

Konjunktur- barometer Agribusiness in Deutschland 2019

Eine Gemeinschaftsstudie mit der



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT
GÖTTINGEN

und der Marketinggesellschaft der niedersächsischen
Land- und Ernährungswirtschaft e. V.



auf der Grundlage der Datenreihen des ifo Instituts – Leibniz-Institut für
Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V. (ifo)

ifo



Building a better
working world

Autoren



Dr. Christian Janze

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Telefon +49 511 8508 26945
christian.janze@de.ey.com



Dr. Ramona Weinrich

Georg-August-Universität Göttingen
Telefon +49 551 39 19534
ramona.weinrich@agr.uni-goettingen.de



Dr. Christian Schmidt

Marketinggesellschaft der
niedersächsischen Land- und
Ernährungswirtschaft e. V.
Telefon +49 511 34879 20
info@mg-niedersachsen.de



Johannes Meyer

Georg-August-Universität Göttingen
Telefon +49 551 39 4869
johannes.meyer@agr.uni-goettingen.de



Carolin Winkel

Georg-August-Universität Göttingen
Telefon +49 551 39 4851
carolin.winkel@agr.uni-goettingen.de



Jan-Philipp Huchtemann

Georg-August-Universität Göttingen
Telefon +49 551 39 4794
jhuchte@uni-goettingen.de



Inhalt

1	Einleitung	4
	Der ifo-Index als Konjunkturindikator	8
2	Das Agribusiness in Deutschland	12
3	Das Agribusiness auf neuen Wegen: innovative Unternehmensgründungen	14
4	Die Landtechnikindustrie	26
	Wirtschaftliche Bedeutung.....	26
	Rückblick auf das Jahr 2018.....	30
	Ausblick auf das Jahr 2019.....	32
5	Die Ernährungsindustrie	34
	Wirtschaftliche Bedeutung.....	34
	Rückblick auf das Jahr 2018.....	40
	Ausblick auf das Jahr 2019.....	42
	5.1 Die Fleischwirtschaft	44
	Wirtschaftliche Bedeutung.....	44
	Rückblick auf das Jahr 2018.....	48
	Ausblick auf das Jahr 2019.....	49
	5.2 Die Molkereiwirtschaft	50
	Wirtschaftliche Bedeutung.....	50
	Rückblick auf das Jahr 2018.....	54
	Ausblick auf das Jahr 2019.....	56
6	Fazit	58
	Ansprechpartner	63

Einleitung

1

Die Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und die Georg-August-Universität Göttingen blicken auf eine nunmehr bereits zehn Jahre währende Zusammenarbeit bei der Analyse von Strategien und Geschäftsentwicklungen im Agribusiness zurück. Mit der vorliegenden Studie zum Agribusiness in Deutschland 2019 setzen die beiden Partner diese erfolgreiche Kooperation fort.

Wie schon in den vergangenen Jahren, so werfen auch in diesem Jahr das Agribusiness-Team von EY Hannover und die Arbeitsgruppe „Betriebswirtschaftslehre des Agribusiness“ der Universität Göttingen gemeinsam einen Blick auf die Entwicklungen und Tendenzen des deutschen Agribusiness im zurückliegenden Jahr und geben einen Ausblick auf die nähere Zukunft. Dafür werden die aktuellen Konjunkturdaten des ifo Instituts – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V. herangezogen und mit dem Expertenwissen der Autoren kombiniert, um so ein umfassendes Bild von der Entwicklung des deutschen Agribusiness zu zeichnen. Die Studie ist so aufgebaut, dass zunächst ein Überblick über das deutsche Agribusiness gegeben wird. Anschließend rückt in der diesjährigen Ausgabe des Konjunkturberichts das hochaktuelle Thema der Start-ups in der Agrar- und Ernährungsbranche in den Blickpunkt. Start-ups wird insbesondere im Zuge der Digitalisierung, die auch im Agribusiness vermehrt Einzug hält, eine hohe Bedeutung beigemessen. Das Autorenteam konnte Experten gewinnen, die in Interviews spannende Einblicke in die Start-up-Branche liefern. Daran schließt sich in bewährter Weise zunächst die Analyse der Entwicklung in der Landtechnikindustrie an (Kapitel 4). Kapitel 5 widmet sich der Ernährungsindustrie im Allgemeinen sowie der Fleisch- und Molkereiwirtschaft im Speziellen.

Das deutsche Agribusiness ist von großer Vielfalt geprägt. Es umfasst alle Stufen der Landwirtschaft sowie der ihr vor- und nachgelagerten Wertschöpfungsstufen. Auf der Inputseite sind exemplarisch Saat- und Tierzuchtunternehmen, aber auch Hersteller von Pflanzenschutz- oder Düngemitteln, Futtermittelunternehmen

und Landtechnikhersteller zu nennen. Mit der Verarbeitung der landwirtschaftlichen Produkte ist neben der Lebensmittelindustrie auch das Ernährungshandwerk befasst. Der Lebensmittelindustrie werden u. a. die Fleisch- und die Molkereiwirtschaft, die Teig- und Backwarenindustrie, Süßwarenhersteller, Mahl- und Schälmühlen sowie Mälzereien zugerechnet. Außerdem sind die Branchen Obst und Gemüse sowie der Land- und der Viehhandel als Teile des Agribusiness zu nennen. Umfassendere Abgrenzungen beziehen auch den Groß- und den Einzelhandel sowie die Gastronomie mit ein.

Insgesamt hat sich nach Einschätzung des Expertenteams die Branche im vergangenen Jahr positiv entwickelt. So bewegten sich z. B. die Umsätze der Ernährungsindustrie mit rund 178 Mrd. Euro. 2018 weiterhin auf hohem Niveau. Die Schaffung weiterer Arbeitsplätze im Agribusiness hat dazu beigetragen, dass inzwischen in den agrarischen Intensivregionen Deutschlands Vollbeschäftigung herrscht. Auch konnte in vielen Teilbereichen des Agribusiness die Exporttätigkeit weiter ausgebaut werden. Das Interesse an Produkten deutscher Agribusiness-Unternehmen kann beispielhaft auch an Zahlen der EuroTier 2018 abgelesen werden: 150.000 Besucher, davon 46.000 aus dem Ausland – so viele wie nie zuvor. Zudem konnte ein neuer Ausstellerrekord verzeichnet werden. Insgesamt haben investitionswillige Besucher auf der Messe nach Lösungen gesucht, wie sie ihre Unternehmen weiterentwickeln und an Veränderungen des Marktes, der Umwelt und der gesellschaftlichen Erwartungen anpassen können. Dennoch sieht sich das Agribusiness auch weiterhin mit vielfältigen Herausforderungen konfrontiert:

- ▶ Zunächst ist die nicht abreißende Tierwohldebatte zu nennen. Ganz aktuell wurde das endgültige Verbot des betäubungslosen Kastrierens männlicher Ferkel, das nach einer fünfjährigen Übergangsfrist für Anfang 2019 vorgesehen war, um weitere zwei Jahre verschoben – weil es derzeit keine praktikable und zugleich wirtschaftlich tragfähige Alternative gibt. Weiterhin hat der Handel auf den Verbraucherwunsch nach mehr Transparenz und Tierwohl reagiert. Mehrere Lebensmitteleinzelhändler haben Kennzeichnungssysteme eingeführt, die auf einer mehrstufigen Skala die jeweilige Ausprägung des Haltungssystems auf der Fleisch- oder Wurstverpackung anzeigen. Darüber hinaus steht 2019 das bereits seit längerem in Aussicht gestellte staatliche Tierwohllabel vor der Einführung. Dies sind Beispiele dafür, dass sich die Fleischwirtschaft im Umbruch befindet und die Tierwohldebatte die Branche sicherlich auch über 2019 hinaus beschäftigen wird.
- ▶ Für eine deutliche Verunsicherung sorgt gegenwärtig der mögliche Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest. In mehreren osteuropäischen Ländern, aber auch in Belgien wurde 2018 die Afrikanische Schweinepest bei Haus- oder Wildschweinen nachgewiesen. Nach Angaben des Niedersächsischen Landesamtes für Verbraucherschutz und Lebensmittelsicherheit breitet sich die Tierseuche weiter aus. Das führt dazu, dass die Schweinepreise derzeit auf einem eher niedrigen Niveau stagnieren und sich Landwirte bei Investitionen abwartend verhalten.

- ▶ Noch immer gibt es in Bezug auf den Brexit viele Unsicherheiten. Für die Ernährungsindustrie ist das Vereinigte Königreich das viertwichtigste Exportland, für die Landtechnikindustrie sogar das zweitwichtigste. Nach Angaben der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) erwarten 49 % der Unternehmen negative Folgen durch den Brexit. Es wird abzuwarten bleiben, ob das Vereinigte Königreich tatsächlich die Europäische Union verlassen wird und ob ggf. geringere Exporte auf die britische Insel durch höhere Ausfuhren in andere europäische Länder und Drittstaaten kompensiert werden können.
- ▶ Waren es 2017 schlechte Erntebedingungen, so sahen sich Landwirte 2018 mit einem ungewöhnlichen Hitzerekord und einer starken Trockenheit, die über Monate anhielt, konfrontiert. Das Ergebnis waren Rekordeinbußen bei der Ernte und in einigen Regionen sogar komplette Ernteaussfälle bei wichtigen Ackerkulturen. So ist die Ernte im Norden und Osten Deutschlands zum Teil um 70 % eingebrochen. Viele Betriebe, die keine entsprechenden Rücklagen gebildet hatten, waren am Ende der Erntesaison in ihrer Existenz bedroht. Die schlechte Ernte führte entsprechend zu höheren Rohstoffpreisen auf den

Agrarmärkten, da große Teile der Nordhalbkugel von dem extremen Hitzesommer betroffen waren. Der Hitzerekord und die Trockenheit führten u. a. auch zu höheren Öl- und Strompreisen, sodass wir bei vielen Produkten mit einer Preissteigerung für Verbraucher rechnen.

- ▶ Eine weitere Herausforderung für Unternehmen, speziell für Betriebe in ländlichen Intensivregionen, ist der Fachkräftemangel. Innovative Ideen und Lösungen sind gefragt, um gut ausgebildete Mitarbeiter zu gewinnen und zu halten. Daher stehen Themen wie Employer Branding im Fokus, um im Kampf um den knappen Faktor Arbeit vor allem junge Menschen für das eigene Unternehmen begeistern und ihnen Perspektiven bieten zu können.
- ▶ Die digitale Transformation des Agribusiness entwickelt sich in einem hohen Tempo und neue Unternehmen mit innovativen Geschäftsmodellen (beispielsweise in den Bereichen Smart Farming, Smart Livestock Farming, Farm-Managementsysteme und Vertical Farming), sogenannte AgTech-Start-ups (Agricultural Technology), werden die Wertschöpfungsketten der Agrar- und Ernährungswirtschaft grundlegend verändern. Beim Blick auf den deutschen

Markt sehen wir, dass sich allmählich eine AgTech-Start-up-Szene entwickelt. Da die Digitalisierung rasant voranschreitet, darf nach unserer Überzeugung das deutsche Agribusiness hier nicht den Anschluss verlieren. Die Digitalisierung wird zudem die Diskussion um konventionelle oder ökologische Agrarproduktion in einem neuen Licht erscheinen lassen.

Trotz der vielfältigen Herausforderungen konnte das deutsche Agribusiness 2018 eine insgesamt positive Bilanz ziehen. Die Unternehmen versuchen, Unsicherheiten zu reduzieren, indem sie u. a. ihren Einfluss auf vor- oder nachgelagerte Wertschöpfungsstufen ausdehnen und diese enger an sich binden. Neben einer zunehmenden vertikalen Integration wird auch von einem Trend zur integrierten Erzeugung gesprochen.

Der Gesamtumsatz des verarbeitenden Gewerbes konnte zulegen und wir erwarten für die Ernährungsindustrie für 2018 einen Umsatz von 178 Mrd. Euro, der damit fast das Rekordniveau des Vorjahres erreicht. Dies zeugt in Kombination mit der unverändert hohen Beschäftigtenzahl und den hohen Gesamtinvestitionen von einer insgesamt guten konjunkturellen Lage im deutschen Agribusiness.



Der ifo-Index als Konjunkturindikator

Der ifo-Index ist ein recht zuverlässiger, der späteren konjunkturellen Entwicklung vorlaufender Indikator. Aufgrund seiner guten Prognosequalität wird in Deutschland vor allem der Geschäftsklimaindex der gewerblichen Wirtschaft weithin beachtet. Neben zahlreichen anderen Branchen findet auch das Agribusiness

bei der empirischen Ermittlung der Geschäftslage, der Geschäftserwartungen und des Geschäftsklimas durch das ifo Institut Berücksichtigung. Die ifo-Daten vermitteln daher einen differenzierten Einblick in die konjunkturelle Lage des Agribusiness und ermöglichen einen fundierten Ausblick auf die nähere Zukunft.



Der ifo-Geschäftsklimaindex

ist ein Frühindikator für die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland. Seit 1972 ermittelt das ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München e. V. monatlich diesen Index. Die Ermittlung der Aussagen zur konjunkturellen Lage basieren auf den Meldungen von rund 9.000 Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, des Bauhauptgewerbes, des Dienstleistungssektors sowie des Groß- und Einzelhandels. Auf der Grundlage der Befragungsdaten werden sowohl Salden- als auch Indexwerte ermittelt. Die Medien bevorzugen die Wiedergabe der Indexwerte, vor allem des Geschäftsklimaindex. Die Index-Werte ergeben sich, indem die jeweils aktuelle Einschätzung des Geschäftsklimas durch die befragten Unternehmen zu der in einem Basisjahr, derzeit 2015, in Beziehung gesetzt wird. Abb. 1 zeigt beispielhaft die Indexwerte der Geschäftslage, der Geschäftserwartungen und des Geschäftsklimas für die gewerbliche Wirtschaft in Deutschland für den Zeitraum von 2008 bis Ende 2018.

Die Darstellung der Indexwerte ist aufgrund der Bezugnahme auf ein Basisjahr vergleichsweise unanschaulich. In den weiteren Ausführungen, zum Beispiel in Abb. 2, werden daher meist die Saldenwerte wiedergegeben, da sie dem Betrachter ein leichter verständliches Bild der konjunkturellen Lage und der zu erwartenden weiteren konjunkturellen Entwicklung vermitteln. Positive Saldenwerte oberhalb der Nulllinie ergeben sich aus einer mehrheitlich positiven Einschätzung der Konjunktur durch die Unternehmen, die sich an den Befragungen des ifo Instituts beteiligen. Negative Werte signalisieren dagegen eine mehrheitlich negative Stimmungslage.

Die von den Unternehmen geäußerten Geschäftserwartungen laufen erfahrungsgemäß der späteren tatsächlichen Entwicklung der Geschäftslage um etwa sechs Monate voraus. Abb. 1 verdeutlicht dies am Beispiel der Indexwerte und Abb. 2 anhand der Saldendarstellungen für die gewerbliche Wirtschaft. Der erkennbar werdende relativ enge

Zusammenhang zwischen den geäußerten Geschäftserwartungen, den späteren Einschätzungen der Geschäftslage und der tatsächlichen konjunkturellen Entwicklung erklärt den guten Ruf des ifo-Geschäftsklimaindex als konjunktureller Frühindikator.



ifo-Index Geschäftslage

Zur Beurteilung der Geschäftslage werden die Unternehmen monatlich vom ifo Institut gebeten, ihre Lage mit „gut“, „befriedigend“ oder „schlecht“ zu bewerten. Darüber hinaus werden die Entwicklungen der Produktionstätigkeit und der Nachfragesituation im vorangegangenen Monat abgefragt.



ifo-Index Geschäftserwartungen

Ergänzend zur aktuellen Geschäftslage sollen die Unternehmen ihre Erwartungen hinsichtlich der Entwicklung der Geschäftslage in den nächsten sechs Monaten angeben. Die erwartete Entwicklung kann mit „günstiger“, „gleichbleibend“ oder „ungünstiger“ gekennzeichnet werden. Zusätzlich werden die Unternehmen gebeten anzugeben, wie sich ihrer Ansicht nach in den nächsten drei bzw. sechs Monaten die Produktionstätigkeit und die Inlandsverkaufspreise entwickeln werden.

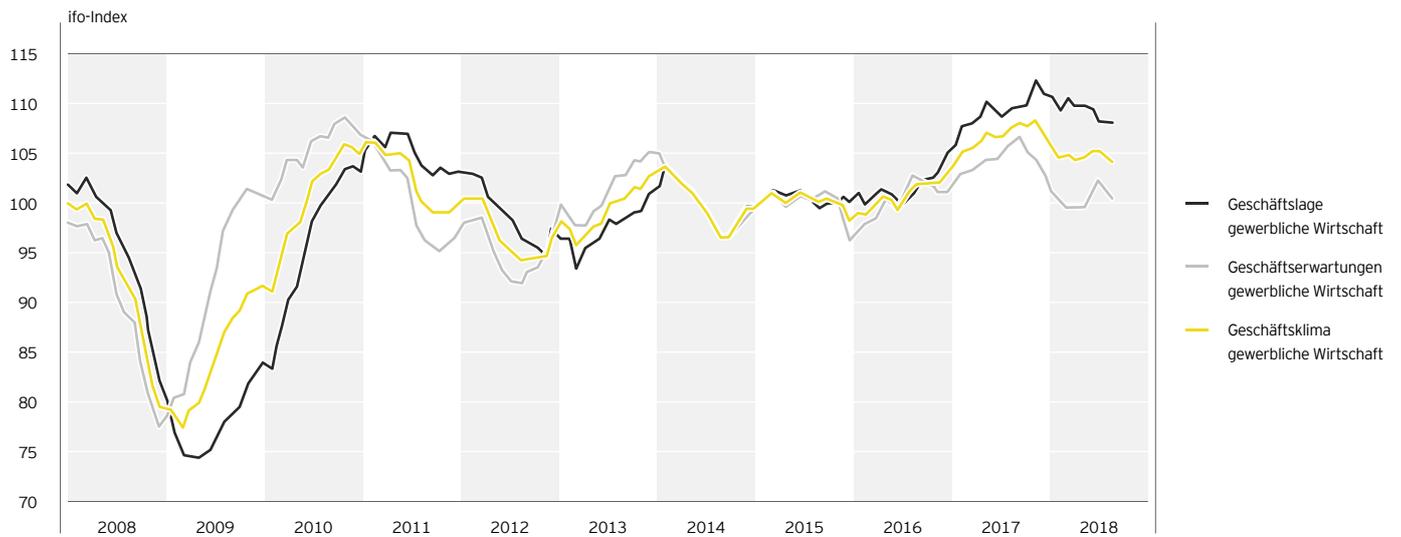


ifo-Index Geschäftsklima

Die Angaben der Unternehmen zur Geschäftslage wie auch zur weiteren Geschäftsentwicklung werden saldiert, indem die negativen von den positiven Einschätzungen subtrahiert werden. Die mittlere Kategorie („befriedigend“ bzw. „gleichbleibend“) bleibt unberücksichtigt und beeinflusst das Ergebnis nicht. Die beiden Einzelsalden können dementsprechend zwischen -100 und +100 liegen. Das Geschäftsklima ist dann ein Mittelwert aus beiden Salden.

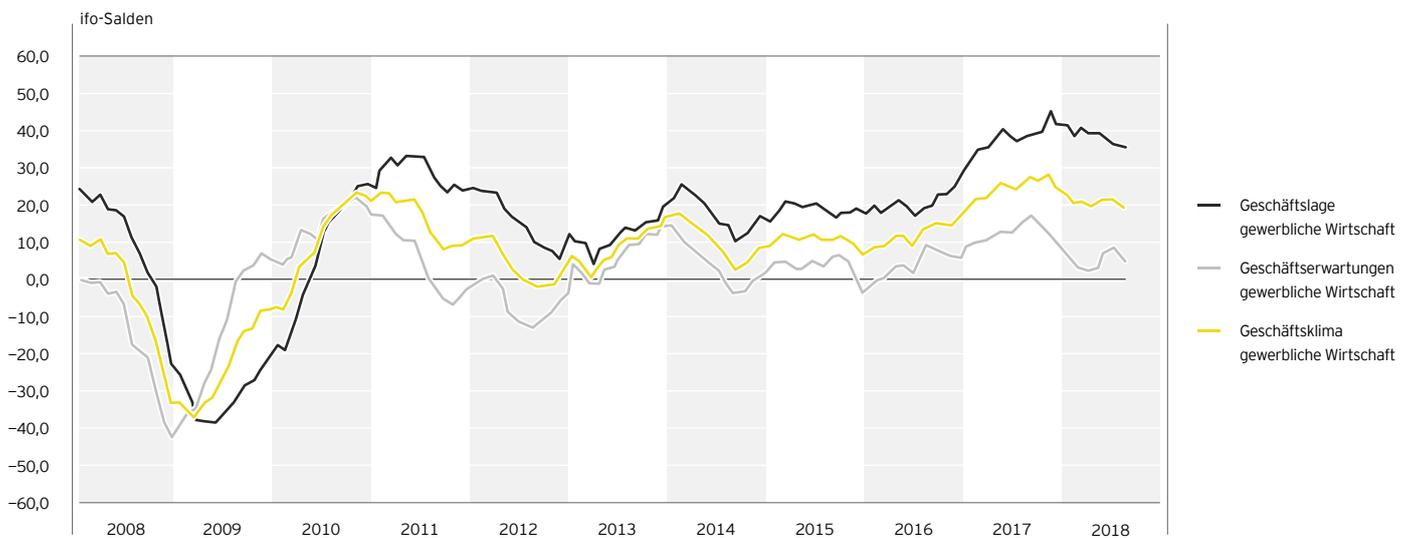
Die folgende Beispielrechnung veranschaulicht die Vorgehensweise: Schätzen 45 % der befragten Unternehmen ihre Geschäftslage als gut, 30 % als befriedigend und 25 % als schlecht ein, so lautet der Saldo für die Geschäftslage: $45 - 25 = 20$. Analog wird die Einschätzung der Geschäftserwartungen ermittelt. Abb. 2 zeigt exemplarisch die Salden für die Geschäftslage und die Geschäftserwartungen sowie - als Mittelwert - das Geschäftsklima für das verarbeitende Gewerbe für den Zeitraum 2008 bis Ende 2018.

Abb. 1: Geschäftslage, Geschäftserwartungen und Geschäftsklima in der gewerblichen Wirtschaft (Indexwerte)



Quelle: eigene Darstellung nach ifo Institut 2018

Abb. 2: Geschäftslage, Geschäftserwartungen und Geschäftsklima in der gewerblichen Wirtschaft (Saldendarstellung)



Quelle: eigene Darstellung nach ifo Institut 2018



Das Agribusiness in Deutschland



Das Agribusiness ist überwiegend dem verarbeitenden Gewerbe zuzuordnen. 2017 lag der Umsatz des verarbeitenden Gewerbes in Deutschland bei insgesamt 1,9 Bio. Euro. Mit einem Umsatz von 425,3 Mrd. Euro bilden die Hersteller von Fahrzeugen und ihre Zulieferer die größte Teilbranche innerhalb des verarbeitenden Gewerbes in Deutschland.

Gemessen am Gesamtumsatz lag ihr Anteil bei 22,4 %. Ihnen folgt der Maschinenbau mit einem Umsatz von 252,1 Mrd. Euro bzw. 13,2 % des Gesamtumsatzes. Auf Rang 3 ist bereits das Agribusiness mit einem Umsatz von 226,1 Mrd. Euro (11,9 % Umsatzanteil) zu finden. Aufgrund des geringen Beitrags von nur etwa 0,6 % der Landwirtschaft zum deutschen Bruttoinlandsprodukt wird die wirtschaftliche Bedeutung des gesamten Agribusiness häufig deutlich unterschätzt. Immerhin rangiert das Agribusiness gemessen am Umsatz vor der Chemie- und Pharmabranche sowie den Herstellern von Metallern (Abb. 3). 2017 haben sich die Umsätze im Agribusiness positiv entwickelt.

