geschäftserwartung

## - Gesamt und ausgewählte Branchen -

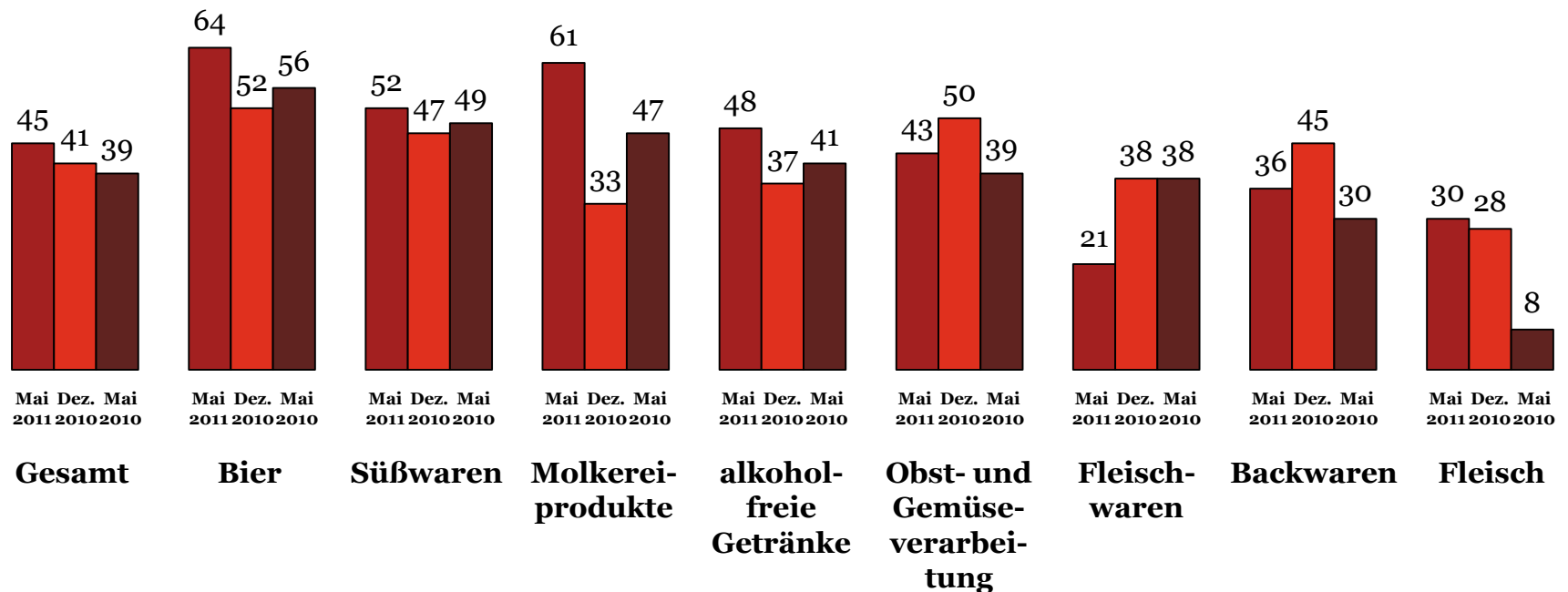
Frage 3: Wie ist Ihre  
Geschäftserwartung für die  
nächsten 6 Monate in den  
Auslandsmärkten?  
n = 401  
Salden in %-Punkten



