

KONJUNKTURBERICHT DER ERNÄHRUNGSINDUSTRIE 01 | 2022



Foto: © bluecinema/iStock

Mit 638.831 Beschäftigten in 6.152 Betrieben ist die Ernährungsindustrie der fünftgrößte Industriezweig in Deutschland. Die Branche besteht zu über 90 Prozent aus kleinen und mittelständischen Betrieben und ist Stabilitäts-, Wohlstands- sowie Beschäftigungsfaktor in allen Regionen Deutschlands.

Täglich überzeugt sie 83 Millionen Verbraucherinnen und Verbraucher in Deutschland mit bezahlbaren Lebensmitteln, die sich durch höchste Qualität, Sicherheit, Tradition, Zuverlässigkeit und Kundenorientierung auszeichnen. Dank eines Exportanteils von rund 35 Prozent können Menschen weltweit Lebensmittel „made in Germany“ genießen.

Neben den Auswirkungen der Corona-Pandemie waren vermehrt starke Preissteigerungen sowie Knappheiten von Agrarrohstoffen sowohl im vierten Quartal 2021 als auch im ersten Quartal 2022 eine Herausforderung. Durch den russischen Angriffskrieg auf die Ukraine ergaben sich im ersten Quartal 2022 weitere große wirtschaftspolitische Unsicherheiten.

Im vierten Quartal 2021 konnte das Inlandsgeschäft ebenso wie das Exportgeschäft im Vergleich zum Vorjahr ein deutliches, preisbedingtes Plus vorweisen. Ebenso stieg die Produktion bei den Nahrungsmittel- und Getränkeherstellern an. Bei einem stark rückläufigen realen Umsatz im Inland verzeichnete der reale Umsatz im Exportgeschäft im vierten Quartal 2021 ein beachtliches Plus, welches zu einem leicht negativen preisbereinigten Umsatz in der Branche im Vergleich zum Vorjahr führte. Das erste Quartal 2022 stand im Zeichen eines schwächelnden Auslandsmarktes. Während der nominale Umsatz preisbedingt sowohl im Inland als auch im Ausland merklich anstieg, konnte nur das Inland einen realen Umsatzanstieg verbuchen. Insgesamt stagnierte der reale Umsatz im Vergleich zum Vorjahr. Wie schon im Vorquartal verzeichneten die Nahrungsmittel- und Getränkehersteller eine steigende Produktionsleistung im Vorjahresvergleich.

Inhalt

1. Gesamtwirtschaftliche Lage	2
2. Exkurs: Deutsche Investitionen in die Ernährungsindustrie im Ausland	4
3. Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2021 und im 1. Quartal 2022	
• Umsatz, Export und Produktion	6
• Preisentwicklung	8
• Geschäftsklima	10
• Konsumklima	11
4. Arbeitsmarkt	13
5. Situationsberichte aus den Branchen	16

1 | Gesamtwirtschaftliche Lage

Nachdem die Weltwirtschaft im Jahr 2020 in Folge der Covid-19-Pandemie um 3,3 Prozent gesunken ist, wird für das Jahr 2022 sowie für das Jahr 2023 jeweils ein Wachstum von 3,6 Prozent prognostiziert, so die Konjunkturstudie „World Economic Outlook“ des IWFs im April 2022. Damit korrigiert der IWF seine Prognose gegenüber Oktober 2021 um 1,3 Prozentpunkte für 2022 nach unten und reagiert auf die globale Unsicherheit im Zuge des russischen Krieges in der Ukraine. Für die Zeit nach 2023 wird mittelfristig mit einem globalen Wachstum von rund 3,3 Prozent gerechnet. Der starke Anstieg der Rohstoffpreise und der sich ausweitende Preisdruck haben dazu geführt, dass die Inflationsprognosen für 2022 bei 5,7 Prozent in den fortgeschrittenen Volkswirtschaften und bei 8,7 Prozent in den Schwellen- und Entwicklungsländern liegen. Dies ist 1,8 beziehungsweise 2,8 Prozentpunkte höher als im vergangenen Januar prognostiziert. Multilaterale Anstrengungen zur Bewältigung der humanitären Krise, zur Verhinderung einer weiteren wirtschaftlichen Fragmentierung, zur Aufrechterhaltung der globalen Liquidität, zur Bewältigung von Schuldenproblemen und des Klimawandels sowie zur Beendigung der Pandemie seien unerlässlich, so die Politikempfehlungen des IWF.

Konjunkturelle Lage in Deutschland

Das Bruttoinlandsprodukt in Deutschland wird im Jahr 2022 preisbereinigt um 2,2 Prozent im Vorjahresvergleich steigen, so die Frühjahresprojektion 2022 der Bundesregierung. Für das Jahr 2023 wird ein weiterer Zuwachs in Höhe von 2,5 Prozent erwartet. Die Bundesregierung korrigiert ihre Erwartungen aus der Jahresprojektion im Januar deutlich nach unten. Hauptgrund für die Eintrübung der wirtschaftlichen Aussichten ist der russische Angriffskrieg gegen die Ukraine. Sowohl die hohen Preise für Agrarrohstoffe und Energie, Lieferengpässen als auch die Sanktionen und die gestiegene Unsicherheit über die zukünftige Versorgung belasten die Wachstumsaussichten der deutschen Volkswirtschaft. Die im Zuge des Krieges stark gestiegenen Preise von Öl, Kohle und Gas treiben die Verbraucherpreise in Deutschland zusätzlich an. Die Bundesregierung erwartet für das Jahr 2022 eine Inflationsrate von 6,1 Prozent. Solche Raten wurden bislang nur zu Zeiten der Ölkrise oder kurz nach der Wiedervereinigung beobachtet. Im nächsten Jahr liegt die Inflationsrate gemäß Prognose der Bundesregierung mit 2,8 Prozent wieder deutlich niedriger. Aufgrund der negativen gesamtwirtschaftlichen Situation wachsen die deutschen Exporte laut Prognose im Jahr 2022 lediglich um 4,2 Prozent, gefolgt von einem Plus von 5,9 Prozent im Jahr 2023. Die Importe steigen mit plus 5,5 Prozent im Jahr 2022 und plus 5,3 Prozent im Jahr 2023 hingegen etwas stärker an. Die privaten Konsumausgaben sollen 2022 um 3,7 Prozent steigen, während die staatlichen Konsumausgaben um 0,1 Prozent rückläufig sind.

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. Die Gründe sind insbesondere der weiterhin harte Wettbewerb im gesättigten Inlandmarkt sowie die zunehmende Regulierung und Bürokratie in der Produktion. Der hohe Ertragsdruck, der hier entsteht, hemmt vor allem das Investitions- und Innovationspotenzial der klein und mittelständisch geprägten Branche. Die Corona-Krise hat diese Situation noch zusätzlich verschärft. Das Wegbrechen der Absätze aus dem Außer-Haus-Markt, das gedämpften Kaufverhalten der Verbraucher, aber auch die schwache globale Nachfrage im Exportgeschäft, steigende Rohstoffpreise und der durch die Lockdownmaßnahmen entstandene Druck auf die Lieferketten haben die Unternehmen auf eine Belastungsprobe gestellt. Im Zuge des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine ergeben sich auch für die Ernährungsindustrie weitere große wirtschaftspolitische Unsicherheiten. Dazu gehören unter anderem Unsicherheiten über die zukünftige Energieversorgung und die ausreichende Versorgung knapper Agrarrohstoffe. Verfügbarkeit und bezahlbare Preise werden nun umso mehr zu besonderen Herausforderungen angesichts der Nachhaltigkeitsziele, denen sich die Branche nach wie vor verpflichtet fühlt. Dabei bieten gerade Strategien für mehr Nachhaltigkeit und Digitalisierung wichtige Wachstumschancen für die Unternehmen, die gefördert werden müssen. Weiterhin müssen Gefahren für den freien Handel ausgeräumt werden. Erreichte Erfolge dürfen nicht durch den Aufbau protektionistischer Barrieren eingebüßt werden, die auch zunehmend die Ernährungsindustrie treffen. Vielmehr braucht es den Abbau und die Prävention von Handelshemmnissen.