Gegenüber 2016 stiegen sie um 7,76 Mrd. Euro bzw. 3,6 %. Im Vergleich zu den anderen Branchen des verarbeitenden Gewerbes ist diese Entwicklung allerdings unterdurchschnittlich. So legten die Umsätze der Hersteller von Metallern um 6,5 % und die der Hersteller von chemischen und pharmazeutischen Erzeugnissen um 6,4 % zu. Über alle Branchen hinweg stiegen die Umsätze im verarbeitenden Gewerbe 2017 um 103 Mrd. Euro bzw. 5,7 %. Ein Grund für die verhaltenere Entwicklung im Agribusiness ist, dass wichtige Agrarpreise, etwa für Milch und Schweinefleisch, im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückgingen. Dies schlägt sich nicht nur in Preisrückgängen für wichtige Verarbeitungsprodukte nieder, sondern lähmt auch die Investitionsbereitschaft der Landwirte.

Die Konkurrenz um gute Arbeitskräfte nimmt immer weiter zu. Die Unternehmen des Agribusiness, die vielfach in ländlichen

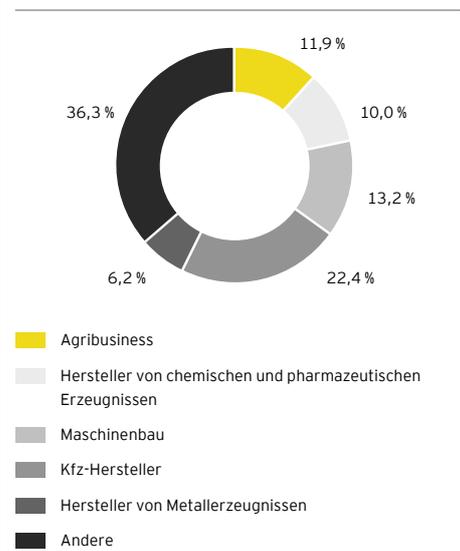


Regionen angesiedelt sind, stehen vor der Herausforderung, gut ausgebildete Mitarbeiter zu finden und zu halten. Der ohnehin hart umkämpfte Arbeitsmarkt gestaltet sich für das Agribusiness besonders schwierig, da für junge Leute eine Beschäftigung im ländlichen Raum häufig nicht attraktiv ist. Gründe dafür sind unter anderem die Schwierigkeit, einen adäquaten Arbeitsplatz für den Partner oder die Partnerin zu finden, sowie die Infrastrukturschwächen ländlicher Räume, angefangen vom mangelhaften Ausbau schneller Datennetze bis hin zu Lücken in der Versorgung mit Einzelhandelsunternehmen und Gesundheitsdienstleistern. Daher sind einige Unternehmen dazu übergegangen, Teilbereiche wie die Verwaltung oder die IT in urbane Zentren zu verlagern, um den Standortnachteil bei der Akquise geeigneten Personals auszugleichen.

Ungebrochen ist nach wie vor der Trend zu einer stärkeren Vertikalisierung in den

Wertschöpfungsketten der Agrar- und Ernährungswirtschaft. Hierunter ist zu verstehen, dass einzelne Akteure durch vertragliche Bindungen oder Kapitalbeteiligungen ihren Einfluss auf vor- oder nachgelagerte Wertschöpfungsstufen ausdehnen und diese enger an sich binden. Ein Treiber dieser Entwicklung ist der Lebensmitteleinzelhandel, der sich mittlerweile in erheblichem Umfang mit eigenen Werken in der Lebensmittelproduktion engagiert und über verschiedene Formen der Vertragslandwirtschaft Erzeuger an sich bindet. Auf diese Weise können die Einzelhandelsunternehmen mehr Produktionsschritte direkt kontrollieren. Vor dem Hintergrund weiter steigender Anforderungen an die Qualität, die ökologische und soziale Nachhaltigkeit sowie die Rückverfolgbarkeit von Lebensmitteln prognostizieren wir eine Fortsetzung dieses Trends. Durch die fortschreitende Digitalisierung wird er unserer Einschätzung nach noch verstärkt.

Abb. 3: Anteile der einzelnen Branchen am Gesamtumsatz des verarbeitenden Gewerbes 2017



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018



Das Agribusiness auf neuen Wegen: innovative Unternehmensgründungen

Das Agribusiness durchlebt derzeit einen starken Wandel. Die Digitalisierung der Agrarbranche schreitet mit zunehmender Geschwindigkeit voran. Die Anzahl der landwirtschaftlichen Betriebe in Deutschland, die die Fortschritte der Digitalisierung nutzen, steigt stetig.

Ganz konkret bedeutet dies: Roboter bekämpfen Unkraut, Drohnen helfen bei der Überwachung von Pflanzenbeständen, Sensoren vermitteln neue Einblicke in die Gesundheit und das Wohlbefinden landwirtschaftlicher Nutztiere und Big Data beugen dem Antibiotika-Einsatz vor. Die Digitalisierung verändert alle Stufen der Wertschöpfungskette, sodass die Auswirkungen bis zum Endverbraucher von Lebensmitteln spürbar sind.



Die Nutzung von Robotern, Drohnen, Sensoren und Big-Data-Analysen kann dabei helfen, den Einsatz von Dünge- und Pflanzenschutzmitteln auf landwirtschaftlichen Flächen sowie die Anwendung von Arzneimitteln in der Nutztierhaltung zu reduzieren und auf diese Weise den sonst oft deutlich spürbaren Zielkonflikt zwischen Umwelt-, Klima- und Tierschutz einerseits und ökonomischer Nachhaltigkeit andererseits zu entschärfen. Der Druck zur Digitalisierung erhöht sich aber noch aus einem weiteren Grund: Um die steigende Weltbevölkerung zu ernähren, muss die Lebensmittelproduktion in den nächsten 30 bis 40 Jahren verdoppelt werden. Größere und leistungsstärkere Landmaschinen können dazu nur einen kleinen Beitrag leisten. Den Ertrag steigern intelligentere Maschinen wie Roboter oder Drohnen.

Vor allem eine bessere Verknüpfung und Auswertung der schon jetzt in großem Stil erhobenen Daten bietet neue Wege zur Steigerung der Effizienz der landwirtschaftlichen Produktion.

Die digitale Transformation des Agribusiness und die sich langsam entwickelnde AgTech-Start-up-Szene haben 2016 zur Gründung der Fachgruppe AgTech im Bundesverband Deutsche Startups geführt, deren Fokus es ist, das deutsche AgTech-Ökosystem in einen aktiven Austausch mit Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zu bringen.

Wir sehen, dass das Agribusiness bei branchenfremden Gründern sowie Venture-Capital-Fonds auf reges Interesse stößt. Diese Entwicklung wird durch zwei wesentliche Trends getrieben: Einerseits hat die

Branche einen hohen Bedarf im Bereich der Digitalisierung, andererseits ist die nachhaltige Produktion gesunder Lebensmittel ein Trendthema des 21. Jahrhunderts. Für den amerikanischen Markt existieren bereits einige Zahlen und Daten zu Investments in AgriFood-Tech-Start-ups: Im Jahr 2017 wurden ca. 10 Mrd. US-Dollar Venture Capital in innovative Geschäftsmodelle im Agribusiness investiert.

Bedeutung für Unternehmen im deutschen Agribusiness

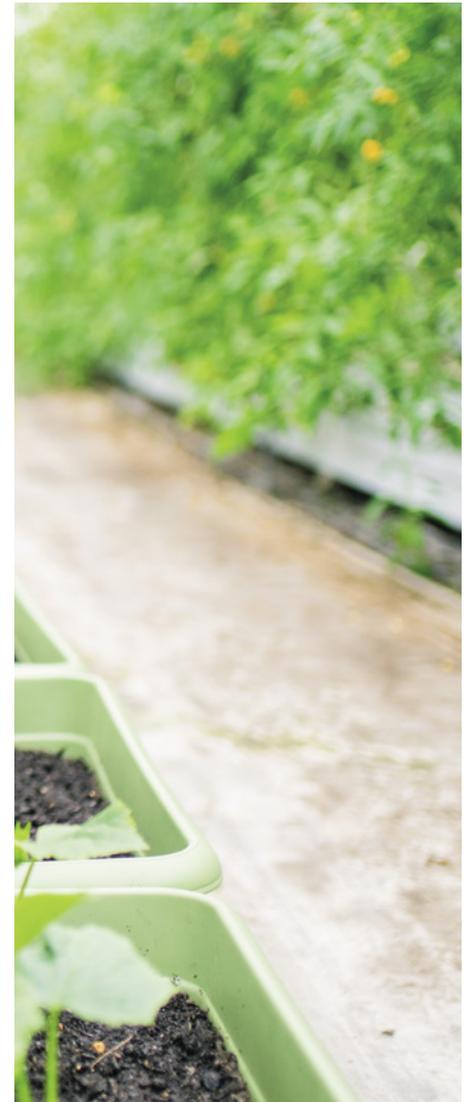
Neue, branchenfremde Wettbewerber verändern im Zuge der Digitalisierung den Markt mit disruptiven Geschäftsmodellen auf allen Stufen der Wertschöpfungsketten. Für bereits in der Branche aktive Unternehmen bedeutet dies, sich auf strategischer Ebene mit neuen Märkten und mit modernen Lebens- und Arbeitswelten auseinanderzusetzen und somit selbst

eine Transformation hin zu neuen, oftmals digitalen Geschäftsmodellen zu vollziehen. Kooperationen mit jungen Start-ups können bei der Auseinandersetzung mit der Digitalisierung des eigenen Geschäftsmodells eine interessante Option sein. Die BayWa AG beispielsweise gab 2016 die Kooperation mit dem Start-up fodjan bekannt. Das Start-up optimiert mittels Algorithmen die Futterrationen für Rinder in landwirtschaftlichen Betrieben. Eine weitere Möglichkeit zur Kooperation mit Start-ups bieten Inkubator- und Accelerator-Programme. Bei diesen mehrmonatigen Förderprogrammen werden Start-ups sowohl finanziell unterstützt als auch mit Büroräumen, Mentorings und Weiterbildungsmaßnahmen ausgestattet, damit sie sich gezielt auf den Feinschliff ihres Geschäftsmodells konzentrieren können.

Der digitale Wandel ist unaufhaltsam und branchenübergreifend in ständiger Wechselwirkung mit den Kräften der

Globalisierung in vollem Gange. Im Agribusiness befindet sich die Digitalisierung noch in einer recht frühen Phase. Fest steht: Die Digitalisierung in der Agrar- und Ernährungswirtschaft ist nicht nur eine Frage der effizienten und effektiven Nutzung von Daten in Produktionsprozessen. Es entstehen neue Geschäftsmodelle, getrieben durch die digitale Transformation, um ganze Wertschöpfungsketten aufzubrechen und neu zu definieren. Unternehmen des Agribusiness fällt es nach unseren Erfahrungen mitunter schwer, proaktiv Antworten auf diese Entwicklungen zu finden und ihre Geschäftsmodelle entsprechend anzupassen. Gelingt die Transformation des Geschäftsmodells nicht, droht ein Verlust von Marktanteilen und die Unternehmen riskieren, nicht länger wettbewerbsfähig zu sein.





An ausgewählten Beispielen wollen wir im Folgenden kurz aufzeigen, mit welchen Technologien Start-ups versuchen, die Agrar- und Ernährungswirtschaft zu verändern. Die Technologie des Start-ups SuperMeat lässt erkennen, welche Auswirkungen Disruption auf die Produktion tierischer Erzeugnisse haben könnte. Der Online-Marktplatz E-Farm zeigt, wie innovative Geschäftsmodelle, die bereits in

anderen Branchen wie dem Gebrauchtwagenmarkt existieren, den Handel mit gebrauchter Landtechnik verändern und digitale Ökosysteme entstehen lassen können. EXA Computing schließlich befasst sich mit dem „Rohstoff der Zukunft“, ganz konkret mit der herstellerunabhängigen Erfassung und Analyse von Daten landwirtschaftlicher Maschinen.

SuperMeat

Shir Friedman, Ivor Sudir und Koby Barak gründeten 2015 im israelischen Tel Aviv das Biotechnologie-Start-up SuperMeat. Mit ihrem Unternehmen konzentrieren sich die Gründer auf die In-vitro-Produktion von Hähnchenfleisch, das aus Stammzellen gezüchtet wird. Die Stammzellen werden dabei im Labor genährt, vermehren sich und werden schließlich zu jenen Muskelfasern, aus denen die verschiedenen Fleischstücke bestehen. Im Vergleich zur klassischen Fleischproduktion ist diese Technologie durch einen geringeren Wasserverbrauch, niedrigere Treibhausgasemissionen und eine weniger umfangreiche Landnutzung gekennzeichnet.

Noch sind die Produktionskosten hoch, jedoch sinken sie bedingt durch den technischen Fortschritt rapide. Eine Etablierung des In-vitro-Verfahrens würde zu radikalen Umwälzungen in der Wertschöpfungskette der Fleischproduktion und -verarbeitung führen. Das Potenzial dieser Technologie ist auch Investoren nicht verborgen geblieben. Das israelische Start-up konnte Anfang 2018 mehr als 3 Mio. Euro von Venture-Capital-Investoren einsammeln. Unter den Investoren ist auch die niedersächsische PHW-Gruppe, die sich durch das Investment Zugang zu dieser innovativen Technologie verspricht.

E-Farm GmbH & Co. KG

Der Online-Marktplatz E-Farm hat sich auf gebrauchte Landmaschinen fokussiert, führt über 350 Hersteller und Händler der Landtechnik mit Landwirten in der ganzen Welt zusammen und schaltet somit gezielt Handelsstufen aus. Das Start-up erhält bei erfolgreichem Verkaufsabschluss eine prozentuale Vermittlungsgebühr vom Nettoverkaufspreis der Maschine. Neben der Etablierung des Marktplatzes erweitert das Start-up sein Angebot durch Kooperationen. Eine Exportfinanzierung kann dank einer Kooperation mit der Kreditversicherungsgruppe Euler Hermes angeboten werden. Für einheitliche Standards bei der Inspektion der gebrauchten

Landmaschinen kann auf eine Zusammenarbeit mit der DEKRA zurückgegriffen werden. Kooperationen mit Logistikern für den Transport der gebrauchten Landmaschinen sind ebenfalls in Planung. E-Farm baut ganz gezielt ein eigenes digitales Ökosystem um den Online-Marktplatz auf und strebt für das Jahr 2019 erste Gewinne an. Dr. Nicolas Lohr gründete das Unternehmen 2015 in Hamburg und konnte zur Finanzierung mit der Peter Cremer Holding GmbH & Co. KG einen strategischen Investor gewinnen, der über eine ausgewiesene Expertise im deutschen Agribusiness verfügt.

EXA Computing GmbH

Das 2017 in Hamm gegründete Start-up EXA Computing hat sich auf die herstellerunabhängige Erfassung und Analyse landwirtschaftlicher Maschinen spezialisiert. Die drei Gründer Alexander Kurte sowie Dietrich und Richard Kortenbruck bringen dabei ihre Expertise aus der Informatik, dem Maschinenbau und den Agrarwissenschaften in das Start-up ein. Der Sitz des

Unternehmens befindet sich in den Räumlichkeiten des Hammer Technologie- und Gründerzentrums. Eine einjährige Finanzierung erfolgte durch das EXIST-Gründerstipendium des Bundeswirtschaftsministeriums. Das Produkt besteht aus zwei Komponenten: Ein Adapter liest über die ISOBUS-Schnittstelle die Daten der Landmaschinen aus, die sodann mittels Software aufbereitet und dem Nutzer in einer App oder als Webanwendung zur Verfügung gestellt werden. Der Nutzer erhält auf diese Weise eine softwarebasierte Entscheidungsunterstützung in Bezug auf den aktuellen Maschinenzustand und die effiziente Nutzung der Landmaschine. Für die Anwendung muss der Adapter gekauft und die App installiert werden. Die Basis-

version der App steht kostenlos zur Verfügung, für die Vollversion muss ein monatliches Entgelt entrichtet werden.

In kurzen Interviews wird im Folgenden u. a. ein Einblick in die Arbeit eines Accelerators gegeben, der sich gezielt auf die Förderung von Start-ups aus der Agrar- und Ernährungswirtschaft spezialisiert hat. Ferner lassen wir die Gründer von zwei Start-ups zu Wort kommen. Sie beschreiben ihren bisherigen unternehmerischen Weg von der Ideengenerierung und Motivation über die ersten Schritte der Gründung bis hin zur aktuellen Situation ihrer Start-ups, die im Pflanzenbau bzw. in der Milchwirtschaft zu verorten sind.



Interview mit Tim Siebert

Start-up-Manager im Seedhouse Osnabrück

Das Seedhouse ist ein Start-up-Accelerator mit Schwerpunkten in den Bereichen Agrar, Food und Digital.



Beschreiben Sie bitte kurz, wie im Seedhouse Osnabrück die Förderung von Start-ups im Agribusiness abläuft.

Start-up-Teams werden in ihrer Entwicklung hin zu einem tragfähigen Geschäftskonzept unterstützt und „beschleunigt“. Das Programm umfasst frei nutzbare Büro- und Werkstattflächen, ein tägliches Coaching, das Mentoring erfolgt über die beteiligten Unternehmen und professionelle Beratung. Die Beratung kann bis zu einem Gegenwert von 10.000 Euro genutzt werden und wird individuell an den Bedürfnissen ausgerichtet. Als Mentoren stehen Partner aus der EntscheiderEbene zahlreicher führender Unternehmen aus dem Agribusiness und aus namhaften IT-Unternehmen bereit.

Wie viele Start-ups werden derzeit im Seedhouse unterstützt und an welchen Ideen arbeiten sie?

Zurzeit befinden sich sechs Start-ups in unserem Accelerator-Programm und zum 01.01.2019 ziehen vier weitere Start-ups ein. Die Start-ups arbeiten an Ideen aus verschiedenen Bereichen. Bugbell beschäftigt sich mit der Herstellung von Hundefutter auf Insektenbasis, SeedForward entwickelt eine ökologische Beize für verschiedene Saatgüter und Farmerscent erforscht und entwickelt die Einflussnahme von Gerüchen in der Stalltierhaltung.

Welche Vorteile resultieren am Standort Osnabrück für Start-ups und für die Vielzahl von Unternehmen des Agribusiness im Osnabrücker Umland?

Das südwestliche Niedersachsen beheimatet viele erfolgreiche Mittelständler. Nicht wenige lassen sich den Branchen des Agribusiness und der Digitalbranche zuordnen. Eine vergleichbare Dichte von Agrartechnikunternehmen sucht in Deutschland und Europa seines-

gleichen. Osnabrück beheimatet an den Hochschulen ca. 30.000 Studierende, von denen viele im Maschinenbau, in der Informatik und in den Agrarwissenschaften ansässig sind. Zudem befinden sich im Umland von Osnabrück namhafte Verbände und Organisationen, die die gleichen Themenschwerpunkte bespielen.

Welchen Anklang findet das Seedhouse bei Unternehmen des Agribusiness und wie schätzen Sie die Kooperationsbereitschaft der etablierten Unternehmen mit Start-ups ein?

Wir haben in der ersten Runde 28 Unternehmen für unsere unterstützende Beteiligungsgesellschaft gewinnen können. Jeder Partner investiert einen finanziellen Beitrag und die Bereitschaft, Mentoren zu entsenden. Die Kooperationsbereitschaft ist als durchaus hoch einzuschätzen. Vielen ist bewusst, dass Innovationen nicht nur von innen kommen und die Zusammenarbeit mit Start-ups eigene Denkmuster hinterfragen lässt.

Die AgTech-Start-up-Szene entwickelt sich langsam. Wie ist Ihre Wahrnehmung dazu in Bezug auf die Anzahl, die Vernetzung und den aktiven Austausch der Akteure untereinander?

Zur Anzahl kann ich keine Aussage treffen. Ich rechne allerdings damit, dass bei einer schwächeren Konjunktur die Anzahl der AgTech-Start-ups steigen wird. Die Vernetzung untereinander erhöht sich von Tag zu Tag, da viele offen kommunizieren, was sie suchen oder bieten. Durch den existierenden Markt mit großen Playern ist es für neue „kleine Emporkömmlinge“ unerlässlich, früh etablierte Partner zu finden.

Die Finanzierung von Start-ups gilt in Deutschland als schwierig. Wie beurteilen Sie die generelle Situation für Start-ups im Agribusiness und

welche Formen der Finanzierung finden sich dort häufig?

Schwierig im Vergleich zu den USA oder Israel, aber deutlich besser als noch vor einigen Jahren. Durch die stabile wirtschaftliche Lage und das niedrige Zinsniveau suchen viele Akteure nach neuen Investments. Zudem sind die öffentlichen Fördertöpfe voll und breit aufgestellt. Dazu ist eine Vielzahl von Stiftungen bereit, in Start-ups zu investieren. Die klassische Beteiligung mit dem Erwerb von Firmenanteilen scheint die häufigste Form der Unterstützung zu sein.

Vor welchen Herausforderungen stehen junge Start-ups, die sich im Agribusiness positionieren wollen?

Die Suche nach den richtigen Partnern zum richtigen Zeitpunkt. Ohne Partner wird es extrem schwer, in einigen Bereichen Fuß zu fassen. Im Bereich der digitalen Schnittstellen ist es vielleicht noch am ehesten möglich, aus eigener Stärke einen Markt zu erobern. Änderungen in der Gesetzgebung sorgen in vielen Bereichen für Bewegung, sodass dort für Start-ups Möglichkeiten bestehen, in neue Nischen vorzustoßen.

Die Politik zeigt ebenfalls Interesse an Start-ups und möchte die Förderung intensivieren. Haben Sie einen Wunsch, den die Politik in Bezug auf die Förderung von Start-ups in der Landwirtschaft umsetzen sollte?

Ich würde mir einen leichteren Zugang zu Risikokapital speziell für Agrar-Start-ups wünschen sowie eine gesteigerte Frühförderung von Forschungen in diesem Bereich an den Hochschulen. Freie und offene „Makerspaces“ für Agrartechnik wären eine Initiative, bei der wir in Deutschland als „First Mover“ vor den anderen großen Innovationstreibern der Welt punkten könnten.



Interview mit Andreas Heckmann

von Farm-Inspector

Farm-Inspector ist ein junges Start-up aus Göttingen und bietet ein umfassendes Farm-Managementssystem mit anwendungsspezifischen Entscheidungshilfen zur Steigerung der Ressourceneffizienz in landwirtschaftlichen Betrieben.



Häufig entwickeln Gründer eine Lösung für ein Problem, vor dem sie selbst einmal standen. Beschreiben Sie bitte kurz, wie Sie auf die Idee Ihres Produkts gekommen sind.

Die kurze Antwort wäre: „Zu Hause auf dem Trecker.“ Landwirte müssen kurzfristige und standortangepasste Entscheidungen unter dynamischen Rahmenbedingungen, mit unkalkulierbaren Wetterrisiken und im Spannungsfeld politischer und betriebswirtschaftlicher Restriktionen treffen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dabei fehlen ihnen wichtige Prozessdaten, z. B. über das spezifische Mikroklima in den unterschiedlichen Feldzonen eines Ackererschlags. Diese sind wichtig, um möglichst vor dem Auftreten von Stresssymptomen wie z. B. Nährstoffmangel zu wissen, ob eine entsprechende Düngungsmaßnahme ökologisch und ökonomisch Sinn ergibt. Mit neuartigen Funksensornetzwerken können entscheidungsrelevante Daten kostengünstig permanent geo- und zeitreferenziert zusammengetragen werden, um den Produktionsprozess zu optimieren. Die Idee war, durch eine bessere Datengrundlage den Entscheidungserfolg des Betriebsleiters zu steigern und gleichzeitig eine möglichst automatisierte Arbeitsdokumentation umzusetzen.

Sie haben sich entschlossen, Ihre Idee selbstständig umzusetzen. Was war Ihre Motivation, das Risiko einer Gründung einzugehen, wenn man auch einen sicheren Job im Agribusiness ausüben könnte?

Meinen alten Job in der Industrie habe ich gemocht und ich hätte mir vorstellen können, dort weiterzuarbeiten. Aber ich denke, es geht uns allen so, dass wir unseren Alltag und unsere Arbeitsthemen lieber selbst gestalten wollen. Für mich war schon immer klar, dass

ich irgendwann selbstständig tätig sein wollte. Vermutlich liegt das auch an der Tatsache, dass ich in einem landwirtschaftlichen Betrieb aufgewachsen bin und eigenständiges Arbeiten dabei im Vordergrund stand.

