

erstellt: 29.09.2015

## **Großes Minus, kleines Plus: die wirtschaftliche Lage der Ernährungsbranchen**

**O-Ton:** Christoph Minhoff, Hauptgeschäftsführer, Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie e.V., 10117 Berlin;

Franz-Martin Rausch, Hauptgeschäftsführer, Bundesverband des Deutschen Lebensmittelhandels e.V. (BVLH), 10117 Berlin

**Länge:** 2:02 (3 Antworten, kürzbar und einzeln einsetzbar)

**Autor:** Harald Schönfelder

**Info:** Die Lage könnte so rosig sein für die Ernährungsbranchen. Die Deutschen essen gerne und auch gerne teurer, doch die Industrie verzeichnet ein Umsatz-Minus von 6,5 % im Inland und der Handel freut sich über eine schwarze Null. In den moderierten O-Tönen geht es um die Gründe für die schwache Lage und die Freude über den Export.

**Anmoderation:** Den meisten Branchen geht es in Deutschland ziemlich gut. So viele Menschen wie noch nie haben eine Arbeit und verdienen gutes Geld. Wer davon zur Zeit ziemlich wenig profitiert, das sind die Lebensmittelhersteller. Um 6,5 % ist deren Umsatz im ersten Halbjahr in Deutschland zurückgegangen. Im gleichen Zeitraum des vergangenen Jahres ist er noch um 0,8 % gewachsen. Auf der Pressekonferenz für die demnächst (10.10.15) beginnende Ernährungsmesse Anuga in der Koelnmesse hat die Bundesvereinigung der Ernährungsindustrie die Zahlen vorgestellt. Zu den Gründen sagt deren Hauptgeschäftsführer Christoph Minhoff.

**O-Ton 1:** "Zum einen, muss man erstmal sagen, gibt es kalendarische Gründe: das erste Halbjahr ist meistens schlechter als das zweite Halbjahr ... das zweite ist: Ja, die Menge geht zurück, wir essen weniger ... wir haben immer weniger verarbeitete Lebensmittel, die dann auch entsprechend weniger Umsatz machen."

**Zwischenmoderation:** Klar, Weihnachten, Halloween und andere Feste sind Umsatzbringer und die heiße Phase des Sommers ist meist auch erst in der zweiten Jahreshälfte. Würstchen und Steaks werden also auch dann eher gekauft. Dass wir weniger essen stimmt so nicht, denn das Essverhalten hat sich geändert und was die Kantine oder die Schulmensa auf den Tisch bringt, stammt eben seltener aus dem Bereich der verarbeiteten und abgepackten Lebensmittel. Auf der anderen Seite erlebt der Handel keinen solch starken Einbruch seiner Zahlen. Franz-Martin Rausch, der Hauptgeschäftsführer des Bundesverbandes des Lebensmittelhandels, spricht von einer schwarzen Null und erklärt den Unterschied.

**O-Ton 2:** "Bei uns steht ne schwarze Null und Hintergrund ist, dass wir beide mit Zahlen vom statistischen Bundesamt operieren ... auch Drogerieartikel und sogenannte Non-Food-Artikel, also Nicht-Lebensmittel, hineingerechnet sind ... dann gleicht das vielleicht etwas die Umsatzentwicklung im Bereich Lebensmittel aus. Insofern ist das erklärbar und plausibel."

**Zwischenmoderation:** Also spürt auch der Handel im Umsatz, dass die Deutschen seltener zu Hause kochen und häufiger auswärts essen, sei es in der Kantine oder beim Gastwirt mit Mittagstisch zum Spottpreis.

Wie es im Inland mit dem Umsatz weitergeht, ist natürlich offen. Ein Lichtblick für die Lebensmittelindustrie ist aber das Ausland. Denn der Umsatz dort ist im ersten Halbjahr um 0,5 % gewachsen, der Exportanteil an der Produktion ist von 31 % auf 32 % gestiegen. Rückgänge hat es immer wieder gegeben, sagt Christoph Minhoff und freut sich lieber über

den Export.

**O-Ton 3:** "Ich wehre mich immer ein bisschen dagegen, es nur negativ zu sehen, weil dieses natürlich unsere Branche unglaublich fit gemacht hat für den Weltmarkt ... er ist das, auf das wir auch setzen können in Zukunft, um die Arbeitsplätze in Deutschland und die Wertschöpfung in Deutschland zu erhalten ... wir brauchen diesen Export, der für uns sehr wichtig ist."

**Abmoderation:** Wie die zweite Jahreshälfte aussieht, das wird die Zukunft zeigen. Auf jeden Fall nehmen die Hersteller die schlechten Zahlen mit Elan und produzieren so eine ziemlich gute Zahl. Sie zeigen auf der diesjährigen Anuga so viele Neuheiten wie noch nie. 2.000 neue Produkte stellen sie vor, bei der letzten Anuga waren es noch 1.200. Davon werden die meisten wohl nie ein Supermarktregal von innen sehen, doch welche das sind, das zeigt sich, wenn die Messe zu Ende ist. Sind die Einkäufer der Handelshäuser begeistert, dann werden wir sie wohl demnächst auf dem Teller finden.

zum Beitrag gehörende mp3-Datei:

anuga\_15\_Wirtschaftliche\_Lage\_MTN.mp3