# Exportklima

## - Gesamt und ausgewählte Branchen -

Fragen 2, 3  
n = 401  
Salden in %-Punkten



---

# *Export in EU-Länder*

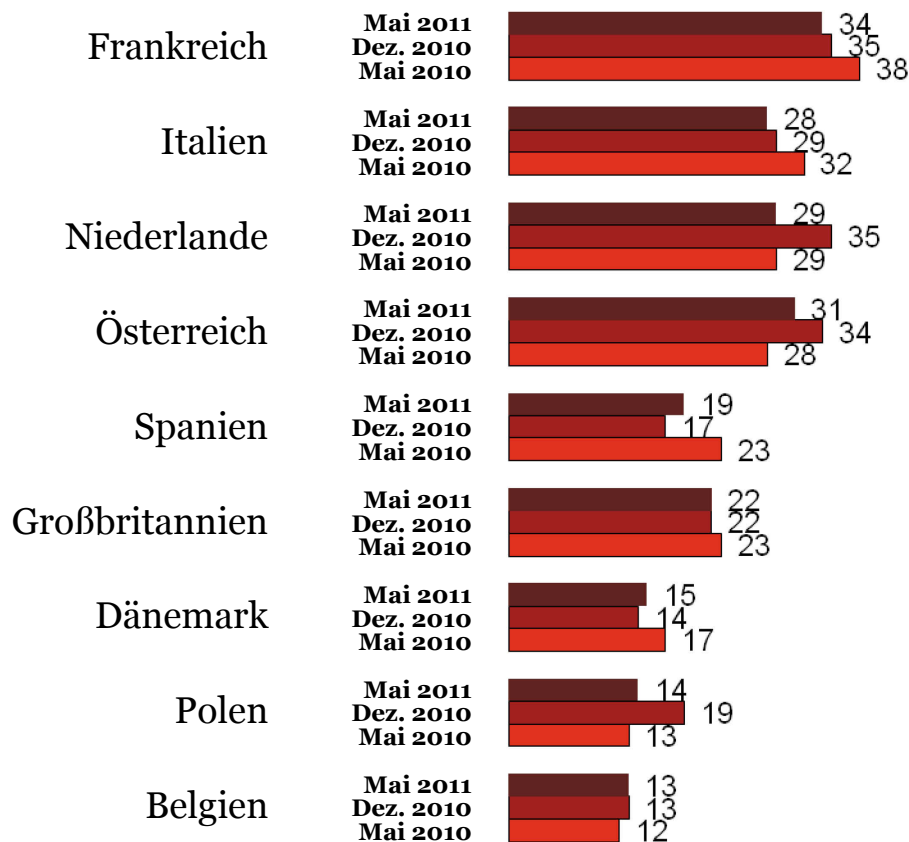
Rund 83% der deutschen Lebensmittelexporte werden innerhalb der Europäischen Union abgesetzt. Zu den wichtigsten Absatzmärkten zählen die Niederlande, Frankreich, Österreich und Italien. Insgesamt entwickelt sich der Export in die EU-Länder rückläufig. Dies gilt insbesondere für die Exporte in die vier wichtigsten Absatzmärkte .

Für die großen Absatzmärkte entwickeln sich lediglich die Absatzerwartungen für Österreich positiv: knapp die Hälfte der befragten Unternehmen rechnet mit steigenden Exporten, im Dezember war es nur ein Drittel. Wieder positiv sind die Absatzerwartungen für Dänemark und Spanien: 61% (Dänemark) bzw. 46% (Spanien) der Befragten rechnen mit steigenden Exporten in diese Länder.