Die Digitalisierung in der Landwirtschaft schreitet schnell voran und im deutschen Agribusiness entstehen Start-ups wie das Ihre. Wie ist Ihre Wahrnehmung von einem landwirtschaftlichen Start-up-Ökosystem, von anderen Start-ups und vom aktiven Austausch dazu in der Branche?

In der Tat gibt es international einen regelrechten Boom im Bereich der digitalen Landwirtschaft. Durch technische Neuentwicklungen tragen Start-ups einen großen Teil zum technischen Fortschritt bei. Unser Team ist im jeweiligen Fachbereich aktiv und wir suchen natürlich den Kontakt zu anderen Gründern, aber besonders zur landwirtschaftlichen Praxis.

Sie haben für die Gründung Ihres Start-ups die Nähe zu einer Hochschule mit agrarwissenschaftlichem Schwerpunkt gesucht. Wie gestaltet sich die Vernetzung mit der Hochschule und auf welche Förderungen können Sie zurückgreifen?

Die Agrarwissenschaften an der Universität Göttingen sind hoch angesehen. Ich hatte bereits mein Studium in Göttingen absolviert und fühlte mich der Region verbunden. Wir bearbeiten in der Gründung komplexe Themen, die auch in der Forschung diskutiert werden. Aus fachlicher Sicht ergibt sich eine Win-win-Situation, wenn Start-ups eng mit der Forschung zusammenarbeiten. Ferner engagiert sich die Universität Göttingen aktiv in der Gründungsszene. Dabei wird eine intensive Beratung angeboten. Somit wird man auf dem Weg von der Idee bis hin zu Gründung und

Markteintritt begleitet, damit z. B. organisatorische und bürokratische Hürden erst gar nicht entstehen.

Landwirte gelten als innovativ und anspruchsvoll. Wie ist die erste Resonanz der Landwirte auf Ihr Produkt und wie bewerten Sie das Kooperationsverhalten von Landwirten in Bezug auf digitale Produkte und Dienstleistungen?

Bisher durchweg positiv. Natürlich ist das Thema Digitalisierung in aller Munde und wir stellen fest, dass die Themen Datensicherheit und Datenhoheit den Landwirten besonders auf den Nägeln brennen. Es fällt auch auf, dass bei manchen Landwirten, die in der Vergangenheit viel in Precision-Farming-Technik investiert haben, sozusagen „verbrannte Erde“ hinterlassen wurde. So wird bemängelt, dass viele der neuen, digitalen Produkte insbesondere die pflanzenbaulichen Grundlagen und die betriebswirtschaftlichen Rahmenbedingungen vernachlässigen würden. Oftmals stünde der hohen Anfangsinvestition kein entsprechender Nutzen gegenüber. Eine Wahrnehmung, die ich sehr gut nachvollziehen kann.

Kooperationen spielen in der digitalen Welt eine wichtige Rolle. Könnten Sie sich vorstellen, mit einem etablierten Unternehmen des Agribusiness oder mit anderen Start-ups zu kooperieren? Gab es diesbezüglich vielleicht schon Anfragen?

Grundsätzlich können wir uns das gut vorstellen und es gab bereits Anfragen. Allerdings sind wir mit dem Prinzip angetreten, eine kosteneffiziente, unabhängige und neutrale Lösung aus der Landwirtschaft für die Landwirtschaft anzubieten. Wir stehen, wie bereits erwähnt, Kooperationen offen gegenüber, solange dieses Prinzip gewahrt wird.

Welche wichtigen Herausforderungen gilt es für Sie und Ihr Unternehmen in der nächsten Zeit zu meistern und wo stehen Sie idealerweise in einem Jahr?

Wir werden in einer Betaphase unsere Produkte in der Praxis gemeinsam mit Betrieben testen und weiter verfeinern. In einem Jahr werden wir planmäßig den Markteintritt vorbereiten.

Die Politik zeigt ebenfalls Interesse an Start-ups und möchte die Förderung intensivieren. Haben Sie einen Wunsch, den die Politik in Bezug auf die Förderung von Start-ups in der Landwirtschaft umsetzen sollte?

Ich würde mir wünschen, dass man kurzfristig Fördermöglichkeiten weiter ausbaut und die Bürokratie bei Förderanträgen, Unternehmensgründungen und Steuern abbaut. Das würde nicht nur die Verwaltungskosten für junge Unternehmen senken, sondern gerade auch für die beteiligten staatlichen Institutionen. Mittelfristig würde ich mir eine Bildungsreform wünschen, durch die Kinder und Jugendliche von einheitlichen, statischen Lehrplänen befreit würden und die Chance erhielten, Dinge während ihrer Schulzeit unter Aufsicht auszuprobieren. Das würde die persönlichen Interessen und die Persönlichkeitsentwicklung fördern.



Interview mit Arne Bartelt, Frederik Karnath und Jonathan Weingang ▶

von der KUHdo GmbH

Das Start-up wurde im April 2018 in Kiel gegründet und bietet IT-Lösungen für Milcherzeuger zur Unterstützung bei der Milchpreissicherung über Terminkontrakte und zur digitalen Kommunikation mit Molkereien an.



Häufig entwickeln Gründer eine Lösung für ein Problem, vor dem sie selbst einmal standen. Beschreiben Sie bitte kurz, wie Sie auf die Idee ihres Produkts gekommen sind.

Im Praktikum, im elterlichen Betrieb und bei befreundeten Betriebsleitern bekamen wir die Auswirkungen der zunehmenden Preisvolatilität bei Milch direkt mit und kamen auf die Idee, eine unterstützende Software zur börslichen Milchpreissicherung zu entwickeln. Ganz konkret sollen Landwirte schnell und unkompliziert ihre Kostendaten mit den aktuellen Absicherungsmöglichkeiten auf der Basis des ife Börsenmilchwerts und der EEX-Terminmarktkurse für Butter und Magermilchpulver vergleichen und bewerten können.

Sie haben sich entschlossen, Ihre Idee selbstständig umzusetzen. Was war Ihre Motivation, das Risiko einer Gründung einzugehen?

Wir wollten die Milchpreissicherung vereinfachen, sie an die Bedürfnisse der Landwirte anpassen und so deren Situation verbessern. Dies ist es, was uns jeden Tag antreibt. Unser Ziel ist es, dass unser Produkt den Landwirten in Zukunft die Informationsbeschaffung zur Milchpreissicherung erleichtert. Wir gehen davon aus, dass sich viele Betriebe zukünftig mit der Milchpreissicherung im Zuge der Unternehmensplanung auseinandersetzen werden. Jedoch ist dieses Thema ohne praxisnahe Hilfestellungen für die meisten Betriebe nicht umsetzbar.

Die Finanzierung von Start-ups wird in Deutschland häufig als schwierig beschrieben. Wie stehen Sie zu dieser Aussage? Wie sahen die ersten Schritte der Finanzierung in Ihrem Unternehmen aus und wie ist der aktuelle Stand?

Die Finanzierung ist die größte Herausforderung bei der Unternehmens-

gründung. So schlecht sieht es in Deutschland gar nicht aus, da es viele Förderprogramme gibt. Man muss sie nur finden. Das größte Problem ist allerdings die große Zeitspanne zwischen Beantragung, Entscheidung und Umsetzung. In dieser Zeit stockt die Entwicklung und Bekanntmachung des Produkts. Im Vergleich zu den USA hinkt Deutschland hinterher, Offenheit für neue Ideen und eine höhere Risikobereitschaft beschleunigen die Bereitstellung finanzieller Mittel. Die erste Finanzierung erfolgte über das EXIST-Gründerstipendium. Dies hat viel Zeit gekostet, war aber im Endeffekt für uns erfolgreich. Momentan erhalten wir eine Förderung über die Deutsche Innovationspartnerschaft Agrar (DIP) aus Mitteln des Zweckvermögens des Bundes über die Landwirtschaftliche Rentenbank. Zudem haben wir Mittel aus der Privatwirtschaft eingeworben.

Die Digitalisierung in der Landwirtschaft schreitet schnell voran und im deutschen Agribusiness entstehen Start-ups wie das Ihre. Wie ist Ihre Wahrnehmung von einem landwirtschaftlichen Start-up-Ökosystem, von anderen Start-ups und vom aktiven Austausch dazu in der Branche?

Wir denken, dass es schon immer viele Start-ups in der Landwirtschaft gegeben hat, da dies ein sehr innovativer Sektor ist. Derzeit wird die Start-up-Szene sehr gehypt. Aufgrund dessen passiert im Bereich der Start-up-Förderung und der Berichterstattung sehr viel. Das ist sehr gut und bringt viele neue Möglichkeiten des Austauschs und der Unterstützung für uns.

Sie haben für die Gründung Ihres Start-ups die Nähe zu einer Hochschule mit agrarwissenschaftlichem Schwerpunkt gesucht. Wie gestaltet sich die Vernetzung mit der Hoch-

schule und auf welche Förderungen können Sie zurückgreifen?

Über die Hochschule sind wir sehr gut mit ehemaligen Absolventen und anderen Personen aus dem Agribusiness vernetzt. Die Bereitstellung eines Büros und technischer Infrastruktur sowie der Zugang zu Ansprechpartnern diverser Bereiche sind eine enorme Förderung. Insbesondere am Anfang der Gründung und bei der Beantragung des EXIST-Gründerstipendiums hat uns die FH Kiel sehr stark unterstützt.

Landwirte gelten als innovativ und anspruchsvoll. Wie ist die erste Resonanz der Landwirte auf Ihr Produkt und wie bewerten Sie das Kooperationsverhalten von Landwirten in Bezug auf digitale Produkte und Dienstleistungen?

Die erste Resonanz ist sehr positiv, da wir ein schwieriges Thema anpacken. Viele Landwirte sind der börslichen Preisabsicherung gegenüber aufgeschlossen und warten bereits auf deren Vereinfachung durch unser Produkt. Dennoch gibt es natürlich Landwirte, die dieses Thema für nicht so wichtig erachten. Beim Thema Warenterminbörse scheiden sich bekanntlich die Geister. Wir haben die Erfahrung gemacht, dass alle zukunftsorientierten Betriebsleiter den vielen digitalen Unterstützungen, die es bereits gibt oder die neu entwickelt werden, sehr positiv und offen gegenüberstehen.

Welche wichtigen Herausforderungen gilt es für Sie und Ihr Unternehmen in der nächsten Zeit zu meistern und wo stehen Sie idealerweise in einem Jahr?

Die größte Herausforderung für uns ist es, nach unserem öffentlichen Produktstart im Dezember 2018 die Landwirte nach der Testphase langfristig an uns zu binden und unser Produkt durch Kunden-Feedback jeden Tag ein bisschen besser

zu machen. Weiterhin muss unsere erste Grundversion schnellstmöglich um weitere Funktionen ergänzt werden. In einem Jahr sind wir idealerweise bei vielen Milcherzeugern bekannt und unserem Ziel, dem Aufbau eines nachhaltig erfolgreichen Unternehmens, ein Stück näher gekommen.

Die Politik zeigt ebenfalls Interesse an Start-ups und möchte die Förderung intensivieren. Haben Sie einen Wunsch, den die Politik in Bezug auf die Förderung von Start-ups in der Landwirtschaft umsetzen sollte?

Ein spezielles Förderprogramm ohne viel Bürokratie, z. B. bestehend aus der Einreichung einer kurzen Ideenskizze und einem weiterführenden ersten persönlichen Austausch, und erst im Anschluss den detaillierten Antrag stellen. Dies hätte für beide Seiten den Vorteil, dass Zeit gespart wird und dass der Fördermittelgeber auch die Persönlichkeiten, die hinter dem Projekt stehen, kennenlernt.

Weiterhin wäre es wichtig, dass die Politik in diesem Zusammenhang der Start-up-Förderung ein Netzwerk bereitstellt, das wichtige Bereiche im Zuge der Gründung abdeckt, z. B. den Zugang zu juristischem Beratungsangebot.



Die Landtechnik- industrie

Wirtschaftliche Bedeutung

Die Landtechnikindustrie umfasst die Hersteller sämtlicher in der Landwirtschaft eingesetzter Maschinen.

Hierunter fallen neben Traktoren und Erntemaschinen auch Maschinen für die Bodenbearbeitung, die Aussaat, den Pflanzenschutz und die Düngung sowie die im Bereich der Innenwirtschaft eingesetzte Technik wie die Stall- und die Fütterungstechnik. Nachdem im Rekordjahr 2013 die Umsatzerlöse in der deutschen Landtechnikindustrie mit fast 8,4 Mrd. Euro einen Spitzenwert erreicht hatten, gingen sie bis 2016 stetig zurück. Im Jahr 2017 kam es nach Angaben des VDMA (Fachverband Landtechnik im Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbauer e. V.) erstmals wieder zu einer Umsatzsteigerung um 700 Mio. Euro auf knapp 7,9 Mrd. Euro.

Nicht nur der Umsatzanstieg selbst ist erwähnenswert, sondern auch dass in der Folge der zweitstärkste Umsatz nach dem Rekordjahr 2013 in der Landtechnikbranche erreicht wurde. Weltweit lag der Umsatz in der Landtechnikindustrie nach Angaben des VDMA 2017 bei rund 104 Mrd. Euro und damit ebenfalls deutlich über den Vorjahreswerten. Der Anteil der deutschen Landtechnikindustrie am weltweiten Landtechnikumsatz betrug 2017 7,6 %.

Senior Analyst Harry Smit von der Rabobank beschrieb im vergangenen Jahr mit den Worten „Recovering, but not booming“ die Situation des Landtechnikmarktes 2017. Im Jahr 2018 könnte diese vorsichtig formulierte Aussage mit einer deutlich sichereren Tendenz in Richtung eines neuen Aufschwungs formuliert werden. Deutsche Hersteller von Landmaschinen und Traktoren zogen für 2018 eine sehr positive Halbjahresbilanz. Mit einer

4

2018



185

Unternehmen mit 38.196 Mitarbeitern; Beschäftigungsaufbau hält an



8,4 Mrd. €

Umsatz der deutschen Landtechnikindustrie



6,2 Mrd. €

wurden von der deutschen Landtechnikindustrie exportiert. Mit einem Anteil von 61,7 % an den Gesamtexporten ist die Europäische Union der bedeutendste Abnehmer.

(Zahlen für 2018 geschätzt)

Steigerung des Umsatzes um 14 % auf gut 5 Mrd. Euro hat die Branche im ersten Halbjahr 2018 einen Rekordzuwachs erzielt. Nach Angaben des VDMA befindet sich die Landtechnikindustrie momentan in einem sehr guten Marktumfeld und selbst die zum Teil extreme Trockenheit im Sommer 2018 hatte zunächst keine Auswirkungen auf das Landmaschinen-geschäft in Deutschland und in anderen europäischen Märkten. Die Aufträge waren in der ersten Jahreshälfte 2018 so hoch wie nie zuvor. Das Auftragsvolumen entsprach in der ersten Jahreshälfte dauerhaft einer Produktionszeit von mehr als drei Monaten. In der zweiten Jahreshälfte gab es beim Auftragseingang erste Rückgänge. Für das gesamte Jahr 2018 wurde laut einer Schätzung des VDMA trotzdem mit einer Steigerung des Umsatzes der deutschen Landtechnikindustrie um 6 % auf 8,35 Mrd. Euro gerechnet (Abb. 4). Dadurch würde sich die Branche ihrem

Allzeithoch von 2013 wieder stark annähern. Insoweit bestätigten sich die Vermutungen des VDMA aus dem vorangegangenen Jahr, dass es sich bei der Entwicklung des Jahres 2017 nicht nur um einen kurzfristigen Aufschwung, sondern um eine längerfristige Aufwärtsbewegung gehandelt habe. Das Business Barometer der European Agricultural Machinery Industry Association (CEMA) bestätigt diese Einschätzung.

Die Investitionsbereitschaft deutscher Landwirte war 2018 höher als in den vorangegangenen drei Jahren. Von Januar bis Oktober 2018 hatten durchschnittlich 16 % der vom VDMA befragten Landwirte die Absicht zu investieren. Im dritten Quartal war die Investitionsmotivation der Landwirte im Jahresverlauf am geringsten, vermutlich aufgrund der schwierigen Wetterlage und der damit verbundenen Angst vor Ernteausfällen.

Neben der großen Investitionsbereitschaft der deutschen Landwirte ist der Export ein wesentlicher Motor des Aufschwungs. 2017 stiegen die Exporte um 600 Mio. Euro an. Da auch der Inlandsumsatz wuchs, blieb der Anteil des Exports am Gesamtumsatz (7,87 Mrd. Euro) mit 74,5 % weitgehend konstant (Abb. 4).

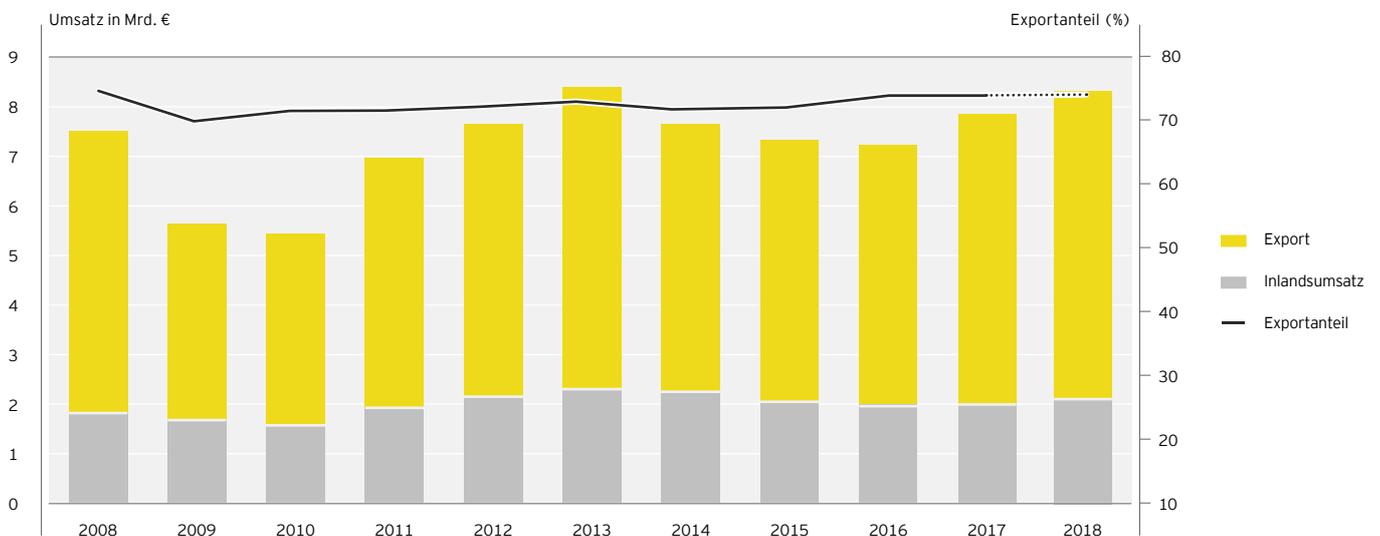
Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes lagen die Exportumsätze der Branche in den ersten drei Quartalen des Jahres 2018 um 5,6 % über denen des Vorjahres. Allerdings schließen die Zahlen des Statistischen Bundesamtes im Unterschied zu denen des VDMA auch Hersteller von Geräten ein, die nicht im engeren Sinne der Landtechnik zuzurechnen sind (z. B. forstwirtschaftliche Maschinen). Die Gesamtsumme der Exporte der deutschen Landtechnikindustrie betrug im Jahr 2017 rund 9,2 Mrd. Euro, wenn man die weitere Definition des Statistischen

Bundesamtes zugrunde legt. Die Europäische Union ist seit jeher die mit Abstand wichtigste Exportregion für die Branche (Abb. 5). Im Jahr 2017 lag der Exportwert von Landtechnik in das europäische Ausland bei 5,7 Mrd. Euro und damit erheblich höher als noch 2016 (4,9 Mrd. Euro). Damit wurde ein neuer Spitzenwert für Ausfuhren von Landtechnik in das europäische Ausland erreicht. Der Anteil der Europäischen Union an den Gesamtexporten der Landtechnikindustrie betrug 2017 61,7 %. Frankreich lag mit 1,3 Mrd. Euro bzw. 22,3 % der deutschen Ausfuhren in die Europäische Union weiterhin auf Platz 1 und ist der mit Abstand wichtigste Kunde. Es folgen auf Platz 2 das Vereinigte Königreich (0,6 Mrd. Euro; 11,0 %) und auf Platz 3 die Niederlande (0,4 Mrd. Euro; 7,2 %). Der zweitwichtigste Exportmarkt nach der Europäischen Union ist für Landtechnik „made in Germany“ wie bereits in den Vorjahren der NAFTA-Raum

mit einem Anteil von insgesamt 11,1 % (1 Mrd. Euro). Innerhalb der NAFTA-Region dominieren die USA mit einem Ausfuhranteil von 86 % (0,88 Mrd. Euro) deutlich vor Kanada (12 %; 0,12 Mrd. Euro) und Mexiko (2 %; 0,02 Mrd. Euro). Ein weiterer wichtiger Einzelmarkt ist Russland, in das 2017 Maschinen im Wert von rund 0,5 Mrd. Euro (5,2 %) geliefert wurden (Abb. 5).

Im Jahr 2017 hat in der Landtechnikbranche die Zahl der Unternehmen und der Beschäftigten zugenommen (Abb. 6). Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stieg die Zahl der Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern von 180 im Jahr 2016 auf 183 im Jahr 2017. Die Zahl der Mitarbeiter kletterte von 35.600 auf 36.765. Von 2008 bis 2017 hat sich die Zahl der Mitarbeiter damit um 27,8 % (2008: 28.766) und die der Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern um 15,8 % (2008: 158) erhöht.

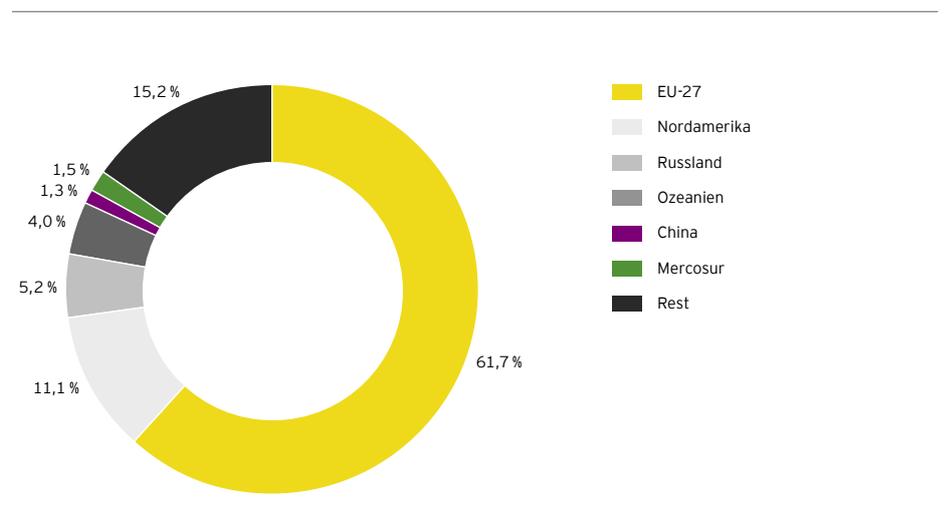
Abb. 4: Entwicklung der Umsätze und des Auslandsgeschäfts in der Landtechnikindustrie von 2008 bis 2018



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach VDMA 2018; Zahlen für 2018 geschätzt

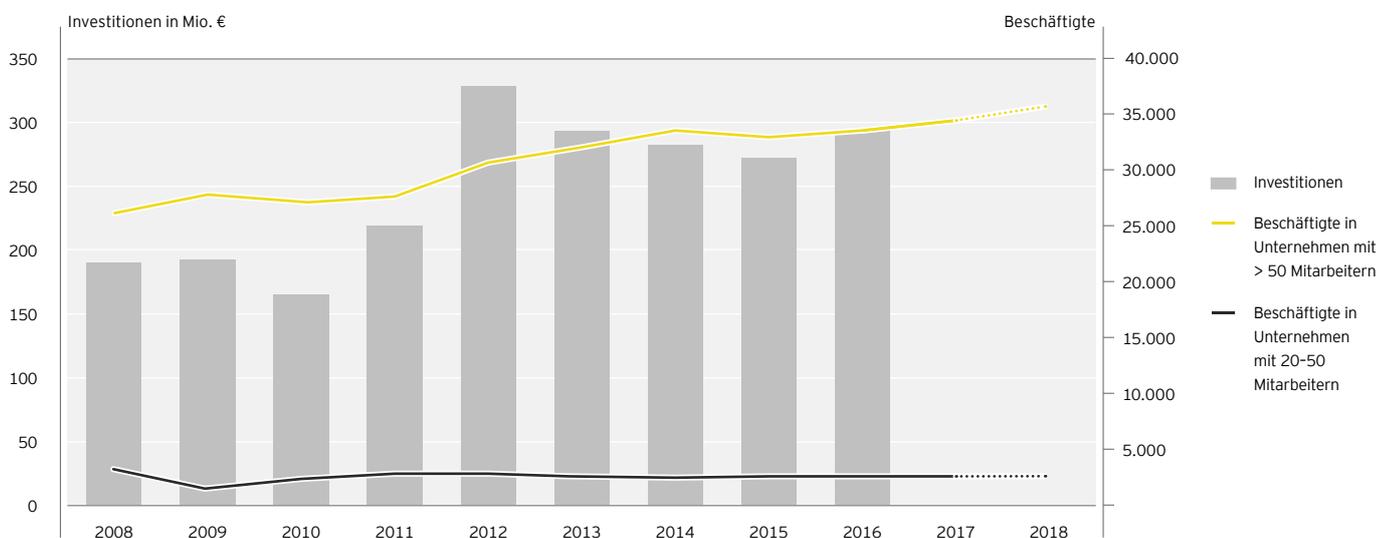
Die Investitionen in der deutschen Landtechnikindustrie haben 2016 nach moderaten Rückgängen in den Vorjahren auf hohem Niveau wieder leicht zugenommen. Insgesamt wurde ein Plus von 15,5 Mio. Euro auf 288,2 Mio. Euro (+5,7 %) notiert (Abb. 6).

