

# Vorwiegend optimistisch

Trotz Wirtschaftskrise ist die Stimmung in der Ernährungsbranche gut. Welche Investitionen die Unternehmen planen, haben Otto Strecker und Gerald Oerkermann nachgefragt.

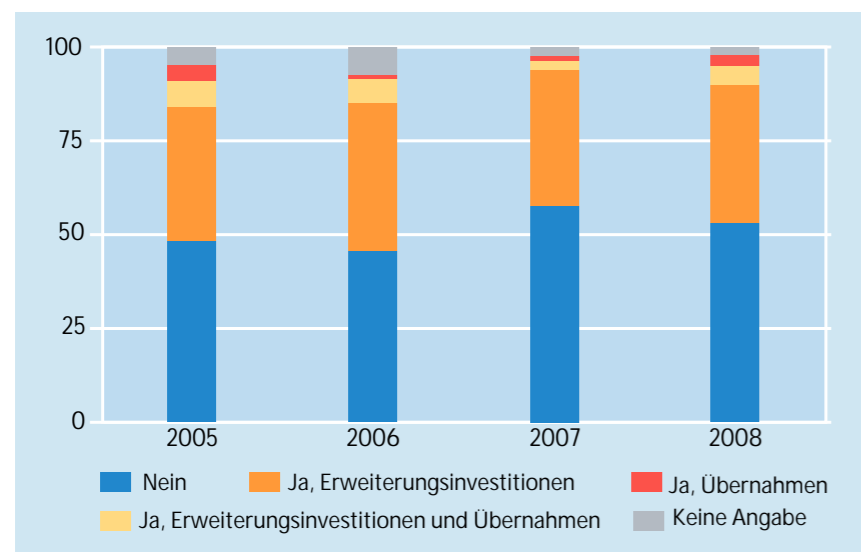
Innerhalb der meisten deutschen Branchen führen derzeit die Auswirkungen der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise zu gedrosselten Ausgabenplänen und zunehmenden Stellenstreichungen. Die deutsche Ernährungsindustrie hingegen zeigt sich von den eingetrübten wirtschaftlichen Erwartungen weitgehend unbeeindruckt und lässt sogar eine Zunahme ihrer Pläne zu Erweiterungsinvestitionen und Übernahmen innerhalb der kommenden zwei Jahre verlauten. Das zeigt eine Umfrage bei 150 der Top-1000 Unternehmen der Ernährungsindustrie im letzten Quartal 2008. Fände die Umfrage heute statt, würden die Ergebnisse vermutlich kaum anders ausfallen (siehe Kasten).

Gründe für die positive Stimmung. Kündigten in 2007 noch 40 % der befragten Unternehmen Investitionspläne

ne an, so waren es Ende 2008 sogar 45 %. Gründe für diese unerwartete Aufbruchstimmung können in verschiedenen Gesichtspunkten liegen:

- Die Wirtschaftskrise dürfte insbesondere in denjenigen Branchen zu Auftragsrückgängen führen, deren Produkte leicht einem Konsumaufschwung unterliegen können. So lässt sich beispielsweise für die Automobilindustrie zeigen, dass zahlreiche Verbraucher angesichts der unsicheren und weithin negativen Wirtschaftsperspektiven den Kauf eines neuen Autos hinauszögern und in die Zukunft verschieben. Diese Tendenz dürfte sich insbesondere bei hochpreisigen Anschaffungen verstärken. Anders stellt sich hingegen die Situation bei Lebensmitteln dar. Da es sich um Güter des täglichen Bedarfs handelt, dürfte sich tendenziell nur ein geringer Konsumrückgang abzeichnen.

## Investitions- und Übernahmepäne der deutschen Ernährungsindustrie (in %)



Vor allem die Fleisch verarbeitende Industrie zeigt sich investitions- und expansionsfreudig.

- Während sich die Folgen der Finanzkrise einerseits in Absatzzrückgängen zeigen können, sind teilweise auch rückläufige Kostenentwicklungen zu beobachten, die ebenfalls durch die Krise verursacht wurden. So z.B. bei Energie- und teilweise auch bei Rohstoffpreisen. Insbesondere für Branchen, in denen dieser Effekt überwiegt, kann die Krise auf diese Weise auch Chancen mit sich bringen.

Die Ernährungsbranche dürfte sich somit gegenüber anderen Industriezweigen krisenresistenter zeigen. Betrachtet man die verschiedenen Teilbranchen, so gibt es jedoch auch Unterschiede in der positiven Tendenz. So zeigt sich vor allem die Fleisch verarbeitende Industrie gegenüber dem Vorjahr investitionsfreudiger und expansionshungriger. Während in 2007 nur 37 % der Unternehmen dieser Teilbranche Investitionspläne äußerten, waren es in 2008 bereits die Hälfte aller Befragten. Zu den Pessimisten sind hingegen die Molkereibetriebe zu zählen, bei denen ein deutlicher Rückgang der Investitionspläne zu beobachten ist. Während im Vorjahr noch 58 % aller befragten Unternehmen dieser Teilbranche Investitionen und Übernahmen planten, waren es Ende 2008 nur noch 45 %. Gründe für diese zurückhaltenden Pläne können neben einem Konsumrückgang bei Molkereiprodukten u.a. in den gesunkenen Realpreisen der Milch

die Teilbranchen bestätigt sich dieses Bild, indem nur 7 % der Fleisch verarbeitenden Industrie und 5 % aller Befragten der Teilbranche »Milch und Milchprodukte« Betriebsverlagerungen in den kommenden zwei Jahren planen.

