

Branchenreport Ernährungswirtschaft Bayern 2017

Autoren

Dr. Volker Ebert

Elisabeth Kosiolek

*Die vorliegende Version ist die ausführliche Fassung des Branchenreports
Ernährungswirtschaft für die Zukunftstage Lebensmittel 2017.
Sie enthält neben weitergehenden Rahmen- und Quelleninformationen
auch ein Update wesentlicher Kennziffern (sofern vorliegend).*

Inhalt

1	Einleitung	6
2	Allgemeine Branchen- und Konsumententrends in Deutschland und Bayern – die Ernährungswirtschaft im Wandel	7
2.1	Struktur- und Branchendaten der Food-Value-Chain.....	7
2.2	Import- und Exportmärkte.....	8
2.3	Trends und prägende Branchenentwicklungen	10
3	Status-Quo Analyse.....	19
3.1	Die Ernährungswirtschaft und mit ihr assoziierte Felder in Bayern	19
3.1.1	Agrarwirtschaftliche Rohstoffbasis, ökologischer Landbau	19
3.1.2	Betriebe und Betriebsgrößen, Umsätze.....	21
3.1.3	Beschäftigte und Fachkräfte.....	23
3.1.4	Umsatz.....	26
3.1.5	Ernährungshandwerk	30
3.1.6	Regionalmarken; Herkunftsbezeichnungen	31
3.1.7	Forschung und Entwicklung	33
3.1.8	Internationalisierung	35
3.1.9	Standortbedingungen und Förderung	38
3.1.10	Branchen- und spezialisierungsfeldübergreifende Effekte	41
3.2	Regionaler Vergleich der bayerischen Ernährungswirtschaft.....	43
3.2.1	Regionaler Vergleich auf Landesebene.....	43
3.2.2	Regionaler Vergleich auf Bundesebene	49
4	Potentialanalyse	61
4.1	Binnenpotentiale des Standorts Bayern	61
4.1.1	Stärken – „Es geht nicht um die Menge, sondern um die Story!“	62
4.1.2	Schwächen	65
4.1.3	Chancen.....	67
4.1.4	Risiken	69
5	Zusammenfassung und Ausblick	71
6	Quellen und Literatur	72
7	Anhang.....	84
7.1	Ergänzende Tabellen und Abbildungen.....	84
	Impressum	91

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Selbstversorgungsgrade tierischer und pflanzlicher Produkte	10
Tabelle 2: Beschäftigte produzierendes Ernährungsgewerbe Bayern 2016	24
Tabelle 3: Vergleichskennzahlen Produzierendes Ernährungsgewerbe, Ernährungshandwerk, Ernährungswirtschaft (2016)	30
Tabelle 4: Vergleich produzierendes Ernährungsgewerbe Bayern / Deutschland (2016)	49
Tabelle 5: Kennzahlen der Schlachtung und Fleischverarbeitung in Bayern und ausgewählten Regionen	54
Tabelle 6: Kennzahlen der Milchverarbeitung in Bayern und ausgewählten Regionen	57
Tabelle 7: Kennzahlen der Herstellung von Back- und Teigwaren in Bayern und ausgewählten Regionen 2015	58
Tabelle 8: Kennzahlen der Herstellung von Bier in Bayern und ausgewählten Regionen	60
Tabelle 9: Interviewpartner Experteninterview	84
Tabelle 10: SWOT-Analyse (auf Grundlage der qualitativen Experteninterviews)	85
Tabelle 11: Rahmen- und Standortbedingungen Bayern	87
Tabelle 12: Märkte- und Branchentrends Bayern	88
Tabelle 13: Kooperationen, Vernetzung, Förderung Bayern	89
Tabelle 14: Geschützte Agrarprodukte, Lebensmittel und Weinbauerzeugnisse	90

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verteilung des Umsatzes des produzierenden Ernährungsgewerbes in Deutschland (2016)	7
Abbildung 2: Exporte nach Warengruppe des produzierenden Ernährungsgewerbes nach Umsatz (2016)	9
Abbildung 3: Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln	16
Abbildung 4: Hauptnutzungs- und Kulturarten der landwirtschaftlich genutzten Fläche Bayerns (2016)	20
Abbildung 5: Herstellerkarte der wichtigsten Branchen im produzierenden Ernährungsgewerbe Bayern	22
Abbildung 6: Anzahl der Betriebe ausgewählter Wirtschaftszweige des produzierenden Ernährungsgewerbes 2011 – 2016 in Bayern	22
Abbildung 7: Betriebsgrößenstrukturen Ernährungswirtschaft Bayern (2016)	23
Abbildung 8: Anzahl der Beschäftigten im produzierenden Ernährungsgewerbe Bayerns 2005 – 2015	25
Abbildung 9: Beschäftigte in der Getränkeherstellung 2016 in Bayern	25
Abbildung 10: Anteile an der bayerischen Industrie insgesamt	26
Abbildung 11: Umsätze produzierendes Ernährungsgewerbe Bayern 2016	27
Abbildung 12: Umsatz des bayerischen produzierenden Ernährungsgewerbes 2009–2016	28
Abbildung 13: Entwicklung der Umsatzproduktivität ausgewählter Teilbranchen in Bayern	28

Abbildung 14: Relative Entwicklung der Auslands- und Inlandsumsätze des produzierenden Ernährungsgewerbes Bayerns (2002=100).....	29
Abbildung 15: Siegel Geprüfte Qualität Bayern	32
Abbildung 16: Bayerisches Biosiegel.....	33
Abbildung 17: Bayerische Agrarausfuhren und Agrareinfuhren (2009 – 2015)	36
Abbildung 18: Bayerische Ausfuhren ausgewählter Agrarerzeugnisse (2014)	37
Abbildung 19: Bayerische Einfuhren ausgewählter Agrarerzeugnisse (2014)	37
Abbildung 20: Wichtigste Abnehmerländer der bayerischen Agrar- und Ernährungsausfuhren 2014 (gemessen am Umsatz, 2014).....	38
Abbildung 21: Regionaler Beschäftigungsfaktor (Betriebe > 20 MA).....	44
Abbildung 22: Schlachtungen in Bayern 2014	44
Abbildung 23: Milchkuhbestände in Bayern nach Regionen (2016)	45
Abbildung 24: Anzahl an Milchkuhhaltern in Bayern nach Regionen (2016)	46
Abbildung 25: Milcherzeugung in Bayern nach Regionen (2015).....	46
Abbildung 26: Braustätten in Bayern 2017.....	47
Abbildung 27: Bierabsatz Nord- und Südbayern im Vergleich (2016 zu 2015)	48
Abbildung 28: Umsätze in der Herstellung von Backwaren (produzierendes Ernährungsgewerbe) nach Region (2016).....	48
Abbildung 29: Betriebe in der Herstellung von Backwaren (produzierendes Ernährungsgewerbe) nach Region (2016).....	49
Abbildung 30: Das produzierende Ernährungsgewerbe in Bayern – eine Einordnung in Zahlen (im Jahr 2016).....	50
Abbildung 31: Top-100 Unternehmen der Fleischwirtschaft in Deutschland	52
Abbildung 32: Tierhaltungsstruktur in Deutschland 2013/15 gegenüber 2001	53
Abbildung 33: Bestand an Milchkühen nach Bundesland im Jahr 2017	55
Abbildung 34: Anzahl der Betriebe mit Milchkuhhaltung in Deutschland nach Bundesländern im Mai 2017	55
Abbildung 35: Zahl der Milchkühe je Milchkuhhaltung nach Bundesländern	56
Abbildung 36: Milchverarbeitung 2015 – Kennzahlen und Standorte der Molkereien.....	57
Abbildung 37: Braustätten nach Bundesländern 2016	59
Abbildung 38: Entwicklung Braustätten 1993 – 2016 nach Bundesländern.....	60

1 Einleitung

Für die bayerische Wirtschaft sind nachhaltiges Wachstum, die Bedienung von In- und Auslandsmärkten mit bayerischen Produkten, die Einbeziehung der kleinteiligen Wirtschaftsstruktur des ländlichen Raums inklusive der Metropolregion München und vor allem Innovationen von großer Bedeutung. Aktuelle Analysen heben Bayern regelmäßig als Eigenmarke, die eigenen Qualitätssiegel und regionale und biologisch erzeugte Produkte hervor. Vor allem Milch- und Fleischprodukte, aber auch das Brauereiwesen und die Herstellung von Back- und Teigwaren sind ausschlaggebende, wirtschaftsträchtige Faktoren der bayerischen Ernährungswirtschaft.

Das Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) führte im Oktober 2017 gemeinsam mit dem Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, der Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) und der Agentur für Lebensmittel-Produkte aus Bayern (alp) die **Zukunftstage Lebensmittel**. Die Veranstaltung hatte das Ziel, globale Entwicklungen des Ernährungswandels und deren Auswirkungen auf die Ernährungswirtschaft im regionalen Kontext aufzuzeigen. Der vorliegende Branchenreport sollte zur Beschreibung der **Ist-Situation in Bayern** dienen. Er unterstützte damit die Vorbereitung der Zukunftstage, indem er als Grundlage den Status-Quo sowie aktuelle Branchenentwicklungen der Ernährungswirtschaft aufzeigt und eine Einschätzung der Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken der Branche in Bayern vornimmt.

Für den Branchenreport wurden zunächst sekundärstatistische Quellen und Daten analysiert, alle verfügbaren themenspezifischen Studien einbezogen und weitere branchenbezogenen Untersuchungen sowie eigene Vorarbeiten ausgewertet. Wichtigste Quellen waren offizielle Statistiken des Bayerischen Landesamtes für Statistik, der Landesanstalt für Landwirtschaft und des Statistischen Bundesamtes. Als Berichtsjahr wurde generell – sofern gegenwärtig verfügbar – das Jahr 2016 zugrunde gelegt. In den meisten Statistiken werden ausschließlich Betriebe mit mehr als 20 Mitarbeitern erfasst. Diese Unternehmen werden nachfolgend als *produzierendes Ernährungsgewerbe* bezeichnet. Betriebe mit weniger als 20 Mitarbeitern bilden das *Ernährungshandwerk*. Die gesamte *Ernährungswirtschaft* umfasst demnach das produzierende Ernährungsgewerbe zzgl. Ernährungshandwerk.

Auf den Ergebnissen der Status-Quo Analyse aufbauend wurde in einem weiteren Schritt durch Interviews mit ausgewählten Experten der Agrar- und Ernährungsbranche die Analyse der Wertschöpfungsketten qualitativ untersetzt. Die Interviews wurden telefonisch wie persönlich unter Verwendung von halbstrukturierten Interviewleitfäden durchgeführt. Die Experten wurden hinsichtlich ihrer Erfahrungen und Einschätzung zu Themenschwerpunkten wie den Rahmen- und Standortbedingen, Märkte und Branchentrends sowie Kooperationen und Vernetzungen in der bayerischen Ernährungswirtschaft und in der Branche befragt. Die SWOT-Analyse bündelt die Ergebnisse der Sekundärdatenanalyse sowie der Experteninterviews und bewertet diese.

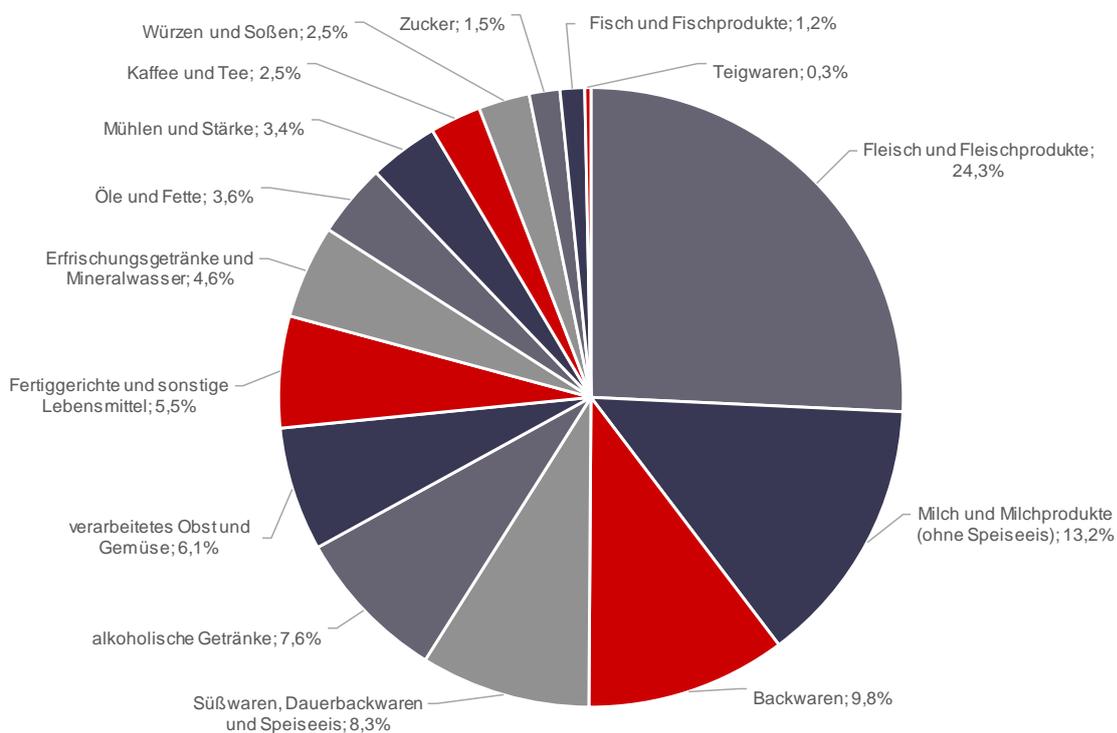
*Die vorliegende Version ist die **ausführliche Fassung** des Branchenreports Ernährungswirtschaft für die Zukunftstage Lebensmittel 2017. Sie enthält neben weitergehenden Rahmen- und Quelleninformationen auch ein Update wesentlicher Kennziffern (sofern vorliegend).*

2 Allgemeine Branchen- und Konsumententrends in Deutschland und Bayern – die Ernährungswirtschaft im Wandel

2.1 Struktur- und Branchendaten der Food-Value-Chain

Das produzierende Ernährungsgewerbe in Deutschland zählt gegenwärtig knapp 6.000 Unternehmen mit rund 580.000 Beschäftigten (Stand: 2016). Ein wesentliches Strukturmerkmal ist die mittelständische Prägung; in der Regel existiert nur ein Werk. Trotz eines Umsatzrückgangs in den vergangenen Jahren (2013 bis 2015) sind die Umsätze von 2015 auf 2016 leicht angestiegen (+1,6 %). Der nominale Gesamtumsatz des deutschen produzierenden Ernährungsgewerbes betrug 2016 rund 171 Mrd. €; davon wurden rund 33 % über den Export generiert. Die Produktgruppe Fleisch war mit 24,3 % am stärksten am Umsatz beteiligt, gefolgt von der Produktgruppe Milch und Milchprodukte mit 13,2 % sowie Backwaren mit 9,8 % Anteil am Umsatz (vgl. Abbildung 1).¹

Abbildung 1: Verteilung des Umsatzes des produzierenden Ernährungsgewerbes in Deutschland (2016)



Quelle: Eigene Darstellung, BVE (2017): Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2017.

¹ BVE (2017): Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2017.

Unabhängig von der Umsatzentwicklung der Ernährungswirtschaft in Deutschland steigen die Beschäftigungszahlen im Zeitverlauf. Der Fachkräftebedarf hat sich durch die hohen Anforderungen an eine nachhaltige, qualitativ hochwertige und moderne Produktion stetig erhöht; so stiegen die Beschäftigungszahlen im Jahr 2016 um 1,9 % an.²

Insbesondere in Bayern nimmt die Ernährungswirtschaft einen hohen Stellenwert ein. Im Jahr 2016 erwirtschaftete die gesamte Branche mit über 244.000 Beschäftigten einen Jahresumsatz von rund 36,8 Mrd. €. Im produzierenden Ernährungsgewerbe setzten im Jahr 2016 rund 1.104 Unternehmen mit 127.300 Beschäftigten rund 28 Mrd. € um. Das Ernährungshandwerk dagegen zählte 2016 knapp 8.600 Betriebe mit circa 117.500 Mitarbeitern. Mit 8,84 Mrd. € Jahresumsatz erzielt das Handwerk rund 24 % der Gesamtumsätze der Ernährungswirtschaft im Freistaat, obgleich das Ernährungshandwerk knapp die Hälfte der Beschäftigte der Ernährungswirtschaft und rund 8-mal so viele Betriebe wie das produzierende Ernährungsgewerbe umfasst.³ Folglich beschäftigt ein Großteil der Unternehmen in der Ernährungswirtschaft im Freistaat nur 20 oder weniger Mitarbeiter. Dies ist Ausweis auf die besonders kleinteilige Wirtschaftsstruktur im Freistaat.

2.2 Import- und Exportmärkte

Der im Ausland erwirtschaftete Umsatz des deutschen produzierenden Ernährungsgewerbes lag 2016 bei circa 33 % des Gesamtumsatzes (In- und Ausland) des produzierenden Ernährungsgewerbes. Die Ausfuhren des produzierenden Ernährungsgewerbes in Deutschland haben sich seit 1998 mehr als verdoppelt: sie nahmen um gut 179 % zu. Die – gemessen am Exportwert – wichtigsten Zielländer für deutsche Lebensmittelexporte waren 2016 vor allem benachbarte EU-Staaten wie die Niederlande (7,4 Mrd. €), gefolgt von Frankreich (5,1 Mrd. €) und Italien (4,7 Mrd. €). Im Jahr 2016 gingen insgesamt 78,3 % der deutschen Exporte aus dem produzierenden Ernährungsgewerbe in die Europäische Union, was die Bedeutung des gemeinsamen Binnenmarktes unterstreicht.⁴

Zu den wichtigsten Exportbranchen der Ernährungswirtschaft zählen das fleischverarbeitende Gewerbe, die Herstellung von Süßwaren, Dauerbackwaren und Speiseeis, die Milchverarbeitung und die Herstellung von alkoholischen Getränken (Abbildung 2). Die Produktgruppe Fleisch und Fleischprodukte wiesen 2016 mit 18,7 % den höchsten Anteil am Gesamtexports des produzierenden Ernährungsgewerbes in Deutschland auf. Darauf folgten Süßwaren, Dauerbackwaren und Speiseeis mit 15,4 % und die Produktgruppe Milch und Milchprodukte mit 13,4 %. Damit machten diese drei Produktgruppen fast die Hälfte der Exporte aus.⁵

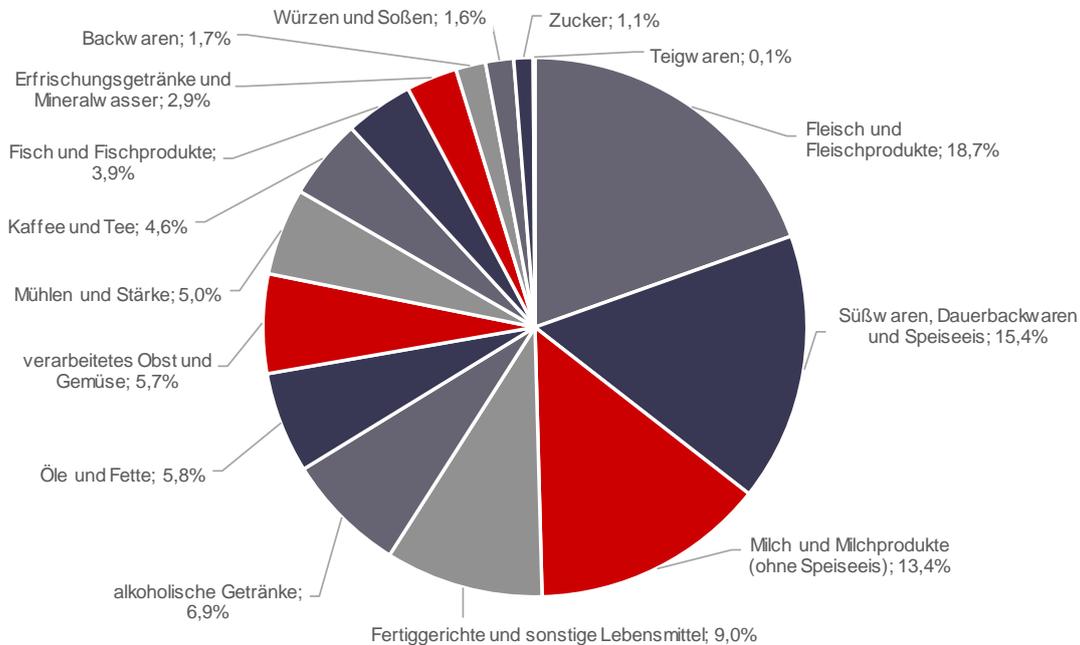
² BVE (2017): Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2017.

³ LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

⁴ BVE (2017): Jahresbericht 2017.

⁵ BVE (2017) Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2017.

Abbildung 2: Exporte nach Warengruppe des produzierenden Ernährungsgewerbes nach Umsatz (2016)



Quelle: Eigene Darstellung nach BVE (2017) Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2017.

Auch für den Freistaat Bayern ist der Auslandsumsatz von großer Bedeutung: Rund 20 % aller erwirtschafteten Umsätze des bayerischen produzierenden Ernährungsgewerbes wurden 2016 im Ausland erwirtschaftet.⁶ Diese Auslandsumsätze sind in den vergangenen Jahren stark angestiegen (im Vergleich zu 2002 um rund 75,1 %), sodass der Export auch für die Ernährungswirtschaft im Freistaat stark an Bedeutung gewonnen hat. Mit einem Rückgang von -0,2 % im Vergleich zum Vorjahr fiel die Veränderung des wertmäßigen Exports im Jahr 2016 bei einem Auslandsumsatz von 5,56 Mrd. € moderat aus.⁷ Die höchsten Exportumsätze werden im Freistaat traditionell in der Milchverarbeitung erzielt.⁸

Wie auch in Gesamtdeutschland sind als Gründe für Schwankungen in den Auslandsumsätzen in Bayern in den vergangenen Jahren politische Spannungen und / oder die Wiedereinführung von Handelsbarrieren zu nennen. Nichtsdestotrotz stellt der Vertrieb bayerischer Produkte im Ausland eine wichtige Säule für den Erfolg der bayerischen Ernährungswirtschaft dar.⁹

Vergleicht man die Produktions- und Konsumzahlen in Bayern, so fällt auf, dass der Freistaat in vielen Bereichen der tierischen und pflanzlichen Produkte einen hohen Grad der Selbstversorgung von über 100 % aufweist (Tabelle 1). Insbesondere im Bereich der Herstellung von Rinder- und Kalbfleisch (159 %) sowie in der Milchherstellung (besonders Käse 340 % und

⁶ Statistisches Bundesamt (2017): Jahresbericht für Betriebe im verarbeitenden Gewerbe.

⁷ LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

⁸ LfL (2016): Agrarmärkte 2016.

⁹ LfL (2017): Ernährungsgewerbe Bayern 2016.

Milchpulver 371 %) liegt der Selbstversorgungsgrad des Freistaats deutlich über dem Deutschland- und dem EU-Schnitt. Diese Relation zwischen Verbrauch und Produktion legt für Bayern gute Ausgangsbedingungen für den Export von Waren.¹⁰

Tabelle 1: Selbstversorgungsgrade tierischer und pflanzlicher Produkte

	Selbstversorgungsgrad in %		
	Bayern	DE	EU (28)
tierische Produkte 2016			
Rind- und Kalbfleisch	159	103	102
Schweinefleisch	99	121	113
Schaf- und Ziegenfleisch	45	42	88
Geflügelfleisch	72	103	104
Eier	51	70	105
Milch insgesamt	159	99	114
•Käse (einschl. Schmelzkäse)	340	127	107
•Butter	117	103	109
•Magermilchpulver	371	608	209
pflanzliche Produkte 2015/2016			
Zucker	114	99	81
Wein	13	45	111
Getreide insgesamt	115	113	111
•Weizen	123	137	124
•Gerste	109	121	128
Kartoffeln	96	147	101
Gemüse (Marktanbau)	35	37	-
Obst (Marktanbau)	7	22	-

Quelle: IEM (2017)

2.3 Trends und prägende Branchenentwicklungen

Ziel einer effektiven Standortpolitik ist es, Unternehmen dabei zu unterstützen, Entwicklungstrends der Branche zu erfassen und ihre Marktaktivitäten an bestehende und kommende Herausforderungen anzupassen. Dies stellt die deutsche Lebensmittelwirtschaft vor zahlreiche essentielle Aufgaben, die z. T. auch durch die globalen Entwicklungen bestimmt sind. Die weltweit gestiegene Nachfrage nach Nahrungsmitteln und Veredelungsprodukten (wie Milch und Fleisch), eingeleitet durch das starke Bevölkerungswachstum und höhere Einkommen in den Schwellenländern, führte zu erhöhten Rohstoffkosten. Hinzu kommen steigende Personalkosten und eine hohe Preissensibilität. Viele Experten sehen die größte Herausforderung der Zukunft in der Rohstoffvolatilität. Die richtige Kalkulation und eine Absicherung in Form von

¹⁰ IEM (2017).

Preisgleitklauseln¹¹ oder Hedging¹² sind notwendig. Auch eine strategische Beschaffung von Rohstoffen ist erforderlich.¹³ Grundsätzlich ist festzustellen, dass der Freistaat eine sehr gute Ausstattung an Rohstoffen hat.¹⁴

Preistreiber auf den Rohstoffmärkten sind Kapitalanlagen von Finanzinvestoren sowie die zunehmende Produktion von Bio-Energieträgern, die in direkter Konkurrenz zu Nahrungsmitteln stehen. Aber auch generell höhere Kosten für Energie, Transport und Verpackung schlagen bei den weiterverarbeitenden Betrieben des produzierenden Ernährungsgewerbes durch und können nur teilweise an den Handel und die Verbraucher weitergegeben werden. Bayern zeichnet grundsätzlich sehr gute Standortbedingungen aus, was auch in Zukunft prägend für Branchenentwicklung sein wird und nachfolgend tiefergehend untersucht wird.

2015 erwirtschaftete die deutsche Ernährungswirtschaft den niedrigsten Jahresumsatz der letzten vier Jahre; erst 2016 ist dieser wieder leicht angestiegen (s. Erläuterungen im vorangegangenen Kapitel).¹⁵ Im Inland kam es für die Hersteller zu einem Preisrückgang in Höhe von 2,3 %, im Ausland fielen die Preise um 2,2 %; dadurch sank die Absatzmenge um 1,1 %. Der saison- und kalenderbereinigte Produktionsindex der Lebensmittelproduzenten nahm um 1,3 % ab. Neben dem sinkenden Verkaufspreis werden auch die anhaltende Stagnation im Inland (- 5,7 %) sowie der schwache Export hierfür verantwortlich gemacht. Obwohl die Exportquote auf 33 % anstieg, stagnierten die Lebensmittelausfuhren aufgrund der Konkurrenz aus dem Ausland und den zunehmenden Marktzugangsbarrieren bei rund 54,3 Mrd. €. Der Ertragsdruck wird durch die steigenden Kosten für Löhne, Energie und Rohstoffe, die schwache Nachfrage und den zunehmenden Konkurrenzdruck im produzierenden Ernährungsgewerbe weiter ansteigen, was die Macht des konzentrierten Lebensmitteleinzelhandels weiter stärkt.¹⁶

Steigende Erwartungen der Verbraucher an die Qualität und Nachhaltigkeit der Produkte einerseits sowie der zunehmende Fachkräftebedarf andererseits stellen die größten Herausforderungen für die Unternehmen der Ernährungswirtschaft im Jahr 2016 dar. Bereits erwähnte Probleme wie hohe Rohstoffpreise und Rohstoffknappheit, zunehmende Marktkonzentration und ein wachsender Marktanteil der Handelsmarken erschweren die derzeitige Situation der Ernährungswirtschaft zusätzlich. Dies bestätigt auch eine Umfrage der BVE zu den

¹¹ V. a. in langfristigen Verträgen, in denen damit zu rechnen ist, dass die Kosten in der Herstellung über den Vertragszeitraum stark schwanken können. Der Verkäufer kann sich dadurch das Recht vorbehalten, bei Erhöhung seiner Kosten in der Herstellung den Verkaufspreis entsprechend anzupassen.

¹² Maßnahme zur Absicherung offener Positionen, die einem Preisrisiko ausgesetzt sind. Es wird eine Gegenposition mit spiegelbildlichem Risikoprofil aufgebaut. Idealerweise wird die Wertänderung der gesicherten Position exakt durch die entgegengerichtete Wertänderung der sichernden Position kompensiert.

¹³ BVE (2016): Wetterwechsel: Steigender Ertragsdruck in der Ernährungsindustrie-Herausforderung und Strategien.

¹⁴ BVE (2015): Jahresbericht 2014_2015.

¹⁵ BVE (2017) Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2017

¹⁶ BVE (2016): Wetterwechsel: Steigender Ertragsdruck in der Ernährungsindustrie-Herausforderung und Strategien.

Herausforderungen und Strategien der deutschen Ernährungswirtschaft: Demnach gelten Handels- und Verbrauchermacht, Beschaffungsrisiken, Innovationsfähigkeit, Internationalisierungs- und Konsolidierungsdruck, Kooperationsfähigkeit und die Komplexität als besonders relevante Herausforderungen bzw. Strategien der deutschen Unternehmen.¹⁷

Die anhaltenden Konzentrationsprozesse entlang der Wertschöpfungskette sowie die weiterhin starke Konzentration des Einzelhandels bzw. Marktmacht der Discounter sind für die Unternehmen der Ernährungswirtschaft eine beständige bestimmende Determinante. Im Jahr 2016 vereinten die fünf größten Lebensmitteleinzelhandelsketten knapp drei Viertel der Umsätze auf sich.¹⁸ Der Umsatzanteil der Discounter am Gesamtmarkt hat beispielsweise zwischen den Jahren 2003 und 2016 von 38,4 % auf 42,1 % zu Lasten der Vollsortimenter erheblich zugenommen.¹⁹ Vor allem die Vollsortimenter konnten aber 2016 ihre Marktanteile auf rund 28 % weiter ausbauen.²⁰ Für Lebensmittelhersteller führt dies zu erschwerten Bedingungen bei der Anpassung ihrer Preise an die steigenden Produktionskosten, denn sie stehen mit den niedrigen Preisen und der gleichzeitig hohen Qualität der Handelsmarken im direkten Wettbewerb. Folglich benötigen die Hersteller eine integrierte Markenkonzeption, um Kunden auf ihre Produkte aufmerksam zu machen: Das eigene Produkt muss sich von anderen Produkten abheben, damit nicht der Preis zum entscheidenden Grund für oder gegen einen Kauf wird. Der Lebensmitteleinzelhandel nimmt eine immer größere Rolle in der Lebensmittelverarbeitung ein und integriert dadurch rückwärts. Die Rohstofflieferanten wiederum treiben die Vorwärtsintegration an. Die Branche hat jedoch auf dieses Phänomen der Konsolidierung derzeit keinen Einfluss.

Während die Anzahl der Beschäftigten und der Betriebe in der Langzeitbetrachtung zwar Stabilität aufweist, nimmt die Anzahl großer Produktionsstätten zu Lasten der kleinen und mittelständischen Unternehmen zu. Hier sind insbesondere der filialisierte Brot- und Backwarensektor, die (alkoholfreie) Getränkebranche, der vorgelagerte Mühlensektor sowie der Fleisch- und Milchsektor zu nennen, die unter einem großen Konsolidierungsdruck stehen. Vorangetrieben wird dies vor allem durch Geschäftsaufgaben: seit 2008 wurden in der Ernährungsbranche rund 300 Insolvenzverfahren eröffnet.²¹ Diese Entwicklung stellt eine der wesentlichen Säulen für die zukünftige Entwicklung der bayerischen Ernährungswirtschaft dar und ist daher auch in der nachfolgenden Status-Quo Analyse näher zu betrachten.

Einer Studie des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft aus dem Jahr 2016 zufolge kauft die Mehrheit der Befragten Deutschen (59 %) den Großteil der Lebensmittel im Supermarkt ein: Zu 35 % im Discounter und zu 34 % im Lebensmittelfachgeschäft. Lediglich Personen aus kleineren Orten (46 %) und die über 60-Jährigen (45 %) gehen dagegen

¹⁷ BVE (2016): Wetterwechsel: Steigender Ertragsdruck in der Ernährungsindustrie-Herausforderung und Strategien.

¹⁸ BVE (2017): Lebensmittelhandel.

¹⁹ Statista (2017): Umsatzanteil von Discountern im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in den Jahren 2003 bis 2016

²⁰ BVE (2017): Jahresbericht 2016_2017.