Abb. 5: Anteile einzelner Regionen und Länder an den Gesamtexporten der Landtechnikindustrie 2017



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018

Abb. 6: Entwicklung der Investitionen und der Beschäftigtenzahl in der Landtechnikindustrie



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018; Zahlen für 2018 geschätzt

Rückblick auf das Jahr 2018

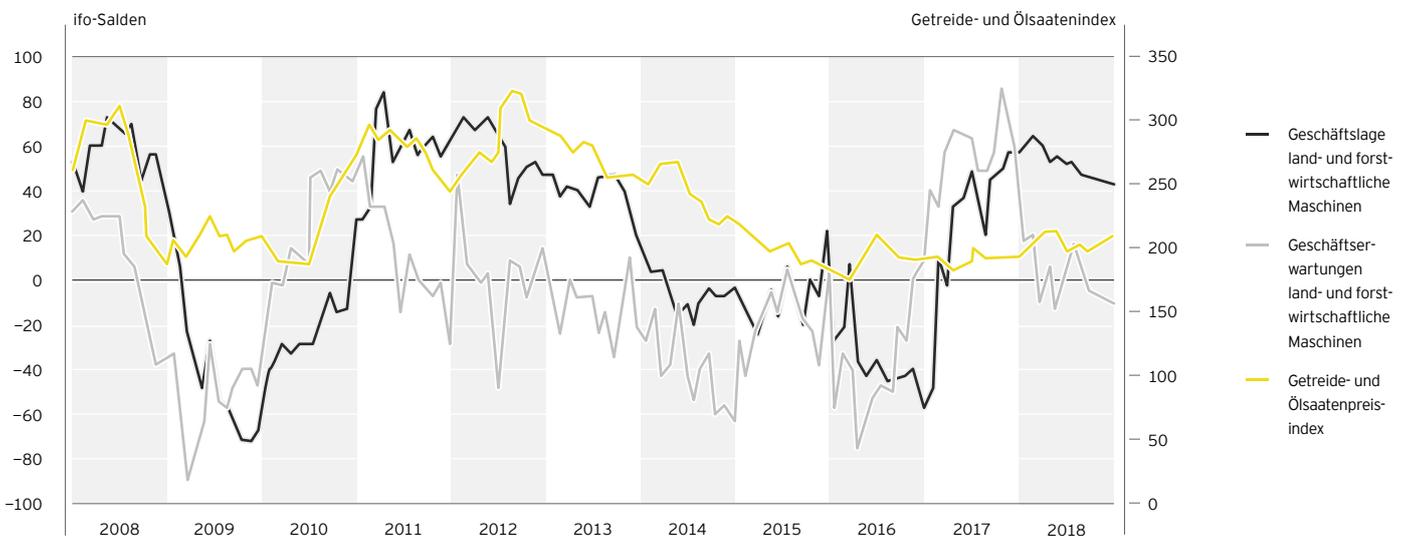
Die Landtechnikindustrie ist mit einem Rekordzuwachs von 14 % in das erste Halbjahr 2018 gestartet. Die anhaltende Trockenheit in den Sommermonaten in weiten Teilen Europas, darunter auch in Deutschland, hat sich auf das Landmaschinengeschäft bis Mitte des Jahres 2018 noch nicht ausgewirkt. In der zweiten Jahreshälfte gab es nach Angaben des VDMA beim Auftragseingang allerdings einen negativen Trend.

Die Landtechnikindustrie verdankt nach Ansicht des VDMA das starke Halbjahresplus vor allem der dynamischen Marktentwicklung in der Eurozone. Weiterhin ist der deutsche Markt mit Abstand Spitzenreiter. Die Umsätze aus Geschäften mit den heimischen Vertriebspartnern sind in der ersten Jahreshälfte 2018 um 19 % auf 1,4 Mrd. Euro gestiegen. In fast allen Euroländern sind ähnlich gute Ergebnisse

notiert worden. Vor allem der wichtigste deutsche Exportmarkt, Frankreich, importierte nach dem für die Franzosen schwierigen Jahr 2017 wieder eine Vielzahl von Landmaschinen. Mit ein Grund dafür war, dass die französische Landwirtschaft von der Trockenheit deutlich weniger betroffen war und gleichzeitig von guten Getreidepreisen profitierte.

In den wichtigen osteuropäischen Märkten sind die Umsätze nach den Rekordzahlen des Jahres 2017 hingegen gesunken. Im ersten Halbjahr wurden Landmaschinen im Wert von 400 Mio. Euro nach Russland und in die Ukraine verkauft. Vor allem die Erntetechnik ist aufgrund schwacher osteuropäischer Getreidepreise von den Rückgängen betroffen. Mitverantwortlich dafür war nach Aussage des VDMA die anhaltende russische Protektionspolitik. Die Lokalisierungsregeln für die Traktor-

Abb. 7: Entwicklung der Beurteilung der Geschäftslage und der Geschäftserwartungen in der Landtechnikindustrie



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach ifo Institut 2018 und International Grain Council 2018

fertigung werden derzeit massiv verschärft und verhinderten die zügige Modernisierung der Betriebe.

Insgesamt beobachteten wir im Jahr 2018 einen deutlichen Stimmungsaufschwung in der deutschen Landtechnikindustrie. Während die Beurteilung der Geschäftslage von 2014 bis 2016 größtenteils negativ war, besserte sie sich seit 2017 deutlich. 2018 ließen sich dank eines hohen Auftragsbestands und entsprechender Umsätze keine negativen Werte mehr beobachten (Abb. 7). Die wesentlich

verbesserte Wahrnehmung der Geschäftslage wurde 2018 jedoch von einer weniger optimistischen Einschätzung der Geschäftserwartungen begleitet. Noch Ende des Jahres 2017 waren die Geschäftserwartungen sehr positiv. Diese Stimmung veränderte sich jedoch nach dem Jahreswechsel hin zu einer im Durchschnitt nur noch leicht positiven Geschäftserwartung.

Das Geschäftsklima, also der Mittelwert aus der Einschätzung der aktuellen Geschäftslage und der weiteren Geschäftsentwicklung, hat zuletzt zwar etwas nach-

gegeben, bewegt sich aber nach wie vor auf einem hohen Niveau. Da die Geschäftserwartungen der tatsächlichen Entwicklung der Geschäftslage erfahrungsgemäß um etwa ein halbes Jahr vorauslaufen, fällt der Blick in die Zukunft - auch aufgrund sinkender Auftragsbestände - allerdings eher verhalten aus. Insgesamt rechnet der VDMA für 2018 mit stabilen Umsätzen und einem inländischen Produktionsvolumen von insgesamt 8,4 Mrd. Euro.



Ausblick auf das Jahr 2019

Das Jahr 2018 endete positiv, während die Erwartungen für die Zukunft laut einem Ausblick der CEMA, des Fachverbandes der Landmaschinenhersteller in Europa, eher verhalten sind. Eine deutliche Verschlechterung ist vor allem im Bereich der Ackerbaugeräte zu erwarten. Die Umsatzprognose der Branche fällt jedoch insgesamt trotzdem weiterhin positiv aus. Im Jahr 2019 wird ein Umsatzplus von durchschnittlich 4 % erwartet, trotz einiger für die Landtechnikbranche nachteiliger Entwicklungen. So bewegen sich die Schweinepreise vor dem Hintergrund eines potenziellen Ausbruchs der Afrikanischen Schweinepest eher auf niedrigem Niveau. Auch sind, speziell im deutschen Markt, viele Schweinehalter verunsichert durch die zahlreichen ungelösten Fragen rund um die Themen Kastration, (Schwänze-) Kupieren und Kastenstand („K-Fragen“) sowie angesichts der erheblichen Herausforderungen durch das neue Düngerecht. Die Milchwirtschaft profitierte 2018 zwar von einem relativ stabilen Preisniveau, doch sehen wir aufgrund der fortgesetzten Milchmengensteigerung in wichtigen Erzeugerregionen eine sinkende Tendenz. Insgesamt erwarten wir, dass sich die Nutztierhalter in Deutschland und anderen Ländern 2019 vermutlich nicht im gleichen Umfang wie zu Beginn des Jahres 2018 dafür entscheiden werden, in neue Maschinen zu investieren.

Vorübergehend dämpfend auf die Nachfrage wirkt sich auch aus, dass im November 2019 auf der Agritechnica neue Maschinen vorgestellt werden. Die erwarteten Neuerscheinungen könnten Betriebsleiter dazu veranlassen, Investitionen hinauszuzögern. Insgesamt werden nach unserer Einschätzung im laufenden Jahr mit großer Wahrscheinlichkeit starke Wachstumsimpulse fehlen. Wir gehen daher nicht von neuen Rekordwerten bei Absatz und Umsatz in der Landtechnikindustrie aus, erwarten jedoch eine Fortsetzung der insgesamt erfreulichen Geschäftsentwicklung. Abzuwarten bleibt, welche Impulse von Start-ups in der Landtechnikindustrie in der nächsten Zukunft ausgehen werden - und wie sich diese ggf. auf Absatz und Umsatz auswirken werden.





Die Ernährungs- industrie

Wirtschaftliche Bedeutung

Mit einem Gesamtumsatz von 179,6 Mrd. Euro im Jahr 2017 und 595.506 Beschäftigten ist die Ernährungsindustrie die größte Teilbranche des deutschen Agribusiness.

Sie setzt sich ihrerseits aus zahlreichen Teilbranchen zusammen, u. a. Schlachten und Fleischverarbeitung, Fischverarbeitung, Obst- und Gemüseverarbeitung, Herstellung pflanzlicher und tierischer Öle und Fette, Milchverarbeitung, Mahl- und Schälmaschinen, Herstellung von Stärke und Stärkeerzeugnissen, Herstellung von Futtermitteln sowie Getränkeherstellung (Abb. 8).

Die Vielfalt innerhalb der Ernährungsindustrie spiegelt sich auch in der Breite des Produktspektrums wider. Nach Angaben der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e. V. (BVE) umfasst das Lebensmittelangebot über 170.000 verschiedene Produkte.

Gemessen am Gesamtumsatz der Ernährungsindustrie bilden die Unternehmen der Schlacht- und der fleischverarbeitenden Industrie mit einem Anteil von 24,3 % die größte Teilbranche. Ihnen folgen mit einem Anteil von 15,5 % die Milchverarbeiter. Den geringsten Anteil mit 1,2 % am Gesamtumsatz hat die Fischverarbeitung, noch nach den Herstellern pflanzlicher und tierischer Öle und Fette (3,5 %) sowie der Obst- und Gemüseverarbeitung (5,9 %).



2018



609.704

Mitarbeiter in 6.103 Unternehmen



178 Mrd. €

Umsatz entspricht einem leichten Umsatzrückgang von 0,9 % im Vergleich zum Vorjahr, Ernährungsindustrie ist die größte Teilbranche des deutschen Agribusiness

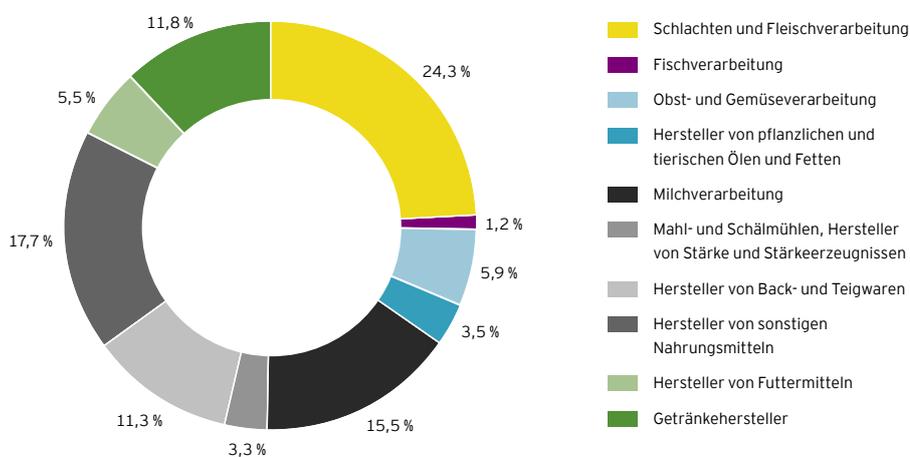


58,4 Mrd. €

Exportumsatz mit einer Exportquote von 32,8 %, die wichtigsten Abnehmer für Produkte der deutschen Ernährungsindustrie sind die Niederlande, Frankreich und Italien

(Zahlen für 2018 geschätzt)

Abb. 8: Anteile der einzelnen Branchen am Gesamtumsatz der deutschen Ernährungsindustrie (2017)



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018



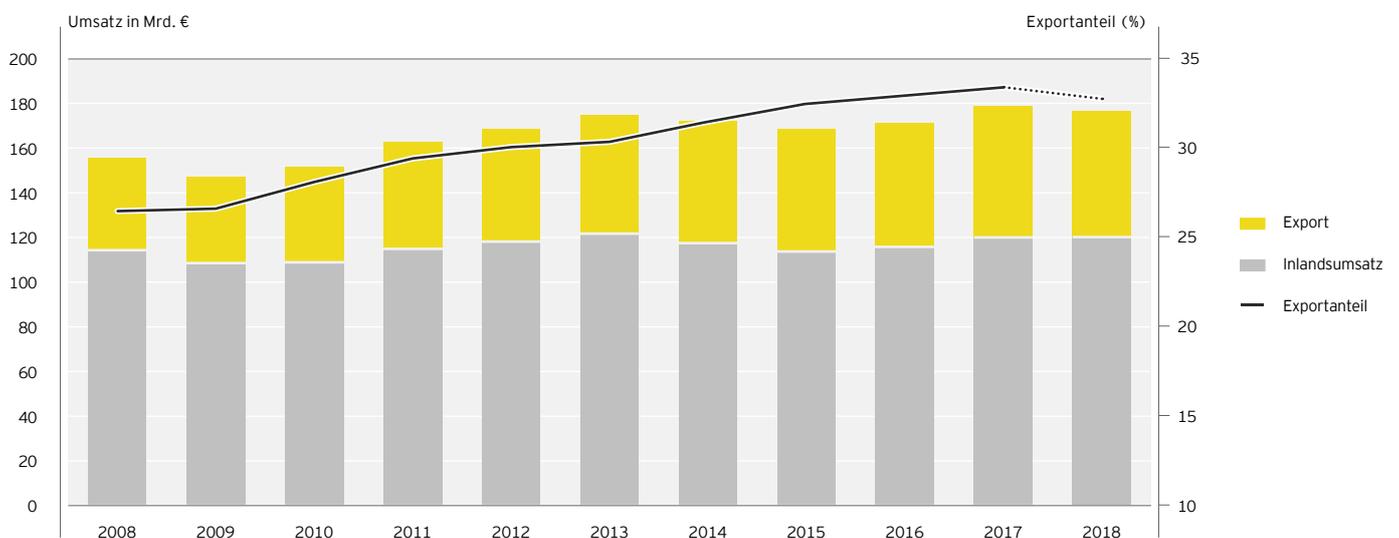
Über alle Teilbranchen hinweg stieg der Umsatz der Ernährungsindustrie 2017 das zweite Jahr in Folge an, und zwar um 8,3 Mrd. Euro bzw. 4,6 % auf 179,6 Mrd. Euro (Abb. 9). Damit markierte das Jahr 2017 einen neuen Umsatzrekord; der bisherige Spitzenwert aus dem Jahr 2013 (175,2 Mrd. Euro) wurde um 4,4 Mrd. Euro bzw. 2,5 % übertroffen. Der Großteil des Umsatzzuwachses im Jahr 2017 ging mit 4,8 Mrd. Euro bzw. 57,3 % auf den gestiegenen Inlandsumsatz zurück. Der Auslandsumsatz nahm um 3,5 Mrd. Euro zu. Da der Auslandsumsatz (+6,3 %) stärker zulegte als der Inlandsumsatz (+4,1 %), erhöhte sich die Exportquote um 0,5 Prozentpunkte auf 33,5 %.

Im Jahr 2017 wiesen alle bedeutenden Teilbranchen der Ernährungsindustrie ein Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahr auf. Innerhalb der Ernährungswirtschaft

gab es aber teilweise erhebliche Unterschiede (Tab. 1).

Während die Umsätze der obst- und gemüseverarbeitenden Betriebe 2017 stagnierten (+0,1 %), kletterten diejenigen der milchverarbeitenden Unternehmen im selben Zeitraum um 17,1 % in die Höhe. Die Unternehmen der Fleischwirtschaft legten um 5,2 % und die Fischverarbeiter um 4,4 % zu. Die Umsatzentwicklung in der Ernährungsindustrie wird neben der konjunkturellen Lage und der internationalen Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen auch durch das Auf und Ab der Agrarpreise bestimmt. Gerade bei wenig veredelten Produkten, wie sie z. B. für Teile der Fleisch- und der Molkereiwirtschaft typisch sind, machen die Rohstoffkosten einen erheblichen Anteil an den Gesamtkosten und damit an den Produktpreisen und Umsätzen aus.

Abb. 9: Entwicklung der Umsätze, der Exporte und der Exportquote in der Ernährungsindustrie von 2008 bis 2018



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018; Daten für 2018 geschätzt

Hinsichtlich der Exportorientierung zeigen sich innerhalb der Ernährungsindustrie deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Teilbranchen. So lag die Exportquote 2017 in der Fischverarbeitung mit 96,2 % mit Abstand am höchsten. Ihr folgen die Hersteller pflanzlicher und tierischer Öle und Fette mit einer Exportquote von 53,3 % und die Hersteller sonstiger Nahrungsmittel mit einer Exportquote von 51,1 %. Zu den Herstellern sonstiger Nahrungsmittel zählen beispielsweise die Zucker- und die Süßwarenhersteller sowie die Hersteller von Fertiggerichten. Das stärkste Exportwachstum wiesen 2017 die milchverarbeitenden Betriebe mit einem Anstieg der Exportumsätze um 17,0 % im Vergleich zum Vorjahr auf. Diese Entwicklung ist allerdings allein auf die stark gestiegenen Produktpreise im Zuge der Erholung der Preise für Rohmilch zurückzuführen, denn die Exportquote blieb

mit 33,4 % im Vergleich zum Vorjahr konstant. Bei den Herstellern von Futtermitteln war ein Anstieg der Exportumsätze um 8,5 % und bei den Herstellern sonstiger Nahrungsmittel um 6,4 % zu verzeichnen.

Unter den zehn größten Importeuren von Produkten der deutschen Ernährungsindustrie befinden sich neun und unter den 20 größten Importeuren 15 Mitgliedstaaten der Europäischen Union (Tab. 2). Insgesamt entfielen vom Gesamtexportumsatz in Höhe von 60,1 Mrd. Euro rund 47,3 Mrd. Euro bzw. 78,7 % auf die EU-Mitglieder. Der größte Abnehmer von Erzeugnissen der deutschen Ernährungsindustrie sind die Niederlande, in die im Jahr 2017 Waren im Wert von 8,15 Mrd. Euro exportiert wurden. Allerdings fungieren die Niederlande aufgrund ihrer Tiefwasserhäfen vielfach als Transitland und ein Großteil der dorthin exportierten

Waren wird weiter in Drittländer verschifft. Auf den Plätzen 2 und 3 folgen Frankreich und Italien mit Exportumsätzen von 5,4 bzw. gut 4,9 Mrd. Euro.



Tab. 1: Umsätze und Exporte in verschiedenen Teilbranchen der Ernährungsindustrie

Branche	Umsatz 2017 (Mrd. €)	Exporte 2017 (Mrd. €)	Exportquote	Umsatz Δ Vorjahr	Exporte Δ Vorjahr
Schlachten und Fleischverarbeitung	43,7	11,2	25,5 %	5,2 %	5,4 %
Fischverarbeitung	2,2	2,1	96,2 %	4,4 %	-3,8 %
Obst- und Gemüseverarbeitung	10,5	3,4	32,7 %	0,1 %	7,1 %
Hersteller pflanzlicher und tierischer Öle und Fette	6,2	3,3	53,3 %	2,0 %	-1,4 %
Milchverarbeitung	27,9	9,3	33,4 %	17,1 %	17,0 %
Mahl- und Schälmaschinen, Hersteller von Stärke und Stärkeerzeugnissen	5,9	2,9	49,3 %	0,7 %	2,9 %
Hersteller von Back- und Teigwaren	20,3	3,5	17,1 %	2,4 %	3,7 %
Hersteller sonstiger Nahrungsmittel	31,8	16,2	51,1 %	2,2 %	6,4 %
Hersteller von Futtermitteln	9,9	2,5	24,7 %	2,6 %	8,5 %
Getränkehersteller	21,1	5,7	26,8 %	1,5 %	2,9 %

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018

Insgesamt wurden im Jahr 2017 Waren im Wert von 12,8 Mrd. Euro von der deutschen Ernährungsindustrie in Drittländer außerhalb der Europäischen Union exportiert, was einem Anteil von 21,3 % an den Gesamtexporten entspricht. Damit ging der Anteil der Drittländer an den Gesamtexporten das erste Mal seit 2014 wieder leicht um 0,2 Prozentpunkte zurück. Damit setzt sich die seit 2014 zu beobachtende weitgehende Stagnation der Drittlandsexporte fort, nachdem von 2008 bis 2012 ein deutlicher Anstieg des Anteils der Ausfuhren in Drittländer von 16,6 % auf 21,9 % zu verzeichnen war. Der größte Abnehmer von Produkten der deutschen Ernährungsindustrie außerhalb der Euro-

päischen Union sind die Vereinigten Staaten von Amerika. Mit einem Exportvolumen von rund 1,7 Mrd. Euro im Jahr 2017 landeten sie auf dem insgesamt zehnten Platz der Liste der Exportdestinationen. Die zweit- und dritt wichtigsten Importeure deutscher Nahrungsmittel außerhalb der Europäischen Union sind die Schweiz und die Volksrepublik China mit einem Exportvolumen von knapp 1,6 Mrd. Euro bzw. gut 1,5 Mrd. Euro im Jahr 2017.

Im Zeitraum von 2008 bis 2017 legten die Exporte in die 20 größten Abnehmerländer teilweise deutlich zu. Eine Ausnahme bildet die Russische Föderation, in die die

Ausfuhren aufgrund des anhaltenden politisch bedingten Handelsstreits im Betrachtungszeitraum um 640,5 Mio. Euro bzw. 45,6 % zurückgingen. Allerdings sind die Exporte nach Russland 2017 im Vergleich zum Vorjahr um 10,4 % gestiegen. Der größte absolute Anstieg kann bei den Exporten nach Polen beobachtet werden. Von 2008 bis 2017 verdoppelten sie sich in etwa auf 3,88 Mrd. Euro. Auch 2017 stiegen die Ausfuhren nach Polen mit einem Plus von 9,7 % deutlich. Hingegen gingen die Exporte in die Volksrepublik China 2017 merklich um 12,4 % zurück. Im gesamten Zeitraum von 2008 bis 2017 lag China allerdings mit einem Plus von 1.196,3 % weit vor allen anderen Ländern.