Bruttoinlandsprodukt – Veränderung in Prozent nach Ländergruppen

Ländergruppe	Durchschnitt		2019	2020	2021	Prognosen		Veränderung zur IWF-Prognose Oktober 2021	
	2001–2010	2011–2020				2022	2023	2022	2023
Welt	3,9	2,7	2,8	-3,1	6,1	3,6	3,6	-1,3	0,0
Industrieländer	1,7	1,2	1,7	-4,5	5,2	3,3	2,4	-1,2	0,2
Eurozone	1,2	0,6	1,5	-6,3	5,3	2,8	2,3	-1,5	0,3
Entwicklungs- und Schwellenländer	6,2	4,0	3,7	-2,1	6,8	3,8	4,4	-1,3	-0,2

Quelle: IWF, World Economic Outlook April 2022

2 | Exkurs

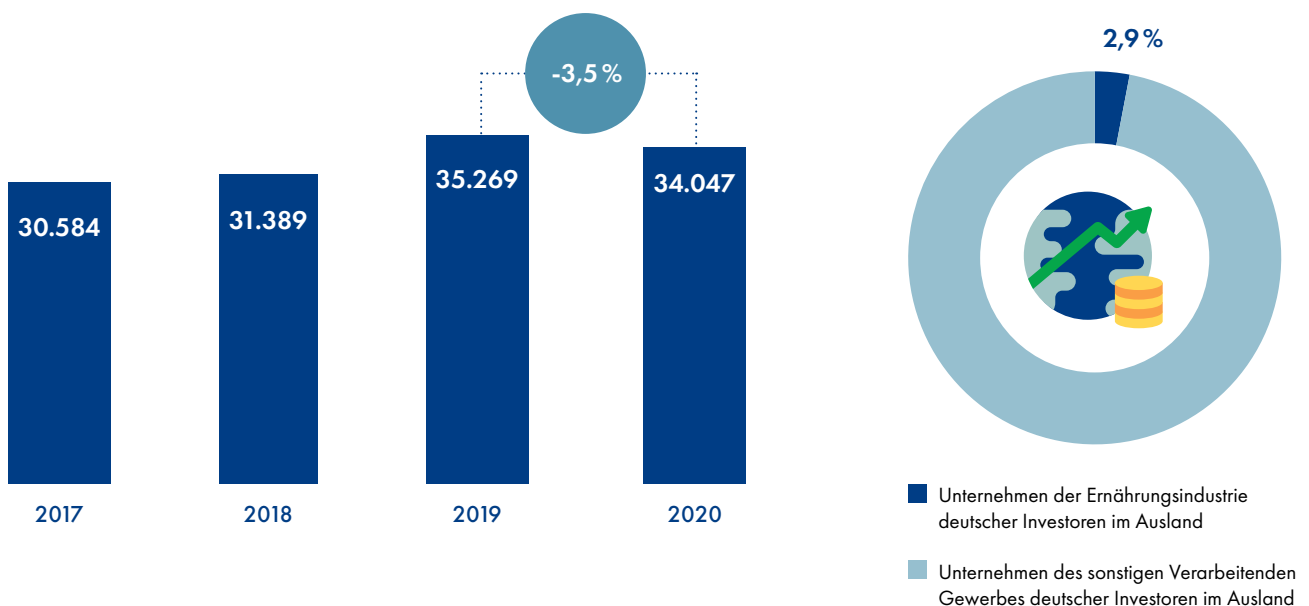
Deutsche Investitionen in die Ernährungsindustrie im Ausland bis 2020

Der Trend zu zunehmend deutschen Investitionen in Unternehmen der Ernährungsindustrie (Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln sowie Getränkeherstellung) im Ausland bestätigt sich auch im Jahre 2020, auch wenn das erste Pandemiejahr Spuren hinterlassen hat. In 2020 ist die Zahl der Unternehmen mit deutschen Investitionen auf 508 taxiert; 11,2 Prozent mehr als in 2017. Auch die Beschäftigungsmöglichkeiten an den Unternehmensstandorten erhöhten sich in diesem Zeitraum deutlich (plus 9,5 Prozent), während sich die Jahresumsätze mit einem Anstieg von plus 11,3 Prozent auf über 34 Milliarden Euro ebenfalls positiv entwickelten.

Im Pandemiejahr zeigte sich die Ernährungsindustrie im Ausland robust. Während sich die Gesamtheit der im verarbeiteten Gewerbe tätigen Unternehmen deutscher Investoren im Ausland über einen Rückgang der Jahresumsätze im Ausland von minus 7,3 Prozent beklagen mussten, fiel der Rückgang der Ernährungsindustrie mit minus 3,5 Prozent deutlich moderater aus.

Jahresumsatz der Unternehmen der Ernährungsindustrie deutscher Investoren im Ausland

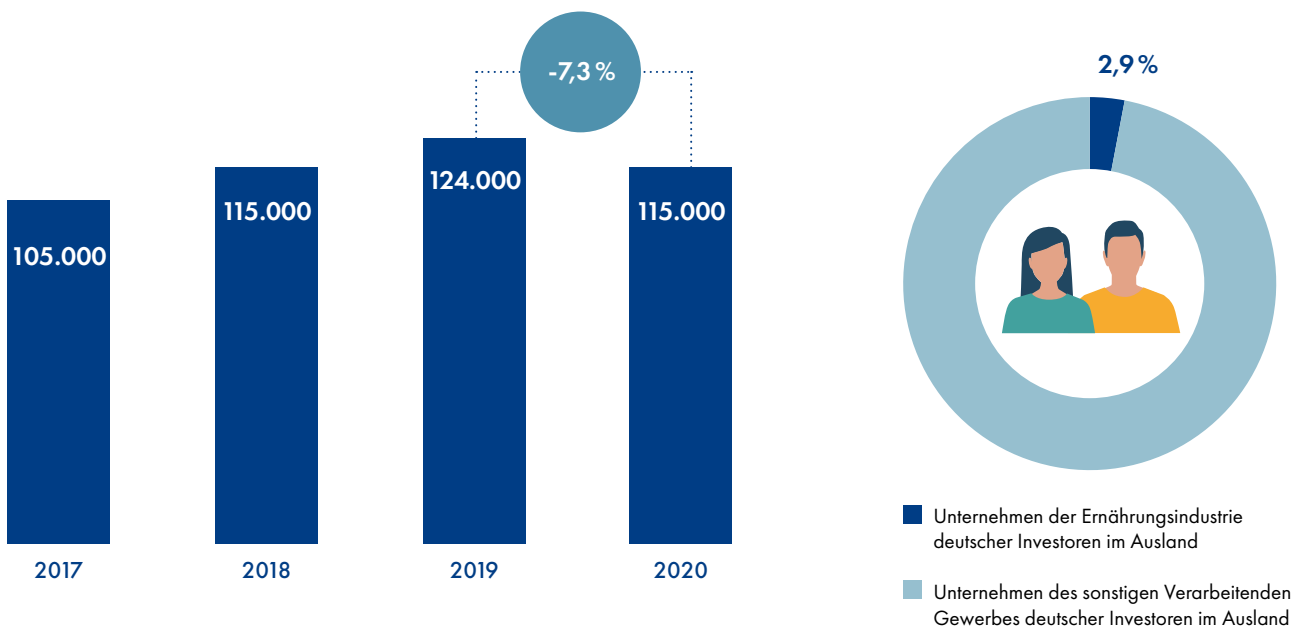
in Mio. Euro



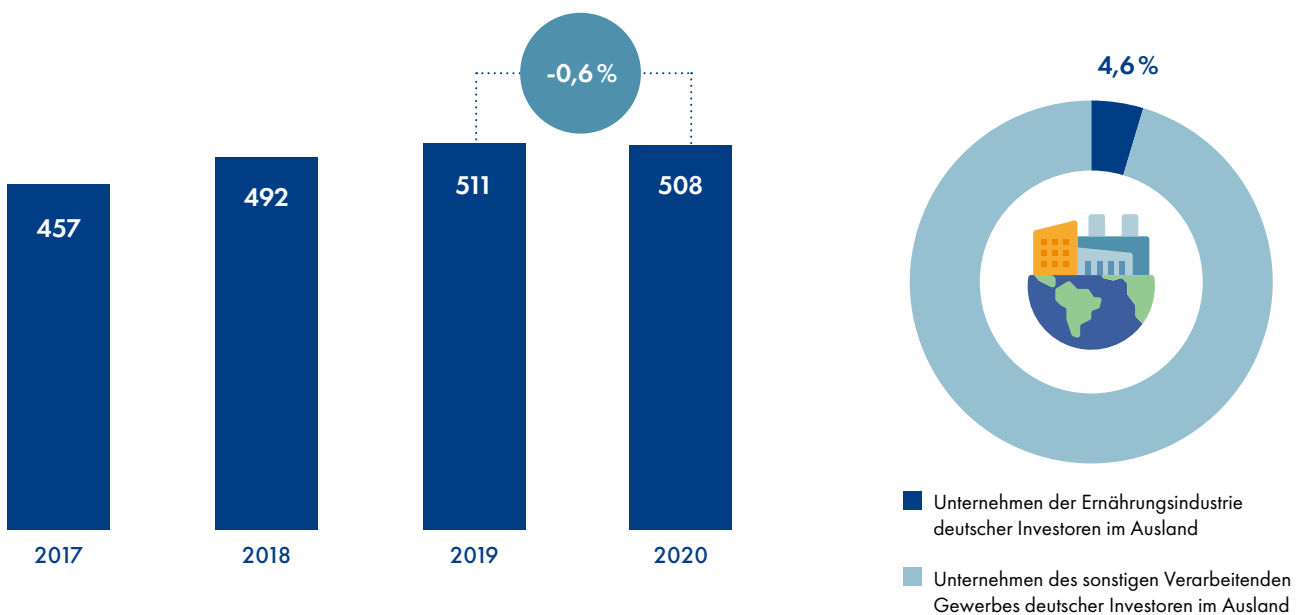
Bei der Zahl der Beschäftigten zeigte sich hingegen ein anderes Bild. Während sich die Gesamtheit der im verarbeiteten Gewerbe tätigen Unternehmen deutscher Investoren im Ausland lediglich einen Rückgang der Beschäftigung von minus 1,7 Prozent hinnehmen musste, waren es in der Ernährungsindustrie minus 7,3 Prozent.

