

18.12.2012 - 13:07 Uhr

Exportklima für Lebensmittel kühlt zum Jahresende ab - größter Wettbewerbsdruck kommt aus Deutschland selbst

Berlin (ots) -

Das Exportklima in der Ernährungsindustrie war im Dezember 2012 rückläufig und fiel mit einem Ergebnis von +34 Punkten um 21% schlechter aus als im Mai 2012. Der Saldo der Bewertungen der befragten Unternehmen blieb aber mehrheitlich positiv. Besonders die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage im Ausland behaupteten ihr gutes Niveau, nach einem Rückgang um 14% gegenüber Mai 2012 erreichte der Wert noch immer +44 Punkte. Hingegen sanken die Geschäftserwartungen für den Export um 31% auf +24 Punkte. Die Bewertungen des Exportklimas nach Branchen divergieren jedoch beachtlich, zum Teil kommen Kalendereffekte zum Tragen. Die Lage auf dem EU-Binnenmarkt bleibt konjunkturbedingt angespannt; der Export ins außereuropäische Ausland wird daher immer weiter ausgebaut. Um sich auf dem Weltmarkt durchzusetzen und neue Absatzmärkte zu erschließen, ist ein hohes Maß an Wettbewerbsfähigkeit notwendig. Dabei geht für die deutschen Lebensmittelhersteller der größte Wettbewerbsdruck im Exportgeschäft von den Mitbewerbern aus Deutschland aus.

"Deutschland ist der drittgrößte Lebensmittelexporteur weltweit, der harte Wettbewerb und die hohen Qualitätsansprüche im Inland haben die deutsche Ernährungsindustrie international sehr wettbewerbsfähig gemacht. Das Exportgeschäft sichert und verbessert die Ertragslage der Unternehmen und sichert die Arbeitsplätze. Bei der Erschließung schwieriger Märkte auf anderen Kontinenten braucht die Branche die Unterstützung der Politik, um bestehende Handelshemmnisse abzubauen.", kommentiert Dr. Sabine Eichner, Geschäftsführerin der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), die aktuellen Ergebnisse des Exportbarometers der deutschen Ernährungsindustrie, das die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PwC bereits zum sechsten Mal im Auftrag der BVE erstellt hat.

"Wir sehen in der deutschen Ernährungsindustrie eine immer stärkere Ausrichtung hin zu den großen Märkten außerhalb der EU. Während die Geschäftserwartungen für die EU-Länder weitestgehend stagnieren, sehen die Unternehmen ihre Absatzentwicklung in Drittländern durchweg optimistischer und rechnen mit zunehmend steigenden Exporten. Es gilt nun, diesen Weg konsequent weiterzugehen, um dem internationalen Wettbewerbsdruck stand zu halten.", sagt Gerd Bovensiepen, Partner und Leiter des Competence Centers Retail & Consumer bei PwC.

Wettbewerbsfähigkeit auf dem Weltmarkt

Die internationale Marktöffnung und die steigende globale Nachfrage beflügeln den Welthandel mit Agrarprodukten und verarbeiteten Lebensmitteln. Deutschland hat sich nach den USA und den Niederlanden den größten Marktanteil am weltweiten Lebensmittelexport erarbeitet. Das Exportbarometer Dezember 2012 fragt aktuell, wie die deutschen Lebensmittelexporteure ihre Wettbewerbsfähigkeit einschätzen, wer die größten Konkurrenten sind und warum. Im Vergleich zu den letzten drei Jahren schätzen 36% der befragten Unternehmen ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit 2012 besser ein, 47% unverändert und 13% schlechter. Gestiegen ist die Wettbewerbsfähigkeit nach Einschätzung der Exportleiter bei Bier, Molkereiprodukten, Süß- und Backwaren; allerdings konstatiert ein Drittel der befragten Fleischexporteure auch eine Verschlechterung ihrer Lage. Mit Blick auf die nächsten drei Jahre erwarten 41% der Unternehmen, dass sie ihren Wettbewerbsvorsprung weiter ausbauen können. Vor allem Hersteller von Süßwaren, Bier, Molkereiprodukten, alkoholfreien Getränken und verarbeitetem Obst und Gemüse rechnen mit einer Verbesserung. 47% der befragten Lebensmittelexporteure erwarten keine Veränderung und nur 10% befürchten einen Rückgang ihrer Wettbewerbsfähigkeit.

Als wichtigste Wettbewerber im internationalen Geschäft sehen 42% der Befragten Unternehmen aus Deutschland an erster Stelle, es folgen Exporteure aus den europäischen Nachbarländern Niederlande (31%) und Frankreich (28%). Die Nicht-EU-Länder spielen eine eher untergeordnete Rolle, für 16% der Befragten kommen die größten Konkurrenten aus den USA. Russland und die Schweiz folgen mit jeweils 7%.

Als Hauptgründe für die Wettbewerbsfähigkeit konkurrierender Anbieter im Ausland nannten 58% die Lebensmittelexporteure niedrigere Preise bzw. Größenvorteile und 52% eine bessere Kostenstruktur. Andere Faktoren wie längere Geschäftsbeziehungen zu Importeuren und Vertriebspartnern (29%) oder größere sozio-kulturelle Nähe bezüglich Konsumpräferenzen und Sprache (21%) spielen eine nachgeordnete Rolle.