Tab. 2: Die wichtigsten Abnehmerländer und die Entwicklung der Exportumsätze in der Ernährungsindustrie

Platz	Land	Exporte 2017 (Mio. €)	Δ 2008 bis 2017 (Mio. €)	Δ 2016 bis 2017 (Mio. €)	Δ 2008 bis 2017 (%)	Δ 2016 bis 2017 (%)
1	Niederlande	8.150,6	2.467,4	635,2	43,4 %	8,5 %
2	Frankreich	5.388,0	972,7	290,3	22,0 %	5,7 %
3	Italien	4.944,1	373,2	252,1	8,2 %	5,4 %
4	Vereinigtes Königreich	4.261,7	925,3	46,9	27,7 %	1,1 %
5	Österreich	4.106,0	1.194,9	219,4	41,0 %	5,6 %
6	Polen	3.880,1	1.963,8	343,7	102,5 %	9,7 %
7	Belgien	2.823,5	767,8	121,7	37,4 %	4,5 %
8	Dänemark	2.363,7	564,8	21,8	31,4 %	0,9 %
9	Spanien	2.073,0	500,0	139,4	31,8 %	7,2 %
10	Vereinigte Staaten von Amerika	1.705,9	747,1	73,7	77,9 %	4,5 %
11	Tschechische Republik	1.604,4	513,5	149,3	47,1 %	10,3 %
12	Schweiz	1.581,4	620,9	122,2	64,6 %	8,4 %
13	Volksrepublik China	1.521,8	1.404,4	-215,3	1196,3 %	-12,4 %
14	Schweden	1.262,9	346,5	51,9	37,8 %	4,3 %
15	Ungarn	859,3	242,0	113,2	39,2 %	15,2 %
16	Rumänien	813,6	409,1	119,2	101,1 %	17,2 %
17	Russische Föderation	763,8	-640,5	71,9	-45,6 %	10,4 %
18	Griechenland	745,9	15,6	43,8	2,1 %	6,2 %
19	Finnland	637,9	233,8	60,4	57,8 %	10,5 %
20	Republik Korea	633,0	561,7	109,0	787,2 %	20,8 %

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018

Die positive wirtschaftliche Entwicklung der Branche lässt sich auch an den Beschäftigtenzahlen ablesen. Mit 595.506 waren 2017 so viele Menschen in der Ernährungsindustrie beschäftigt wie nie zuvor (Abb. 10). Gegenüber dem Vorjahr stieg die Zahl der Beschäftigten um 15.476 bzw. 2,7 %. Damit setzt sich der seit 2009 anhaltende Beschäftigungsaufschwung fort. Im Mittel betrug zwischen 2009 und 2017 der jährliche Beschäftigungszuwachs in der deutschen Ernährungsindustrie 1,3 %. Mit 487.841 Mitarbeitern bzw. 81,9 % arbeitete der größte Teil der Beschäftigten in Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern. Im Vergleich zum Vorjahr bedeutet dies einen Anstieg um 0,5 Prozentpunkte. 2017 stieg die Zahl der Beschäftigten in den Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern um 15.762, während sie in den Unternehmen mit 20 bis 50 Mitarbeitern um 286 zurückging. Für 2018 wird in den größeren

Unternehmen ein weiterer Beschäftigungszuwachs um 2,8 % auf mehr als 501.000 Arbeitnehmer prognostiziert. Dagegen wird die Zahl der Beschäftigten in Unternehmen mit 20 bis 50 Mitarbeitern 2018 nur leicht um 0,5 % auf 108.203 ansteigen.

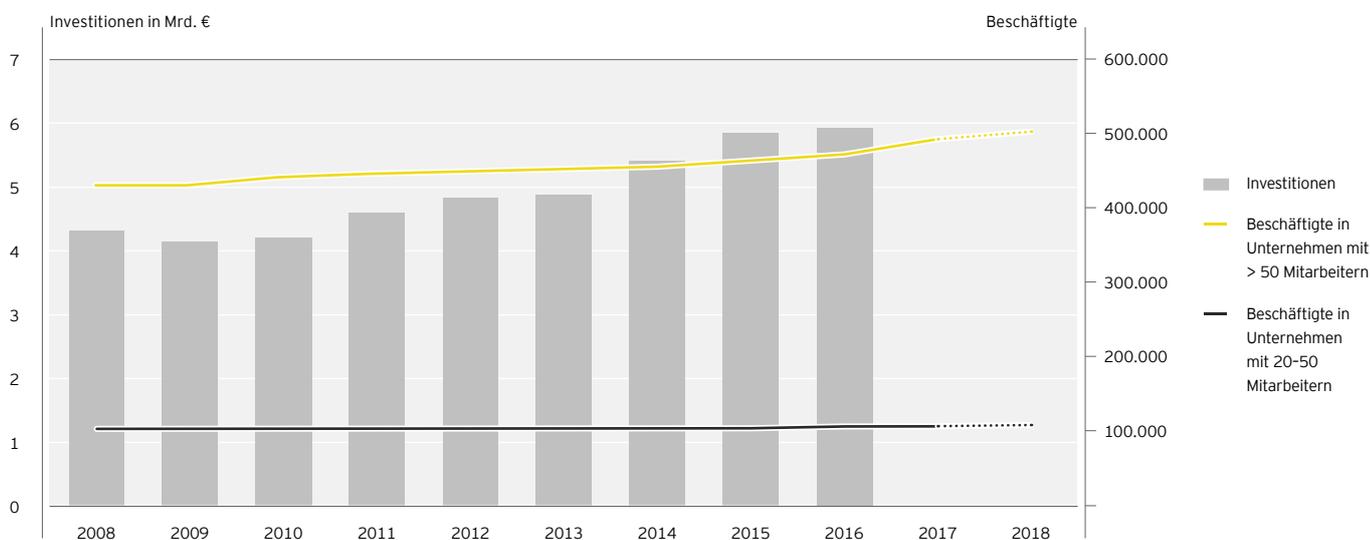
Positiv entwickelte sich neben der Zahl der Mitarbeiter auch die Zahl der Unternehmen, die 2017 um 104 auf 6.044 anstieg (+1,8 %). 2017 stellten die Unternehmen mit 20 bis 50 Mitarbeitern 54,9 % der Unternehmen in der Ernährungsindustrie, bei allerdings sinkender Tendenz. Mit 160,1 Mrd. Euro erwirtschafteten 2017 die Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern 89,1 % des Umsatzes der deutschen Ernährungsindustrie. Sie steigerten 2017 den Umsatz um 8,2 Mrd. Euro bzw. 5,4 %, während die Umsätze in den kleineren Unternehmen stagnierten (+0,3 %). Für 2018 erwarten wir einen Anstieg der Anzahl der Unternehmen in

der deutschen Ernährungsindustrie um 1 % auf rund 6.100. Dieser Zuwachs wird überwiegend auf Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern entfallen.

Seit 2009 ungebrochen ist der Trend der steigenden Investitionen. 2016 lagen die Investitionen in der Ernährungsindustrie bei knapp 5,9 Mrd. Euro und damit 90 Mio. Euro bzw. 1,6 % über dem Wert des Vorjahres (Abb. 10). Allerdings lag der Zuwachs beim Investitionsvolumen 2014 mit 10,9 % und im Mittel der Jahre 2009 bis 2016 mit 4 % deutlich höher.



Abb. 10: Entwicklung der Investitionen und der Beschäftigtenzahlen in der Ernährungsindustrie



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018

Rückblick auf das Jahr 2018

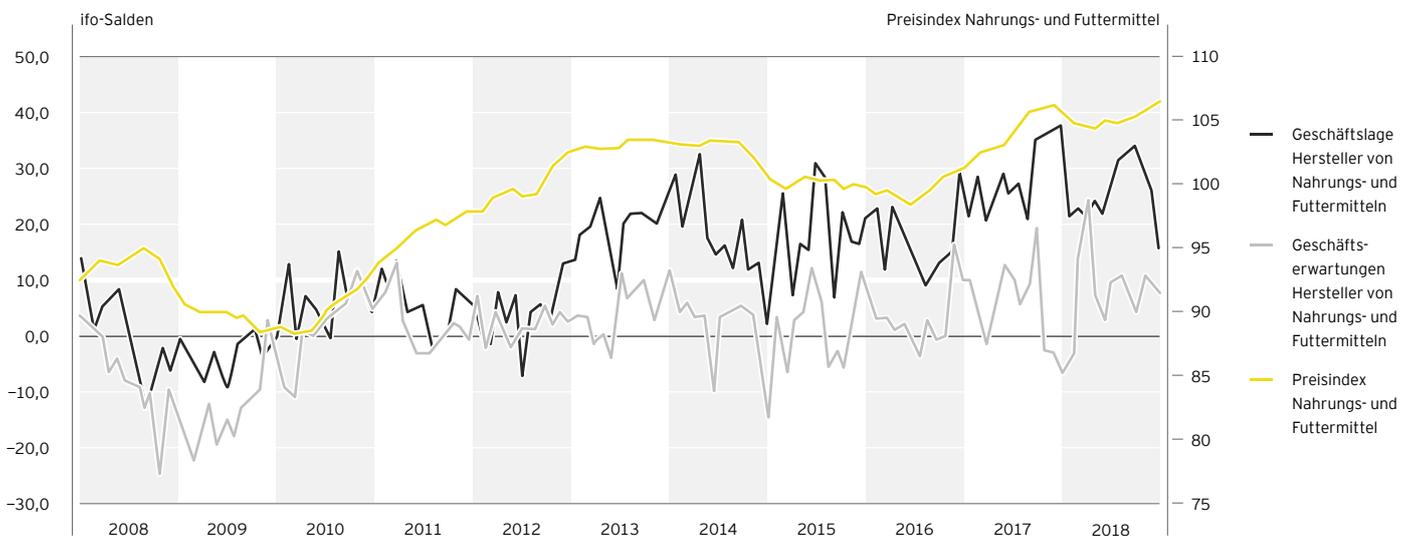
Das Jahr 2018 begann mit dem höchsten im betrachteten Zeitraum je gemessenen Saldo der Geschäftserwartungen. Er erreichte im Januar einen Wert von 21, nachdem noch im Oktober 2017 ein Saldo von -6 zu verzeichnen war (Abb. 11). Allerdings fiel der Saldo der Geschäftserwartungen im Anschluss fast ebenso stark, wie er zuvor angestiegen war, so dass er im März seinen vorläufigen Jahrestiefstand von 3 Punkten erreichte. In den Folgemonaten erholte sich die Beurteilung der Geschäftserwartungen leicht und die Saldenwerte schwankten im weiteren Jahresverlauf zwischen 11 und 4 Punkten.

Die Beurteilung der Geschäftslage startete mit einem Saldo von 24 im Januar 2018 und bewegte sich bis zum März auf gleichbleibend hohem Niveau. Bis Juni stieg der Saldo der Beurteilung der Geschäftslage weiter auf seinen vorläufigen Jahres-

höchstwert von 34 Punkten, um im Anschluss deutlich auf 16 Punkte zu fallen. Die insgesamt positive Stimmung in der Branche wurde durch den Preisindex für Nahrungs- und Futtermittel gestützt, der sich im Jahr 2018 leicht positiv entwickelte.

Wirtschaftlich begann das Jahr 2018 für die Ernährungswirtschaft mit einem deutlichen Umsatzplus von 8 % im Januar im Vergleich zum Vorjahresmonat. Dieses Umsatzplus schmolz im Februar auf 2 % zusammen. Im März lag der Umsatz dann bereits um 1,3 % unter dem des Vorjahres. Insgesamt wurden im ersten Quartal 2018 2,7 % mehr Erlöse erzielt. Im zweiten Quartal sanken die Umsätze gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum leicht um 0,7 %. Dabei lagen sie im Mai mit -2,9 % am deutlichsten unter denen des Vorjahres. Im dritten Quartal setzte sich

Abb. 11: Entwicklung der Beurteilung der Geschäftslage und des Geschäftserwartungen in der Ernährungsindustrie



Quelle: eigene Darstellung nach ifo Institut 2018 und Destatis 2018

der Trend fort und die Umsätze lagen im Mittel 1,3 % unter dem Vergleichswert des Vorjahres. Im September zeigte die Kurve mit -5,3 % am deutlichsten nach unten. Wir erwarten einen weiteren Umsatzrückgang um 4 % im vierten Quartal. Damit würde sich der Gesamtumsatz der deutschen Ernährungsindustrie im Jahr 2018 auf schätzungsweise 178 Mrd. Euro belaufen. Das entspricht einem Rückgang um 1,62 Mrd. Euro bzw. 0,9 % im Vergleich zum Vorjahr.

Eine ähnliche Entwicklung wie die Umsätze zeigten 2018 die Exporte. Während sie im Januar und Februar noch um 2,1 % bzw. 2,2 % über denen des Vorjahreszeitraums lagen, bewegten sie sich bereits im März nur noch auf Vorjahresniveau und fielen im Mai mit 200 Mio. Euro (-3,9 %) deutlich unter das Vorjahresniveau. Insgesamt ergab sich für das erste Quartal ein

leichtes Plus beim Exportumsatz von 1,4 % gegenüber dem Vorjahr. Im zweiten Quartal lag der Exportumsatz mit -2,7 % deutlich unter dem des Vorjahres. Dieser Rückgang setzte sich im dritten Quartal weiter fort (-3,9 %; September: -7,6 %). Für das vierte Quartal prognostizieren wir einen Rückgang bei den Exporten um 6 % im Vergleich zum Vorjahr. Die Gesamtexporte gingen damit 2018 im Vergleich zum Vorjahr um rund 1,7 Mrd. Euro bzw. 2,9 % auf 58,4 Mrd. Euro zurück. Für die Exportquote würde dies einen leichten Rückgang um 0,7 Prozentpunkte auf 32,8 % bedeuten (Abb. 12).

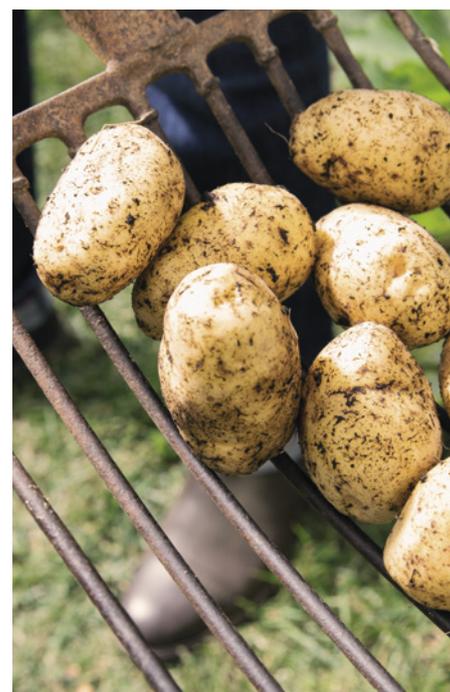
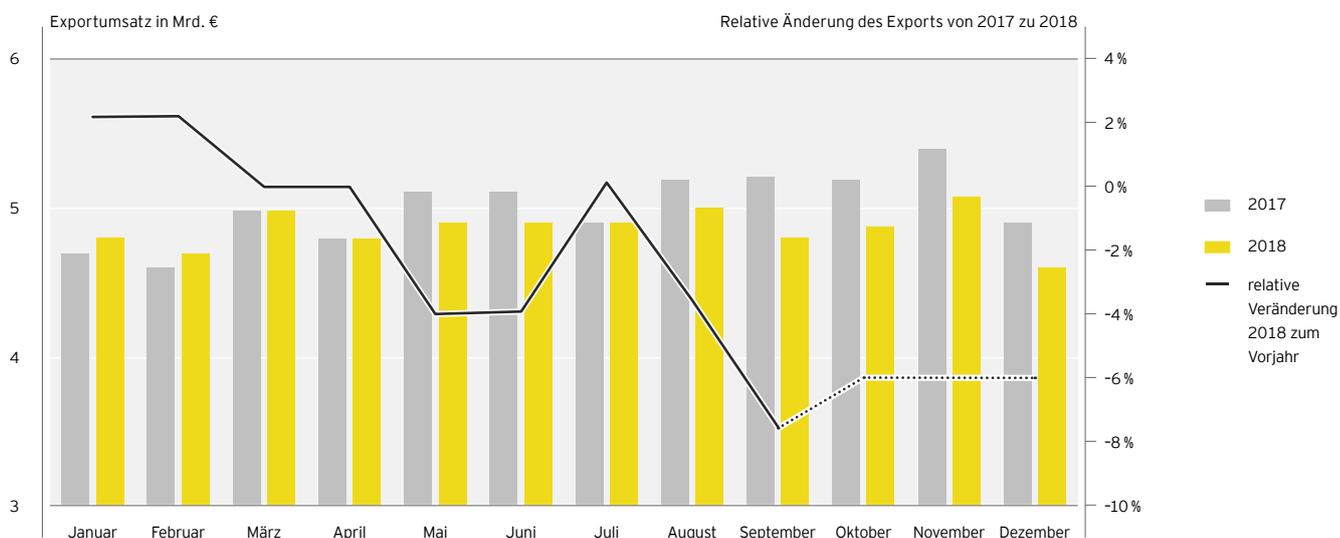


Abb. 12: Entwicklung der Exporte in der Ernährungsindustrie 2017 und 2018



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018, Daten ab Oktober 2018 geschätzt

Ausblick auf das Jahr 2019

Das Jahr 2019 wird nach unserer Auffassung für die Ernährungsindustrie herausfordernd werden; darauf weist bereits die deutlich verschlechterte Beurteilung der Geschäftslage hin. So bewegen sich die für die Ernährungsindustrie wichtigen Milch- und Fleischpreise nach wie vor auf vergleichsweise niedrigem Niveau. Im Falle der Fleischverarbeitung schwebt zudem die Afrikanische Schweinepest wie ein Damoklesschwert über der Branche. Ein ASP-Ausbruch hätte mit großer Sicherheit erhebliche wirtschaftliche Einbußen zur Folge und ginge mit weitreichenden strukturellen Veränderungen in der Branche einher. Darüber hinaus erhöht sich der Druck auf die Lebensmittelhersteller aufgrund des steigenden Anteils der Handelsmarken in den Sortimenten der großen Einzelhändler weiter. Laut Handelsblatt lag dieser 2017 insgesamt bei 37,4 %, variiert aber stark zwischen den Produktgruppen. So entfallen nach Angaben der

Lebensmittelzeitung beispielsweise bei Molkereiprodukten der weißen Linie 56,8 % auf Handelsmarken. Bei Tiefkühlkost und Grundnahrungsmitteln liegen die Anteile der Handelsmarken bei 44,9 % bzw. 42,2 %. Der Trend zu Handelsmarken degradiert die Unternehmen der Ernährungsindustrie zu reinen Rohstoffverarbeitern und begrenzt ihre Preissetzungsspielräume und Erlösmöglichkeiten deutlich.

Auf der Kostenseite wirken sich steigende Energie- und Lohnkosten negativ auf die Margen der Unternehmen aus. Dies zwingt die Hersteller zu einer kontinuierlichen Steigerung ihrer Effizienz, die sie partiell durch Digitalisierung und Übergang zu „Industrie 4.0“-Konzepten zu erreichen versuchen.

Ein weiterer Unsicherheitsfaktor im Hinblick auf die wirtschaftliche Entwicklung 2019 ist der Brexit. Trotz Fortschritten in

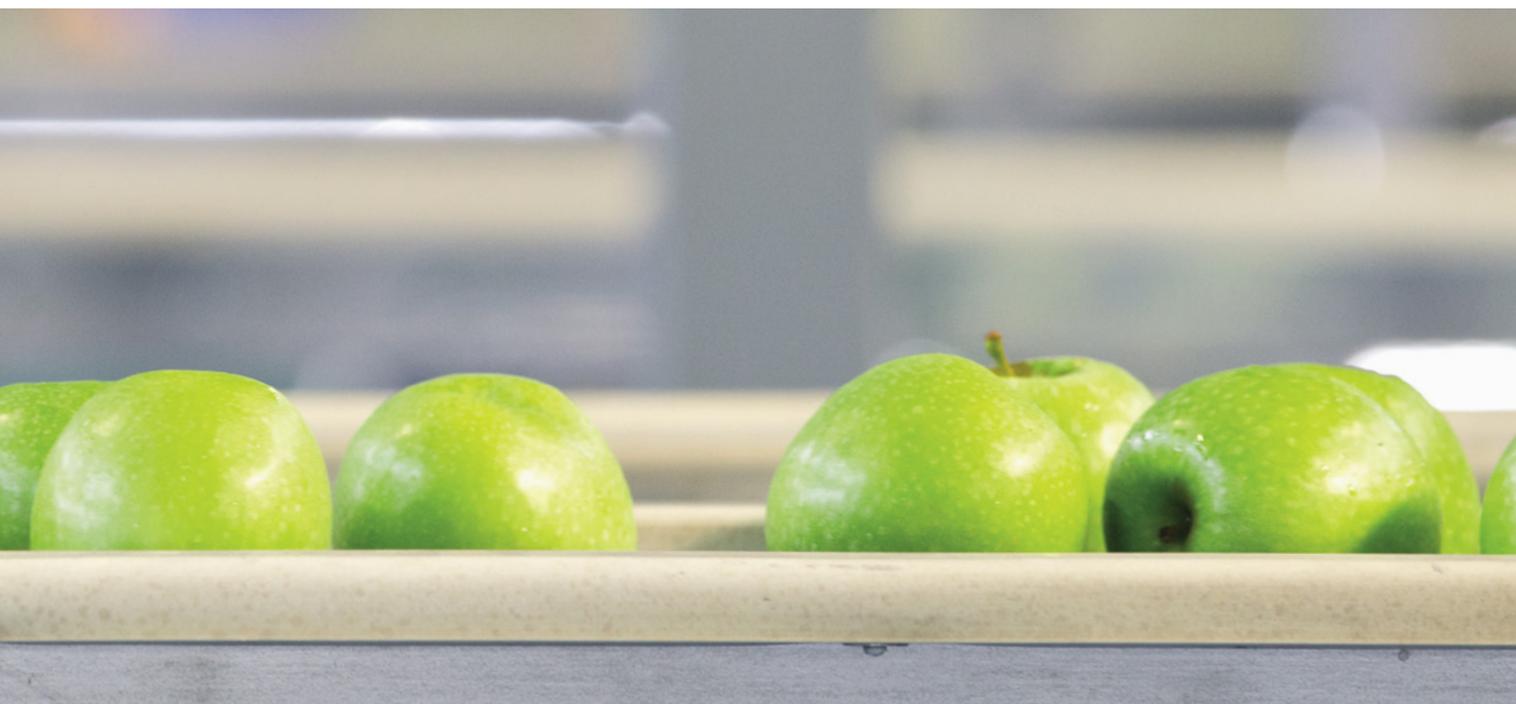


den Verhandlungen zwischen Großbritannien und der Europäischen Union sind weiterhin enorme Unsicherheiten zu spüren. Da das Vereinigte Königreich mit einem Importvolumen von fast 4,3 Mrd. Euro 2017 der viertgrößte Abnehmer der deutschen Ernährungsindustrie war, wird der Brexit in jedem Fall weitreichende Auswirkungen auf die wirtschaftliche Entwicklung des Jahres 2019 haben. Nach Angaben der BVE erwarten 49 % der Unternehmen negative Folgen durch den Brexit. Insgesamt gehen die Unternehmen davon aus, dass die Exporte in das Vereinigte Königreich um 61 % sinken werden. Einzelne Teilbranchen, vor allem die Fischereiwirtschaft, werden vermutlich noch wesentlich stärker betroffen sein. Kompensiert werden sollen die wegfallenden Exporte in das Vereinigte Königreich nach Angaben der BVE durch zusätzlichen Absatz im europäischen Ausland und in geringerem Maße in Drittländern.

Allerdings müssen diese alternativen Märkte erst noch im erforderlichen Umfang erschlossen und entsprechende Preise durchgesetzt werden.