Die Zuwachsraten der Auslandsinvestitionen aus der Branche müssen im Zusammenhang zu den Investitionen des verarbeitenden Gewerbes betrachtet werden. Dabei ist erkennbar, dass die Branche einen geringen Teil der Auslandsinvestitionen ausmacht.

Beschäftigte in Unternehmen der Ernährungsindustrie deutscher Investoren im Ausland



Unternehmen der Ernährungsindustrie im Deutschen Ausland



Quelle: Deutsche Bundesbank, BVE

3 | Konjunktur in der Ernährungsindustrie im 4. Quartal 2021 und 1. Quartal 2022

Umsatz, Export und Produktion

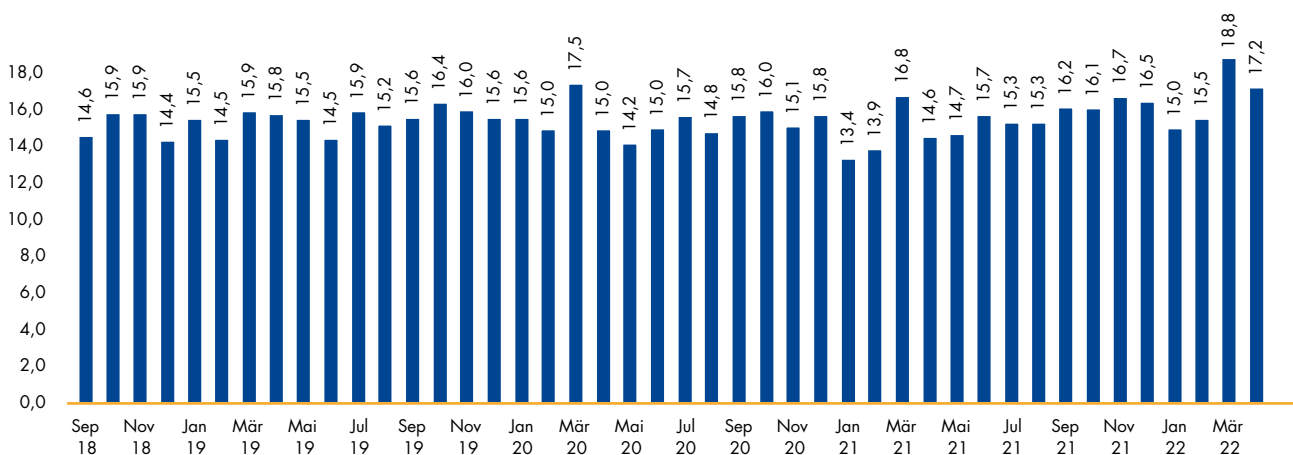
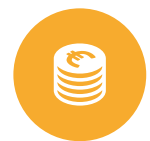
Auch zum Jahreswechsel 2021/2022 stand die deutsche Ernährungsindustrie vor Herausforderungen im Zuge der Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie. Strenge Hygienemaßnahmen in der Produktion sowie stark steigende Kosten für Agrarrohstoffe und Verpackungsmaterial stellten die Branche vor noch nie dagewesene Herausforderungen. Darüber hinaus wurden vermehrt logistische Probleme und Verzögerungen beim Transport von Rohwaren gemeldet, was zu steigenden Kosten im Bereich Logistik geführt hat. Der vergangene Zeitraum war neben einem enormen Anstieg der Agrarstoffpreise umso mehr von stark steigenden Energiepreisen gekennzeichnet, welche sich im ersten Quartal insbesondere negativ auf den Absatz im Ausland auswirkten. Dementsprechend setzte sich die fragile wirtschaftliche Entwicklung des Jahresverlaufes im viertem Quartal 2021 und erstem Quartal 2022 fort.

Im vierten Quartal 2021 erwirtschaftete die Ernährungsindustrie insgesamt 49,3 Milliarden Euro, was einem nominalen Zuwachs von 5,2 Prozent im Vorjahresvergleich entspricht. Der Umsatzanstieg wurde von einer steigenden Verkaufspreisentwicklung im In- und Ausland getragen, während der preisbereinigte Umsatz in der Branche mit minus 1,0 Prozent rückläufig war. Das Exportgeschäft fungierte hierbei als Wachstumsmotor, während das Inlandgeschäft weiterhin unter seinen Möglichkeiten blieb. Im Inland erwirtschaftete die Branche einen nominalen Umsatz von rund 32,2 Milliarden Euro, gleichbedeutend mit einem Umsatzzuwachs von 1,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Die Verkaufspreise im Inland in der Ernährungsindustrie stiegen dabei um 5,5 Prozent, was zu einem realen Umsatzverlust von gut 4,3 Prozent führte. Im Export betrug das nominale Umsatzergebnis 17,1 Milliarden Euro und resultierte zu großen Teilen aus steigenden Verkaufspreisen im Ausland von plus 7,8 Prozent. Dies entspricht einem preisbereinigtem Umsatzzuwachs von plus 6,1 Prozent.

Im ersten Quartal 2022 schwächelte das Exportgeschäft gegenüber dem Inlandgeschäft deutlich. Das Exportgeschäft stieg nominal um 7,8 Prozent auf 16,6 Milliarden Euro, was bei einer Steigerung der Verkaufspreise von 15,6 Prozent einen realen Umsatzrückgang von minus 6,9 Prozent ausmacht. Das Inlandgeschäft konnte dies bei einem nominalen Zuwachs von 12,5 Prozent nicht kompensieren, was ein reales Umsatzplus von 2,0 Prozent bedeutete. Mit einem erwirtschafteten Gesamtumsatz von 49,4 Milliarden Euro stieg das Ergebnis nominal um plus 12,1 Prozent zum Vorjahreszeitraum an. Auch hier resultierte das Umsatzplus aus steigenden Verkaufspreisen von 10,3 Prozent, während der reale Umsatz stagnierte.

Umsatz der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro

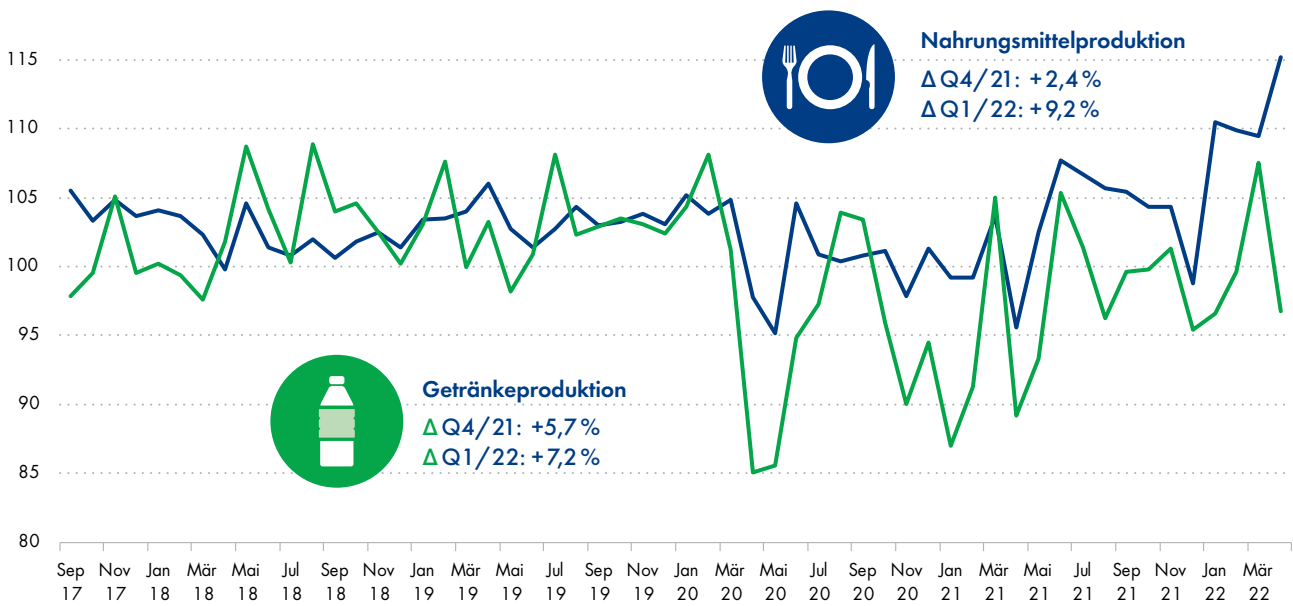


Quelle: Statistisches Bundesamt

Im Zuge der wirtschaftlichen Erholung bauten die Hersteller zudem ihre Produktion aus: Der um Saison- und Kalender- effekte bereinigte Produktionsindex in der Ernährungsindustrie stieg im vierten Quartal 2021 um insgesamt 2,8 Prozent. In der Nahrungsmittelindustrie legte die Produktion um 2,4 Prozent und in der Getränkeindustrie um 5,7 Prozent zu. Die positive Entwicklung des Vorquartals setzte sich im ersten Quartal 2022 verstärkt fort. Der Produktionsindex stieg um 9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. In der Nahrungsmittelindustrie legte die Produktion um 9,2 Prozent und in der Getränkeindustrie um 7,2 Prozent zu.