# Export in EU-Länder

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

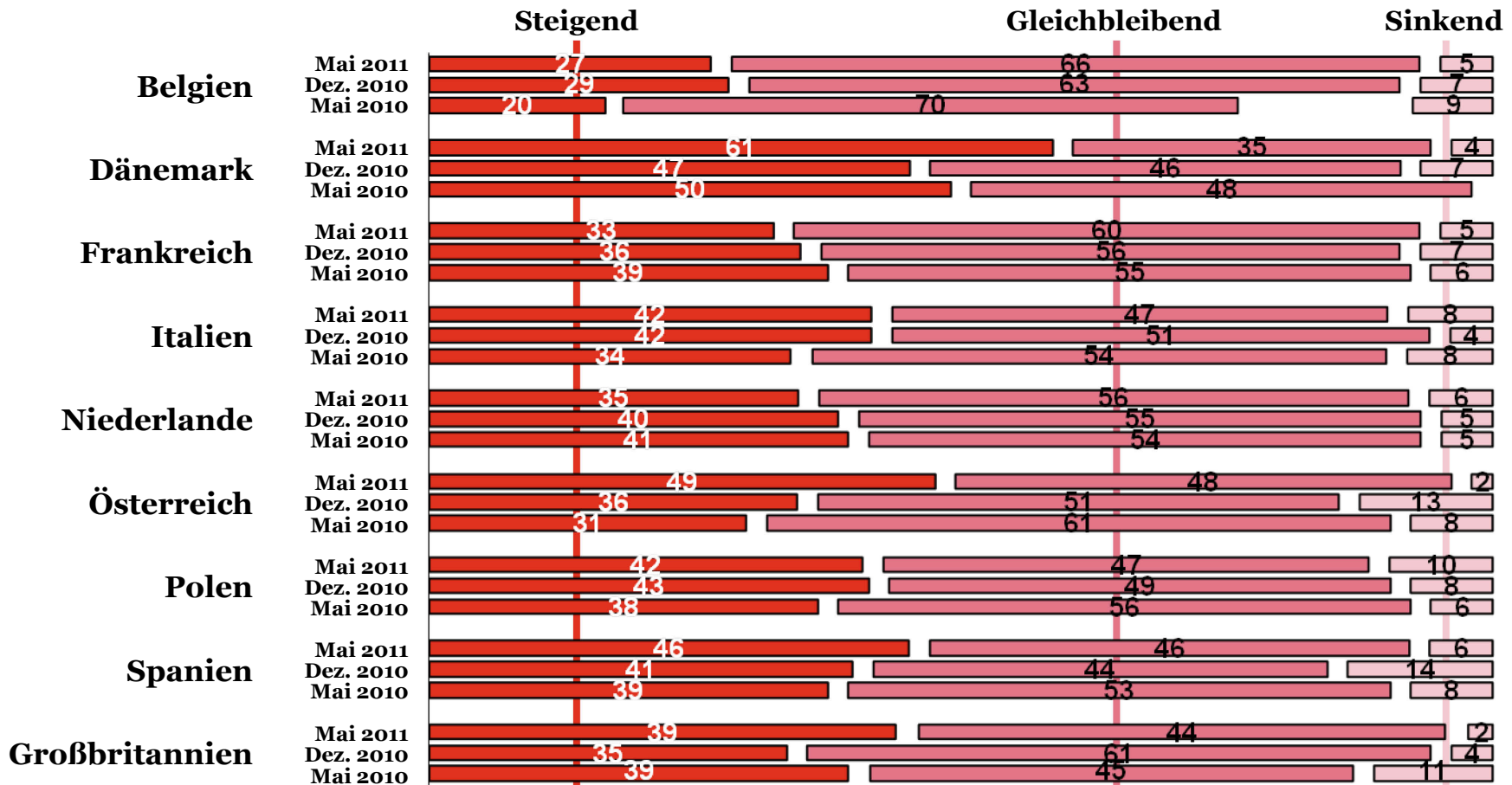
Frage 4  
n = 401  
Angaben in %



# Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate

- EU-Länder -

Frage 5: In Bezug auf den Absatz wird er in (EU-Land)...  
Länder mit mind. 30 Beurteilungen  
Angaben in %  
Differenz zu 100 % = k. A.



---

# *Export in Nicht-EU-Länder*

Das am 1. Juli 2010 in Kraft getretene Schweizer Gesetz zur Erleichterung von EU-Importen hat in der Mai-Befragung erstmals Wirkung gezeigt: die Bedeutung der Schweiz als Exportland ist gegenüber der Dezember-Befragung um 7 Prozentpunkte gestiegen.

Hinsichtlich der Absatzerwartung nach Ländern rechnen die Exportleiter vor allem mit einer Belebung der Exporte in Nicht-EU-Länder. Von den Unternehmen, die nach Russland exportieren, erwarten fast drei Viertel in den nächsten 6 Monaten Absatzsteigerungen (Dez. 2010: 57%); von denen, die in die USA exportieren sind es 56% und von denjenigen, die nach China exportieren sind es sogar 76%.

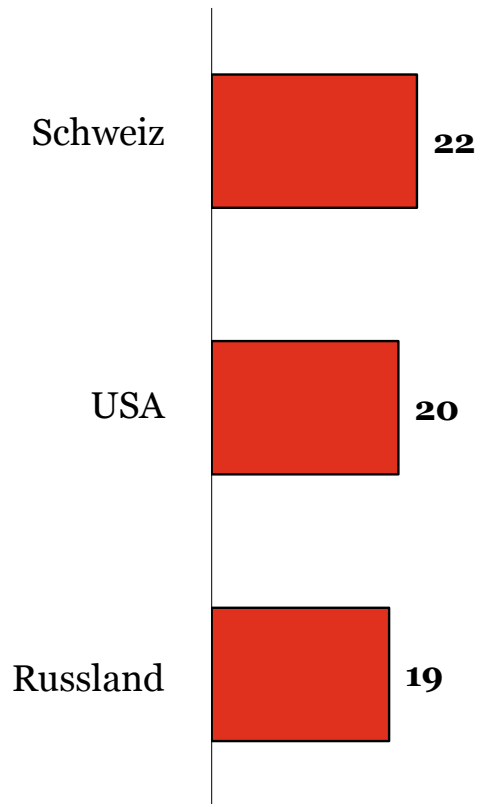
Wieder optimistischer schätzen die Exportleiter die Absatzmöglichkeiten in Japan ein. Rechneten im Dezember nur 37% mit einem Plus, so ist der Anteil in der Mai-Befragung auf 46% gestiegen. Ein „Fukushima-Effekt“ lässt sich aus dieser Entwicklung allerdings nicht ableiten, da die hohen Exporterwartungen aus dem Mai 2010 noch nicht wieder erreicht sind.