²¹ BVE (2016): Wetterwechsel: Steigender Ertragsdruck in der Ernährungsindustrie-Herausforderung und Strategien.

hauptsächlich in kleinere Fachgeschäfte wie Metzger, Bäcker oder Gemüseläden.²² In Folge der Wirtschafts- und Finanzkrise und der damit verbundenen Preissensibilität der Verbraucher wurde die beschriebene Entwicklung beschleunigt. Zwar ist die Ernährungswirtschaft insgesamt weniger starken Konjunkturschwankungen unterworfen als andere Branchen, muss sich aber dennoch den veränderten Rahmenbedingungen anpassen. Diese Entwicklung führte insbesondere zur Nachfrage nach Bio-Produkten *und* Premium-Marken im Discountersegment (Stichwort: *hybrider Verbraucher*).²³

Der – in seiner Ausgestaltung überaus vielschichtige – demographische Wandel wirkt sich immer stärker auf die Nahrungsmittelbranche aus. Insbesondere Metropolregionen wie Berlin, Hamburg oder München verzeichnen eine Zunahme an Single- und Zwei-Personen-Haushalten mit der damit einhergehenden Individualität und Mobilität. Im Jahr 2014 lebten 54,4 % in Einpersonenhaushalten in München, dies entsprach 30,5 % der Münchener Bevölkerung. Dies und auch die Ausweitung der Frauenerwerbsarbeit induzieren das Bedürfnis nach einer Vereinfachung der Haushaltsführung bei gleichzeitig abnehmender Bedeutung gemeinsamer Mahlzeiten in der Familie. Der Trend zum Konsum von *Convenience*-Produkten (Fertiggerichte, Tiefkühlkost etc.) und auch das weitere Wachstum des Außer-Haus-Marktes²⁴ werden dadurch angetrieben. Durch den steigenden Zeitdruck und den unstrukturierten Arbeitsalltag nehmen immer weniger Menschen ihre Mahlzeiten zuhause ein. Bei den 29–49-Jährigen ist nur ein Drittel zuhause; bei Kindern sind es nur noch vier von zehn Kindern, die ihr Mittagessen zuhause zu sich nehmen. Nicht nur der Zeitmangel, sondern auch die fehlende Motivation ist oftmals ein Grund, warum lediglich ein Drittel der Bevölkerung regelmäßig kocht. In den letzten sechs Jahren hat sich der Umsatz an Fertiggerichten fast verdreifacht. Gesunde Ernährung und hochwertige Produkte nehmen an Bedeutung zu. 75 % der Konsumenten verbinden Gesundheit mit einer gesunden und vollwertigen Ernährung.²⁵

Gesunde Ernährung liegt im Trend – vor allem bei Frauen. 85 % der befragten Frauen des Ernährungsreports 2016 geben an, täglich Obst und Gemüse zu essen. Bei den Männern achten zwei Drittel auf eine ausreichende Gemüse- und Obstzufuhr. 44 % der Befragten achten im Alltag darauf, sich gesund und ausgewogen zu ernähren, wobei dies den Ergebnissen zufolge den Frauen (76 %) häufiger gelingt als den Männern (62 %). 37 % der Männer greifen gerne zu Fertigprodukten, während Frauen dies nur zu 27 % tun. Auch süße Erfrischungsgetränke werden häufiger von Männern getrunken.²⁶

Die Ansprüche der Verbraucher an Lebensmittel im Hinblick auf Geschmack, Hochwertigkeit, Sicherheit, Vielfältigkeit, Schnelligkeit sowie Nachhaltigkeit der Produkte wachsen stetig.²⁷

²² BMEL (2016): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2016.

²³ GfK (2013): Consumer Index (2013). Verbraucher schlagen dem Winter ein Schnippchen.

²⁴ Der Außer-Haus-Markt erreichte 2014 in Deutschland einen Wert von 71,1 Mrd. €; die Tendenz ist steigend (Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (2015): Der deutsche Außer-Haus-Markt).

²⁵ Expertengespräch BVE und Münchener Statistik (2014): Adriana Wenzlaff. 4. Quartalsheft. Mehr als die Hälfte der Münchener Haushalte sind Einpersonenhaushalte.

²⁶ BMEL (2016): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2016; S. 14–15.

²⁷ BVE (2015): Jahresbericht 2014_2015; S. 3, 5, 38.

Unverträglichkeiten und Allergien spielen eine immer wichtigere Rolle in der heutigen Bevölkerung. Dem Ernährungsreport 2016 zufolge leiden Frauen (14 %) häufiger an Unverträglichkeiten als Männer (10 %). Junge Erwachsene bis 29 Jahre (19 %) und Großstädter (16 %) liegen über dem Durchschnitt. In den letzten vier Jahren ist der Umsatz an laktosefreien Milchprodukten um 93 % gestiegen.²⁸ Einen weiteren Trend stellen *Light*-Produkte dar; Frauen greifen hierbei mit 21 % häufiger zu als Männer (18 %). Vor allem Jugendliche konsumieren mit 24 % überdurchschnittlich oft Kalorien-, Zucker- und Fett-reduzierte Produkte.²⁹

Auch beim Fleischkonsum können Unterschiede erkannt werden. Diese beziehen sich nicht nur auf das Geschlecht, sondern ebenso auf die Region. Der größte Fleischkonsum bei Männern wurde in Bayern, Thüringen, Sachsen und Mecklenburg-Vorpommern (zwischen 167–172 g Fleisch pro Tag) ermittelt. Männer in Rheinland-Pfalz und Berlin essen am wenigsten Fleisch (147 – 148 g Fleisch pro Tag). Frauen konsumieren deutlich weniger Fleisch als Männer. In verschiedenen Regionen werden auch bei Frauen unterschiedliche Mengen an Fleisch verzehrt. So wird in den östlichen Bundesländern mit 90 – 95 g Fleisch pro Tag mehr als in den westlichen Bundesländern gegessen.³⁰ Auffällig ist der geringe Fleischkonsum bei Männern und Frauen in Berlin. Dies spiegelt die Häufigkeit der modernen Lebensstile mit veganem und vegetarischem Hintergrund der Berliner Gesellschaft wider. Der Umsatz an Fleischersatzprodukten ist in den letzten vier Jahren um 88 % deutschlandweit gestiegen.³¹ In Bayern gibt es keine Anzeichen für einen sinkenden Fleischkonsum. Konsumenten fragen vermehrt regionale Fleischerzeugnisse und ökologisch erzeugtes Geflügel- und Schweinefleisch nach, was für den bayerischen Fleischmarkt Zukunftspotenziale schafft.³²

Für die Nahrungsmittelproduzenten gewinnen auch die Auswirkungen des sozialen Wandels zunehmend an Bedeutung. Zum einen bewirkt die Polarisierung der Einkommensverteilung, dass Wachstumsmärkte sowohl im Niedrigpreis- (Discounter, Handelsmarken) als auch im Hochpreissegment (Genussartikel) zu identifizieren sind. Zum anderen geht mit den Veränderungen des Lebensstils und den Wertorientierungen auch eine Neuausrichtung der Ernährungsgewohnheiten, insbesondere in den Bevölkerungsteilen mit mittleren und hohen Einkommen, einher. Hierbei stehen Aspekte wie persönliche Gesundheit und Wellness im Mittelpunkt, die durch kalorienreduzierte und / oder ökologisch produzierte Nahrungsmittel sowie *Functional-Food*-Produkte unterstützt werden sollen. Laut Otto Trendstudie 2013 sind 80 % der Frauen und 72 % der Männer generell bereit, für biologisch erzeugte Lebensmittel auch einen höheren Preis zu zahlen. Nicht zuletzt erschließen sich in Ballungsräumen mit hohen Migrationsanteilen wie Berlin neue Märkte in Form herkunfts- und auch religionskonformer Nahrungsmittel („*Ethnic Food*“). Auch vegane und vegetarische Produkte finden einen stetig steigenden

²⁸ Expertengespräch BVE.

²⁹ BMEL (2016): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2016; S. 10–13.

³⁰ afz-allgemeine fleischer zeitung (2016): Fleischmärkte im Überblick – Marktanalyse 2016; Deutscher Fachverlag GmbH.

³¹ BVE (2016): Jahresbericht 2015_2016.

³² LVÖ (2013): Bayerisches Biofleisch. Öko-Wertschöpfungskette für Öko-Geflügel und Öko-Schweinefleisch aus Bayern.

Absatzmarkt. 37 % der deutschen Haushalte sind mittlerweile Flexitarier, also diejenigen die ihren Fleischkonsum bewusst verringern wollen.³³

Eng verknüpft mit einer steigenden Nachfrage nach ökologischen Erzeugnissen sind das wachsende Umweltbewusstsein bestimmter Bevölkerungsschichten und der damit eingeforderte Nachweis nachhaltiger Produktion von Lebensmitteln. Hierzu gehört die Favorisierung regionaler und Bio-Produkte, die sowohl unter Aspekten von Frische und Gesundheit (s. o.) als auch der besseren CO₂-Bilanz wegen den Vorzug vor konventionell erzeugten Nahrungsmitteln beim Kauf erhalten.³⁴ Laut dem Ernährungsreport 2016 legen mehr als drei Viertel der Befragten einen hohen Wert auf Produkte aus der Region.³⁵ Auch die Marktanalyse für biologisch produzierte Fleischprodukte ergab ähnliche Ergebnisse. Eine Umfrage (n=706) ergab, dass 93 % der Befragten Biofleisch wegen einer artgerechteren Tierhaltung kaufen. Auch ist in der Gesellschaft eine klare Haltung gegenüber der Umwelt zu erkennen. In der vorher genannten Umfrage gaben 81 % der Befragten an, Biofleisch wegen Umwelt- und Klimaschutzaspekten zu kaufen (siehe Abbildung 3).³⁶ Das Schlachten trächtiger Rinder, das Töten von männlichen Eintagsküken, Schnabelkürzen und Käfighaltung stehen als Produktionsmethoden verstärkt in der Kritik. Tierwohl ist ein Thema mit erheblicher Öffentlichkeitswirksamkeit; seine Bedeutung gegenüber 2014 ist um 28 % gestiegen. 2015 wurden deshalb auch verschiedene Maßnahmen wie z. B. die Gründung der „Initiative Tierwohl“ von großen Unternehmen des Lebensmitteleinzelhandels eingeführt.³⁷

³³ Süddeutsche Zeitung (2016): GfK-Studie: Mehr bekannte Flexitarier.

³⁴ Die im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz durchgeführte Ökobarometer-Studie 2016, bestätigte eine anhaltende Nachfrage von Bio-Produkten. So gaben im Jahr 2016 rund 24 % der Deutschen (2012: 21 %) an, häufig bzw. ausschließlich Bio-Lebensmittel zu erwerben. Weitere 46 % der Konsumenten (2012: 55 %) konnten als Gelegenheitskäufer solcher Produkte identifiziert werden und 29 % (2012: 23 %) konsumieren nie solche Lebensmittel. Die Attraktivität von Bio-Produkten konnten vor allem bei jungen Konsumenten (unter 30 Jahren) gesteigert werden. Vgl. BMEL Ökobarometer 2016: Repräsentative seit 2012 durchgeführte telefonische Bevölkerungsbefragung im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

³⁵ BMEL (2016): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2016; S. 19.

³⁶ Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (2016): Ökobarometer 2016.

³⁷ AFC (2015): AFC Issue Monitor. Kritische Themen und die Diskussionen in der Öffentlichkeit.

Abbildung 3: Gründe für den Kauf von Biolebensmitteln



Quelle: Eigene Darstellung nach BMEL Ökobarometer 2016; n=706; Befragte, die zumindest gelegentlich Biolebensmittel kaufen; nur „ja“-Stimmen dargestellt.

Eine Umfrage des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft ergab, dass 88 % der Befragten sich eine größere Beachtung der artgerechten Haltung der Nutztiere wünschen. Fast alle der Befragten gaben an, auf jeden Fall (45 %) oder eher (44 %) bereit zu sein, für Fleisch aus artgerechter Haltung mehr zu zahlen. Im Durchschnitt liegt die Zahlungsbereitschaft bei 16,50 € pro kg Fleisch aus artgerechter Haltung.³⁸ Nicht nur in der Fleischbranche, sondern auch in der Milchbranche wurde die artgerechte Tierhaltung diskutiert. Auch die korrekte Lebensmittelkennzeichnung, Antibiotika und MRSA sowie Auswirkungen auf die Umwelt waren 2015 stark diskutierte Themen.³⁹ Von den Erzeugern und Vermarktern von Nahrungsmitteln wird daher die entsprechende Kenntnis erwartet. Sie müssen möglichst lückenlos darüber Auskunft geben können, wie die Wertschöpfungskette für das einzelne Produkt konkret ausgestaltet ist.⁴⁰

Gesunde Ernährung bleibt ein wichtiges Thema, sowohl auf Seiten der Verbraucher als auch auf Seiten der Produzenten. Laut der AFC-Issue Monitoring Auswertung 2015 sind insbesondere die Themen „*Lebensmittelinhaltsstoffe*“ (36,4 %) und „*Kontamination*“ (26,1 %) wichtige

³⁸ BMEL (2016): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2016; S. 14–15.

³⁹ AFC (2015): AFC Issue Monitor. Kritische Themen und die Diskussionen in der Öffentlichkeit.

⁴⁰ BVE, GfK Panel Services Deutschland (2011): Consumers' Choice 2011.

Aspekte, die aktuell im deutschen produzierenden Ernährungsgewerbe diskutiert werden bzw. die Unternehmen beschäftigen. Lebensmittelinhaltsstoffe wurden in der jüngsten Vergangenheit vermehrt in Frage gestellt und skeptisch betrachtet. Vor allem die Auswirkung von Zucker und weiteren Inhaltsstoffen wie Fett, Salz und Alkohol auf die menschliche Gesundheit wurde verstärkt diskutiert. Die deutsche Krankenkasse fordert die Einführung einer Zuckersteuer und die Einschränkung der Werbung für zuckerreiche Nahrungsmittel. Anfang des Jahres 2015 warnte die Weltgesundheitsorganisation vor „verstecktem“ Zucker und riet den Verbrauchern, den Zuckeranteil der täglich konsumierten Kalorien auf 5 % zu reduzieren. Die Bundesregierung plante, 2016 ein neues Konzept über die Reduktion von Zucker, Fett, Fertigprodukten und Salzen herausbringen, wodurch das Thema Zucker weiterhin aktuell bleiben wird. Auch Pestizide waren im Jahr 2015 Gesprächsthema, im Ranking des AFC-Issue-Monitors stieg es gegenüber dem Vorjahr um 125,1 %. Krisenhafte Ereignisse wie Lebensmittelskandale („Gammelfleisch“, Dioxin-Skandal, EHEC etc.) wirken häufig als Katalysatoren eines Wandels – wenngleich die Auswirkungen auf das Konsumverhalten und damit einhergehende Absatzeinbrüche in den betroffenen Branchen bislang eher kurzfristig geblieben sind. Kontaminationen waren mit 6,6 % laut der AFC-Issue Monitoring Auswertung 2015 eines der fünf wichtigsten Issues. Vor allem die Kontaminanten Acrylamid, Ethoxyquin und Chlorat waren neben den üblichen Rückrufmeldungen von Bedeutung. Ebenso waren hormonelle Chemikalien wie Bisphenol A und Mineralrückstände von Relevanz. Auch wenn die Absatzeinbrüche bislang eher kurzweilig waren, ist die Ernährungswirtschaft vor allem im Vorfeld gefordert, ihre Systeme der Qualitätssicherung (Rückverfolgbarkeit, Risikomanagement, Qualitätszeichen etc.) an die zu beobachtenden Entwicklungen anzupassen.⁴¹

Der Einkaufsort als Informationsquelle spielt eine wichtige Rolle bei den deutschen Verbrauchern. Mit 62 % sind die Etiketten und Siegel die zweitwichtigsten Informationsquellen, um sich über die Lebensmittel zu informieren. Dies geht aus den Ergebnissen des Ernährungsreportes hervor. Internetrecherchen (44 %), Informationsbroschüren (35 %), Werbung (33 %), Internetforen (24 %) und Verbraucherzentralen (23 %) sind weitere Möglichkeiten zur Aufklärung. Mehr als die Hälfte (63 %) der Befragten informiert sich „gut“ über die Lebensmittel, die sie einkaufen. 13 % informieren sich sogar „sehr gut“ und nur ein sehr geringer Anteil informiert sich „schlecht“. Umso jünger die Befragten, desto häufiger ist der Handygebrauch während des Einkaufs. Neben dem Geschmack achten viele Konsumenten (62 %) auf die Produktinformationen. Auch der Preis, vor allem bei der jüngeren Bevölkerung (72 % bei den 14 – 18 jährigen), spielt eine entscheidende Rolle. Bestimmte Marken und Siegel sind nur für ein Drittel aller Befragten bedeutend.⁴² Um eine gesunde Ernährung schon bei den Jüngsten zu fördern, hält die Mehrheit der Deutschen staatliche Maßnahmen zur kindergerechten Aufklärung und verpflichtenden Unterricht in der Kita und in Schulen für sinnvoll, wie die Umfrage des Bundesministeriums ergab. Der Idee der Besteuerung ungesunder Lebensmittel stimmten nur 43 % der Befragten zu.⁴³

⁴¹ AFC (2015): AFC Issue Monitor. Kritische Themen und die Diskussionen in der Öffentlichkeit.

⁴² BMEL (2016): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2016; S. 20–21.

⁴³ BMEL (2016): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2016; S. 28–29.

Das Thema Lebensmittelverschwendung war im Jahr 2015 ebenfalls prägend. Aufgrund der im Mai 2015 verabschiedeten Regelung, wonach Supermärkte mit einer Größe von 400 Quadratmetern und größer ihre nicht verkauften Nahrungsmittel spenden müssen, gab es eine verstärkte Diskussion. In Folge dieser Änderung fordern deutsche Politiker aus verschiedenen Parteien ein Wegwerf-Verbot für Nahrungsmittel in Deutschland.⁴⁴ Eine Umfrage des Bundesministeriums ergab, dass 42 % der Befragten mindestens einmal pro Woche Lebensmittel wegwerfen. Gründe hierfür waren die mangelnde Resteverwertung (53 %), Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums (43 %) und verdorbene Lebensmittel (70 %). Je größer der Haushalt, desto häufiger wurden Lebensmittel weggeschmissen. Obst und Gemüse war mit 27 % das am häufigsten weggeschmissene Lebensmittel, gefolgt von Brot und Brötchen (21 %) und Wurst und Aufschnitt (13 %).⁴⁵

Das Wahrnehmen von Trends sowie die Innovationsfähigkeit sind wichtige Eigenschaften, um in einem sich verschärfenden Wettbewerb erfolgreich zu bleiben. Die ständig wechselnden Verzehrsgewohnheiten und die damit verbundenen Trends müssen rechtzeitig erkannt werden. Der Lebenszyklus von Produkten hat sich stark verkürzt, die Nachfrage nach neuen und innovativen Produkten ist groß. 81 % der befragten Experten einer BVE-Studie stimmen der Aussage „Erfolgreiche Produktinnovationen sind entscheidend für künftige Profitabilität“ zu. Durch die große Anzahl an Imitationen und die geringe Differenzierung in der Ernährungsbranche schwächen sich die Unternehmen gegenseitig und erschweren ihre Position gegenüber dem Handel. Um Innovationen zu entwickeln und diese erfolgreich auf den Markt zu bringen, ist ein reibungsloser Ablauf Voraussetzung. Digitalisierung und Vernetzung sind wichtige Erfolgsfaktoren, um wettbewerbsfähiger zu werden und an Wachstum zu gewinnen. Die von den Kunden gewünschte Transparenz kann dadurch verbessert und die Kundenorientierung, Planungssicherheit und Qualität können ausgebaut werden.⁴⁶

Zusammengefasst ist die deutsche Lebensmittelwirtschaft durch eine Reihe verschiedener Entwicklungstrends bestimmt, die sich teilweise gegenseitig noch verstärken. Dazu gehören gestiegene Produktionskosten (v. a. Energiekosten, teilweise Kosten für Rohwaren), veränderte Konsum- und Nachfragegewohnheiten, der demographische und soziale Wandel, globalisierte Märkte inklusive wachsender Konkurrenz aus dem Ausland sowie starke Konzentrationsprozesse des Handels und dessen Marktmacht. Hinzu kommen „weiche Faktoren“ wie die Art und Weise der Produktion, insbesondere der Tierhaltung, Qualität, Transportwege und damit indirekt auch die CO₂-Bilanz der Produkte. Teilweise sind diese Trends aber auch gegenläufig gelagert bzw. stehen scheinbar im Widerspruch zueinander: Einer abnehmenden Zahlungsbereitschaft für Lebensmittel, manifestiert im Wachstum der Discounter und dem Preiswettbewerb unter ihnen, steht eine nicht zu unterschätzende Sensibilität für Qualität und Nachfrage nach Premium-Produkten gegenüber (sog. „hybrider Verbraucher“).

⁴⁴ AFC-Issue Monitor: Kritische Themen- und die Diskussionen in der Öffentlichkeit.

⁴⁵ BMEL (2016): Deutschland, wie es isst. Der BMEL-Ernährungsreport 2016; S. 22–23.

⁴⁶ BVE (2016): Wetterwechsel: Steigender Ertragsdruck in der Ernährungsindustrie-Herausforderung und Strategien.

3 Status-Quo Analyse

Aufbauend auf diesen allgemeinen Ergebnissen der Branchen- und Konsumtrends in Bayern und der Bundesrepublik Deutschland wird nachfolgend der Status-Quo der bayerischen Ernährungswirtschaft näher betrachtet. Aus der Sichtung der Sekundärdaten haben sich verschiedene Themenfelder herauskristallisiert, die nachfolgend tiefergehend analysiert werden (Kapitel 3.1). Darauf aufbauend wird vor dem bereits angesprochenen Aspekt der Vernetzung von Märkten ein regionaler Vergleich der Ernährungswirtschaft im Freistaat und anderen nationalen Märkten vorgenommen (Kapitel 3.2).

3.1 Die Ernährungswirtschaft und mit ihr assoziierte Felder in Bayern

3.1.1 Agrarwirtschaftliche Rohstoffbasis, ökologischer Landbau

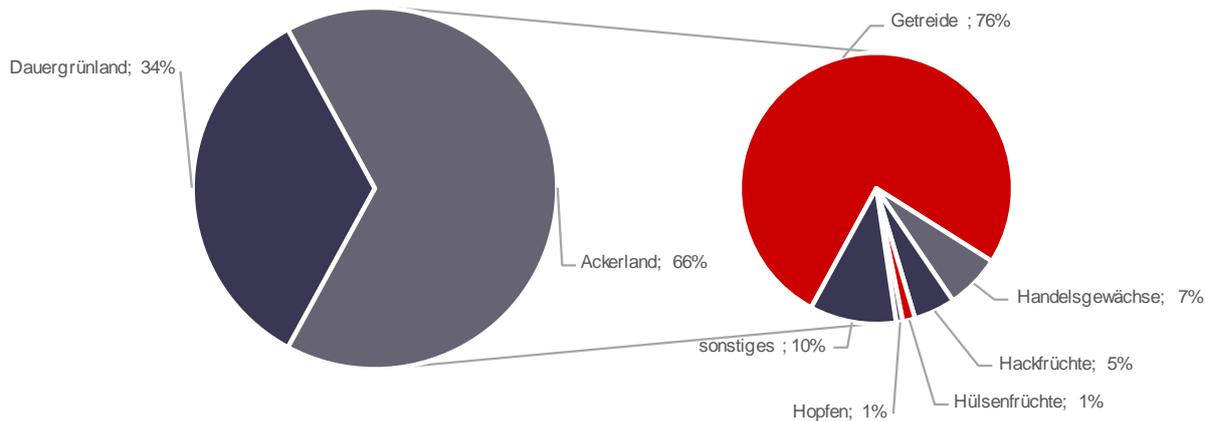
Die Landwirtschaft in Bayern und gleichwohl auch in Deutschland ist wesentlich durch die gemeinsame Agrarpolitik der EU geprägt. Früher war diese noch sehr stark protektionistisch ausgerichtet, mittlerweile hat sie sich jedoch zu einer zunehmend am Markt orientierten Politik entwickelt. Diese Entwicklung setzt sich auch in der zukünftigen Ausrichtung der Gemeinsamen Agrarpolitik fort. Beispielsweise ist die Milchquote 2015 ausgelaufen und das Ende der Zuckerrübenquote wurde mit dem Wirtschaftsjahr 2016/17 eingeläutet.⁴⁷

Für die Ernährungswirtschaft in Bayern ist – vor allem vor dem Aspekt regionaler Verarbeitung und Vermarktung – eine solide agrarische Rohstoffbasis von großer Bedeutung. Rund 83 % der Gesamtfläche Bayerns werden land- und forstwirtschaftlich genutzt (ca. 47 % landwirtschaftlich und 36 % als Waldfläche). Von der landwirtschaftlichen Fläche werden rund 66 % ackerbaulich genutzt (Abbildung 4). Ca. 76 % (2016: 1.558.618 ha) der Ackerfläche wird dabei für den Anbau von Getreide, vor allem Winterweizen, Wintergerste, Körnermais und Sommergerste verwendet.⁴⁸

⁴⁷ BMEL (2015): Umsetzung der EU-Agrarreform in Deutschland. Ausgabe 2015.

⁴⁸ Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Landwirtschaftlich genutzte Fläche in Bayern entspricht knapp 4,4 Millionen Fußballfeldern.

Abbildung 4: Hauptnutzungs- und Kulturarten der landwirtschaftlich genutzten Fläche Bayerns (2016)



Quelle: Eigene Darstellung, Bayerisches Landesamt für Statistik (2017)

Bayern ist Öko-Land Nummer 1 in Deutschland. Mit verantwortlich für den rapiden Anstieg der Ökoproduktion war das *Landesprogramm BioRegio Bayern 2020*, welches 2013 startete. Die Erzeugung von Bio-Produkten soll hierbei bis zum Jahr 2020 verdoppelt werden.⁴⁹

Insbesondere der ökologische Landbau in Bayern ist ein stark wachsendes Segment: Seit 2004 hat sich die Zahl der Öko-Erzeugerbetriebe fast verdoppelt. In 2016 standen ca. 8.500 Erzeugerbetriebe im Kontrollverfahren des ökologischen Landbaus, wonach Bayern knapp ein Drittel aller ökologisch wirtschaftenden Betriebe in Deutschland beheimatet. Mit 285.243 ha in 2016 ist Bayern zudem das Bundesland mit der größten ökologisch bewirtschafteten Fläche.⁵⁰ Gleichzeitig steigt aber auch die Nachfrage der Konsumenten nach ökologisch erzeugten Lebensmitteln stetig an. Mit knapp 50.000 ha in der Anbaufläche von Getreide und 2.000 ha im Kartoffelanbau lag im Jahr 2016 in diesen beiden Teilgebieten der Schwerpunkt der pflanzlichen Ökoproduktion. Somit werden im Freistaat rund 25 Prozent der Öko-Kartoffeln im Bundesgebiet angebaut. Zudem wurde nach Angabe der Agrarstrukturerhebung 2016 in Bayern auf knapp 2.500 ha Bio-Gemüse einschließlich Bio-Erdbeeren angebaut. Bayern weist damit dicht gefolgt von Nordrhein-Westfalen die größten Anbauflächen an Bio-Gemüse inklusive Bio-Erdbeeren in Deutschland auf.⁵¹

Die Produktion von Biomilch im Freistaat spielt für den bundesweiten Markt eine große Rolle. Mit 473 Mio. kg Bio-Milch in 2016 wurde über die Hälfte der Bio-Milch Deutschlands in Bayern angeliefert. Ein weiterer stark wachsender Sektor des Ökolandbaus ist die Öko-

⁴⁹ StMELF (2016): Bayerischer Agrarbericht 2016.

⁵⁰ LfL (2017): Agrarmärkte 2017

⁵¹ LfL (2017): Struktur und derzeitige Marktsituation im ökologischen Landbau.

Eierzeugung. Der Bestand an Öko-Legehennen in Bayern hat sich seit 2012 mehr als verdoppelt. Insgesamt wurden in 2016 in Bayern knapp 500.000 Öko-Legehennen gehalten.⁵²

3.1.2 Betriebe und Betriebsgrößen, Umsätze

Die Unternehmen des produzierenden Gewerbes bilden auch in Bayern den „konstitutionellen Kern“ eines Clusters⁵³ Ernährungswirtschaft, da durch sie die hauptsächliche Leistungserbringung innerhalb der Wertschöpfungskette für Nahrungsmittel erfolgt. Der Großteil der in Deutschland konsumierten Lebensmittel ist zuvor durch die Unternehmen des produzierenden Ernährungsgewerbes be- oder weiterverarbeitet worden. Typisch für die Branche ist dabei die heterogene Binnenstruktur: Die Ernährungswirtschaft gliedert sich in mehrere Teilbranchen, die aufgrund traditioneller Besonderheiten in der Herstellung über individuelle Charakteristika verfügen.⁵⁴

In Bayern wurden im Jahr 2016 rund 1.104 Betriebe des produzierenden Ernährungsgewerbes mit 127.300 Beschäftigten gezählt.⁵⁵ Die durchschnittliche Betriebsgröße des produzierenden Ernährungsgewerbes in Bayern (nur Betriebe mit mehr als 20 Beschäftigten) ist von 121 Mitarbeitern (2013) pro Betrieb auf 115,3 Mitarbeiter (2016) leicht gesunken. Die Herstellerbetriebe des produzierenden Ernährungsgewerbes im Freistaat sind über die gesamte Fläche Bayerns verteilt (Abbildung 5).

Die Betriebsanzahl in Bayern ist in den zurückliegenden Jahren weitestgehend konstant geblieben. Von den 1.104 statistisch erfassten Unternehmen des produzierenden Gewerbes der Ernährungswirtschaft im Jahr 2016 sind 418 Betriebe der Branche Back- und Dauerbackwaren zuzuordnen, gefolgt von den Schlacht- und Fleischverarbeitungsbetrieben (232 Unternehmen). Mit insgesamt 110 Betrieben dominiert das Brauereiwesen als wichtigste Teilbranche in der Getränkeherstellung (vgl. Abbildung 6).⁵⁶

⁵² LfL (2017): Struktur und derzeitige Marktsituation im ökologischen Landbau.

⁵³ Cluster sind regionale oder überregionale Netzwerke, in denen verschiedene Akteure wie z. B. Produzenten, Lieferanten, Dienstleister, Forschungseinrichtungen sowie politische und gesellschaftliche Institutionen entlang der Wertschöpfungskette miteinander kooperieren. Diese Kooperation zeichnet sich durch einen intensiven Austausch von Informationen und Wissen aus mit dem Ziel, Synergien zu entfalten, die die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Partner stärkt und das Wachstumspotenzial erhöht.

⁵⁴ Die Analyse des Status-Quo der Ernährungswirtschaft Bayerns im Speziellen basiert auf der Auswertung der Sekundär- und Primärdatenerhebung, die hierzu branchenspezifisch analysiert und aufbereitet wurde.

⁵⁵ Bayerisches Landesamt für Statistik: Statistische Berichte – Verarbeitendes Gewerbe in Bayern 2013/14/15.

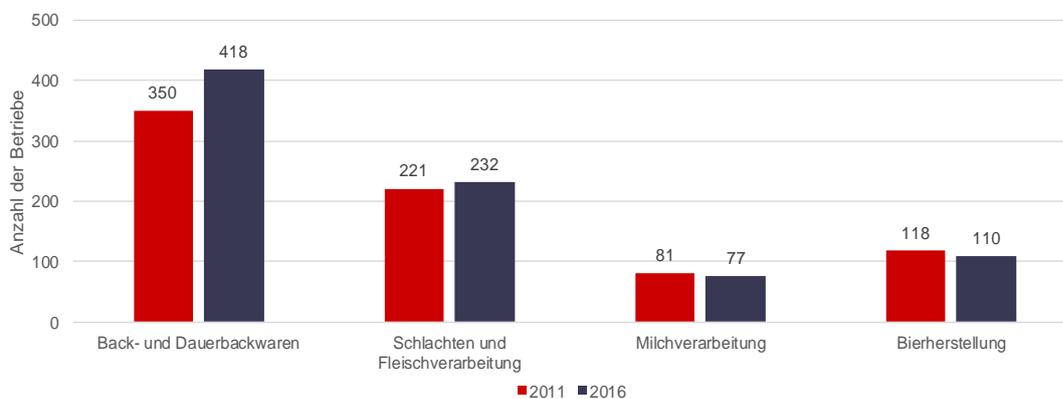
⁵⁶ LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

Abbildung 5: Herstellerkarte der wichtigsten Branchen im produzierenden Ernährungsgewerbe Bayern



Quelle: Cluster Ernährung, eigene Darstellung.