Entwicklung der Produktionsindizes der Ernährungsindustrie

Vergleich Q4 2021 und Q1 2022

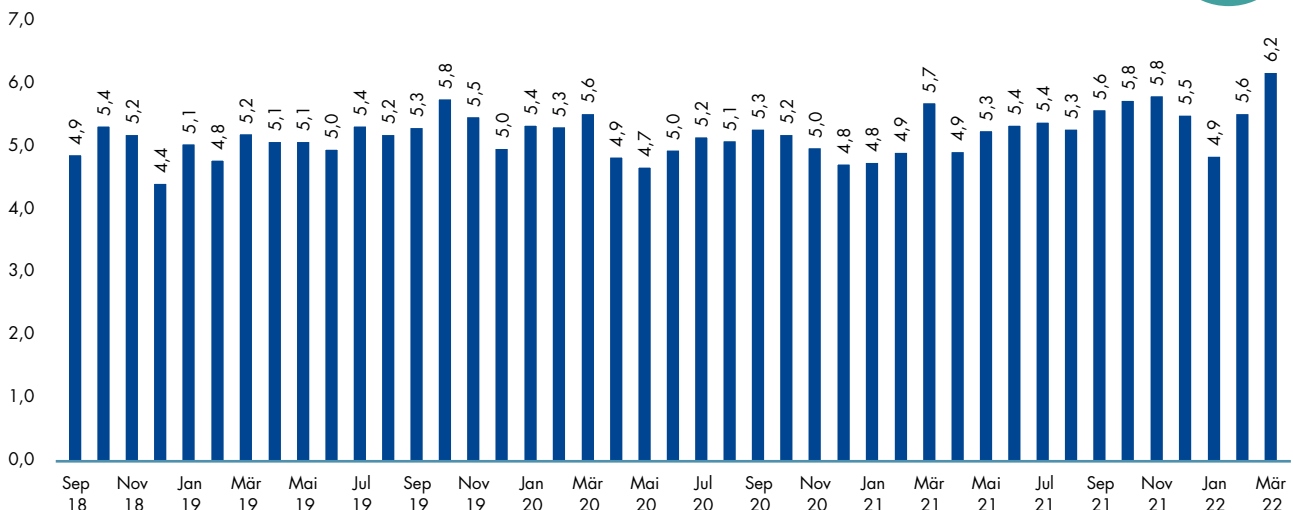


Quelle: Statistisches Bundesamt

Index arbeitstäglich- und saisonbereinigt; 2015=100

Exporte der Ernährungsindustrie

in Mrd. Euro
















Quelle: Statistisches Bundesamt

Preisentwicklung

In Deutschland liegt das Preisniveau für Lebensmittel 2,7 Prozent über dem EU-Durchschnitt (Stand 2020), während die Kaufkraft deutlich über dem EU-Mittelwert liegt. Aufgrund ihres hohen Einkommens geben die deutschen Verbraucher einen, im europäischen Vergleich, relativ geringen Teil ihrer Einkommen für Lebensmittel aus. Werden saison- oder witterungsbedingte Schwankungen berücksichtigt, ist die Teuerung von Lebensmitteln mittelfristig moderat. Langfristig sind die Lebensmittelpreise deutlich geringer als die allgemeinen Verbraucherpreise gestiegen. Durch die mittelständische Prägung und die damit verbundene regionale Stärke der industriellen Lebensmittelproduktion sind deutsche Lebensmittel aus Tradition qualitativ hochwertig. Gleichzeitig herrscht ein Preiskampf um die wichtigen Listenplätze in den Vertriebsketten. Die Konsumenten haben zusätzlich immer weiter steigende Ansprüche an die Qualität ihrer Lebensmittel. Eine Umfrage des Meinungsforschungsinstituts Civey im Auftrag des Lebensmittelverbands Deutschland und der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie zeigt allerdings, dass die Verbraucher (67,4 Prozent) infolge der Inflation zunehmend auf den Preis als entscheidenden Faktor bei der Produktauswahl achten. Der Geschmack steht mit 44 Prozent an zweiter Stelle. Nichtsdestotrotz bleibt Nachhaltigkeit ein bedeutendes Thema. Immerhin fast jeder Dritte achtet auf Bio-Qualität beim Einkauf. Das verlangt der Ernährungsindustrie ständige Anpassungen und auch Kosten ab. Nur so können neue Lebensstile mit entsprechenden Produkten bedient werden. Die Wünsche nach mehr Qualität, Individualität und Nachhaltigkeit müssen die Verbraucher mit einer angemessenen Zahlungsbereitschaft honorieren, damit sich diese Produkte langfristig am Markt durchsetzen können.

Verbraucherpreissteigerungen nach Produktgruppen (Indexveränderung)

Produktgruppen	Q4/21: Veränderung Vorjahreszeitraum	Q1/22: Veränderung Vorjahreszeitraum
 Brot und Getreideerzeugnisse	5,4%	5,4%
 Fleisch, Fleischwaren	4,8%	4,4%
 Fisch, Fischwaren	3,8%	3,6%
 Molkereiprodukte und Eier	6,4%	6,4%
 Speisefette und -öle	11,6%	17,7%
 Obst	1,7%	2,4%
 Gemüse und Kartoffeln	5,5%	10,2%
 Zucker, Marmelade, Konfitüre, Honig, Sirup	4,1%	2,1%
 Kaffee, Tee, Kakao	5,3%	5,8%
 Mineralwasser, Säfte, Limonaden	4,2%	1,9%
 Spirituosen	3,1%	1,0%
 Wein	3,0%	0,8%
 Bier	2,5%	1,1%

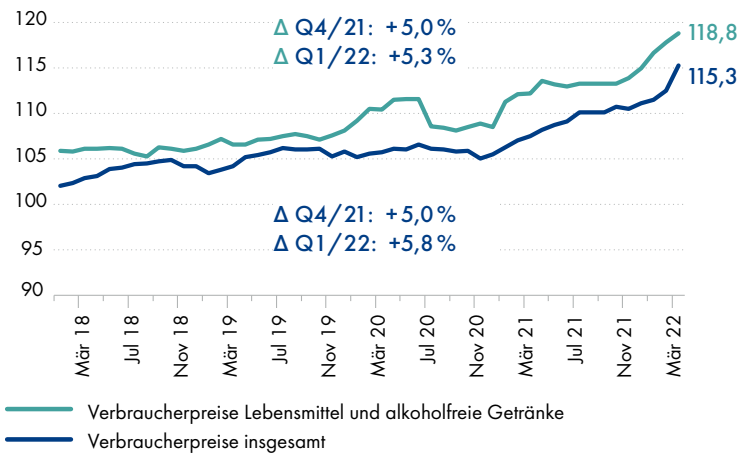
Seit Jahren ziehen die Verbraucher- und Lebensmittelpreise aufgrund der Produktionskostensteigerungen an. Seit dem vierten Quartal 2021 sowie dem ersten Quartal 2022 stiegen die Lebensmittelpreise aufgrund verschiedener Faktoren in einem deutlich stärkeren Maße an. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stiegen die allgemeinen Lebenshaltungskosten zwischen Oktober und Dezember 2021 um 5,0 Prozent und zwischen Januar und März 2022 um 5,8 Prozent an. Währenddessen erhöhten sich die Verbraucherpreise für Lebensmittel im vierten Quartal 2021 um 5,0 Prozent sowie im ersten Quartal 2022 um 5,3 Prozent. Für die verschiedenen Lebensmittelgruppen können stets angebots- und saisonbedingte Preisschwankungen auftreten.

Im betrachteten Zeitraum sahen sich die Lebensmittelhersteller im In- und Ausland mit steigenden Verkaufspreisen konfrontiert. Im Inland stiegen die Preise um 5,5 Prozent im vierten Quartal 2021 und um 10,3 Prozent im ersten Quartal 2022. Die Verkaufspreise im Ausland stiegen um 7,8 Prozent im vierten Quartal 2021 und 15,6 Prozent im ersten Quartal 2022. Diese Entwicklung resultiert unter anderem aus stark steigenden Preisen bei Agrarrohstoffen und Energie.

Die schwankende Entwicklung der Agrarrohstoffpreise ist bedingt durch die Angebots- und Nachfrageentwicklung am Weltmarkt und wird durch Faktoren wie Ernte, Witterung oder Lagerbestände beeinflusst. In einigen Teilbranchen kommt es so immer wieder zu Marktvolatilitäten. Nachdem die Preise auf den Agrarrohstoffmärkten zu Beginn der Corona-Pandemie zunächst stabil blieben, war zum Jahresbeginn 2021 ein starker Preisanstieg zu beobachten, der sich bis in das Jahr 2022 weiter beschleunigte. Im vierten Quartal 2021 stieg der HWWI-Rohstoffpreisindex für Nahrungs- und Genussmittel um 36,5 Prozent und im ersten Quartal 2022 um 39,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Für die Lebensmittelproduzenten ist die Rohstoffbeschaffung ein zentraler Kostenfaktor in der Produktion und beeinflusst auch die Verbraucherpreise. Wie aus den Werten des HWWI-Index zu entnehmen ist, ist der Gesamtindex in seiner Entwicklung mit plus 125,9 Prozent im vierten Quartal 2021 beziehungsweise plus 104,9 Prozent im ersten Quartal 2022 noch deutlich stärker gestiegen. Der Umgang und Ausgleich volatiler und stark ansteigender Rohstoffpreisentwicklungen sowie steigender Energiepreise bleibt auch weiterhin eine Herausforderung für die Unternehmen.