# Export in Nicht-EU-Länder

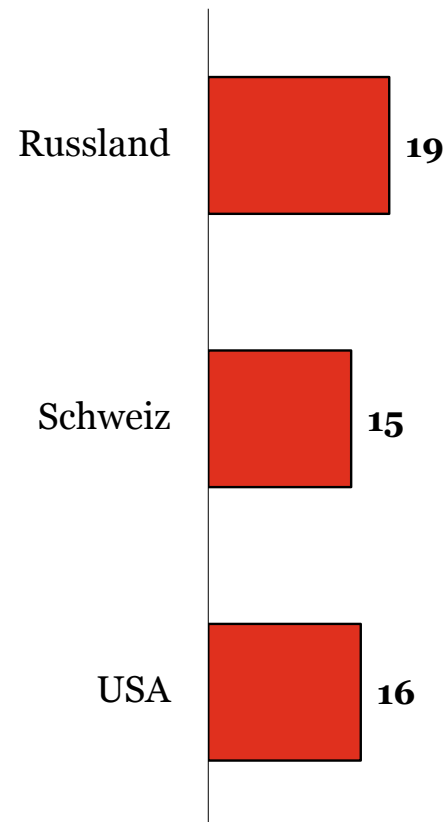
- Welches sind die 3 wichtigsten Nicht-EU-Länder, in die Ihr Unternehmen regelmäßig exportiert? -

Frage 8  
n = 315 (Mai), 304 (Dez.)  
Angaben in %

Mai 2011



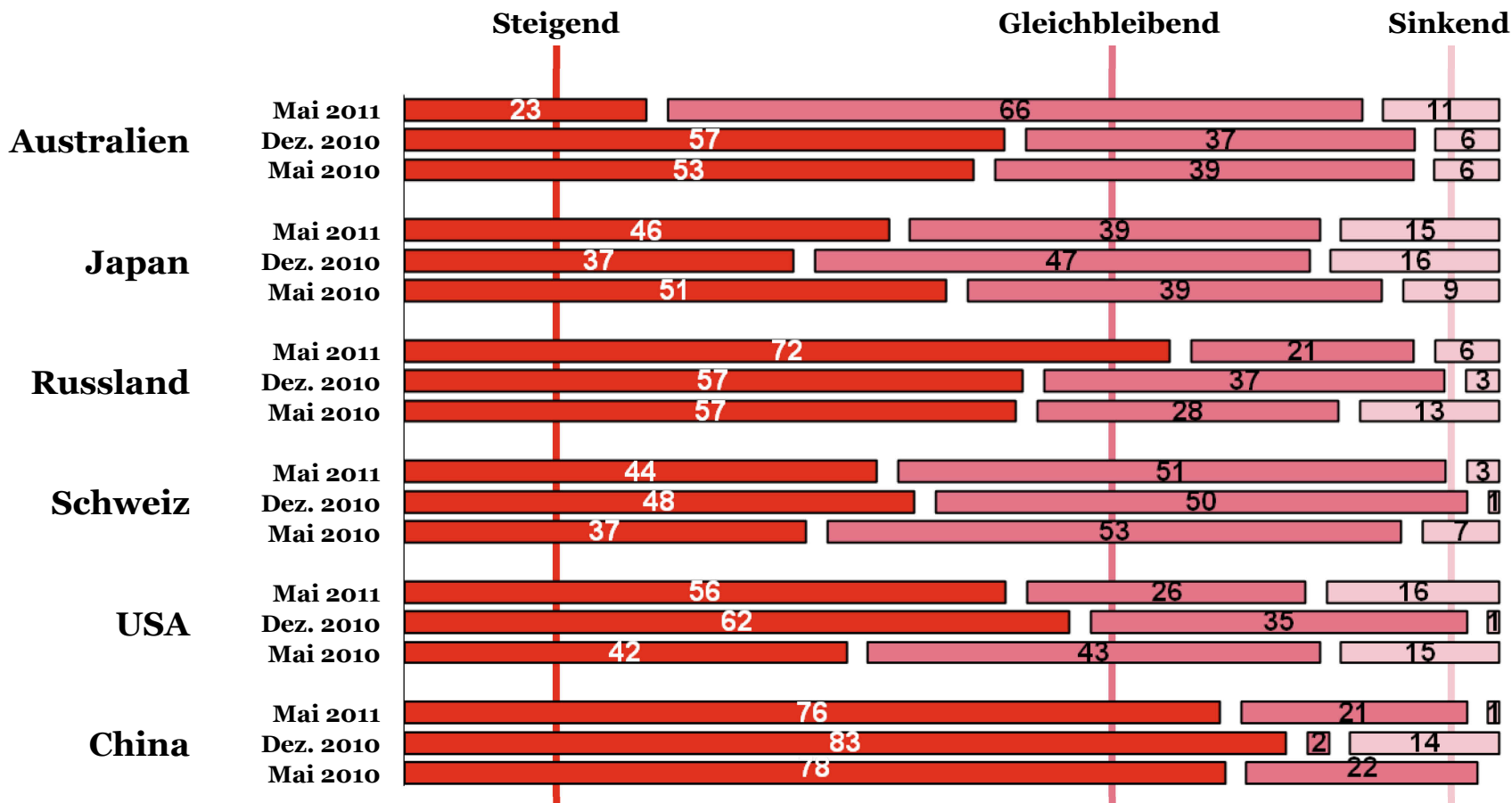
Dezember 2010



# Absatzerwartung für die nächsten 6 Monate

## - Nicht-EU-Länder -

Frage 9: In Bezug auf den Absatz wird er in (Nicht-EU-Land)...  
Länder mit mind. 30  
Beurteilungen  
Angaben in %  
Differenz zu 100 % = k. A.