Entwicklung nach Absatzmärkten

Die Ernährungsindustrie exportierte in den ersten drei Quartalen 2012 Lebensmittel im Wert von 36,8 Mrd. Euro, das entspricht einem Zuwachs von 4%, preisbereinigt war jedoch ein Rückgang von -1,5% zu verzeichnen. 79% der Exporte gehen in die EU. Die attraktivsten Absatzmärkte sind nach Einschätzung der Unternehmen aktuell die Niederlande, Frankreich, und Italien. Die Absatzerwartungen für die nächsten sechs Monate in den EU-Ländern bleiben unverändert, eine positivere Entwicklung des Exportgeschäfts erwartet die deutsche Ernährungsindustrie vor allem für Großbritannien (51%), Polen (46%) und Dänemark (44%). Wenn auch weiterhin mehrheitlich positiv eingeschätzt, so haben sich die Absatzerwartungen für Italien, Frankreich, die Niederlande, Belgien und Österreich doch eingetrübt. Die flauere Konjunktur im Euroraum spiegelt sich somit auch in den

Erwartungen der Ernährungsindustrie wider.

Die Märkte außerhalb der EU werden für die Lebensmittelexporteure immer wichtiger. In den ersten drei Quartalen 2012 stiegen diese Exporte um beachtliche 14,8%, (preisebereinigt 11,3%). 75% der befragten Unternehmen exportieren bereits in Drittländer. Die bedeutendsten Absatzmärkte sind die Schweiz, USA und Russland. Für ihr Drittlandsgeschäft zeigten sich die Unternehmen sehr optimistisch. Mit steigenden Exporten in den nächsten sechs Monaten wird besonders für China (83%), Russland (62%) und die USA (51%) gerechnet.

Branchenergebnisse

Zu den Hauptexportgütern der Ernährungsindustrie zählen neben Fleisch- und Milchprodukten Süßwaren und Getränke. Die Lage und die Erwartungen im Export werden von den einzelnen Branchen unterschiedlich aber mehrheitlich positiv eingeschätzt. Die zum Teil eher gemäßigte Stimmungslage ist auch von saisonalen Effekten beeinflusst. Besser als im Mai 2012 schätzten Bier (+13,8%), Fleischwaren (+9,8%) und die Obst- und Gemüseverarbeitung (+3,9%) ihre Geschäftslage ein. In der Mehrzahl der Branchen war der Trend jedoch rückläufig, ein deutlicher Einbruch war bei Fleisch (-85,7%) und den alkoholfreien Getränken (-58,5%) zu beobachten. Die Erwartungen an das Exportgeschäft fallen auch nur gemäßigt aus. Allein bei Fleischwaren (+66,7%) und der Obst- und Gemüseverarbeitung (+33,3%) stiegen die Erwartungen im Dezember 2012 im Vergleich zu Mai 2012. In den anderen Branchen sanken die Erwartungen in der Vergleichsperiode teilweise sehr stark, vor allem bei Fleisch wurde ein Rückgang um -72,4% und bei Süßwaren um -48,1% verzeichnet.

Für das Exportbarometer wurden vom 6. bis 26. November 2012 400 Geschäftsführer und Exportleiter befragt. Die Umfrage bietet einen umfassenden Überblick über die aktuelle Exportkonjunktur in der Ernährungsindustrie und ihren Teilbranchen. Die Befragung wird vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz gefördert. Das Export-Klima wird aus der Einschätzung der aktuellen Geschäftslage und der Erwartung für die nächsten sechs Monate errechnet. Theoretisch möglich sind Ergebniswerte 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).

Das Exportbarometer der Ernährungsindustrie wird gefördert durch: Bundesministerium Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:

www.bve-online.de

www.pwc.de/exportbarometer-2012

Pressekontakt:

Dr. Sabine Eichner
Bundesvereinigung der Deutschen
Ernährungsindustrie
Geschäftsführerin
Tel: +49 30 200786-150; - 151
E-Mail: seichner@bve-online.de
www.bve-online.de

Daniela Keilmann
PricewaterhouseCoopers AG WPG
Presseabteilung
Tel: +49 69 95 85 - 1045
E-Mail: daniela.keilmann@de.pwc.com
www.pwc.de

Redaktionshinweis:

PwC bietet branchenspezifische Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung und Unternehmensberatung. Dort schaffen wir für unsere Mandanten den Mehrwert, den sie erwarten. Mehr als 180.000 Mitarbeiter in 158 Ländern entwickeln in unserem internationalen Netzwerk mit ihren Ideen, ihrer Erfahrung und ihrer Expertise neue Perspektiven und praxisnahe Lösungen. In Deutschland erzielt PwC an 28 Standorten mit 9.300 Mitarbeitern eine Gesamtleistung von rund 1,49 Milliarden Euro.

Die Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie ist der wirtschaftspolitische Spitzenverband der Lebensmittel- und Getränkehersteller in Deutschland. Seit mehr als 60 Jahren vertritt sie erfolgreich die branchenübergreifenden Interessen gegenüber Politik, Verwaltung, Medien, Öffentlichkeit und Marktpartnern. 20 Fachverbände und 50 Unternehmen der Ernährungsindustrie haben sich in

der BVE zusammengeschlossen.

Original-Content von: PricewaterhouseCoopers GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft, übermittelt durch news aktuell
Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/8664/2385107> abgerufen werden.