Entwicklung Verbraucherpreisindex

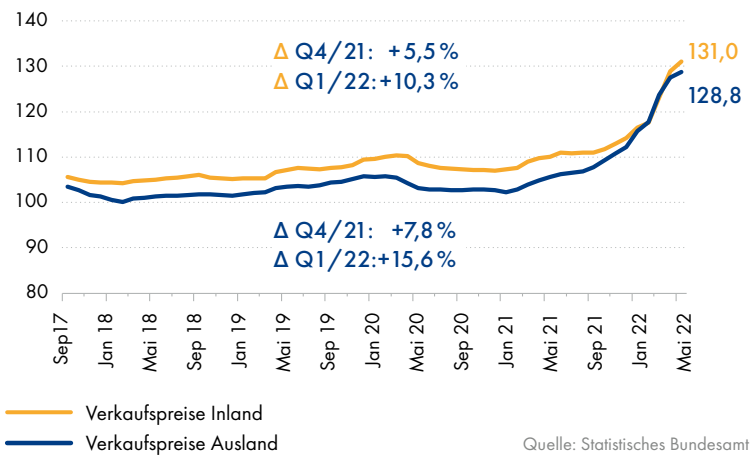
Vergleich: Q4 2021 und Q1/2022



Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung Verkaufspreise Ernährungsindustrie

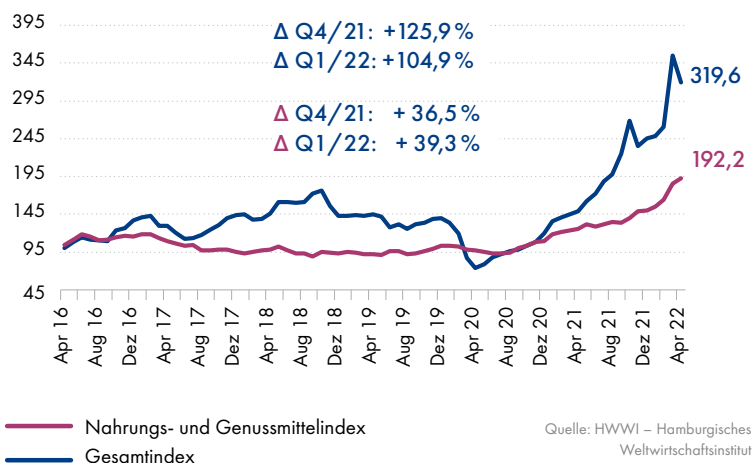
Vergleich: Q4 2021 und Q1/2022



Quelle: Statistisches Bundesamt

Entwicklung Rohstoffpreise

HWWI-Index (2020=100, Euro-Basis, Monatsdurchschnitte)



Quelle: HWWI – Hamburgisches Weltwirtschaftsinstitut

Geschäftsklima

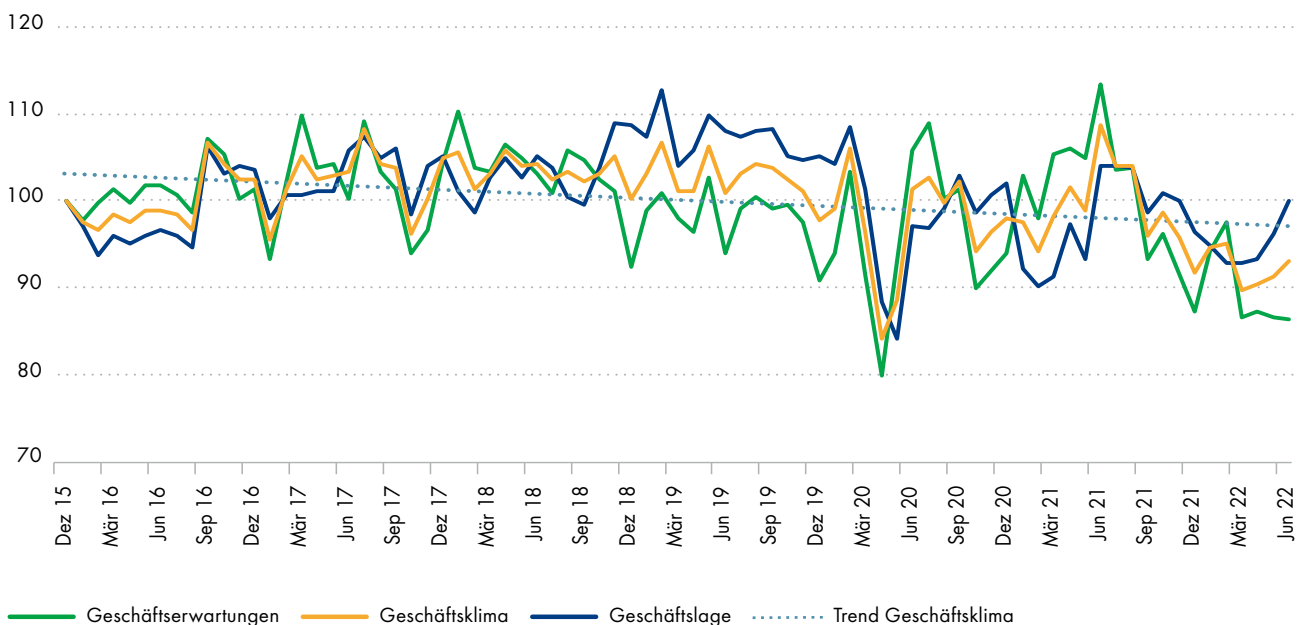
Die konjunkturelle Entwicklung der Ernährungsindustrie ist geprägt durch Angebots- und Nachfrageschwankungen entlang der Wertschöpfungskette, aktuelle Markttrends, Kalender- und Saisoneffekte, aber auch politische oder regulatorische Rahmenbedingungen. Um die verschiedenen Einflussfaktoren auf die Branche zusammenzuführen, hat sich das ifo-Geschäftsklima als etablierter Indikator bewährt. In dem Index werden die aktuelle Geschäftslage sowie die Erwartungen an die zukünftige Geschäftslage der nächsten sechs Monate für das Stimmungsbild zusammengefasst. Verschiedene Faktoren zur Beurteilung der Lage und Erwartungen beispielsweise zur Nachfrage, Preisentwicklung, Produktion und Beschäftigungslage sowie zum Export werden berücksichtigt. Insgesamt ergibt sich dadurch ein repräsentatives Bild über die Stimmungslage innerhalb der Branche. Nach einer deutlichen Erholung im Laufe des Frühjahres bis Sommers 2021 erfolgten weitere pandemiebedingte Eintrübungen im Winterhalbjahr. Die derzeitigen Entwicklungen sind insbesondere durch kriegsbedingte und wirtschaftspolitische Unsicherheiten geprägt.

Der ifo-Geschäftsklimaindex für die Ernährungsindustrie war im vierten Quartal 2021 mit einer tendenziell negativen Stimmung geprägt. Der Durchschnittswert für dieses Quartal lag bei 95,3 Punkten, mit abnehmender Stimmung zum Jahresende hin. Dies ist vor allem auf sich eintrübende Geschäftserwartungen zurückzuführen, die mit einem Durchschnittswert für das vierte Quartal von 91,6 Punkten deutlich unter der neutralen Marke von 100 Punkten lagen. Die Bewertung der Geschäftslage war mit 99,1 Punkten nah am Basiswert, wenn auch ebenfalls mit abnehmender Tendenz zum Jahresende.

Die negative Entwicklung des ifo-Geschäftsklimaindex für die Ernährungsindustrie setzte sich insbesondere aufgrund des russischen Angriffskrieges in der Ukraine sowie der sich daraus ergebenden wirtschaftspolitischen Unsicherheiten im ersten Quartal 2022 fort. Der Durchschnittswert des ifo-Geschäftsklimaindex für dieses Quartal lag bei 93,1 Punkten, mit einem Tief im März 2022 von 89,6 Punkten. Die Geschäftserwartungen trübten sich mit 92,7 Punkten weiter stark ein und markierten im März den niedrigsten Wert seit April 2020. Die Geschäftslage wurde mit 93,4 Punkten ebenfalls mit einer überwiegend negativen Stimmung bewertet.

