

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/8664/1628130/mehr-exporte-in-der-euro-krise-deutsche-ernaehrungsindustrie-sieht-potenziale-ausserhalb-der-eu> abgerufen werden.



## Mehr Exporte in der Euro-Krise - Deutsche Ernährungsindustrie sieht Potenziale außerhalb der EU

09.06.2010 - 11:00 Uhr, PwC PriceWaterhouseCoopers

Frankfurt am Main (ots) - PwC-Exportbarometer Ernährungsindustrie deutlich positiv / Mehrheit der Unternehmen erwartet Exportplus / Wachstum der Ausfuhren nach Russland, Australien, Japan und China

Die deutsche Ernährungsindustrie beurteilt ihre Exportchancen zuversichtlich. Insbesondere die Ausfuhren in Länder außerhalb der Europäischen Union (EU) dürften in den kommenden Monaten zulegen, während gleichzeitig der Handel innerhalb der EU bislang offenbar kaum unter der Schuldenkrise vieler Mitgliedsstaaten gelitten hat. Das geht aus dem Exportbarometer der deutschen Ernährungsindustrie hervor, das die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) erstmals im Auftrag der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) erstellt hat. Für das Exportbarometer wurden vom 29. April bis 21. Mai 2010 rund 400 Geschäftsführer und Exportleiter der deutschen Ernährungsindustrie befragt. Die Umfrage bietet einen umfassenden Überblick über die aktuelle Exportkonjunktur.

Die Auslands-Geschäftserwartungen für die kommenden sechs Monate erreichten im Mai einen Indexwert von plus 38 Punkten. Damit erwarten die 400 befragten Exportleiter eine moderate Verbesserung der aktuell positiv eingeschätzten Geschäftslage (plus 40 Punkte). Für das Exportbarometer als Mittelwert aus Geschäftserwartungen und Geschäftslage ergibt sich daraus ein Stand von plus 39 Punkten. Theoretisch möglich sind Indexwerte auf einer Skala von minus 100 (alle Befragten beurteilen sowohl die Lage als auch die Perspektiven negativ) bis plus 100 (alle Beurteilungen fallen positiv aus).

"Die Euro-Schwäche gegenüber dem US-Dollar und anderen Fremdwährungen begünstigt zweifellos die Lebensmittelexporte nach Übersee. Allerdings darf die Wechselkursentwicklung gegenüber Faktoren wie der Konjunktur- und damit der Nachfrageentwicklung im Zielland nicht überbewertet werden", kommentiert Gerd Bovensiepen, Partner und Leiter des Competence Center Retail & Consumer bei PwC.

Beispielsweise glauben trotz der aktuellen Euro-Schwäche nur 42 Prozent der Exporteure in die USA, dass die Ausfuhren in das Land steigen werden, während 15 Prozent einen Rückgang erwarten. Im Handel mit dem EU-Land Dänemark hingegen, dessen Währung eng an den Euro gekoppelt ist, rechnen 50 Prozent der Exporteure mit Zuwächsen, jedoch kein einziger Befragter mit Einbußen.

Schuldenkrise wirkt sich kaum aus

Von den häufig genannten "Krisenstaaten" innerhalb der Eurozone sind allein Spanien und Italien wichtige Märkte für die deutsche Ernährungsindustrie. Doch beurteilten die befragten Unternehmen die Perspektiven für diese Länder keineswegs schlechter als für andere EU-Staaten. Beispielsweise glauben 39 Prozent der Unternehmen an steigende Ausfuhren nach Spanien, während nur acht Prozent Einbußen befürchten (Saldo: 31 Prozent). Damit schneidet Spanien besser ab als das Vereinigte Königreich (Saldo: 28 Prozent) oder auch Österreich (Saldo: 23 Prozent).

Überdurchschnittlich optimistisch sind die Lebensmittelexporteure für den Übersee-Handel (mit Ausnahme der USA). So prognostizieren per Saldo 47 Prozent der Unternehmen steigende Ausfuhren nach Australien, 42 Prozent erwarten ein Plus im Japan-Handel.