---

# *Vertriebswege*

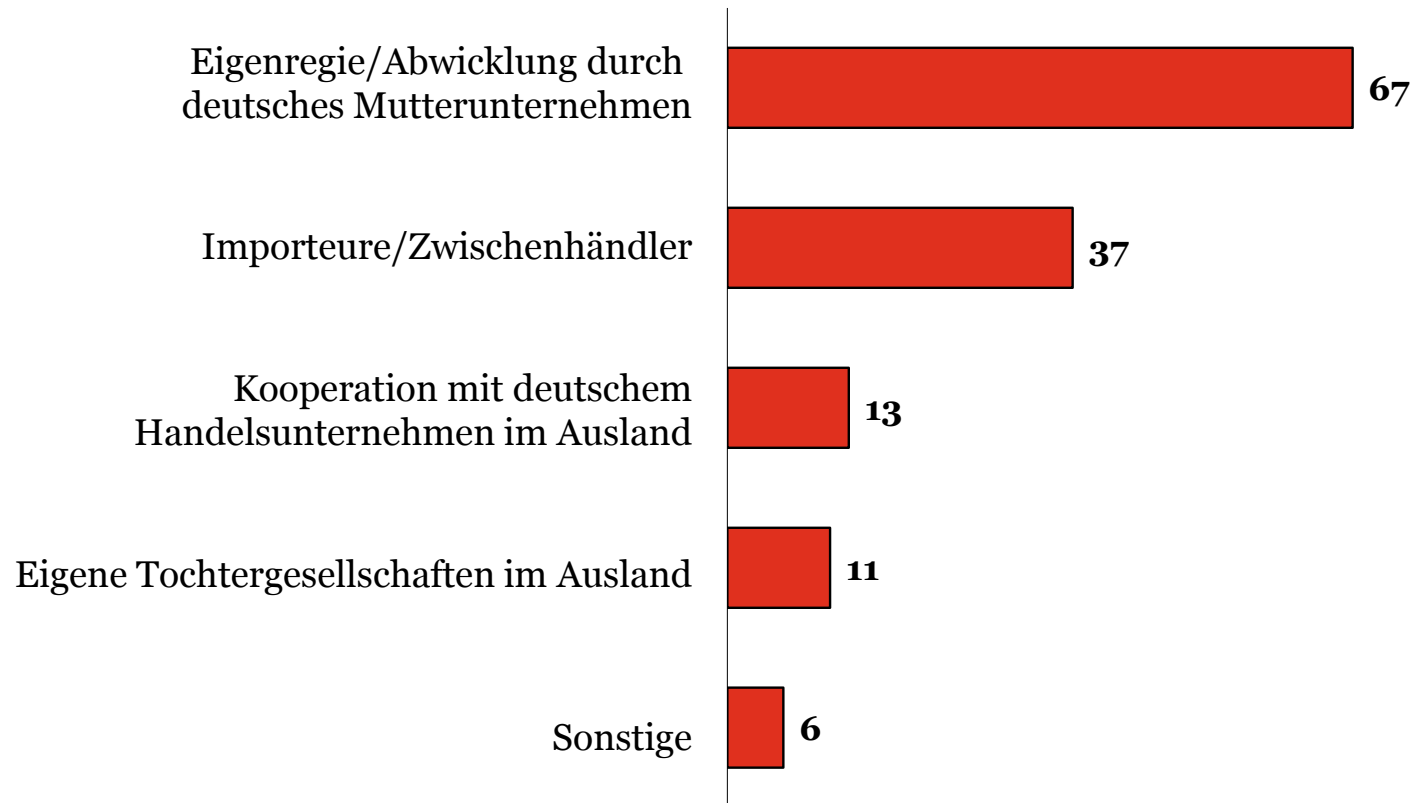
Bei den Vertriebswegen innerhalb der EU zeigt sich eine klare Entwicklung zu mehr Eigenregie: während im Dezember noch 61% der befragten Unternehmen die Eigenregie als wichtigsten Vertriebsweg bezeichneten, sind es jetzt 67%. Auch die Kooperationen mit deutschen Handelsunternehmen und die Gründung eigener Tochtergesellschaften im Ausland nehmen an Bedeutung zu. Eindeutig rückläufig ist der Export über Importeure und Zwischenhändler.