Entwicklung des Geschäftsklimas in der Ernährungsindustrie

2015 = 100



Quellen: ifo-Institut, BVE

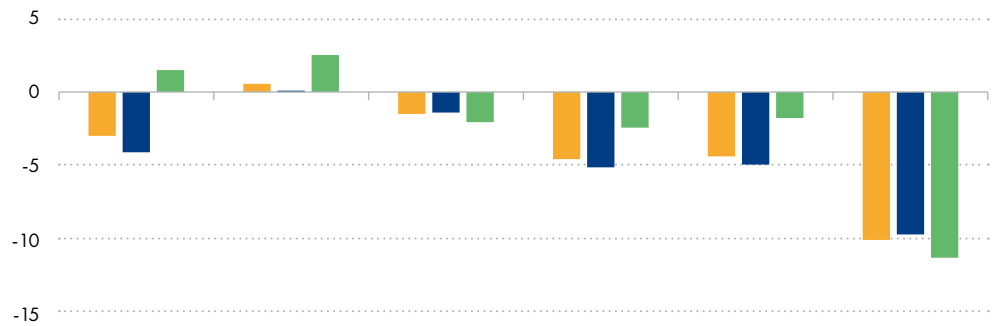
Konsumklima

Für das GfK-Konsumklima werden monatlich 2.000 Verbraucher befragt. Das Klima besteht aus den Erwartungen der Konsumenten an die Konjunktur und ihre Einkommen sowie ihre Anschaffungsneigung (Bereitschaft und Fähigkeit, „große“ Konsumgüter zu erwerben).

Nach einem Jahreshöchstwert von 1,0 Punkten im November 2021 nahm der Konsumklimaindex im weiteren Zeitverlauf kontinuierlich ab, was insbesondere auf sinkende Konjunktur- und Einkommenserwartungen im Zuge der Corona-Pandemie zurückzuführen ist. Im vierten Quartal 2021 lag der Durchschnittswert bei minus 0,1 Punkten auf einem relativ stabilen Niveau. Im ersten Quartal 2022 lag der Index bei durchschnittlich minus 7,4 Punkten. Dies entspricht jedoch immer noch einem Zuwachs von 4,5 Punkten im Vergleich zum Vorjahresquartal. Der Rückgang ist neben konjunkturellen Unsicherheiten aufgrund der Corona-Maßnahmen auf steigende Rohstoffpreise sowie aufkommende Unsicherheiten bezüglich des russischen Angriffskrieges in der Ukraine zurückzuführen.

Consumer Index: Sortimentsentwicklung

Q4 2021 und Q1 2022, Veränderung zum Vorjahreszeitraum in Prozent

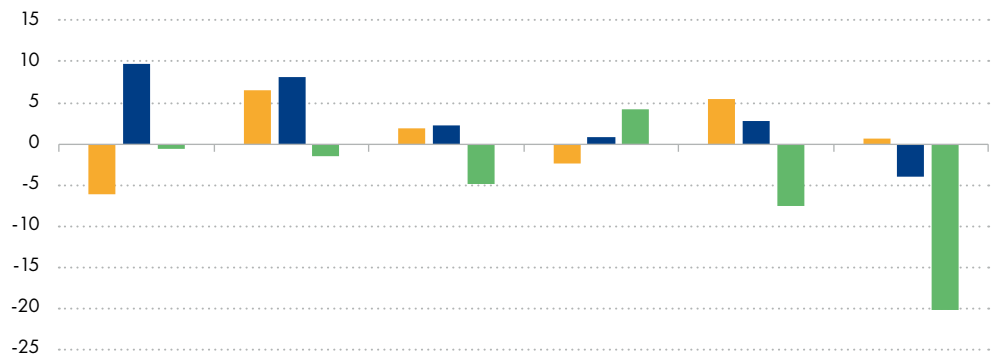


	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Mär 22
Food + Getränke	-3,0	0,6	-1,5	-4,6	-4,4	-10,1
Food	-4,1	0,1	-1,4	-5,1	-5,0	-9,8
Getränke	1,5	2,6	-2,0	-2,4	-1,8	-11,4

Quelle: GfK

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Getränke

Q4 2021 und Q1 2022, Veränderung zum Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Mär 22
Heißgetränke	-6,0	6,5	2,0	-2,4	5,4	0,7
Alkoholfreie Getränke	9,7	8,2	2,2	0,8	2,8	-4,0
Alkoholhaltige Getränke	-0,5	-1,4	-4,8	4,3	-7,5	-20,2

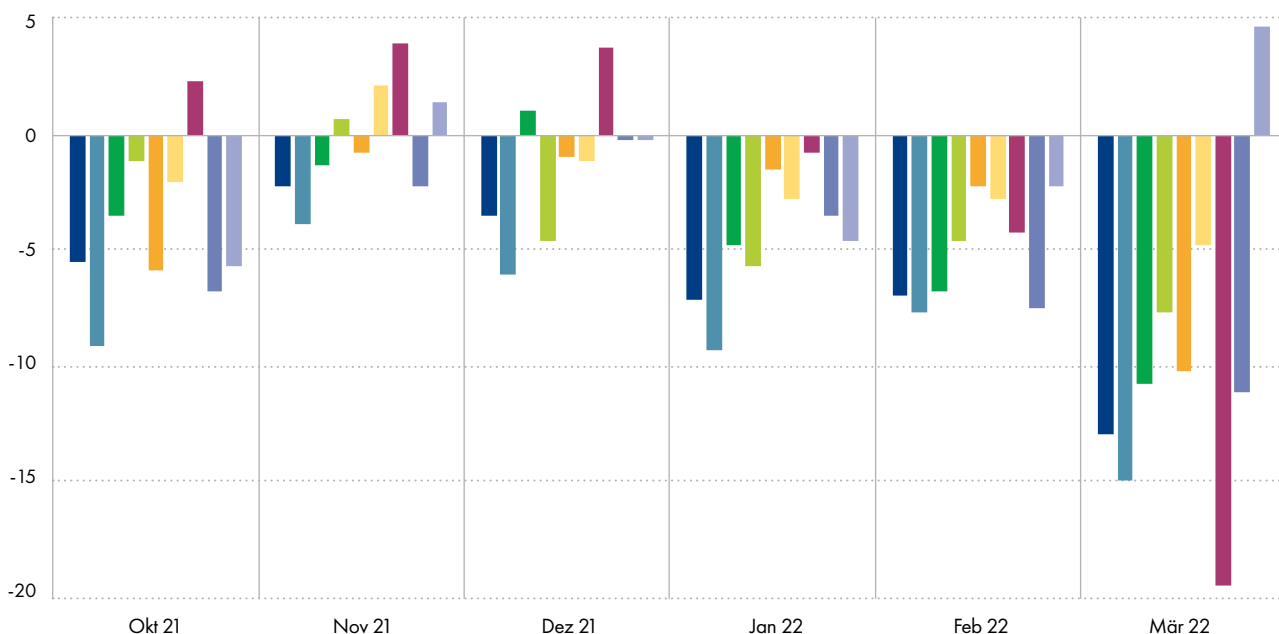
Quelle: GfK

Stark steigende Preise führten im ersten Quartal 2022 zudem zu einem Trading Down. Handelsmarken und Discounter gewannen wieder Marktanteile, da Konsumenten versuchten, durch preiswertere Alternativen den Preissteigerungen entgegen zu wirken. Dieses Ausweichen der Konsumenten auf günstigere Produkte wird seit Februar 2022 beobachtet. Hier scheint eine Trendwende eingeläutet. In den beiden Jahren der Pandemie wurde dagegen ein deutliches Trading Up gesehen.

Die Umsatzentwicklung von Lebensmitteln und Getränken im Einzelhandel des vierten Quartals 2021 und ersten Quartals 2022 war laut GfK-Zahlen rückläufig. Mit einem Rückgang im Oktober und Dezember lag der Umsatz im vierten Quartal 2021 bei minus 1,3 Prozent im Vorjahresvergleich. Der Umsatzverlust ergab sich aus einem Rückgang von minus 1,8 Prozent bei den Lebensmitteln, während die Getränke um 0,7 Prozent zulegen konnten. Im ersten Quartal 2022 sank der Umsatz von Lebensmitteln und Getränken im Einzelhandel um 6,4 Prozent. Der Umsatzverlust wurde von der gesamten Sortimentspalette getragen. Die höchsten Verluste wurden im Bereich der Süßwaren und Fleischprodukte sowie Fleisch- und Wurstwaren verzeichnet. Der Umsatzrückgang im Bereich Lebensmittel betrug 6,6 Prozent, der Bereich Getränke sank mit 5,2 Prozent etwas moderater.

Consumer Index: Sortimentsentwicklung Food

Q4 2021 und Q1 2022, Veränderung zum Vorjahreszeitraum in Prozent



	Okt 21	Nov 21	Dez 21	Jan 22	Feb 22	Mär 22
■ Frischeprodukte	-5,5	-2,2	-3,4	-7,1	-7,0	-13,0
■ Fleisch/Wurstwaren	-9,1	-3,8	-6,0	-9,3	-7,7	-14,9
■ Obst/Gemüse	-3,5	-1,4	1,0	-4,7	-6,7	-10,7
■ Brot/Backwaren	-1,1	0,7	-4,6	-5,7	-4,5	-7,7
■ Molkereiprodukte, gelbe Linie	-5,8	-0,8	-1,0	-1,5	-2,3	-10,2
■ Molkereiprodukte, weiße Linie	-2,0	2,2	-1,1	-2,7	-2,8	-4,7
■ Süßwaren	2,3	4,0	3,7	-0,8	-4,2	-19,5
■ Tiefkühlkost/Eis	-6,8	-2,2	-0,2	-3,5	-7,4	-11,2
■ Sonstige Nahrungsmittel	-5,7	1,5	-0,3	-4,5	-2,2	4,6

Quelle: GfK

4 | Arbeitsmarkt

Als fünftgrößter Industriezweig Deutschlands bringt die Ernährungsindustrie nicht nur Wohlstand in alle Regionen Deutschlands, sondern bietet als wichtiger Arbeitgeber vielfältige Beschäftigungs- und Karrierechancen. Damit ist die Beschäftigungssituation ein bedeutender Indikator für die Konjunktur und das Wachstum der Branche, über die die Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V. (ANG) nachfolgend berichtet.

