

Österreichs Lebensmittel trotzen der Krise

- **Lebensmittelindustrie behauptet sich trotz leichter Rückgänge als Konjunkturstabilisator in der Finanz- und Wirtschaftskrise**
- **Lebensmittelindustrie steigert ihre Exporte seit 2000 um 138,4 % bzw. 2,6 Mrd. €; Exporte 2008: 4,5 Mrd. €!**
- **Exporte im 1. Halbjahr 2009 um 11,4 % rückläufig! Aber Exporterfolge in der Schweiz (+ 0,5 %), Ungarn (+ 3,5 %), Tschechien (+11,4 %) und Slowakei (+8,8 %)**
- **Wichtigster Handelspartner Österreichs bleibt mit 1,5 Mrd. € Exportvolumen (2008) Deutschland**
- **112 österreichische Aussteller – davon 15 Neuaussteller – auf der ANUGA 2009 in Köln**

Wien, am 5. Oktober 2009 – Die österreichische Agrar- und Lebensmittelwirtschaft zählt – wie könnte es bei Speis' und Trank anders sein – zu den bedeutendsten und traditionsreichsten Wirtschaftszweigen Österreichs. Mit Lebensmitteln, die für Qualität und Genuss stehen, haben es die österreichischen Hersteller geschafft, sich nicht nur auf ihrem Heimmarkt, sondern auch auf 180 Exportmärkten unverwechselbar zu positionieren.

Die rund 220 Unternehmen der österreichischen Lebensmittelindustrie mit ihren 27.000 Beschäftigten sind mit einem Produktionsvolumen von zuletzt 7,7 Mrd. € seit Jahren auf Erfolgskurs. Der Produktionswert pro Unternehmen belief sich 2008 auf durchschnittlich 34,8 Mio. €, eine Steigerung auf mehr als das Doppelte gegenüber 1995 (EU-Beitritt Österreichs). Zu den umsatzstärksten Branchen der österreichischen Lebensmittelindustrie gehören: Brauindustrie, alkoholfreie Erfrischungsgetränkeindustrie, Süßwarenindustrie, Fleischwarenindustrie und Fruchtsaftindustrie.

Innerhalb der Industriebranchen Österreichs zählt die Lebensmittelindustrie zu den „BIG 5“. Während das Produktionsvolumen der gesamten österreichischen Industrie im ersten Halbjahr 2009 als Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise um fast 20 % einbrach, ist der Rückgang der österreichischen Lebensmittelindustrie um 4,5 % primär mit sinkenden Rohwarenpreisen nach der Agrarpreishausse

2007/2008 zu begründen. Weiters war 2008 für viele Unternehmen der österreichischen Lebensmittelindustrie mit Abstand das erfolgreichste Jahr in der Firmengeschichte (Fußball-EM, Erfolge im Export).

Ist die österreichische Industrie allgemein in ihren Umsätzen auf das Niveau 2005/2006 zurückgefallen, schneidet die Lebensmittelindustrie deutlich besser ab. Im Vergleich mit dem Umsatzvolumen des Halbjahres 2007 konnte sie 2009 sogar um 6,4 % zulegen. Dank anhaltender Konsumlaune der Konsumentinnen und Konsumenten kann die Branche ihre Rolle als Konjunkturstabilisator und „Fels in der Brandung“ während der Finanz- und Wirtschaftskrise bestätigen.

Allerdings sind die Rahmenbedingungen für das wirtschaftliche Handeln der Unternehmen in der österreichischen Lebensmittelindustrie nicht immer einfach. So führten steigende Rohstoff-, Energie- und Verpackungskosten 2008 dazu, dass die Hauptschuld an der steigenden Inflation (VPI 2008: + 3,2 % / Nahrungsmittel & AF-Getränke: + 6,3 %) der österreichischen Agrar- und Lebensmittelwirtschaft zugeschrieben wurde.

Generell leidet der österreichische Markt unter der starken Konzentration des Lebensmittelhandels. Auf die drei größten Lebensmitteleinzelhändler Österreichs entfiel 2008 ein Anteil von 78,5 % (!) am österreichischen Markt. Der Preisdruck der Discounter sowie die tagtägliche Auseinandersetzung zwischen Markenartiklern und „private labels“ des Lebensmittelhandels belasten die Branche zusätzlich.

Nicht nur als Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise ist hier auch 2009 keine Entspannung in Sicht. Mit zusätzlichen Eigenmarken und weiteren Aktionen versuchen die Handelsketten bestehende Marktanteile zu verteidigen. Der Kampf um den Kunden ist 2009 härter als je zuvor, was sich in rückläufigen Preisen bemerkbar macht (VPI für Nahrungsmittel und AF-Getränke: Juli: 2009 -0,6 %, August 2009: -0,2 %). Die Änderungen im Kaufverhalten und der Rückgang im Tourismus sind weitere ernstzunehmende Themen für die Branche.