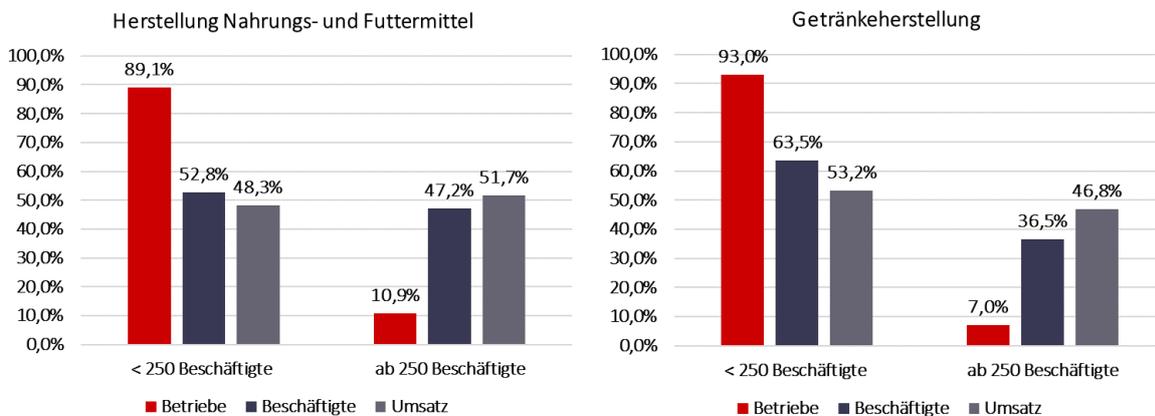
Abbildung 6: Anzahl der Betriebe ausgewählter Wirtschaftszweige des produzierenden Ernährungsgewerbes 2011 – 2016 in Bayern



Quelle: Eigene Darstellung nach LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

Ein exakteres Bild der Unternehmensstrukturen im verarbeiteten Gewerbe Bayerns ergibt sich durch die Einteilung der Unternehmen nach Betriebsgrößenklassen. Rund 89 % der Beschäftigten arbeiten in der Nahrungs- und Futtermittelwirtschaft in Betrieben mit weniger als 250 Personen (Abbildung 7). Der Umsatz der Unternehmen in der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln mit mehr als 250 Beschäftigten liegt hingegen mit 51,7 % sogar knapp über dem Umsatz der kleineren Betriebe (48,3 %). In der Getränkeherstellung zählen über 93 % der Betrieben weniger als 250 Beschäftigte.⁵⁷ Hier wird der hohe Stellenwert der kleinen Unternehmen für die bayerische Ernährungswirtschaft deutlich.

Abbildung 7: Betriebsgrößenstrukturen Ernährungswirtschaft Bayern (2016)⁵⁸



Quelle: Eigene Darstellung, Industriebericht Bayern 2017.

3.1.3 Beschäftigte und Fachkräfte

Die Ernährungswirtschaft nimmt traditionell eine große Bedeutung für den Arbeitsmarkt in Bayern ein. Im Jahr 2016 waren rund 127.300 Personen in der Nahrungs- und Futtermittel- sowie Getränkeherstellung in Betrieben mit mindestens 20 Mitarbeitern im Freistaat beschäftigt (Tabelle 2). Insgesamt entfielen dabei rund 111.656 Beschäftigte auf den Wirtschaftszweig der Nahrungs- und Futtermittel sowie 15.596 Beschäftigte auf die Getränkeherstellung.⁵⁹

⁵⁷ StMWi (2017): Industriebericht Bayern 2017.

⁵⁸ Die Abbildung folgt der Einteilung der Beschäftigungszahl nach KMU-Definition der Europäischen Union und ist dem Industriebericht Bayern 2017 entnommen.

⁵⁹ StMWi (2016): Industriebericht Bayern 2016.

Tabelle 2: Beschäftigte produzierendes Ernährungsgewerbe Bayern 2016

Wirtschaftszweig	Beschäftigte
Milchverarbeitung	17.200
Schlachten und Fleischverarbeitung	19.100
Herstellung v. Backwaren und Dauerbackwaren	48.700
Herstellung v. Bier	9.800
Obst- und Gemüseverarbeitung	6.200
Mineralwassergewinnung	4.400
Herstellung v. Futtermitteln	1.800
Herstellung von Süßwaren	3.600
Herstellung von Würzen und Soßen	2.200
Mahl- und Schälmaschinen	3.100
Herstellung von homogenisierten und diätischen Nahrungsmitteln	1.100
Übriges produzierendes Ernährungsgewerbe	10.100
Produzierendes Ernährungsgewerbe zusammen	127.300

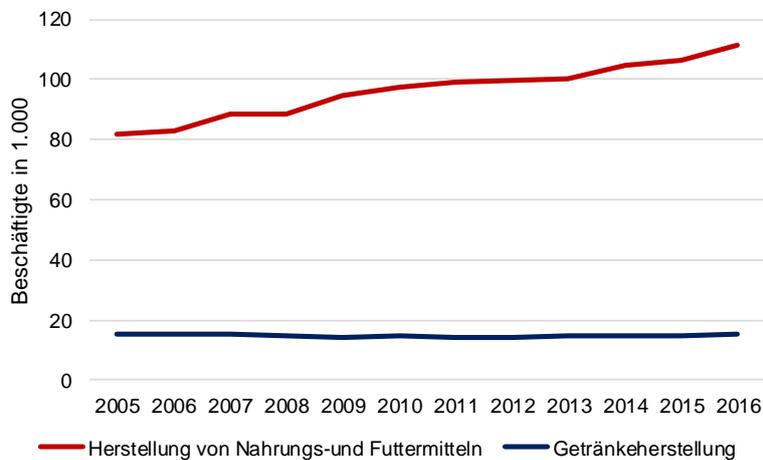
Quelle: LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

In der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln waren 2016 pro Betrieb durchschnittlich rund 120 Beschäftigte tätig und erwirtschafteten pro Person einen Umsatz von 216.889 €. ⁶⁰ Gemessen an der Zahl der Beschäftigten ist die bayerische Nahrungs- und Futtermittelherstellung die drittgrößte Wirtschaftsbranche in Bayern und liegt im deutschlandweiten Vergleich über dem durchschnittlichen bundesweiten Beschäftigungsanteil (Deutschland 8,4 %). Seit 2005 sind die Beschäftigungszahlen in der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln im produzierenden Gewerbe stark angestiegen. Die Anzahl der Beschäftigten in der Herstellung von Getränken in Betrieben mit mehr als 20 Mitarbeitern ist dagegen über die Jahre nahezu konstant geblieben. Erst von 2015 auf 2016 machte die Beschäftigung in diesem Sektor um +4,3 % einen deutlicheren Sprung (Abbildung 8). Beschäftigte im Ernährungshandwerk bleiben in dieser Statistik unberücksichtigt. ⁶¹

⁶⁰ StMWi (2017): Industriebericht Bayern 2017. Im *gesamten* produzierenden Ernährungsgewerbe Bayerns (Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln und Getränken) waren je Betrieb durchschnittlich circa 115 Personen beschäftigt; es ergibt sich ein Umsatz je Beschäftigtem von rund 220.000 €.

⁶¹ StMWi (2016/2017): Industriebericht Bayern 2016 und Industriebericht Bayern 2017.

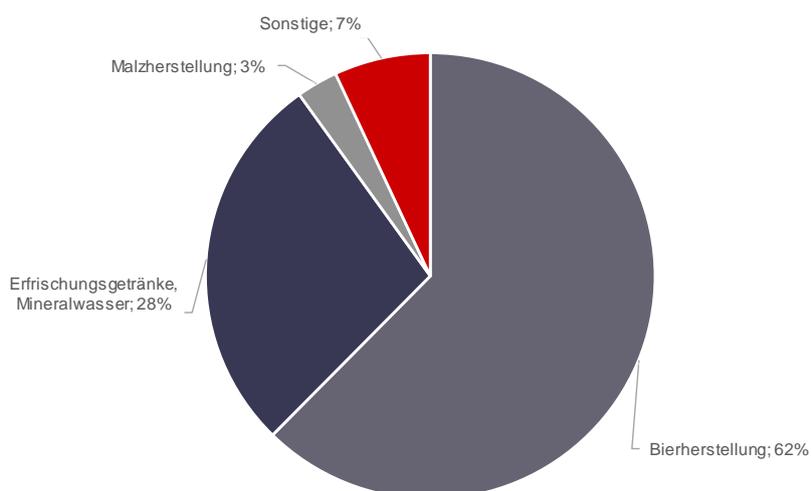
Abbildung 8: Anzahl der Beschäftigten im produzierenden Ernährungsgewerbe Bayerns 2005 – 2015



Quelle: Eigene Darstellung, Bayerisches Landesamt für Statistik und Industriebericht Bayern 2016 und 2017

In der Getränkeherstellung waren je Betrieb durchschnittlich 91 Personen beschäftigt; die Umsatzproduktivität je Beschäftigten lag 2016 bei 240.248 €. Mehr als die Hälfte der Beschäftigten im produzierenden Getränkegewerbe in Bayern sind in der Bierherstellung tätig (62,5 %, 9.751 Beschäftigte). 4.427 (28 %) von den insgesamt 15.596 Beschäftigten sind im Bereich Erfrischungsgetränke, Mineralwasser tätig, 394 (3 %) in der Malzherstellung und 1.024 (7 %) in der sonstigen Getränkeherstellung (vgl. Abbildung 9).⁶²

Abbildung 9: Beschäftigte in der Getränkeherstellung 2016 in Bayern



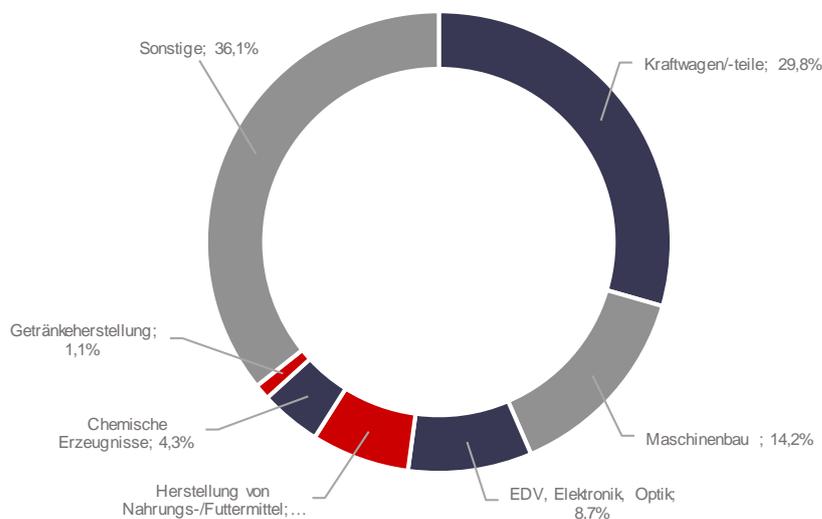
Quelle: Eigene Darstellung, Industriebericht Bayern 2017.

⁶² StMWi (2017): Industriebericht Bayern 2017.

3.1.4 Umsatz

In Bayern betrug der Gesamtumsatz aller Betriebe mit mehr als 20 Mitarbeitern des verarbeitenden Gewerbes im Jahr 2016 etwa 349,8 Mrd. € (Abbildung 10). Den größten Umsatzanteil hierbei erzielte die Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen (104,3 Mrd. €, 29,8 %) und Maschinenbauindustrie (49,7 Mrd. €, 14,2 %).⁶³

Abbildung 10: Anteile an der bayerischen Industrie insgesamt (gemessen am Umsatz, 2016)



Quelle: Eigene Darstellung, Industriebericht Bayern 2017

Der Wirtschaftszweig Nahrungs- und Futtermittel erzielte im produzierenden Ernährungsgewerbe knapp 7 % (24,2 Mrd. €) und die Getränkeherstellung rund 1,1 % (3,7 Mrd. €) am Anteil der gesamten bayerischen Industrieumsätze. Das produzierende Ernährungsgewerbe (Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln sowie Getränkeherstellung) zählte somit 2016 zu den fünf stärksten Branchen des verarbeitenden Gewerbes.⁶⁴ Mit rund 9,8 Mrd. € erzielt im bayerischen Ernährungsgewerbe (mit Betrieben > 20 Mitarbeitern) die Milchverarbeitung die größten Umsätze. Unternehmen mit mehr als 20 Mitarbeitern aus dem Bereich Schlachtung und Fleischverarbeitung erzielten einen Umsatz von 4,7 Mrd. € und stellen somit den zweit größten Teilbereich des bayerischen produzierenden Ernährungsgewerbes dar. (s. Abbildung 11).⁶⁵

⁶³ StMWi (2017): Industriebericht Bayern 2017.

⁶⁴ StMWi (2016): Industriebericht Bayern 2017.

⁶⁵ LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

Abbildung 11: Umsätze produzierendes Ernährungsgewerbe Bayern 2016 (Betriebe >20 Mitarbeitern)

Wirtschaftszweig	Umsatz in Mrd. Euro
Milchverarbeitung	9,8
Schlachten und Fleischverarbeitung	4,7
H. v. Backwaren und Dauerbackwaren	3,0
H. v. Bier	2,1
Obst- und Gemüseverarbeitung	1,3
Mineralwassergewinnung	1,1
H. v. Futtermitteln	1,0
H. v. Süßwaren	0,7
H. v. Würzen und Soßen	0,6
Mahl- und Schälmaschinen	0,6
H. v. homogenisierten und diätischen Nahrungsmitteln	0,3
Übriges produzierendes Ernährungsgewerbe	2,8
Produzierendes Ernährungsgewerbe zusammen	28,0

Quelle: LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

Die Umsätze im produzierenden Ernährungsgewerbe insgesamt sind in Bayern in den vergangenen Jahren angestiegen, insbesondere in der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln (Abbildung 12).⁶⁶

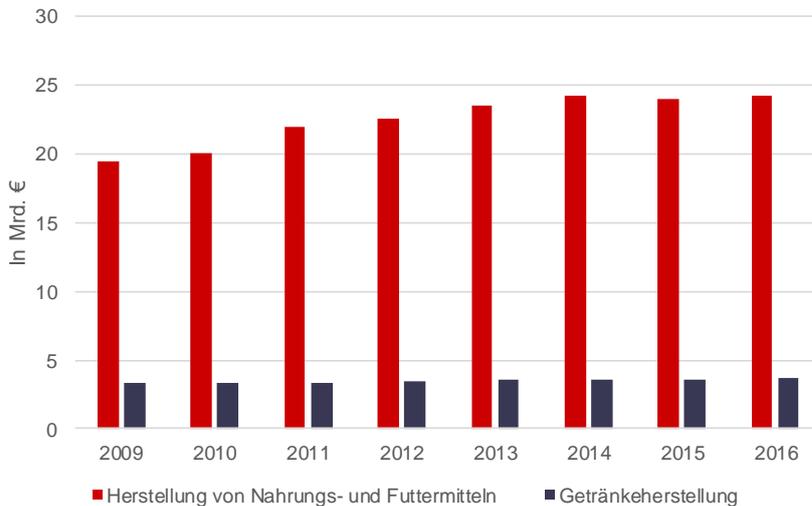
Bei Betrachtung der einzelnen Branchen des produzierenden Ernährungsgewerbes fällt auf, dass der Umsatz im Bereich Milchverarbeitung Schwankungen aufzeigt. Im Juni 2013 lag der Milchpreis in Bayern bei 38,4 ct/kg. Vor allem konnten gute Preise für Frischprodukte und Butter erzielt werden.⁶⁷ 2014 kam es zu einem wirtschaftlich schwächeren Jahr mit Milchpreisen von 37,85 ct/kg. Mit der Abschaffung der Milchquote 2015 kam es zu einem rapiden Preisverfall auf 29,59 ct/kg und einer Überproduktion von Milch, auch getrieben durch die Russland-Sanktionen und einer sinkenden Nachfrage aus China.⁶⁸

⁶⁶ StMWi (2016): Industriebericht Bayern 2017.

⁶⁷ Verband der Milcherzeuger Bayern e.V. (2013): Freundliche Milchpreisentwicklung in 2013; LfL (2013): Milchreport Bayern 2013.

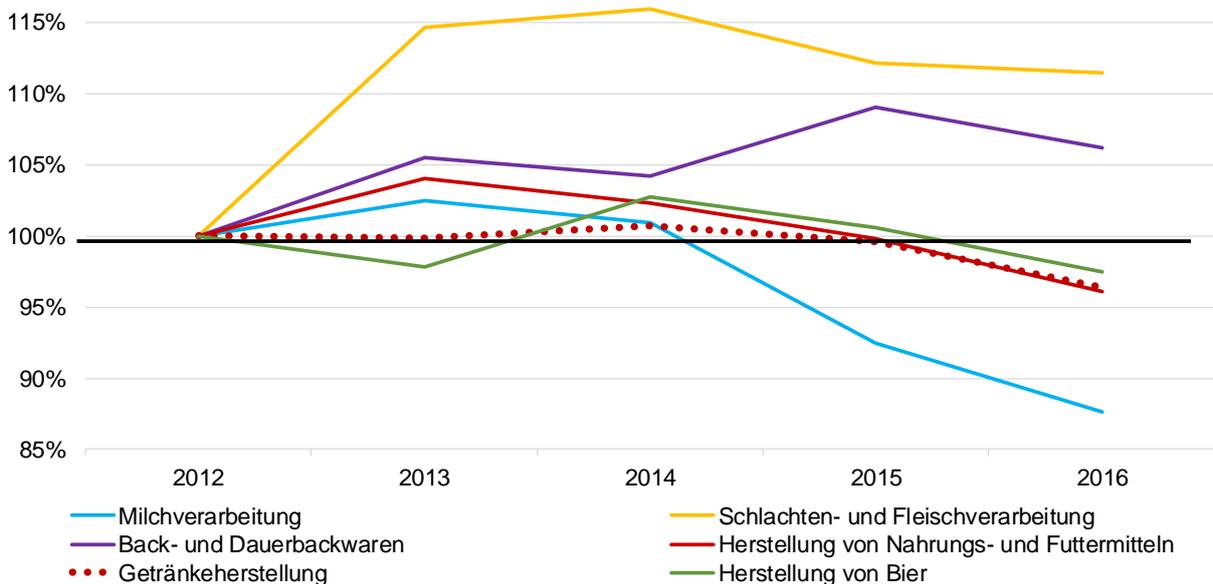
⁶⁸ Milchindustrie-Verband e.V. (MIV) (2016): Beilage zum Geschäftsbericht 2015/2016. Zahlen – Daten – Fakten. Milchwirtschaft in Deutschland.

Abbildung 12: Umsatz des bayerischen produzierenden Ernährungsgewerbes 2009–2016



Quelle: Eigene Darstellung, Industriebericht Bayern 2016 und 2017.

Abbildung 13: Entwicklung der Umsatzproduktivität ausgewählter Teilbranchen in Bayern (2012 = 100 %)



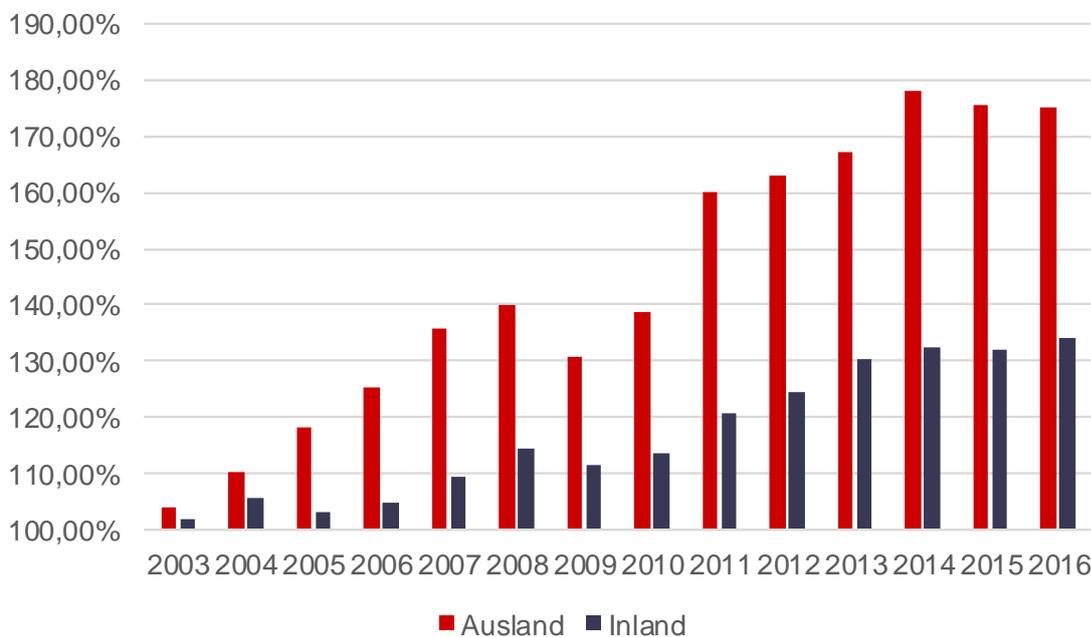
Quelle: Eigene Darstellung, Statistisches Bundesamt (2017): Fachserie 4 Reihe 4.1.1. Produzierendes Gewerbe 2017 und StMWi (2014): Industriebericht Bayern 2014 – 2017)

Da die reine Betrachtung der Umsatzentwicklung lediglich begrenzte Aussagekraft über die Wettbewerbsfähigkeit der Branchenunternehmen hat, wird zusätzlich die durchschnittliche Umsatzproduktivität des produzierenden Ernährungsgewerbes im Freistaat als Indikator

herangezogen. Diese lag im Jahr 2016 mit 219.953 Mio. € je Beschäftigtem rund 26 % unter dem Bundesdurchschnitt (295.372 Mio. € je Beschäftigtem). Generell unterlag die Umsatzproduktivität der einzelnen Teilbranchen einer unterschiedlich stark ausgeprägten Volatilität. Zwischen den Jahren 2015 und 2016 ist ein Rückgang in allen Teilbranchen des Freistaats zu erkennen. Die Milchverarbeitung hatte im Vergleich zu den anderen Teilbranchen des produzierenden Ernährungsgewerbes in Bayern von 2012 bis 2016 den stärksten Rückgang der Umsatzproduktivität von mehr als 10 % zu verzeichnen. Dem gegenüber steht die Fleischverarbeitung, deren Umsatzproduktivität einen zeitweisen Anstieg von über 15 % zwischen den Jahren 2012 und 2014 erreichte. Die Teilbranchen Back- und Dauerbackwaren sowie Herstellung von Bier unterlagen moderaten Schwankungen. Im Vergleich zwischen der Umsatzproduktivität der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln und der Getränkeherstellung ist deutlich zu erkennen, dass letztere einer geringeren Volatilität aufweist (siehe Abbildung 13).⁶⁹

Die Umsätze der bayerischen Ernährungswirtschaft lassen sich zudem in In- und Auslandsumsätze unterteilen. Beide Teilbereiche sind seit 2002 deutlich angestiegen, die Auslandsumsätze dabei besonders stark (siehe Abbildung 14). Auf Basis dieser Zahlen ist zu beobachten, dass die Absatzmärkte und somit die Umsätze im Ausland zunehmend an Bedeutung für die bayerische Ernährungswirtschaft gewinnen.⁷⁰

Abbildung 14: Relative Entwicklung der Auslands- und Inlandsumsätze des produzierenden Ernährungsgewerbes Bayerns (2002=100)



Quelle: Eigene Darstellung; StMELF (2017): Schule und Beratung, Fachinformationen aus der Landwirtschaftsverwaltung in Bayern, LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

⁶⁹ Statistisches Bundesamt (2017): Fachserie 4 Reihe 4.1.1. Produzierendes Gewerbe 2017

⁷⁰ StMELF (2017): Schule und Beratung, Fachinformationen aus der Landwirtschaftsverwaltung in Bayern

3.1.5 Ernährungshandwerk

Die amtliche deutsche Statistik erfasst standardmäßig Betriebe des produzierenden Gewerbes ab 20 Mitarbeitern. Die ermittelte Gesamtzahl wird vielfach mit der Anzahl der Industriebetriebe gleichgesetzt (Ernährungsindustrie oder produzierendes Ernährungsgewerbe). Kleinere Unternehmen mit weniger als 20 Mitarbeitern werden in dieser Systematik zum Ernährungshandwerk gezählt, wenngleich die Grenzen insbesondere bei der Verarbeitung von Lebensmitteln fließend sind. Zur quantitativen Einordnung des Ernährungshandwerks stehen aufgrund der schwierigen Datenerfassung und dem Wunsch nach Entlastung der kleineren Betriebe nur begrenzt Zahlen zur Verfügung.⁷¹ Gleichwohl sind die Unternehmen des Ernährungshandwerks im Freistaat Bayern aufgrund der kleinteiligen Wirtschaftsstrukturen von großer Bedeutung.

Zum Ernährungshandwerk zählen im Freistaat v. a. Bäcker, Metzger, Brauer, Winzer, Weinküfer, Mälzer, Müller und Konditoren. Insbesondere in ländlichen Gebieten sichern sie die Nahversorgung und tragen so wesentlich zur regionalen Wertschöpfung sowie dem Erhalt qualifizierter Arbeitsplätze bei.⁷² Die nachfolgende Tabelle 3 stellt die wichtigsten Kennzahlen des Ernährungshandwerks in Bayern im Jahr 2016 mit dem produzierenden Ernährungsgewerbe und der Ernährungswirtschaft insgesamt gegenüber.

Tabelle 3: Vergleichskennzahlen Produzierendes Ernährungsgewerbe, Ernährungshandwerk, Ernährungswirtschaft (2016)

	Betriebe		Beschäftigte		Umsatz in Mrd. Euro	
	2016	Änderung zum Vorjahr	2016	Änderung zum Vorjahr	2016	Änderung zum Vorjahr
Produzierendes Ernährungsgewerbe	1.104	+ 7,3 %	127.300	+ 4,8 %	28,0	+ 1,4 %
Ernährungshandwerk	8.597	- 2,2 %	117.500	+ 0,4 %	8,8	+ 1,7 %
Ernährungswirtschaft insg.	9.701	-6,0 %	244.800	+0,6 %	36,8	- 0,8 %

Quelle: LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016 LfL (2016): Agrarmärkte 2016

Der Jahresumsatz des bayerischen Handwerks im Bereich Ernährung ist 2016 gegenüber dem Vorjahr um 1,7 % auf 8,8 Mrd. € gestiegen. Dennoch bleibt das bayerische Ernährungshandwerk nach wie vor einer der bedeutendsten Bestandteile der regionalen Wirtschaftskreisläufe.

⁷¹ StMELF (2016): Schule und Beratung. Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2015.

⁷² LfL (2016): Agrarmärkte 2016.

Aktuelle Angaben der einzelnen Handwerksgruppen sind nur für Bäcker und Metzger verfügbar, die gleichzeitig rund 85 % des Umsatzes, 74 % der Betriebe sowie circa 84 % der Beschäftigte des gesamten Ernährungshandwerks ausmachen. Im bayerischen Metzgerhandwerk gab es 2016 noch rund 3.857 Betriebe (-3,3 %) mit circa 4,09 Mrd. € Jahresumsatz (+1,2 %). Die Zahl der Handwerksbäckereien in Bayern beläuft sich auf 2.539 Betriebe (-2,6 %) und 3,45 Mrd. € Umsatz (+2,7 %). Knapp die Hälfte der Beschäftigten der gesamten Ernährungswirtschaft gehört zum Ernährungshandwerk. Insgesamt waren 117.500 Beschäftigte in Betrieben mit weniger als 20 Mitarbeitern tätig. Im bayerischen Metzgerhandwerk gab es 2016 37.360 Beschäftigte (+0,4 %) und rund 4,09 Mrd. € Jahresumsatz (+1,2 %); in bayerischen Handwerksbäckereien waren 61.030 Personen beschäftigt (+1,3 %).⁷³

3.1.6 Regionalmarken; Herkunftsbezeichnungen

Insgesamt sind bayerische Produkte weltweit bekannt. Das *Bayerische Reinheitsgebot* feierte 2016 seinen 500ten Geburtstag und ist damit das älteste Lebensmittelgesetz der Welt. Die hohe Nachfrage nach bayerischen Produkten im Ausland wird auch durch die geschützte Herkunftsbezeichnung vieler bayerischer Produkte unterstützt. Geschützte geografische Angaben dienen dazu, die Herkunft eines Produktes zu garantieren und wurden zum Schutz traditioneller und regionaler Lebensmittelerzeugnisse eingeführt.⁷⁴

Anfang 2017 wies Bayern 31 geschützte Produkte im Bereich der Agrarprodukte und Lebensmittel aus. 25 Produkte fallen unter das Siegel der g.g.A., 6 Produkte haben eine g.U. Zu den geschützten Produkten im Freistaat gehören unter anderem die *Bayerische Brezn*, das *Hofer Bier* oder der *Allgäuer Bergkäse*. Hinzu kommen fünf geschützte Weinbauerzeugnisse, 12 geschützte Spirituosen-Spezialitäten und ein aromatisiertes weinhaltiges Getränk. Bundesweit kommt jedes dritte herkunftgeschützte Produkt aus Bayern. Hohe Umsätze weisen auch *Bayerisches Bier* g.g.A. und *Münchener Bier* g.g.A. auf (Platz 1 und 2 der deutschen Produkte mit geschützter Herkunftsbezeichnung nach Verkaufswert).⁷⁵

⁷³ LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

⁷⁴ Es existieren drei von der EU festgelegte Herkunftsbezeichnungen. Die „Verordnung über Qualitätsregelungen für Agrarerzeugnisse“ (VO (U) Nr. 1151/2012) vereint die Regelungen zu der „geschützten Ursprungsbezeichnung (g.U.)“, der „geschützten geografischen Angabe“ (g.g.A.) und der „garantiert traditionellen Spezialität“ (g.t.S.). Das Gütezeichen „g.U.“ belegt, dass sämtliche Produktionsschritte für die Herstellung eines Erzeugnisses in einem bestimmten geografischen Gebiet nach anerkannten und festgelegten Verfahren erfolgen müssen. Bei dem Gütezeichen „g.g.A.“ muss nur eine der drei Produktionsstufen, Erzeugung, Verarbeitung oder Herstellung, im Herkunftsgebiet durchlaufen worden sein, wobei für die Herstellung notwendiges Rohmaterial aus anderen Regionen kommen kann. Bei dem Gütezeichen „g.t.S.“ geht es nicht um den geografischen Ursprung, sondern um die traditionelle Zusammensetzung eines Produktes bzw. um ein traditionelles Herstellungs- und/oder Verarbeitungsverfahren. Dabei muss einem traditionellen Rezept gefolgt werden, die Herstellung ist jedoch an kein Gebiet gebunden. „Traditionell“ steht hierbei für mindestens 30 Jahre. Vgl. BMEL (2014): Schutz von Herkunftsbezeichnungen und traditionellen Spezialitäten.

⁷⁵ BMEL (2014): Schutz von Herkunftsbezeichnungen und traditionellen Spezialitäten.

Europaweit ist Bayern nach der Emilia Romagna die umsatzmäßig zweit stärkste Region. Mit diesen und weiteren Produkten hat es die bayerische Ernährungswirtschaft vermocht, eine „Marke Bayern“ aufzubauen, die in der Welt einzigartig und auch kulturell von großer Bedeutung ist.⁷⁶ Auch wirtschaftlich ist die Bedeutung der herkunftsgeschützten Produkte mit circa 2,5 Mrd. € (ca. 10 % des bayerischen Ernährungsgewerbes) erheblich.⁷⁷

Im Jahr 2002 genehmigte die EU-Kommission zudem das Siegel „Geprüfte Qualität-Bayern“ (Abbildung 15). Ursprünglich galt dieses Qualitätsprogramm nur für Rinder und Rindfleisch, mittlerweile zählen 28 Produktbereiche dazu. Dieses steht für die regionale Herkunft und für zusätzliche Kontrollen der bayerischen Lebensmittel. Es stellt sicher, dass die Interessen der Verbraucher hinsichtlich der Qualität und der Herkunft der Produkte gesichert sind. An GQ-Bayern nehmen derzeit 432 Zeichennutzer teil, das heißt Hersteller, Verarbeiter oder Abpacker. Zudem sind rund 19.100 Erzeugerbetriebe als Programmteilnehmer zertifiziert. 201 Zeichennutzer sind aus dem Bereich der tierischen Produkte, 231 aus dem pflanzlichen Bereich (Stand: 31.12.2016).⁷⁸

Abbildung 15: Siegel Geprüfte Qualität Bayern



Auch das Bio-Siegel (Abbildung 16) des Bayerischen Staatsministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten kennzeichnet Produkte, die den Verbraucherwünschen nach hoher Bio-Qualität und nachvollziehbarer Herkunft nachkommen. Es erhalten nur Produkte dieses Siegel, deren Bio-Qualitätsstandards deutlich über den gesetzlichen Vorgaben liegen und die aus der angegebenen Region stammen. So sollen die Trends Bio und Regional verknüpft werden.