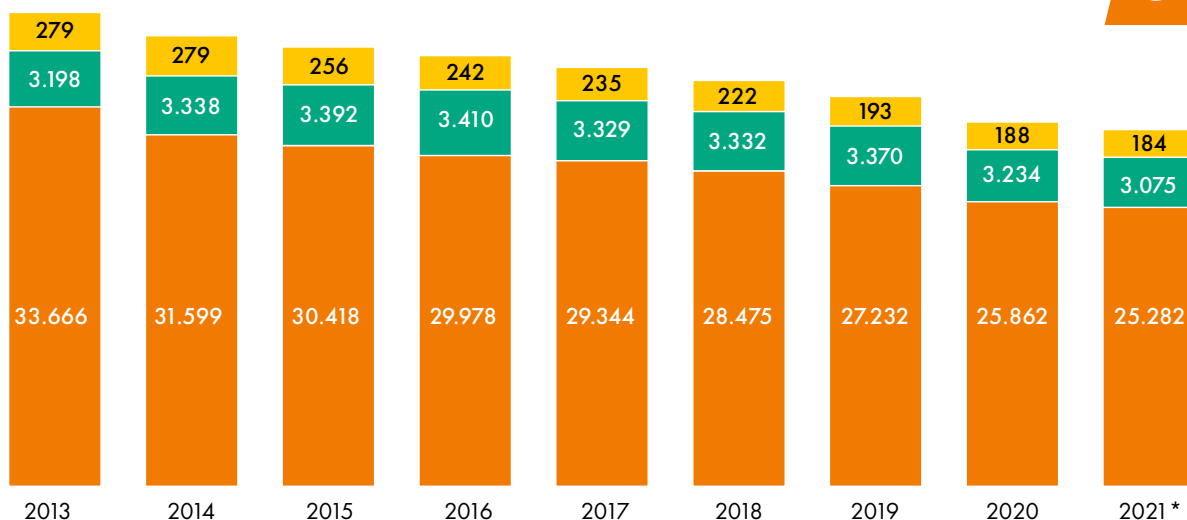
Beschäftigungsentwicklung

Bezieht man Kleinbetriebe und Start-Ups in die Betrachtung mit ein, so waren im September 2021 727.118 Beschäftigte in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie sozialversicherungspflichtig angestellt und arbeiteten dort in der Produktion, in der Logistik oder Verwaltung. Der durch die Corona-Krise gebremste Beschäftigungszuwachs nahm nun, wie schon im langjährigen Trend, an Fahrt auf. Der Anstieg betrug im September 2021 2,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat. Die Entwicklung der Beschäftigtenzahlen in der Branche zeigt, dass die Unternehmen der Ernährungs- und Genussmittelindustrie die Krise anscheinend überwunden haben. Auch das Absinken der Zahl der Mitarbeitenden in Kurzarbeit von knapp 156.000 Ende April 2020 auf unter 10.800 im Dezember 2021 verdeutlicht diesen Aufwärtstrend sehr gut.

Ausbildungsentwicklung

Die Ernährungs- und Genussmittelindustrie zählte im September 2021 28.541 Auszubildende in den unterschiedlichen Teilbranchen und Berufen. Dazu gehören neben den ernährungstypischen Berufen ebenso kaufmännische und technische Berufe.

Auszubildende in der Nahrungs- und Genussmittelherstellung inkl. Kleinbetriebe
je Stand Dezember



■ WZ 10 Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln ■ WZ 11 Getränkeherstellung ■ WZ 12 Tabakverarbeitung

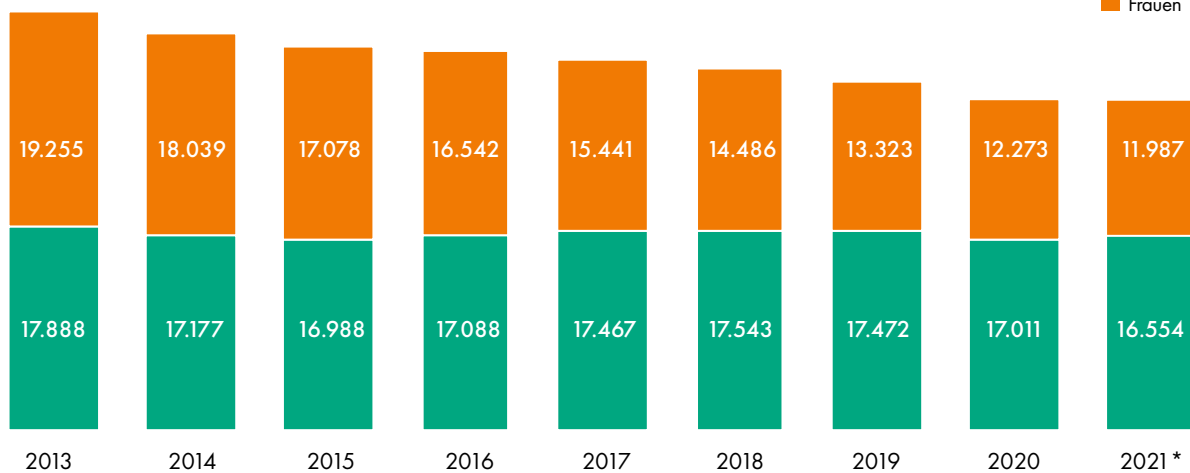
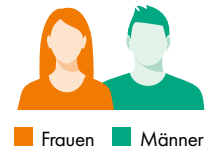
* Stand: Sept. 21

Quelle: Bundesagentur für Arbeit; ANG

Die Branche ist besonders auf das Leistungspotenzial der beruflich Qualifizierten angewiesen. In Bezug auf die Akquise von Nachwuchskräften stellen jedoch der demografische Wandel und die Studierneigung der Schulabsolventen die Branche vor zahlreiche Herausforderungen. Die Zahlen belegen dies: Insgesamt gibt es in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie seit 2013 rund 8.600 (minus 23 Prozent) Auszubildende weniger. Besorgniserregend ist, dass dieser Negativtrend erheblich auf den Rückgang von Frauen in den (Lebensmittel-)technischen Berufsfeldern zurückzuführen ist. Daher bedarf es gezielter Maßnahmen seitens der Politik und Unternehmen, um einer geschlechterspezifischen Berufswahl entgegenzuwirken.

Auszubildende in der Nahrungs- und Genussmittelherstellung inkl. Kleinbetriebe

je Stand Dezember



Quelle: Bundesagentur für Arbeit

* Stand: Sept. 21

ANG-Arbeitspanel 2022

Die Auswertungen des diesjährigen ANG Arbeitspanels zeigen, dass 41 Prozent der Beschäftigten in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie weiblich sind. Der Anteil von Frauen in der ersten Führungsebene und in Spezialistenfunktionen bleibt auch in diesem Jahr bei einem Plus von rund 3 Prozent im Vergleich zu 2019.

Annähernd drei Viertel der Beschäftigten (72 Prozent) arbeiten in unbefristeter und sozialversicherungspflichtiger Vollzeit, was einen Rückgang um 16 Prozent im Vorjahresvergleich bedeutet. Zurückzuführen ist das unter anderem auf einen deutlichen Anstieg an Saisonbeschäftigten (plus 7,8 Prozent) und vermehrter Teilzeit (plus 5 Prozent).

Zwei Drittel der Beschäftigten (66 Prozent) arbeiten in Bereichen, die unmittelbar von der Auftragslage abhängen, wie Produktion, Logistik und Lagerarbeit. Auch in diesem Bereich wird deutlich, dass sich die Zahlen denen vor Beginn der Corona-Pandemie angleichen (69 Prozent im Jahr 2019).

Die Tarifbindung in der Ernährungs- und Genussmittelindustrie ist im Jahr 2021 laut aktueller Zahlen des IAB-Arbeitspanels auf 37 Prozent gesunken. Im gesamtwirtschaftlichen Vergleich bleibt die Tarifbindung aber überdurchschnittlich. Die Orientierung an den Tarifverträgen bleibt mit 78 Prozent hoch, zeigt aber, dass es neben attraktiven Tarifverträgen nun auch deutliche Entlastungsmaßnahmen für Unternehmen seitens der Politik bedarf.

Ausbildungsstellen nach Berufsgruppen 2022



Quelle: ANG-Arbeitspanel 2022

Die Aus- und Weiterbildung der Beschäftigten ist nach wie vor ein zentrales Thema der Branche. Der Fachkräftemangel ist weiterhin eine große Herausforderung und wird durch den demografischen Wandel verschärft. So konnten im Jahr 2021 8 Prozent der Ausbildungsstellen nicht besetzt werden. Besonders schwierig war die Gewinnung neuer Auszubildenden im Bereich der technischen Berufe (46 Prozent 2021 gegenüber 56 Prozent im Vorjahr). Der steigende Fachkräftemangel macht sich besonders in diesem Bereich bemerkbar. So waren in 2021 Elektroniker und Elektronikerinnen, Maschinenführer und -führerinnen sowie Anlagenführer und -führerinnen die meist gesuchten Berufe.