Insgesamt wird das Jahr 2019 nach unserer Auffassung erneut ein herausforderndes Jahr für die deutsche Ernährungsindustrie werden. Die Entwicklung der Umsätze sowie der Zahl der Unternehmen und der Mitarbeiter in der Vergangenheit spricht unseres Erachtens jedoch dafür, dass die Ernährungsindustrie gut für die zukünftigen Herausforderungen gerüstet ist. Stetig gestiegene Investitionen sind ein weiteres Indiz hierfür. Ob der Umsatzrekord von 2017 im Jahr 2019 gebrochen werden kann, wird vor allem von der Entwicklung der Produktpreise abhängen. Derzeit bewegt sich der Nahrungs- und Futtermittelpreisindex auf einem vergleichsweise hohen Niveau, was wenig Platz für weitere Preissteigerungen lässt.

Auf der anderen Seite wird sich zeigen müssen, wie stabil die Weltwirtschaft angesichts wachsender Unsicherheiten aufgrund von Handelskonflikten und der zunehmenden Nervosität an den Börsen ist. Wir meinen, dass eine trotz dieser Ungewissheiten steigende Weltwirtschaftsleistung und eine damit einhergehende Steigerung des Konsums hochwertiger Nahrungsmittel der deutschen Ernährungsindustrie weitere Wachstumsimpulse verleihen könnten. Start-ups im Lebensmittelbereich bedienen tendenziell innovative, höherpreisige Marktnischen und beflügeln – wenn auch gegenwärtig noch mit überschaubaren Beiträgen – den Wachstumskurs.



5.1 Die Fleischwirtschaft

Wirtschaftliche Bedeutung

Mit 43,7 Mrd. Euro erzielte die Fleischwirtschaft im Jahr 2017 ein Allzeithoch beim Umsatz (Abb. 13). Mit einem Umsatzanteil von 24,3 % ist die Fleischwirtschaft die größte Teilbranche der deutschen Ernährungsindustrie. Die Umsatzsteigerung 2017 in Höhe von 2,1 Mrd. Euro geht zum größeren Teil auf um 1,55 Mrd. Euro höhere Inlandsumsätze (+5 %) zurück. Die Exportumsätze stiegen im gleichen Zeitraum um 570 Mio. Euro (+5,4 %).

Die Schlachtzahlen haben sich in Deutschland unterschiedlich entwickelt. Bei der Schlachtung von Bullen gab es im Vergleich zu 2016, das durch einen deutlichen Rückgang um 80.445 auf nur noch gut 1,3 Mio. Tiere (-5,8 %) geprägt war, 2017 wieder ein kleines Plus um 4.143 Schlachtungen (+0,3 %).

Die Zahl der Kuhschlachtungen fiel von 1,3 Mio. (2016) auf 1,2 Mio. im Jahr 2017 (-7,7 %). Die Zahl der Schlachtungen bewegte sich damit in etwa auf dem Niveau des Jahres 2015. Der Hauptgrund für den starken Anstieg von 2015 bis 2016 waren die niedrigen Auszahlungspreise für Milch, die viele Betriebe zur Aufgabe der Milcherzeugung veranlassten. 2017 war wieder eine Normalisierung der Schlachtzahlen zu beobachten.

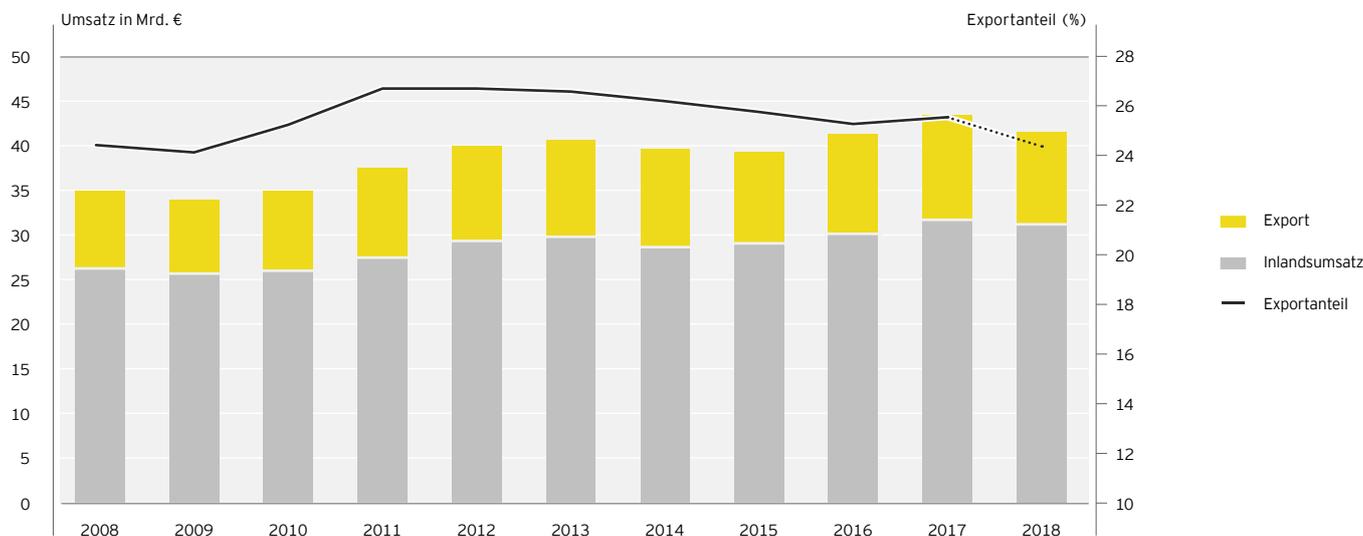
Die Zahl der Schweineschlachtungen ist um 0,6 % bzw. 345.340 Tiere zurückgegangen; insgesamt wurden in Deutschland im Jahr 2017 54,4 Mio. Schweine geschlachtet. Entsprechend dem Rückgang der Zahl der Schweineschlachtungen ist die Schlachtmenge um 83.190 Tonnen auf 5,5 Mio. Tonnen gesunken (-1,5 %). Hauptgründe für diesen Rückgang waren nach Aussage des Verbandes der Fleischwirtschaft (VDF) die sinkende Nachfrage

sowie die Preisschwäche in den Jahren 2015 und 2016.

Im Geflügelbereich wurden im Jahr 2017 insgesamt 683 Mio. Tiere geschlachtet; das waren 6,4 Mio. Tiere (0,9 %) weniger als 2016. Geschlachtet wurden 599 Mio. Jungmasthühner (87,8 %), 31 Mio. Suppenhühner (4,5 %), 16 Mio. Enten (2,3 %) und 600.860 Gänse (0,09 %). Der Anteil des sonstigen Geflügels betrug 5,4 %. In allen Gruppen sind die Zahlen rückläufig.

Der Umsatz der Produktgruppen im Fleischerhandwerk gliederte sich 2017 laut der afz - allgemeine fleischer zeitung in folgende Segmente auf: Der Anteil von Fleischwaren und Wurst betrug 55,3 %, der von Schweinefleisch lag bei 20,2 %, Rind- und Kalbfleisch kamen auf 11,8 %, auf Geflügel entfielen 5,1 % (Sonstiges: 7,6 %). In Deutschland gab es im Jahr

Abb. 13: Entwicklung der Umsätze und der Exportquote in der Fleischwirtschaft von 2008 bis 2018



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018; Zahlen für 2018 geschätzt



2018



1.454

fleischverarbeitende Betriebe mit 123.085 Mitarbeitern; Beschäftigungsaufbau hält an



41,8 Mrd. €

Umsatz der deutschen Fleischwirtschaft; umsatzstärkste Teilbranche der Ernährungsindustrie



10,3 Mrd. €

Exportumsatz mit Fleisch und Fleischwaren aus deutscher Produktion; die wichtigsten Handelspartner sind die Mitgliedstaaten der Europäischen Union

(Zahlen für 2018 geschätzt)

2017 noch 12.797 Fleischerfachgeschäfte und 8.532 handwerklich betriebene Verkaufsstellen. Der größte Teil der Filialen befand sich in Bayern und Baden-Württemberg.

Die Fleischbranche verzeichnete im Jahr 2017 ein Umsatzplus von 5 % auf 43,7 Mrd. Euro. Die Umsätze der Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern lagen 2017 bei 38,3 Mrd. Euro und machten damit 87,5 % des Branchenumsatzes aus. 2018 drehte der Trend dagegen ins Minus. Im ersten Quartal lagen die Umsätze zwar noch um 1,4 % über denen des entsprechenden Vorjahreszeitraums, doch schon im zweiten Quartal kam es zu einem Umsatzrückgang um 5,3 %. Im dritten Quartal setzte sich dieser Trend fort (-6,6 %). Aufgrund der sinkenden Nachfrage bei vielen Fleischprodukten und damit insgesamt sinkenden Preisen für Schlachtschweine erwarten wir für das vierte Quartal 2018 ein weiteres Umsatzminus von 6,5 %. Damit würde sich der Gesamtumsatz im Jahr 2018 um knapp 1,9 Mrd. Euro bzw. 4,3 % auf 41,8 Mrd. Euro vermindern.

Die Fleischexporte der Europäischen Union erreichten im Jahr 2017 einen neuen Umsatzrekord. Zwar ging die Ausfuhrmenge insgesamt zurück, doch ließen sich im Drittlandsgeschäft meist höhere Preise erzielen. Das wichtigste Exportprodukt war auch im Jahr 2017 Schweinefleisch. Allerdings war der Exportumsatz bei Schweinefleisch rückläufig, da das Geschäft mit China deutlich schwächer ausfiel als 2016. Dagegen erhöhten sich die Ausfuhren im Rinderbereich einschließlich des Lebendexports in Drittländer gegenüber dem Jahr 2016 deutlich. Die daraus resultierenden Einnahmen stiegen sogar auf einen neuen Höchstwert. Im Geflügelbereich war ein moderates Plus zu erkennen. Der Ausfuhranstieg wurde durch geringere Ausfuhren in importstarke Länder wie Südafrika und Saudi-Arabien begrenzt.

Der Export spielt, wie in der gesamten Ernährungsindustrie, auch in der deutschen Fleischwirtschaft eine wichtige Rolle (Abb. 14). Der Anteil von Fleisch- und Fleischwarenexporten an den Gesamtexporten der Ernährungsindustrie betrug im Jahr 2017 18,5 %. Der Export in die Europäische Union und vor allem in Drittländer

sorgt für eine Verbesserung der Verwertung der Schlachttiere durch Absatzmöglichkeiten für Produkte und Teilstücke, die im Inland nur begrenzt vermarktet werden können. Allerdings kann aufgrund fehlender veterinärrechtlicher Grundlagen deutsches Schweinefleisch nicht in alle denkbaren Abnehmerländer exportiert werden. So darf beispielsweise aufgrund von Unstimmigkeiten über das Verfahren der Betriebszulassung kein Schweinefleisch in die USA oder nach Mexiko geliefert werden. Günstigere rechtliche Rahmenbedingungen würden sich belebend auf den Absatz deutscher Schlachtunternehmen auswirken.

2017 wurden Fleischwaren im Wert von 11,2 Mrd. Euro ausgeführt. Im Vergleich zum Vorjahr sind die Exporte um 568 Mio. Euro (+5,1 %) gestiegen. Da auch der Inlandsatz um 1,6 Mrd. Euro (+5,7 %) anstieg, stagnierte die Exportquote bei 25,5 %. Die Geflügelfleischexporte beliefen

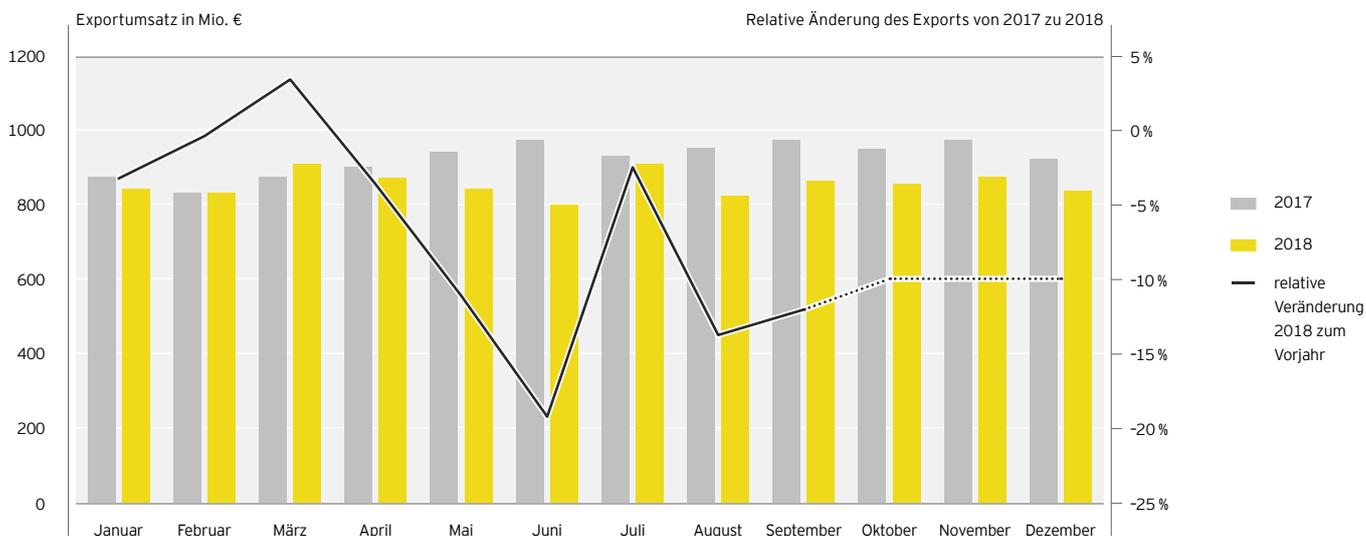
sich 2017 auf 1,1 Mrd. Euro; sie hatten damit einen Anteil von 9,8 % am Exportwert der deutschen Fleischwirtschaft. Auf Fleisch ohne Geflügel entfielen 67,9 % (7,6 Mrd. Euro) und auf verarbeitetes Fleisch 23,2 % (2,6 Mrd. Euro) der Exportumsätze.

2018 gingen die Ausfuhren im Vergleich zum Vorjahr zurück. Nachdem es im ersten Quartal kaum Veränderungen bei den Exportumsätzen gab (+0,02 %), folgte im zweiten Quartal ein starkes Minus von 11,5 % gegenüber dem Vorjahreswert. Im dritten Quartal lagen die Exportumsätze um 9,7 % unter denen des Vorjahres. Für das letzte Quartal des Jahres 2018 erwarten wir einen Rückgang der Exporte um rund 10 % im Vergleich zum Jahr 2017. Insgesamt erwarten wir, dass die Exporte 2018 bei 10,3 Mrd. Euro und somit knapp 900 Mio. Euro bzw. 8 % unter dem Vorjahreswert liegen werden. Die Exportquote ginge dann um 0,9 Prozentpunkte auf 24,6 % zurück.

2017 wurde Geflügelfleisch im Wert von 1,1 Mrd. Euro ausgeführt. Die Niederlande waren erneut der größte Abnehmer von deutschem Geflügelfleisch; die Ausfuhren in das Nachbarland beliefen sich auf 256 Mio. Euro (24,3 %). Auf Platz 2 der Ausfuhrstatistik löste Frankreich (129,4 Mio. Euro; 12,3 %) Österreich (125,8 Mio. Euro; 11,9 %) ab. Außerhalb der Europäischen Union ist die Schweiz auf Platz 7 der Abnehmerländer der bedeutendste Kunde für deutsches Geflügelfleisch (32 Mio. Euro; 3 %).

Bei den Exporten von verarbeitetem Fleisch (Ausfuhrwert insgesamt: 2,6 Mrd. Euro) lag 2017 das Vereinigte Königreich mit Importen in Höhe von 415,2 Mio. Euro erneut auf Platz 1; das Land kam damit auf einen Anteil an den Exporten von 16,2 %. Auf den nächsten Plätzen folgten Frankreich (373,9 Mio. Euro; 14,6 %) und die Niederlande (274,5 Mio. Euro; 10,7 %).

Abb. 14: Entwicklung der Exporte der Fleischwirtschaft 2017 und 2018



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018; Zahlen für das vierte Quartal 2018 geschätzt

Als größter Abnehmer außerhalb der Europäischen Union wurde die Schweiz von Thailand abgelöst; das Importvolumen lag hier bei 35,8 Mio. Euro (Platz 13).

Bei Exporten von deutschem Fleisch ohne Geflügel (Ausfuhrwert weltweit: 7,6 Mrd. Euro) waren die Niederlande mit 1,1 Mrd. Euro Spitzenreiter. Im Jahr 2016 war die Volksrepublik China noch Nummer 1 mit 13,5 % der deutschen Ausfuhren. Sie wurde 2017 von den Niederlanden mit einem Anteil von 14,5 % abgelöst. Der zweitgrößte Abnehmer von deutschem Fleisch ohne Geflügel ist Italien (988 Mio. Euro; 13,1 % der Gesamtausfuhren). Auf Platz 3 findet sich der vormals größte Abnehmer China mit 595 Mio. Euro bzw. 7,9 % der Gesamtausfuhren.

2015 sind die Investitionen in der deutschen Fleischwirtschaft erstmals seit 2011 wieder gestiegen. Sie übertrafen im Jahr 2016 mit 731 Mio. Euro sogar den Rekord-

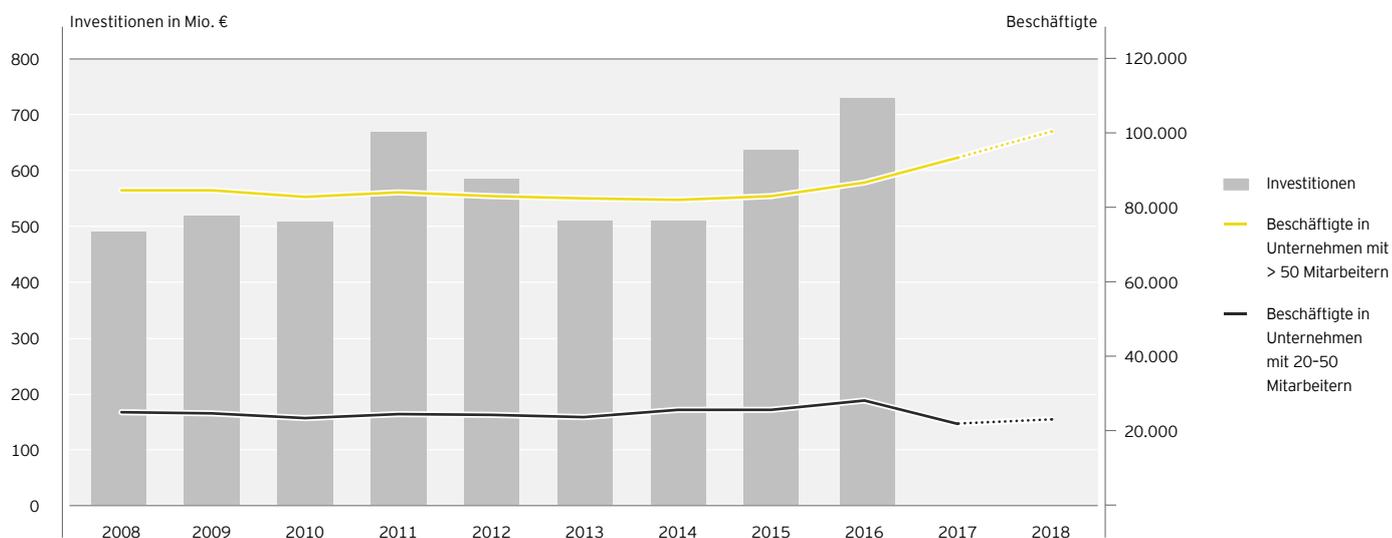
wert des Jahres 2011 (671 Mio. Euro) (Abb. 15). Die Entwicklung in den Jahren 2017 und 2018 bleibt abzuwarten; sie war insgesamt aufgrund der großen Herausforderungen, vor denen die Branche steht, mit erheblichen Unsicherheiten behaftet.

Einen Zuwachs gab es auch bei der Anzahl der Unternehmen. 2017 zählte die deutsche Fleischwirtschaft 1.425 Betriebe mit mehr als 20 Mitarbeitern und damit 23 mehr als im Vorjahr. Die Zahl der Beschäftigten erhöhte sich um 5 % auf 119.612 Mitarbeiter. Deutlich war der Anstieg bei den 567 Unternehmen mit mehr als

50 Mitarbeitern, deren Belegschaftsstärke um 8 % auf 93.405 Beschäftigte wuchs. Dies sind 78,1 % aller Beschäftigten in der Fleischwirtschaft. 858 Betriebe beschäftigten 2017 20 bis 50 Mitarbeiter; bei ihnen waren 26.207 Personen (21,9 %) tätig. Betriebe mit mehr als 50 Mitarbeitern stellen nicht nur die meisten Arbeitsplätze in der Branche bereit, sondern verzeichnen auch 87,6 % des Gesamtumsatzes (38,3 Mrd. Euro). Dagegen erwirtschafteten die Betriebe mit 20 bis 50 Mitarbeitern 2017 nur 5,5 Mrd. Euro Umsatz (12,6 %).



Abb. 15: Entwicklung der Zahl der Beschäftigten und Investitionen in der Fleischwirtschaft



Quelle: eigene Darstellung nach Destatis 2018; Zahlen für 2018 geschätzt

Rückblick auf das Jahr 2018

Das wirtschaftliche Umfeld der deutschen Fleischwirtschaft ist weiterhin schwierig. In Deutschland ist der Fleischverzehr im Jahr 2017 um weitere 0,8 kg auf 59,7 kg pro Kopf gesunken. Insbesondere die stetig sinkende Nachfrage nach Schweinefleisch beeinflusste auch im Jahr 2018 die wirtschaftliche Lage der Branche negativ. Für die Europäische Union beschreibt die EU-Kommission dagegen insgesamt einen leichten Anstieg des Fleischkonsums auf 68,6 kg pro Kopf im Jahr 2017. Der Zuwachs resultierte jedoch ausschließlich aus einer deutlichen Erhöhung des Pro-

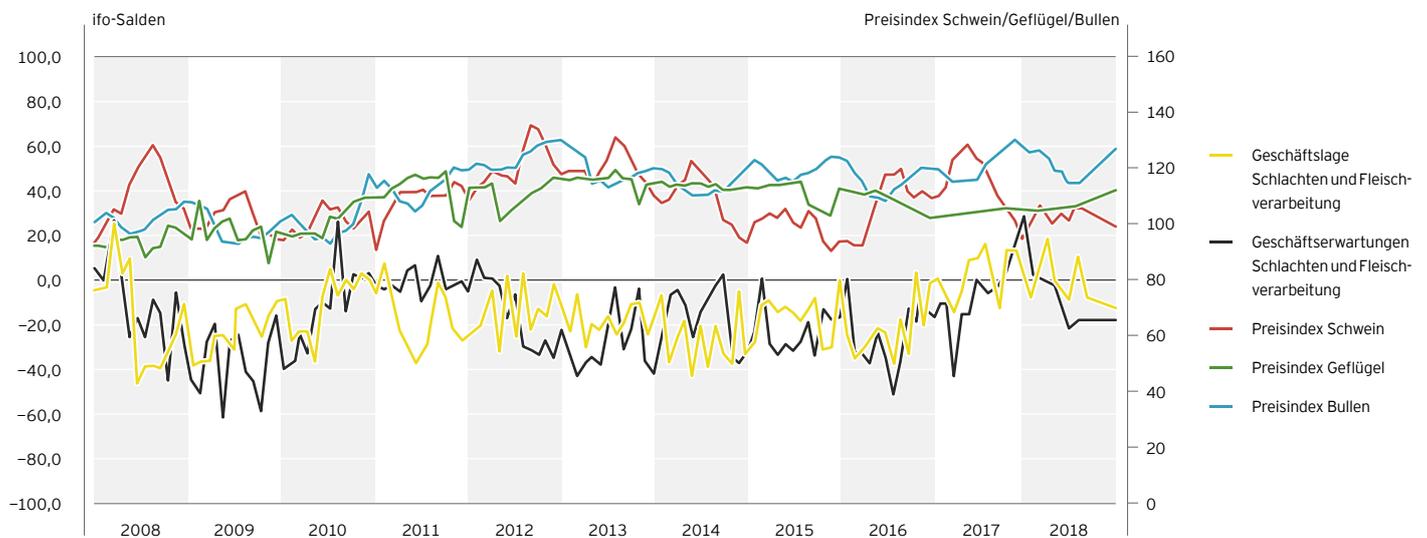
Kopf-Geflügelfleischkonsums um 3,5 kg. Alle sonstigen Fleischarten zeigten im EU-Durchschnitt eine rückläufige Entwicklung. Laut dem VDF und dem Bundesverband der Deutschen Fleischindustrie (BVDF) ist der Export von Schweinefleisch aus der Europäischen Union in Drittländer im Jahr 2017 um 9 % gesunken. Der Hauptgrund war die deutliche Abnahme der Nachfrage aus China. Der Rückgang des Jahres 2017 war allerdings geringer als die Zunahmen im Rekordausfuhrjahr 2016.