⁷⁶ Europäische Kommission (2015):. Landwirtschaft und Ländliche Entwicklung – DOOR-Datenbank

⁷⁷ Eine vollständige Liste der geschützten Produkte findet sich im Anhang dieses Berichts. Beispiele für g.t.S.-Produkte aus anderen Ländern sind österreichische Heumilch, Parma- und Serrano-Schinken, Mozzarella oder Budweiser Bier. Insgesamt sind rund 700 Erzeuger und Hersteller dem Kontrollsystem für geschützte Herkunftsbezeichnungen unterstellt. Die Tendenz in der Anzahl der Erzeuger und Hersteller ist steigend (Stand: 31.12.2016).

⁷⁸ IEM (2017): Aktueller Stand von „Geprüfte Qualität – Bayern“ und „Bayerisches Bio-Siegel“.

Abbildung 16: Bayerisches Biosiegel



Die Variante ohne Herkunftsangabe (grün) fordert die Einhaltung definierter Standards in der Erzeugung und Verarbeitung ein, die über den Anforderungen der EG-Öko-Verordnung liegen. Als zweite Möglichkeit kann das Bio-Siegel mit Regionalbezug (blau) ausgewiesen werden, in Bayern mit dem Zusatz „Bayern“. Die Herkunftsangabe kann aber auch für jedes andere deutsche Bundesland, für Deutschland insgesamt, für jeden anderen Mitgliedsstaat der EU oder die EU insgesamt angepasst werden. Am Bayerischen Bio-Siegel nehmen derzeit 111 Zeichennutzer (Direktvermarkter, Verarbeiter, Abpacker, Händler) teil. Für die Rohstoffherzeugung sind rund 1.100 Erzeugerbetriebe in Bayern zertifiziert.⁷⁹

3.1.7 Forschung und Entwicklung

Die Ernährungswirtschaft gilt traditionell als vergleichsweise innovationsschwach.⁸⁰ In Deutschland wurden 2014 rund 83,9 Mrd. € für Forschung und Entwicklung (FuE) ausgegeben. Der größte Teil fällt auf die Gesundheitswirtschaft und Luft- und Raumfahrt.⁸¹ Für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz wurden 2016 vom Bund 652,2 Mio. € für FuE Tätigkeiten ausgegeben.⁸² Laut einer Studie des deutschen Stifterverbandes für die deutsche Wissenschaft entfielen von den im Jahr 2009 insgesamt im verarbeitenden Gewerbe investierten internen Aufwendungen für Forschung und Entwicklung (38,7 Mrd. €) gerade einmal 0,8 % (318 Mio. €) auf die Unternehmen der Branchen Nahrungs- und Genussmittel, Getränke sowie Tabak.⁸³

Die geringen Aufwendungen für Forschung und Entwicklung in den Unternehmen sind allerdings mit weiteren Spezifika der Ernährungswirtschaft in Relation zu setzen. Vor dem

⁷⁹ Ebenda.

⁸⁰ Vgl. Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung; Technische Universität München (2010): Studie zum Innovationssektor Lebensmittel und Ernährung. Freising, Berlin; Kubitzki, S.; Hansen, H. (2003): Branchenspezifische Besonderheiten im Innovationsverhalten des Ernährungsgewerbes. Eine empirische Analyse des Mannheimer Innovationspanels. Gießen.

⁸¹ BMBF (2016): Forschung und Innovation: Die Trends 2016.

⁸² BMBF (2016): Daten und Fakten zum deutschen Forschungs- und Innovationssystem. Bundesbericht Forschung und Innovation 2016. Ergänzungsband I.

⁸³ Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft (2011): FuE-Datenreport 2011, S. 18; 23.

Hintergrund eines zunehmenden Preis- und Rationalisierungsdrucks spielen auch Prozessinnovationen eine hervorgehobene Rolle. Als „Innovationstreiber“ gelten hierbei vor allem externe Zulieferer und Dienstleister, insbesondere aus dem Bereich Maschinenbau. In der Ernährungsbranche ist daher die Innovationsfähigkeit und -tätigkeit nicht ausschließlich aus den Ausgaben für Forschung und Entwicklung abzulesen; auch die Investitionen in Maschinen sind hierfür ein Indikator.

Obzwar die Ernährungswirtschaft damit nicht als „klassische“ High-Tech-Branche zu charakterisieren ist, hat sich der Druck zur Entwicklung neuer, innovativer Produkte beständig erhöht, die Produktlebenszyklen entsprechend verkürzt. Zu beachten ist, dass die „Neuheit“ des entsprechenden Produktes dabei häufig in der Verpackung und in inkrementellen Veränderungen der individuellen Rezeptur verortet ist. Entsprechend hohe Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang zum einen den Faktoren Marketing und Vertrieb zu. Zum anderen nehmen die Zulieferer sowohl von Verpackungsmaterial als auch von *Food Ingredients* (z. B. Aromen) eine zunehmend wichtige Rolle bei der Entwicklung neuer Produkte und Geschmacksrichtungen ein.⁸⁴

In Bayern wird an circa 75 Hochschulen und außeruniversitären Forschungsinstituten Forschung betrieben.⁸⁵ Forschungsstark auf den Gebieten der Ernährungswirtschaft sind unter anderem folgende Hochschulen und Institute:

- Technische Universität München (ZIEL- Zentralinstitut für Ernährungs-und Lebensmittel-forschung)
- Bundesforschungsinstitut für Ernährung und Lebensmittel (Max Rubner-Institut)
- Die Fraunhofer Gesellschaft
- Leibniz Institut-Deutsche Forschungsanstalt für Lebensmittelchemie
- Hochschule Weihenstephan-Triesdorf (Fakultät Land-und Ernährungswirtschaft)
- Kompetenzzentrum für Ernährung
- Gesellschaft für Hopfenforschung
- Max-Planck-Gesellschaft
- Bayerisches Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit
- Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft
- Bayerische Landesanstalt für Weinbau und Gartenbau
- Institut für Biodiversität
- Technologie- und Förderzentrum im Kompetenzzentrum für Nachwachsende Rohstoffe

⁸⁴ Siehe dazu Leyrer, Hans-Joachim (2004): Strategieoptionen für den Mittelstand in der Ernährungsbranche, in: Ders.; Strecker, Otto; Elles, Anselm (Hrsg.): Erfolgsstrategien für Lebensmittel. Business Trend, Analysen, Fallbeispiele. Frankfurt a.M., S. 54–58.

⁸⁵ Bayerisches Staatsministerium für Bildung und Kultur, Wissenschaft und Kunst (2016): Forschung in Bayern.

- Universität Bayreuth: Forschungsstelle für Nahrungsmittelqualität
- Bioland Erzeugerring Bayern e.V.
- Bioland Markt GmbH
- FABES Forschungs-GmbH für Analytik und Bewertung von Stoffübergängen

2009 wurde durch den Bayerischen Ministerrat **die Forschungs-und Innovationsagentur** errichtet; sie bietet Unterstützung für Unternehmer, Wissenschaftler und kleine oder mittelständische Unternehmen, die eine innovative Idee verwirklichen wollen. Die Agentur hilft von den ersten Schritten der Projektanbahnung bis hin zur Präsentation der Entwicklungen. Ziel ist es, den Unternehmen und Wissenschaftlern ein klares Bild über die möglichen Förderprogramme darzustellen. Dabei ist die Zusammenarbeit mit den Hochschulen von Bedeutung.

„*Ennovation*“ ist ein vom Cluster Ernährung durchgeführtes Programm, welches die Unternehmen durch verschiedene Angebote zu den Themen Prämierung, Qualifizierung und Dialog im Innovationsmanagement unterstützt. Mittelständische Unternehmen sollen dadurch in ihrer Zukunftsfähigkeit gefördert und unterstützt werden.⁸⁶

Im Bereich der Ernährungswissenschaften wurde im Jahr 2011 das Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) durch das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten ins Leben gerufen. Ziel ist es, zwischen der Ernährungsbildung, Ernährungswirtschaft/Produktion und Forschung einen Austausch zu schaffen. Informationen sollen leichter zugänglich gemacht werden und die Erkenntnisse sollen in der Praxis umgesetzt werden. Zum KErn gehören drei Bereiche: Wirtschaft, Wissenstransfer und Wissenschaft. Das Kompetenzzentrum arbeitet mit verschiedenen Hochschulen und Forschungsunternehmen zusammen um den aktuellen Wissensstand zu dokumentieren und aufzubereiten.⁸⁷

3.1.8 Internationalisierung

Die bayerische Land- und Ernährungswirtschaft exportierte im Jahr 2015 Waren im Wert von rund 8,7 Mrd. €; im Vergleich zum (Spitzen-)Vorjahr 2014 sind die bayerischen Agrarausfuhren somit leicht zurückgegangen. Ursächlich hierfür sind unter anderem die gesunkenen Nahrungsmittelpreise. Insgesamt sind die bayerischen Ausfuhren im Agrarsektor in den vergangenen Jahren deutlich angestiegen.⁸⁸

Die bayerischen Agrareinfuhren sind im Jahr 2015 weiter angestiegen. Seit 2009 hat der Import um über 2 Mrd. € zugenommen, alleine von 2014 auf 2015 um circa 0,5 Mrd. €. (Abbildung 17).⁸⁹

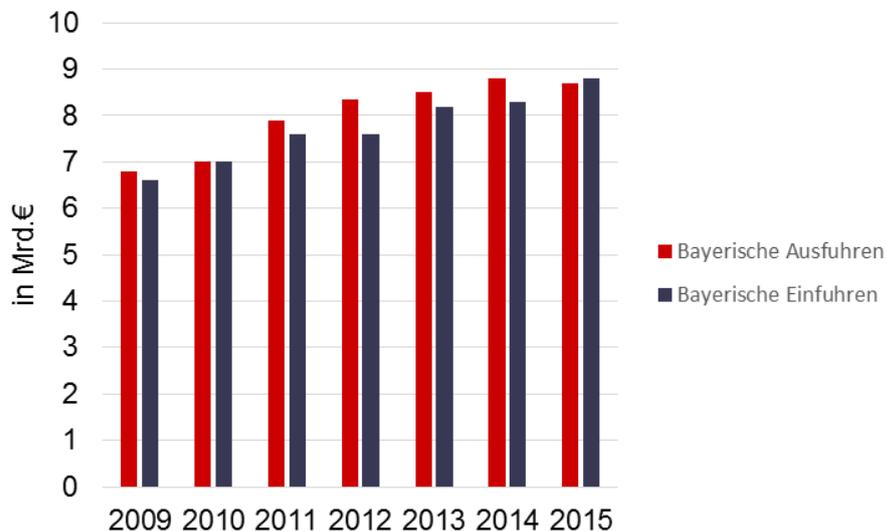
⁸⁶ KErn (2016): Ennovation – Ernährung im Wandel. Trends erkennen. Potenziale nutzen.

⁸⁷ KErn (2017): Über KErn.

⁸⁸ StMELF (2016): Bayerischer Agrarbericht 2016.

⁸⁹ StMELF (2016): Bayerischer Agrarbericht 2016.

Abbildung 17: Bayerische Agrarausfuhren und Agrareinfuhren (2009 – 2015)

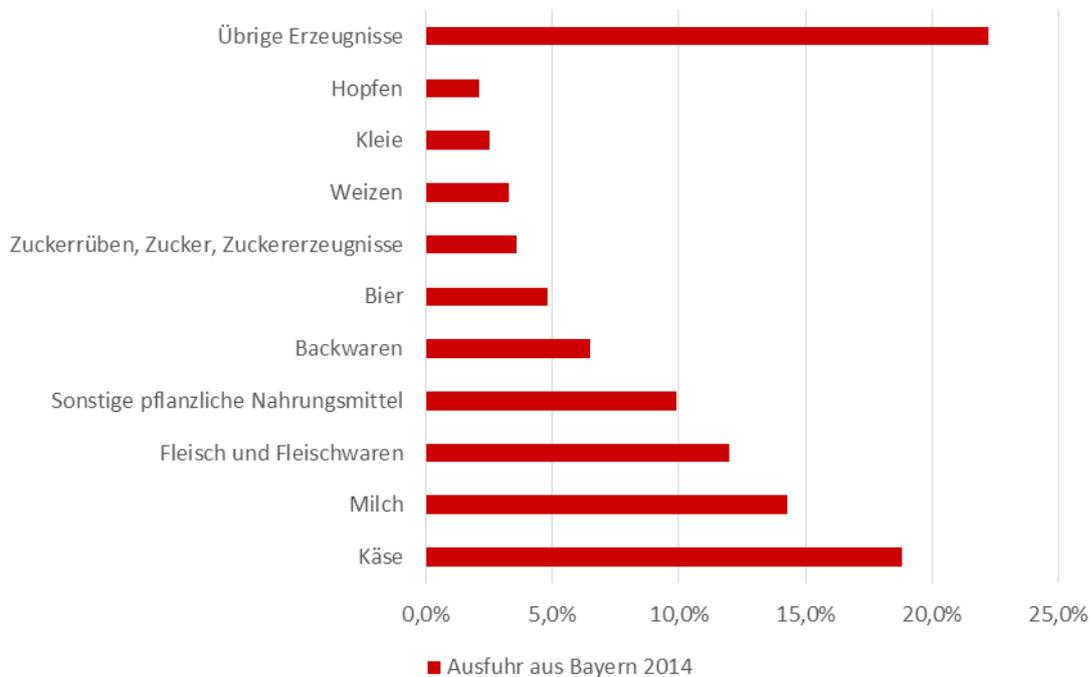


Quelle: Eigene Darstellung, Bayerischer Agrarbericht 2016

Die Exportquote der bayerischen Ernährungswirtschaft hat sich in den zurückliegenden Jahren insgesamt positiv entwickelt. Deutsche Produkte sind im Ausland generell beliebt und gefragt, wodurch ausländische Märkte Wachstumspotenziale bieten. Besonders hoch ist der Wert der Agrarausfuhren im Bereich der Milch- und Milchprodukte (Milch und Käse), von Fleisch- und Fleischwaren und sowie sonstigen pflanzlichen Nahrungsmitteln (Abbildung 18). Besonders hoch sind die Einfuhren der Agrarerzeugnisse Käse sowie Frischobst und Südfrüchte. (Abbildung 19).⁹⁰

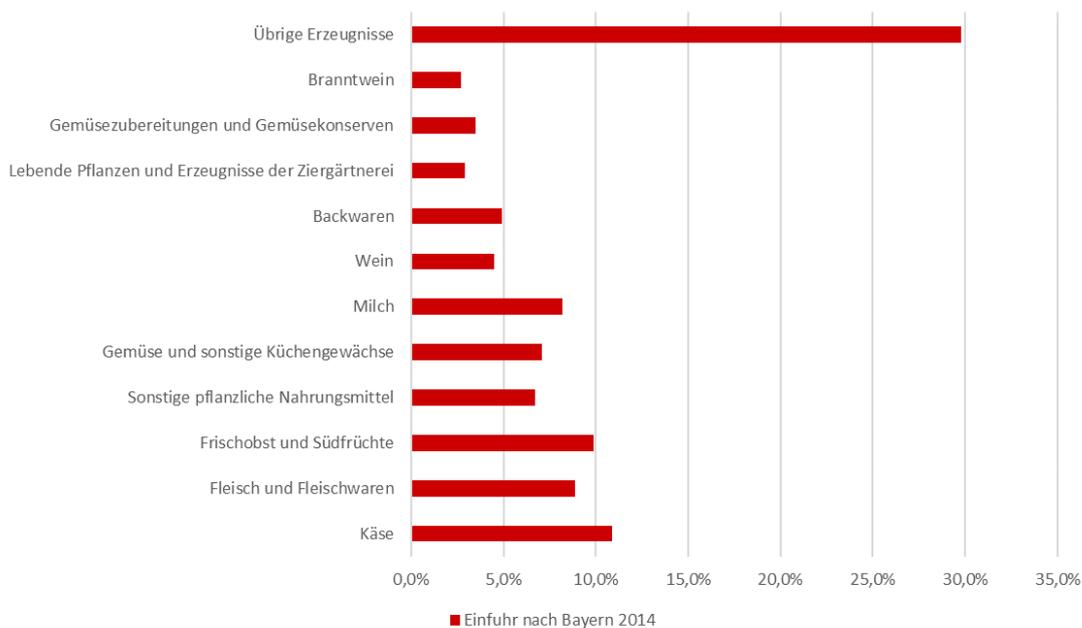
⁹⁰ StMELF (2016): Bayerischer Agrarbericht 2016.

Abbildung 18: Bayerische Ausfuhren ausgewählter Agrarerzeugnisse (2014)



Quelle: Eigene Darstellung, Bayerischer Agrarbericht 2016; 2014: 100 % = 8,82 Mrd. Euro

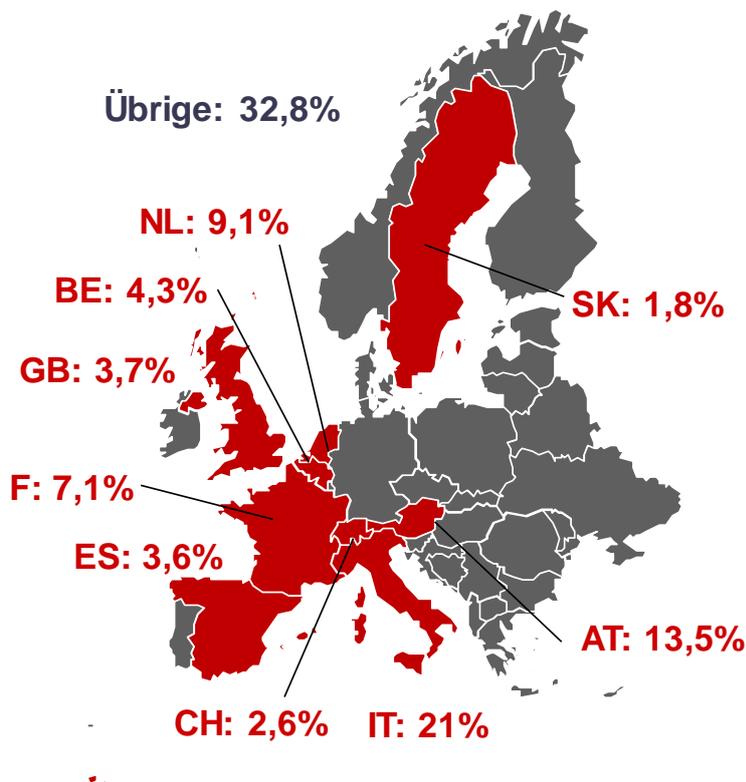
Abbildung 19: Bayerische Einfuhren ausgewählter Agrarerzeugnisse (2014)



Quelle: Eigene Darstellung, Bayerischer Agrarbericht 2016; 2014: 100 % = 8,33 Mrd. Euro

Rund 82 % der bayerischen Agrarausfuhren wurden in die EU-Mitgliedsstaaten geliefert. Gemessen am Umsatz war Italien mit 21,3 % größtes Abnehmerland bayerischer Agrar- und Ernährungsausfuhren im Jahr 2014. Auf Platz zwei lag Österreich mit 13,5 %, gefolgt von der Niederlande 9,1 % (Abbildung 20). Die Schweiz, China und Russland gehören außerhalb der EU zu den wichtigsten Abnehmerländern Bayerns.⁹¹

Abbildung 20: Wichtigste Abnehmerländer der bayerischen Agrar- und Ernährungsausfuhren 2014 (gemessen am Umsatz, 2014)



Quelle: Eigene Darstellung, Bayerischer Agrarbericht 2016; 100 % = 8,82 Mrd. €.

3.1.9 Standortbedingungen und Förderung

Bayern weist mit der zweitgrößten Bevölkerung und der drittgrößten deutschen Stadt München eine günstige Lage für Unternehmen auf. Darüber hinaus verfügt der Freistaat über eine moderne Verkehrsinfrastruktur, zwei internationale Flughäfen, drei Fernbahnhöfe und eine zentrale Lage in Europa.⁹² Bayern ist mit mehr als 137.000 Straßenkilometern in das deutsche Auto- und Fernstraßennetz eingebunden. Es bestehen sieben europäische Nord-Süd- bzw. Ost-West-Verbindungen, welche optimale Bedingungen für die Ausfuhr bayerischer Ware bietet. Der Freistaat wird mit den großen Überseehäfen an der Nordsee und den Häfen am

⁹¹ StMELF (2016): Bayerischer Agrarbericht 2016.

⁹² GeVestor (2016): Standortfaktoren in München: Die beliebteste Stadt bei Unternehmen.

Schwarzen Meer durch die knapp 3.500 km lange Rhein-Main-Donau-Wasserstraße verbunden.⁹³ Weiterhin zeichnet sich der Standort durch seine ausgezeichnete Forschungs- und Hochschullandschaft aus, in der an rund 75 Hochschulen und außeruniversitären Forschungsinstitutionen Forschung betrieben wird.⁹⁴

Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Verarbeitende Gewerbes in Bayern ist gemessen als Anteil an der gesamtwirtschaftlichen Bruttowertschöpfung im Vergleich zu 2000 von 24,5 % auf 26,5 % im Jahr 2014 gestiegen. Für Deutschland stagnierte dieser Wert im selben Zeitraum. Laut einer Studie der Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft (vbw) liegt Bayern im internationalen Vergleich der Standortqualität im Jahr 2014 auf Platz 2 (hinter Schweden).⁹⁵

Die Arbeitskosten sind durch Steuern, Energie-, Arbeits- und Logistikkosten vergleichsweise hoch, was jedoch auch ein Indikator für eine überdurchschnittliche Produktivität ist. Die Dynamik-Version des Standortindex gibt Informationen über die relative Entwicklung der Standortqualität seit 2000. Insgesamt gehört Bayern und Deutschland im Bereich einzelner investitionsrelevanten Standortkriterien zu den besten Ländern weltweit. Der Freistaat Bayern als Standort ist durch eine überdurchschnittlich bedeutende internationale Wettbewerbsfähigkeit und starke Industrie ausgezeichnet und nimmt auch in Zukunft durch eine weitere Industrialisierung stetig zu. Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Bayern durch überdurchschnittlich gute Standortbedingungen geprägt ist.⁹⁶

Der Freistaat Bayern, der Bund und die Europäische Union halten eine Vielzahl von Instrumenten bereit, die der Förderung v. a. kleiner und mittlerer Unternehmen und ihrer Entwicklung dienen. Die jeweiligen Schwerpunkte sind dabei vielfältig und reichen von Investitionsbeihilfen (z. B. Agrar- und Ernährungswirtschaft-Wachstum und Wettbewerb, Marktstrukturförderung) bis hin zur umfangreichen Förderung von Forschung, Entwicklung und Technologietransfer (z. B. Förderung internationaler Forschungskooperation zur Welternährung, Innovationsförderung des BMEL). Die Marktstrukturförderung richtet sich an Unternehmen in Bayern, die landwirtschaftliche Erzeugnisse aufnehmen, be- oder verarbeiten oder vermarkten.⁹⁷ Um den Ausbau der ökologischen und regionalen Absatzmärkte voranzubringen, werden Vermarktungskonzepte durch die Bund-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der Agrarstruktur und des Küstenschutzes“ und dem Land Bayern gefördert.⁹⁸

Weitere Förderprogramme verschiedener Institutionen, die bayerischen Unternehmen helfen, neue Märkte zu erschließen, sind z. B. das Förderprogramm „Go International – Fit für Auslandsmärkte“, „Exportförderungsmaßnahmen des BMEL“ und „Exportförderung durch Bayern International“.⁹⁹

⁹³ StMELF (2009): Cluster Ernährung Stark durch Vernetzung.

⁹⁴ Bayerisches Staatsministerium für Bildung und Kultur, Wissenschaft und Kunst (2016): Forschung in Bayern.

⁹⁵ StMWi (2015): Industrierbericht Bayern 2015.

⁹⁶ StMWi (2015): Industrierbericht Bayern 2015.

⁹⁷ StMELF (2016): Marktstrukturförderung.

⁹⁸ StMELF (2016): Agrarpolitik Förderung.

⁹⁹ Alp Bayern (2016): Förderprogramme und Beteiligungsangebote anderer Anbieter.

Die Ernährungswirtschaft ist generell und damit auch in Bayern kontinuierlich mit neuen Trends und Entwicklungen konfrontiert. Dadurch entstehen neue Markt- und Qualitätsanforderungen, die zusätzliche Herausforderungen für die Unternehmen induzieren. Da Anpassungen an neue Normen in einer gemeinsamen Umsetzung oftmals effizienter, zum Teil sogar nur im Verbund generierbar sind, ist eine enge Vernetzung der Branche sowie ihrer Akteure von herausragender Bedeutung.

Vor diesem Hintergrund wurde im Jahr 2006 der Cluster Ernährung gegründet. Ziel ist es, durch unternehmensübergreifende Kooperationen und Projekte gemeinsame Potentiale und Chancen zu nutzen und schließlich von gemeinsamen Handlungsvorhaben zu profitieren. Das Motto lautet *„Gemeinsam sind wir stark“* und soll Menschen vernetzen und unterstützen, die in der Ernährungswirtschaft in Bayern tätig sind. Der Cluster Ernährung gehört zu der „Cluster Offensive Bayern“, welche sich dem Ausbau des Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort Bayern gewidmet hat.¹⁰⁰

Das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten gründete den Ernährungsbeirat, um das Thema „Ernährung und Bewegung“ vermehrt zu diskutieren und die Bayerische Staatsregierung zu informieren. Die Mitglieder kommen aus der Medizin, Ernährungs- und Sportwissenschaft, Ernährungsbildung und der Ernährungsberatung.¹⁰¹

Wissenschaft und Alltag werden im Kompetenzzentrum für Ernährung vernetzt. Ziel ist es, die drei Bereiche Wissenschaft, Ernährungsinformation und Ernährungswirtschaft/Produktion zu verknüpfen und den Informationsfluss zwischen den verschiedenen Akteuren zu erleichtern. Die Aufgabenbereiche sind breit gefächert. So werden unter anderem wissenschaftliche Ergebnisse übersichtlicher dargestellt, Forschungsprojekte werden umgesetzt und Unternehmen in der Ernährung und Landwirtschaft werden bei der Planung und Umsetzung von Ideen und Projekten unterstützt.¹⁰²

Das Bayerische Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten gründete im Jahr 2011 „alp Bayern, Agentur für Lebensmittel-Produkte aus Bayern“. Ziel der Agentur ist es, die „Marke Bayern“ für Lebensmittel und Agrarprodukte aufzubauen und zu stärken. Des Weiteren soll das Verbraucherbewusstsein für die Qualität der bayerischen Produkte gestärkt und die Marktposition der bayerischen Ernährungswirtschaft, gemeinsam mit der Wirtschaft, ausgebaut werden.¹⁰³ Alp Bayern kooperiert mit verschiedenen Verbänden, dem Cluster Ernährung, dem Lehrstuhl für Marketing und Konsumforschung der Technischen Universität München und KErn um Maßnahmen wie die Durchführung verschiedener Kampagnen, die Organisation von Unternehmerreisen und Informations- und Absatzfördermaßnahmen im In- und Ausland umzusetzen.¹⁰⁴

In der Milchwirtschaft ist die Clusterbildung seit längerer Zeit von hervorgehobener Bedeutung. Bezüglich der Interessenvertretung der bayerischen Milchindustrie besteht in Bayern ein

¹⁰⁰ Cluster Ernährung (2016): Über Uns.

¹⁰¹ StMELF (2016): Fachliche Gremien für Ernährung.

¹⁰² StMELF (2012): Bericht Umsetzung des Konzepts Ernährung in Bayern.

¹⁰³ StMELF (2016): Marke Bayern – alp Bayern: Agentur für Lebensmittel – Produkte aus Bayern.

¹⁰⁴ StMELF (2016): Marke Bayern – alp Bayern: Agentur für Lebensmittel – Produkte aus Bayern.

funktionsfähiges Netzwerk zwischen Erzeugern- und Verarbeitern. Hierbei sind insbesondere die Landesvereinigung der Bayerischen Milchwirtschaft e.V., der Genossenschaftsverband Bayern e.V., der Verband der Bayerischen Privaten Milchwirtschaft e.V., der Zentralverband der Milcherzeuger in Bayern e.V. sowie die Milchwirtschaft Vereine Allgäu Schwaben e.V. und Franken e.V. aktiv.

Die bayerische Bierbranche ist für die gute Cluster-Aktivität und den großen Organisationsgrad bekannt. Die Hopfenerzeuger besitzen auf Bundesebene einen Dachverband und sind horizontal in Anbauverbände nach Anbaugebiete organisiert. Ebenso sind die Mälzereien auf Landes- und Bundesebene organisiert. Auch auf vertikaler Ebene besteht eine gute Zusammenarbeit. Forschung wird unter anderem in dem Wissenschaftszentrum Weihenstephan, der TU München (Lehrstühle für Brautechnologie), Gesellschaft für Hopfenforschung und der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft betrieben.¹⁰⁵

Nicht nur Netzwerke und Kooperationen haben einen Einfluss auf die Lebensmittelwirtschaft. Externe Einflüsse können das produzierende Ernährungsgewerbe sowohl stärken als auch schwächen. Die bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft untersuchte die Auswirkungen eines Freihandelsabkommen der EU mit den USA auf den bayerischen Agraraußenhandel. Das TTIP begünstigt dabei die Kostenseite der Rindfleischexporte in die EU. Die Kosten und Preisstruktur werden durch den Wechselkurs von Euro in USD dabei stark beeinflusst.¹⁰⁶

3.1.10 Branchen- und spezialisierungsfeldübergreifende Effekte

Für die Clusterbildung sind mit Hinblick auf Forschung und Entwicklung neben dem produzierenden Gewerbe der Ernährungswirtschaft auch bestimmte vor- und nachgelagerte Bereiche von Bedeutung. Essentielle Impulse für Prozess- und Produktinnovationen liefern hierbei insbesondere Unternehmen der Verpackungstechnik des Maschinenbaus als Technologie-Lieferanten und „Innovationstreiber“. Der Maschinenbau ist – gemessen an den Beschäftigten – der größte, in Bezug auf den Umsatz die zweitgrößte Branche innerhalb der bayerischen Industrie. 2016 erwirtschaftete der Maschinenbau einen Umsatz von 49,7 Mrd. €, das entspricht 14 % des bayerischen Industrieumsatzes. Im Freistaat waren im Jahr 2016 rund 224.408 Beschäftigte in 912 Betrieben im Maschinenbau tätig.¹⁰⁷

Für eine intensive Vernetzung zwischen der Verpackungstechnik und der Ernährungswirtschaft sind in Bayern somit die notwendigen Voraussetzungen gegeben. Insbesondere im Allgäu hat sich der Wirtschaftszweig „Verpackungstechnik“ stark entwickelt und spielt international eine bedeutende Rolle. 2006 wurde an der Hochschule für angewandte Wissenschaft-FH Kempten ein Lehrstuhl eingerichtet, der zwischen der Wirtschaft und der Wissenschaft Beziehungen verstärken und aufbauen soll. Ebenso bestehen Kooperationen der Ernährungs-

¹⁰⁵ StMELF (2012): „Cluster Ernährung – Stark durch Vernetzung“.

¹⁰⁶ LfL (2015): Auswirkungen eines Freihandelsabkommens der EU mit den USA (TTIP) auf den bayerischen Agraraußenhandel.

¹⁰⁷ StMWi (2016): Industriebericht Bayern 2016.

branche mit der TU München und dem Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung IVV. Im Jahr 2009 wurde der ZLV e.V. „Zentrum für Lebensmittel- und Verpackungstechnologie“ gegründet, welcher eine Verbindung zwischen der Wissenschaft, Forschung, Lehre und Analytik schafft. Das Cluster Ernährung gehört zu den Gründungsmitgliedern des Vereins.¹⁰⁸

Logistik ist für die Unternehmen der Ernährungswirtschaft zur Optimierung von Kosten und Qualität von herausragender Bedeutung. Sie wird von den Unternehmen der Ernährungsbranche derzeit noch überwiegend in Eigenregie wahrgenommen. Dies trifft insbesondere auf die Lagerung und Kommissionierung, den Transport, das Supply Chain Management und auch die Distributionslogistik zu. Stetig zunehmend werden jedoch (insbesondere in der Getränkebranche) einzelne Bereiche wie die Reverse Logistic und auch die Beschaffung an externe Dienstleister ausgelagert. In Bayern sind rund 400.000 Beschäftigte in der Logistik tätig. Mit einem jährlichen Umsatz von rund 30 Mrd. € spielt die Logistik damit eine relevante Rolle innerhalb der bayerischen Wirtschaft.¹⁰⁹

Der Freistaat bietet eine gute Infrastruktur, welche die Logistik stark vereinfacht. Damit die Qualität der Lebensmittel auf dem Weg zum Verbraucher erhalten bleibt, ist der Transport hohen Anforderungen ausgesetzt; die europäische Gesetzgebung sieht hier strenge Regeln vor. In Bayern sind rund zehn Universitäten und circa 15 Fachhochschulen mit dem Schwerpunkt Logistik vertreten. Ebenso bieten Berufsschulen verschiedene Berufsausbildungen im Bereich Logistik an und sechs bayerische IHKs haben diverse Angebote zur Fortbildung.¹¹⁰

¹⁰⁸ StMELF (2009): Cluster Ernährung Stark durch Vernetzung.