Der Trend zu mehr Eigenregie zeichnet sich auch für den Export in Nicht-EU-Staaten ab. Während im Dezember 2010 noch 60% der befragten Unternehmen den Export über Importeure und Zwischenhändler abgewickelt haben, sind es jetzt nur noch 55%. Der Anteil der Unternehmen, die den Export in Eigenregie abwickeln, ist um 10 Prozentpunkte von 44% auf 54% gestiegen.

# Vertriebswege für Export in EU-Länder

- Wie ist der Export in die EU-Länder in Ihrem Unternehmen organisiert?  
Welche Vertriebswege nutzen Sie überwiegend? -

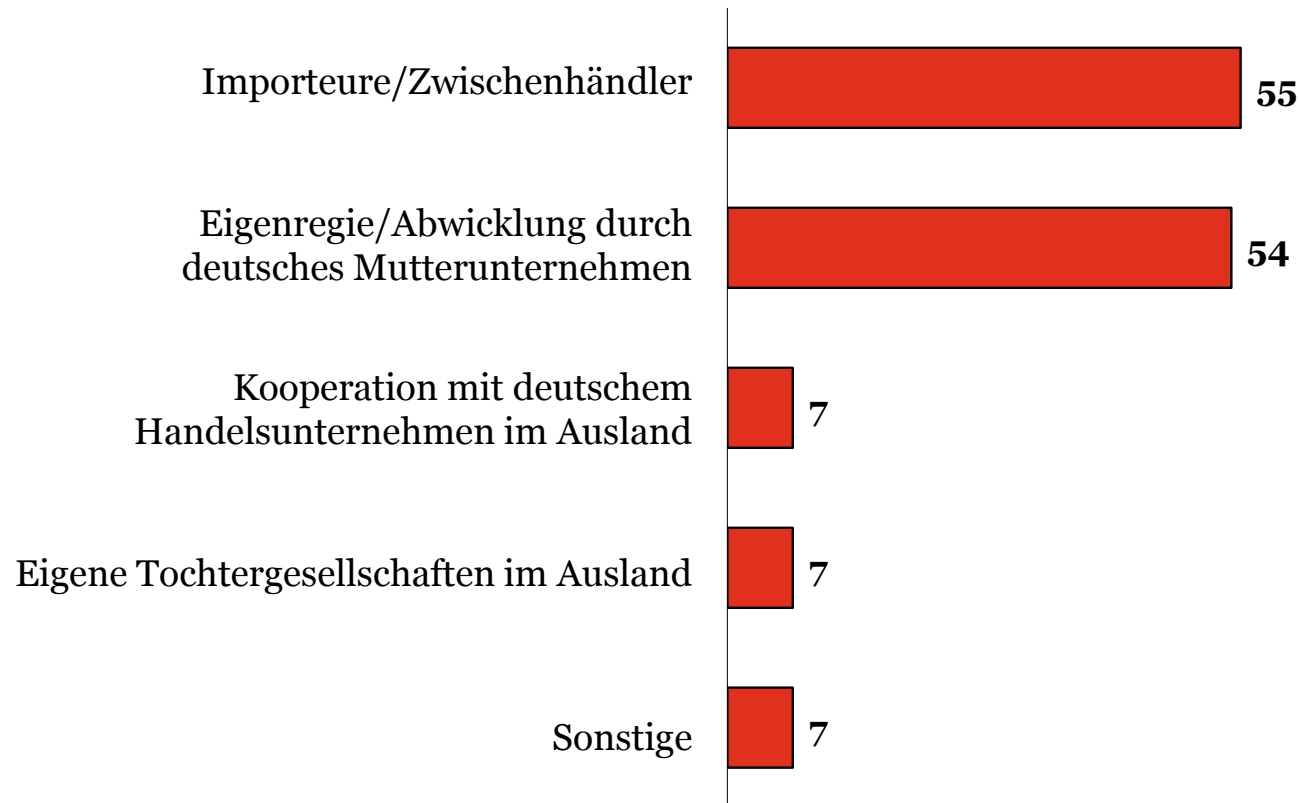
Frage 6  
n = 401  
Angaben in %  
Mehrfachnennungen möglich



# Vertriebswege für Export in Nicht-EU-Länder

- Wie ist der Export in die Nicht-EU-Länder in Ihrem Unternehmen organisiert? Welche Vertriebswege nutzen Sie überwiegend? -

Frage 10  
(Filter: Export in Nicht-EU-Länder)  
n = 315  
Angaben in %  
Mehrfachnennungen möglich