Die seit einigen Jahren eher skeptische Beurteilung der Geschäftslage der Fleischwirtschaft war auch für 2018 nach einem kleinen Aufschwung zu Beginn des Jahres kennzeichnend (Abb. 16). In der ersten Jahreshälfte sah die Beurteilung der Geschäftslage zunächst etwas positiver aus (+5 Punkte) als im entsprechenden Vorjahreszeitraum (-4,5 Punkte). In der

zweiten Jahreshälfte lag der Saldo bei -3 Punkten. Auch die Geschäftserwartungen fielen zu Beginn des Jahres 2018 insgesamt noch knapp positiv aus (+4 Punkte), sanken jedoch ab Mitte des Jahres rapide ab (-19,9 Punkte). Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen schätzte zu diesem Zeitpunkt die zukünftigen Geschäftserwartungen als ungünstig ein.

Insgesamt hat die Fleischwirtschaft schwierige Monate hinter sich. Die Verarbeitungsunternehmen hatten nach Angaben des VDF 2017 Probleme, die gestiegenen Rohstoffkosten an die Abnehmer weiterzugeben. Zudem sind erhebliche Verarbeitungskapazitäten geschaffen worden, zu denen auch die eigenen Fleischwerke des Lebensmitteleinzelhandels zu zählen sind, zumal dadurch die einst klare Rollenverteilung in der Wertschöpfungskette zunehmend verwischt.

Abb. 16: Entwicklung der Beurteilung der Geschäftslage und der Geschäftserwartungen in der Fleischwirtschaft



Quelle: eigene Darstellung nach ifo Institut 2018 und Destatis 2018

Ausblick auf das Jahr 2019

Es ist zu erwarten, dass der Fleischkonsum im Jahr 2019 in Deutschland weiter leicht rückläufig sein wird. Dies gilt insbesondere für die Bereiche Schweine- und Rindfleisch, die zugunsten einer Verschiebung des Konsums hin zu Geflügel weitere Marktanteile werden abgeben müssen. Allerdings kann Rindfleisch von einem Trend in Teilen der Verbraucherschaft zu hochwertigem Qualitätsfleisch profitieren. Dieser Trend wird z. T. durch innovative Start-ups verstärkt, die u. a. neue Vermarktungswege und -formen etablieren und hochpreisige



Marktsegmente erschließen. Dry Aged Rindfleisch aus Cow-Sharing-Projekten oder die Online-Vermarktung von Weidefleisch sind typische Beispiele.

Für die insgesamt trotzdem rückläufige Entwicklung sind verschiedene Gründe maßgeblich, unter anderem generelle Veränderungen des Konsumverhaltens, etwa ein zunehmender Außer-Haus-Verzehr bei gleichzeitiger aufwendiger Inszenierung der verbleibenden Kochgelegenheiten, die durch Migration veränderte Bevölkerungsstruktur, die an Schärfe gewinnende Tierwohldebatte sowie die Entwicklung eines größeren Spektrums an Fleischersatzprodukten. Hinzu kommt, dass die Erzeugerebene vor enormen Herausforderungen steht, etwa durch eine Verschärfung des Düngerechts und ungelöste Rechtsfragen, namentlich im Bereich der Sauenhaltung. Gleichzeitig beteiligt sich die Landwirtschaft rege an Maßnahmen zur Verbesserung des Tierschutzes, etwa der Initiative Tierwohl. Dadurch sinken insbesondere in den Hochburgen der landwirtschaftlichen Nutztierhaltung die Tierzahlen. Dementsprechend nimmt auch die Zahl der Schlachtungen ab. Dieser Trend wird sich nach unserer Überzeugung auch 2019 fortsetzen.

Zur selben Zeit drängen Konkurrenten beispielsweise aus Spanien und Polen, in denen die Erzeugung in den letzten Jahren zum Teil erheblich ausgebaut worden ist, massiv auf den heimischen Markt und lösen einen entsprechenden Preisdruck aus. Für die deutsche Fleischwirtschaft wird daher die Nachfrage aus dem außer-europäischen Ausland weiter an Bedeutung gewinnen. In dieser Situation schweift der Blick zunehmend nach Ostasien. Japan z. B. ist für Schweinefleisch ein bedeutender Exportmarkt. Hoffnung macht das Freihandelsabkommen JEFTA zwischen Japan und der Europäischen Union, das

2019 in Kraft treten wird. Es beseitigt viele Zölle und eine Reihe von Regulierungshemmnissen. Langfristig sollen in Japan die Einfuhrzölle auf landwirtschaftliche Produkte vollständig abgebaut werden. Inwieweit die europäische Fleischwirtschaft davon profitieren können, wird sich zeigen müssen. Japan verfügt bereits über langjährige Handelsbeziehungen mit den USA. Zudem sind die USA geografisch näher an Japan gelegen und verfügen so über den Vorteil geringerer Transportkosten.

Doch auch im EU-Binnenmarkt bleibt es spannend. Der Ausgang der Brexit-Verhandlungen ist für die Fleischwirtschaft enorm wichtig. Die deutschen Exporte von Fleisch und Fleischwaren in das Vereinigte Königreich sind in der Vergangenheit gestiegen und beliefen sich im Jahr 2017 auf 758 Mio. Euro. Erschwerte Ausfuhrbedingungen könnten daher weitreichende Folgen haben, zumal auch Dänemark und die Niederlande große Mengen Schweinefleisch auf die Britischen Inseln liefern. Die in Großbritannien nicht mehr abzusetzenden Mengen würden dann vermehrt auch nach Deutschland exportiert, was zu einer Belastung des deutschen Marktes führen würde.

Für die Fleischwirtschaft bleiben darüber hinaus die politischen und rechtlichen Entwicklungen, etwa im Bereich der Tierwohlkennzeichnung und des Tierschutzrechts, von herausragender Bedeutung. Auch die Entwicklungen am Markt, in dem die Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels die Tierwohlkennzeichnung im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsstrategien bereits vorangetrieben haben, sind von großer Relevanz. Last, but not least muss die deutsche Fleischwirtschaft hoffen, auch 2019 von großen Seuchenzügen, insbesondere von einem Ausbruch der Afrikanischen Schweinepest, verschont zu bleiben.

5.2 Die Molkereiwirtschaft

Wirtschaftliche Bedeutung

Mit einem Umsatz von 27,86 Mrd. Euro lag die Milchwirtschaft 2017 auf Platz 2 innerhalb der deutschen Ernährungsindustrie (Abb. 17). Gemessen am Umsatz war 2017 das zweiterfolgreichste Jahr nach dem Rekordjahr 2013, als 28,3 Mrd. Euro Erlöse wurden. Mit einem Umsatzwachstum um 4,06 Mrd. Euro bzw. 17,1 % wurde 2017 ein Rekord aufgestellt, denn in keinem Jahr zuvor gab es einen derart starken Anstieg der Erlöse. Damit konnten die seit 2013 andauernden, vorwiegend preisbedingten Umsatzrückgänge weitgehend kompensiert werden. Mit 2,71 Mrd. Euro wurden 66,7 % des Umsatzanstiegs im Inland erzielt. 1,35 Mrd. Euro bzw. 33,3 % des Umsatzplus entfallen auf die gestiegenen Exporte. Inlands- und Exportumsatz stiegen 2017 mit jeweils rund +17 % nahezu gleich stark an. Für 2018 erwarten wir einen leichten Umsatzrückgang in der Molkereiwirtschaft.

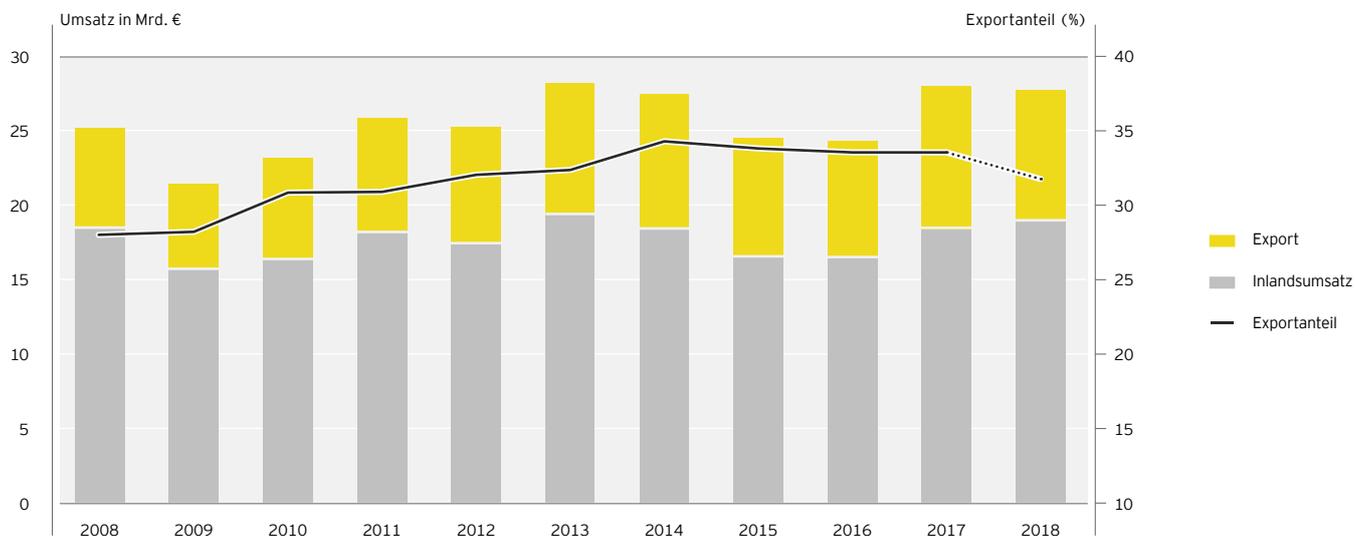
Die Exportquote verharrte 2017 unverändert bei 33,4 %. Damit konnte der Spitzenwert von 34,2 %, der im Jahr 2014 erzielt wurde, auch 2017 nicht überboten werden. Bei genauer Betrachtung wird deutlich, dass die Bedeutung des Exports noch höher ist, als es der Anteil der im Ausland erzielten Umsätze suggeriert. Nach Angaben des Deutschen Milchindustrieverbandes exportieren die Unternehmen der deutschen Milchwirtschaft etwa die Hälfte der in Deutschland angelieferten Milch in Form verarbeiteter Produkte, beispielsweise Käse.

Bei den Exporten spielt die Europäische Union für die deutsche Molkereiwirtschaft eine noch bedeutendere Rolle als für die gesamte Ernährungsindustrie. 2017 wurden 82,9 % des gesamten Exportumsatzes (7,72 Mrd. Euro) in EU-Mitgliedstaaten erwirtschaftet. Nur 1,58 Mrd. Euro bzw. 17,1 % des Exportumsatzes entfielen auf Ausfuhren in Drittländer außerhalb der

Europäischen Union. Allerdings gewinnt der Export in Drittländer stetig an Bedeutung. So sank 2017 der Anteil der Exporte in die Europäische Union im Vergleich zum Vorjahr von 84 % auf 82,9 %. 2008 entfielen sogar noch 89,3 % der Exporte auf den europäischen Binnenmarkt. Deutlich wird dieser Trend auch, wenn man den 2017 erzielten Umsatzzuwachs im Ausland betrachtet. Die Exporte in die Europäische Union trugen mit 1,04 Mrd. Euro bzw. 76,5 % gemessen an ihrer Marktbedeutung für die deutschen Molkereien nur unterproportional zum Gesamtumsatzwachstum der Ausfuhren von 1,35 Mrd. Euro bei, während die Ausfuhren in Drittländer vergleichsweise stärker um 318 Mio. Euro bzw. 23,5 % zulegten.

Der größte Abnehmer von Produkten der deutschen Molkereiwirtschaft waren 2017 wie bereits in den Vorjahren die Niederlande. 2017 wurden dorthin Waren im Wert von 1,6 Mrd. Euro exportiert

Abb. 17: Entwicklung der Umsätze, der Exporte und der Exportquote in der Molkereiwirtschaft von 2008 bis 2018



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018; Zahlen für 2018 geschätzt



2018



224

milchverarbeitende Unternehmen mit 44.200 Mitarbeitern, die Milch von 67.300 (2017) Milcherzeugern verarbeiten



27,7 Mrd. €

Umsatz der Molkereiwirtschaft mit Milch und Milcherzeugnissen; zweitgrößte Teilbranche der deutschen Ernährungsindustrie



8,7 Mrd. €

Exportumsatz deutscher Molkereien; 31,6 % Exportanteil; wichtigste Handelspartner sind die Mitgliedstaaten der Europäischen Union

(Zahlen für 2018 geschätzt)

(Tab. 3). Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Exporte in die Niederlande um 370 Mio. Euro (+30,0 %). Seit 2008 nahmen die Exporte in das Nachbarland sogar um 467 Mio. Euro bzw. 41,2 % zu. Auf dem zweiten Platz folgt wie im Jahr zuvor Italien mit einem Exportumsatz von 1,36 Mrd. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Exporte hierhin um 140 Mio. Euro (+11,4 %). Nimmt man 2008 als Bezugsjahr, gingen die Exporte nach Italien allerdings um 338 Mio. Euro bzw. 19,9 % zurück. Auf dem dritten Platz rangiert Frankreich, das Österreich mit einem Exportumsatz von 635 Mio. Euro auf den vierten Platz verdrängt hat. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Exporte nach Frankreich um 98 Mio. Euro (+18,2 %).

Der größte Abnehmer deutscher Molkereierzeugnisse außerhalb der Europäischen Union ist die Volksrepublik China. 2017 importierte China Milchprodukte aus Deutschland im Wert von 271 Mio. Euro. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Exporte in die Volksrepublik um 45 Mio. Euro (+20,1 %). Seit 2008 nahmen die Exporte sogar um 258 Mio. Euro bzw.

2.066,4 % zu. Unter den 20 größten Importeuren finden sich neben China noch die Schweiz auf Platz 16 mit einem Importvolumen von 116 Mio. Euro im Jahr 2017 und Japan auf Platz 18 (92 Mio. Euro). Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Exporte in die Schweiz um 18 Mio. Euro bzw. 18,7 %, die nach Japan um 22 Mio. Euro bzw. 32,1 %.

Auch die Zahl der Mitarbeiter und die Investitionen entwickelten sich positiv. Mit 43.462 Beschäftigten markiert das Jahr 2017 einen neuen Beschäftigungsrekord. Nie zuvor standen mehr Menschen in der deutschen Milchwirtschaft in Lohn und Brot. Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Zahl der Beschäftigten um 1.064 bzw. 2,5 %. Damit nimmt die Zahl der Beschäftigten seit 2011 kontinuierlich zu. Mit 41.388 Beschäftigten (95,1 %) entfällt der Großteil der Stellen auf Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern, während Unternehmen mit 20 bis 50 Mitarbeitern nur 2.124 Beschäftigte (4,9 %) zählen. Mit 726 neuen Stellen (68,2 %) hatten die Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern allerdings nur einen unterpro-

proportionalen Anteil am Beschäftigungszuwachs, während die Unternehmen mit 20 bis 50 Mitarbeitern 2017 mit 338 neuen Beschäftigten (31,8 %) überproportional zum Beschäftigungsaufbau beitrugen. Die Anzahl der Beschäftigten ist 2018 auf schätzungsweise rund 44.200 gestiegen (+1,7 %).

Mit 932 Mio. Euro erreichten die Investitionen der deutschen Milchwirtschaft 2016 einen neuen Rekordwert (Abb. 18). Gegenüber dem Vorjahr stiegen die Investitionen um 97,9 Mio. Euro bzw. 11,7 % an. Damit nahmen interessanterweise die Investitionen gerade in den Jahren 2014 bis 2016, die durch rückläufige Umsätze

geprägt waren, zu. Lagen die Investitionen in den Jahren 2008 bis 2013 im Mittel bei 493 Mio. Euro, stiegen sie in den Jahren 2014 bis 2016 auf durchschnittlich 871 Mio. Euro an (+76,4 %).

Neben den Investitionen und Beschäftigungszahlen nahm - trotz des in der Molkereiwirtschaft zu beobachtenden Strukturwandels - auch die Zahl der Unternehmen zu. 2017 zählte die deutsche Molkereiwirtschaft 219 Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern, vier mehr als im Vorjahr (+1,9 %). Damit ist die Gesamtzahl der Unternehmen in der deutschen Molkereiwirtschaft das zweite Jahr in Folge gestiegen. Vorausgegangen war ein konti-

nuierlicher Rückgang der Unternehmenszahlen seit 2008, als die deutsche Molkereiwirtschaft noch 234 Unternehmen umfasste. Mit 27,1 Mrd. Euro erwirtschafteten die Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern 2017 97,5 % des Gesamtumsatzes der deutschen Molkereiwirtschaft. Während 2017 die Umsätze der Unternehmen mit mehr als 50 Mitarbeitern im Vergleich zum Vorjahr um 4,2 Mrd. Euro bzw. 18,1 % stiegen, mussten die Unternehmen mit 20 bis 50 Mitarbeitern einen Umsatzrückgang um 0,1 Mrd. Euro (11,6 %) verkraften.

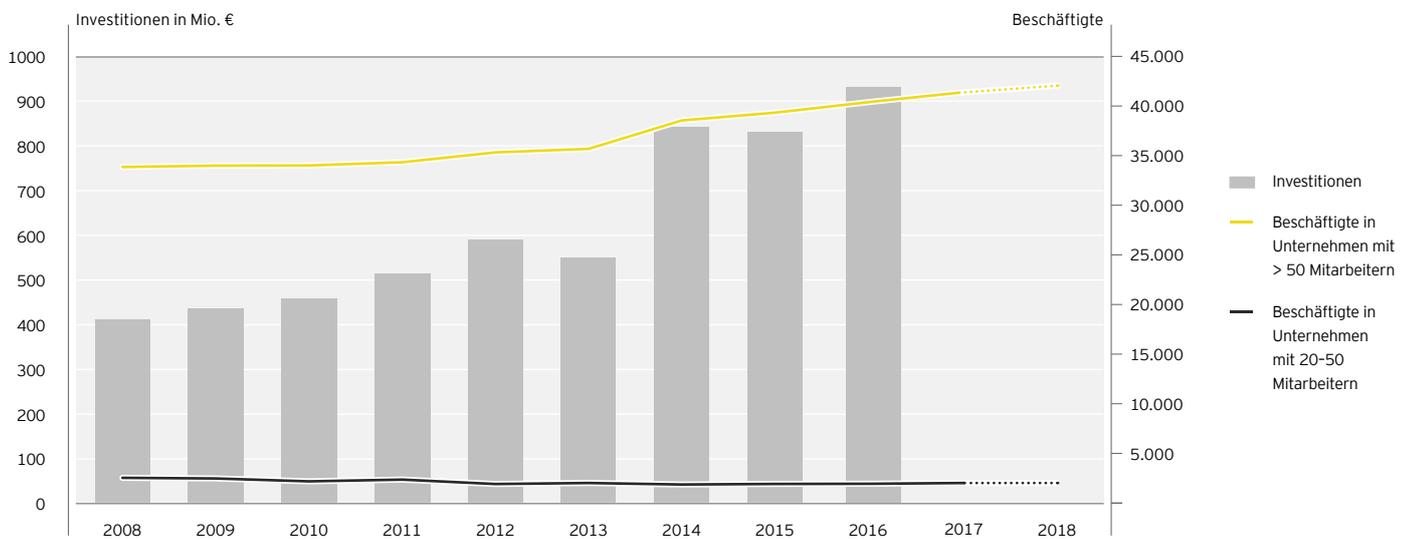
Tab. 3: Die wichtigsten Abnehmerländer und die Entwicklung der Exportumsätze in der Molkereiwirtschaft

Platz	Land	Exporte 2017 (Mio. €)	Δ 2008 bis 2017 (Mio. €)	Δ 2016 bis 2017 (Mio. €)	Δ 2008 bis 2017 (%)	Δ 2016 bis 2017 (%)
1	Niederlande	1.602	467	370	41,2 %	30,0 %
2	Italien	1.364	-338	140	-19,9 %	11,4 %
3	Frankreich	635	50	98	8,6 %	18,2 %
4	Österreich	582	179	42	44,5 %	7,7 %
5	Belgien	568	127	36	28,8 %	6,8 %
6	Vereinigtes Königreich	432	33	40	8,4 %	10,2 %
7	Spanien	424	50	59	13,5 %	16,0 %
8	Polen	343	221	37	180,5 %	12,1 %
9	Volksrepublik China	271	258	45	2066,4 %	20,1 %
10	Dänemark	254	111	22	78,0 %	9,4 %
11	Griechenland	233	-8	26	-3,4 %	12,8 %
12	Tschechische Republik	227	90	26	65,7 %	12,9 %
13	Ungarn	160	73	17	84,7 %	12,0 %
14	Rumänien	151	107	32	246,9 %	27,2 %
15	Schweden	141	34	9	31,0 %	6,6 %
16	Schweiz	116	65	18	127,5 %	18,7 %
17	Finnland	97	36	1	60,1 %	0,7 %
18	Japan	92	44	22	92,5 %	32,1 %
19	Slowakei	88	64	13	270,8 %	18,1 %
20	Portugal	85	2	16	2,3 %	23,4 %

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018



Abb. 18: Entwicklung der Anzahl der Beschäftigten und der Investitionen in der Molkereiwirtschaft



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018; Zahlen für 2018 geschätzt

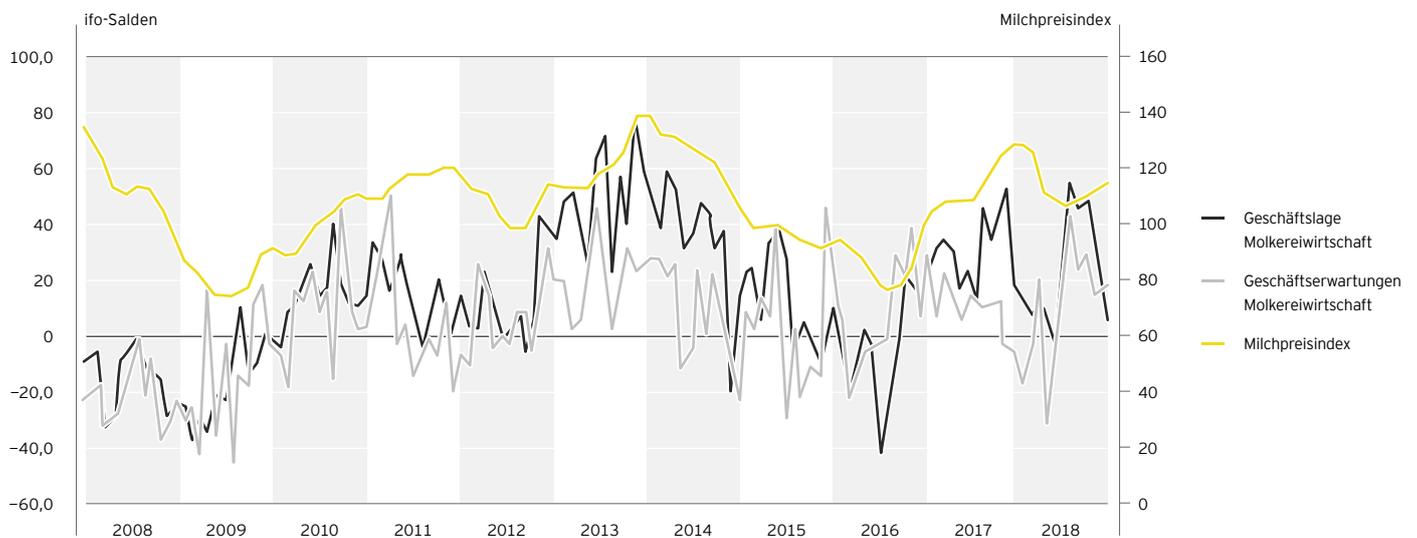
Rückblick auf das Jahr 2018

Das Jahr 2018 begann mit einer Eintrübung der Beurteilung der Geschäftslage. Von 10 Punkten im Januar sank der Saldo auf -3 Punkte im März und damit auf den niedrigsten Wert des Jahres (Abb. 19). Die Eintrübung fällt mit dem Rückgang des Milchpreisindex zusammen, der seit Ende des Jahres 2017 zu beobachten war. Bis Mai verbesserte sich die Stimmung in der deutschen Molkereiwirtschaft dann sprunghaft und der Saldo der Beurteilung der Geschäftslage stieg auf 54 Punkte, den Jahreshöchstwert. In der zweiten Jahreshälfte trübte sich die Stimmung in der Molkereiwirtschaft deutlich ein; von 47 Punkten im Juli fiel sie auf 4 Punkte im September.