¹⁰⁹ Bayerisches Staatsministerium des Inneren, für Bau und Verkehr (2016): Güter und Logistik.

¹¹⁰ StMELF (2009): Cluster Ernährung Stark durch Vernetzung.

3.2 Regionaler Vergleich der bayerischen Ernährungswirtschaft

Vor dem Hintergrund globalisierender Märkte agiert die bayerische Ernährungswirtschaft in einem zunehmend internationaleren Wettbewerbsumfeld, das die Entwicklung der Branche mit beeinflusst. Daher ist es wesentlicher Bestandteil der Status-Quo Analyse, neben den Kernthemen der bayerischen Ernährungswirtschaft auch einen regionalen Vergleich vorzunehmen. Neben der Einordnung in die allgemeine Entwicklung der deutschen Ernährungswirtschaft (Kap. 3.2.2) ist auch der direkte regionale Vergleich zu ziehen (Kap. 3.2.1), um die Potentiale des Standorts, seiner Unternehmen und seiner Regionen bestimmen zu können. Der Fokus wird hierbei erstrangig auf die umsatz- und beschäftigungsstärksten Wirtschaftszweige in der Ernährungswirtschaft in Bayern gelegt, die im Rahmen der Sekundärdatenanalyse bestimmt wurden.

3.2.1 Regionaler Vergleich auf Landesebene

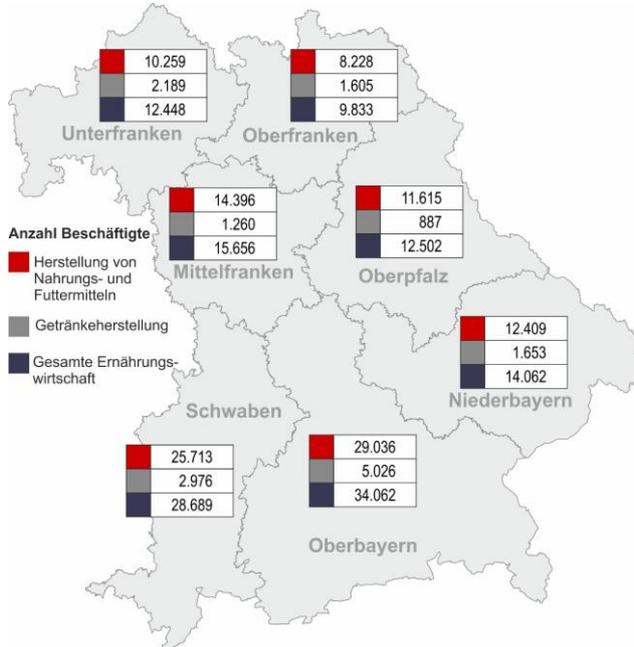
Bayern erstreckt sich über eine Fläche von rund 70.550 km², womit es das flächenmäßig größte Bundesland der Bundesrepublik ist. Mit 12 Mio. Einwohnern liegt es in der Bevölkerungstärke auf dem zweiten Platz. Der Freistaat unterteilt sich in sieben Regierungsbezirke: Oberbayern, Niederbayern, Oberpfalz, Oberfranken, Mittelfranken, Unterfranken und Schwaben.¹¹¹ Die größte bayerische Stadt ist die Landeshauptstadt München im Regierungsbezirk Oberbayern (1,4 Mio. Einwohnern), gefolgt von Nürnberg (0,5 Mio. Einwohner), Augsburg (0,3 Mio.) und Regensburg (0,1 Mio. Einwohner). Rund 80 % der bayerischen Bevölkerung leben auf dem Land, weshalb neben den genannten Stadtregionen auch dem ländlichen Raum eine hervorgehobene, wirtschaftliche Bedeutung zukommt.¹¹² Der ländliche Raum nimmt somit maßgeblich Einfluss auf die aktuelle Situation und die Perspektiven der Ernährungswirtschaft in Bayern.

Die Bedeutung des produzierenden Ernährungsgewerbes als Arbeitgeber in den ländlichen Gebieten wird in Abbildung 21 deutlich. Die Graphik stellt den regionalen Beschäftigungsfaktor in Betrieben der Getränkeherstellung und der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln mit mehr als 20 Mitarbeitern dar. Der bedeutsamste Regierungsbezirk hinsichtlich der Beschäftigtenzahl ist Oberbayern, hier befinden sich knapp 30 % der Arbeitsplätze des bayerischen produzierenden Ernährungsgewerbes.

¹¹¹ Bayerische Staatsregierung (2017): Staat und Kommunen.

¹¹² Vbw Die bayerische Wirtschaft (2014): Studie. Die Strukturentwicklung der ländlichen Räume in Bayern.

Abbildung 21: Regionaler Beschäftigungsfaktor (Betriebe > 20 MA)

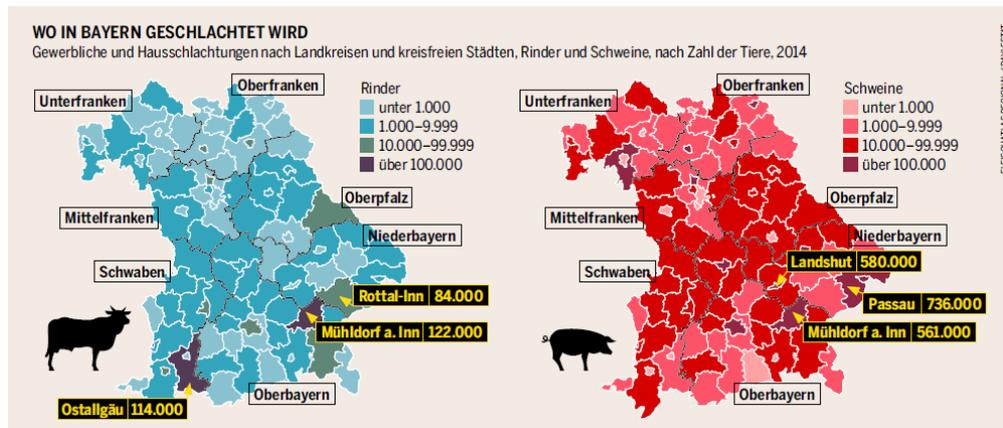


Quelle: Eigene Darstellung, StMWi (2016): Industriebericht Bayern 2016.

Schlachtung und Fleischverarbeitung

Insbesondere Mühldorf a. Inn in Oberbayern, das Ostallgäu und Rottal-Inn weisen ein hohes Schlachtaufkommen von über 80.000 Rindern auf (Abbildung 22). Die höchsten Schlachtungszahlen bei Schweinen finden sich in Mühldorf a. Inn in Oberbayern, Landshut und Passau.¹¹³

Abbildung 22: Schlachtungen in Bayern 2014



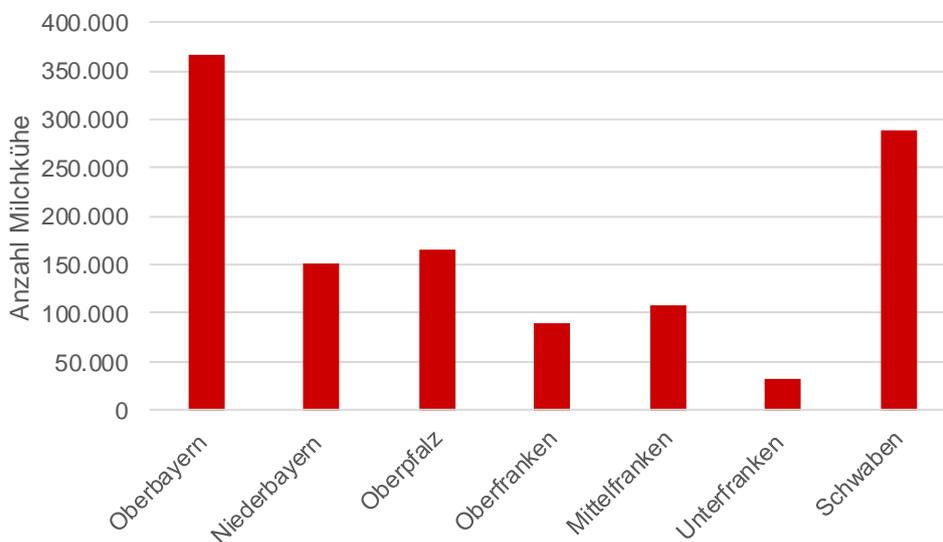
Quelle: Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland (2016).

¹¹³ Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland (2016).

Milchverarbeitung

Auch die Milchkuhbestände sowie die Anzahl an Milchkuhhaltern weisen teilweise starke Unterschiede zwischen den einzelnen bayerischen Regionen auf (Abbildung 23 und Abbildung 24). Ein hoher Bestand an Milchkühen liegt in Oberbayern (2016: 366.238) und Schwaben (2016: 288.521) vor, geringer ist er in Unterfranken und Oberfranken. Die Entwicklung der Anzahl an Milchkühen ist in den vergangenen Jahren in allen Regionen nahezu stabil gewesen.¹¹⁴

Abbildung 23: Milchkuhbestände in Bayern nach Regionen (2016)



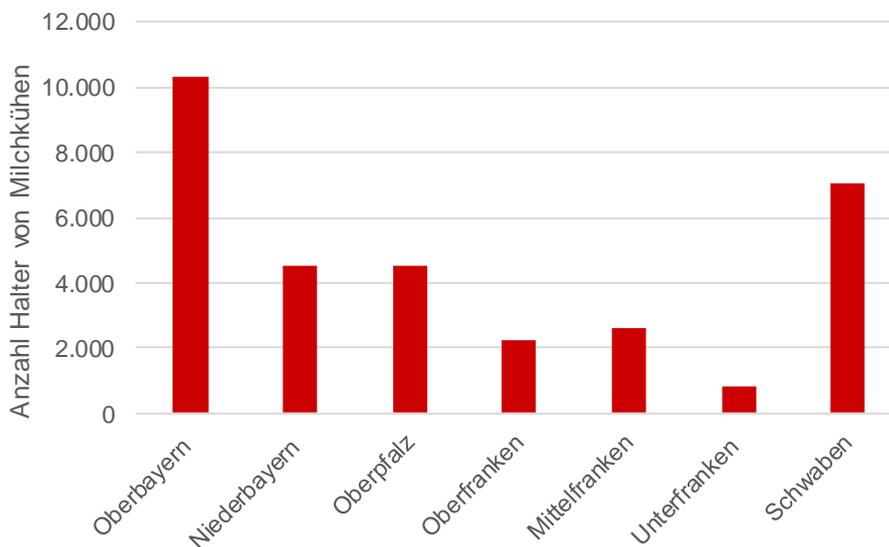
Quelle: Eigene Darstellung, Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (2016): Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft.

Auch hinsichtlich der Anzahl an Milchkuhhaltern ist zu beobachten, dass in Oberbayern und Schwaben eine hohe Konzentration vorliegt, während in Ober-, Mittel- und Unterfranken weniger Halter von Milchkühen beheimatet sind. Im Gegensatz zu den Milchkuhbeständen ist aber festzustellen, dass die Anzahl an Milchkuhhaltern tendenziell abnimmt, während in allen Regionen die Anzahl der Milchkühe zunimmt. Die bayerische Milchherstellung erfährt daher in allen Regionen Konzentrationsprozesse hin zu größeren Betrieben mit mehr Milchkühen.¹¹⁵

¹¹⁴ LfL (2016) Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft.

¹¹⁵ LfL (2016): Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft.

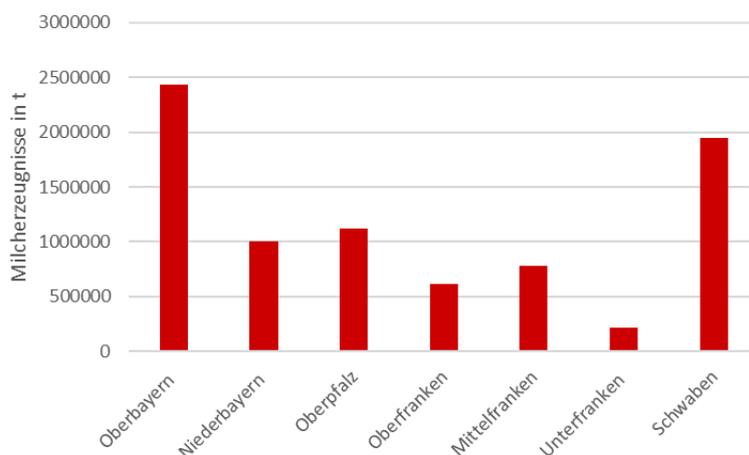
Abbildung 24: Anzahl an Milchkühaltern in Bayern nach Regionen (2016)



Quelle: Eigene Darstellung, Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (2016): Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft.

In der Milcherzeugung sind vor allem die Regionen Oberbayern und Schwaben von großer Bedeutung (Abbildung 25). In Oberbayern wird die meiste Milch produziert, gefolgt von Schwaben.¹¹⁶ Unterfranken erzeugt im Bayernvergleich die geringste Menge Milch.

Abbildung 25: Milcherzeugung in Bayern nach Regionen (2015)



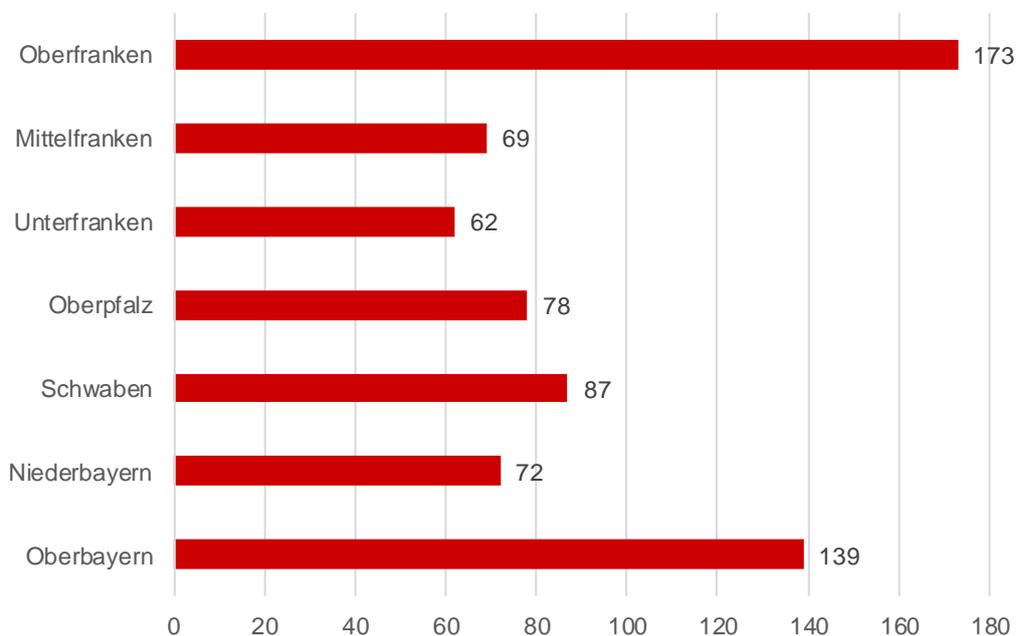
Quelle: Eigene Darstellung, Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (2015): Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft.

¹¹⁶ LfL (2015): Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft.

Herstellung von Bier

In Oberfranken liegen 25 % aller bayerischen Braustätten (173), die dem bayerischen produzierenden Ernährungsgewerbe angehören (Abbildung 26). Damit liegt Oberfranken deutlich vor Oberbayern (139) und Schwaben (87). Die bayerische Bierwirtschaft erreichte 2016 einen Absatz von knapp 23,5 Mio. hl. und erwirtschaftete einen Umsatz von 2,1 Mrd. €. In insgesamt 110 Betrieben waren 9.751 Fachkräfte beschäftigt.¹¹⁷

Abbildung 26: Braustätten in Bayern 2017



Quelle: Eigene Darstellung, Bayerisches Bier (2016): Die Brauereien.

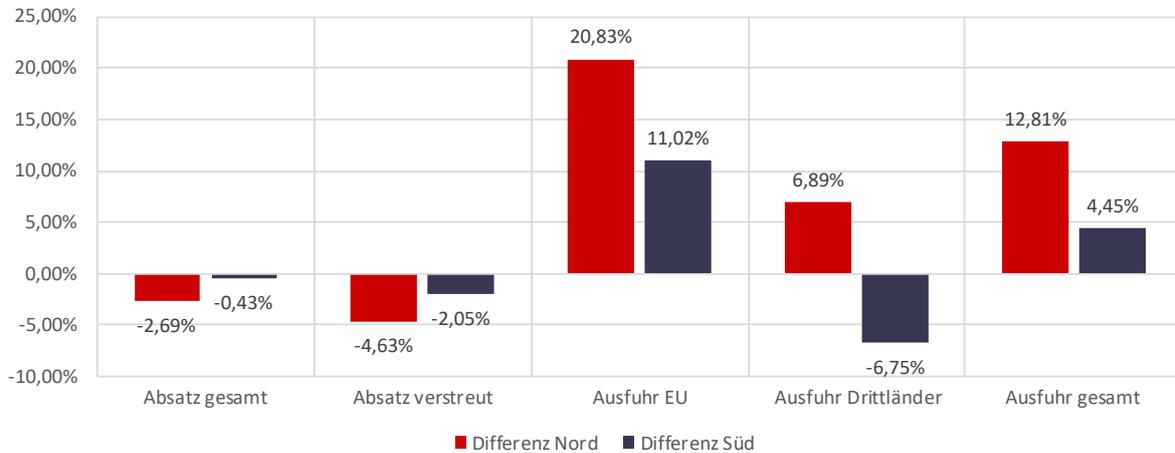
Der Bierabsatz hat zwischen den Jahren 2015 und 2016 im nördlichen- wie im südlichen Teil¹¹⁸ des Freistaats leicht abgenommen (Abbildung 27). Positiv hat sich der Export in andere EU-Länder entwickelt, der in Nordbayern sogar um ein Fünftel zugelegt hat, in Südbayern immerhin um gut 11 %. Deutlich geringer war die nordbayerische Exportzunahme in Drittländer. Der Export in Drittländer aus Südbayern hat sogar abgenommen.¹¹⁹

¹¹⁷ Bayerisches Bier (2016): Die Brauereien. & LfL (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

¹¹⁸ Nordbayern: Oberfranken, Mittelfranken, Unterfranken, Oberpfalz; Südbayern: Oberbayern, Niederbayern, Schwaben.

¹¹⁹ Bayerisches Bier (2016): Die Brauereien.

Abbildung 27: Bierabsatz Nord- und Südbayern im Vergleich (2016 zu 2015)

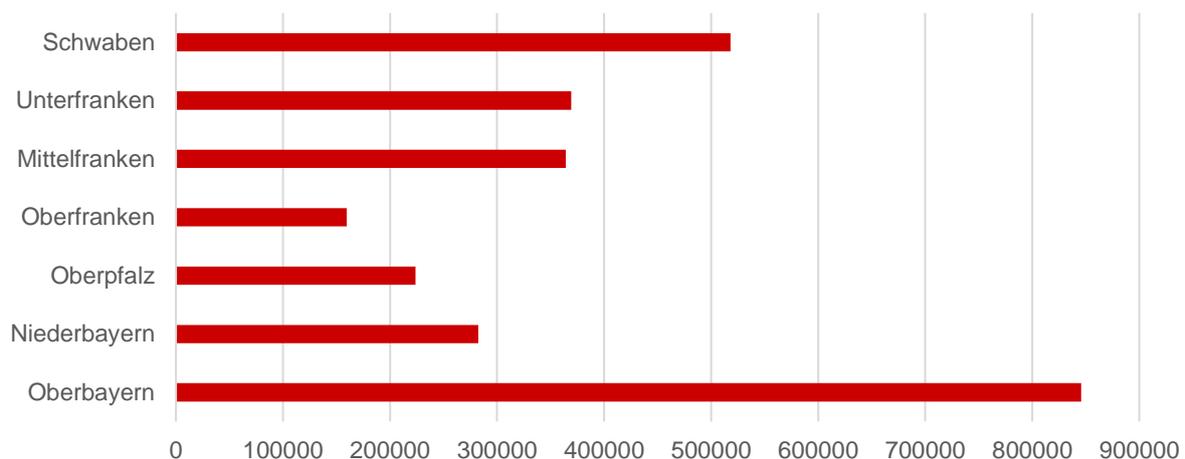


Quelle: Eigene Darstellung, Bayerischer Brauerbund (2017): Der Biermarkt 2016.

Herstellung von Backwaren

Die Herstellung von Backwaren ist eine der Kernbranchen des bayerischen produzierenden Ernährungsgewerbes (Abbildung 28). Hier werden die meisten Personen beschäftigt. Die höchsten Umsätze werden in der Region Oberbayern (845 Mio. €) erwirtschaftet, in Oberfranken sind die Umsätze der Branche am geringsten.

Abbildung 28: Umsätze in der Herstellung von Backwaren (produzierendes Ernährungsgewerbe) nach Region (2016)¹²⁰

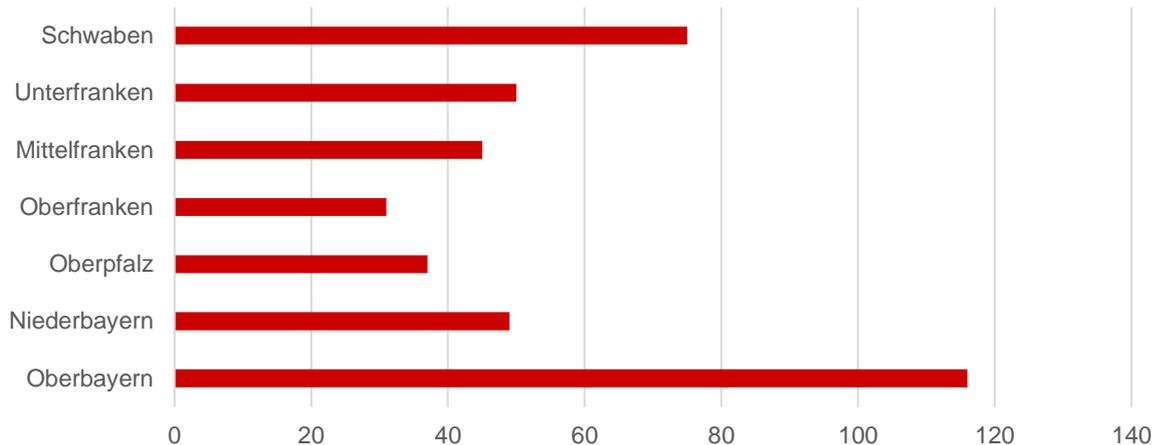


Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Verarbeitendes Gewerbe in den Regierungsbezirken und Regionen Bayerns 2016.

¹²⁰ Hierbei werden nur die Backwaren betrachtet. Dauerbackwaren und Teigwaren werden nicht berücksichtigt, da hier aufgrund der geringen Anzahl an Betrieben in den Regionen häufig keine Angaben in der Statistik zu diesen Subbranchen gemacht werden. Dies gilt auch für Abbildung 29.

Auch die Anzahl der Betriebe in den einzelnen bayerischen Region zeigt auf, dass die Herstellung von Backwaren in der Region Oberbayern (116 Betriebe, Abbildung 29) stark ausgeprägt ist. Die zweit meisten Betriebe sind in Schwaben zu zählen.

Abbildung 29: Betriebe in der Herstellung von Backwaren (produzierendes Ernährungsgewerbe) nach Region (2016)



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Verarbeitendes Gewerbe in den Regierungsbezirken und Regionen Bayerns 2016.

3.2.2 Regionaler Vergleich auf Bundesebene

Ergänzend zum Vergleich der bayerischen Regionen wird nachfolgend Bayern ins Verhältnis mit anderen Bundesländern gesetzt. Zur Übersicht fasst Tabelle 4 die wesentlichen Kennzahlen nochmal zusammen:

Tabelle 4: Vergleich produzierendes Ernährungsgewerbe Bayern / Deutschland (2016)

Kenngröße	Produzierendes Ernährungsgewerbe Bayern ¹²¹	Produzierendes Ernährungsgewerbe Deutschland ¹²²
Betriebe und Betriebsgrößen	1.104 Betriebe 127.300 Beschäftigte	5.940 Betriebe 580.030 Beschäftigte
Umsätze	28,0 Mrd. €	171,3 Mrd. €

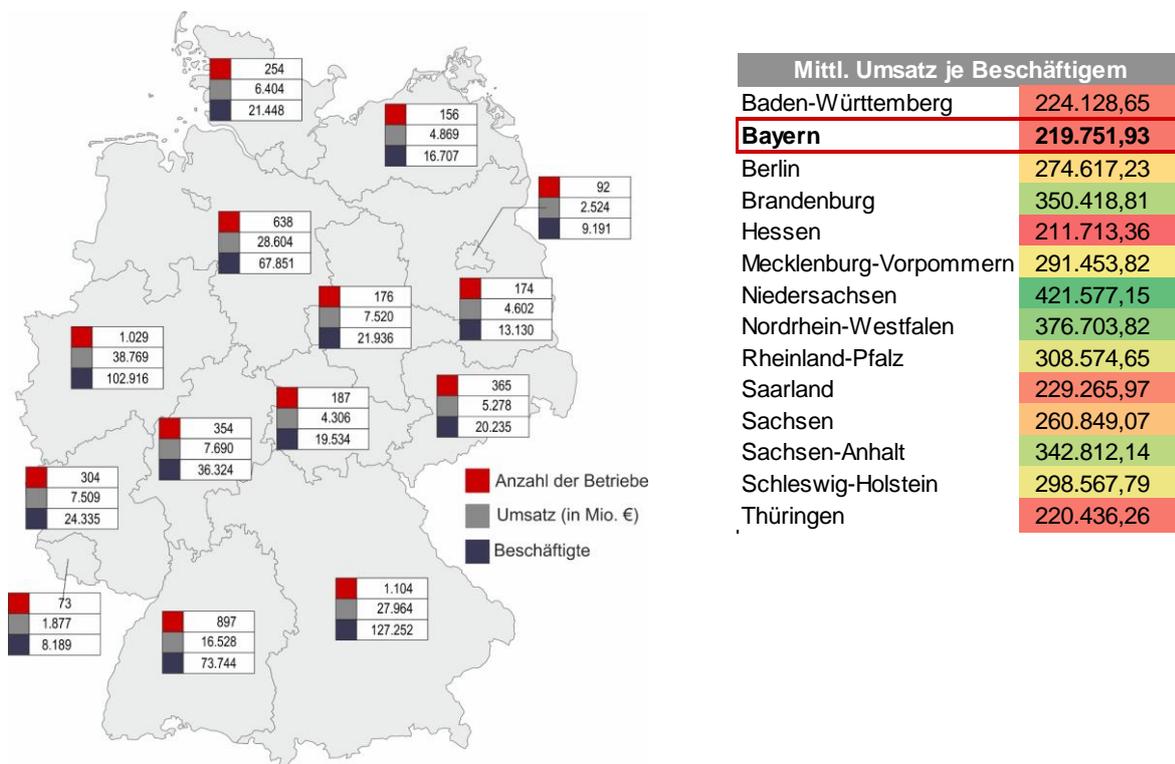
In Deutschland waren 2016 insgesamt 5.940 Betriebe im produzierenden Ernährungsgewerbe registriert, darunter 5.393 in der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln und 547 in der Getränkeherstellung. Bayern zählt mit 1.104 Betrieben mit mehr als 20 Beschäftigten die meisten Betriebe, während das Saarland mit 73 Betrieben (Nahrungs- und Futtermittel sowie

¹²¹ StMWi (2016): Industriebericht Bayern 2016.

¹²² BVE (2017): Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2017.

Getränke) abgesehen von den Stadtstaaten am wenigsten Betriebe innerhalb Deutschlands zählt. Das (deutlich bevölkerungsreichere) Nordrhein-Westfalen liegt mit 1.029 Betrieben hinter Bayern (vgl. Abbildung 30). In NRW konzentrieren sich vor allem Betriebe der Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln (960), während Bayern deutlich mehr Betriebe in dem Bereich der Getränkeherstellung (NRW: 69) aufweist.¹²³

Abbildung 30: Das produzierende Ernährungsgewerbe in Bayern – eine Einordnung in Zahlen (im Jahr 2016)



Im Vergleich der Bundesländer wird erneut die kleinteilige Struktur der bayerischen Ernährungswirtschaft deutlich. In NRW erwirtschaftete das produzierende Ernährungsgewerbe mit rund 38,7 Mrd. € mehr Umsatz als in Bayern bei geringerer Anzahl an Betrieben. Der durchschnittliche Umsatz pro Betrieb über 20 Beschäftigte ist in Bayern somit deutlich geringer als in NRW (vgl. Abbildung 30).¹²⁴ Im Vergleich der drei umsatzstärksten Bundesländer des produzierenden Ernährungsgewerbes Nordrhein-Westfalens, Baden-Württembergs und Bayerns

¹²³ Statistisches Bundesamt (2017): Beschäftigte und Umsatz der Betriebe im Verarbeitenden Gewerbe: Bundesländer, Jahre, Wirtschaftszweige (WZ2008 2-Steller).

¹²⁴ Statistisches Bundesamt (2017): Beschäftigte und Umsatz der Betriebe im Verarbeitenden Gewerbe, Ergebnis 42271-0011, Tabelle WZ2008 2-Steller. Umsatz nur für die Nahrungs- und Futtermittelherstellung verfügbar, nicht aber für die Getränkeherstellung.

waren im Freistaat 2016 die meisten Personen (knapp 127.300) beschäftigt (NRW: 103.000; Baden-Württemberg 73.700 Beschäftigte).¹²⁵

Schlachten und Fleischverarbeitung

Von den 100 größten Unternehmen der Fleischwirtschaft ist lediglich eine Minderheit in Bayern angesiedelt, die Zentren der deutschen Produktion liegen vornehmlich in Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen (Abbildung 31). Bezüglich der Handwerksmetzgereien weist der Freistaat bundesweit eine der höchsten Dichten auf. So meldet der Deutsche Fleischerverband im aktuellen Geschäftsbericht 43 Verkaufsstellen des Metzgerhandwerks pro 100.000 Einwohner. Nur Thüringen verfügt mit 46 Verkaufsstellen über eine höhere durchschnittliche Anzahl an Verkaufsstellen pro Einwohner.¹²⁶ Neben den damit verbundenen positiven Effekten wie Präsenz in der Fläche etc. weist dieser Indikator darauf hin, dass einige dieser Betriebe in Zukunft unter verstärktem Druck geraten könnten, da sie vor dem Hintergrund nationaler Konzentrationsprozesse nicht mehr wettbewerbsfähig sein werden.

¹²⁵ Statistisches Bundesamt (2017): Beschäftigte und Umsatz der Betriebe im Verarbeitenden Gewerbe, Ergebnis 42271-0011, Tabelle WZ2008 2-Steller.

¹²⁶ Bayerische Staatszeitung (2017): Deutschlands Wurstbastionen.