---

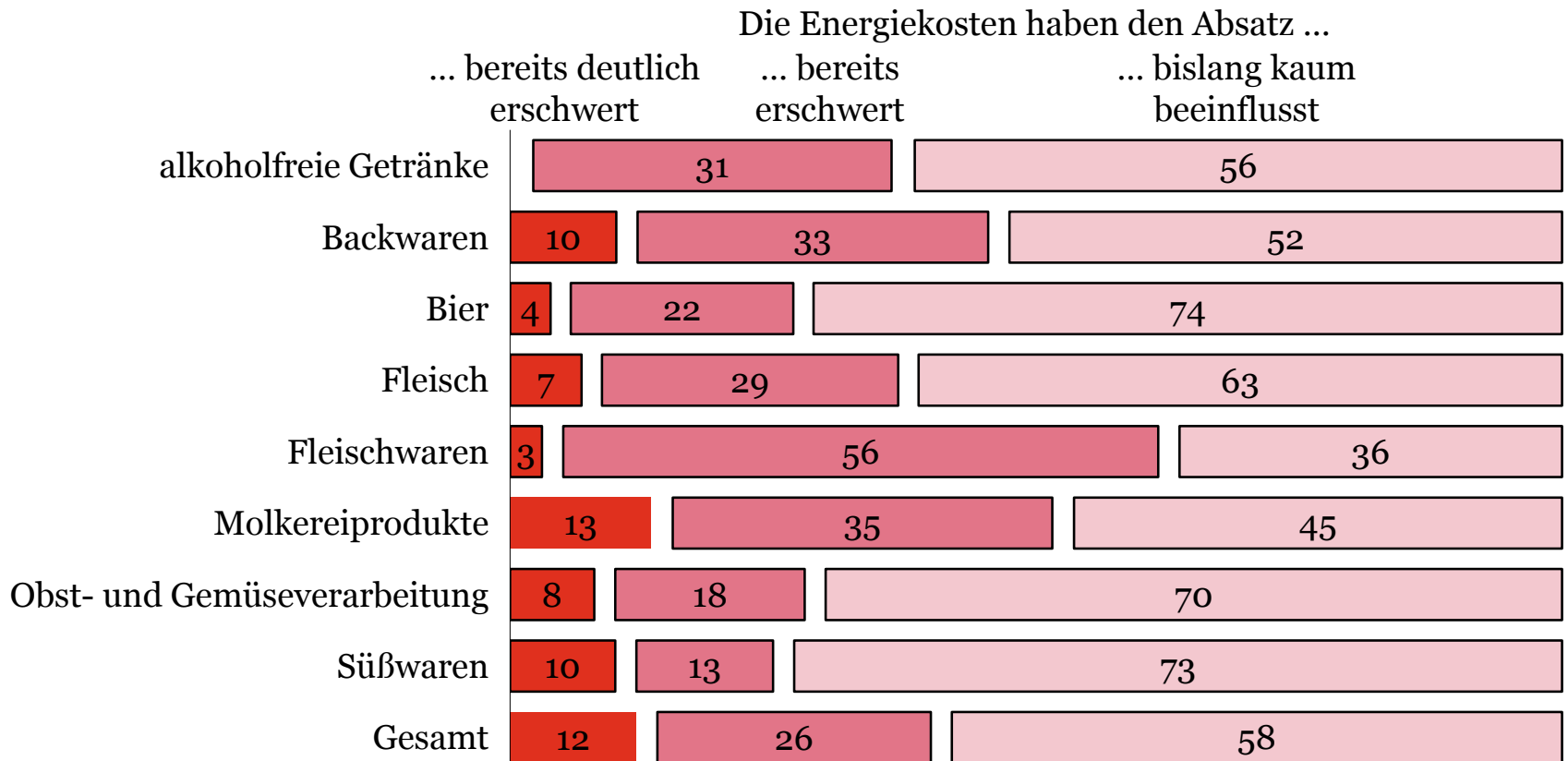
# *Bedeutung der steigenden Energiekosten für den Export*

Als aktuelles Thema sind die Auswirkungen der gestiegenen Energiekosten untersucht worden. Bei 38% der befragten Unternehmen haben die gestiegenen Energiekosten den Absatz in den Exportländern bereits erschwert bzw. deutlich erschwert. Für die kommenden 6 Monate rechnen über 40% der Exporteure damit, dass die Energiekosten die Wettbewerbsstellung in den Exportländern verschlechtern, 55% sind der Meinung, dass die Energiekosten die Wettbewerbsstellung kaum beeinflussen werden.