Exportgeschäft ist weiter Hoffnungsträger

Die Umsatzzuwächse der österreichischen Lebensmittelindustrie werden bei gesättigtem Heimmarkt seit Jahren maßgeblich durch die Erfolge im Export getrieben.

Die Steigerung der Exportquote der österreichischen Lebensmittelindustrie von 16,6 % im Jahr 1995 auf fast 60 % im Jahr 2008 unterstreicht die Erfolge der österreichischen Unternehmen auf den Auslandsmärkten. Von den gesamten österreichischen Agrarausfuhren (Zollkapitel 1 bis 24) im Gesamtwert von

8 Mrd. € entfällt auf Erzeugnisse der Lebensmittelindustrie (Zollkapitel 16 bis 24) ein Anteil von fast 60 %.

2008 erreichten die Exporte der Erzeugnisse der österreichischen Lebensmittelindustrie 4,5 Mrd. € (+ 5,6 % gegenüber 2007). Seit 2000 konnte dieser wertschöpfungsintensivste Bereich der Agrar- und Lebensmittelwirtschaft um 138,4 % bzw. 2,6 Mrd. € zulegen. Deutschland liegt 2008 mit einem Exportvolumen von fast 1,5 Mrd. € unangefochten an erster Stelle im Länderranking. Es folgen Italien, die USA, die Schweiz und Ungarn.

Zu unseren „Exportkaisern“ zählen neben Energy-Drinks, Limonaden und Eistees die österreichischen Süßwaren sowie Feinbackwaren und Spezialitäten aus der österreichischen Mehlspeisküche. Entscheidend zum Exporterfolg der österreichischen Lebensmittelindustrie im Ausland tragen auch die Exporteure von Käse, Fruchtsäften, Joghurts, Wurst- und Fleischzubereitungen bei.

Der Siegeszug der österreichischen Hersteller von Agrarwaren, Lebensmitteln und Getränken basiert auf Leistung: qualitativ hochwertige Erzeugnisse werden zu wettbewerbsfähigen Preisen angeboten. Verstärkte weltweite Nachfrage nach Lebensmitteln sowie steigende Kaufkraft in vielen Ländern begünstigen die Nachfrage nach hochwertigen Erzeugnissen. „Made in Austria“ hat sich in der internationalen „Food & Drink-World“ einen hervorragenden Namen gemacht. Rot-weiß-rote Produkte genießen aufgrund ihrer Qualität und der Innovationsfreude der Unternehmen weltweit hohes Ansehen. Die verstärkte internationale Nachfrage nach Bio- und Convenience-Produkten sowie nach Functional Food kommt den Stärken der heimischen Produzenten entgegen.

Die Exporte von Lebensmitteln und Getränken bleiben trotz zunehmend gesättigter und hart umkämpfter Drittlandsmärkte auch 2009 der Motor der österreichischen Lebensmittelindustrie. Der Wettbewerbsdruck auf Auslandsmärkten ist infolge der Wirtschaftskrise besonders zu spüren. Nicht nur wichtige Drittlandsmärkte sind zunehmend schwieriger in der Bearbeitung, auch die Ausfuhren in große EU-Mitgliedstaaten entwickeln sich aufgrund des Preis- und Kostendrucks schwächer. Die weiterhin ungünstige Euro-Dollar-Parität, Währungsabwertungen in vielen osteuropäischen Staaten, international steigende Arbeitslosenraten, Zahlungsschwierigkeiten vieler Drittlandskunden usw. bremsen den Exportmotor.

Diese Entwicklung macht sich bereits in den Außenhandelsdaten für das erste Halbjahr 2009 bemerkbar. Die Exporte von Erzeugnissen der Lebensmittelindustrie gaben gegenüber dem ersten Halbjahr 2008 um 11,4 % nach. Wesentlich dafür sind Rückgänge der Exporte nach Deutschland (-3,8 %), Italien (-14,4 %), in die USA (-18,8 %), nach Slowenien (-6,2 %) und Russland (-21,4 %). Es konnten in dieser schwierigen Zeit aber auch Exporterfolge

verzeichnet werden: die Exporte von Erzeugnissen der Lebensmittelindustrie in unsere Nachbarländer Schweiz (+0,5 %), Ungarn (+3,5 %), Tschechien (+11,4 %) und Slowakei (+8,8 %) legten zu.