Abbildung 31: Top-100 Unternehmen der Fleischwirtschaft in Deutschland

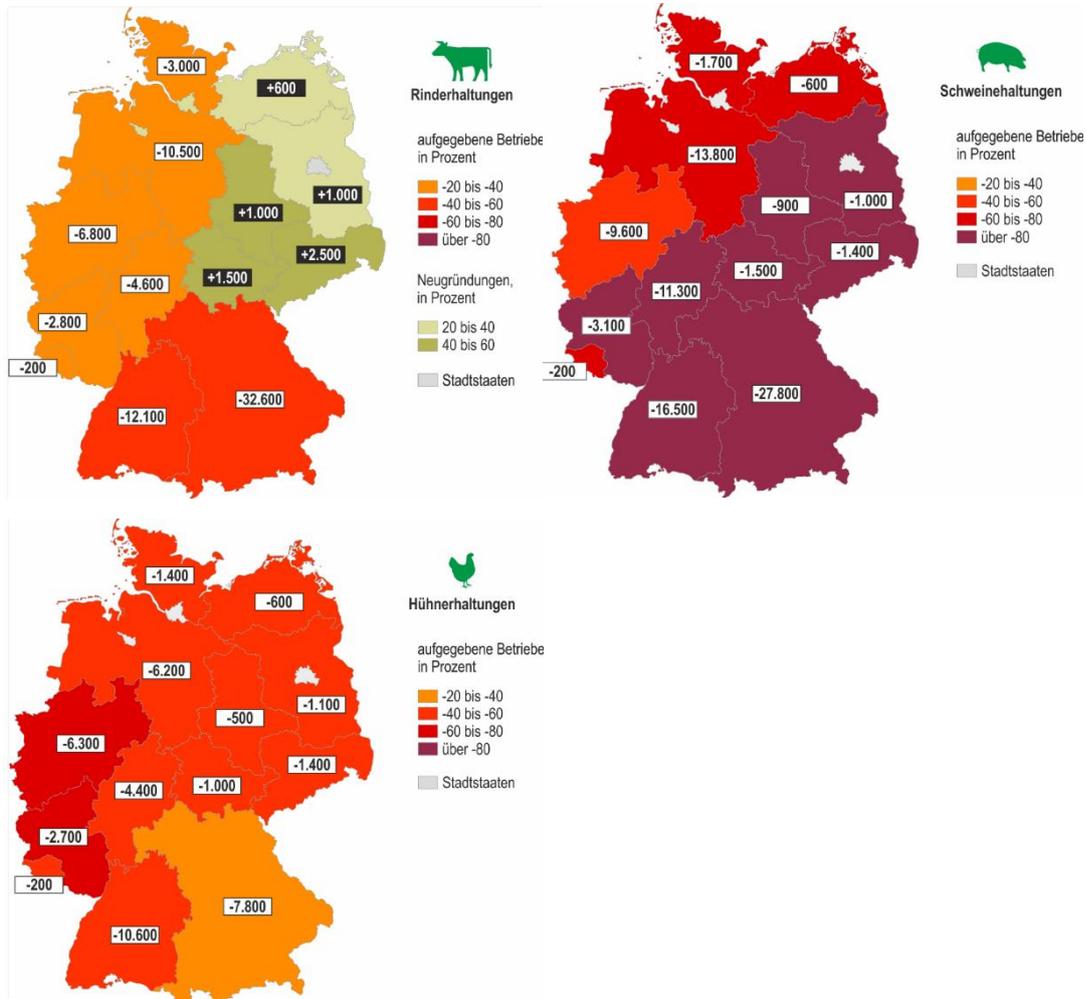


Quelle: afz-allgemeine fleischer zeitung (2016): Fleischmärkte im Überblick – Marktanalyse 2016; Deutscher Fachverlag GmbH.

Konzentrationsprozesse existieren nicht nur in der Fleischverarbeitung und dem Verkauf, sondern auch in der Tierhaltung. In Bayern ist dies vor allem bei der Schweine- sowie bei der Rinderhaltung zu beobachten. Hierbei ist die Anzahl an Betrieben in der Rinder-, Hühner- und Schweinehaltung massiv zurückgegangen. Zwischen den Jahren 2001 bis 2013/15 haben in der Rinderhaltung über 60 % und in der Schweinehaltung in Bayern sogar über 80 % der Betriebe aufgegeben. Ein vergleichbarer Trend, wenn auch nicht ganz so stark ausgeprägt, ist auch in den meisten anderen Bundesländern zu beobachten. Neugründungen von Rinderbetrieben sind nur in den neuen Bundesländern Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen zu beobachten (vgl. Abbildung 32). Trotz der sinkenden Betriebszahlen steigt die Produktion, und auch die Exportmengen nehmen aufgrund des gleichbleibenden Fleischverbrauchs in Deutschland zu.¹²⁷

¹²⁷ Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland (2016): Fleischatlas 2016.

Abbildung 32: Tierhaltungsstruktur in Deutschland 2013/15 gegenüber 2001



Quelle: Eigene Darstellung, Quelle: Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland (2016): Fleischatlas 2016. Daten und Fakten über Tiere als Nahrungsmittel.

Im Bundesvergleich weist die bayerische Fleischwirtschaft Produktivitätsrückstände auf. Der durchschnittliche Umsatz je Betrieb bzw. je Mitarbeiter lag 2015 deutlich hinter den entsprechenden Kennziffern der westdeutschen Verarbeitungszentren in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen zurück (vgl. Tabelle 5). Gleichzeitig zählt Bayern aber auch die höchste Anzahl an Betrieben sowie die zweitmeisten Beschäftigten (nach NRW) in der Schlachtung und Fleischverarbeitung. Auch in den meisten neuen Bundesländern führten Konzentrations- und Rationalisierungsprozesse in den zurückliegenden Jahren dazu, dass die Region als Ganzes mittlerweile eine höhere Arbeitsproduktivität aufweist als der Freistaat. Zu beachten ist, dass in diese Betrachtung lediglich größere Betriebe (ab 20 Mitarbeiter) einfließen – also die Gruppe an Unternehmen, die potenziell auch im internationalen Wettbewerb agieren.

Tabelle 5: Kennzahlen der Schlachtung und Fleischverarbeitung in Bayern und ausgewählten Regionen 2015 (Betriebe mit mind. 20 Beschäftigten)

Land	Bayern	Thüringen	NRW	Schleswig-Holstein	Mecklenburg-Vorpommern	Niedersachsen
Anzahl der Betriebe	216	53	213	48	40	153
Anzahl der Mitarbeiter	18.200	4.331	20.116	3.760	3.441	23.978
Umsatz (in Mio. Euro)	4.500	852	11.666	1.571	969	9.911
Mittlere Größe pro Betrieb (in Mitarbeitern)	84,26	81,72	94,44	78,33	86,03	156,72
Mittlerer Umsatz pro Betrieb (in Mio. €)	20,83	16,08	54,77	32,73	24,23	64,78
Arbeitsproduktivität in Mio. € (Umsatz pro Mitarbeiter)	0,25	0,20	0,58	0,42	0,28	0,41

(Quelle: Statistische Landesämter der aufgeführten Bundesländer)

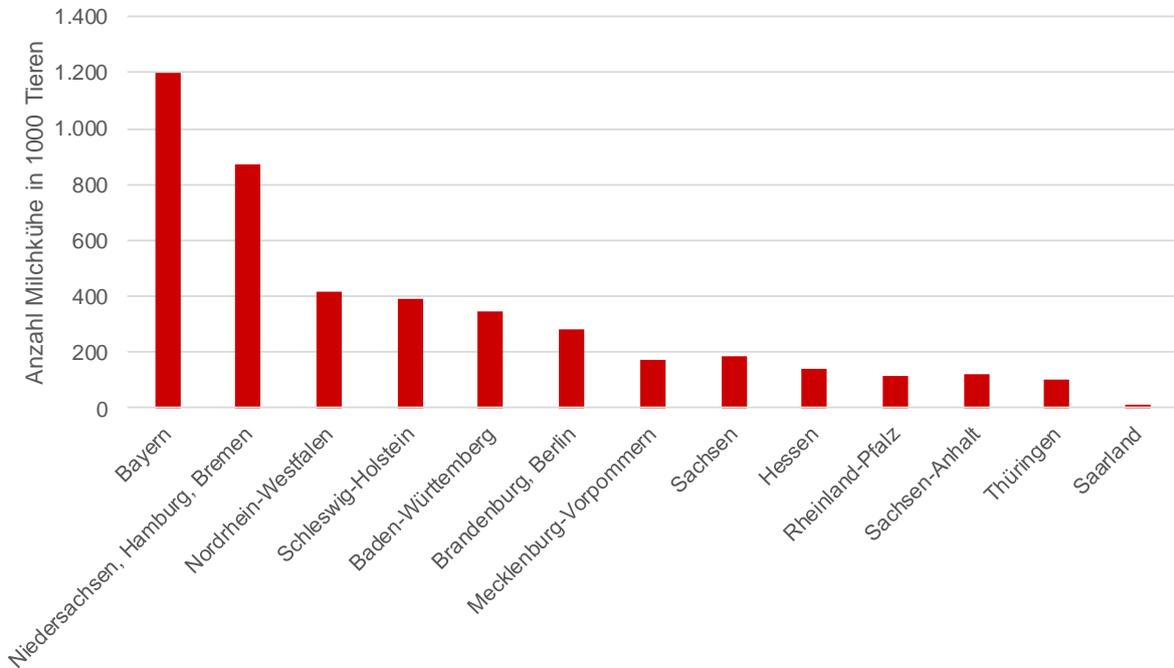
Milchverarbeitung

Wesentlicher Faktor in der Milchverarbeitung ist die gute Basis an landwirtschaftlichen Rohstoffen: Bayern beheimatet im Vergleich zu den anderen Bundesländern mit Abstand die meisten Milchkühe (siehe Abbildung 33). Die wenigsten Milchkühe sind in Thüringen und im Saarland zu zählen.¹²⁸ Auch die Anzahl der Betriebe mit Milchkuhhaltung weist eine große Heterogenität zwischen den Bundesländern auf (siehe Abbildung 34). Bayern ist hierbei Spitzenreiter mit über 32.000 Milchkuhbetrieben (2017). Gleichzeitig ist jedoch auf Basis der hier vorliegenden Daten festzuhalten, dass die durchschnittliche Anzahl der Milchkühe pro Betrieb in Bayern im nationalen Vergleich nicht sonderlich hoch ist (siehe Abbildung 35): Insbesondere in Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern sind viele Großbetrieben mit vielen Milchkühen verortet. Insgesamt lässt sich aber in allen Bundesländern der Trend beobachten, dass die Anzahl der Milchkühe pro Betrieb zunimmt.¹²⁹

¹²⁸ Statista (2017): Milchkuhbestand in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2017.

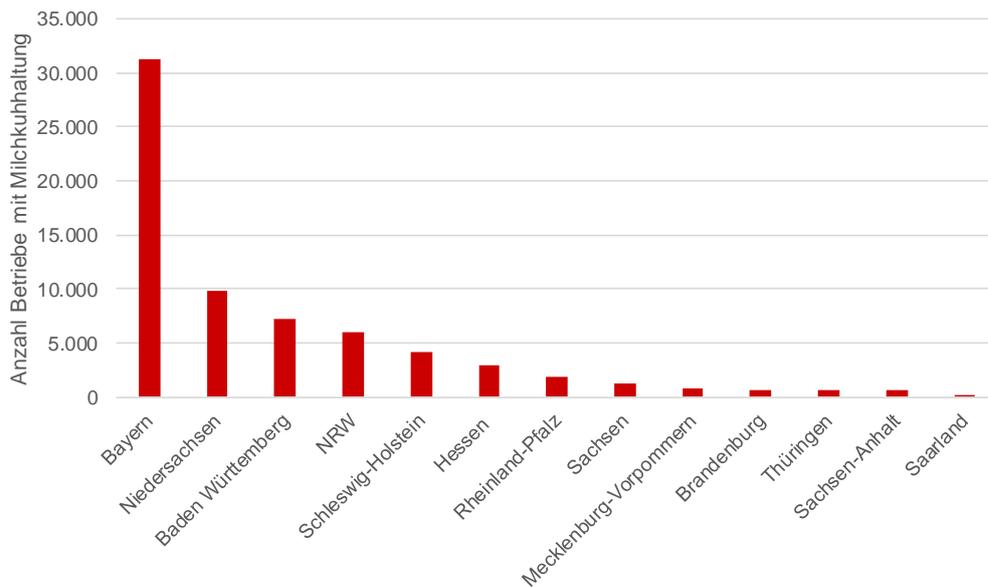
¹²⁹ Statista (2016): Anzahl der Betriebe mit Milchkuhhaltung in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2016.

Abbildung 33: Bestand an Milchkühen nach Bundesland im Jahr 2017



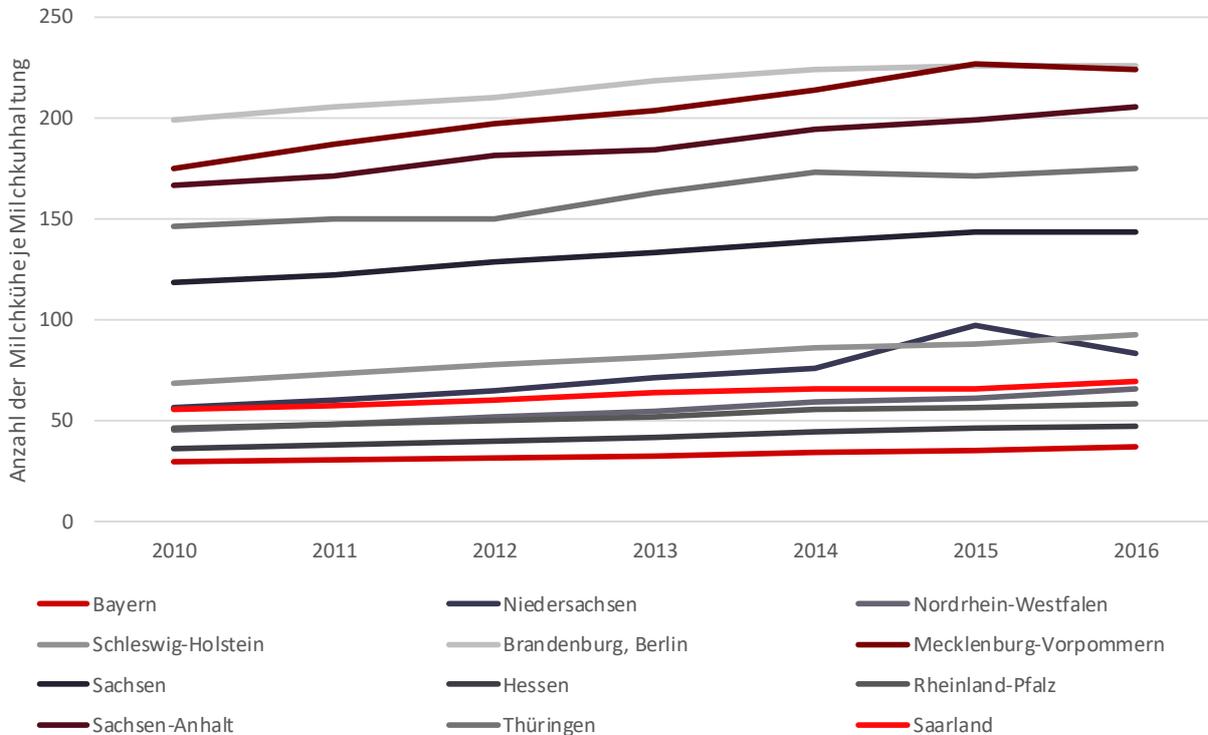
Quelle: Eigene Darstellung, Statista (2017): Milchkuhbestand in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2017

Abbildung 34: Anzahl der Betriebe mit Milchkuhhaltung in Deutschland nach Bundesländern im Mai 2017



Quelle: Eigene Darstellung, Statista (2017): Anzahl der Betriebe mit Milchkuhhaltung in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2017.

Abbildung 35: Zahl der Milchkühe je Milchkuhhaltung nach Bundesländern



Quelle: Eigene Darstellung, MIV Milchindustrie-Verband e.V. (2016): Beilage zum Geschäftsbericht 2015/2016. Zahlen – Daten – Fakten. Milchwirtschaft in Deutschland (für Baden-Württemberg lagen für 2016 noch keine Daten vor).

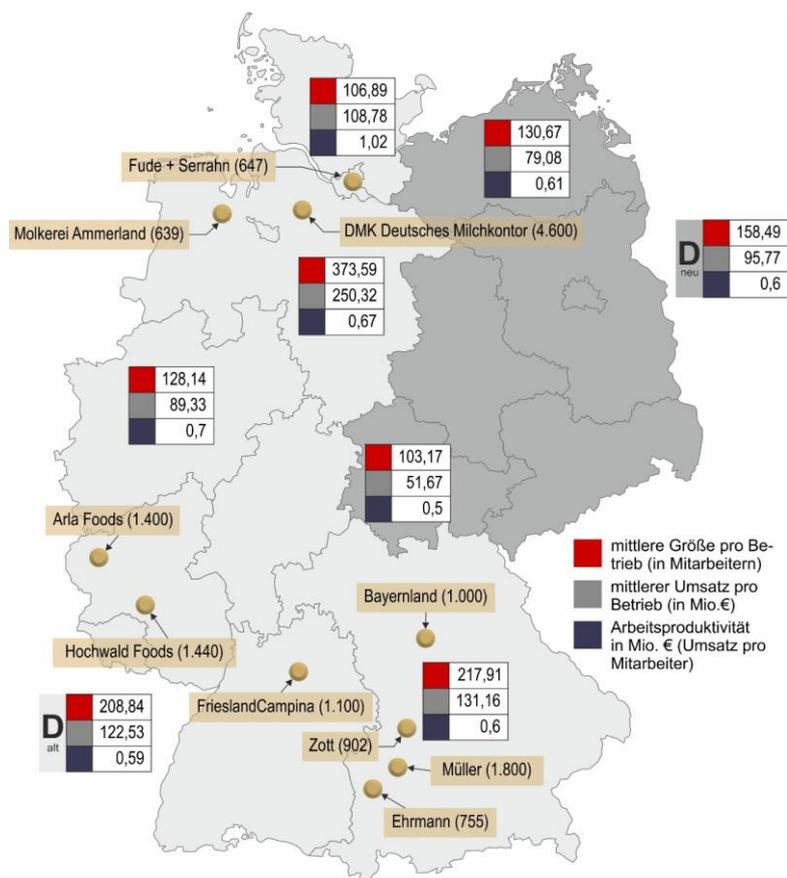
Mit 77 Betrieben in der Milchverarbeitung weist Bayern im Vergleich mit anderen Bundesländern die meisten Betriebe im produzierenden Ernährungsgewerbe auf. Zudem liegt auch die Beschäftigungszahl im Freistaat deutlich oberhalb der in anderen Bundesländern (vgl. Tabelle 6). In wettbewerbsrelevanten Kennziffern (Umsatz je Betrieb bzw. Mitarbeiter) liegen die Unternehmen in Bayern annähernd im Durchschnitt der alten Bundesländer. In mehreren westdeutschen Regionen ist der Konzentrations- und Konsolidierungsprozess in der Milchverarbeitung indes bereits weit fortgeschritten; die Betriebe in Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein weisen in der Arbeitsproduktivität zum Teil deutlich höhere Werte als die des Freistaats auf (siehe Abbildung 36). Zu beachten ist, dass in diese Betrachtung lediglich größere Betriebe (ab 20 Mitarbeiter) einfließen – also die Gruppe an Unternehmen, die potenziell auch im internationalen Wettbewerb agieren.

Tabelle 6: Kennzahlen der Milchverarbeitung in Bayern und ausgewählten Regionen 2015 (Betriebe mit mind. 20 Beschäftigten)

Land	Bayern	Thüringen	NRW	Schleswig-Holstein	Mecklenburg-Vorpommern	Niedersachsen
Anzahl der Betriebe	77	6	21	9	12	22
Beschäftigte	16.779	619	2.691	962	1.568	8.219
Umsatz (in Mio. €)	10.099	310	1.876	979	949	5.507

Quelle: Statistische Landesämter der aufgeführten Bundesländer

Abbildung 36: Milchverarbeitung 2015 – Kennzahlen und Standorte der Molkereien



Quelle: LfL (2016): Agrarmärkte 2016 und MIV (2016): Beilage zum Geschäftsbericht 2015/2016.

Herstellung von Back- und Teigwaren

Unter dem Aspekt der Beschäftigung kommt der Herstellung von Back- und Teigwaren eine hervorgehobene Bedeutung innerhalb der bayerischen Ernährungswirtschaft zu. Im Vergleich ausgewählter Regionen des Bundesgebiets weist das produzierende Gewerbe für Back- und Teigwaren im Freistaat jedoch eine eher geringe Arbeitsproduktivität auf (vgl. Tabelle 7). Der Umsatz pro Mitarbeiter ist bspw. in Nordrhein-Westfalen mehr als doppelt so hoch. Ursächlich sind hierfür u. a. die hohe Beschäftigungsintensität sowie die traditionellen Strukturen bei der Herstellung von Backwaren im Freistaat; die mittlere Größe (in Mitarbeitern) pro Betrieb liegt in Bayern deutlich über dem der meisten Vergleichsregionen, während der Umsatz je Betrieb im Bundesdurchschnitt bleibt. Zu beachten ist, dass in diese Betrachtung lediglich größere Betriebe (ab 20 Mitarbeiter) einfließen – also die Gruppe an Unternehmen, die potenziell auch im internationalen Wettbewerb agieren.

Tabelle 7: Kennzahlen der Herstellung von Back- und Teigwaren in Bayern und ausgewählten Regionen 2015 (Betriebe mit mind. 20 Beschäftigten)

Land	Bayern*	BW	Thüringen*	NRW	Schleswig-Holstein	Mecklenburg-Vorpommern	Niedersachsen
Anzahl der Betriebe	381	414	74	473	112	55	248
Beschäftigte	45.990	30.219	6.940	31.990	6.347	5.098	36.713
Umsatz (in Mio. Euro)	2.888	2.332	624	4.968	644	451	3.487
Mittlere Größe pro Betrieb (in Mitarbeitern)	120,71	72,99	93,78	67,63	56,67	92,69	148,04
Mittlerer Umsatz pro Betrieb (in Mio. €)	7,58	5,63	8,43	10,50	5,75	8,20	14,06
Arbeitsproduktivität in Mio. € (Umsatz pro Mitarbeiter)	0,06	0,08	0,09	0,16	0,10	0,09	0,09

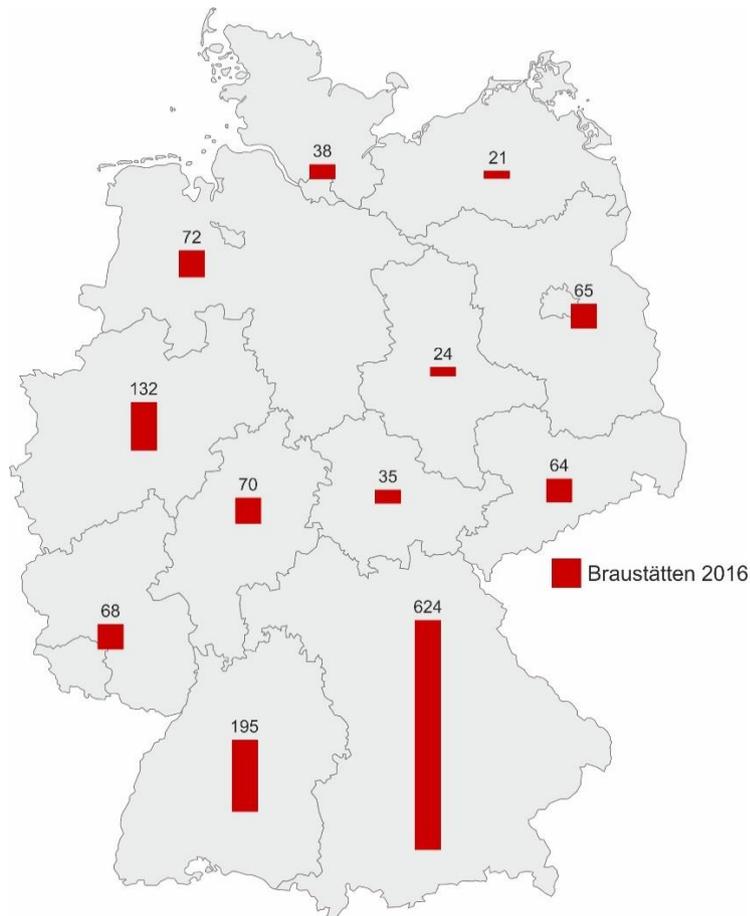
*keine Angabe von Teigwaren verfügbar (Quelle: Statistische Landesämter der aufgeführten Bundesländer)

Herstellung von Bier

In der Getränkeherstellung dominiert Bayern mit der Herstellung von Bier den deutschen Markt. Fast 70 % der deutschen Biermarken werden in Bayern gebraut, die mit Abstand meisten Braustätten finden sich im Freistaat (vgl. Abbildung 37, wobei das Saarland nicht separat erfasst wird). Gleichwohl wurde 2016 in Nordrhein-Westfalen mit knapp einem Fünftel an

Braustätten ein vergleichbar hoher Bierabsatz¹³⁰ von circa 22 Mio. hl wie in Bayern (rund 24 Mio. hl.) erzielt.¹³¹

Abbildung 37: Braustätten nach Bundesländern 2016



Quelle: Eigene Darstellung, Bayerisches Bier (2016): Die Brauereien.

Das bayerische Brauereiwesen ist folglich besonders durch eine stark klein- und mittelständige Struktur gekennzeichnet. Aufgrund der Kleinteiligkeit des Brauereiwesens weisen die Betriebe in Bayern einen geringeren Umsatz je Betrieb bzw. je Mitarbeiter als im Bundesdurchschnitt auf (vgl. Tabelle 8).

¹³⁰ Die amtliche Statistik erfasst lediglich den Bierabsatz, also die prinzipiell steuerpflichtigen Biermengen am Ort des sog. „Steuerlagers“. Hier ist z. B. das steuerfreie alkoholfreie Bier nicht enthalten.

¹³¹ Bayerischer Brauerbund e.V. (2016): Gesamtbeerabsatz Deutschland 2016 nach Ländern.

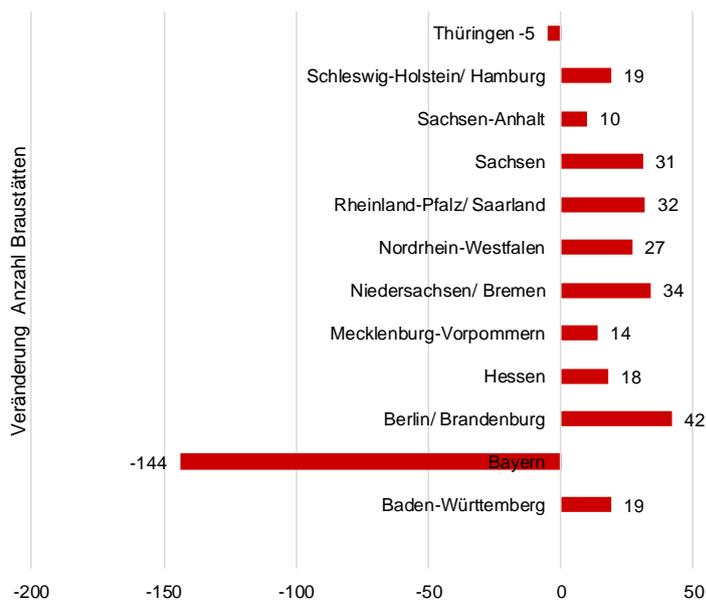
Tabelle 8: Kennzahlen der Herstellung von Bier in Bayern und ausgewählten Regionen 2015 (Betriebe mit mind. 20 Beschäftigten)

Land	Bayern	Alte Bundesländer	Neue Bundesländer	Thüringen
Anzahl der Betriebe	110	217	36	10
Beschäftigte	9.473	23.397	3.464	681
Umsatz (in Mio. Euro)	2.064	6.510	1.286	157
Mittlere Größe pro Betrieb (in Mitarbeitern)	86,12	107,82	96,22	68,10
Mittlerer Umsatz pro Betrieb (in Mio. €)	18,76	30,00	35,72	15,70
Arbeitsproduktivität in Mio. € (Umsatz pro Mitarbeiter)	0,22	0,28	0,37	0,23

(Quelle: Statistische Landesämter der aufgeführten Bundesländer, Statistisches Bundesamt)

In der Langzeitbetrachtung hat Bayern seit den 1990er Jahren – im Gegensatz zu fast allen anderen Bundesländern – einen Rückgang an Braustätten zu verzeichnen (vgl. Abbildung 38). Nur Thüringen zeigt ebenfalls einen (leicht) negativen Trend auf, während alle anderen Bundesländern einen Zugewinn an Braustätten verzeichnen.¹³²

Abbildung 38: Entwicklung Braustätten 1993 – 2016 nach Bundesländern



Quelle: Eigene Darstellung, Bayerisches Bier (2016): Die Brauereien.

¹³² Bayerisches Bier (2016): Die Brauereien.

4 Potentialanalyse

4.1 Binnenpotentiale des Standorts Bayern

Der vorliegende Branchenreport soll zur Beschreibung der Ist-Situation und zur Einordnung von Trends und Entwicklungen der Agrar- und Ernährungswirtschaft dienen. Aufbauend auf den herausgearbeiteten Branchen- und Konsumententrends und den Ergebnissen der Status-Quo Analyse wurden daher die Potentiale der Ernährungswirtschaft in Bayern näher betrachtet. Ergänzt werden die Ergebnisse der Sekundärdatenanalyse durch Primärdaten aus qualitativen Experteninterviews (*Zitate in Klammern*).¹³³

Potentiale einer Branche, auch als Chancen begriffen, müssen stets im Kontext bestehender Stärken und Schwächen sowie der gegebenen Herausforderungen analysiert werden, die mittelbar und unmittelbar Auswirkungen auf die Entwicklung der Unternehmen haben können. Methodisch baut die Ermittlung der Potentiale daher auf der SWOT-Analyse auf. Die *SWOT-Analyse* stellt daher ein Instrument zur Situationsanalyse und zur Strategiefindung dar. In ihr werden die Stärken-Schwächen-Analyse und die Chancen-Risiken-Analyse vereint.¹³⁴ Das erste Begriffspaar bezieht sich auf die *internen und selbst zu beeinflussenden Stärken und Schwächen* – üblicherweise von Unternehmen, Institutionen, Sektoren oder Branchen, hier bezogen auf die Ernährungswirtschaft Bayerns.

Die Stärken und Schwächen ergeben sich einerseits nicht nur als starke oder schwache Ausprägungen von absolut gesetzten Indikatoren, sondern auch *relativ*, wenn die Werte einem Vergleichswert / Benchmark gegenübergestellt werden. Stärken und Schwächen sollten immer in Relation zum Wettbewerbsumfeld interpretiert werden. Sie gewinnen demzufolge erst durch ein Benchmarking z. B. gegenüber Wettbewerbsstandorten oder Konkurrenzunternehmen echten Aussagewert. Eine geringe Ausbildungsquote in Bayern beispielsweise ist isoliert betrachtet (noch) keine Schwäche, sondern eine relative Stärke, wenn sie an anderen Standorten noch schwächer ist.

Das zweite Begriffspaar bezieht sich auf *exogene Faktoren*, die die Chancen beziehungsweise Risiken des externen Umfeldes (z. B. Markt / Wettbewerb) widerspiegeln. Die Chancen und Risiken selber können in der Regel nicht beeinflusst werden. Sie beschreiben positive und negative Eigenschaften und Trends auf dem Markt beziehungsweise in den Handlungsfeldern der betreffenden Institution bzw. in diesem Fall die Ernährungswirtschaft Bayerns. Es können aber dazu passende Strategien entwickelt werden, die die Chancen in besonderem Maße nutzen oder die Risiken minimieren.¹³⁵

¹³³ Für den Branchenreport wurden verschiedene Experten aus dem öffentlichen Sektor, Verbänden und privaten Unternehmen hinsichtlich der Kernkompetenzen der bayerischen Ernährungswirtschaft befragt. Insgesamt wurden neun Experteninterviews unter Verwendung von halbstrukturierten Interviewleitfäden durchgeführt (s. Anhang, bspw. Tabelle 9).

¹³⁴ SWOT ist das englischsprachige Akronym für Strengths / Weaknesses (Stärken / Schwächen) und Opportunities / Threats (Chancen / Risiken).

¹³⁵ So ist beispielsweise eine hohe Kundenloyalität von Unternehmen der bayerischen Ernährungswirtschaft als (interne) Stärke einzuordnen. Setzt jedoch ein Trend ein, dass traditionelle

Die Ernährungswirtschaft Bayerns ist als Ganzes durch eine Vielzahl von Stärken und Schwächen geprägt, die sich teilweise ergänzen / gegenseitig verstärken, teilweise aber auch unabhängig voneinander wirken. Diese Faktoren sowie die daraus resultierenden Chancen und Risiken sind bereits im Rahmen früherer Studien kursorisch beschrieben worden. Sie werden an dieser Stelle zum Teil erneut aufgegriffen, unter Hinzuziehung der in den Expertengesprächen gewonnenen Erkenntnisse (ggf. neu) bewertet und ergänzt, um Rahmenbedingungen und Handlungsoptionen für die bayerische Ernährungswirtschaft aufzuzeigen.