Eine Ausnahmestellung nimmt China ein. Bislang exportiert erst gut jedes fünfte befragte Unternehmen (22 Prozent) ins Reich der Mitte. Von diesen rechnen jedoch per Saldo 75 Prozent mit steigenden Ausfuhren. Trotz dieses Wachstumspotenzials ist das Interesse der bislang nicht in China aktiven Unternehmen an einer Aufnahme von Exportbeziehungen gering. Lediglich elf Prozent haben Pläne für einen Markteintritt auf Sicht der kommenden zwölf Monate.

"Während China für das verarbeitende Gewerbe als Exportland eine wichtige Rolle spielt, ist die Bedeutung des Landes für die deutsche Ernährungsindustrie bislang eher gering. Die Zurückhaltung der Branche dürfte auf Markteintrittsbarrieren, zum Teil aber auch auf andere Konsumgewohnheiten der Chinesen zurückzuführen sein", sagt Gerd Bovensiepen.

## Bierbrauer im Stimmungshoch

Die Beurteilung der Exportsituation hängt nicht nur vom Zielland, sondern auch stark von der Branchenzugehörigkeit der Befragten ab. So bewertet die bereits sehr exportstarke Fleischwirtschaft ihre aktuelle und zukünftige Lage zurückhaltender. Demgegenüber sind die Bierbrauer positiver gestimmt. Mehr als zwei Drittel (68 Prozent) der Branchenunternehmen bewerten die aktuelle Lage als gut, und 52 Prozent rechnen sogar mit einer weiteren Verbesserung. Der Export ist für den deutschen Biermarkt von besonderer Bedeutung, da der weltweite Bierkonsum zunimmt, während in Deutschland der Bierkonsum seit Jahren rückläufig ist. Die mit Abstand wichtigsten Exportmärkte der deutschen Brauer sind Italien (93 Prozent der Nennungen) und Spanien (44 Prozent).

## Auslandsmärkte von strategischer Bedeutung

"Der Export ist neben dem langfristig stagnierenden Inlandsgeschäft ein wichtiger Absatzkanal. Die Ernährungsindustrie muss deshalb den Weg der Internationalisierung konsequent fortsetzen. Für die weitere strategische Ausrichtung der Branche bietet das Exportbarometer dazu ein geeignetes Informationsinstrumentarium. Die Drittlandsmärkte, die bislang einen Anteil von 17% an den gesamten Exporten ausmachen, werden weiter an Bedeutung gewinnen. Gerade kleine und mittelständische Unternehmen sind bei der Erschließung dieser Absatzmärkte auch zukünftig auf eine effektive Außenwirtschaftsförderung der Bundesregierung angewiesen", sagt Jürgen Abraham, Vorsitzender der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.pwc.de/de/retail-consumer](http://www.pwc.de/de/retail-consumer)

## Redaktionshinweis:

Die PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft ist in Deutschland mit 9.000 Mitarbeitern und einem Umsatzvolumen von rund 1,37 Milliarden Euro eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften. An 29 Standorten arbeiten Experten für nationale und internationale Mandanten jeder Größe. PwC bietet Dienstleistungen an in den Bereichen Wirtschaftsprüfung und prüfungsnahen Dienstleistungen (Assurance), Steuerberatung (Tax) sowie in den Bereichen Deals und Consulting (Advisory).

## Pressekontakt:

Claudia Barbe  
PricewaterhouseCoopers AG WPG  
Presseabteilung  
Tel.: (069) 95 85 - 31 79  
E-Mail: [claudia.barbe@de.pwc.com](mailto:claudia.barbe@de.pwc.com)  
[www.pwc.de](http://www.pwc.de)

Dr. Sabine Eichner Lisboa  
Bundesvereinigung der Deutschen  
Ernährungsindustrie  
Geschäftsführerin  
Tel: +49 30 200786-150; - 151  
[seichner@bve-online.de](mailto:seichner@bve-online.de)

Originaltext:

PwC PriceWaterhouseCoopers

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/8664/pwc-pricewaterhousecoopers>

Pressemappe als RSS:

[http://presseportal.de/rss/pm\\_8664.rss2](http://presseportal.de/rss/pm_8664.rss2)