Deutschland – Österreichs Handelspartner Nr. 1

Auch unter schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen behaupten sich österreichische Lebensmittel und Getränke auf dem deutschen Markt. Trotz intensiven Preiswettbewerbs bei Lebensmitteln und Getränken in Deutschland - der Heimat des Discounts - nahm das Exportvolumen bei den Erzeugnissen der österreichischen Lebensmittelindustrie seit 2000 um 104,3 % bzw. 753 Mio. € zu. 2008 wurde ein Exportwert von fast 1,5 Mrd. € erwirtschaftet. Die fortschreitend hohe Konzentration im deutschen Lebensmitteleinzelhandel (78,5 % des Gesamtumsatzes werden von fünf Unternehmen erzielt!) sowie der hohe Anteil der Discounter machen die Bearbeitung des deutschen Lebensmittelmarktes schwierig und aufwändig für ausländische Anbieter. Gerade vor diesem Hintergrund ist die österreichische Exportentwicklung beeindruckend. Jeder österreichische Exporteur muss sich seit Jahren auf dem extrem wettbewerbsintensiven deutschen Lebensmittelmarkt mit seinem niedrigen Preisniveau behaupten.

Trotz dieser widrigen Voraussetzungen – die „Geiz ist geil“-Mentalität ist nach wie vor en vogue – legen deutsche Konsumentinnen und Konsumenten auch und gerade in der Krise Wert auf Qualität und Genuss. Premiumprodukte sowie regionale Spezialitäten aus dem In- und Ausland haben daher gute Chancen auf dem deutschen Lebensmittelmarkt. Hochwertige Lebensmittel und Getränke mit dem Fokus auf Bio, Fitness, Wohlbefinden und Wellness finden immer mehr Freunde auf dem deutschen Markt.

Die Finanz- und Wirtschaftskrise macht sich freilich im ersten Halbjahr 2009 auch auf dem deutschen Lebensmittelmarkt bemerkbar. Viele deutsche Konsumentinnen und Konsumenten spüren die Verschlechterung der Wirtschaftssituation. Die Auswirkungen der Krise auf das Lebensniveau und das aktuelle Verhalten der deutschen Konsumentinnen und Konsumenten können nicht zuletzt an Hand des rückläufigen Agrarexportes Österreichs nach Deutschland (-7,7 % auf 1,2 Mrd. €) abgeschätzt werden. Im ersten Halbjahr 2009 haben sich die österreichischen Exporte von Erzeugnissen der Lebensmittelindustrie nach Deutschland gegenüber dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum um 3,8 % auf 712 Mio. € reduziert. Bei vielen Warengruppen gab es Rückgänge im Agrar- und Lebensmittelexport, sodass es im zweiten Halbjahr 2009 sehr schwierig sein wird, das Ergebnis des Jahres 2008 einzustellen. Positiv ist dagegen, dass der Finanz- und Wirtschaftskrise zum Trotz bei den österreichischen Lieferungen von z.B. Teigwaren (+21,2 %),

Konfitüren (+11,5 %), alkoholfreien Erfrischungsgetränken (+1,4 %), Bier (+7,9 %), Würsten (+3,9 %) und feinen Backwaren (+1,3 %) nach Deutschland im ersten Halbjahr 2009 Exporterfolge zu vermelden sind.

In Summe haben die österreichischen Exporteure die Chancen genützt, die der deutsche Markt bietet. Gerade in den letzten Jahren ist es ihnen gelungen, das traditionelle Außenhandelsdefizit Österreichs im grenzüberschreitenden Lebensmittelhandel mit Deutschland zu reduzieren. Diese günstige Entwicklung setzt sich auch vor dem Hintergrund des aktuellen Krisenszenarios fort.

ANUGA vom 10. bis 14. Oktober 2009 in Köln

Von der ANUGA in Köln erwarten sich die 112 österreichischen Aussteller – unter ihnen 15 Neuaussteller – neben einer Vielzahl an Kundenkontakten Impulse für die immer wichtiger werdenden Exportmärkte. Die österreichischen Aussteller sind optimistisch, dass der Appetit auf Qualität und Genuss „Made in Austria“ in aller Welt weiterhin zunehmen wird.

Die ANUGA bietet mit einer Ausstellungsfläche von rund 300.000 m² für insgesamt mehr als 6.000 Anbieter aus rund 100 Ländern den idealen Handelsplatz für die österreichischen Unternehmen, die in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise als Botschafter des guten Geschmacks verstärkt Werbung für österreichische Lebensmittel und Getränke machen werden.

Das Produktangebot der österreichischen Aussteller umfasst unter anderem: Gewürze, Suppeneinlagen, Gemüsespezialitäten, Essige und Öle, Kürbiskernprodukte, Käse und Milcherzeugnisse, Wurstspezialitäten, Süßwaren, Früchtebrot, Müsli, Backwaren, Weine und Spirituosen, Bio-Fruchtsäfte, Wellnessgetränke, Kaffeespezialitäten u.v.m.

Rückfragehinweise:

Dr. Michael **BLASS**

Geschäftsführer im Fachverband der Lebensmittelindustrie

Tel.: 01/712 21 21 – 33

e-Mail: m.blass@dielebensmittel.at

Josef **DOMSCHITZ**

Referent im Fachverband der Lebensmittelindustrie

Tel.: 01/712 21 21 – 16

Mobil: 0664/638 49 91

e-Mail: j.domschitz@dielebensmittel.at