4.1.1 Stärken – „Es geht nicht um die Menge, sondern um die Story!“

„Bayern zeichnet eine herausragende und breite Rohstoffbasis aus.“

Die Stärken der bayerischen Ernährungswirtschaft bauen in ihrer Gesamtheit wesentlich auf einer qualitativ hochwertigen und vielfältigen Rohstoffbasis auf. Aufgrund der ausgedehnten landwirtschaftlich bewirtschafteten Fläche und den vielseitigen geografischen und den gemäßigten klimatischen Gegebenheiten kann in Bayern eine Vielzahl unterschiedlicher Rohstoffe angebaut werden. Die Produkte Milch und Fleisch sind für die bayerische Ernährungswirtschaft sowie sämtliche Unternehmen dieser Branche von herausragender Bedeutung. Die hohe Qualität der Rohstoffe legt ihrerseits die Grundlage für die gehobenen Standards und den Erfolg vieler bayerischer Lebensmittel. Überdies sind damit die Voraussetzungen für die Bedienung von Wachstumstrends wie „Regionalität“ und „Bio“ vorhanden.

„Die Ernährungswirtschaft in Bayern ist stark mittelständisch geprägt.“

Konstitutioneller Kern der bayerischen Ernährungswirtschaft ist ein gewachsener Bestand an mittelständischen (Familien)Betrieben, die breit aufgestellt und innovativ sind. Sie decken ein ausgedehntes Spektrum an Produktionsarten ab und zeigen gleichzeitig einen hohen Spezialisierungsgrad sowie eine hohe Profitabilität auf. Ein Großteil dieser Betriebe ist mit dem Stammsitz fest in der Region verankert und verfügt damit über die Kompetenz, unternehmerische Entscheidungen am Standort Bayern zu treffen.

Der Wert der bayerischen Ernährungswirtschaft ergibt sich u. a. durch eine Vielzahl an Arbeitsplätzen im ländlichen Raum. Damit trägt die Ernährungswirtschaft entscheidend zur regionalen Wertschöpfung und zum wirtschaftlichen Wohlstand im ländlichen Raum

Exzellente
Rohstoffbasis

Gefestigter, in der
Region verwurzelter
Mittelstand

Kundenbindungen an Bedeutung verlieren und die Kunden zunehmend „nomadisieren“, ist dies ein externes Risiko, auf das reagiert werden muss.

bei. Zudem macht die große Zahl von kleinen und mittelständischen Betrieben den ländlichen Raum – dank der stärker regionalen Absatzorientierung – von Schwankungen auf den Weltmärkten weniger abhängig.

„Der ausgeprägte Regionalgedanke und das hohe Qualitätsbewusstsein der bayerischen Bevölkerung sind besondere Merkmale der Ernährungswirtschaft im Freistaat.“

Die kleinteilige Struktur der bayerischen Ernährungswirtschaft bedient in Verbindung mit einem klaren Bekenntnis zu Region und Herkunft einen bedeutenden Inlandsmarkt. Verbraucher mit vergleichsweise hoher Kaufkraft legen Wert auf Tradition und Qualität, die Zahlungsbereitschaft für lokale Produkte mit dezidiertem Bezug zu Bayern im Allgemeinen bzw. dem heimischen Umfeld im Speziellen steigt. Bayerische Lebensmittelproduzenten profitieren von diesem Regionalgedanken und fördern ihn zugleich durch ihre Produktionsausrichtung.

„Die bayerische Ernährungswirtschaft in Bayern hat ein extrem gutes Image und eine hohe Akzeptanz.“

Die vorgenannten Aspekte tragen in der Kombination maßgeblich zu einem positiven Gesamtimage bei. Diese zentrale Stärke der bayerischen Ernährungswirtschaft bezieht sich auf die Rahmenbedingungen des Standorts, die Herstellungstechniken und nicht zuletzt auf die gehobenen Standards der Produkte der Ernährungswirtschaft selbst. Mit Bayern sind auch grenzüberschreitende Aspekte wie Tradition, Herkunft, Qualität und Zuverlässigkeit verknüpft, die im Exportwesen eine herausragende Bedeutung einnehmen.

„Die bayerische Ernährungswirtschaft zeichnet sich durch „typische Produkte“ aus, die auf objektiven Kriterien als Herkunftsbezeichnung aufbauen.“

Um die genannten Faktoren Herkunft, Tradition und Qualität nachhaltig im Wettbewerb zu nutzen, hat die bayerische Ernährungswirtschaft im Verbund mit unterstützenden Organisationen (Verbänden, öffentliche Einrichtungen etc.) ein ausgeprägtes Marketing auf- und ausgebaut. Wesentliches Element ist die Qualifikation bayerischer Produkte mittels objektiver als EU-geschützte Herkunftsbezeichnungen. So sind im Freistaat Bayern derzeit rund 31 Produkte im Bereich Agrar und Lebensmittel entsprechend geschützt – dies entspricht im bundesweiten Vergleich rund einem Drittel aller herkunftsgeschützten Produkte.

Ausgeprägter Regionalgedanke

Traditions- und Qualitätsbewusstsein

Image

Marketing durch Herkunftsschutz

„Gute, unternehmensunabhängige Forschungseinrichtungen legen den Grundstein für das erfolgreiche Wirtschaften im Freistaat.“

Eine weitere Stärke der Ernährungswirtschaft ist die Verfügbarkeit gut ausgebildeter Fachkräfte. Der Standort Bayern zeichnet sich durch diverse Forschungs- und Wissenschaftseinrichtungen sowie Studienprogramme aus. Aufgrund des guten universitären Umfelds im Freistaat (z. B. Technische Universität München, Universität Bayreuth, Hochschule Weihenstephan- Triesdorf), aber auch zahlreichen Ausbildungsstätten werden Fachkräften exzellente Ausbildungsmöglichkeiten geboten. Die Kombination aus gut ausgebildeten Lehrkräften und dem direkten Kontakt zur Branche schafft ein optimales Lernumfeld direkt in Bayern. Absolventen werden zudem unmittelbar an die regionale Ernährungswirtschaft gebunden.

Neben den Fachkräften bringen Universitäten und außeruniversitäre Forschungsinstitute aber auch eine enorme Innovationsstärke hervor. In der traditionellen angewandten Forschung und in der Startup-Branche zeigt sich, dass auch in der Ernährungswirtschaft großes Innovationspotenzial besteht.

Zu den förderlichen Rahmenbedingungen ist auch die für Unternehmen der Ernährungswirtschaft bedeutsame logistische Infrastruktur zu zählen. Bayern verfügt u. a. über ein gut ausgebautes Verkehrsnetz, das auch kleinere Ortschaften gut miteinander verknüpft. Lediglich in den Randgebieten des Bundeslandes ist das Straßennetz noch ausbaufähig. Die Ballungsgebiete als zentrale Absatzmärkte, insbesondere der Raum München, sind bayernweit gut zu erreichen. Eine ausgebaute Infrastruktur ist zudem grundlegend für die erfolgreiche vertikale Integration der Unternehmen, die in Bayern weit fortgeschritten ist und ebenfalls eine Stärke der Ernährungswirtschaft darstellt.

„Die Ernährungswirtschaft in Bayern zeichnet eine gute Vernetzung mit öffentlichen Strukturen und der öffentlichen Verwaltung aus.“

Neben den genannten Stärken ist auch das intensive Engagement von Politik und Verbänden für die Ernährungswirtschaft in Bayern als eine Stärke zu nennen. Aufgrund der hohen Bedeutung der Branche für die Wirtschaft und das Image des Freistaates erhält die bayerische Ernährungswirtschaft ein ausgeprägtes Maß an politischer Aufmerksamkeit. Cluster und Netzwerke ermöglichen den Erfahrungs- und Informationsaustausch zwischen den Unternehmen.

Gut ausgebildete
Fachkräfte und
starke Forschungs-
landschaft

Hohe Innovations-
stärke

Ausgebautes
Infrastrukturnetz

Cluster und
Netzwerke

4.1.2 Schwächen

„Viele kleine Betriebe sind eine Stärke und eine Schwäche zugleich.“

Obwohl die überwiegend klein- und mittelständische Betriebsstruktur der Ernährungswirtschaft unter dem Aspekt der Tradition (Stichwort Familienunternehmen) eine Stärke der bayerischen Ernährungswirtschaft darstellt (s. o.), impliziert sie auch eine Schwäche. Wenn gleich in den zurückliegenden

- Jahren Konzentrationsprozesse in einigen Teilbranchen zu verzeichnen sind, bleibt die Branche insgesamt von geringen Betriebsgrößen geprägt. Die sich daraus ergebenden Konsequenzen für die Wettbewerbsfähigkeit wie geringe Eigenkapitalausstattung
- geringe Skaleneffekte, dadurch bedingte Produktivitätsrückstände,
- eingeschränkter Aktionsradius im Absatz
- zu geringe Produktionskapazität / Produktionsmengen, um im LEH gelistet zu werden etc.

sind immanent und beeinträchtigen die Entwicklungsmöglichkeiten der Betriebe. Aufgrund der Vielzahl kleinerer Unternehmen mit geringen Produktionszahlen sind kaum Synergieeffekte zu nutzen, was die Kosten pro produzierter Einheit hochhält und die Unternehmen tendenziell weniger wettbewerbsfähig macht.

Die kleinteilige Struktur der Ernährungswirtschaft wirkt sich auch negativ auf das Potenzial aus, ein modernes Risiko- und Krisenmanagement zu etablieren und aufrechtzuerhalten. Zwar sind kleinere und mittlere Unternehmen nicht generell schlechter bei Warenrückrufen etc. aufgestellt – vielfach sind sie den Großkonzernen hierbei sogar überlegen. Gleichwohl stellen die seit einigen Jahren zunehmenden Lebensmittelskandale, Verbraucherschutzkampagnen u. ä. m. neue Anforderungen an die Unternehmen, die vielfach nur im gemeinsamen Verbund zu bewältigen sind. Beispielsweise ist eine glaubhafte und offensive Kommunikationsstrategie (auch präventiv) angesichts sensibilisierter Verbraucher ein wesentlicher Faktor, um im Krisenfall Vertrauen in der Bevölkerung zu bewahren. Die hierzu erforderliche brancheninterne Abstimmung und Vernetzung kann in der Regel nur durch übergeordnete Strukturen gewährleistet werden.

Kleinteilige Struktur der Wirtschaft

Fehlende Strukturen des Risiko- und Krisenmanagements

„Die Unternehmen der Ernährungswirtschaft in Bayern stehen unter starkem Wettbewerbs- und Kostendruck durch die Handelskonzerne.“

Hoher Wettbewerbs- und Preisdruck

Neben den kleinen Unternehmen haben in der bayerischen Ernährungswirtschaft in den vergangenen Jahren auch große Lebensmittelhändler stärker an Bedeutung gewonnen. Mit den großen Handelskonzernen hat sich der Wettbewerb in der Ernährungsbranche deutlich verstärkt.

Ganz generell ist ein intensiver Inlandswettbewerb nicht per se eine Schwäche, da er auch stetige Impulse für Rationalisierung und Innovation gibt. Insbesondere der zunehmende Preisdruck aber macht den kleinen- und mittelständischen Unternehmen zu schaffen. Für diese Unternehmen ist es kaum möglich, ihren Ansprüchen nach hoher Qualität nachzukommen und gleichzeitig auch im Wettbewerb mit den großen Handelskonzernen mitzuhalten.

„Teilweise sind die Betriebe zu stark regional verankert und fokussieren sich ausschließlich auf die Region.“

Globalisierte Märkte vs. regionale Märkte

Bayern hat inzwischen eine zweigleisige Vermarktungsstruktur. Im Bereich der mengenmäßig bedeutenden Produkte mit hohem Exportanteil steht die Prozessqualität, also die Sicherheit, die Hygiene, die Erfüllung von territorialen Handelsstandards und die Lieferfähigkeit im Mittelpunkt. Dies gilt insbesondere für Käse, Fleisch und Getreide. Auf den regionalen Märkten gewinnt die Produktqualität – also die Ausprägung des Geschmacks und der Typizität der Produkte – an Bedeutung. Damit entstehen neue Qualitätsansprüche, die vielfach über Handelsnormen nur bedingt abgedeckt werden können und ggf. zu einer Aufspaltung der Märkte führen könnten.

„Die bayerische Infrastruktur – insbesondere das Datennetz – ist ausbaufähig.“

Ausbaufähige Infrastruktur in der Region

Bayern verfügt zwar insgesamt über gut ausgebaute Verkehrswege, gleichzeitig sind die infrastrukturellen Voraussetzungen in den ländlichen Regionen des Freistaats – als Sitz zahlreicher Unternehmen der Ernährungswirtschaft – noch ausbaufähig. Teile des Landes weisen bspw. keine flächendeckenden und schnellen Internetverbindungen auf; im Zuge der Digitalisierung ist somit eine Vielzahl ländlicher Betriebe der Ernährungswirtschaft von dieser Entwicklung ausgeschlossen.

„Viele Firmeninhabern in Bayern fehlt der Nachwuchs.“

Fehlender Nachwuchs

Ganz generell leiden viele Berufe der Ernährungswirtschaft unter einem vergleichsweise schlechten Image. Dies ist kein Spezifikum Bayerns, gleichwohl haben insbesondere kleinere Betriebe mit Sitz

abseits der urbanen Zentren verstärkt Schwierigkeiten, Nachwuchskräfte auszubilden und langfristig an das Unternehmen zu binden.

4.1.3 Chancen

„Marktchancen müssen intensiv genutzt werden.“

Die Ernährungswirtschaft Bayerns besitzt ausgezeichnete Voraussetzungen, aktuelle Verbrauchertrends auch langfristig zu bedienen. Hierzu gehören bspw. gesunde, d. h. in erster Linie naturbelassene, biologisch angebaute und qualitativ hochwertige Produkte, die in der Vermarktung auf das entsprechende Image des Freistaats insgesamt weiter aufbauen können. Auch die Nachfrage nach regionalen Produkten ist ungebrochen hoch und wird sich potentiell auch in Zukunft weiter steigern. Für die Ernährungswirtschaft Bayerns ist hierbei nicht zuletzt die Nähe zu Ballungszentren (Region München) ein Standortvorteil.

Die verstärkte Bedienung von Trendthemen wie „Regionalität“ und „Gesundheit“ bietet explizite Anknüpfungspunkte an bestehende und entstehende Cluster, z. B. zum Tourismus. Die weitere konzeptionelle Verzahnung dieser Bereiche eröffnet die Möglichkeit, die ländlichen Regionen Bayerns – in denen eine Vielzahl der Unternehmen der Ernährungswirtschaft angesiedelt ist – als Reise- und Ausflugsziel weiterhin effektiv zu fördern.

Der Fachkräftemangel wird als strukturelles Problem zunehmend zur Herausforderung. Die verstärkte Zuwanderung bietet – bei geeigneter Qualifikation – die Chance, verschiedene Ausbildungsgrade in die betrieblichen Abläufe zu integrieren.

„Eine Chance der bayerischen Ernährungswirtschaft ist die Erschließung weiterer Auslandsmärkte.“

Eine weitere Chance liegt im zunehmenden Exportgeschäft der Ernährungswirtschaft. Insbesondere der demographische Wandel, zunehmende Restriktionen für den Konsum von Alkohol sowie die ansteigende Anzahl an Vegetariern senken die Nachfrage nach „typisch“ bayerischen Produkten wie Bier und Fleisch in Deutschland.

Branchenexperten betonen daher die Bedeutung des Exportmarktes EU für die bayerische Ernährungswirtschaft und die Erschließung neuer, internationaler Märkte. Auch die zunehmende Weltbevölkerung und der steigende Wohlstand in Schwellenländern lassen die Nachfrage generell sowie speziell nach höherwertigen Lebensmitteln steigen, so dass Absatzsteigerungen möglich sind. Es ist

Bedienen von Markt-
trends

Cross-Cluster:
Tourismus

Integration von
Zuwanderern

Export

gleichwohl zu bemerken, dass durch die kleinbetriebliche Struktur der bayerischen Ernährungswirtschaft dem Expansionsradius der meisten Unternehmen Grenzen gesetzt sind.

Für den Technologietransfer bietet sich für die bayerische Ernährungswirtschaft in erster Linie die gemeinsame (Weiter-)Entwicklung von Produktinnovationen an. Im Bereich der Verpackungsinnovationen bietet der wachsende Markt für Convenience-Produkte mit geringen Verpackungsgrößen für Singles oder auch leicht zu öffnende Verpackungen für Senioren Potenzial für zwischenbetriebliche Kooperationen. Bayern verfügt über eine Vielzahl verschiedener Unternehmen, die sich mit der effizienten Verpackung von Lebensmittel beschäftigen.

„Der Imagefaktor Bayern muss auch in Zukunft weiter ausgebaut werden.“

Das Image bayerischer Produkte markiert die wesentliche Stärke der Ernährungswirtschaft (s. o.). Die kontinuierliche Weiterentwicklung der „Marke Bayern“ leitet sich daraus als Chance und Kernaufgabe für die Zukunft ab. Die Profilschärfung der „Marke Bayern“ wird von der alp Bayern (Agentur für Lebensmittel - Produkte aus Bayern) mit Erfolg vorangetrieben. Somit wird auch zukünftig die hohe Kundenbindung an bayerische Produkte gestärkt und das Traditionsbewusstsein der Bevölkerung genutzt. Durch den kontinuierlichen Ausbau des Herkunftsschutzes wird die Imitation von bayerischen Produkten im Ausland verhindert und die Marke Bayern gewinnt an Individualität.

„Die sehr gute Qualität der bayerischen Produkte und somit ihr Image muss langfristig gesichert werden.“

Im zurückliegenden Jahrzehnt hat sich die Notwendigkeit für die Unternehmen intensiviert, sich mit Fragen der Sicherheit von Lebensmitteln auseinanderzusetzen. Dabei haben Lebensmittelskandale, die weitere Verschärfung rechtlicher Verarbeitungs- und Kennzeichnungsbestimmungen sowie eine zunehmende Sensibilität der Verbraucher für Qualität dazu beigetragen, diese Aspekte für die betroffenen Branchen noch stärker in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns zu rücken.

Der Bedarf zur Entwicklung effizienter Verfahren, um die Herkunft und Verarbeitung von Nahrungsmitteln lückenlos entlang der Wertschöpfungskette zu dokumentieren, besteht dabei insbesondere bei kleineren und mittleren Unternehmen, die hierzu überwiegend auf Kooperationen angewiesen sind. Selbiges gilt für die Entwicklung und Verstetigung eines effizienten Risiko- und Krisenmanagements. Für den Freistaat Bayern ist es essenziell, den hohen

Produktinnovationen

Ausbau der „Marke Bayern“

Qualitätssicherung

Qualitätsstandard beizubehalten und nicht auf Kosten des Preisdrucks mit dem Lebensmittelhandel das Qualitätsniveau aufzugeben. Vielmehr sollten die kleinen Unternehmen in Zusammenarbeit mit den Handelskonzernen wachsen.

4.1.4 Risiken

Die Nutzung des Imagepotenzials regionaler, qualitativ hochwertiger und traditioneller Produkte in Bayern ruht essenziell auf dem Vertrauen der Verbraucher. Dieses kann bspw. durch Lebensmittelkrisen erschüttert, z. T. sogar dauerhaft entzogen werden, so dass dieser zentrale Faktor der bayerischen Wettbewerbsfähigkeit zumindest latent bedroht bleibt.

Als Gegenstrategie ist einerseits die konsequente Weiterentwicklung der „Marke Bayern“ in ihrer Vielfalt wichtig, ebenso wie der Aufbau eines vernetzten Risiko- und Krisenmanagements für die regionalen Verarbeiter. Das Qualitätssicherungssystem GQ-Bayern bietet hierfür eine gute Grundlage.

„Trotz des demographischen Wandels muss das Angebot an gut ausgebildeten Fachkräften im Ernährungssektor auch in Zukunft in Bayern hoch bleiben.“

Für das verarbeitende Gewerbe Bayerns im Allgemeinen sowie für die Land- und Ernährungswirtschaft im Speziellen werden der demografische Wandel sowie die Abwanderung der Bevölkerung aus ländlichen Regionen als strukturelles Risiko bestehen bleiben. Konkrete Ausprägung ist dabei vor allem ein weiter zunehmender Mangel an Fachkräften in den Betrieben.

Vor großen Herausforderungen ist die kleinbetrieblich strukturierte Ernährungswirtschaft Bayerns unvermindert durch die Konzentration des Handels sowie die damit verknüpfte Markt- und Preismacht gestellt. Der geringe Produktionsoutput kleinerer und mittelständischer Unternehmen kann verhindern, dass Produkte in großen Handelsketten gelistet werden.

Bedingt durch Klimawandel, Ernteauffälle und Spekulationen werden die Rohstoffpreise insbesondere für die kleinen und mittelständischen Unternehmen schwer kalkulierbare Faktoren bleiben.

Die Ernährungswirtschaft in Bayern wird sich deshalb zukünftig mit der Sicherung ihrer Rohstoffbasis intensiv befassen müssen. Dazu gehört der Aufbau von Vertragssystemen mit der Landwirtschaft und ihren Betrieben. Auch die stärkere Volatilität der Energiepreise schlägt hier besonders ins Gewicht, zumal die gestiegenen Kosten

Entwertung des Images

Weiter zunehmender Mangel an Fachkräften

Preis- und Nachfrage gemacht des LEH

Volatilität der Kosten

nur sehr begrenzt an den Verbraucher weitergegeben werden können.

„Ein Umdenken in den Köpfen der Verbraucher kann ein Risiko für die bayerische Ernährungswirtschaft darstellen.“

Innerhalb der Ernährungswirtschaft Bayerns kommt u. a. der Fleischwirtschaft eine hervorgehobene Bedeutung zu. Der gesamtgesellschaftliche Trend des Vegetarismus wirkt dieser Stellung prinzipiell entgegen, wenngleich gegenwärtig noch auf niedrigem Niveau. Auch die verstärkte Berücksichtigung von wertegetriebenen Aspekten im Produktionsprozess (Stichwort Tierwohl) wird tendenziell zunehmen. Die Ausrichtung auf traditionelle bayerische Produkte birgt das Risiko, dass eine Anpassung an die neuen Essgewohnheiten vieler Konsumenten nur zögerlich vollzogen wird. Bisher zeigen die Betriebe z. B. nur wenige Absichten, vegetarische Produkte herzustellen.

„Verbraucher können nur höherpreisige Produkte von besserer Qualität konsumieren, wenn die Löhne entsprechend hoch sind.“

Auch eine allgemeine Abschwächung der wirtschaftlichen Lage stellt ein Risiko für die bayerische Ernährungswirtschaft dar, da sich die Produkte durch eine hohe Qualität – und damit verbunden auch ein erhöhtes Preisniveau auszeichnen. In einem unvermindert preissensiblen Umfeld der deutschen Verbraucher ist es möglich, dass die Zahlungsbereitschaft für Qualitätsprodukte abnimmt.

Traditionelle Branchen vs. Akzeptanzänderungen in der Bevölkerung

Zunehmende Preissensibilität

5 Zusammenfassung und Ausblick

Die Verkaufserlöse des produzierenden Ernährungsgewerbes in Bayern stiegen 2016 auf ein Rekordhoch, knapp ein Fünftel davon stammte aus dem Exportgeschäft. Gemessen am Umsatz, der Zahl der Beschäftigten und Betriebe gehört es jeweils zu den vier bedeutendsten Wirtschaftsklassen des verarbeitenden Gewerbes in Bayern. Innerhalb der einzelnen Wirtschaftszweige des produzierenden Ernährungsgewerbes steht die Milchverarbeitung – gemessen an den Gesamtumsätzen – auf dem ersten Rang, gefolgt von den Schlachtereien und Fleischverarbeitern sowie den Herstellern von Backwaren und Dauerbackwaren. Auch das Ernährungshandwerk konnte im vergangenen Kalenderjahr eine Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr verbuchen, allerdings verminderte sich abermals die Gesamtzahl der Handwerksbetriebe.

Vor allem aufgrund der vergleichsweise guten wirtschaftlichen Entwicklung im Inland erreichten die Umsätze im produzierenden Ernährungsgewerbe und im Ernährungshandwerk 2016 jeweils einen neuen Höchststand. Auch bei den Beschäftigten verzeichnete das bayerische Ernährungsgewerbe in allen Bereichen eine Steigerung. Der Strukturwandel mit einer abnehmenden Zahl der Betriebe setzte sich nur beim Ernährungshandwerk fort.

Im ersten Halbjahr 2017 hat das produzierende Ernährungsgewerbe (bei Betrieben mit mehr als 50 Beschäftigten) die Vorjahreswerte bei der Zahl der Betriebe (+2,1 %) und Beschäftigten (+3,4 %) übertroffen. Gleichzeitig erhöhte sich der Gesamtumsatz um 7,6 %, zu dem das Auslandsgeschäft mit einer Zunahme um 8,8 % überdurchschnittlich beitrug.

Für das Gesamtjahr 2017 werden die Unternehmen der Ernährungswirtschaft von den seit Jahresanfang steigenden Nahrungsmittelpreisen profitieren. Zusätzlich werden reale Lohnerhöhungen, die hohe Quote der Erwerbstätigkeit, das niedrige Zinsniveau sowie steigende Bevölkerungszahlen den Inlandskonsum bei Nahrungsmitteln im Gesamtjahr voraussichtlich steigern. Von der positiven Wachstumsprognose der WTO für den Welthandel 2017 dürfen die exportorientierten Betriebe steigende Auslandsumsätze erwarten.

Die bayerische Ernährungswirtschaft zeigt sich damit gegenwärtig in einer insgesamt guten Verfassung. Für den Freistaat sind die Betriebe des produzierenden Gewerbes sowie des Handwerks gleichermaßen von großer Bedeutung – als Wirtschaftsfaktor, Arbeitgeber in den Regionen und nicht zuletzt für die Bewahrung des kulturellen Erbes. Das positive Image der Ernährungswirtschaft als Ganzes sowie ihrer verschiedenen Teilbranchen und Produkte trägt in Bayern wesentlich zu einer gestärkten Position im Wettbewerb bei. Der übergreifende „*Markenkern*“ qualitativ hochwertiger Erzeugnisse gründet dabei auf einer Vielzahl begünstigender Voraussetzungen, darunter insbesondere einer guten Basis an verschiedenen Rohstoffen, die im Land verfügbar sind. Es wird allerdings eine zentrale Aufgabe sein, die vielfältige Rohstoffgrundlage Bayerns im Einvernehmen mit der Landwirtschaft zu sichern.

Zukünftig wird die Ernährungswirtschaft gleichwohl auch in Bayern mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert sein. Hierzu gehören mitunter ein zunehmender Mangel an Fachkräften in den peripheren Gebieten oder auch fortschreitende Konzentrationsprozesse, die insbesondere den handwerklich geprägten Betrieben zusetzt. Insofern besteht Handlungsbedarf, um die Wettbewerbsfähigkeit der Betriebe auch langfristig zu sichern.

6 Quellen und Literatur

AFC (2015): AFC Issue Monitor. Kritische Themen und die Diskussionen in der Öffentlichkeit.

afz-allgemeine fleischer zeitung (2016): Fleischmärkte im Überblick – Marktanalyse 2016; Deutscher Fachverlag GmbH.

Alp Bayern (2016): Förderprogramme und Beteiligungsangebote anderer Anbieter [<http://www.alp-bayern.de/service/weitere-angebote/>] (letzter Zugriff: 30.11.2016).

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2013): Milchreport Bayern 2013 [<http://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/iba/dateien/mrbayern2013.pdf>] (letzter Zugriff: 12.12.2016).

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2015): Agrarmärkte 2015 [http://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/schriftenreihe/agrarmaerkte-2015_lfl-schriftenreihe.pdf] (letzter Zugriff: 13.02.2017).

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (2015): Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft [http://www.lfl.bayern.de/mam/cms07/publikationen/daten/informationen/statistik-bayerische-milchwirtschaft-2015_lfl-information.pdf] (letzter Zugriff: 09.02.2017).

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2013): Milchreport Bayern 2013.

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2015): Auswirkungen eines Freihandelsabkommens der EU mit den USA (TTIP) auf den bayerischen Agraraußenhandel.

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2015): Milchreport Bayern 2015 [<http://www.lfl.bayern.de/iba/tier/020223/>] (letzter Zugriff: 12.12.2016).

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2016): 11. Marktforum der LfL am 17. März 2016: „Der Wert des Bayerischen Bieres“ [<https://www.lfl.bayern.de/iem/herkunftsbezeichnungen/127291/index.php>] (letzter Zugriff: 04.03.2016)

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2016): Agrarmärkte 2016.

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2016): Investive Weinbauförderung in Bayern 2014 bis 2020 [<http://www.lfl.bayern.de/foerderprogramme/045086/>] (letzter Zugriff: 13.12.2016).

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2016): Statistik der Bayerischen Milchwirtschaft.

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2017): Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2016.

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2017): Ernährungsgewerbe Bayern 2016.

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) (2017): Struktur und derzeitige Marktsituation im ökologischen Landbau.

Bayerische Staatsregierung (2017): Staat und Kommunen [<http://www.bayern.de/freistaat/staat-undkommunen/>] (letzter Zugriff: 09.02.2017)

Bayerische Staatszeitung (2017): Deutschlands Wurstbastionen [<http://www.bayerische-staatszeitung.de/staatszeitung/wirtschaft/detailansicht-wirtschaft/artikel/deutschlands-wurstbastionen.html>] (letzter Zugriff: 13.12.2017).

Bayerischer Bauernverband (2014): Bayerische Milchprodukte sind ein Exportschlager [<https://www.bayerischerbauernverband.de/pd20-21-tag-der-milch>] (letzter Zugriff: 21.03.2016).

Bayerischer Brauerbund e.V. (2016): Gesamtbeerabsatz Deutschland 2016 nach Ländern [<http://www.bayrisch-bier.de/wp-content/uploads/2012/06/Gesamtbeerabsatz-Deutschland-2016-nach-L%C3%A4ndern.pdf>] (letzter Zugriff: 03.11.2017)

Bayerisches Bier (2016): Bier in Zahlen [<http://www.bayerisch-bier.de/bierwissen/bier-in-zahlen/>] (letzter Zugriff: 13.12.2016).

Bayerisches Bier (2016): Die Brauereien [<http://www.bayerisch-bier.de/bier-wissen/die-brauereien/>] (letzter Zugriff: 12.12.2016).

Bayerisches Landesamt für Statistik (2012): Statistische Berichte – Verarbeitendes Gewerbe in Bayern 2011 [https://www.destatis.de/GPStatistik/servlets/MCRFileNodeServlet/BYHeft_derivate_00001246/E1102C%20201100.pdf;jsessionid=3B61AC96C4C8FDBE67AD21CCBDC2387E] (letzter Zugriff: 02.11.2017)

Bayerisches Landesamt für Statistik (2013): Statistische Berichte – Verarbeitendes Gewerbe in Bayern 2012 [https://www.destatis.de/GPStatistik/servlets/MCRFileNodeServlet/BYHeft_derivate_00001247/E1102C%20201200.pdf;jsessionid=9E861B1EE9598CCD21760F21643AC995] (letzter Zugriff: 02.11.2017)

Bayerisches Landesamt für Statistik (2014): Statistische Berichte – Verarbeitendes Gewerbe in Bayern 2013 [https://www.destatis.de/GPStatistik/servlets/MCRFileNodeServlet/BYHeft_derivate_00003919/E1102C%20201300.pdf;jsessionid=316F5B59FC5ED684F10DE51244FF2681] (letzter Zugriff: 02.11.2017)

Bayerisches Landesamt für Statistik (2015): Fleischproduktion in Bayern 2014 gestiegen. Zunahme bei Geflügel und Rindfleisch [https://www.statistik.bayern.de/presse/archiv/2015/133_2015.php] (letzter Zugriff: 12.12.2016).

Bayerisches Landesamt für Statistik (2015): Pressemitteilung Fleischproduktion in Bayern 2014 gestiegen [https://www.statistik.bayern.de/presse/archiv/2015/133_2015.php] (letzter Zugriff: 21.03.2016).

Bayerisches Landesamt für Statistik (2015): Statistische Berichte – Verarbeitendes Gewerbe in Bayern 2014.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2016): Statistische Berichte – Verarbeitendes Gewerbe in Bayern im Dezember 2015.

Bayerisches Landesamt für Statistik (2017): Landwirtschaftlich genutzte Fläche in Bayern entspricht knapp 4,4 Millionen Fußballfeldern [https://www.statistik.bayern.de/presse/archiv/92_2017.php](letzter Zugriff: 02.11.2017)

Bayerisches LfStat (2016).

Bayerisches Staatsministerium des Inneren, für Bau und Verkehr (2016): Güter und Logistik [<https://www.stmi.bayern.de/vum/handlungsfelder/gueterundlogistik/index.php>] (letzter Zugriff: 22.03.2016).

Bayerisches Staatsministerium für Bildung und Kultur, Wissenschaft und Kunst (2016): Forschung in Bayern [<http://www.km.bayern.de/wissenschaftler/forschung.html>] (letzter Zugriff: 17.03.2016).

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Schule und Beratung. Die Entwicklung des bayerischen Ernährungsgewerbes 2015.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Agrarbericht 2016 [<http://www.lfl.bayern.de/iem/agrarmarkt/138637/index.php>] (letzter Zugriff: 10.02.2017).

