

Befragung

Verhaltener Optimismus prägt die Branche

Ernährungsindustrie verstärkt nach Konsolidierungskurs die Auslastung der geschaffenen Kapazitäten

Nachdem sich die Fleischwirtschaft in den vergangenen zwei Jahren angesichts der realwirtschaftlichen Auswirkungen der Finanz- und Wirtschaftskrise überraschend optimistisch und investitionsfreudig zeigte, nehmen die Investitionspläne für das kommende Jahr ab. Es scheint, als habe die Branche derzeit einen Großteil erforderlicher Investitionen bereits hinter sich.

Von Otto A. Strecker und Gerald Oerkemann

Seit 2004 erhebt die AFC Management Consulting jedes Jahr die Pläne der Top-1000-Unternehmen der Ernährungsindustrie zu Investitionsbereitschaft und Übernahmen. Durch Befragung von Inhabern und Geschäftsführern einer Stichprobe von 150 zufällig ausgewählten Unternehmen liefert die Studie Informationen sowohl über geplante als auch getätigte Erweiterungsinvestitionen, über Übernahmen und Betriebsverlagerungen sowie über favorisierte Standortfaktoren. Der Struktur der Ernährungsindustrie entsprechend sind die drei größten Teilbranchen der „Alkoholischen Getränke“, „Milch und Milcherzeugnisse“ und „Fleisch und Wurstwaren“ am stärksten repräsentiert. Zudem werden die unterschiedlichen Größenklassen aller befragten Unternehmen nach Anzahl der Beschäftigten in der Umfrage gesondert berücksichtigt.

Reduzierte Investitionspläne

Nach eigenen Angaben haben über die Hälfte der Fleisch verarbeitenden Unternehmen in den vergangenen 24 Monaten Erweiterungsinvestitionen oder Übernahmen von Industriebetrieben getätigt (53%). Die

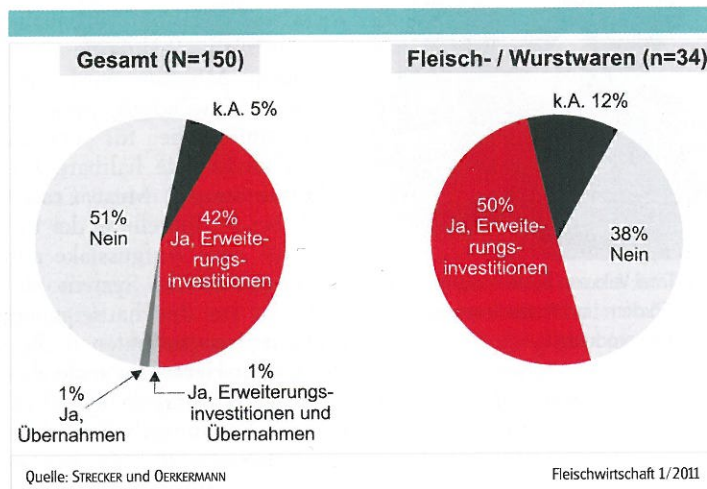


Abb. 1: Investitions- und Übernahmepäne der Ernährungsindustrie bzw. der Fleisch- und Fleischwarenindustrie für die kommenden 24 Monate

Branche liegt damit im Trend der gesamten Ernährungsindustrie, hier wurden nach eigenen Angaben insgesamt von 57% aller Unternehmen entsprechende Investitionen und Übernahmen durchgeführt. Der Trend zu verstärkten Investitionen schwächt sich aktuell jedoch ab: Während die Ernährungsindustrie zur Abwehr der Folgen der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise ihre Investitionstätigkeit zunehmend ausweitete, zeigt sich aktuell ein Konsolidierungskurs. Nach durchgeführten Investitionen und Übernahmen konzentrieren sich die Unternehmen derzeit offenbar verstärkt auf die Auslastung der geschaffenen Kapazitäten. So planen aktuell nur noch 44% aller Unternehmen Investitionen und M&A-Aktivitäten in den kommenden 24 Monaten (Abb. 1), im vergangenen Jahr waren es noch 55% (-11% gegenüber 2009/10). Diese Tendenz lässt sich für nahezu alle Teilbranchen nachvollziehen. Am stärksten ist der Rückgang der Investitionspläne in der Molkereindustrie – hier sind es 25% weniger Unternehmen, die für das kommende Jahr Investitionen planen (2009/10:

65% Investitionsbereitschaft; 2010/11: 40%).