Mit Blick auf die Geschäftserwartungen startete das Jahr 2018 mit einem deutlich positiven Saldo von 20 Punkten nach -8 Punkten im Dezember 2017. Im Februar fiel die Geschäftserwartung der Unter-

nehmen schlagartig auf einen Saldo von -32 Punkten, was den niedrigsten Wert des Jahres 2018 markierte. Bis Mai hellte sich die Stimmung dann wieder deutlich auf und die Geschäftserwartungen stiegen auf einen Saldo von 40 Punkten, sanken aber bereits im Juni wiederum auf 23 Punkte ab. Auf diesem Niveau verharrten die Werte in den Folgemonaten. Ein Grund für die insgesamt nur verhalten positive Stimmung ist nach unserer Überzeugung, dass zwar im Mai 2018 der Abwärtstrend beim Milchpreisindex gestoppt wurde, die Kehrtwende jedoch schwächer ausfiel als von vielen Akteuren in der Molkereiwirtschaft erhofft. Mit durchschnittlich 24 Punkten lagen die Salden der Beurteilung der Geschäftslage in den ersten neun Monaten des Jahres 2018 8 Punkte unter der durchschnittlichen Beurteilung der Geschäftslage im Vorjahreszeitraum. Dagegen lagen die Geschäftserwartungen mit durchschnittlich

Abb. 19: Entwicklung der Beurteilung der Geschäftslage und der Geschäftserwartungen in der Molkereiwirtschaft



Quelle: eigene Darstellung nach ifo Institut 2018 und Destatis 2018

18 Punkten in den ersten zehn Monaten des Jahres 2018 8 Punkte höher als im Vorjahreszeitraum.

Das Jahr 2018 begann mit einem deutlichen Umsatzplus gegenüber 2017. Im Januar lag der Umsatz mit 2,04 Mrd. Euro 170 Mio. Euro bzw. 8,3 % über dem des Vorjahres. Dieser Vorsprung schmolz aufgrund sinkender Milchpreise in den Folgemonaten zusammen. Im Mai (-0,8 %) und Juni (-2,1 %) bewegten sich die Umsätze 2018 erstmals geringfügig unter den Vorjahreswerten. Insgesamt lagen die Umsätze 2018 in den ersten beiden Quartalen um 4,5 % bzw. 0,3 % über denen des Vorjahres. Die im Jahresvergleich deutlich gesunkenen Preise für Milch und Milchprodukte, die sich auch in den Auszahlungspreisen der Molkereien für Rohmilch widerspiegelten, sorgten von Juli bis September 2018 für einen Umsatzrückgang um 80 Mio. Euro bzw. 1,2 %. Im

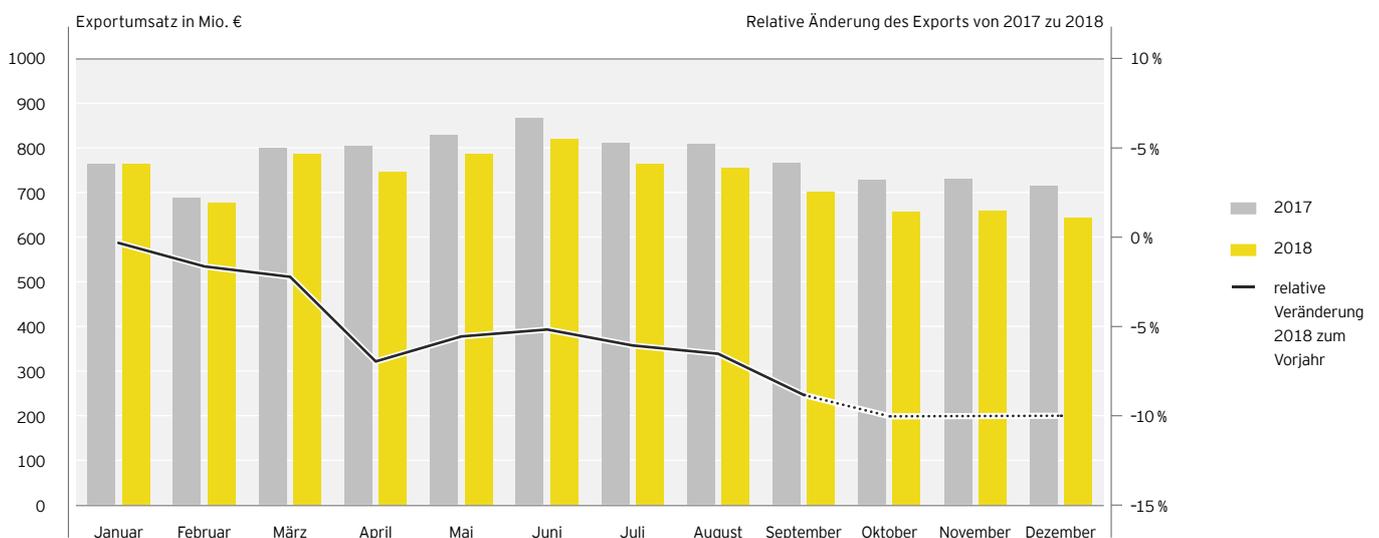
vierten Quartal wurde ein Umsatzrückgang im Vergleich zum Vorjahr von 6 % erwartet. Dies würde 2018 einen Gesamtumsatz der deutschen Molkereien von knapp 27,7 Mrd. Euro bedeuten - 200 Mio. Euro bzw. 0,7 % weniger als im Vorjahr.

Auch die Exportumsätze der deutschen Molkereiwirtschaft sanken 2018. Während die Gesamtumsätze zu Jahresbeginn noch diejenigen des Vorjahres überstiegen, lagen die Exporte bereits im Januar mit 759 Mio. Euro um 3 Mio. Euro bzw. 0,4 % unter denen des Vorjahres. Dieser Rückstand vergrößerte sich, abgesehen von kurzen Unterbrechungen, im Jahresverlauf weiter. Im September lag der im Ausland erzielte Umsatz mit 700 Mio. Euro besonders deutlich unter dem Vorjahreswert (-8,9 %). Für das vierte Quartal wird sogar mit einem durchschnittlichen Rückgang der Auslandsumsätze um 10 % gerechnet. Damit hätten sich die Gesamt-

exporte 2018 auf nur noch gut 8,7 Mrd. Euro belaufen, was einem Rückgang um 569 Mio. Euro bzw. 6,1 % im Vergleich zum Vorjahr entspräche. Die Exportquote ist in der Folge 2018 auf 31,6 % gefallen und dürfte damit 1,8 Prozentpunkte unter der des Jahres 2017 gelegen und sich damit weiter von ihrem Höchststand von 34,2 % im Jahr 2014 entfernt haben (Abb. 20).



Abb. 20: Entwicklung der Exporte der Molkereiwirtschaft 2017 und 2018



Quelle: eigene Darstellung und Berechnung nach Destatis 2018; Daten ab Oktober 2018 geschätzt

Ausblick auf das Jahr 2019

Die deutsche Molkereiwirtschaft wird den Umsatzrekord des Jahres 2017 im Jahr 2018 knapp verfehlen. Trotzdem sind die Geschäftserwartungen für 2019 mit einem Saldo von 19 Punkten recht gut, trotz der zum Ende des Jahres 2018 sinkenden Milchpreise. Für weitere erhebliche Steigerungen beim Milchpreis fehlt nach unserer Einschätzung aufgrund weltweit weiter steigender Milchmengen allerdings derzeit die Grundlage. Selbst die außergewöhnliche Trockenheit im Sommer 2018 im nördlichen Europa wird sich nach den vorliegenden Zahlen nicht so drastisch auf die Milchproduktion auswirken, wie dies zunächst befürchtet wurde, zumal die von Bund und Ländern gezahlte Dürreilfe existenzgefährdete Betriebe stabilisiert und eine Abstockung der Bestände zur Sicherung der Liquidität verhindern dürfte.

Die Beurteilung der Geschäftslage zum Ende des Jahres 2018 mit lediglich 4 Punkten weist auf ein schwieriges Marktumfeld der deutschen Molkereiwirtschaft hin. Zum einen ist auch für die Molkereiwirtschaft der Lebensmitteleinzelhandel mit seiner enormen Marktmacht der wichtigste Abnehmer. Der hohe Anteil an Handelsmarken, insbesondere bei der weißen Linie, schränkt die Preisspielräume der Hersteller deutlich ein. Übernahmen innerhalb der Branche deuten ebenfalls darauf hin, dass die wirtschaftliche Situation trotz des erfreulicheren Marktumfeldes in den Jahren 2017 und 2018 bei einigen Herstellern schwierig ist.

Die Erwartungen der Verbraucher hinterlassen auch in der deutschen Molkereiwirtschaft ihre Spuren. Die gentechnikfreie Fütterung nimmt stetig zu und wird aller Voraussicht nach neuer Standard in der deutschen Milchviehhaltung werden. Die zahlreichen Programme zum Thema Nachhaltigkeit in der Milchviehhaltung bei Molkereien und Forschungsinstituten sind ebenfalls ein Indiz dafür, dass die gestiegenen gesellschaftlichen Anforderungen erhebliche Auswirkungen auf die Unternehmen der Molkereiwirtschaft und ihre landwirtschaftlichen Lieferanten haben werden.

Diese Entwicklungen führen dazu, dass sich die Produktion in Deutschland im Vergleich zu ausländischen Standorten verteuert. Auf dem heimischen Markt wird dies durch Vermarktungsvorteile durch Erfüllung der Erwartungen des Lebensmitteleinzelhandels sowie gegebenenfalls höhere Verkaufspreise kompensiert werden können. Auf dem Weltmarkt wird es jedoch kaum möglich sein, höhere Erlöse beispielsweise für eine gentechnikfreie Fütterung durchzusetzen. Entsprechend sind die Marktanteile deutscher Molkereien am Weltmarkt in den vergangenen Jahren gesunken. Auch die stagnierende und in einzelnen Jahren sogar sinkende Exportquote deutet unserer Ansicht nach darauf hin, dass es schwieriger geworden ist, Milchprodukte „made in Germany“ auf dem Weltmarkt abzusetzen. Die Konkurrenz wächst; Studien prognostizieren, dass - mit Ausnahme von Indien - das

Gros des weltweiten Wachstums der Milchproduktion in Ländern außerhalb der derzeitigen großen Erzeugungszentren stattfinden wird. Da sie sich hauptsächlich auf den Export konzentriert, ist die deutsche Molkereiwirtschaft mit Ausnahme weniger Unternehmen, die bereits global tätig sind, schlecht aufgestellt, um von der Produktionsausdehnung in anderen Ländern zu profitieren.

Insgesamt sind wir davon überzeugt, dass das Jahr 2019 für die deutsche Molkereiwirtschaft herausfordernd bleiben wird. Ein so deutliches Umsatzwachstum wie 2017 erwarten wir nicht, aber ebenso wenig einen deutlichen Umsatzrückgang, wie er für die Zeit zwischen 2014 und 2016 kennzeichnend war.



Fazit

6

Zusammenfassend betrachtet war 2018 trotz aller Herausforderungen ein erfolgreiches Jahr für das deutsche Agribusiness. Trotz leichter Umsatzrückgänge sind die Mitarbeiterzahlen so hoch wie nie zuvor, sodass in den agrarischen Intensivregionen Vollbeschäftigung herrscht. Zudem ist der Umsatz in der Landtechnikindustrie weiter gestiegen. Derzeit sind die Auftragsbücher nach wie vor gut gefüllt. Auch wenn viele Unternehmen 2019 eine Verschlechterung der Geschäftslage erwarten, so sprechen doch stetig steigende Investitionen für einen Aufwärtstrend und eine insgesamt optimistische Einschätzung der zukünftigen Chancen durch die Unternehmen.

Die Fleisch- und die Milchbranche geben ungeachtet der insgesamt positiven Lage ein differenziertes Bild ab: Die Schweinefleisch- und die Milchpreise sind zurückgegangen. Ein erneuter Preisanstieg für Milch ist kurzfristig nicht zu erwarten, da die Erzeugungsmengen ausgedehnt werden und die Exporte stagnieren. Sicher ist, dass die Preisvolatilität für Agrarrohstoffe hoch bleiben und möglicherweise sogar weiter zunehmen wird. Von daher werden mehr und mehr Stimmen laut, die für eine Weiterentwicklung des Risikomanagements in der Landwirtschaft plädieren. Während Soforthilfen für landwirtschaftliche Betriebe, wie sie im Dürresommer 2018 von Bund und Ländern beschlossen wurden, allgemein als nicht mehr zeitgemäß gelten, finden Versicherungslösungen zunehmend Interesse. In diesem Sinne hat die Agrarministerkonferenz im Herbst 2018 den Bund aufgefordert, zeitnah Prämienkalkulationen für ausgewählte Risiken und Ackerkulturen vorzulegen. Von Experten wird darüber hinaus eine finanzielle Reservenbildung empfohlen, indem Landwirte in guten Jahren z. B. einen Teil der Direktzahlungen als liquide Mittel in eine Risikoausgleichsrücklage einlegen. Hier bleibt abzuwarten, ob und wenn ja welche Anreize die Politik setzen wird und wie möglicherweise die Förderung entsprechender Maßnahmen in der neuen Förderperiode der Gemeinsamen Agrarpolitik ausgestaltet werden kann.

Ein Schwerpunktthema des diesjährigen Konjunkturbarometers bildeten Start-ups im Agribusiness. Die Digitalisierung hält vermehrt auch in die Agrar- und Ernährungswirtschaft Einzug und bleibt ein hochaktuelles Thema. Die Interviews mit den Experten aus der Start-up-Szene zeigen, dass vielfältige Initiativen in Gang gekommen und die Rahmenbedingungen für Gründer nicht so schlecht sind, wie zum Teil behauptet wird. Gleichzeitig gibt es unserer Ansicht nach aber auch noch „Luft nach oben“, etwa im Hinblick auf die Entbürokratisierung von Unternehmensgründungen und Förderprogrammen und die Verbesserung der Finanzierungsmöglichkeiten. Das finanzielle Engagement etablierter Unternehmen des Agribusiness in Start-ups zeigt, dass Vordenker in der Branche auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen sind, die weniger Wettbewerbsdruck und höhere Renditen versprechen und sicherstellen, dass das eigene Unternehmen nicht aufgrund der Aktivitäten neuer Akteure, die die Spielregeln der Branche tiefgreifend verändern können, technologisch oder wirtschaftlich den Anschluss verliert.

Auch weiterhin werden die Verbrauchererwartungen und gesellschaftliche Debatten die Entwicklung der Ernährungsindustrie bestimmen und staatliche Initiativen prägen:

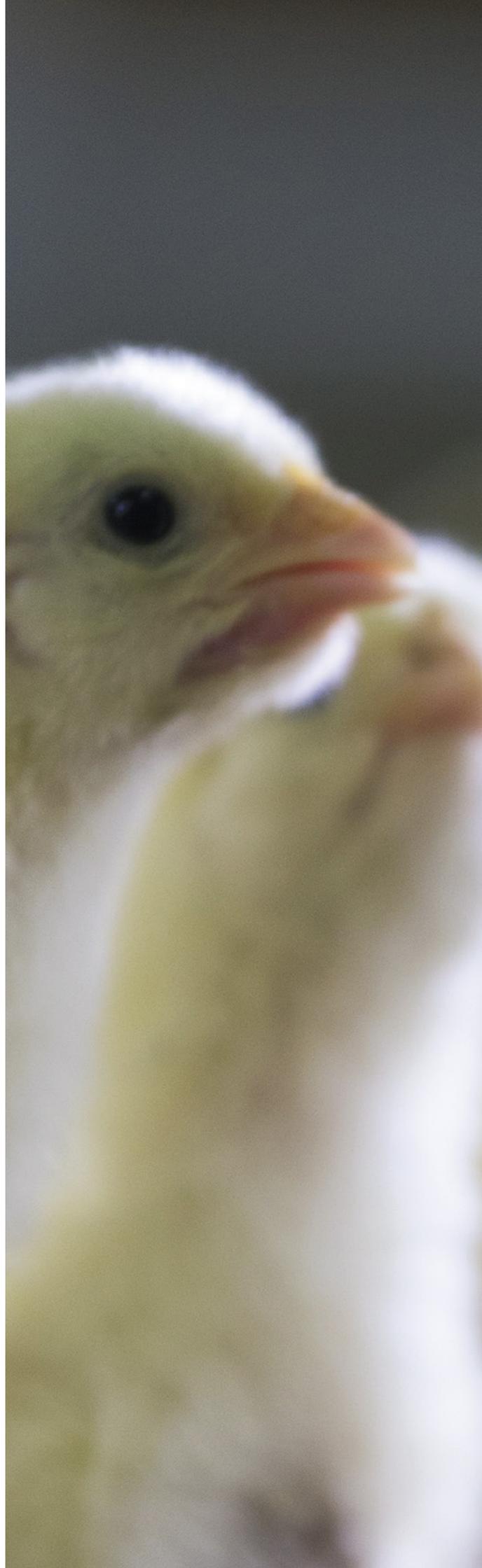
- Da ist erstens das staatliche Tierwohl-label zu nennen. Nach dem Ernährungsreport des BMEL wird dieses Label von 79 % der Verbraucher gewünscht.

Dreistufig soll es sein und die Tierhaltung, den Transport und die Schlachtung des verpackten Fleisches oder der Wurst anhand wissenschaftlich basierter Tierwohlkriterien beurteilen. So soll für den Verbraucher mehr Transparenz geschaffen werden. Geplant ist, dass im Laufe der zweiten Hälfte des Jahres 2019 die ersten gelabelten Produkte im Handel liegen sollen. Da der Zeitplan aber schon mehrfach angepasst wurde, bleibt abzuwarten, ob dieses ehrgeizige Ziel erreicht wird.

- Zweitens ist derzeit für die Ernährungsindustrie die Nationale Reduktions- und Innovationsstrategie, die das Bundeslandwirtschaftsministerium im November 2018 veröffentlicht hat, ein hochaktuelles Thema. Ihr liegt eine Zusammenarbeit von Politik, Wirtschaft, Wissenschaft, Gesundheitswesen und Gesellschaft zugrunde. Das übergeordnete Ziel ist es, eine gesunde Lebensweise zu stärken und die Prävalenz ernährungsbedingter Krankheiten zu reduzieren. Portionsgrößen sollen angepasst und Rezepturen durch Lebensmittelhersteller so verändert werden, dass verarbeitete Produkte weniger Energie in Form von Zucker oder Fett sowie weniger Salz und Transfettsäuren enthalten. Die Umsetzung der Strategie ist für 2019 geplant und stellt die Ernährungsindustrie vor die Aufgabe, die Rezepturen und Zusammensetzungen vieler Produkte auf den Prüfstand zu stellen.

Eine weitere wichtige Entwicklung betrifft das Zusammenspiel verschiedener Akteure längs der Wertschöpfungsketten des Agribusiness. Marktmächtige Akteure sind in den Fokus der Politik geraten, da sie im Verdacht stehen, zulasten schwächerer Wirtschaftspartner, etwa Landwirten, zu agieren. Die EU-Kommission hat kürzlich einen Fairnesskatalog für Wertschöpfungsketten des Agribusiness veröffentlicht und arbeitet an einer Weiterentwicklung des europäischen Rechtsrahmens, um Geschäftspraktiken auf Augenhöhe zu ermöglichen. Auch die Anwendung von Art. 148 der Verordnung (EU) Nr. 1308/2013 über eine gemeinsame Marktorganisation für landwirtschaftliche Erzeugnisse, der es erlauben würde, in die Vertragsbeziehungen im Sektor Milch und Milcherzeugnisse einzugreifen, wird weiterhin politisch diskutiert. Wir meinen daher, dass die Ausgestaltung der Beziehungen zu Lieferanten wie auch zu Abnehmern ein Aufgabenfeld darstellt, das in naher Zukunft deutlich mehr Aufmerksamkeit vonseiten der Unternehmen des Agribusiness erhalten muss.

Wir halten fest: Die Unternehmen des Agribusiness müssen auch 2019 wichtige Aufgaben angehen. Gleichzeitig bestärkt uns eine vertiefte Analyse der Branche in der Überzeugung, dass die Unternehmen im Großen und Ganzen gut auf die bevorstehenden Herausforderungen vorbereitet sind und den Problembereichen durchaus (selbst)bewusst entgegenreten können.









Ansprechpartner

Fokus Agribusiness bei EY

Keine Branche ist wie die andere; jede einzelne ist so individuell wie die Unternehmen und Menschen, die sie prägen. Um der Bedeutung und den Besonderheiten der Agribusiness-Branche gerecht zu werden, gibt es bei EY Menschen, die sich speziell der Betreuung von Mandanten dieser Branche widmen.

Sprechen Sie uns an!



Leitung Agribusiness-Team

Dr. Christian Janze, M.Sc. agr. oec.

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Telefon +49 511 8508 26945
christian.janze@de.ey.com

Impressum

Herausgeber

Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Bestellung

Britta Dettmer
britta.dettmer@de.ey.com

Gestaltung

Medienmassiv, Stuttgart

Bildnachweis

Getty Images

Wir danken für die Unterstützung:

ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung
an der Universität München e. V. (ifo)

Niedersächsisches Wirtschaftsforum
Agrar - Handwerk - Industrie e. V. (nifa)

Die globale EY-Organisation im Überblick

Die globale EY-Organisation ist einer der Marktführer in der Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Transaktionsberatung und Managementberatung. Mit unserer Erfahrung, unserem Wissen und unseren Leistungen stärken wir weltweit das Vertrauen in die Wirtschaft und die Finanzmärkte. Dafür sind wir bestens gerüstet: mit hervorragend ausgebildeten Mitarbeitern, starken Teams, exzellenten Leistungen und einem sprichwörtlichen Kundenservice. Unser Ziel ist es, Dinge voranzubringen und entscheidend besser zu machen – für unsere Mitarbeiter, unsere Mandanten und die Gesellschaft, in der wir leben. Dafür steht unser weltweiter Anspruch „Building a better working world“.

Die globale EY-Organisation besteht aus den Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig und haftet nicht für das Handeln und Unterlassen der jeweils anderen Mitgliedsunternehmen. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Weitere Informationen finden Sie unter www.ey.com.

In Deutschland ist EY an 20 Standorten präsent. „EY“ und „wir“ beziehen sich in dieser Publikation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited.

© 2019 Ernst & Young GmbH
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
All Rights Reserved.

GSA Agency
BKR 1901-185
ED None



EY ist bestrebt, die Umwelt so wenig wie möglich zu belasten. Diese Publikation wurde CO₂-neutral und auf FSC®-zertifiziertem Papier gedruckt, das zu 60 % aus Recycling-Fasern besteht.

Diese Publikation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Obwohl sie mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität; insbesondere kann diese Publikation nicht den besonderen Umständen des Einzelfalls Rechnung tragen. Eine Verwendung liegt damit in der eigenen Verantwortung des Lesers. Jegliche Haftung seitens der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen EY-Organisation wird ausgeschlossen. Bei jedem spezifischen Anliegen sollte ein geeigneter Berater zurate gezogen werden.

www.de.ey.com