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2009): Cluster Ernährung Stark durch Vernetzung.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2012): Bericht Umsetzung des Konzepts Ernährung in Bayern.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Bayerischer Agrarbericht 2016.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Fachliche Gremien für Ernährung.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Marke Bayern – alp Bayern: Agentur für Lebensmittel – Produkte aus Bayern.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Marktstrukturförderung.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2009): Cluster Ernährung Stark durch Vernetzung.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2014): Bayerischer Agrarbericht 2014 [<http://www.agrarbericht-2014.bayern.de/politik-strategien/index.html>] (letzter Zugriff: 28.11.2016).

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Bayerischer Agrarbericht 2016 [<http://www.agrarbericht-2016.bayern.de/politik-strategien/index.html>] (letzter Zugriff: 29.11.2016).

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Fachliche Gremien für Ernährung [<http://www.stmelf.bayern.de/ernaehrung/001220/index.php>] (letzter Zugriff: 17.03.2016).

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2012): Bericht Umsetzung des Konzepts Ernährung in Bayern.

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2012): „Cluster Ernährung – Stark durch Vernetzung“ [<http://www.stmelf.bayern.de/ernaehrung/008915/index.php>] (letzter Zugriff: 17.03.2016).

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Marktstrukturförderung [<http://www.stmelf.bayern.de/agrarpolitik/foerderung/003916/>] (letzter Zugriff: 18.03.2016).

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Agrarpolitik Förderung [<http://www.stmelf.bayern.de/agrarpolitik/foerderung/>] (letzter Zugriff: 18.03.2016).

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2016): Marke Bayern – alp Bayern: Agentur für Lebensmittel – Produkte aus Bayern [<http://www.stmelf.bayern.de/markt/012111/index.php>] (letzter Zugriff: 30.11.2016).

Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (StMELF) (2017): Schule und Beratung, Fachinformationen aus der Landwirtschaftsverwaltung in Bayern [http://www.stmelf.bayern.de/mam/cms01/allgemein/publikationen/sub_heft_10_11_17.pdf] (letzter Zugriff: 06.11.2017)

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (StMWi) (2016): Industriebericht Bayern 2017.

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (StMWi) (2016): Industriebericht Bayern 2016.

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (StMWi) (2015): Industriebericht Bayern 2015.

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (StMWi) (2014): Industriebericht Bayern 2014.

Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (StMWi) (2013): Industriebericht Bayern 2013.

Bayern Milch und Käse (2016): Milch und Käse aus Bayern [<http://www.bayern.by/milch-und-kaese-aus-bayern-1>] (letzter Zugriff: 19.12.2016).

BDSI Bundesverband der Deutschen Süßwarenindustrie e.V. (2016): Süßwarenindustrie in Deutschland 2015 stabil – Exportgeschäft leicht rückläufig [<http://www.bdsi.de/pressemitteilungen/details/suesswarenindustrie-in-deutschland-2015-stabil-exportgeschaeft-leicht-ruecklaeufig/>] (letzter Zugriff: 30.11.2016).

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE) (2016): Milchkuhbestände in den Bundesländern im Jahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2016): Daten und Fakten zum deutschen Forschungs- und Innovationssystem. Bundesbericht Forschung und Innovation 2016. Ergänzungsband I.

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2016): FoodDACH: Ein neuer Verbund für Ernährungs- und Lebensmittelforschung. [<http://www.cluster-bayern-ernaeh-rung.de/ennovation/>] (letzter Zugriff: 17.03.2016).

Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) (2016): Forschung und Innovation: Die Trends 2016 [<https://www.bmbf.de/de/deutschland-als-standort-fuer-forschung-und-innovation-2016-2845.html>] (letzter Zugriff: 13.12.2016).

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2013): Ökobarometer 2013. Repräsentative Bevölkerungsbefragung im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2013): Der Markt für alkoholische Getränke in China – Zielgruppenanalyse.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2013): Länderbericht China.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2014): Schutz von Herkunftsbezeichnungen und traditionellen Spezialitäten. [http://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Ag-rarpolitik/1_EU-Marktregelungen/_Texte/GeschuetzteBezeichnungen.html] (letzter Zugriff: 07.12.2015).

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2014): Der Fleischmarkt in China.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2014): Der Markt für Lebensmittel in Frankreich.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2014): Der Markt für Lebensmittel und Getränke in Russland.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2014): Der Markt für Getränke in Vietnam - Zielgruppenanalyse.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2014): Der Markt für Süßwaren-Halbfabrikate in den Vereinigten Staaten von Amerika.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2014): Süßwarenkonsum in der Russischen Föderation und das Image deutscher Produkte.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015): Deutscher Agraraußenhandel 2015, Daten und Fakten.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015): Der Markt für Lebensmittel allgemein in den Niederlanden.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015): Der Markt für Lebensmittel allgemein in Dänemark.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015): Der Markt für Alkoholische Getränke in Irland.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015): Der Markt für deutsche Lebensmittelspezialitäten in Italien.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015): Länderbericht Spanien.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015): Studie über den Lebensmittelmarkt in Indien.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015): Studie zu Deutscher Feinkost, Spezialitäten und Convenience-Produkten in Frankreich.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2015): Umsetzung der EU-Agrarreform in Deutschland. Ausgabe 2015.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2016): Ökobarometer 2016: Repräsentative seit 2012 durchgeführte telefonische Bevölkerungsbefragung im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2016): Deutschland, wie es ist. Der BMEL-Ernährungsreport 2016.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2016): EU-Marktregelungen. Milchkrise: Kurzfristig helfen und langfristig Strukturen überprüfen

[https://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Agrarpolitik/1_EU-Marktregelungen/_Texte/MilchZF.html] (letzter Zugriff: 12.12.2016).

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2016): Länderbericht Frankreich. Stand Mai 2016.

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMEL) (2016): Länderbericht USA. Stand April 2016.

Bundesprogramm Ökologischer Landbau und andere Formen nachhaltiger Landwirtschaft (2016): Ökobarometer 2016.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2014): Konjunkturbericht der Ernährungsindustrie 02/2014.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2015): Der deutsche Außer-Haus-Markt.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2015): Jahresbericht 2014_2015.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2016): Jahresbericht 2015_2016.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2016): Wetterwechsel: Steigender Ertragsdruck in der Ernährungsindustrie-Herausforderung und Strategien.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2016): Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2016.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2016): Ernährungsindustrie. 2016.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2017): Die Ernährungsindustrie in Zahlen 2017.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2017): Jahresbericht 2016_2017.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2017): Jahresbericht 2017.

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE) (2017): Lebensmittelhandel [<https://www.bve-online.de/themen/branche-und-markt/lebensmittelhandel>] (letzter Zugriff: 03.11.2017)

Bundesvereinigung der Deutschen Ernährungsindustrie (BVE), GfK Panel Services Deutschland (2011): Consumers' Choice 2011. Lebensmittelqualität im Verbraucherfokus: Chancen für Ernährungsindustrie und Handel.

Cluster Ernährung (2015): Branchenreport, Ernährungsbranche in Bayern.

Cluster Ernährung (2016): Über Uns [<https://www.cluster-bayern-ernaehrung.de/ueber-uns.html>] (letzter Zugriff: März 2016).

Deutscher Fleischer-Verband e.V. (DFV) (2015): Das Fleischerhandwerk in Deutschland und Fleischerhandwerkliche Verkaufsstellen.

Deutscher Wein Statistik (2016): 2015/2016 Deutscher Wein Statistik.

Europäische Kommission (2015): Landwirtschaft und Ländliche Entwicklung – DOOR-Datenbank [http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html?&recordStart=0&filter.dossierNumber=&filter.comboName=&filterMin.milestone__mask=&filterMin.milestone=&filterMax.milestone__mask=&filterMax.milestone=&filter.country=DE&filter.category=&filter.type=&filter.status=] (letzter Zugriff: 07.12.2015).

Eurostat (2016): Detaillierte jährliche Unternehmensstatistiken für die Industrie 2014

Fial Foederation der Schweizerischen Nahrungsmittel-Industrien (2016): Vereinigung der Schweizerischen Milchindustrie (VMI) [<http://www.fial.ch/de/associations/8/>] (letzter Zugriff: 21.03.2016).

FoodDrink Europe (2016): Data & Trends. EU Food and Drink Industry 2016.

Fraunhofer-Institut für Verfahrenstechnik und Verpackung; Technische Universität München (2010): Studie zum Innovationssektor Lebensmittel und Ernährung. Freising, Berlin

Gastgewerbe Magazin Online (2016): Die Zahl der deutschen Brauereien wächst [<http://gastgewerbe-magazin.de/die-zahl-der-deutschen-brauereien-waechst-38609>] (letzter Zugriff: 14.12.2016).

Genesis-Online Datenbank (2017): Statistiken Ernte-, Betriebsberichterst. (EBE): Feldfrüchte, Grünland [<https://www.statistikdaten.bayern.de/genesis/online/data?operation=statistikAbruftabellen&levelindex=0&levelid=1486643506839&index=4>] (letzter Zugriff: 09.02.2017)

German Wine (2016): Deutscher Wein [<http://www.germanwine.de/deutscher-wein/>] (letzter Zugriff: 13.12.2016).

GeVestor (2016): Standortfaktoren in München: Die beliebteste Stadt bei Unternehmen [<http://www.gevestor.de/details/standortfaktoren-in-munchen-die-beliebteste-stadt-bei-unternehmen-682573.html>] (letzter Zugriff: 07.03.2016).

GfK (2013): Consumer Index (2013). Verbraucher schlagen dem Winter ein Schnippchen.

Global 2000 (2013): Fleischatlas Österreich. Zurück zum Sonntagsbraten.

Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland (2016): Fleischatlas 2016. Daten und Fakten über Tiere als Nahrungsmittel.

Heinrich-Böll-Stiftung, Bund für Umwelt- und Naturschutz Deutschland, Le Monde diplomatique (2015): Fleischatlas 2014. Daten und Fakten über Tiere als Nahrungsmittel.

Industrie- und Handelskammer (IHK) Nürnberg für Mittelfranken (2015): Report Forschung und Entwicklung in Bayern. Dr.rer.nat.Elfriede Eberl [<https://www.ihk-nuernberg.de/de/Geschaeftsbereiche/Innovation-Umwelt/innovation-und-forschung/report-forschung-und-entwicklung-in-bayern>] (letzter Zugriff: 17.03.2016).

Industrie- und Handelskammer (IHK)Nord (2016): Die norddeutsche Ernährungswirtschaft [<http://www.ihk-nord.de/produktmarkten/ernaehrungswirtschaft/Norddeutsche-Ernaehrungswirtschaft/3298106>] (letzter Zugriff: 29.11.16).

Institut für Ernährungswirtschaft und Märkte (IEM) (2017): Aktueller Stand von „Geprüfte Qualität – Bayern“ und „Bayerisches Bio-Siegel“.

Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) (2014): Pressemitteilung. Fachkräftemangel in der Ernährungsbranche entgegensteuern [<https://www.kern.bayern.de/presse/068749/index.php?layer=print&>] (letzter Zugriff: 15.12.2016).

Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) (2016): Ennovation – Ernährung im Wandel. Trends erkennen. Potenziale nutzen.

Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) (2017): Über KErn [<https://www.kern.bayern.de/ueberkern/index.php>] (letzter Zugriff: 06.11.2017).

Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn) (2016): Ennovation – Ernährung im Wandel. Trends erkennen. Potenziale nutzen.

Kubitzki, S.; Hansen, H. (2003): Branchenspezifische Besonderheiten im Innovationsverhalten des Ernährungsgewerbes. Eine empirische Analyse des Mannheimer Innovationspanels. Gießen.

Landes-Innungsverband (2016): Landes-Innungsverband für das bayerische Bäckerhandwerk [<http://www.baecker-bayern.de/landes-innungsverband/>] (letzter Zugriff: 21.12.2016).

Landesvereinigung für den ökologischen Landbau in Bayern e.V. (LVÖ) (2013): Bayerisches Biofleisch. Öko-Wertschöpfungskette für Öko-Geflügel und Öko-Schweinefleisch aus Bayern [<http://www.lvoe.de/bio-projekte/biofleisch.html>] (letzter Zugriff: 01.12.2016).

Leyrer, Hans-Joachim (2004): Strategieoptionen für den Mittelstand in der Ernährungsbranche, in: Ders.; Strecker, Otto; Elles, Anselm (Hrsg.): Erfolgsstrategien für Lebensmittel. Business Trend, Analysen, Fallbeispiele. Frankfurt a.M

Milchindustrieverband (MIV) (2015): Toplisten der Milchwirtschaft [<http://www.milchindustrie.de/marktdaten/toplisten-der-milchwirtschaft/>] (letzter Zugriff: 21.03.2016).

Milchindustrie-Verband e.V. (MIV) (2016): Beilage zum Geschäftsbericht 2015/2016. Zahlen – Daten – Fakten. Milchwirtschaft in Deutschland.

Milchland Bayern (2016): Fakten & Zahlen Bayerische Milchwirtschaft 2015/2016 [<http://www.milchland-bayern.de/fakten-zahlen/bayerische-milchwirtschaft-20152016/>] (letzter Zugriff: 29.11.16).

Molkerei-industrie SPEZIAL (2014): Johann Költringer, VÖM Wien, Erhard Richarts, ife Institut Kiel. Branchenübersicht Milch'14/ Milchwirtschaft in Österreich.

Münchener Statistik (2014): Adriana Wenzlaff. 4. Quartalsheft. Mehr als die Hälfte der Münchener Haushalte sind Einpersonen-Haushalte.

Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (2016): Milchwirtschaft in Niedersachsen [http://www.ml.niedersachsen.de/themen/landwirtschaft/tierische_production/milchwirtschaft/milchwirtschaft-in-niedersachsen-4782.html] (letzter Zugriff: 19.12.2016).

Ostwald, D. A., Legler, B., Schwärzler, M. C. (2014): Ökonomischer Fußabdruck der Gesundheitswirtschaft in Thüringen unter besonderer Berücksichtigung der industriellen Gesundheitswirtschaft, WifOR GmbH und Landesentwicklungsgesellschaft Thüringen mbH (LEG) (Hrsg.), Darmstadt

Statista (2016): Anzahl der Betriebe mit Milchkuhhaltung in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2016 [<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/382305/umfrage/betriebe-mit-milchkuhhaltung-in-deutschland-nach-bundeslaendern/>] (letzter Zugriff: 10.02.2017).

Statista (2017): Milchkuhbestand in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2017.

Statista (2017): Umsatzanteil von Discountern im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in den Jahren 2003 bis 2016

Statistisches Bundesamt (2014): Statistisches Jahrbuch 2014.

Statistisches Bundesamt (2016): Bayern in Zahlen. Größtes Land der Bundesrepublik [<https://www.bayern.de/politik/bayern-in-zahlen/das-land-in-zahlen/>] (letzter Zugriff: 05.12.2016).

Statistisches Bundesamt (2016): Beschäftigte und Umsatz der Betriebe im Verarbeiteten Gewerbe: Deutschland, Jahre, Wirtschaftszweige; Tabelle Ergebnis – 42271-0001.

Statistisches Bundesamt (2016): Betriebsgrößenstrukturen landwirtschaftlicher Betriebe nach Bundesländern [<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/Wirtschaftsbereiche/LandForstwirtschaftFischerei/LandwirtschaftlicheBetriebe/Tabellen/BetriebsgroessenstrukturLandwirtschaftlicheBetriebe.html>] (letzter Zugriff: 15.12.2016).

Statistisches Bundesamt (2016): Fachserie 4 Reihe 4.1.1. Produzierendes Gewerbe 2015.

Statistisches Bundesamt (2016): Statistisches Jahrbuch 2016, 21 Verarbeitendes Gewerbe.

Statistisches Bundesamt (2017): Beschäftigte und Umsatz der Betriebe im Verarbeitenden Gewerbe, Ergebnis 42271-0011, Tabelle WZ2008 2-Steller.

Statistisches Bundesamt (2017): Jahresbericht für Betriebe im verarbeitenden Gewerbe.

Statistisches Bundesamt (2017): Fachserie 4 Reihe 4.1.1. Produzierendes Gewerbe 2017

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft (2011): FuE-Datenreport 2011.

Süddeutsche Zeitung (2016): GfK-Studie: Mehr bekannte Flexitarier [<http://www.sueddeutsche.de/news/wirtschaft/ernaehrung-gfk-studie-mehr-bekennende-flexitarier-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-160506-99-854242>] (letzter Zugriff: 13.12.2016).

Tagesschau.de (2016): Deutsche Schweinefüße für China. [<http://www.tagesschau.de/in-land/fleischproduktion-101.html>] (16.11.2016).

Top agrar online (2016): EU-Export von Schweinefleisch boomt. [<http://www.topagrar.com/news/Markt-Marktnews-EU-Export-von-Schweinefleisch-boomt-3608054.html>] (12.12.2016).

US Census: Annual survey of manufacturers (ASM).

Vbw Die bayerische Wirtschaft (2014): Studie. Die Strukturentwicklung der ländlichen Räume in Bayern.

Verband der Milcherzeuger Bayern e.V. (2013): Freundliche Milchpreisentwicklung in 2013 [<http://www.milcherzeugerverband-bayern.de/milchpreisentwicklung-2013>] (letzter Zugriff: 12.12.2016).

WDR (2016): Chronologie: Entwicklung bei Kaiser's Tengelmann [<http://www1.wdr.de/nachrichten/wirtschaft/tengelmann-uebernahmepoker-hintergrund100.html>] (letzter Zugriff: 13.12.2016).

Welt (2014): Carsten Dierig. Deutsche vertilgen mehr als 32 Kilo Süßes pro Jahr [<https://www.welt.de/wirtschaft/article124087821/Deutsche-vertilgen-mehr-als-32-Kilo-Suesses-pro-Jahr.html>] (letzter Zugriff: 21.03.2016).

Wildtierportal Bayern (2017): Wild in Bayern, Ursachenkomplex [https://www.wildtierportal.bayern.de/wildtiere_bayern/102778/index.php] (letzter Zugriff: 12.12.2016).

Wmp consult (2013): Branchenstudie. Die Ernährungsindustrie in Norddeutschland. „Struktureller Wandel und nachhaltige Modernisierung – Perspektiven der Industriepolitik in Norddeutschland“ [http://www.wilke-maack.de/wmp_publications/struktureller-wandel-und-nachhaltige-modernisierung/] (letzter Zugriff: 24.03.2016).

Zentrale Milchmarkt Berichterstattung GmbH (ZMB) (2015): Jahresrückblick 2015: Milchmarkt 2015 deutlich schwächer.

7 Anhang

7.1 Ergänzende Tabellen und Abbildungen

Tabelle 9: Interviewpartner Experteninterview

Unternehmen / Institution	Interviewpartner	Datum
Landes-Innungsverband für das bayerische Bäckerhandwerk	Dr. Wolfgang Filter	20.02.2017
Frankengemüse Knoblauchsland	Florian Wolz	22.02.2017
Metzgerei Moser	Michael Moser	07.03.2017
Bayerischer Brauerbund	Dr. Lothar Ebbertz	10.03.2017
Landesvereinigung der bayerische Milchwirtschaft e.V.	Dr. Maria Linderer	14.03.2017
Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft Institut für Ernährung und Märkte	Dr. Peter Sutor	21.03.2017
STMELF Bayern	Prof. Dr. Richard Balling	23.03.2017
Ludwig Stocker Hopffisterei GmbH	Friedbert Förster	23.03.2017
Verband Privater Brauereien	Oliver Dawid	23.03.2017

Quelle: AFC Consulting Group AG

Tabelle 10: SWOT-Analyse (auf Grundlage der qualitativen Experteninterviews)

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regionalität / regionale Versorgung auf kurzen Wegen ▪ Hohe landwirtschaftlich bewirtschaftete extensive Nutzung der Flächen ▪ Traditionelle, ökologische Landwirtschaft, Familienbetriebe ▪ Sehr gute und vielfältige Rohstoffbasis ▪ Sehr gut ausgebildete Fachkräfte ▪ Kleinteilige Struktur der Wirtschaft und somit sehr spezialisierte, aber profitable Unternehmen ▪ Sehr gutes Image der bayerischen Produkte ▪ Traditions- und Qualitätsbewusstsein bei den bayerischen Verbrauchern ▪ Hohe Kaufkraft der Verbraucher ▪ Gutes Infrastrukturnetz (viele Autobahnen, neue Standorte) ▪ Gute vertikale Vernetzung ▪ Vielzahl bayerischer Produkte, die auf objektiven Kriterien als Herkunftsbezeichnung aufbauen ▪ Wachsende Start-up Szene Politik ▪ Innovationsstärke ▪ Interesse und Unterstützung von Seiten der Politik und des Clusters 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Marketing ausbaufähig, wie z. B. beim Bio Siegel Bayern ▪ Kleine Betriebsgrößen ▪ Geringe Marktposition der Landwirte und kleinen Erzeugergemeinschaften ▪ Schwierige Nachfolgesituation der Betriebe ▪ Teilweise wenig attraktive Arbeitsplätze für Nachwuchskräfte ▪ Überregulierungen der Verbraucherschutzverbände ▪ Teilweise zu starker Einfluss von Verbänden und Behörden ▪ Hoher Wettbewerb mit Handelskonzernen und somit enormer Preisdruck ▪ Infrastruktur (Autobahnnetz West/Ost; Internet, weite Wege zu den Häfen) ▪ Teilweise hoher Verwaltungsaufwand ▪ Teilweise zu starke regionale Verankerung und Fokussierung auf die eigene Region ▪ Zu starker Verlass auf das Image ▪ Fehlende Exportinvestitionen bei kleinen Unternehmen

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bedienung von Markttrends: „Bio“ und „gesunde Ernährung“, „Regionalität“ und „Frische“, Convenience-Produkte ▪ Verstärkte regionale Vermarktung um regionale Wertschöpfung zu steigern und Vermarktung durch Erzeugergemeinschaften ▪ Erschließung neuer Märkte außerhalb Bayerns ▪ Integration von Zuwanderern ▪ Produktinnovationen, insb. im Spezialitätenbereich ▪ Verpackungsinnovationen ▪ Aufbau einer gemeinsamen Marke „Bayern“ ▪ Hohe Kundenbindung/ Traditionsbewusstsein der Bevölkerung nutzen ▪ Tourismus ▪ Weiterer Ausbau einer „Marke Bayern“ ▪ Alljährliches Angebot der Produkte durch neue Anbaumethoden ▪ Zunehmende politische Unterstützung durch staatliche Stellen ▪ Strukturelle Bereinigungen ▪ Gemeinsames Wachstum mit dem LEH ▪ Emotionale Entwicklung: Tierwohl den Verbrauchern wichtig 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittelkrisen ▪ Traditionelle Branchen vs. steigende Zahl an Vegetariern ▪ Politische Spannungen mit Auswirkungen auf den Export (Wiederaufbau von Handelsbarrieren) ▪ Regulierungen des Staates (Anstieg der Alkoholsteuer) ▪ Abschwächung der Wirtschaft -> Weniger Lohn -> weniger Nachfrage nach teureren Lebensmitteln (Abweichung der Qualität zu Gunsten des Preises) ▪ Zu starke Regionalisierung kann Innovationskraft hemmen ▪ Erschwerte Nachwuchsgewinnung -> Aufbesserung des Images ▪ Akzeptanzänderung in der Gesellschaft

Quelle: AFC Consulting Group AG

Tabelle 11: Rahmen- und Standortbedingungen Bayern

Ernährungswirtschaft Bayern: Rahmen- und Standortbedingungen	
Stellenwert	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hoher wirtschaftlicher Stellenwert <ul style="list-style-type: none"> ➤ Viele Arbeitsplätze hängen von der Ernährungswirtschaft ab ➤ Hohe Umsatzzahlen ➤ Hohe Eigenfertigung ▪ Hoher emotionaler Stellenwert <ul style="list-style-type: none"> ➤ Traditionell verwurzelt ➤ Aushängeschild für die bayerische Kultur
Besonderheiten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stark mittelständisch geprägt ▪ Traditionsbewusstsein ▪ Sehr gute Qualität der Produkte ▪ Hohes Innovationspotential ▪ Vermittlung des bayerischen Lebensgefühls durch die Produkte ▪ Vielfältigkeit der Rohstoffe und der Produkte ▪ Gut ausgebildete Arbeitskräfte ▪ Sehr gutes Image und hohe Akzeptanz ▪ Gute Vernetzung mit staatlichen Strukturen und öffentlicher Verwaltung
Gegenwärtige Lage des Standortes Bayern	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standort Bayern für Ernährungswirtschaft sehr wichtig ▪ Zusammen mit Baden-Württemberg Spitzenposition ▪ Gute Rohstoffbasis <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gute landwirtschaftliche Betriebe färben auf größere Unternehmen der Ernährungswirtschaft ab ▪ Arbeitskräfte <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sehr gut ausgebildete Fachkräfte ➤ Teilweise aber Fachkräftemangel ➤ Fachkräftemangel kann durch Werbung für die Berufe des produzierenden Ernährungsgewerbes und gezielte Flüchtlingspolitik entgegengewirkt werden ▪ Branchenstruktur <ul style="list-style-type: none"> ➤ Alle Kompetenzen vereint ▪ Hohe Nachfrage nach Produkten <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hohe Nachfrage in Bayern nach traditionellen und regionalen Produkten ➤ Hohe Nachfrage im Ausland nach bayerischen Produkten, da diese das bayerische Lebensgefühl vermitteln ▪ Infrastruktur <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gutes Autobahnnetz ➤ Durchgangsverkehr, Tourismus ➤ Internet ausbaufähig ▪ Qualitätssicherung <ul style="list-style-type: none"> ➤ Gutes Image Bayern hinsichtlich qualitativ hochwertiger Produkte ▪ Politische Rahmenbedingungen <ul style="list-style-type: none"> ➤ Unterschiedliche Stimmen ➤ Grundsätzlich aber hohe Unterstützung der Ernährungswirtschaft, insb. im Bereich der regionalen und ökologischen Unternehmen

Ernährungswirtschaft Bayern: Rahmen- und Standortbedingungen

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittelskandale beeinflussen auch die bayerische Ernährungswirtschaft negativ
--	--

Quelle: AFC Consulting Group AG

Tabelle 12: Märkte- und Branchentrends Bayern

Ernährungswirtschaft Bayern: Märkte und Branchentrends

Zukünftige Entwicklungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hohe Wachstumspotentiale im Bio-Sektor ▪ Stagnieren Entwicklung im Bereich Bierwirtschaft <ul style="list-style-type: none"> ➤ Demographischer Wandel kann Nachfrage nach Bier senken ➤ Diese Entwicklung wird auch durch Immigration nicht aufgefangen ▪ Insgesamt aber Wachstumspotentiale für die Ernährungswirtschaft in Bayern ▪ Identifizierung von Verbrauchertrends im Bereich regionaler und gesunder Produkte wichtig für Wachstum ▪ Fortschreitende Konzentration der Betriebe in allen Bereichen der Ernährungswirtschaft
Verbraucher-trends	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesundheit <ul style="list-style-type: none"> ➤ Bioprodukte, gesunde Ernährung ▪ Regionale Produkte ▪ Spezialitäten, Vielfältigkeit der Produkte ausbauen <ul style="list-style-type: none"> ➤ Neue Biersorten ➤ Alljährliches Angebot von Gemüse ▪ Preisspreizung <ul style="list-style-type: none"> ➤ Erhöhte Nachfrage nach günstigen Produkten, aber auch nach wertigen Produkten
Zukünftige Absatzmärkte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wie auch aktuell der regionale Markt ▪ Exportmärkte <ul style="list-style-type: none"> ➤ Insbesondere in den Bereichen Bier- und Milchwirtschaft ➤ In den Bereichen Gemüse-, Fleisch- und Backwirtschaft weniger
Herausforderungen/ Barrieren	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nichttarifäre Handelshemmnisse ▪ Politische Unruhen ▪ Kommunikationsprobleme ▪ Unkenntnis hinsichtlich rechtlicher Fragen, Transportabwicklung und Finanzierungswesen

Quelle: AFC Consulting Group AG

Tabelle 13: Kooperationen, Vernetzung, Förderung Bayern

Ernährungswirtschaft Bayern: Kooperationen/ Vernetzung/ Förderung	
Stellenwert Cluster/ Netzwerke	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sollen Impulse geben und sind für den Informationstransfer wichtig <ul style="list-style-type: none"> ➤ Ermöglichen Erfahrungsaustausch ➤ Erhöhen Transparenz ➤ Informationsweiterleitung ▪ Viele Informationen wären ohne die Netzwerke nicht bekannt ▪ Forschungsergebnisse werden so bereitgestellt <ul style="list-style-type: none"> ➤ Beispielsweise, um Trends aufzudecken ▪ Einfluss des Clusters zurzeit relativ gering und zu wenig genutzt <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sehr kleinteilige Arbeit ➤ Zu viele Informationen ➤ Teilweise wenig Informationsfluss zwischen den Unternehmen
Potentielle Verflechtungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Grundsätzlich Verflechtungen wichtig <ul style="list-style-type: none"> ➤ Minimierung der Kosten und des Aufwands ▪ Vermehrt Verflechtungen zwischen der Logistikbranche und der Ernährungswirtschaft ▪ Eher weniger Verflechtungen, da Branchen der Ernährungswirtschaft und ihre Anforderungen sehr unterschiedlich sind <ul style="list-style-type: none"> ➤ Hier ist auch wieder der Wunsch nach einer gemeinsamen, bayerischen „Markt“ zu nennen, die aufgrund der wenigen Verflechtungen aktuell nicht möglich ist ➤ Evtl. Kooperationen mit der Landwirtschaft als Rohstoffgrundlage ▪ Wunsch nach mehr Absatzmittlern (ergänzend zum LEH)
Nicht-bewährte Förder- und Unterstützungsinstrumente	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewährt <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tendenziell wenig <ul style="list-style-type: none"> ▶ Geringe Transparenz, Unkenntnis ▶ Nachforschungen kosten zu viel Geld und Zeit ➤ Exportförderung ➤ Regionales Qualitätssiegel ➤ Veranstaltung von Messen ➤ Maßnahmen zur Erhaltung der Natur und Landschaft ➤ Alp-Förderprojekte ▪ Nicht bewährt <ul style="list-style-type: none"> ➤ Verschiedene Maßnahmen neutralisieren sich ➤ EU-Regularien erschweren die Arbeit. Sie sind zu weit weg von den Unternehmen ➤ Landwirtschaftliche Quoten und Massenproduktion verfehlen das Ziel der Nachhaltigkeit und Qualität

Quelle: AFC Consulting Group AG

Tabelle 14: Geschützte Agrarprodukte, Lebensmittel und Weinbauerzeugnisse

	Spezialität	Geschützt seit
1	Abensberger Spargel	08.11.2012
2	Aischgründer Karpfen	24.11.2012
3	Bamberger Hörnla	05.20.2013
4	Bayerische Brezn	21.02.2014
5	Bayerischer Meerrettich	10.10.2007
6	Bayerisches Bier	05.07.2001
7	Bayerisches Rindfleisch	22.03.2011
8	Fränkischer Karpfen	31.10.2012
9	Fränkischer Spargel	15.03.2013
10	Hofer Bier	18.07.1998
11	Hofer Rindfleischwurst	04.02.2011
12	Hopfen aus der Hallertau	07.05.2010
13	Kulmbacher Bier	18.07.1998
14	Mainfranken Bier	18.07.1998
15	Münchner Bier	04.10.2007
16	Nürnberger Rostbratwürste	16.07.2003
17	Nürnberger Lebkuchen	02.07.1996
18	Obazda	16.06.2015
19	Oberpfälzer Karpfen	22.08.1998
20	Reuther Bier	21.03.1998
21	Schrobenhauser Spargel	09.10.2011
22	Schwäbische Maultaschen	23.10.2009
23	Schwäbische Spätzle	08.03.2012
24	Schwäbisch-Hällisches Qualitätsschwein	21.03.1998
25	Tettnager Hopfen	13.05.2010
26	Allgäuer Emmentaler	24.01.1997
27	Allgäuer Bergkäse	24.01.1997
28	Allgäuer Sennalpkäse	14.60.2016
29	Allgäuer Weißlacker	26.02.2015
30	Fränkischer Grünkern	08.04.2015
31	Spalt Spalter	31.10.2012

Quelle: Eigene Darstellung; LfL Bayern (2017)

Impressum

Herausgeber

Cluster Ernährung am Kompetenzzentrum für Ernährung (KErn)

Stand: Januar 2018

Text

AFC Consulting Group AG

Dottendorfer Str. 82
D – 53129 Bonn

Dr. Volker Ebert; Elisabeth Kosiolek

Telefon: +49 228 98579-0

Web: www.afc.net