Zugleich lassen sich jedoch für beide Branchen leichte Steigerungen gegenüber den Vorjahren beobachten, und es bleibt abzuwarten, inwiefern sich diese Tendenz angesichts der Finanzkrise weiter fortsetzen wird. Für die Teilbranche »Alkoholische Getränke« spielen Betriebsverlagerungen hingegen bereits seit einigen Jahren keine Rolle mehr.

Nahezu unverändert gegenüber dem Vorjahr ist die Präferenz für den Heimatstandort. So bevorzugen 93 % der Befragten das Inland als Standort für mögliche Investitionen deutlich. Diese Form der Standorttreue spiegelt sich nicht nur im internationalen Kontext wider. Auch bei der Frage nach dem bevorzugten Bundesland investiert eine klare Mehrheit der befragten Unternehmen bevorzugt in der Heimatregion. Dabei werden Bayern (16 %), Niedersachsen (14 %) und Nordrhein-Westfalen (14 %) von einer Mehrheit der Unternehmer der Ernährungsindustrie bevorzugt.

Auch die Investitionsvolumina der tatsächlich in den vergangenen zwei Jahren getätigten Investitionen und Übernahmen weisen deutliche Steigerungen gegenüber dem Vorjahr auf, in dem 62 % aller befragten Unternehmen Investitionen in Höhe von über 1 Mio € getätigt haben. Dabei liegt in 15 % der Fälle das Investitionsvolumen über 10 Mio € (2007: 2 %). 12 % der befragten Unternehmen investierten zwischen 5 und 10 Mio €, 35 % zwischen 1 und 5 Mio €. Die übrigen Investitionsvolumina (38 % der Befragten) liegen unter 1 Mio €.

Kundenerreichbarkeit, Rohstoffbasis und Standorttreue. Zu den wichtigsten Standortfaktoren zählen für die befragten Unternehmen die Erreichbarkeit von Kunden (21 %, -7 % gegenüber 2007), die Rohstoffbasis (20 %) sowie die Standorttreue, die von einem Fünftel der Unternehmen genannt wurde. Für die Teilbranche der Milcherzeuger dominiert dabei die Bedeutung der Rohstoffbasis, für die Fleisch verarbeitende Industrie neben der Standorttreue die Erreichbarkeit von Kunden. Überraschenderweise besitzen die bereits seit Jahren

## Kaum Einbußen

Auch zum aktuellen Zeitpunkt scheint die Ernährungswirtschaft besser als andere Branchen gegenüber den Folgen der Wirtschaftskrise aufgestellt zu sein. Obgleich noch nicht feststeht, wie schwer die Auswirkungen die einzelnen Teilbranchen treffen werden, konnten von Seiten der Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) bis Mitte Februar keine unmittelbaren auf die Krise zurückzuführenden Umsatzeinbußen festgestellt werden. Dabei zeigt sich, dass einzelne Teilbranchen wie z.B. die Brauerei- und Süßwarenindustrie offenbar verstärkt investieren, um hierdurch besser gegen die Krise gewappnet zu sein.

Die Fleischwirtschaft dürfte von den derzeit zumeist stabilen Preisen profitieren. In der Molkereibranche sieht das etwas anders aus. Hier macht v.a. der derzeitige dramatische Milchpreisverfall den Erzeugern zu schaffen.

Auch wenn sich die Abschwächung der Konjunktur in einer Verunsicherung der Verbraucher und einer höheren Preissensibilität gegenüber Lebensmitteln ausdrücken könnte, dürfte die Weltwirtschaftskrise die deutsche Ernährungsbranche deutlich geringer treffen als andere Wirtschaftszweige. Dafür sprechen nicht zuletzt die hohe Bedarfsdichte und -dringlichkeit der Güter täglichen Bedarfs sowie die Tatsache, dass sich Kostensenkungen, die ebenfalls durch die Krise verursacht werden, wiederum auch positiv auf die Konsumlaune auswirken können.

für Investitionen eher als unbedeutend eingeschätzten Standortfaktoren der unternehmensfreundlichen Verwaltung und der Investitionsförderung (jeweils 1 %) selbst in Zeiten der Finanzkrise nahezu keine Bedeutung.

Dr. Otto A. Strecker ist Vorstandsmitglied, Dr. Gerald Oerkermann Unternehmensberater der AFC Management Consulting AG in Bonn