Fleischindustrie bleibt über dem Branchendurchschnitt

Obgleich sich der Trend zu reduzierten Ausgabenplänen auch für die Fleischwirtschaft beobachten lässt (-8% gegenüber dem Vorjahr), so ist die Abschwächung dennoch geringer als im Branchendurchschnitt. Aktuell plant weiterhin die Hälfte aller befragten Fleischverarbeiter, auch im kommenden Jahr Investitionen zu tätigen, hiermit liegt die Branche „Fleisch und Wurstwaren“ 6% über dem Durchschnitt der gesamten Ernährungsindustrie (44%) und auf dem gleichen Niveau wie vor zwei Jahren. Dabei konzentrieren sich die Aktivitäten der Fleischindustrie bereits seit Jahren primär auf reine Erweiterungsinvestitionen. Übernahmen spielen demgegenüber aktuell nahezu keine Rolle für die Branche.

Dabei ist es eine übliche Konstellation, dass gerade die größeren Unternehmen verstärkt Expansionspläne verfolgen, während kleinere Unternehmen typischerweise Übernah-

mekandidaten darstellen. So planen 30% der Betriebe mit unter 100 Mitarbeitern und 37% der Unternehmen mit 101–250 Mitarbeitern Erweiterungsinvestitionen und Übernahmen in den kommenden zwei Jahren. Einen größeren Expansionshunger zeigen demgegenüber größere Unternehmen mit 251–500 Mitarbeitern, hier planen 61% aller Befragten Investitionen in den kommenden zwei Jahren. Unter den Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern sind es rund drei Viertel aller Befragten (76%).

Insbesondere zeigt sich der Trend zu abgeschwächten Investitionsplänen vermehrt bei den KMU, während große Unternehmen ein nahezu unverändertes Expansionsstreben äußern. Unter den Unternehmen mit unter 100 Mitarbeitern sind es 10% weniger Betriebe, die Expansionen in den kommenden zwei Jahren planen, unter den Unternehmen mit 101–250 Mitarbeitern sind es sogar 19%. Demgegenüber sind die Investitionspläne der großen Unternehmen ab 251 bis über 500 Mitarbeitern nahezu unverändert hoch.

Betriebsverlagerungen spielen keine Rolle mehr

Während im Vorjahr noch 15% der Fleisch verarbeitenden Unternehmen Pläne zu Betriebsverlagerungen äußerten, stellen diese aktuell für die Branche kein Thema mehr dar (0%). Dieser Aspekt kann als Indiz für eine fortgeschrittene Marktkonsolidierung gewertet werden. Während die Fleischindustrie in den vergangenen zwei Jahren auch bei Betriebsverlagerungen jeweils im Branchenvergleich über dem Durchschnitt lag, sind es nun andere Teilbranchen, die nach der Übernahme von Betrieben und Marktanteilen Verlagerungen

von Produktionsstandorten zur Optimierung der Auslastung planen. So planen 6% der Unternehmen der Branche „Alkoholische Getränke“ in den kommenden zwei Jahren Betriebsverlagerungen, und 10% der Molkereiindustrie. Die Fleischwirtschaft scheint demgegenüber ihre Konsolidierung in diesem Bereich bereits hinter sich zu haben.

Auslandsengagements weiterhin verhalten

Obleich angesichts gesättigter Inlandsmärkte die Notwendigkeit zur Erschließung von Exportmärkten allenthalben betont wird, zeigt sich bereits seit Jahren, dass Auslandsengagements der deutschen Ernährungsindustrie auf einem äußerst geringen Niveau verbleiben. Nur 5% der gesamten Ernährungsbranche investiert bevorzugt im Ausland, 95% präferieren den Heimatstandort für Investitionen. Bei den Exportaktivitäten dominiert derzeit Osteuropa deutlich (65% der exportierenden Unternehmen) vor Engagements in Westeuropa (29% der exportierenden Unternehmen). Nur ein äußerst geringer Teil von 6% der Unternehmen zieht derzeit Investitionen im außereuropäischen Ausland in Erwägung.