# Bisherige Auswirkungen der gestiegenen Energiekosten

- Inwieweit haben die gestiegenen Energiekosten bereits den Absatz in den Exportländern beeinflusst? -  
Gesamt und nach Branchen

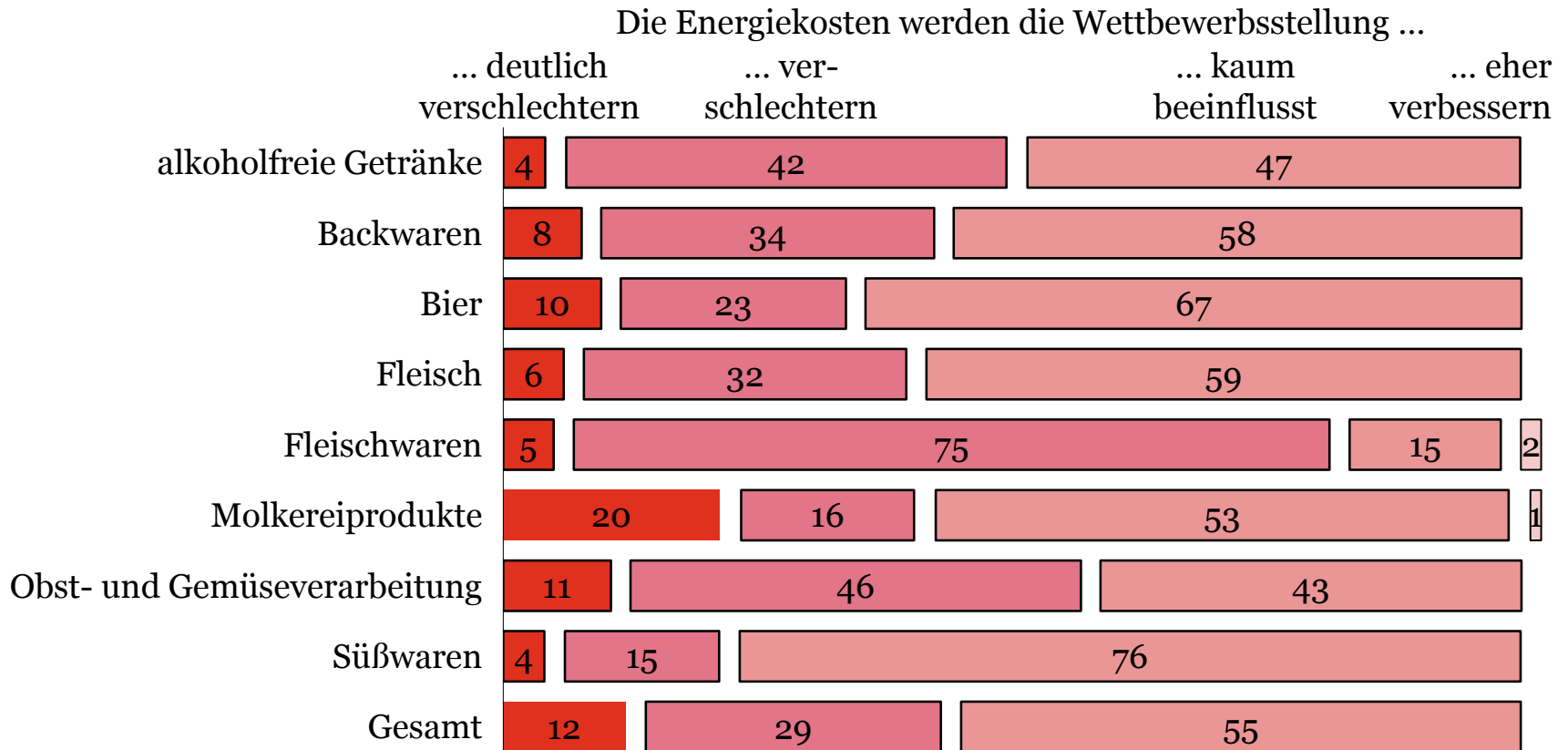
Frage 11  
n = 401  
Angaben in %  
Differenz zu 100% = k. A.



# Erwartete Auswirkungen der Energiekosten in den kommenden 6 Monaten

- Welche Auswirkungen erwarten Sie aufgrund der Energiekosten hinsichtlich der Wettbewerbsstellung in den Exportländern? -

Frage 12  
n = 401  
Angaben in %  
Differenz zu 100% = k. A.



---

# *Ihre Kontakte*

## **Gerd Bovensiepen**

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

## **Dr. Stephanie Rumpff**

Senior Manager Business Development  
Competence Center Retail & Consumer  
PricewaterhouseCoopers AG WPG  
Tel.: (0211) 981 2118  
e-Mail: [stephanie.rumpff@de.pwc.com](mailto:stephanie.rumpff@de.pwc.com)

## **Dr. Sabine Eichner Lisboa**

Geschäftsführerin  
Bundesvereinigung der  
Deutschen Ernährungsindustrie (BVE)  
Tel.: (030) 200 786 151  
e-Mail: [seichner@bve-online.de](mailto:seichner@bve-online.de)

## **Tobias Andres**

Referent Wirtschaftspolitik  
Bundesvereinigung der  
Deutschen Ernährungsindustrie (BVE)  
Tel.: (030) 200 786 154  
e-Mail: [tandres@bve-online.de](mailto:tandres@bve-online.de)