Um dieser Entwicklung entgegen zu wirken und die Ernährungs- und Genussmittelindustrie attraktiver zu machen, leistet die ANG mit einer eigenen Social Media Fachkräftekampagne und Workshops zum Thema Mitarbeiterentwicklung und Employer Branding einen wichtigen Beitrag.

Arbeitgebervereinigung Nahrung und Genuss e.V. (ANG)

www.ang-online.com

ANG
Arbeitgebervereinigung
Nahrung und Genuss e.V.

5 | Situationsberichte in 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 83 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 guten Überblick über die derzeitige Lage.

Anfang 2022 setzte sich die ungewöhnlich feste Marktlage zunächst fort. Der Rohstoffanfall nahm zwar saisonal zu, die Zuwachsraten blieben aber moderat und das Niveau der Vorjahre wurde weiterhin unterschritten. Die Nachfrage zog nach der Feiertagsdelle über den Jahreswechsel erwartungsgemäß an. Die dadurch verstärkte Verknappung des Angebotes führte zu weiteren deutlichen Preisanstiegen über die gesamte Wertschöpfungskette und zu neuen Rekordständen. Ab Ende Februar verursachte der Einmarsch Russlands in die Ukraine Unsicherheiten und Versorgungsgänge, die massive Nachfrageanstiege und damit Preisanstiege bislang nicht gekannten Ausmaßes zur Folge hatten. Zuletzt hat sich die Lage im Zuge der verhalteneren Nachfrage auf hohem Niveau bereinigt.

Bundesverband deutscher Wurst- und Schinkenproduzenten e.V.

Die deutschen Wurst- und Schinkenproduzenten haben im Berichtszeitraum weiter unter den Auswirkungen der Corona-Pandemie gelitten. Es fehlten das Gastronomiegeschäft und die Großveranstaltungen. Vor dem Hintergrund der Afrikanischen Schweinepest bei Wildschweinen kam es weiterhin zu Exportbeschränkungen, sodass sich auch die Ausfuhren rückläufig entwickelten. Nach Jahren des Zuwachses dürfte der Umsatz im zurückliegenden Jahr erstmals deutlich gesunken sein, obwohl die Nachfrage bei Wurstwaren – anders als bei Schweinefleisch – weitgehend stabil ist.

Nachdem die Leiharbeit in der Fleischwirtschaft verboten worden ist, klagen die Unternehmen über die enorme Schwierigkeit, Mitarbeiter zu finden.

Wirtschaftlich positiv haben sich für die Verarbeiter die zeitweise günstigen Preise für Schweinefleisch ausgewirkt, bis diese dann im Februar auf Rekordwerte anstiegen und sich durch die gestiegenen Energiekosten durch den Krieg in der Ukraine die Belastung der Verarbeitungsindustrie deutlich erhöhte. Hohe Preise für Energie, Logistik und Rohstoffe bei nachlassender Nachfrage der Verbraucher, auch wegen der hohen Inflation, dürfte die Situation auch in den bevorstehenden Monaten schwierig gestalten. Dabei ist es für die gesamte Branche problematisch, dass die Politik beim Thema Tierwohl nach wie vor keine deutlichen Orientierungspunkte setzt und insbesondere die landwirtschaftlichen Vorstufen notwendige Investitionen nicht leisten können.

www.wurstproduzenten.de



Bundesverband Deutscher
Wurst- & Schinkenproduzenten e.V.

Milchmarkt

Nach dem coronabedingt durchwachsenen Vorjahr erhielt der deutsche Milchmarkt 2021 wieder deutlichen Auftrieb. Die Nachfrage im In- und Ausland war insgesamt rege, aber nicht ungewöhnlich hoch – sie traf jedoch auf ein begrenztes Angebot. Bei den Anbietern herrschten durchgängig niedrige Bestände vor. Das brachte seit Jahresbeginn eine Grundfestigkeit in den Markt und führte zu Preisanstiegen über die gesamte Wertschöpfungskette, vor allem im letzten Drittel des Jahres, als sich die Angebotssituation weiter zugespitzt hat. Die festen Marktentwicklungen haben ab März auch den Erzeugerpreisen Aufwind gegeben. Die Auszahlung für konventionell erzeugte Kuhmilch erreichte 2021 den höchsten Stand seit sieben Jahren, Bio-Milch sogar ein Allzeithoch. Gleichzeitig sind aber auch die Produktionskosten deutlich gestiegen, was die Erlösanstiege auf den Höfen weitgehend relativiert hat.

www.ami-informiert.de



BDSI – Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V.

In der ersten Jahreshälfte 2022 haben sich die Geschäftserwartungen der deutschen Süßwarenindustrie deutlich eingetrübt. Beschaffungsprobleme und Preisinflation bei zahlreichen wichtigen Rohstoffen sowie Unsicherheiten vor dem Hintergrund des Russland-Ukraine-Kriegs sind die beherrschenden Themen. In einer Konjunkturumfrage des Bundesverbandes der Deutschen Süßwarenindustrie e. V. (BDSI) zum ersten Tertial 2022 gaben über zwei Drittel der Unternehmen an, dass sich ihre Geschäftsaussichten für das Gesamtjahr 2022 verschlechtert haben. Lediglich jedes zehnte Unternehmen beurteilt die Situation günstiger. Diese eindeutige Tendenz in der Umfrage spiegelte sich auch bei weiteren Konjunkturindikatoren sowie Angaben zu den Herausforderungen wider. Die prägnanteste Aussage, die die eingetrübten Geschäftsaussichten unterstreicht, ist die Beurteilung der Ertragslage. 60 Prozent der Unternehmen melden hier Rückgänge gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Damit verzeichnet die Branche einen Verlust an Profitabilität und Wettbewerbsfähigkeit. Die Nachfrage nach Süßwaren war zuletzt relativ stabil und hat sich gerade im Export – nach den erheblichen Schwierigkeiten in der Coronaviruszeit – wieder erholen können. Daher sind auch die Exportaussichten bei den meisten Firmen derzeit noch positiv. Im deutschen Lebensmitteleinzelhandel, dem wichtigsten Absatzkanal der deutschen Süßwarenindustrie, sieht sich die Branche jedoch schwierigeren Zeiten gegenüber. Das Marktforschungsunternehmen GfK ermittelte zuletzt für den Zeitraum Januar bis Mai 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen Umsatzrückgang von 3,4 Prozent.

www.bdsi.de



Bundesverband der Deutschen
Süßwarenindustrie e.V.

Fakten zur Eier- und Geflügelfleischwirtschaft

Das Jahr 2021 stand immer noch unter dem Einfluss der Corona-Krise. Die Haushaltskäufe am deutschen Eier- und Geflügelfleischmarkt verfehlten das hohe Niveau des Jahres 2020, der Absatz im Außer-Hausverbrauch erreichte jedoch nicht das Vorkrisenniveau. Erzeuger- und Großhandelspreise konnten sich dennoch im Laufe des Jahres erholen. Bereits im vierten Quartal 2021 hatten sich jedoch die Mischfutterpreise erhöht. Nach dem Beginn des Ukrainekriegs kam es zu einer drastischen Kostenexplosion. Am Eiermarkt konnten die Packstellenabgabepreise am Spotmarkt bis zum Osterfest steigen. Dennoch kam keine Euphorie bei den Marktteilnehmern auf. Wer zu Kontraktpreisen Eier an den Lebensmitteleinzelhandel (LEH) liefern musste, geriet in die Kostenfalle. Nachverhandlungen mit dem LEH waren notwendig, auch um deutlich gestiegene Energiekosten, Lohn- und Logistikkosten zu kompensieren. Zudem verteuerte das seit Anfang 2022 gültige Verbot des Tötens männlicher Küken die Legehennenhaltung in Deutschland. Nach dem Osterfest zeigte die Preistendenz auch am Spotmarkt für Eier wieder nach unten. Eine mangelnde Rentabilität könnte mittelfristig zu Produktionsreduktionen führen.

Auch am Schlachtgeflügelmarkt zog die Kostenspirale an. Aufgrund stark gestiegener Futterkosten und höherer Preise für Eintagsküken geriet die Bruttomarge, die sich in den ersten drei Quartalen 2021 erholen konnte, im Frühjahr 2022 unter Druck. Angesichts der im Anschluss spürbar angehobenen Erzeugerpreise konnten die Kostensteigerungen seit April 2022 wieder stärker kompensiert werden.

www.zdg-online.de



ZDG

Zentralverband der Deutschen
Geflügelwirtschaft e.V.

Die 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.

Telefon: +49 30 – 200 786 143

E-Mail: sabet@ernaehrungsindustrie.de

Marcel Winter

Referent Wirtschaftspolitik

Bundesvereinigung der

Deutschen Ernährungsindustrie e. V.

Telefon: +49 30 – 200 786 154

E-Mail: winter@ernaehrungsindustrie.de