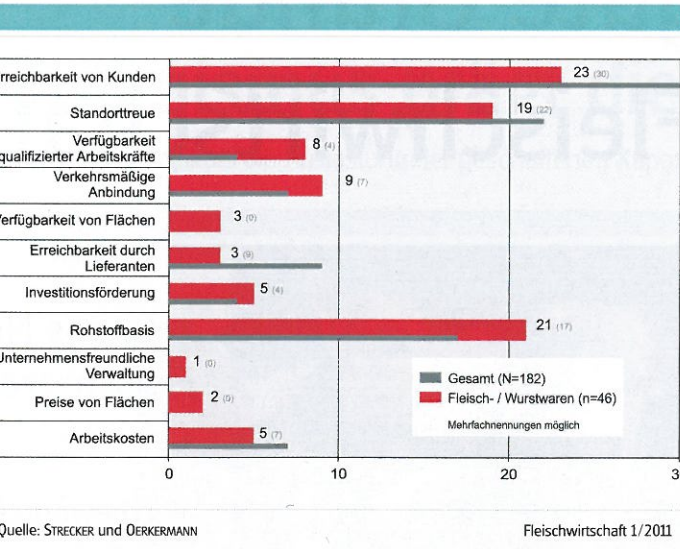


Abb. 2: Die wichtigsten Standortfaktoren

Für die Fleisch verarbeitende Industrie zeichnet sich ein analoges Bild: Nur 3% der Betriebe favorisieren Investitionen im Ausland. Damit liegt die Fleischwirtschaft bei Auslandsengagements unter dem Branchendurchschnitt, unter anderem im Vergleich mit der Molkereiindustrie – hier favorisieren 10% Auslandsengagements – oder der Branche „Alkoholische Getränke“ (6%). Dabei dürfte insbesondere für KMUs die Höhe der Investitionen zur Erschließung der Auslandsmärkte ein bedeutsamer Faktor zur Entscheidung wider den Export in außereuropäische Länder sein.

Branche zeigt Konstanz bei Investitionsvolumina

Die Investitionsvolumina der Fleisch verarbeitenden Industrie zeigen sich gegenüber dem Vorjahr konstant: 50% der Unternehmen tätigen Investitionen von mehr als 1 Mio. €. Hierunter haben 33% der Unternehmen der Fleischindustrie Investitionen zwischen einer und 5 Mio. € getätigt, 6% zwischen 5 und 10 Mio. € und 11% in einer Größenordnung von über 10 Mio. €. Ein ähnliches Bild zeigt sich auch für die gesamte Ernährungsindustrie: Hier sind es 47% der Unternehmen, die große Investitionen über 1 Mio. € tätigen. Darunter entfallen 26% auf Investitionen zwi-

schen 1 und 5 Mio. €, 14% auf 5 bis 10 Mio. € und 7% auf Investitionsvolumina von über 10 Mio. €. Die verbleibenden 53% der Befragten tätigten Investitionen in einer Größenordnung von unter 1 Mio. €.

Kundennähe, Rohstoffbasis und Standorttreue wichtig

Die Sektoren der Ernährungsindustrie bewerten die einzelnen Standortfaktoren für Investitionen sehr unterschiedlich (Abb. 2). Insgesamt dominieren Kundennähe und Rohstoffbasis die Liste der wichtigsten Standortfaktoren. Vor allem von Molkereiunternehmen wird die Rohstoffverfügbarkeit am Standort traditionell als Standortfaktor deutlich häufiger genannt (46%) als von anderen Unternehmen (Durchschnitt alle Unternehmen: 21%).

Für die Fleisch verarbeitende Industrie nehmen die Nähe zum Kunden (30%; +7% gegenüber dem Vorjahr) und die Rohstoffbasis am Standort (17%; +12% gegenüber dem Vorjahr) enorm zu. Eng hiermit verbunden sind kurze Beschaffungs- und Absatzwege, die eine reibungslose Logistik und Rückverfolgbarkeit erleichtern. Diese Themen spiegeln sich nicht zuletzt auch in der Standorttreue der Unternehmen wider, die in den vergangenen Jahren ebenfalls eine zunehmende

Bedeutung für alle Unternehmen der Ernährungsbranche erfährt (19% Zustimmung; Fleischindustrie: 22%). Angesichts des weiterhin bestehenden Trends zur Nachhaltigkeit wirtschaftlicher Aktivitäten kann gerade die Verbundenheit zum Heimatstandort ein geeignetes Instrument darstellen, sich gegenüber dem Wettbewerb zu profilieren. Dies kann beispielsweise in Regionalmarketingkonzepten seinen Niederschlag finden, indem die Unternehmen die Nähe zu den Kunden aus ihrer Region pflegen, kurze Transportwege realisieren oder Arbeitsplätze in der Region sichern. Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass die Standorttreue derzeit von einem Fünftel aller Unternehmen als wichtigster Faktor genannt wird.

Wer auf Regionalität als Marketingelement setzt, ist der Region als Standort verpflichtet. Es scheint, als seien Bundesländer derzeit besser beraten, Fördergelder ins Regionalmarketing als in die Investitionsförderung zu investieren.

Anschrift der Verfasser

Dr. Otto A. Strecker, Dr. Gerald Oerkermann, AFC Management Consulting AG, Dotten-dorfer Straße 82, 53129 Bonn

Dr. Otto A. Strecker ist Vorstandsmitglied der AFC Management Consulting AG, einem führenden Beratungs-



unternehmen mit Spezialisierung auf die Agrar- und Ernährungs-wirtschaft sowie die vor- und nachgelagerten Bereiche.

Dr. Gerald Oerkermann ist Senior



Consultant der auf die Agrar- und Ernährungs-wirtschaft spezialisierten AFC Management Consulting AG mit Sitz in Bonn.